



# Sistematización MuJeR

Paraguay

---

 Fundación Capital

 **FIDA**  
Invertir en la población rural



**MuJeR es una iniciativa de la Fundación Capital financiada por el FIDA. 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?

Al inicio del proyecto se realizó un diagnóstico con mujeres entre 15 y 29 años de zonas rurales del país, con el objetivo de conocerlas mejor, conocer más de sus sueños, aspiraciones, hábitos financieros y percepciones acerca del sistema financiero. A través de este diagnóstico se pudo evidenciar las grandes diferencias que existen en los sueños, aspiraciones y metas de las jóvenes, dependiendo de su momento de vida. En particular se observa una gran diferencia antes y después de los 18 años. Para las jóvenes esta es una etapa crucial en sus vidas en la que toman decisiones que pueden ser decisivas para su futuro, como son la elección de una carrera, la inserción laboral o la decisión de formar familia. Por eso es fundamental que en esta etapa cuenten con herramientas que les permitan tomar decisiones mejor informadas. También es importante que cuenten con acceso y conocimiento de los productos y servicios financieros, ya que estos les ofrecen alternativas para la conquista de sus metas y para la toma de las decisiones que deben llevar adelante para concretar su plan de vida.



## PARAGUAY

- % de la población que vive en zona rural: **39,50%**
- % de mujeres en zona rural: **18,2 %**
- % de pobreza en zona rural: **34,60%**
- El **26%** de la población tiene entre 15 y 29 años de edad
- El **90%** de la población tiene entre 15 y 29 años de edad y viven en zonas rurales



# Las mujeres jóvenes rurales de Paraguay

**1.** El promedio de años de estudio de las mujeres en el área urbana (10,2) supera en casi 4 años al promedio del área rural (6,8), mostrando los desafíos que tiene el sistema educativo para reducir las brechas entre el campo y la ciudad.

**2.** El abandono escolar tiene un fuerte contenido de género. Las razones de índole económica (sin recursos en el hogar y necesidad de trabajar) son las más importantes para las mujeres rurales, seguido de las responsabilidades familiares (realiza labores del hogar, motivos familiares).

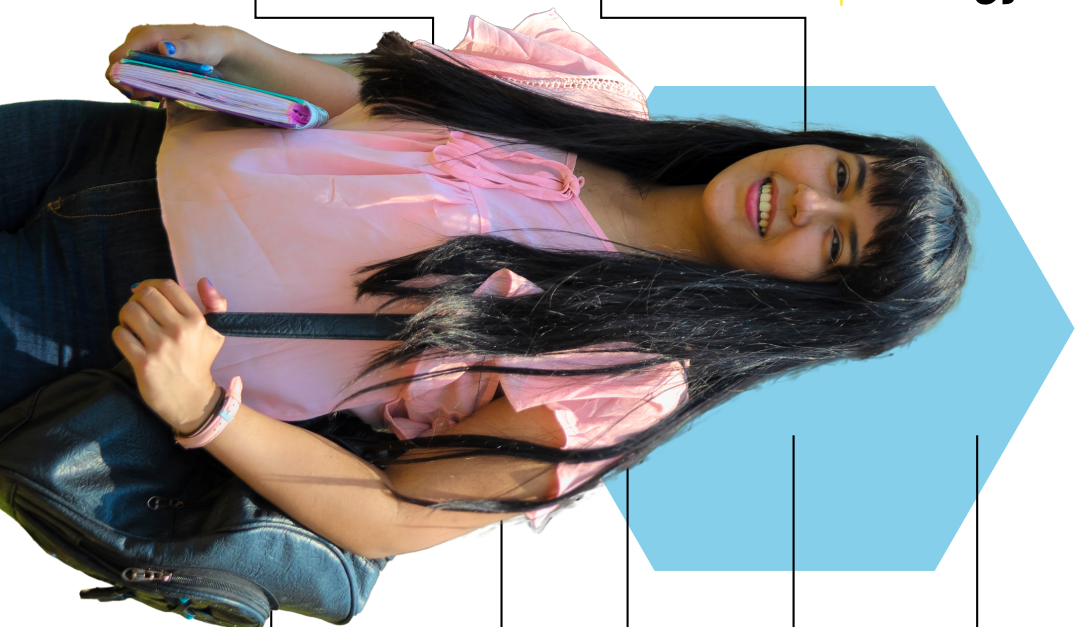
**3.** En el sector rural, el 52,8% de las mujeres son inactivas laboralmente (no trabaja ni busca empleo), frente al 21,7% de los hombres; mientras que en el sector urbano afecta al 45,4% de las mujeres y al 29,4% de los hombres.

**4.** Las razones de la inactividad señaladas por las mujeres hacen referencia a "las labores del hogar" y los "motivos familiares".

**5.** El 42,4% de las mujeres no cuentan con un ingreso propio, frente al 19,4 de los hombres.

**6.** En los últimos años se verifica un aumento persistente de la jefatura de hogar femenina. El porcentaje de hogares que tienen como jefa a una mujer ha pasado de 25,3% (2000) a 31,8% (2013), fenómeno registrado tanto en áreas urbanas como rurales.

**7.** En el sector rural los hogares con jefatura femenina son más pobres, sobre todo en la pobreza no extrema o moderada. El 17,4% de estos hogares se encuentra en dicha situación, frente al 12,7% de los hogares con jefatura masculina.



# ¿Qué hicimos en Paraguay?

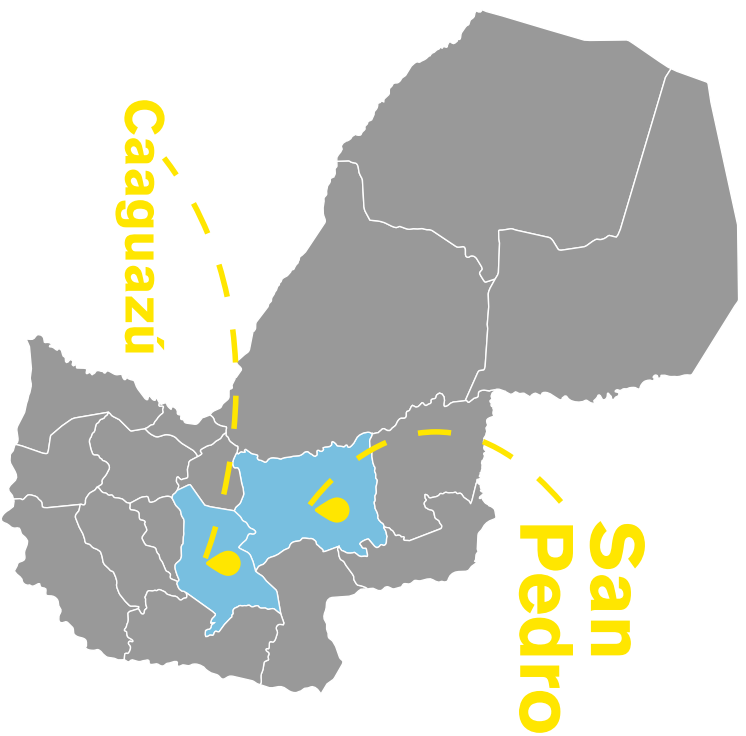
En Paraguay el proyecto adoptó el nombre de “Jahasa!”, que significa “dar el siguiente paso” o “pasar a lo siguiente” en Guaraní. A través de Jahasá se buscó dar a los jóvenes, y en particular a las mujeres, herramientas para que puedan planificar y cumplir con su proyecto de vida a través de una mejor administración de sus recursos, y sensibilizarlos sobre cómo las herramientas financieras pueden ayudarlos a cumplir sus objetivos, a pesar de las diferentes situaciones u obstáculos que pueden presentarse en su vida. Para ello se estableció una alianza con el Ministerio de Educación y Cultura (MEC), lo que permitió llegar a alumnos de 200 colegios rurales de 11 distritos del país. Aprovechando la existencia de las cátedras de educación económica y financiera, y de economía y gestión en los colegios públicos, se propuso una nueva metodología de capacitación y se entregaron a los docentes nuevas herramientas pedagógicas, de manera que estas cátedras fueran más efectivas y se pudiera generar cambios en el comportamiento financiero de los jóvenes. De esta manera se logró desarrollar las capacidades financieras de 5,200 jóvenes, varones y mujeres, del último año del bachillerato (entre 17 y 18 años) y fomentar su acercamiento al sistema financiero.

Dado que el trabajo se realizó tanto con hombres como con mujeres, toda la metodología tuvo un fuerte enfoque de género, buscando concientizar a los alumnos sobre las barreras, que muchas jóvenes enfrentan por el sólo hecho de ser mujer, y cómo removerlas.

En el año 2019 también se trabajó con la Secretaría Nacional de la Juventud, que a través del Programa Becas Juventud otorga becas a jóvenes, principalmente de zonas rurales, para que puedan iniciar o mantener sus estudios universitarios. Cada becario recibe la beca a través de una cuenta de ahorro, sin embargo se identificó que en los 5 años que se ejecuta este programa, los jóvenes no utilizaban la cuenta ni la tarjeta (retiraban todo el dinero en cuanto lo recibían). Por ello, el proyecto con los becarios se centró sobre todo en dar a conocer todos los aspectos, ventajas y funcionalidades relacionadas a la cuenta de ahorro y la tarjeta de débito asociada a esta. A través de esta alianza se logró llegar a 4,000 jóvenes (71% mujeres) beneficiarios del programa Becas Juventud, a quienes además se fortalecieron las capacidades financieras para que administraran mejor los recursos de la beca.



# ¿Qué hicimos en Paraguay?



## IMPLEMENTACIÓN

**Comienzo de implementación:** Mayo 2017

**Cierre de implementación:** Diciembre 2019

## NÚMERO DE MUNICIPIOS:

2 Departamentos - 11 Distritos

## ALCANCE:

**Participantes (incluyendo líderes):** 9.200 jóvenes en total. Colegios: 2.652 mujeres + 2.548 varones. Becarios: 2.840 mujeres + 1.160 varones.

**Alcance indirecto (familiares/amistades):** 36.800 personas

## DATOS DEMOGRÁFICOS:

**Edades de participantes:** 16 - 18 años en Colegios / 18 - 25 años Universidades

**Tipos de actividades económicas (línea base/línea final):** N.A.



# Fases del Proyecto

- Diagnóstico a través de la revisión de información secundaria, sesiones de grupo y entrevistas a profundidad con mujeres entre 15 y 29 años de zonas rurales del país.
- Relacionamento con el Ministerio de Educación y Ciencias (MEC) para desarrollar el proyecto en las instituciones educativas rurales de los territorios seleccionados.
- Diseño y testeo de metodologías de educación financiera diseñadas por Fundación Capital (Fundak) con alumnas del penúltimo y último año de 4 colegios rurales.
- Diseño de la metodología de educación financiera para alumnos en colegios públicos del MEC.
- Proceso de aprobación del plan de formación para docentes y sus herramientas por parte del MEC.
- Talleres de transferencia metodológica a docentes.
- Implementación de la estrategia de educación financiera para jóvenes en 200 instituciones educativas de zonas rurales.
- Elementos de la estrategia: i) sesiones en aula; ii) estrategia de refuerzo a través de redes sociales; iii) formación de líderes; y iv) promoción del uso de billeteras electrónicas y cuentas de ahorro.

**MAYO 2017**  
**AGOSTO 2017**

**AGOSTO 2017**  
**NOVIEMBRE 2017**

**DICIEMBRE 2017**  
**MARZO 2018**

**MARZO 2018**  
**NOVIEMBRE 2018**

FASE I



# Fases del Proyecto

- Ajustes menores a la metodología en aula y la estrategia de redes sociales, en base a los resultados de la Fase I.
- Implementación de la estrategia ajustada en 200 instituciones educativas de zonas rurales.
- Taller de formación de formadores con 39 instructores de los Institutos de Formación Docente (IFDs) de todo el país, que a partir del 2020 podrán capacitar en la nueva metodología a maestros de las cátedras de educación económica y financiera y economía y gestión, asegurando la continuidad de la estrategia de formación con jóvenes de todo el país.
- Taller de actualización para docentes.
- Elementos de la estrategia: i) sesiones en aula; ii) estrategia de refuerzo a través de redes sociales; y iii) promoción del uso de billeteras electrónicas y cuentas de ahorro.



# Metodología para colegios rurales

La estrategia con los colegios rurales tuvo dos ejes de trabajo, la formación de docentes y la capacitación de estudiantes:

## Formación de Docentes

Se transfiere a los docentes de educación económica y financiera o de economía y gestión una nueva metodología para el desarrollo de estos contenidos en aula, basada en la narrativa educativa (storytelling + juego), aprendizaje situado y colaborativo. La capacitación de los docentes se lleva a cabo a través de 3 talleres presenciales y la App EFI, que los docentes pueden descargar en sus teléfonos celulares. Esta App está orientada a mejorar la salud financiera de los docentes, a través de animaciones de historias cercanas que permiten identificar y practicar los beneficios de la salud financiera en la vida cotidiana.

Además se entrega a los docentes los siguientes recursos didácticos: Guía para docentes con las 6 sesiones en aula, video y cómic con la historia de Juana, fichas y formatos para el trabajo en el aula y para las evaluaciones.



# Metodología para colegios rurales

## Capacitación de Estudiantes

Esta se llevó a cabo a través de las sesiones en aula, lideradas por los docentes que fueron capacitados en la metodología del juego narrativo, y a través de las redes sociales.

**Aula:** Se imparten 6 sesiones en las que se abordan los temas de establecimiento de metas, planificación, ahorro, entorno financiero, crédito e inversión.

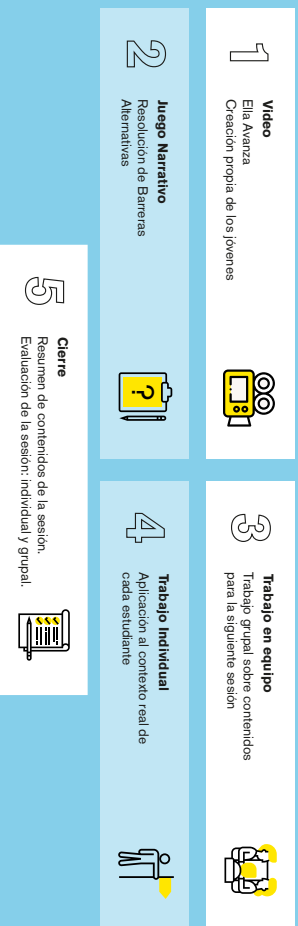
**Aula:** 1. Metas 2. Planificación 3. Ahorro 4. Entorno financiero 5. Crédito 6. Inversión

### Estudia

Microcontenidos digitales + Trivias + Memes + Concursos

 WhatsApp  Facebook  Instagram

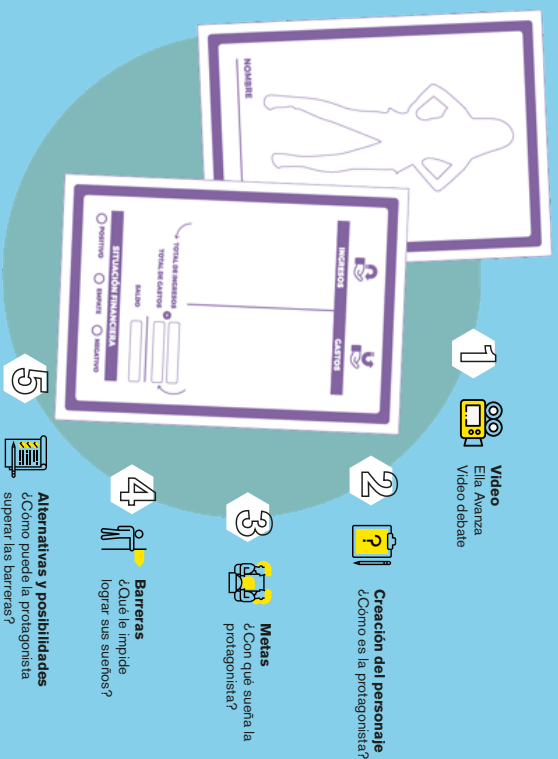
Estos temas se trabajan en 5 pasos:



# Metodología para colegios rurales

## Capacitación de Estudiantes

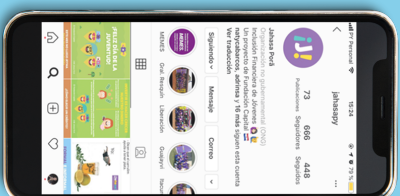
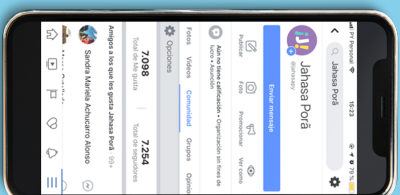
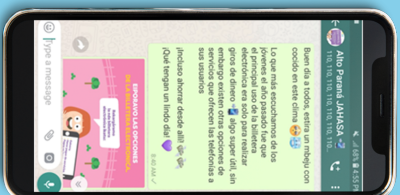
Se utiliza metodología de juego narrativo, en el que se abordan los temas financieros propuestos a través de historias que los alumnos crean, analizan y debaten. De esta forma se permite vincular la realidad de cada contexto (diferentes zonas del país) con los contenidos de educación financiera generando un espacio de aula en el que se favorece la reflexión y se facilita la transferencia de los aprendizajes a la vida cotidiana, ejemplificando al mismo tiempo cómo trabajar los saberes de la educación: Saber + Saber hacer + Saber ser.



# Metodología para colegios rurales

## Capacitación de Estudiantes

**Redes sociales:** Se utiliza este medio para reforzar los contenidos que se abordan en aula, utilizando distintos formatos. En este contexto, se generan piezas digitales para los 6 temas de educación financiera, que son compartidas a través de las siguientes redes:



**WhatsApp:** se generan grupos y listas de difusión con los participantes (docentes y alumnos), con los que se comparten minivideos, gráficas, infografías y pequeños retos para incentivar la práctica de los temas financieros como el ahorro y el registro de los gastos.

**Facebook e Instagram:** en estos canales se favorece el uso del humor sobre los contenidos con memes del momento y la interacción virtual a través de trivias, consignas y sorteos.



# Metodología con jóvenes beneficiarios de las Becas Juventud



Se aprovechan las jornadas organizadas por la SNJ para el otorgamiento y renovación de becas a los jóvenes becarios para dar una capacitación sobre temas de ahorro, administración de recursos e informar sobre las características de la cuenta de ahorros en la que reciben los recursos otorgados en la beca y la tarjeta de débito asociada, cómo utilizarlas y las ventajas de utilizarlas.

Esta capacitación es reforzada a través de las redes sociales. Se generan grupos de WhatsApp con los participantes de cada jornada de capacitación (cada jornada representa un departamento del país), a través de los cuales se difunden minivideos, gráficas, infografías y pequeños retos para incentivar la práctica de los temas financieros como el ahorro y el registro de los gastos. También se los invita a seguir los grupos de Facebook e Instagram. Estos espacios sirven además para resolver algunas dudas relacionadas con el uso de los productos financieros.



# Resultados

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 (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. Para ello, se capacitó a 39 Instructores de Docentes.

Más del 89% reconoce la importancia del establecimiento de metas para la planeación del ahorro

El 91% reconoce el ahorro como un mecanismo para alcanzar sus metas



El 67.7% considera los temas: metas y ahorros como los más relevantes

Más del 75% terminó el año considerando a las entidades financieras formales como el mejor punto de acceso al crédito

## EN TÉRMINOS DE INCREMENTO DE CAPACIDADES



Docentes Capacitados:  
250



Directores de Colegios capacitados:  
99



Total de Alumnos capacitados en colegios:  
5.200



Alumnas capacitadas en colegios:  
2.650



Total de Becarios capacitados:  
3.703



Becarias capacitadas:  
2.630

*“Se me profundizó más el tema del ahorro, antes si solía ahorrar pero ocurría cualquier cosa, tenía un deseo y gastaba todo de vuelta, tenía que empezar de cero... con Jahasa se aprende realmente a ahorrar, no es solamente abstenerse de gastar... aprender a mirar las cosas por el lado de las necesidades, ahorras más y gastas en las necesidades”.*

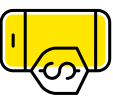
**Samara Shoiler**, 17 años – Guajaybí.

*“En el Whatsapp sobre los mensajes que enviaba Jahasa estuve aprendiendo sobre el ahorro, los pasos que uno tiene que dar y que uno tiene que tener una meta principal para poder ahorrar... yo leía pero llevaba a la práctica lo que decía ahí en los pasos”.*

**Erica Soledad**, 17 años – Choré.

# Resultados

## EN TÉRMINOS DE INCLUSIÓN FINANCIERA

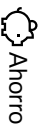


231 alumnos de colegio  
aperturaron billeteras  
electrónicas



88 alumnos de colegio  
usan frecuentemente la  
billetera electrónica.

### ¿Para qué usan las participantes la billetera electrónica?



Ahorro



Recargas de saldo para el celular



Enviar o recibir giros gratis



Otros



4.000 jóvenes becarios, de los cuáles



2.840 son mujeres, utilizan sus cuentas de ahorro

"Me ayudó muchísimo a utilizar la billetera electrónica, ahora ya puedo hacer los pagos desde el teléfono celular, enviar dinero o pagar mis cuentas, aprendí muchísimo con el programa Jahasa".  
**Marisel Alvarenga**, 18 años – Guajaybí.

"Habilite mi billetera Tigo Money cuando cumplí 18 años para que mis hermanos me envíen dinero, a veces dejo un chiquito para poder cargar saldo en mi celular o recargarle a otras personas, es más fácil con la billetera".  
**Mabel López**, 18 años – Caaquazú.

## EN TÉRMINOS DE EMPODERAMIENTO



MÁS DEL 60% de las jóvenes está en desacuerdo con que el trabajo de la mujer es cuidar de la familia y el hogar y el del hombre es ganar dinero.



EL 95% de las jóvenes están de acuerdo en que las mujeres pueden ser tan buenas líderes como los hombres

"Me gustó que Jahasa estuvo más enfocado en las mujeres rurales porque muchas yo pienso que aguantan la violencia o que tu esposo te maltrate o que haya violencia en la casa es porque justamente las mujeres no tienen autonomía económica y les toca aguantar la violencia de sus esposos porque no tienen forma de manejar (mantener) a los niños solas, entonces por falta de esa autonomía económica muchas veces se toleran violencias".

**Salma Rojas**, 18 años – Guajaybí.

"Jahasa le ha ayudado a las mujeres, porque las mujeres se quedan más en la casa, no tienen cuentas de ahorro... me ha ayudado a conocer y poder abrir una cuenta y facilitar los ingresos que pueden lograr".

**Nancy González**, 17 años. Caaquazú.



# Testimonios de participantes

Te presentamos a

**SALMA ROJAS**

**¡Mira su video aquí!**

**Edad:** 18 años

**Estado Civil:** soltera

**Familia/Hijos:** padres y hermanos

**Responsabilidades (cuidar hijos/casa/ padres/empleo):** colabora en el cuidado de su hermano y en el negocio de su abuelo

**Actividad Económica:** venta de artículos cosméticos y accesorios



**Verbatim (sobre lo que hacía antes/lo que aprendió con mujer/lo que hacer ahora):**

Ella tiene 18 años y es de Guayaibí un pueblo rural de Paraguay. Vive con sus padres y su hermano menor, estudia, trabaja en la radio local, y también vende accesorios por pedidos en una microempresa que ha montado ella misma. Tiene clientes en todo el país con quienes se comunica a través de las redes sociales donde promociona su mercancía, y maneja la billetera electrónica para recibir los pagos y comprar más productos.

El emprender su propio negocio le ayudó a ser realmente independiente. Si bien vive con sus padres, entiende la importancia de contribuir cubriendo sus propios gastos. Comprendió la importancia de tener independencia económica participando en el proyecto Mujer (Jahnasal en Paraguay). Considera que la educación financiera es una manera de empoderar a las mujeres a valerse por sí mismas, no depender de sus parejas, y poder alcanzar sus sueños.

Según Salma, los sueños no se logran alcanzar desde nuestro lugar de comodidad, hay que aprender cosas nuevas y perder el miedo a experimentar.

*"para lograr esos sueños, necesitamos dinero... Y por eso es importante que todas nosotras aprendamos sobre educación financiera, por ejemplo, saber ahorrar para llevar adelante nuestros planes y dentro de esto, entender incluso que podemos proponernos metas para ahorrar y para darnos un gusto de vez en cuando."*

*"La falta de educación financiera lleva muchas veces a las mujeres a volverse totalmente dependientes, y esto pasa más hacia el interior del país. Vi esto con mis propios ojos... mujeres que han tolerado y pasado por muchas situaciones con tal que sus hijos o hijas estudien en una universidad. Que muchas cosas podríamos evitar si las mujeres tuviéramos, no solo una mejor educación, sino también una mayor participación en las decisiones económicas y financieras."*



# Testimonios de participantes

Te presentamos a

## INGRID CANDIA

**¡Mira su video aquí!**

**Edad:** 18 años

**Estado Civil:** soltera

**Familia/Hijos:** padres y hermanos

**Responsabilidades (cuidar hijos/casa/padres/empleo):** colabora en el negocio familiar

**Actividad:** estudiante



Ella tiene 18 años y es de la Ciudad de Estanislao, una zona rural en Paraguay. Ahora vive en la ciudad de Coronel Oviedo, donde está haciendo un curso de ingreso para la carrera de odontología. Es la primera vez que vive fuera de su casa, y aunque han habido momentos difíciles para ella, los considera una oportunidad para crecer. El proyecto Mujer (Jahasá: en Paraguay) le ayudó a desarrollar confianza en sí misma e independencia. Antes de ello, no tenía costumbre ni entendía la importancia del ahorro. Ahora, sin embargo, considera que el ahorro puede abrirle muchas puertas a las personas, especialmente a los jóvenes. Ella comparte lo que aprendió con sus amigos y su familia, porque lo ve como una herramienta para alcanzar las metas.

Su sueño es tener su propio consultorio de odontología, y se está concentrando mucho en aprobar el curso de ingreso y así lograr entrar a la carrera.

"Antes de saber cómo se utilizaba la billetera electrónica, prácticamente temas de ahorro no conocía, antes de ir a los talleres de Jahasá. Tampoco sabía lo que era el ahorro, nada... Pero después de que supe que el ahorro era una cosa buenísima, que tenía que ahorrar para alcanzar metas mejores, comprar cosas mejores... y tener una meta más amplia... empecé a ahorrar y empecé a utilizar la billetera electrónica. Ya sabía cómo se usaba y empezaba a cargar mi plata, o giraba la plata a un familiar, o para cualquier otra cosa. Y ahora que estoy en Coronel Oviedo, prácticamente estoy usando solamente la billetera para retirar la plata que mis padres me envían como ayuda para mis gastos, para la facultad, para la casa, y demás cosas."

"Desde que participe en los talleres agarré digamos más confianza... la verdad que es como un poder que te están dando - aprender a ahorrar-, te hace sentir super bien, pensás que podés hacer cosas muchísimo mejores, más grandes, y que también puedes ayudarle a las otras personas que estén interesadas en cumplir también sus sueños o sus metas."



# Aprendizajes

## Factores que contribuyeron al éxito del proyecto



### 1. Alianzas con actores relevantes

Las alianzas generadas con el MEC y la SNJ fueron determinantes para lograr llegar al público objetivo, brindando la oportunidad de trabajar con 9.200 jóvenes en los dos años de implementación de proyecto. Además, la alianza con el MEC y su aprobación del “Plan de Formación Docente” para las disciplinas de educación económica y financiera o de economía y gestión, ofrece la oportunidad de seguir fortaleciendo las capacidades financieras de más jóvenes a futuro.

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 iban generando respecto al uso de estas cuentas e incluso ayudar a solucionar algunos inconvenientes que surgieron en el uso de las mismas.



## 2. Desarrollo de una identidad del Proyecto

Desde el diseño de la implementación del proyecto en Paraguay se concibió la importancia de definir un nombre que colabore a la recordación entre las participantes, pero que también estuviera en sintonía con la identidad del proyecto.

En consecuencia se adelantó un trabajo de naming por medio del cual se definió un nombre de alta recordación entre todos los actores involucrados, que además logrará transmitir con claridad el propósito y perspectiva de la iniciativa: ¡Jahasa!, que significa "dar el siguiente paso" o "pasar a lo siguiente" en Guaraní. Esto sin duda contribuyó a un mayor involucramiento de los jóvenes.

## 3. La metodología del Storytelling como estrategia educativa

Jahasa 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. Sin embargo, para que la capacitación en estos temas sea más efectiva, se decidió desarrollar una metodología que sea atractiva a los jóvenes, escapando de metodologías tradicionales de aula, y dotar a los docentes de herramientas nuevas para el trabajo dentro del aula.

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, lo que facilitó una mayor comprensión de los temas tratados e interiorización de los mensajes. Además, bajo el mismo concepto, la metodología permitió visibilizar las barreras que encuentran las mujeres al perseguir sus metas y sueños en sus propios contextos, así como las soluciones a estas dificultades. Esto se realizó con

la participación de los varones, lo que permitió no solamente la visibilización de las situaciones por parte de ellos, sino también la sensibilización y que formen parte de la construcción de soluciones.

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 Crédito Andino de Fomento (CAF), Organización de los Estados Americanos (OEA), Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y Banco Mundial.

## 4. Diferentes canales, un solo mensaje.

La integración de diferentes canales de comunicación y la triangulación de la información, favorecieron la recordación y asimilación de contenidos y mensajes. Diferentes conceptos lograron ser transmitidos desde diferentes puntos de vista y tonos de comunicación. Esto quiere decir que los alumnos no solamente vieron los temas en el aula a través de sus docentes, con la metodología planteada por el proyecto, sino que además recibieron información complementaria a través de videos, flyers y juegos, con los que tuvieron contacto a través de Facebook, Instagram y grupos de WhatsApp.

Adicionalmente este proceso de triangulación estuvo enfocado no solamente en la transmisión de conceptos, sino también, en el ofrecimiento de ejemplos prácticos que ayudaron a propiciar cambios concretos por medio de la visualización de situaciones de vida afines al momento de vida de las estudiantes. También se utilizaron "call to action", que incentivaron la puesta en práctica de lo aprendido.



## 5. Lenguaje de comunicación adecuado

Otro 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 tendrían elementos más conceptuales y los de Facebook / Instagram 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.

Atendiendo esto se integraron los dos tonos de comunicación y fueron enviados a través de todos los canales mensajes que transmitían conceptos pero con elementos de humor. Del mismo modo, se introdujeron cambios significativos en los formatos de los mensajes, bajando la cantidad de texto y simplificando su contenido.

Desde el inicio del proyecto, se vio la necesidad de enviar el contenido de forma reiterativa. Las 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 fue importante presentar el mismo mensaje desde diferentes formatos varias veces.





# Aprendizajes: Dificultades

## 1. Menores de edad sólo pueden apertura y usar una cuenta de ahorros con la autorización de sus padres

### A. ¿Qué consecuencias tuvo?

Como muchos de los estudiantes de colegio aún eran menores de edad, el hecho de que necesitaran la autorización de sus padres para abrir y utilizar la cuenta, dificultaba la operación del proyecto, que justamente buscaba incentivar el uso de productos financieros.

### B. ¿Cómo se buscó resolverla?

La mayoría de los jóvenes cuentan con teléfonos celulares, cuyas líneas celulares se encuentran a nombre de un familiar muy cercano, como padres o hermanos. A través de estas líneas los jóvenes pueden acceder fácilmente a una billetera electrónica de Tigo o Personal, operadores telefónicos con amplia cobertura en el país. Tomando en cuenta esta posibilidad, Jahasá centró su operación en incentivar la apertura y uso de billeteras electrónicas por parte de los alumnos de último grado de colegio. Esta decisión también se tomó aprovechando que este producto permite realizar las mismas transacciones que una cuenta bancaria (envíos y recepción de dinero, pagos, compras en comercios y hasta la posibilidad de realizar un ahorro programado) sin necesidad de ir hasta una sucursal bancaria, teniendo puntos de acceso más cercanos a sus hogares, como pequeñas tiendas.

### C. ¿Cómo se podría evitar en una futura implementación?

Idealmente se debería impulsar una reforma legislativa para abrir la posibilidad de disminuir a 16 años la edad mínima para poder adherirse a un servicio financiero, como la billetera electrónica. Esto permitiría a las empresas telefónicas desarrollar diferentes mejoras a los servicios. Otra posibilidad sería permitir a los padres apertura extensiones o subcuentas para sus hijos.





## 2. Alumnas líderes no lograron convertirse en voceras del proyecto

### A. ¿Qué consecuencias tuvo?

Durante el primer año de intervención se tenía previsto identificar y capacitar a una alumna con capacidad de liderazgo en cada clase, la cual debía convertirse en la vocera del proyecto. Específicamente, ella sería la encargada de incentivar la apertura y uso de billeteras electrónicas y la participación en las redes sociales de sus compañeros de clase. Si bien algunas alumnas lograron el objetivo de convertirse en verdaderas referentes del proyecto en sus colegios, la mayoría no logró captar la atención de sus compañeros. Además, en algunos casos los jóvenes (varones) que tenían trayectoria de liderazgo en los colegios, se sintieron excluidos del proyecto. Como consecuencia muchos y muchas jóvenes no abrieron la billetera electrónica y no participaron en la estrategia a través de redes sociales.

### B. ¿Cómo se buscó resolverla?

Ante la necesidad de lograr llegar con toda la información a todos los alumnos y no solamente a una parte de ellos, como sucedió cuando se trabajó con las líderes, se optó en el segundo año por convertir a los docentes en los voceros del proyecto. En otras palabras, además de impartir las sesiones en aula utilizando la nueva metodología, los docentes estaban encargados de incentivar la apertura y uso de billeteras electrónicas, y la participación de los jóvenes en la estrategia a través de redes sociales. Además, se los invitó a participar en las redes sociales como moderadores.

### C. ¿Cómo se podría evitar en una futura implementación?

Es evidente que el mejor canal para promover la apertura y uso de billeteras electrónicas y la participación en redes de los alumnos, son lo decentes, ya que son actores que tienen mucha influencia e influnden respeto en los alumnos. Por eso, ellos deberían seguir teniendo este rol en futuras implementaciones.

De todas maneras, como los talleres realizados con las representantes de cada clase tuvieron un impacto muy importante en ellas, tanto en lo que se refiere al manejo de sus finanzas personales, pero sobre todo en su empoderamiento, ellas mencionan que en futuras implementaciones se debería lograr llegar con estas capacitaciones a todas sus compañeras. Esto se podría lograr a través de facilitadores distribuidos por zonas que desarrollarían talleres con las alumnas de cada colegio, para así contribuir al empoderamiento de muchas más jóvenes rurales.

## 3. Desarrollo de un ecosistema para el uso de billetera electrónica

### A. ¿Qué consecuencias tuvo?

Al inicio del proyecto se acordó con las empresas telefónicas que tienen billeteras electrónicas que ellos se encargarían de impulsar el desarrollo de un ecosistema que facilite el uso de billeteras electrónicas por parte de los estudiantes de colegio. Específicamente, ellos tendrían a su cargo incentivar la recepción de pagos a través de las billeteras en lugares donde los estudiantes generalmente compran bienes y servicios, en particular aquellos cercanos a los colegios. Sin embargo esto al final no se pudo lograr. Por ello, aunque los jóvenes conocieran las ventajas del uso de las billeteras, no las podían utilizar de manera frecuente, ya que no tenían a su alcance muchos lugares donde pudieran hacer pagos con ellas.

**B. ¿Cómo se buscó resolverla?**

Para suplir las debilidades en la creación del ecosistema se recurrió a la generación de incentivos directos para promover el uso de las billeteras entre los jóvenes.

Por ejemplo, a través de las redes sociales se lanzaron diferentes incentivos invitando a utilizar diferentes servicios específicos de las billeteras electrónicas y se organizaron sorteos de premios entre los que demostraran, compartiendo el print de pantalla, que habían hecho determinadas transacciones.

**C. ¿Cómo se podría evitar en una futura implementación?**

El desarrollo del ecosistema de pagos digitales es fundamental para lograr un mayor uso de las billeteras electrónicas. Por ello, en futuros proyectos de este tipo se deberá trabajar de la mano de las entidades que ofrecen estos productos, en la ampliación del número de comercios que aceptan pagos a través de estos medios.



# Conclusiones



La implementación del proyecto en Paraguay se enfocó inicialmente en mujeres de último año de colegio, ya que este es un momento decisivo en sus vidas. En este marco, se identificó a las instituciones educativas como el mejor canal para llegar a mujeres jóvenes rurales de manera más efectiva y con la posibilidad de llegar a escala. Además porque se vio la oportunidad de influir de forma permanente en la política educativa del país, gracias a la apertura mostrada desde el inicio por el MEC.

La experiencia del proyecto ha corroborado que las instituciones educativas públicas, presentan un espacio idóneo para dar el primer paso hacia la inclusión financiera de las mujeres y de los jóvenes en general, logrando generar nuevos conocimientos así como confianza en los sistemas financieros y sus herramientas. También ha puesto en evidencia la importancia de introducir nuevas herramientas metodológicas para lograr estos resultados. Al respecto, la aprobación del MEC del nuevo "Plan de Formación Docente" desarrollado por el proyecto para las disciplinas de educación económica y financiera o de economía y gestión, asegura que esta nueva metodología pueda seguir implementándose a futuro no sólo en los colegios con los que se trabajó, sino también en otros colegios del país.

Otro aspecto que se ha podido evidenciar a través de la intervención es la importancia de que la educación financiera introduzca de manera transversal temas de empoderamiento de las mujeres y un enfoque de género transformativo, con el objetivo de generar reflexión e impulsar cambios de actitud y comportamiento tanto en hombres como en mujeres. La introducción de estos elementos en las capacitaciones y mensajes transmitidos a través de redes sociales permitió lograr avances importantes en el empoderamiento de las jóvenes en temas económicos e incentivarlas a establecer metas de vida y trabajar para alcanzarlas.

La alianza con la SNJ abrió la posibilidad de llegar a miles jóvenes que tenían una necesidad urgente de mejorar sus conocimientos financieros, ante el inminente uso de las cuentas de ahorro a través de las cuales reciben los recursos otorgados por el programa Becas Juventud. Los becarios consideran que esta capacitación (presencial y a través de redes sociales) ha sido de gran utilidad para ellos, ya que les ha permitido sacar mayor provecho de las cuentas de ahorro, pero además aprender a administrar mejor sus recursos. Por este motivo, 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.



# Nuestros socios y aliados en Paraguay



**TEKOMBO'E HA TEMBIKUUA**  
Motenondeha  
Ministerio de  
**EDUCACIÓN Y CIENCIAS**



**KARIA'Y HA KUÑATAI REKO**  
Sambyhyha  
Secretaría  
NACIONAL  
DE LA JUVENTUD





# Sistematización MuJeR Paraguay

---

