

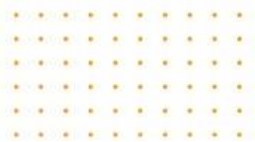


TALLER: MANOS EN LOS DATOS

¿CÓMO RECOPIRAR Y EFECTIVAMENTE USAR DATOS DE GÉNERO

JUNIO 9, 2023

11:00 AM ET US



Les damos la bienvenida...comenzaremos puntualmente a las 11:00 am EST US

Anfitriones



Moderadoras



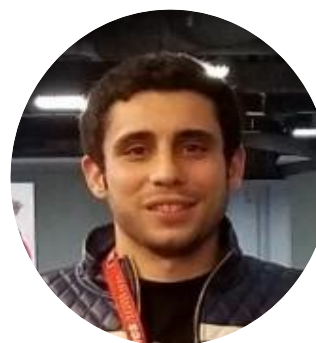
Mariana Martínez
Líder Regional - FinEquityALC

mmartinez8@worldbank.org



Barbara Magnoni
CEO - EA Consultants

bmagnoni@eac-global.com



Daniel Contreras
IT - FinEquityALC

dcontreras1@worldbank.org



Pilar Islas
EA Consultants

pilargerencia@gmail.com

Apoyo técnico y de salas



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

- Si utilizas la modalidad de **lado a lado del zoom (side by side – speaker view)**, esto te permitirá ver tanto al presentador como la presentación.
- Durante **las sesiones grupales o salas**, los participantes pueden utilizar **sus cámaras y micrófonos encendidos**.
- **Preséntate en la caja del chat** mientras comenzamos.
- Asegúrate de incluir **tu nombre completo y el nombre de tu organización** mediante la función "cambiar nombre" en "Participantes".

Panelistas



José Etchegoyen
Especialista Global – PYME y
Género, IFC



Paola Menendez Granizo
Coordinadora de Alianzas
Comerciales – Banco Pichincha
Ecuador



Víctor Morales-Oñate Gerente
de Analítica Avanzada – Banco
Pichincha Ecuador

Agenda – Taller FinEquityALC



-
- **Bienvenida** y dinámica de la jornada del Taller práctico FinEquityALC.
 - **Presentación de objetivos** del taller práctico.
 - **Encuesta** con las/los participantes y sobre **recopilación y análisis de datos de género**.
 - Experiencia **IFC: ¿Por qué importa recopilar y analizar estos datos? ¿Cuál es su utilidad?**
 - Experiencia **Banco Pichincha Ecuador recopilando y analizando datos de género** para el diseño de productos y toma de decisiones.
 - **Manos al aprendizaje:** Nos dividiremos en **salas de trabajo** en ejercicios facilitados.
 - Compartir **resultados y principales aprendizajes** de las salas de trabajo y experiencias de los participantes.
 - **Cierre y pasos a seguir.**

Duración del taller: 1 hora y media.



PREGUNTAS PARA LA COMUNIDAD FINEQUITYALC:

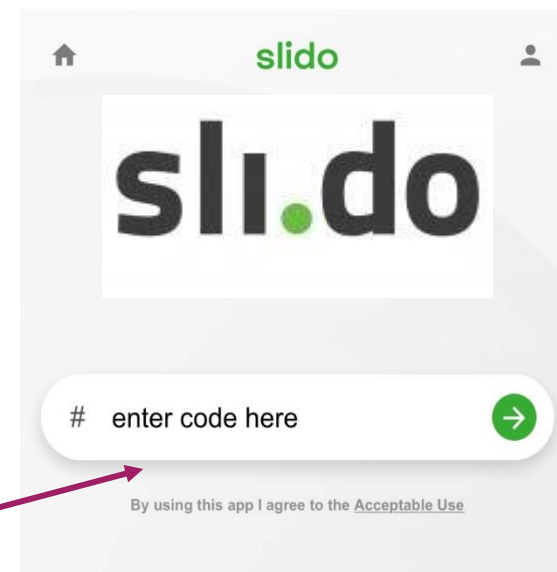
Queremos saber sobre ustedes y la recopilación y el uso de datos de género

Preguntas para la comunidad de FinEquityALC

Abre cualquier navegador en tu computadora o teléfono y escribe:

www.slido.com

Ingresa event code / código de evento:





José Etchegoyen
Especialista Global – PYME y
Género, IFC

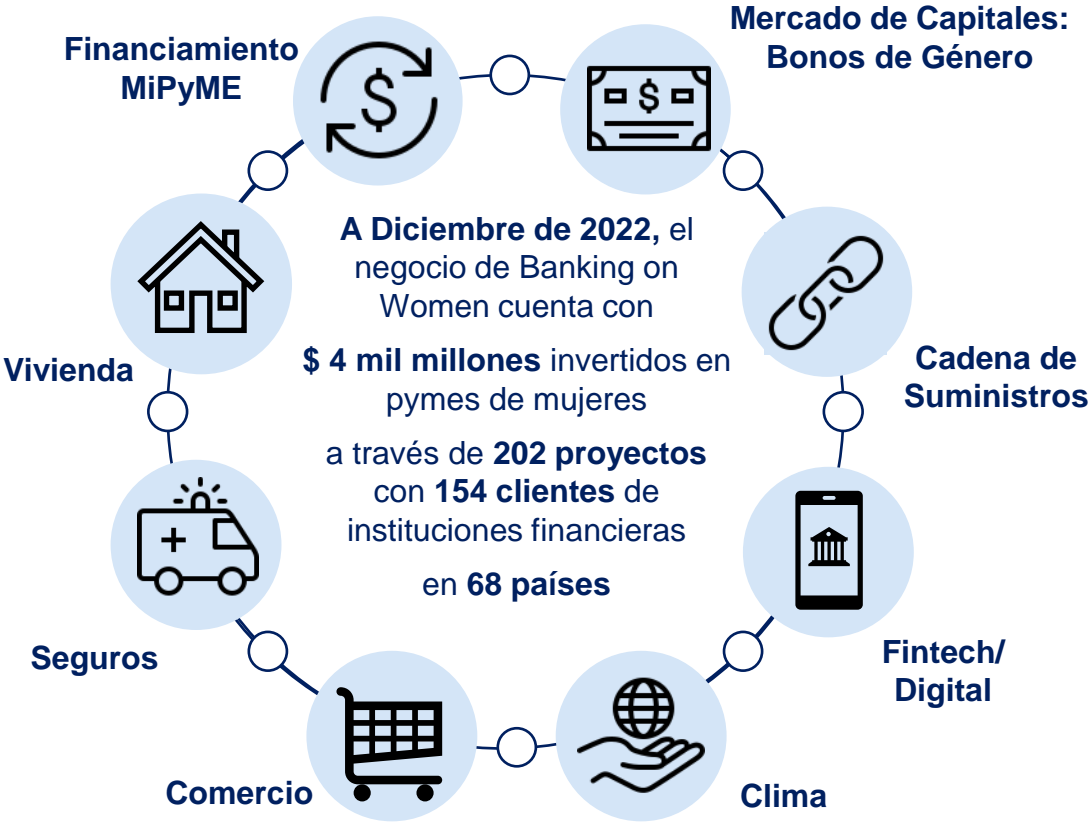
Datos Desagregados por Sexo y Propuesta de Valor

Amplia trayectoria Global en Financiamiento con Foco de Género

12 años de trayectoria aportando valor a los bancos a través de la financiación clientes de PYMES propiedad de mujeres



Alianzas



Impacto de los clientes bancarios de IFC de mercados emergentes:



- 668 mil** Mujeres empleadas
- 658 mil** Préstamos vigentes para PyMEs propiedad de mujeres
- \$15.6 billones** en préstamos vigentes para PyMEs propiedad de mujeres

Nota: ¹ Ver [IFC's website](#) para Definición de Pequeña y Mediana empresa (PyME) y empresas propiedad de mujeres

Definición de Empresa de Mujeres





¿Qué es una empresa propiedad de una mujer (“WOE”)?

Según IFC, una WOE es:

-  (a) $\geq 51\%$ propiedad de mujer/mujeres
-
-  (b) $\geq 20\%$ propiedad de mujer/mujeres; y tener ≥ 1 mujer como CEO/COO (presidenta/vicepresidenta)

¿Cuándo se considera un proyecto Pyme como Banca de Mujeres?

Para una Institución Financiera (FIG)

-  Servicios de Inversión (IS) Proyectos PYME  Al menos el 25 % del monto de la inversión bruta del proyecto debe destinarse exclusivamente a la PYME en el acuerdo legal, en la sección de "uso de los fondos"
-  Servicios de Asesoría (AS) Proyectos PYME  Al menos el 20% de los costos totales del proyecto debe asignarse a las PYMES

¿Por qué es importante recolectar y analizar datos desagregados por sexo?

La recopilación y el uso adecuados de Datos Desagregados por Sexo (DDS) ofrecen muchos beneficios para las instituciones financieras, ayudándoles a:

1

Reducir y simplificar los costos de cumplimiento

Los reguladores requieren cada vez más informes desglosados por sexo

2

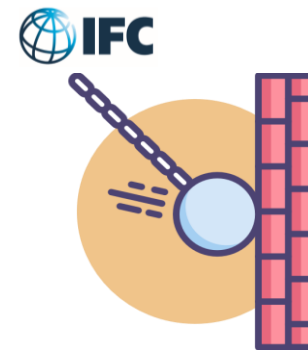
Identificar nichos comerciales rentables y desatendidos y evaluar el riesgo del cliente

3

Aumentar las oportunidades de financiamiento y apoyo

Inversionistas de impacto (como la IFC) dan prioridad a las instituciones con evidencia sólida de impactar a las mujeres empresarias

La falta de **datos DDS** es una barrera para que las instituciones financieras brinden un mejor apoyo a las clientas









Proyecto global para ayudar a los clientes de instituciones financieras a **recopilar, rastrear, monitorear y analizar** datos de cartera desagregados por sexo.

Caso de Negocio: en Todos los Segmentos

		PYME PJ – 5,185 clientes activos		PYME PN – 5,669 clientes activos		PN – 311,311 clientes activos	
		Clientes mujeres: 24.1%		Clientes mujeres : 33.2%		Clientes mujeres : 44.3%	
		Clientes hombres: 75.9%		Clientes hombres: 66.8%		Clientes hombres: 55.7%	
ACTIVOS		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
		170 clientes de activo	677 clientes de activo	1,330 clientes de activo	2,749 clientes de activo	13,626 clientes de activo	20,546 clientes de activo
		13.6% del total cartera mujer	17.2% del total cartera hombre	70.6% del total cartera mujer	72.6% del total cartera hombre	9.9% del total cartera mujer	11.8% del total cartera hombre
		Crédito med. US\$ 13,738	Crédito med. US\$ 13,961	Crédito med. US\$ 6,087	Crédito med. US\$ 7,551	Crédito med. US\$ 689	Crédito med. US\$ 844
PASIVOS		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
		1,144 clientes de pasivo	3,708 clientes de pasivo	1,766 clientes de pasivo	3,502 clientes de pasivo	126,816 clientes de pasivo	157,538 clientes de pasivo
		91.7% del total cartera mujer	94.2% del total cartera hombre	93.7% del total cartera mujer	92.4% del total cartera hombre	92.0% del total cartera mujer	90.8% del total cartera hombre
		Depósito med. US\$ 3,146	Depósito med. US\$ 3,508	Depósito med. US\$ 245	Depósito med. US\$ 443	Depósito med. US\$ 58	Depósito med. US\$ 47

*Número de clientes con clasificación de género

Caso de Negocio: Leales, Ahorradoras y Prudentes

			PYME PJ			PYME PN			PN		
Lealtad y principal	Las mujeres son clientes más leales cuando se atienden correctamente	Clients activos (%)	76.0		81.4	89.4	✓	88.4	80.2	✓	79.1
		>15 años	22.6	✓	21.7	31.7	✓	28.0	12.3	✓	11.7
		Uso productos transaccionales (%)	62.2	✓	61.0	70.0		70.8	47.3		49.4
Ventas cruzadas	Las mujeres tienden a consumir más productos y ventas cruzadas	Cross-sell (% >=2)	39.7	✓	38.5	67.1		68.9	28.0		29.5
Tendencia a ahorrar	Las mujeres tienden a ahorrar más que los hombres y a consumir más productos de inversión	Pasivos Totales (US\$ mediana)	7,786	✓	4,650	192		356	56	✓	45
		(%)	16.7		17.4	86.4	✓	85.5	91.4	✓	90.4
Comportamiento de riesgo	Las mujeres tienden a comportarse con un riesgo más positivo que los hombres	% cartera vencida	3.9	✓	6.5	5.7		4.8	5.9		5.7
		Nivel de riesgo PLD (Bajo)	20.7	✓	18.1	18.6	✓	16.0	28.9	✓	28.8
Rentabilidad	Las mujeres realizan más transacciones (por volumen)	Rentabilidad (US\$ mediana)	269		278	343		498	2.7	✓	2.3
Saldo de crédito	Las mujeres tienden a tener saldos de crédito más bajos (debido al menor tamaño de la empresa)	Activos Totales (US\$ mediana)	13,738	✓	13,961	6,087	✓	7,551	689	✓	844
		(%)	13.6	✓	17.2	70.6	✓	72.6	9.9	✓	11.8
			 Cartera total mujeres	 Cartera total hombres	 Cartera total mujeres	 Cartera total hombres	 Cartera total mujeres	 Cartera total hombres			

Caso de negocio: Rentables

Actual		
	PYMES	
	Total	Mujeres
Numero de Clientes Mercado	31,155	7,210
Numero de clientes	766 (2.45%)	205 (2.84%)
Línea Promedio Mercado	\$65,254	\$24,965
Línea Promedio	\$82,509	\$60,789

Proyección					
	2022	2023	2024	2025	2026
% Mercado	3.3%	3.5%	4.2%	4.8%	5.5%
% Mercado Mujeres	3.5%	3.8%	4.5%	5.2%	6.0%
Cantidad de Clientes	891	1141	1460	1869	2393
Cantidad Clientes Mujeres	242	329	438	561	762
% Mujeres	27%	29%	30%	31%	32%

* Solo se consideran los clientes con crédito y según definición IFC



Cross-Selling					
Creditos	0.29x	0.50x	0.70x	0.70x	0.70x
Depositos	0.51x	0.76x	1.00x	1.00x	1.00x
Total Cross-Sell	0.81x	1.25x	1.70x	1.70x	1.70x
Portafolio de Creditos					
Prestamo Promedio (US\$)	\$53,154	\$58,470	\$64,317	\$70,748	\$77,823
Cartera Total (US\$ 000)	\$11,625	\$29,424	\$61,603	\$87,742	\$124,640
Portafolio de Depositos					
Prestamo Promedio (US\$)	\$11,620	\$12,550	\$13,554	\$14,638	\$15,809
Cartera Total (US\$ 000)	\$2,836	\$3,308	\$3,858	\$4,500	\$5,249
Portafolio Quality					
NPL %	2.3%	2.2%	2.2%	2.1%	2.0%
Profitability					
Ingreso Neto (US\$ 000)	\$800	\$2,010	\$4,336	\$6,497	\$9,248
Ingreso Neto/Portafolio (ROA)	6.9%	9.8%	9.5%	8.7%	8.7%
Beneficio Anual del Proyecto	-\$20	\$1,880	\$6,066	\$12,564	\$21,811
NPV (US\$ 000)	\$28,218.0				

Perfil del Cliente



Banco BHD León

BHD León es el segundo banco comercial del sector privado en la República Dominicana.

Para convertirse en el banco preferido por las mujeres del país, **el banco necesita:**

- **Identificación de las clientas,**
- **Conocimiento de las clientas,**
- **Capacidad para desarrollar canales y productos flexibles adaptados a las necesidades, preferencias y comportamientos de las mujeres.**

Servicios de Asesoría de IFC

Investigación

IFC ayudó a BHD León a definir las necesidades específicas de los segmentos del mercado femenino utilizando una investigación de mercado centrada en el usuario, que registró las necesidades financieras, sociales y personales de las mujeres.

Diseño de producto

Junto con el Laboratorio de Innovación del Banco Mundial, IFC y el banco utilizaron la metodología del Diseño Centrado en el Ser Humano (DCH) para transformar la investigación a productos y servicios financieros y no financieros innovadores comercializados en el marco del **Programa Mujer Mujer.**

Impacto

Innovación de Productos: **Mujer Mujer**



BHD León ha desarrollado productos de ahorro, crédito y seguros combinados con servicios no financieros:

- **La Tarjeta Mujer** incluye un seguro para enfermedades como el cáncer de mama.
- **La Tarjeta Emprendedora** incluye asistencia jurídica.

Reconocimiento Público

Reconocimiento del Presidente de la República Dominicana por su iniciativa, [Premio Mujeres que Cambian el Mundo.](#)



Mujer Mujer Educación



Una Mujer Mujer no deja el futuro de sus hijos para mañana, sabe que para enseñar, primero hay que aprender.

Mujer Mujer Salud



Una Mujer Mujer quiere cuidarse y cuidarlos, se ocupa de su salud antes de preocuparse y cuando se siente bien, entrena para sentirse mejor.

Mujer Mujer Negocios



Una Mujer Mujer transforma sus objetivos en logros, convierte ideas en planes de negocio y sabe que su talento es su mejor socio.

Mujer Mujer Hogar



Una Mujer Mujer tiene las llaves de su futuro para abrir cualquier puerta, conquista grandes proyectos y construye y planifica cada día de su vida.

Mujer Mujer Vial



Una Mujer Mujer no frena, avanza, es el motor de su propio éxito, acelera las oportunidades y no dobla, sigue firme hacia su meta.

Nuevos Beneficios Tarjeta de Crédito Mujer



Tu Tarjeta Mujer de siempre cuenta con nuevos beneficios.



EXPERIENCIA GLOBAL SOLUCIONES LOCALES

Creamos Mercados, Creamos Oportunidades

Servicios de Asesoría, América Latina y el Caribe - Grupo de Instituciones Financieras (FIG)

Datos de contacto:

José Etchegoyen

Especialista Global de Banca con Enfoque de Género

Email: jetchegoyen@ifc.org



IFC

**Corporación
Financiera Internacional**
GRUPO BANCO MUNDIAL

Creamos Mercados, Creamos Oportunidades

Estrategia de género basada en datos

Banco Pichincha C.A.

Junio 2023



Paola Menendez Granizo
Coordinadora de Alianzas
Comerciales – Banco Pichincha
Ecuador



Víctor Morales-Oñate Gerente
de Analítica Avanzada – Banco
Pichincha Ecuador



Nuestro propósito

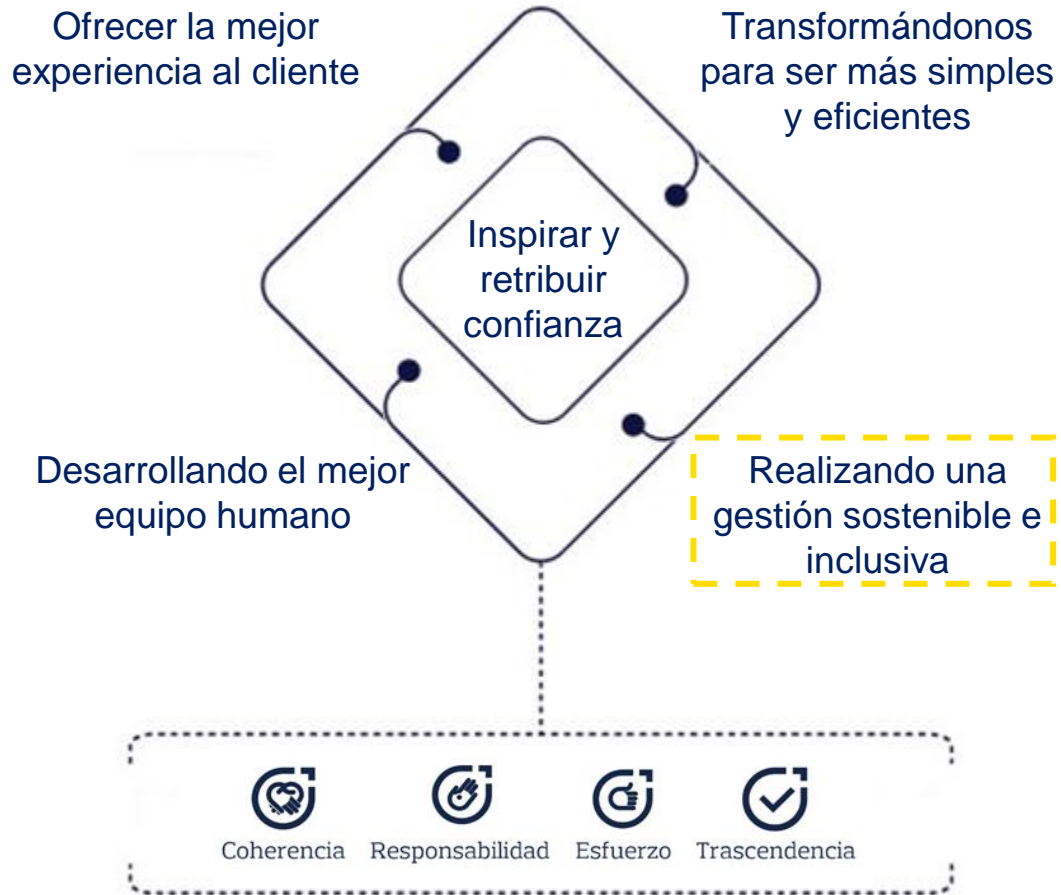
“Inspirar y retribuir confianza”



Nuestra visión


“Ser el banco más grande y mejor”

Drivers Estratégicos



Modelo de gestión sostenible



- 
- 1 ¿Existe oportunidad?
 - 2 ¿Dónde estamos como país?
 - 3 ¿Dónde estamos como institución?
 - 4 ¿Qué mejoras debemos hacer, cómo vamos a controlar las mejoras/cambios y sus resultados?

Etapas de análisis



1. Potencial de negocio



52% de la población en Ecuador son mujeres



2MM de micro, medianos o grandes emprendimientos son liderados por mujeres



13pp brecha en la tasa de empleo adecuado (24.5%-37%)



5% de mujeres ocupan posiciones de liderazgo a nivel global



11% de las pymes formales son lideradas por mujeres



49% de las PYME mujer tienen crédito o línea de crédito

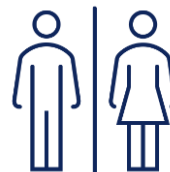


38% de las PYME mujer no ven cubiertas sus necesidades de financiamiento

2. Necesidades y oportunidades

Al 2020 teníamos
una brecha de
financiamiento entre
hombres y mujeres
Mipyme de
\$518MM

Participación
en la cartera



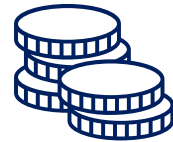
40% | Mujer

60% | Hombre

Mejor
Comportamiento
de **Pago**,
Mejores
portavoces

Ratio Vencida

3.9% | Mujer



4.1% | Hombre



De cada 10 mujeres

6 recomendaban nuestros
productos/servicios

3. Entender las necesidades desde la voz del cliente

- Las mujeres empresarias buscan sentirse seguras en su relación financiera.
- Que el banco brinde alto nivel de asesoría, organizar sus finanzas personales y negocio
- Facilitar los requisitos y el proceso de adquisición de un crédito.
- Tener un concepto de marca para sentirse identificadas.
- Personalización de la oferta financiera y no financiera.

Encuestas



Grupos
Focales

Estudios de
terceros



4. Tomar decisiones

1. Creamos una oferta integral ajustada a las particularidades de nuestras clientes
2. Fortalecimos nuestra estrategia, en 2021 nos transformamos a SER#ImpulsoMujer, a través de la cual integramos en un solo frente el desarrollo de las acciones internas y externas
3. Planteamos indicadores y métricas para medir avances
4. Capacitamos a nuestra FFVV en cómo atender a las clientes mujeres
5. Continuamos incluyendo modelos y analítica de datos para entender de mejor manera a nuestras clientes

Es mejor tener un analista clase A manejando herramientas clase C que un analista clase C manejando herramientas clase A

		TALENTO	
		A	C
HERRAMIENTAS (SOFTWARE & HARDWARE)	A	✓	✗
	C	✓	✗

5. Medir avances

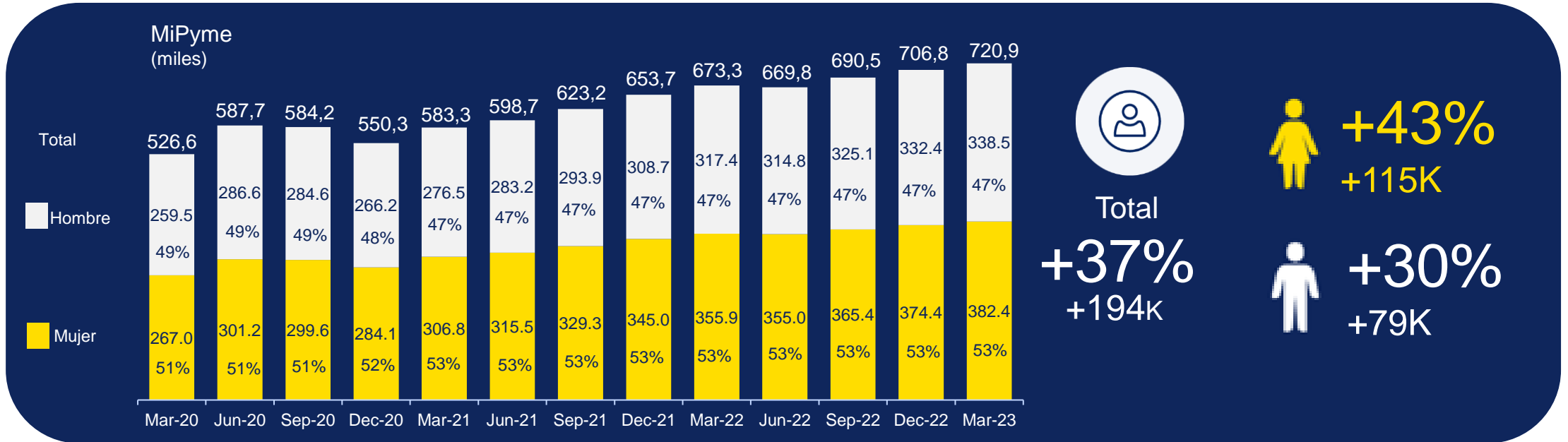
Plantemos indicadores de seguimiento y monitoreo sobre los cuales vamos midiendo nuestros avances y generamos acciones, contamos con indicadores como:

- Nuevas clientes captadas
- Clientes que usan canales digitales
- Brecha de financiamiento
- Índices de recomendación
- Desembolsos por género, entre otros.

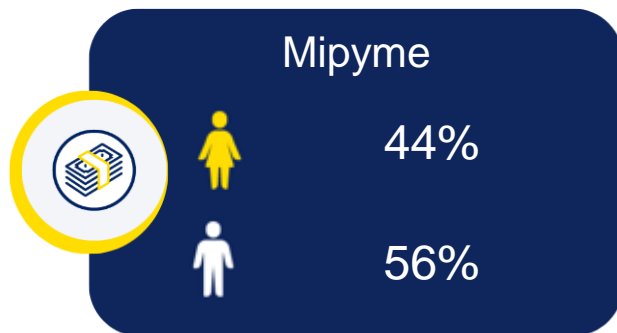


Resultados

CLIENTES



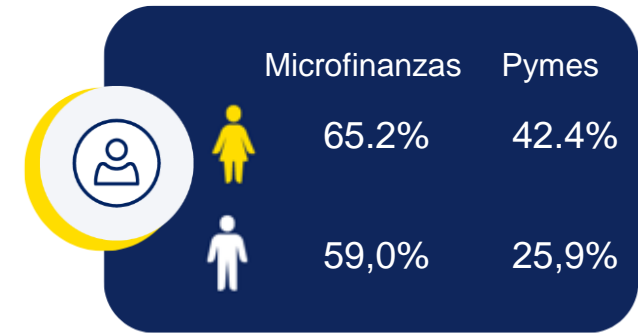
Partición en la cartera



Brecha



NPS



Conclusiones

Monitoreo y medición del impacto



Diseño/mejora de productos y servicios inclusivos



Toma de decisiones basadas en evidencia



Identificación de brechas de género en la IF



Base para entender la situación nacional



Siguientes pasos



- El Machine Learning tiene como prioridad la realizar predicciones de eventos. No obstante, entender las brechas de género amerita modelos complementarios que identifiquen la causa raíz: correlación no es causalidad.
- Incorporar modelos de inferencia causal nos abre un abanico de oportunidades para la identificación de accionables en términos de políticas de acceso y modelos de atención apropiado para las mujeres.



Muchas gracias





SALAS DE TRABAJO

DINÁMICA:

Las/los participantes tendrán la oportunidad de participar en un ejercicio facilitado donde podrán reflexionar sobre los desafíos asociados a la recopilación de datos e identificar posibles usos para estos datos en el diseño de productos y la toma de decisiones.

Resultados de encuestas cuantitativas y cualitativas a 3 segmentos

	Mujeres Microempresarias	Hombres Microempresarios	Mujeres Embarazadas Vulnerables
Ingreso mensual (US\$)	420	600	210
Ingreso anual (US\$)	5,040	7,200	2,520
Gasto anual en salud (US\$)	360	540	180
Gasto anual en medicamento (US\$)	260	400	150
Medicamentos / Gasto total en salud	72%	74%	83%
Lugar de atención para enfermedades comunes	Farmacia	Farmacia	Farmacia

COMENTARIOS CUALITATIVOS

“No es muy caro, si me enfermo, compro un medicamento en la farmacia”

– Microempresario hombre

“Espero hasta que me sienta muy mal para ir a un médico o farmacia”

– Microempresaria mujer

“Los clientes suelen decir que no tienen suficiente dinero para comprar toda su receta médica”

– Farmacia local

Analicemos en Grupos

- ¿Hay un problema social reflejado en los números?
- ¿Qué diferencias de género tienen una relevancia en el diseño de un producto?
- ¿Qué soluciones financieras (una o varias) podrían apoyar a los tres segmentos sin excluir a las mujeres?
- ¿Estas soluciones son atractivas para una entidad financiera? ¿Por qué?



CONVERSATORIO

Principales aprendizajes de las salas de trabajo


Guía de Recursos FinEquityALC

- 

1 **Guía de Recursos FinEquityALC: Incorporación del diseño inteligente de género en los servicios financieros**

Esta guía incluye recursos prácticos, enfoques y soluciones comprobadas para el diseño inteligente de género en los servicios financieros.
 - 

2 **Guía de Recursos FinEquityALC: Diversidad de género y desarrollo de liderazgo en servicios financieros**

Esta guía incluye recursos prácticos, enfoques y soluciones comprobadas para ampliar la diversidad de género en el liderazgo y la fuerza laboral en el sector de los servicios financieros.
 - 

3 **Guía de Recursos FinEquityALC: Datos y análisis de género**

Esta guía incluye recursos prácticos, enfoques y soluciones comprobadas para el diseño inteligente de género en los servicios financieros.
- Las guías incluyen una lista seleccionada de recursos prácticos (estudios de casos, herramientas, publicaciones, soluciones comprobadas y más) para promover la inclusión financiera de las mujeres en América Latina y el Caribe.
 - Pretenden servir como un marco de referencia para los actores del sector financiero.
 - Fueron desarrolladas, en colaboración con USAID, tomando en cuenta los aportes de los miembros y las necesidades de la comunidad de FinEquityALC.



Foto: CGAP.

¡Muchas gracias por participar!

CONÉCTATE CON FINEQUITYALC:



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



FinEquity ALC - Comunidad de Práctica



mmartinez8@worldbank.org

Suscríbete a nuestro boletín y forma parte de la comunidad:

<http://eepurl.com/gE-3bf>