



El empoderamiento económico de la mujer mediante la inclusión financiera

Una revisión de la evidencia actual y las brechas que aún existen

Autores

Kyle Holloway
Zahra Niazi
Rebecca Rouse

Las opiniones expresadas en este informe son de los autores y no reflejan las opiniones de Innovations for Poverty Action o sus filiales de investigación.

Agradecimiento

Agradecimiento especial a Laura Burke y David Batcheck, de Innovations for Poverty Action.

Agradecemos sinceramente a los siguientes expertos que brindaron su asesoría técnica y sus observaciones sobre las diferentes versiones de este informe: Simone Schaner y Russell Toth. Los autores quisieran agradecer a los investigadores que participaron en el taller de investigación sobre la inclusión financiera de la mujer en noviembre de 2016: Jenny Aker, Emily Breza, Leora Klapper, Natalia Rigol y Simone Schaner, así como a la Fundación Bill & Melinda Gates por su apoyo para este proyecto.

Foto de la portada: Tugela Ridley

Innovations for Poverty Action (IPA) es una organización sin ánimo de lucro que descubre y promueve soluciones eficaces a los problemas mundiales de pobreza. IPA diseña, evalúa y perfecciona rigurosamente estas soluciones y sus aplicaciones junto con investigadores y responsables locales de la toma de decisiones, garantizando el uso de pruebas para mejorar las vidas de los menos favorecidos del mundo. Nuestras alianzas bien establecidas en los países donde trabajamos y una sólida comprensión de los contextos locales nos permiten llevar a cabo investigaciones de alta calidad. Esta investigación ha servido como base para cientos de programas exitosos que tienen un impacto importante para millones de personas en todo el mundo.

www.poverty-action.org

Las mujeres y la inclusión financiera

El aumento del acceso y el uso de productos y servicios financieros de calidad son esenciales para el crecimiento económico inclusivo y la reducción de la pobreza. Las investigaciones demuestran que cuando las personas participan en el sistema financiero, son más capaces de gestionar el riesgo, emprender o invertir en un negocio, y financiar grandes gastos como la educación o las reparaciones domésticas (por ejemplo, Ashraf et al., 2010, Dupas y Robinson, 2013b, Cull et al., 2014).

El aumento de la inclusión financiera de la mujer es especialmente importante, ya que entre las mujeres existen desproporcionados niveles de pobreza como resultado de la división desigual del trabajo y de la falta de control sobre los recursos económicos. Muchas mujeres siguen dependiendo de sus maridos, y cerca de una de cada tres mujeres casadas en países en desarrollo no tiene control sobre el gasto de los hogares en compras importantes (Naciones Unidas, 2015). A aproximadamente una de cada diez no se le consulta sobre cómo se deberían utilizar sus propios ingresos (Naciones Unidas, 2015). Además, las mujeres suelen tener oportunidades más limitadas para educarse, para obtener un empleo fuera del hogar, para poseer bienes y tierras, para heredar y en general para tener mayor control sobre sus futuros financieros.

A pesar de que en los últimos años se han logrado importantes avances en la ampliación del acceso a los servicios financieros formales en los países en desarrollo, aún existe una brecha importante en el acceso entre hombres y mujeres. Esto se ilustra mediante una medida básica de inclusión financiera: la titularidad de cuentas bancarias. A nivel mundial, solo el 58 por ciento de las mujeres tiene una cuenta en una institución financiera formal, en comparación con el 65 por ciento de los hombres (Demirgüç-Kunt et al., 2015). Esta brecha de género es aún más pronunciada entre hombres y mujeres en los mercados en desarrollo: la mayor brecha, de 18 puntos porcentuales, se observa en el sur de Asia (Demirgüç-Kunt et al., 2015).

Proporcionarles a las mujeres de bajos ingresos en todo el mundo instrumentos financieros eficaces y asequibles para ahorrar y solicitar créditos, realizar y recibir pagos y gestionar el riesgo es fundamental tanto para el empoderamiento de las mujeres como para la reducción de la pobreza. Sin embargo, el camino hacia una mayor inclusión financiera de la mujer depende de la creación de un sistema financiero más inclusivo en términos de género que pueda superar las barreras específicas de la demanda y la oferta a las que se enfrentan las mujeres, con el respaldo de un entorno regulador inclusivo. Estas barreras van desde algo tan básico como la falta de bienes para dar en garantía a restricciones más estructurales, como los requisitos de apertura de cuentas que dejan a las mujeres en desventaja. La Figura 2 resume algunas de las posibles barreras a las que se enfrentan las mujeres para acceder a los servicios y productos financieros.

Si bien existe un creciente volumen de pruebas relacionado con el impacto de la inclusión financiera y la importancia del diseño de producto adecuado para lograr los resultados deseados en el impacto del bienestar, todavía falta mucho por aprender acerca de las formas en que los productos y servicios financieros formales pueden contribuir al empoderamiento económico de la mujer. En esta revisión pudimos verificar que, en general, los proveedores de servicios financieros y otras partes interesadas pueden aprovechar las características de un diseño de producto adecuado para superar algunas de estas barreras para la inclusión financiera de la mujer. Aun así, las restricciones sociales más amplias relacionadas con el poder de negociación dentro del hogar y la condición social de la mujer pueden seguir limitando el impacto de la inclusión financiera sobre el empoderamiento económico. Es necesario disponer de más pruebas con respecto a estrategias eficaces enfocadas en el producto para superar estas barreras y mejorar los resultados del empoderamiento económico de la mujer.

FIGURA 1

Titularidad de cuentas formales por género

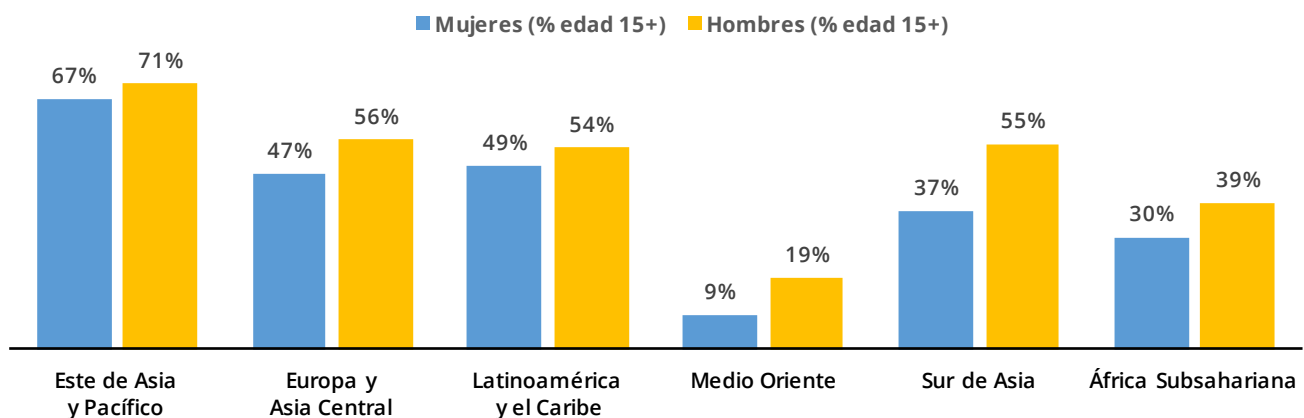


FIGURA 2

Barreras de género a la inclusión financiera

Barreras del lado de la demanda	Barreras del lado de la oferta	Barreras jurídicas y normativas
Falta de poder de negociación dentro del hogar	Ofertas de productos inadecuadas	Requisitos de apertura de cuenta que dejan a las mujeres en desventaja
Concentración en actividades económicas de menor remuneración	Falta de políticas y prácticas específicas al género para el diseño y comercialización de productos	Obstáculos a la identificación formal
Demandas en competencia sobre el tiempo de las mujeres relacionadas con el trabajo doméstico no remunerado	Canales de distribución inadecuados	Impedimentos jurídicos para poseer y heredar bienes para dar en garantía
Falta de activos para dar en garantía		Falta de sistemas de información crediticia igualitarios
Falta de identificación formal		
Movilidad reducida por limitaciones de tiempo o normas sociales		
Menores porcentajes de propiedad de teléfonos móviles entre las mujeres, necesarios para acceder a muchos productos digitales		

El resto de este documento está organizado por producto y presenta las pruebas actuales sobre el impacto del ahorro, los créditos, los pagos y los productos de seguros sobre los resultados del empoderamiento económico de la mujer, así como las preguntas abiertas en cada área que aún no tienen respuesta. Los estudios incluidos en esta revisión se limitan a aquellos diseñados como pruebas controladas aleatorizadas (PCA), ampliamente considerados como el criterio de referencia para las metodologías de evaluación de impacto.

El ahorro

La capacidad de gestionar el riesgo y suavizar el consumo frente a las crisis o pérdidas de ingresos es un componente esencial del empoderamiento económico de la mujer. A pesar de que existe un gran número de investigaciones que respaldan la importancia del ahorro a nivel individual y macroeconómico (véase Karlan et al. 2014), las mujeres del mundo en desarrollo exhiben de forma sistemática niveles más bajos no solo en la titularidad de cuentas, sino también en los porcentajes de los saldos de ahorro formales. La mayor brecha de género en los ahorros formales se observa nuevamente en el Sur de Asia.

Las últimas investigaciones en este espacio han comenzado a explorar el impacto de los productos de ahorro accesibles sobre el ahorro y los gastos de las mujeres. También se han analizado las preferencias únicas de las mujeres en torno a la liquidez y el control del producto, y cómo los cambios en el diseño pueden afectar el uso de los productos de ahorro, así como el destino final de sus ahorros.

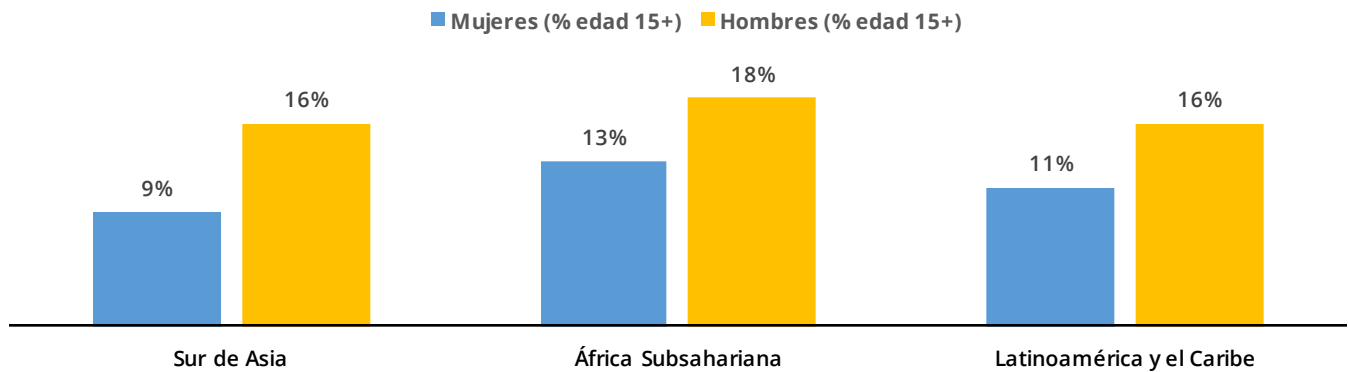
Cuentas simplificadas para eliminar barreras de entrada

Una de las barreras para el acceso y el uso de cuentas de ahorro formales entre las mujeres podría ser el costo asociado con la apertura y el mantenimiento de las cuentas. La oferta de cuentas simplificadas o de bajo costo puede ser una forma de superar esta barrera de entrada y mejorar los niveles de titularidad de cuentas entre las mujeres. Sin embargo, la evidencia sobre el impacto de estas cuentas simplificadas es mixta.

Un estudio realizado en Chile encontró, por ejemplo, que las personas (en un 91 por ciento mujeres) que recibieron una cuenta de ahorro libre al azar no solo redujeron la deuda a corto plazo en un 20 por ciento, sino también los recortes de consumo asociados con una perturbación negativa en los ingresos en comparación con aquellas que no habían recibido una cuenta (Kast y Pomeranz, 2014). Del mismo modo, en Nepal, los investigadores estudiaron el efecto de ofrecer cuentas fácilmente accesibles y sin tasas a las mujeres cabeza de familia en barrios marginales. Las cuentas demostraron ser muy populares, ya que un 84 por ciento de mujeres abrió una cuenta y un 80 por ciento realizó al menos dos depósitos en el primer año. Aunque no hay pruebas que sugieran que las cuentas lleven a un aumento en los activos, las mujeres en el grupo de tratamiento sí aumentaron el gasto en educación, compras de carne y pescado y festivales y ceremonias (Prina, 2015). La investigación de seguimiento sugiere que el acceso financiero entre estas mujeres cabeza de familia no bancarizadas condujo a un aumento en los niveles de escolaridad de las hijas y las aspiraciones educativas.

FIGURA 3

Porcentaje de adultos que ahorraron en una institución financiera formal el año pasado, por género



Fuente: Base de datos Global Findex de 2014

que los padres tenían para ellas (Chiapa et al., 2015). Las cuentas también ayudaron a los hogares a responder mejor a las emergencias de salud. Los hogares con una cuenta exhibieron una caída menor en los ingresos después de una perturbación de salud en comparación con aquellos sin una cuenta. Ambos estudios sugieren que las cuentas simplificadas tienen como resultado efectos posteriores positivos.

Por el contrario, un estudio en la India dirigido a mujeres de bajos ingresos como parte de un programa de bienestar público encontró que simplemente ofrecer cuentas básicas de ahorro no tuvo impacto sobre el empleo de las mujeres, los ingresos y el porcentaje de utilización de estas cuentas (Field, 2016a). Los investigadores encontraron, sin embargo, que la formación básica sobre las características de la cuenta sí tuvo como resultado un mayor uso, lo que sugiere que la educación financiera básica y el conocimiento técnico podrían haber sido una barrera para el uso de la cuenta en lugar de acceso. Del mismo modo, las evidencias de un estudio realizado en Uganda, Malawi y Chile demuestran que ofrecer cuentas de ahorro simplificadas a las personas (en más de un 55 por ciento mujeres) no resultó en un aumento significativo en los ahorros o en impactos posteriores positivos como inversiones en un negocio o gastos en educación o salud (Dupas et al., 2016). Estos resultados sugieren que se requiere mayor investigación para entender las barreras específicas para el uso de cuentas financieras formales entre las mujeres con el fin de diseñar productos y políticas con mayor probabilidad de éxito.

Preferencias de (i)liquidez y control

Las mujeres pueden exhibir diferentes preferencias con respecto a los niveles de liquidez y privacidad en sus productos de ahorro, dependiendo de sus metas de inversión personal y familiar, así como su poder de negociación dentro de sus hogares. Por ejemplo, un estudio en una zona rural de Kenia le ofreció a las parejas casadas la oportunidad de abrir hasta tres cuentas: una

cuenta conjunta y cuentas individuales en nombre del marido y/o la esposa. A cada cuenta le fue asignada aleatoriamente una de cuatro tasas de interés temporales (entre 0 por ciento y 20 por ciento de rendimiento anual) para incentivar el ahorro en las cuentas. El estudio encontró que las grandes subvenciones temporales de tasas de interés sobre las cuentas individuales llevaron a un aumento de los ingresos a través de inversiones en actividades empresariales a largo plazo, mientras que los subsidios en la cuenta conjunta no tuvieron impacto en los ingresos, sino que condujeron a un aumento en las inversiones en activos de los hogares, como reparaciones domésticas o ganado. Las parejas que recibieron altas tasas de interés en su cuenta conjunta informaron mayores niveles de acuerdo sobre el uso de esa cuenta.

Estos resultados sugieren que los ahorros que se comparten explícitamente entre los cónyuges están sujetos a diferentes demandas y usos que los ahorros de propiedad individual. Esto podría tener implicaciones para las preferencias de las mujeres en cuanto a privacidad y control sobre sus ahorros, especialmente en contextos en los que las mujeres tienen menor poder de negociación dentro del hogar (Schaner, 2016).

Las pruebas también sugieren que las cuentas de depósito diseñadas para restringir el acceso y reducir la liquidez de los ahorros pueden ayudarle a las personas sujetas a altas demandas sociales y dentro del hogar a ahorrar más. Las pruebas de producto en Malawi (Brune et al., 2015) y Kenia (Dupas y Robinson, 2013a, 2013b) sugieren que las cuentas ilíquidas con costos de retiro significativos o vinculadas a un compromiso específico pueden ser eficaces para estimular el ahorro para clientes que deben enfrentar demandas importantes sobre sus ingresos fuera del hogar. En Filipinas, ofrecer una cuenta de compromiso con el ahorro llevó a un aumento de los gastos en bienes duraderos orientados a las mujeres, como máquinas de coser y electrodomésticos de cocina para mujeres casadas con un bajo poder de negociación (Ashraf et al., 2006, 2010).

Además, ciertas características de producto, cuyo fin es aumentar el acceso, pueden por el contrario tener como resultado una disminución en los niveles de uso, ya que la liquidez adicional que ofrecen puede reducir el control de una mujer sobre la cuenta. Un estudio en Kenia encontró que ofrecer tarjetas de cajero automático gratuitas, lo cual aumentaba la accesibilidad de las cuentas y reducía las tasas de retiro, tuvo como resultado que las personas con mayor posición en el hogar (hombres en su mayoría) usaban la cuenta con más frecuencia, mientras que las personas con bajo poder de negociación en el hogar (mujeres en su mayoría), las usaban menos (Schaner, 2015).

En zonas donde el acceso a una institución financiera formal tradicional representa una barrera, los modelos de grupos de ahorro como las Asociaciones de Ahorro y Crédito Rotativo (AACR) o las Asociaciones Rurales de Ahorro y Crédito (ARAC) pueden ser soluciones eficaces. De hecho, los estudios no controlados en Kenia sostienen que el uso de modelos AACR por parte de las mujeres es consistente con una preferencia por salvaguardar sus ahorros del consumo inmediato de su esposo, especialmente para aquellas con fuentes de ingresos independientes (Anderson y Baland, 2002). Tradicionalmente, estos grupos han sido vehículos de capital de inversión entre las mujeres sin historia crediticia y sin garantía para que puedan tener acceso a créditos. Sin embargo, un modelo tradicional AACR en el que los participantes reciben un pago único, a veces determinado por lotería, puede ser inapropiado como una herramienta para suavizar el consumo, donde se requiere un acceso más flexible al dinero. La evidencia de Malí demuestra que cambiar la estructura del grupo de ahorros para mejorar la flexibilidad puede conducir a resultados positivos en la capacidad de las mujeres para manejar las perturbaciones negativas de ingresos. Las mujeres de estos grupos de ahorro flexibles aumentaron sus ahorros en un 31 por ciento con respecto al grupo de control, tenían un 10 por ciento menos probabilidades de sufrir inseguridad alimentaria, y las explotaciones ganaderas, una forma de almacenar riqueza en Malí, aumentaron en un 13 por ciento (Beaman et al., 2014).

Estos hallazgos sugieren que los ajustes de diseño que tienen en cuenta las necesidades y preferencias específicas de las mujeres pueden mejorar su acceso a los productos de ahorro, así como el impacto de esos ahorros en las inversiones y la capacidad de suavizar el consumo frente a las perturbaciones de ingresos. Sin embargo, quedan muchas preguntas abiertas sobre el diseño y entrega de producto óptimos para las mujeres:

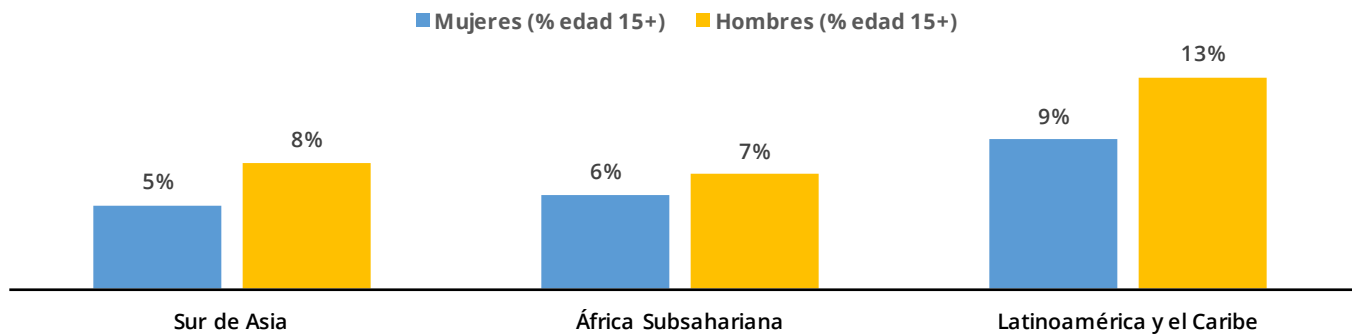
- **Diseñar productos de ahorro para los diferentes momentos de la vida de la mujer**
¿Cómo se deben orientar las intervenciones en los diferentes momentos de la vida de la mujer para maximizar el impacto? Los investigadores deben explorar las formas en que pueden diseñarse los productos de ahorro teniendo en cuenta ciertos objetivos o momentos del ciclo de vida. Por ejemplo, las necesidades y preferencias financieras de las mujeres son diferentes durante la adolescencia que

en el matrimonio o en la vejez. Del mismo modo, los productos de ahorro deben estar diseñados y ser dirigidos a las mujeres y abordar sus necesidades específicas en ese momento de su ciclo de vida, por ejemplo, una mujer embarazada podría tener necesidad de ahorrar para la atención prenatal, mientras que una niña adolescente podría necesitar ahorrar más para su educación. Las mujeres con hijos podrían ser más reacias al riesgo y, en ausencia de pólizas de seguros, tendrían la necesidad de obtener productos de ahorro para ayudar a mitigar las perturbaciones en los ingresos.

- **Incorporar innovaciones en productos y canales digitales**
Las innovaciones en las finanzas digitales pueden mejorar el impacto de los productos de ahorro, por ejemplo, al reducir los costos por transacción, aumentar la privacidad y el control, o construir historiales de transacciones. Los investigadores deben estudiar el impacto de los productos y canales digitales en la adopción y el uso de productos de ahorro, así como la forma en que las características como aplicaciones y mensajes pueden mejorar los resultados del ahorro entre las mujeres y la capacidad de realizar las inversiones y los gastos deseados a través de los ahorros. ¿Qué características de diseño de producto maximizan el control y la privacidad de un titular de cuenta?
- **Probar qué sucede cuando las AACR pasan a la fase digital**
Si la dinámica de grupo de AACR es un componente clave para su éxito, ¿pueden diseñarse herramientas financieras digitales de forma que se conserve este componente? ¿Existen ventajas en la incorporación de herramientas digitales? Un estudio de Filipinas que evalúa el impacto de la banca móvil en grupos de microfinanzas mixtos encontró que estas herramientas llevaron a una disminución del 20 por ciento en los saldos diarios promedio y en la frecuencia de los depósitos a lo largo de dos años (Harigaya, 2016). Este trabajo preliminar subraya la necesidad de experimentación adicional en torno al papel de las herramientas financieras digitales y las AACR.
- **Entender completamente las barreras de adopción**
Las barreras de adopción y uso de los productos de ahorro van más allá del costo y la proximidad física a los puntos de servicio. Los investigadores deben seguir explorando las barreras de adopción y uso tanto de la demanda como de la oferta, para determinar las estrategias de diseño y distribución más eficaces para las mujeres o la combinación más eficaz de características de diseño.
- **Comprender completamente los mecanismos detrás de la toma de decisiones financieras en el hogar**
La evidencia preliminar sugiere que las características del producto pueden contribuir a cambios en el comportamiento del ahorro de las mujeres si

FIGURA 4

Porcentaje de adultos que solicitaron créditos de una institución financiera formal el año pasado por género



Fuente: Base de datos Global Findex de 2014

incorporan herramientas para mantener un mayor control sobre los activos. Las futuras investigaciones deben buscar entender quién toma las decisiones relativas a los gastos dentro del hogar y realizar pruebas para determinar los mejores mecanismos mediante los cuales los productos pueden ayudar a aumentar el poder de negociación de las mujeres. ¿Cuánto pueden estos cambios en el control alterar el poder de negociación dentro del hogar a largo plazo, así como crear efectos positivos en otras áreas?

Crédito

Las mujeres siguen estando rezagadas respecto a los hombres en términos de uso de productos de crédito formales según la última encuesta de Global Findex. Los primeros modelos de microfinanzas que ofrecían créditos de responsabilidad colectiva a pequeños grupos de mujeres se basaban en el supuesto de que las mujeres tenían más limitaciones de crédito que los hombres y, por lo tanto, ampliar el acceso de las mujeres al crédito podría conducir a mayores inversiones en actividades generadoras de ingresos y mejoras de bienestar para el hogar.

Sin embargo, las pruebas sobre el impacto que tiene el acceso al crédito sobre las empresarias indican que tiene poco o ningún efecto transformador en el consumo o en los resultados de empoderamiento de la mujer. Una evaluación aleatoria de un programa de microcrédito grupal en Hyderabad, India, no encontró un aumento de los beneficios entre la mayoría de las empresas estudiadas y ningún cambio en un conjunto de indicadores de empoderamiento de la mujer o en los gastos de los hogares en salud o educación, que pueden ser indicativos de un mayor poder de negociación femenino dentro de la familia (Banerjee et al., 2015). Otro estudio de Mongolia concluyó que el acceso de las mujeres a un modelo de microcrédito de créditos colectivos llevó a aumentos en los porcentajes de creación de empresas y modestas mejoras en los beneficios y la

nutrición (Attanasio et al., 2015). Otros investigadores en México encontraron efectos modestos en el tamaño de las empresas y la toma de decisiones femeninas en una evaluación aleatoria del microcrédito, pero no consideran que estos resultados sean “transformadores” (Angelucci et al., 2015). Del mismo modo, los estudios también han encontrado retornos de capital limitados para las empresas de propiedad femenina. Un estudio realizado en Sri Lanka reveló que las subvenciones en efectivo generaban grandes aumentos de utilidades para las empresas de propiedad masculina, pero no para las mujeres. (De Mel et al., 2009). Un estudio similar en Ghana encontró que las donaciones en efectivo a las mujeres empresarias no produjeron un rendimiento significativo del capital, pero los regalos en especie de inventarios o equipos a las mujeres demostraron un rendimiento medio significativo entre las empresas femeninas exitosas, una diferencia significativa entre las mujeres pero no entre los hombres. El efecto del tratamiento en efectivo fue más positivo para los individuos con mayor autocontrol, lo que sugiere que el suministro de capital en especie puede ayudar a los emprendedores con un problema de autocontrol a mantener el capital invertido en la empresa (Fafchamps et al., 2014).

Estos resultados mixtos sugieren que las barreras para el emprendimiento femenino y el crecimiento de los ingresos pueden ir más allá de las restricciones de crédito o de capital.

Nivel de control sobre las decisiones de inversión

Varios estudios arrojan alguna luz sobre por qué el acceso de las mujeres al crédito no está teniendo como resultado impactos significativos en los ingresos y el bienestar. Existen pruebas que sugieren que el impacto potencial de las intervenciones de crédito puede verse afectado por las relaciones interpersonales dentro del hogar y el grado de autonomía que tiene una mujer sobre la toma de decisiones financieras. En el estudio de

Sri Lanka mencionado anteriormente, las subvenciones generaron grandes aumentos en los beneficios para los propietarios varones, pero no para las propietarias, siendo la brecha de género mayor en las industrias dominadas por las mujeres. Las mujeres con mayor poder de decisión y maridos más cooperativos invirtieron una mayor proporción de la subvención en capital de trabajo, con retornos positivos (De Mel et al., 2009). En Uganda, un estudio que ofrecía una combinación de subvenciones o créditos subvencionados con formación a hombres y mujeres emprendedores no encontró ningún efecto en las empresas femeninas ni con respecto al capital ni en la formación. Sin embargo, los resultados demostraron grandes efectos (54 por ciento más beneficios) para los hombres con acceso a créditos combinados con formación (Fiala, 2015a). El trabajo de seguimiento (Fiala, 2015b) discute cómo la ineficiencia en las decisiones de los hogares puede perjudicar los resultados empresariales. Los resultados revelan que esta ineficiencia se reduce cuando las mujeres tienen más control sobre el dinero en el hogar.

Obstáculos sociales al emprendimiento

Las investigaciones sugieren que existen barreras no financieras que pueden jugar un papel en mantener a las mujeres en empresas de pequeña escala y de bajos ingresos, o impedirles que inicien empresas. Estas barreras incluyen restricciones potenciales a la movilidad de las mujeres, bajos niveles de capital humano y demandas sobre el tiempo de las mujeres, como por ejemplo el cuidado infantil (International Finance Corporation, 2011). Abordar primero estas barreras puede conducir a una mayor inversión en actividades generadoras de ingresos, a una mayor demanda de productos de crédito y a mayores ganancias.

En la India, los investigadores probaron el impacto de los efectos de pares en un programa de formación en microemprendimiento orientado a las mujeres de bajos ingresos, en el que los participantes podían traer un amigo, en lugar de asistir solos. El estudio encontró que la demanda para el programa de formación empresarial era mayor entre las mujeres que podían traer a un/a amigo/a, y que las mujeres que asistieron con un/a compañero/a tenían más probabilidades de solicitar créditos y reportar un aumento de la actividad empresarial, los gastos y los ingresos. Estas mujeres también tenían menos probabilidades de referirse a sí mismas como "amas de casa" en la encuesta de seguimiento. Los resultados sugieren que el cultivo de una red de apoyo social puede desempeñar un papel importante para superar las barreras sociales al emprendimiento entre las mujeres y aumentar su demanda de productos formales de crédito. Estos efectos fueron especialmente pronunciados entre las mujeres de castas con normas sociales más restrictivas, lo que sugiere que estas mujeres se beneficiaron más de su red de pares (Field et al., 2016b).

Si bien la inversión en una microempresa puede conducir a aumentos de ingresos por lo menos modestos, la evidencia sugiere que las limitaciones crediticias no

son los únicos factores en juego que pueden limitar el espíritu emprendedor y el crecimiento de los negocios de las mujeres en el mundo en desarrollo. Los investigadores deben continuar explorando el papel de las normas de género y el poder de negociación dentro del hogar en los resultados empresariales de las mujeres y probar innovaciones en productos y programas que pueden dirigirse directamente a las preferencias y desafíos únicos de las mujeres.

- **Entender los mecanismos tras la elección de actividad empresarial de las mujeres**
¿En qué medida la selección de la actividad empresarial se ve afectada por las normas de género vigentes u otros factores conexos, tales como las demandas competitivas del tiempo de una mujer? ¿Cómo afectan estos factores a sus decisiones de invertir, y/o a su retorno de las inversiones? ¿Pueden los productos financieros tener un impacto sobre las decisiones generadoras de ingresos? ¿Cuál es la mejor manera de crear productos que satisfagan las necesidades de los negocios de las mujeres?
- **Diseñar productos para mejorar el control de las mujeres sobre las decisiones de inversión y de gastos**
Para las mujeres con poder de negociación limitado en el hogar, ¿cómo pueden las características de diseño de producto mejorar su capacidad para controlar la toma de decisiones en torno a las inversiones y los gastos? Por ejemplo, ¿pueden las innovaciones en las finanzas digitales mejorar el acceso y la aceptación de productos de crédito entre las mujeres? ¿Conducen estas características a mejorar la generación de ingresos o los resultados empresariales?
- **Diseñar productos para aumentar la rentabilidad de las mujeres microempresarias**
¿Existen cambios de diseño simple en los productos financieros actuales que pueden afectar la rentabilidad de las empresas de propiedad de mujeres? Por ejemplo, un estudio realizado en la India reveló que el simple hecho de ofrecer periodos de gracia, que proporcionaban una mayor flexibilidad en el pago de los créditos a mujeres microempresarias, tuvo como resultado un aumento en los ingresos familiares y en los beneficios empresariales a largo plazo (Field et al, 2013). Se necesita más investigación sobre cómo se pueden modificar los productos de crédito actuales para mejorar los resultados empresariales de las mujeres, lo que podría tener efectos posteriores positivos.
- **Entender los desincentivos a la inversión de las mujeres en un negocio**
Las mujeres pueden no tener motivos para hacer crecer su negocio si no tienen control sobre los ingresos que obtienen. Los investigadores deben analizar el impacto de los productos y servicios que le proporcionan a las mujeres un mayor control sobre los ingresos de su trabajo, para explorar los posibles impactos en las opciones de inversión.

- **Determinar si otros servicios secundarios mejoran el impacto del microcrédito**

¿Existen productos o servicios no financieros que pueden superar las barreras sociales del emprendimiento para mejorar el impacto del endeudamiento? ¿Cuáles son las barreras específicas al emprendimiento que enfrentan las mujeres, más allá de las limitaciones crediticias, y cuáles son las intervenciones más efectivas que pueden superarlas? ¿Cómo interactúan estas intervenciones con el acceso al crédito?

- **Comprender el impacto del crédito al consumo**

No todo el crédito se utiliza para las actividades empresariales. ¿Se enfrentan las mujeres a preferencias únicas por los productos de crédito al consumo? ¿Existen barreras específicas de la demanda o de la oferta que afectan el acceso al crédito al consumo? ¿Cuál es el impacto del crédito al consumo en el bienestar general del hogar y las decisiones de las mujeres en torno a los gastos?

Pagos

Los productos de pago han surgido como una de las herramientas más prometedoras para la inclusión financiera en los últimos años y pueden servir como trampolín para otros productos y servicios financieros formales, por ejemplo, a través de prestaciones sociales o pagos salariales. Las finanzas digitales han abierto la puerta a una mayor innovación en el diseño de productos de pago, reduciendo algunas de las barreras tradicionales a la inclusión financiera como los costos de transacción y el tiempo ahorrado en viajar hacia y desde una sucursal bancaria. Estos costos son especialmente pertinentes para las mujeres y pueden ser una barrera significativa de adopción y uso. Las mujeres también son cada vez más el principal receptor de los programas de protección social y es por este motivo que la digitalización de los pagos de estos programas de protección social y su vinculación con los productos financieros formales podría ser una forma de atraer a las mujeres al sector financiero formal.

Sin embargo, para acceder a muchos tipos de productos digitales, se necesita tener acceso a un teléfono móvil. Las mujeres en promedio tienen 14 por ciento menos posibilidades de poseer un teléfono móvil que los hombres, lo que se traduce en 200 millones menos mujeres que poseen teléfonos móviles (GSMA 2015). Además, incluso cuando las mujeres poseen un teléfono móvil, lo utilizan con menor frecuencia que los hombres. Sin embargo, la investigación inicial sobre pagos digitales demuestra que pueden proporcionar a las mujeres más privacidad y mayor control sobre sus transacciones financieras y flujos de ingresos, ayudando a superar algunos de los desafíos que enfrentan las mujeres en las decisiones de ahorro e inversión. De hecho, un estudio de panel reciente sugiere que el dinero móvil puede contribuir al alivio de la pobreza de las mujeres en Kenia (Suri y Jack, 2016).

Privacidad y control

La investigación inicial ha demostrado que los productos diseñados para ofrecer a las mujeres acceso independiente a los flujos de ingresos pueden ayudar a limitar las demandas sociales y aumentar el poder de decisión del titular de la cuenta. En la India, los investigadores probaron el impacto de depositar los salarios de las mujeres del programa asistencial de trabajo de la India en sus cuentas bancarias personales, frente a las cuentas de propiedad del jefe del hogar. Tener el dinero depositado en sus propias cuentas aumentó el porcentaje de participación laboral de las mujeres, sin ningún aumento en los salarios del mercado. El impacto se concentró entre las mujeres que no habían trabajado anteriormente para el programa y aquellas cuyos maridos no estaban de acuerdo con que las mujeres trabajen. Estos resultados sugieren que las normas de género limitan la participación de las mujeres en el mercado laboral y que las políticas que aumentan el control de las mujeres sobre los recursos del hogar pueden fomentar la participación en la fuerza laboral en entornos donde las preferencias masculinas restringen el empleo femenino (Field et al., 2016a).

Otras investigaciones demuestran que los productos diseñados para ofrecerle a los beneficiarios de programas gubernamentales de transferencia de efectivo mayor privacidad y control sobre sus beneficios pueden incrementar la probabilidad de que las mujeres reciban las transferencias, además de afectar su uso. En Níger, la entrega de transferencias electrónicas, en comparación con las transferencias manuales en efectivo, aumentó la probabilidad (del 8 al 47 por ciento) de que la receptora, que era mujer, fuera la única responsable de obtener la transferencia. Adicionalmente, existe evidencia de que las mujeres que recibieron su transferencia electrónicamente adquirieron más tipos de alimentos y aumentaron su diversidad dietética (Aker et al., 2014).

En conjunto, esta investigación sugiere que los productos de pago que otorgan a las mujeres un mayor control sobre los ingresos y el gasto pueden conducir a resultados positivos para el poder de negociación femenina en el hogar, lo que da lugar a diferentes decisiones sobre el mercado laboral y el gasto de los hogares. Si bien los resultados con respecto a los productos de pagos digitales son prometedores, la brecha en la adopción, uso e impacto de los servicios financieros digitales entre hombres y mujeres sigue siendo grande. Las preguntas sin respuesta incluyen las siguientes:

- **Aumentar los niveles de posesión de teléfonos móviles entre las mujeres**

La expansión de los pagos digitales, y el dinero móvil, en particular, está limitada por el acceso y el uso de teléfonos móviles por parte de las mujeres. ¿Cuáles son las barreras a la propiedad de teléfonos móviles a las que se enfrentan las mujeres y cuáles son las intervenciones más efectivas para superarlas? ¿Cuáles son las innovaciones en el lado de la oferta que necesitan suceder para expandir la propiedad y el uso, por ejemplo a través de innovaciones en redes de agentes?

- **Transición de pagos digitales a usuarios de otros productos financieros digitales**

¿Dónde y por qué las mujeres abandonan el trayecto de los clientes de servicios financieros móviles?

¿Cuáles son las formas más eficaces de promover el uso continuo de productos de pago digital, no solo para recibir pagos, sino para crear ecosistemas funcionales de dinero móvil que dependen de transacciones frecuentes? ¿Cómo pueden los pagos de dinero móvil servir como trampolines efectivos para el uso de productos de ahorro y otros productos financieros digitales? ¿Son estos productos adicionales necesarios para la creación de un ecosistema rentable para el dinero móvil en un mercado particular?

- **Diseñar productos para maximizar el control y la privacidad**

Los servicios financieros digitales tienen el potencial de ofrecer a las mujeres un mayor control sobre sus finanzas y sobre la toma de decisiones financieras. ¿Qué características de diseño de producto maximizan el control y la privacidad de un titular de cuenta? ¿Puede un enfoque único funcionar para el control y privacidad?

- **Garantizar la protección efectiva del consumidor**

A medida que las nuevas innovaciones en tecnología y diseño de producto llegan al mercado, ¿cómo pueden los reguladores y profesionales garantizar que los usuarios reciban información apropiada sobre los términos y características de los productos y estén protegidos de las prácticas abusivas? ¿Existen problemas en materia de protección del consumidor específicos para las mujeres o barreras específicas a las que se enfrentan las mujeres para acceder a información segura sobre estos productos? ¿Qué pueden hacer las autoridades y los miembros del sector privado para asegurar que las nuevas clientas sean tratadas de manera justa y tengan suficientes habilidades financieras para que conozcan y confíen en los servicios financieros digitales lo suficiente como para adoptarlos?

Seguros

Los seguros pueden ser una herramienta importante para protegerse contra futuras perturbaciones financieras y proteger los activos. Si bien varios estudios han observado retornos positivos en las inversiones en seguros (Karlán et al., 2014 y Delavallade et al., 2015), la demanda de productos de seguros formales, especialmente entre las mujeres, sigue siendo baja. Según un estudio de la Oficina Internacional del Trabajo, la suscripción de productos de microseguro rara vez supera el 30 por ciento en un conjunto de estudios sobre productos de seguros de cosecha y de salud (De Bock y Gelade, 2012).

Hay evidencia que sugiere que la menor demanda de seguros entre las mujeres en comparación con los hombres puede atribuirse a las diferencias en las esferas de actividad, los riesgos enfrentados, la confianza institucional, la aversión al riesgo y la educación

financiera. En Senegal y Burkina Faso, mientras que los hombres tenían una demanda mucho mayor por los seguros climáticos, para las mujeres eran más importantes los ahorros de emergencia, en consonancia con la conjetura de que hombres y mujeres enfrentan diferentes tipos de riesgos (ingresos frente a salud). Sin embargo, las mujeres que invirtieron en seguros tuvieron rendimientos medios más altos y una mejor gestión de la inseguridad alimentaria y las perturbaciones de los ingresos (Delavallade et al., 2015).

Todavía hay mucho trabajo por hacer en torno a los seguros para entender por qué persisten las bajas tasas de aceptación, y las maneras en que la experiencia de las mujeres con, la comprensión de, y la demanda de productos de seguros pueden ser diferentes. Los temas de investigación más amplios incluyen:

- **Diseñar productos de seguro apropiados**

Hombres y mujeres enfrentan diferentes tipos de riesgo y tienen diferentes perfiles de riesgo. ¿Cuáles son los tipos de riesgos más relevantes para las mujeres y qué productos de seguro son apropiados para manejar este riesgo?

- **Aumentar la demanda de productos de seguro entre las mujeres**

¿Pueden las innovaciones en las finanzas digitales influir en la demanda de productos de microseguro eliminando las barreras de entrada? ¿Cuáles son las barreras para la baja aceptación de los productos de seguro para las mujeres en particular?

- **Crear redes de distribución efectivas**

¿Qué tipo de redes de distribución sería el más adecuado para los productos de seguro dirigidos a las mujeres? ¿Deberían los productos de seguro ser empaquetados con productos o servicios no financieros dirigidos a las mujeres?

Conclusión

Tal como lo demuestra esta revisión, aunque las barreras de la oferta y la demanda para la inclusión financiera de la mujer son enormes, contar con características apropiadas para el diseño de producto puede ayudar a superar algunas de ellas. La evidencia sugiere que los ajustes de diseño que toman en cuenta las necesidades y preferencias específicas de las mujeres pueden mejorar su acceso a los productos financieros, así como el impacto de esos productos sobre la capacidad de las mujeres para realizar inversiones y suavizar el consumo frente a las perturbaciones de ingresos. Los productos que le permitan a las mujeres un mayor grado de control y privacidad en torno a sus ingresos y las decisiones de gasto parecen ser particularmente prometedores. Los investigadores deben continuar explorando el papel de las normas de género y el poder de negociación dentro del hogar en los resultados de empoderamiento económico de la mujer y probar las innovaciones de productos y programas que pueden abordar directamente las preferencias únicas de las mujeres y los desafíos que pueden enfrentar.

Referencias

- Aker, J. C., Boumniel, R., McClelland, A., & Tierney, N. (2014). Payment Mechanisms and Anti-Poverty Programs: Evidence from a Mobile Money Cash Transfer Experiment in Niger. Working Paper.
- Akter, S., Krupnik, T. J., Rossi, F., & Khanam, F. (2016). The influence of gender and product design on farmers' preferences for weather-indexed crop insurance. *Global Environmental Change*.
- Anderson, S. & Baland, J. (2002). The Economics of AACR and Intra-household Resource Allocation. *The Quarterly Journal of Economics*, 117(3), 963:995.
- Angelucci, A., Karlan, D., & Zinman, J. 2015. Microcredit Impacts: Evidence from a Randomized Microcredit Program Placement Experiment by Compartamos Banco. *American Economic Journal: Applied Economics*, 7(1), 151:182.
- Attanasio, O., Augsburg, B., De Haas, R., Fitzsimons, E. & Harmgart, H. (2015). The Impacts of Microfinance: Evidence from Joint-Liability Lending in Mongolia. *American Economic Journal: Applied Economics* 7(1), 90:122.
- Ashraf, N., Karlan, D., & Yin, W. (2006). Tying Odysseus to the Mast: Evidence from a Commitment Savings Product in the Philippines. *The Quarterly Journal of Economics* 121(2), 635:672.
- Ashraf, N., Karlan, D., & Yin, W. (2010). Female Empowerment: Impact of a Commitment Savings Product in the Philippines. *World Development* 38(3), 333:344
- Banerjee, A., Duflo, E., Glennerster, R., & Kinnan, C. (2015). The Miracle of Microfinance? Evidence from a Randomized Evaluation. *American Economic Journal: Applied Economics* 7(1), 22:53.
- Beaman, L., Karlan, D., Thuysbaert, B. (2014). Saving for a (not so) Rainy Day: A Randomized Evaluation of Savings Groups in Mali. Working Paper.
- Brune, L., Gine, X., Goldberg, J., & Yang, D. (2015). Facilitating Savings for Agriculture: Field Experimental Evidence from Malawi. *Economic Development and Cultural Change*, 64(2), 187:220.
- Chiapa, C., Prina, S., & Parker, A. (2015). The Effects of Financial Inclusion on Children's Schooling, and Parental Aspirations and Expectations. *Journal of International Development*, 28(5), 683:696
- Cull, Robert J., Tilman Ehrbeck, & Nina Holle (2014). "Financial inclusion and development: Recent impact evidence." CGAP Focus Note 92.
- De Bock, O., Gelade, W. (2012). The Demand for Microinsurance: A Literature Review. Research Paper No. 26, Microinsurance Innovation Facility. Geneva, ILO.
- Delavallade, C., Dizon, F., Vargas Hill, R., & Petraud, J. P. (2015). Managing Risk with Insurance and Savings: Experimental Evidence for Male and Female Farm Managers in the Sahel. World Bank Policy Research Working Paper No. 7176.
- De Mel, S., McKenzie, D., & Woodruff, C. (2008). Returns to Capital in Microenterprises: Evidence from a Field Experiment. *Quarterly Journal of Economics*, 123(4), 1329:1372.
- De Mel, Suresh, David McKenzie & Christopher Woodruff. (2009). Are Women More Credit Constrained? Experimental Evidence on Gender and Microenterprise Returns. *American Economic Journal: Applied Economics*, 1(3), 1:32.
- De Mel, S., McKenzie, D., & Woodruff, C. (2012). "One-Time Transfers of Cash or Capital have Long-Lasting Effects on Microenterprises in Sri Lanka." *Science* 335(6071), 962: 966.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2015). The Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion around the World. Policy Research Working Paper 7255, World Bank, Washington, DC.
- Dupas, P., & Robinson, J. (2013a). Why Don't the Poor Save More? Evidence from Health Savings Experiments. *American Economic Review*, 103(4), 1138:1171.
- Dupas, P., & Robinson, J. (2013b). Savings Constraints and Microenterprise Development: Evidence from a Field Experiment in Kenya. *American Economic Journal: Applied Economics*, 5(1), 163:192.
- Dupas, P., Karlan, D., Robinson, J., & Ubfal, D., (2016). Banking the Unbanked: Evidence from Three Countries. Center for Global Development, Working Paper 440.

- Fafchamps, M., McKenzie, D., Quinn, S., & Woodruff, C. (2014). Microenterprise Growth and the Flypaper Effect: Evidence from a Randomized Experiment in Ghana. *Journal of Development Economics*, 106, 211:226.
- Fiala, Nathan. (2015a). Rethinking the Microfinance Model: Returns to Subsidized Microcredit for Male and Female Entrepreneurs in Uganda. Working Paper.
- Fiala, Nathan. (2015b). Business is tough, but family can be worse: Experimental results on family constraints and enterprise development. Working Paper.
- Field, E., Pande, R., Rigol, N., Schaner, S., Troyer Moore, C. (2016a). An Account of One's Own: Can Targeting Benefits Payments Address Social Constraints to Female Labor Force Participation? Working Paper.
- Field E., Jayachandran, S., Pande, R., Rigol, N. (2016b). Friendship at Work: Can Peer Effects Catalyze Female Entrepreneurship? *American Economic Journal: Public Policy*. 8 (2): 125-153.
- Field, E., Pande, R., Papp, J., & Rigol, N. (2013). Does the Classic Microfinance Model Discourage Entrepreneurship among the Poor? Experimental Evidence from India." *American Economic Review*, 103(6), 2196:2226.
- GSMA, (2015). Bridging the Gender Gap: Mobile Access and Usage in Low- and Middle- Income Countries. London.
- Harigaya, Tomoko. (2016). Effects of Digitization on Financial Behaviors: Experimental Evidence from the Philippines. Working Paper.
- International Finance Corporation. (2011). Strengthening Access to Finance for Women-Owned SMEs in Developing Countries. Washington DC.
- Jack, W., & Suri, T. (2014). Risk Sharing and Transactions Costs: Evidence from Kenya's Mobile Money Revolution. *American Economic Review*, 104(1), 183:223.
- Jack, W., & Suri, T. (2016). The Long-run Poverty and Gender impacts of Mobile Money. *Science*, 354 (6317), 1288:1292.
- Karlan, D., Osei, R., Osei-akoto, I., & Udry, C. (2014). Agricultural Decisions after Relaxing Credit and Risk Constraints. *Quarterly Journal of Economics*, 129(2), 597:652.
- Karlan, D., Ratan, A., Zinman, J. (2014), Savings By and For the Poor: A Research Review and Agenda. *The Review of Income and Wealth*, 60(1), 36:78
- Karlan, D., & Zinman, J. (2010). Expanding Credit Access: Using Randomized Supply Decisions to Estimate the Impacts. *Review of Financial Studies* 23(1), 433: 464.
- Kast, F., & Pomeranz, D. (2014). Saving More to Borrow Less: Experimental Evidence from Access to Formal Savings Accounts in Chile. NBER Working Paper No. 20239.
- Naciones Unidas. (2015). The World's Women 2015: Trends and Statistics. Naciones Unidas, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. Sales No. E.15.XVII.8.
- Prina, Silvia. (2015). Banking the Poor via Savings Accounts: Evidence from a Field Experiment. *Journal of Development Economics*, 115, 16:31.
- Schaner, Simone. (2015). The Cost of Convenience? Transaction Costs, Bargaining Power, and Savings Account Use in Kenya. Working Paper.
- Schaner, Simone. (2016). The Persistent Power of Behavioral Change: Long-Run Impacts of Temporary Savings Subsidies for the Poor. Working Paper.