

Condiciones marco para la evaluación de WED de la OIT

Condición 3. Acceso a servicios financieros con perspectiva de género

El acceso al financiamiento es fundamental para la creación de un sector privado próspero a través del ingreso de nuevas empresas y el crecimiento de las empresas ya existentes, especialmente para las pequeñas empresas. Aunque todas las micro- y pequeñas empresas que carecen de garantías y antecedentes crediticios experimentan limitaciones de financiamiento, la situación de las empresas propiedad de mujeres se ve agravada debido a barreras y limitaciones adicionales que crean aún más desafíos para acceder al financiamiento de sus empresas. Los servicios financieros con perspectiva de género toman en cuenta las necesidades específicas de las mujeres empresarias al tiempo que prestan servicios en un entorno sin sesgo de género. Si todos los servicios financieros tuvieran una perspectiva de género, el resultado sería una mayor participación de las empresas propiedad de mujeres.

Se analizan dos subcondiciones que reflejan los servicios financieros con perspectiva de género, las cuales tienen un impacto en la puesta en marcha, el desarrollo y el crecimiento de las empresas propiedad de mujeres:

3.A Participación de mujeres empresarias en programas de financiamiento genéricos

3.B Programas de financiamiento orientados específicamente a MIPYME propiedad de mujeres.

DICIEMBRE 2018

INDICE DE CONTENIDOS

Subcondición 1: PARTICIPACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS EN PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO GENÉRICOS	3
<i>Temática 1: Acceso a servicios financieros – Mujeres en general</i>	3
<i>Temática 2: Acceso a servicios financieros – Mercado PYMES</i>	5
<i>Temática 3: Brechas de género</i>	7
<i>Temática 4: Perfil de los deudores del sistema financiero argentino</i>	14
<i>Temática 5: Composición de la cartera de familias del banco de la Provincia de Buenos Aires</i>	16
<i>Temática 6: Servicios financieros alternativos</i>	18
<i>Temática 7: Programas de acceso a servicios financieros con perspectiva de género</i>	20
Subcondición 2: PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO ORIENTADOS ESPECÍFICAMENTE A EMPRESAS PROPIEDAD DE MUJERES	22
<i>Temática 1: Mujeres que Lideran - BICE - Ministerio de Producción</i>	22
<i>Temática 2: Banking on Women - International Finance Corporation (IFC)</i>	23

Subcondición 1: PARTICIPACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS EN PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO GENÉRICOS

Temática 1: ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS – MUJERES EN GENERAL

De acuerdo con un estudio reciente de CAF-Banco de Desarrollo de América Latina, el empoderamiento de las mujeres en torno a la toma de decisiones de productos financieros debería ser uno de los focos de política pública en la región, en la cual **sólo 49% de las mujeres tiene una cuenta bancaria, cuando en países con altos ingresos este porcentaje es de 94%**. Aunque existe evidencia de que las mujeres tienen un comportamiento más conservador en cuanto a decisiones de inversión, emprendimiento de negocio o ampliación de su capital, lo cual repercute en bajos niveles de endeudamiento, todavía hay barreras socioculturales relacionadas a la propiedad, la división del trabajo y el ahorro. También existen barreras de información y de educación financiera que les impiden una mayor participación en el sistema financiero, por dificultades de acceso, conocimiento y uso, con el consiguiente impacto en el desarrollo productivo, personal y familiar.

Una de las entradas de las mujeres al sistema financiero formal han sido las instituciones microfinancieras, debido a la vocación de estas organizaciones por atender a segmentos excluidos del sistema financiero tradicional, ya que “en términos generales, los bancos aún no han logrado adecuar su cultura corporativa ni sus medios digitales para desarrollar nuevos productos financieros enfocados en este grupo”.ⁱ

El estudio de CAF señala las características aplicables a la mayoría de los productos financieros desarrollados por las instituciones que cuentan con un enfoque de género, como son préstamos con reducción de garantías requeridas, a tasas subsidiadas, con ampliación de periodos de gracia; reducción de costos de acceso y mantenimiento de los distintos productos financieros; la mejora en la accesibilidad minimizando los procesos burocráticos; así como el otorgamiento de otros servicios como los vinculados al asesoramiento en gestión y la educación financiera (por la brecha que se registra en este último punto con relación a los hombres)ⁱⁱ.

- A nivel global, **las mujeres suponen el 35% de los clientes bancarios, concentran el 19% de los préstamos y el 24% de las cuentas**. Además, reciben en promedio préstamos por menos de la mitad de los que se otorgan a los hombres y mantienen depósitos por menos de dos tercios que los hombres.ⁱⁱⁱ
- Según datos de FONCAP, Organización argentina dedicada a lograr la inclusión financiera a través del desarrollo de las microfinanzas, ofreciendo apoyo financiero y servicios de fortalecimiento organizacional a Instituciones de Microfinanzas (IMF), el **59,63%** de los destinatarios de microcréditos con dicho fondo son mujeres.

Según datos del Global Banking Alliance for Women (GBA) a nivel mundial el 80% de las decisiones domésticas son tomadas o influenciadas por mujeres, el 33% de los negocios son propiedad y/o están dirigidos por mujeres.

De acuerdo con el Global Findex 2017, la base de datos del Banco Mundial sobre temas de inclusión financiera, en la mayor parte del mundo, las mujeres siguen estando detrás de los hombres. Globalmente, el 65% de las mujeres tiene una cuenta bancaria, comparado con el 72% de los hombres (una brecha de siete puntos porcentuales que permanece invariable desde 2011). La igualdad en la titularidad de cuentas tampoco se alcanzó en otros aspectos. La brecha entre ricos y pobres no ha mejorado desde el 2014: la titularidad de cuentas es 13 puntos porcentuales mayor entre los adultos que viven en un hogar perteneciente al 60% más rico que los que viven en el 40% por ciento más pobre. Y las poblaciones urbanas siguen beneficiándose de un acceso a las finanzas mucho mayor que las comunidades rurales.^{iv}

En los países del G20 sólo el 40% de las mujeres tiene acceso a una cuenta bancaria, y si bien poseen un tercio del total de las pequeñas y medianas empresas, reciben el 10% de los préstamos otorgados por los bancos. Si se analiza la realidad de América Latina y el Caribe, el 49% de las mujeres tiene una cuenta bancaria, el 11% ahorra y el 10% dispone de crédito, valores que para los hombres representan el 54%, 16% y el 13% respectivamente, según datos del Banco Mundial.^v

Por su parte, un reciente informe de la CAF -Banco de Desarrollo de América Latina- revela que los hombres tienen ventajas sobre las mujeres en términos de conocimientos, comportamiento y educación financiera.^{vi} Un estudio llevado a cabo por la OECD (2013) muestra que, además de las diferencias de género, existen factores socioeconómicos, y demográficos que inciden en el nivel de conocimiento del sistema financiero. En concreto, las mujeres jóvenes, las viudas, las mujeres menos educadas y de bajos ingresos son las que más carecen de conocimientos financieros.

En la Argentina, el conocimiento de los productos financieros es moderado. Según la encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina 2017 realizada por el Banco Central de la República Argentina sólo ocho productos o servicios son conocidos por más del 50% de los encuestados, entre los que se mencionan la tarjeta de crédito y débito, seguido por depósitos en caja de ahorro y cuenta corriente, préstamos personales e hipotecarios, depósitos en plazo fijo, y en compra cuotas con tarjeta de crédito. Sólo el 1% de los encuestados declara no conocer ninguno de los productos mencionados. Entre aquellos que utilizan algún tipo de producto financiero, las tarjetas de débito (42%) son las más utilizadas, seguidas por las tarjetas de crédito (37%) y las cajas de ahorro (29%).^{vii}

Una investigación de la OCDE afirma que las mujeres, a pesar de ser mejores que los hombres en el manejo del dinero a corto plazo, tienen una serie de vulnerabilidades en otros aspectos del comportamiento financiero. Así, consideran que las mujeres son más adversas al riesgo, y

tienen menos probabilidades de invertir en activos de riesgo, con relación a los hombres, además de mostrar más dificultades para seleccionar los productos financieros de manera adecuada.^{viii} Paralelamente, el Banco de Desarrollo llega a las mismas conclusiones. Las mujeres tienen una mayor aversión al riesgo, así como un comportamiento más conservador en cuanto a decisiones de inversión, emprendimiento de un negocio o ampliación de su capital.^{ix}

Temática 2: ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS – MERCADO PYMES

En Argentina, el 21% de las Pymes son lideradas por mujeres y el 81% no alcanzan la inclusión financiera deseada, habiéndose estimado un credit gap de casi U\$S2.700 millones.^x

En el documento titulado “Banca Mujer. GENERA VALOR PARA LOS BANCOS Y FOMENTA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO” del IFC^{xi}, las mujeres representan la mitad de la población mundial, no obstante, la mayor parte del potencial económico de la mujer permanece sin explotar, especialmente en el sector financiero. Actualmente, alrededor de un tercio de las pequeñas y medianas empresas registradas (PyMEs) en mercados emergentes pertenece a mujeres. Sin embargo, sólo el 10% de estas mujeres empresarias PyMEs tiene acceso a los servicios financieros necesarios para hacer crecer sus negocios, debido a entornos empresariales y regulatorios desfavorables, así como a prejuicios culturales y tradicionales que las afectan.

Si se analiza el sector de PyMES, una constante en todas las economías modernas desde hace años es la baja participación de las empresas de menor tamaño en el crédito al sector privado y una de las principales causas de esta realidad son las enormes dificultades que tienen para cumplir con los requisitos que les son exigidos. Las fallas pueden ser técnicas (la presentación de las solicitudes de préstamo ante los bancos; armado del proyecto, el diseño de una estrategia y la capacidad de reunir la documentación pertinente) o bien deberse a la falta de garantías suficientes, lo que constituye uno de los impedimentos más relevantes que enfrentan las empresas. Por tanto, la escasa utilización del crédito bancario por parte de las PyMES se adjudica, principalmente, a la insuficiencia de información y a los altos riesgos atribuidos a su financiamiento, lo que genera reticencia en las entidades bancarias a otorgarles préstamos; pero también se debe a los elevados costos del financiamiento, a las exigencias de los bancos y a la insuficiencia de garantías de las empresas.^{xii}

El International Finance Corporation (2014) sostiene que el 68% de las pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres en economías emergentes tienen necesidades crediticias insatisfechas, y aseguran que entre el 24% y el 29% de las PyMES formales, propiedad de mujeres, el acceso a la financiación es su mayor barrera para el crecimiento y desarrollo.^{xiii} Por otro lado, datos registrados por el Banco de Desarrollo (CAF) refuerzan la hipótesis, un estudio afirma que América Latina es la región en la cual el crédito como recurso financiero tiene menor penetración, incluso menos que en África Sub-Sahariana. A pesar de los avances en microcréditos formales y del papel que han desarrollado en este campo las entidades no

gubernamentales, el crédito informal, relacionado con los préstamos a familiares, casa de empeño y amigos, se sigue manteniendo como una de las principales fuentes de acceso a recursos para la población.^{xiv}

Entre las PyMES que usan fondos externos, la mitad de las empresas propiedad de las mujeres en los países en desarrollo utilizan préstamos de bancos comerciales privados, que pueden ofrecer términos de crédito más flexibles en relación con otras fuentes externas. Esta proporción es menor para las empresas propiedad de los hombres.^{xv} De manera homóloga, un estudio divulgado por SME Forum (2018) afirma que, en todas las regiones, excepto en África, las empresas propiedad de hombres tienen más probabilidades de obtener préstamos bancarios que las empresas propiedad de mujeres. En las industrias dominadas por hombres, no hay diferencias significativas entre las empresas propiedad de hombres y de mujeres que utilizan préstamos bancarios. Tanto en la producción como en la reparación de bienes, así como en las TIC, industrias donde operan significativamente más hombres, no existe una diferencia significativa en la probabilidad de obtener un préstamo entre empresas propiedad de hombres y de mujeres. En industrias dominadas por mujeres, sin embargo, la brecha es grande y significativa. Por ejemplo, las empresarias en servicios personales y minoristas tienen, respectivamente, siete y diez puntos porcentuales menos probabilidades de haber recibido un préstamo, con relación a los hombres. Estos resultados sugieren que las mujeres que operan firmas más grandes y más maduras en industrias intensivas en capital pueden compensar una parte de la brecha de género en el acceso al financiamiento; sin embargo, el impacto negativo de ser mujer en la probabilidad de acceder a un préstamo es persistente.^{xvi}

Access to credit for female managed enterprises (2018) arriba a conclusiones semejantes al asegurar que el 75,9% de las mujeres financia sus inversiones internamente, frente al 59,7% de los hombres. El International Finance Corporation (2014) enumera algunas razones por las cuales las mujeres pueden buscar menos financiamiento bancario en los países en desarrollo, entre las que se destacan las condiciones de financiación; la falta reconocimiento de la necesidad de solicitar préstamos; la informalidad del sector; la anticipación del rechazo a las solicitudes; los procesos y procedimientos de aplicación complicados; y la aversión al riesgo.

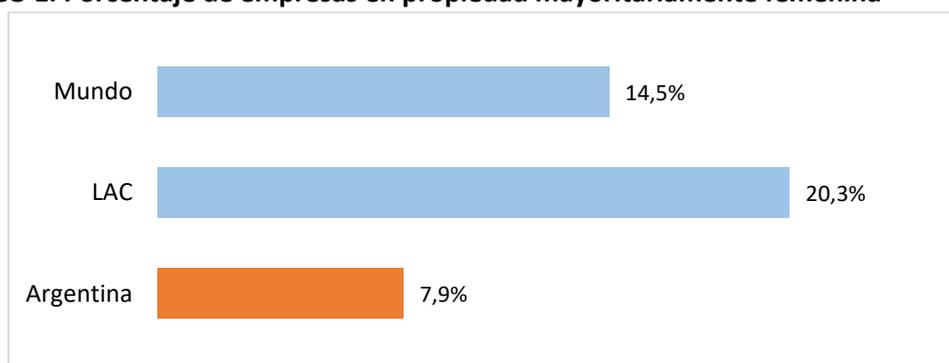
Evidencias de la CAF (2018) a nivel latinoamericano advierten que, en comparación con los hombres, las mujeres enfrentan mayores desafíos para acceder al crédito debido a diversos factores. Como primera medida, las mujeres empresarias suelen escoger sectores menos intensivos en capital, lo cual hace que sus requerimientos de deuda sean inferiores. Asimismo, existen probabilidades de que también estén menos inclinadas a buscar financiamiento externo debido a sus propias percepciones en cuanto a que para las mujeres es más difícil obtener préstamos bancarios.^{xvii} De forma complementaria, diversos estudios han encontrado que los perfiles de negocios de las mujeres son menos fuertes que los de los hombres. Lo anterior incluye falta de educación relevante, falta de experiencia en el campo de negocios^{xviii}, falta de garantías, y de historiales de crédito sólidos, traducándose en que las mujeres son más propensas a tener bajas calificaciones de crédito. La inestabilidad macroeconómica juega un rol

importante en estas decisiones financieras. En la Encuesta de Condiciones Crediticias elaborada por el Banco Central de la República Argentina se evidencia la caída en la demanda crediticia de las entidades financieras en el tercer trimestre del presente año, debido al contexto recesivo y la fuerte contracción monetaria.

Temática 3: BRECHAS DE GÉNERO

Auguste, S. y Galetto, B.^{xix} evidencian la existencia de una brecha de género, destacando preferencias y comportamientos diferenciales. El estudio contrasta el bajo porcentaje de empresas con capital mayoritariamente femenino. En Argentina el porcentaje alcanza el 7,9%, mientras que en el mundo el valor asciende a 14,5%, y en América Latina se extiende a 20,3%. Dentro de nuestro país, segregando por regiones, en Rosario (13,4%) se da el mayor porcentaje de empresas en propiedad mayoritariamente femenino, seguida por Mendoza (13,3%), Córdoba (11,0%) y Tucumán (8,8%).

GRÁFICO 1. Porcentaje de empresas en propiedad mayoritariamente femenina



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

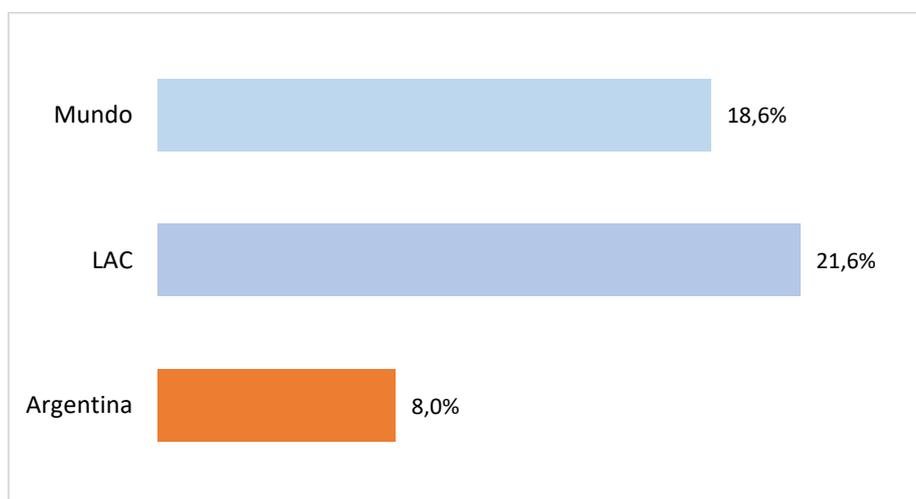
TABLA 1. Porcentaje de empresas en propiedad mayoritariamente femenina

	Micro	SME
Argentina	25.6%	8.5%
Bolivia	44.3%	12.5%
Brazil	5.3%	9.8%
Chile	17.3%	3.1%
Colombia	14.7%	9.1%
Ecuador	14.7%	10.9%
Mexico	29.9%	8.3%
Paraguay	30.6%	18.9%
Peru	17.0%	13.0%
Uruguay	14.7%	9.5%

Fuente: SME Finance Forum

Auguste, S. y Galetto, B. además remarcan la brecha en los puestos laborales. Mientras que, en el mundo el 18,6% de las empresas cuenta con mujeres en puestos directivos altos, en Argentina ese valor es apenas del 8%. Al interior, las provincias que presentan mayor porcentaje de empresas con mujeres en puestos directivos altos son Chaco (14,6%), Mendoza (11,7%), y Rosario (10,1%). En Tucumán (8,5%) y Buenos Aires (8,2%) el valor se aproxima al promedio nacional, mientras que en Córdoba alcanza sólo al 1,6% de las firmas. Esto se contrasta con los datos obtenidos del estudio de Gestión y Riesgo del Banco Provincia (2018) en donde del total de empleados del banco, las mujeres representan el 2%, frente al 5% de los hombres.

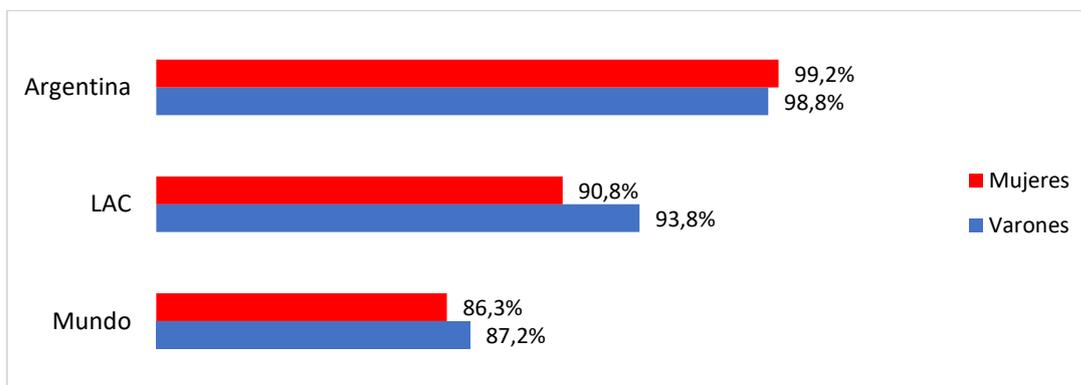
GRÁFICO 2. Porcentaje de empresas con mujeres en puestos altos directivos



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

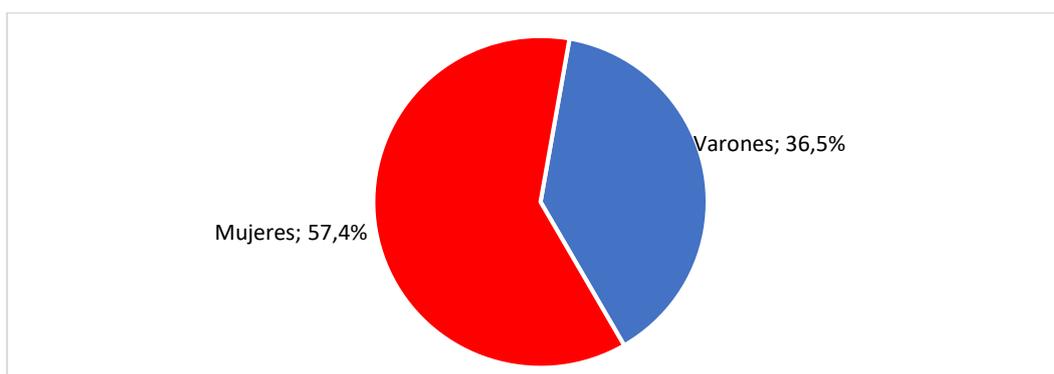
Respecto al desarrollo del negocio y las formas de financiamiento, el estudio concluye que las empresas propiedad de mujeres (46,8%) piden menos crédito que los hombres (60,9%) porque no lo necesitan, pero las empresas tanto hombres (44,2%) como mujeres (49,6%) invierten a una tasa similar. Por ende, se entiende que las mujeres tienen menos preferencia por el apalancamiento. De hecho, en el estudio se afirma que, un 16,2% más de mujeres financian su inversión con recursos dentro de la empresa. Además, el 31% de los hombres afirman financiar el capital de trabajo a través del banco, mientras que en las mujeres el porcentaje se reduce a la mitad (15,4%). Pese a ello, es importante destacar que, en las mujeres el 42% de los préstamos solicitados ha sido rechazado, frente al 2% de la solicitud de los hombres.

GRÁFICO 3. Bancarización desglose por sexo



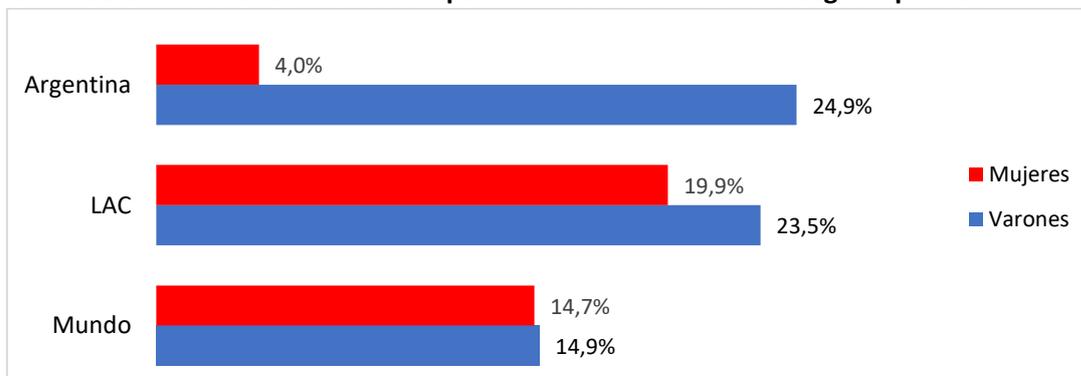
Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

GRÁFICO 4. Apalancamiento - Individuos que actualmente tiene una línea de crédito o préstamo con un banco desglose por sexo



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

GRÁFICO 5. Inversiones financiadas por instituciones bancarias desglose por sexo



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

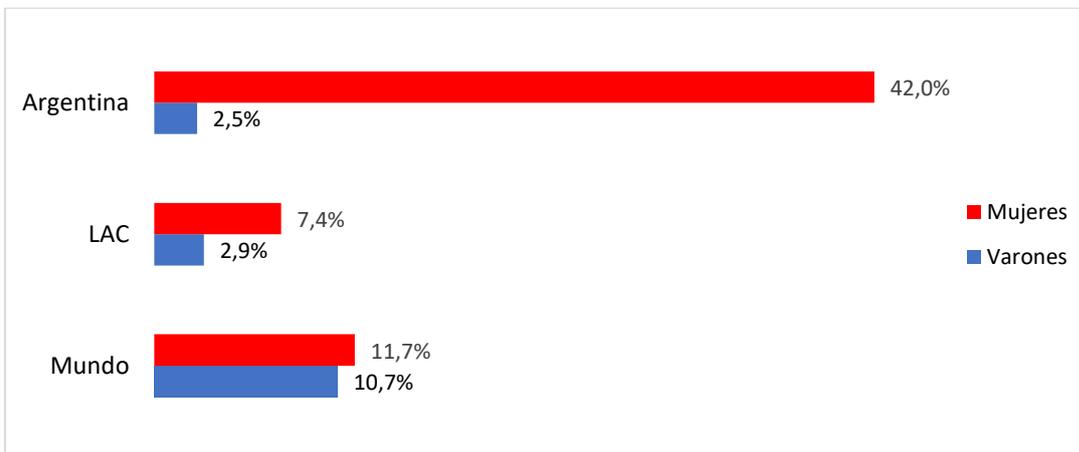
GRÁFICO 6. Inversiones financiadas internamente desglose por sexo



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

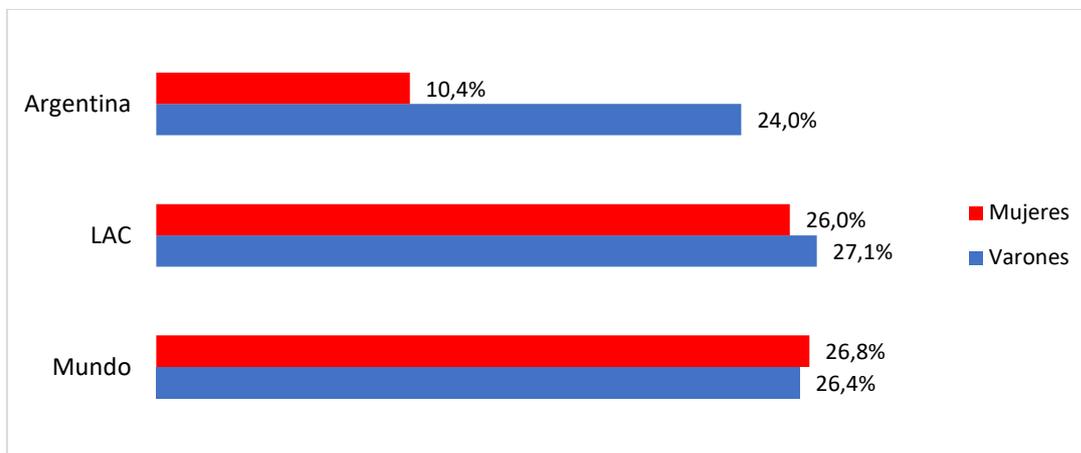
El estudio concluye que la tasa de rechazo ante la solicitud de un préstamo es mucho mayor en las empresas propiedad de mujeres (42%) que en aquellas propiedad de hombres (2,5%). Consideran que lo mismo se debe a las mayores limitaciones derivadas de su mayor desempeño en el sector informal.

GRÁFICO 7. Empresas cuya solicitud de préstamo ha sido recientemente rechazado desglose por sexo.



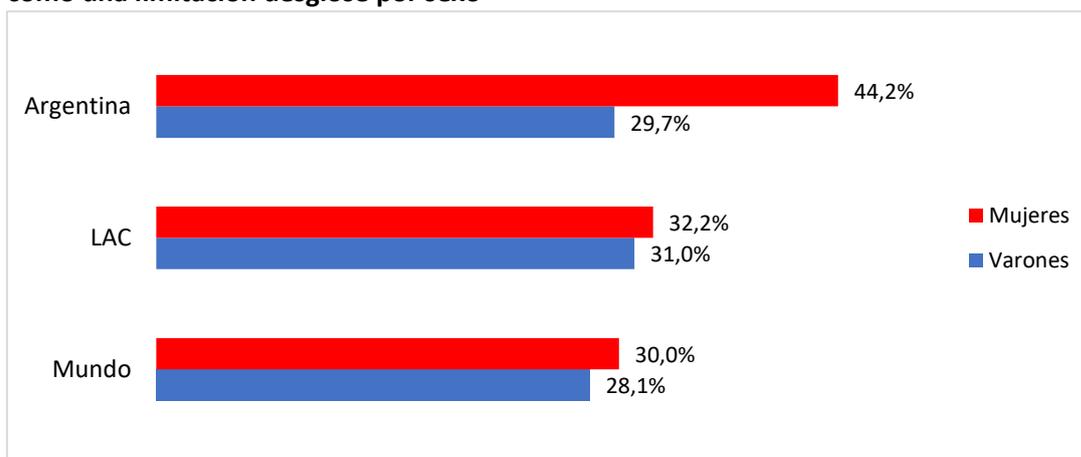
Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

GRÁFICO 8. Empresas que creen que el acceso al financiamiento es una limitación importante desglose por sexo.



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

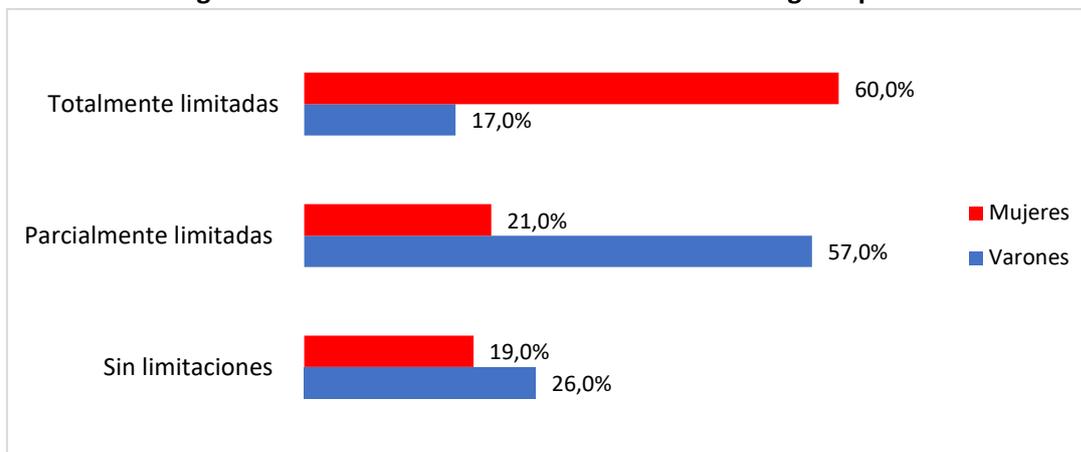
GRÁFICO 9. Empresas que identifican las prácticas de la competencia en el sector informal como una limitación desglose por sexo



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

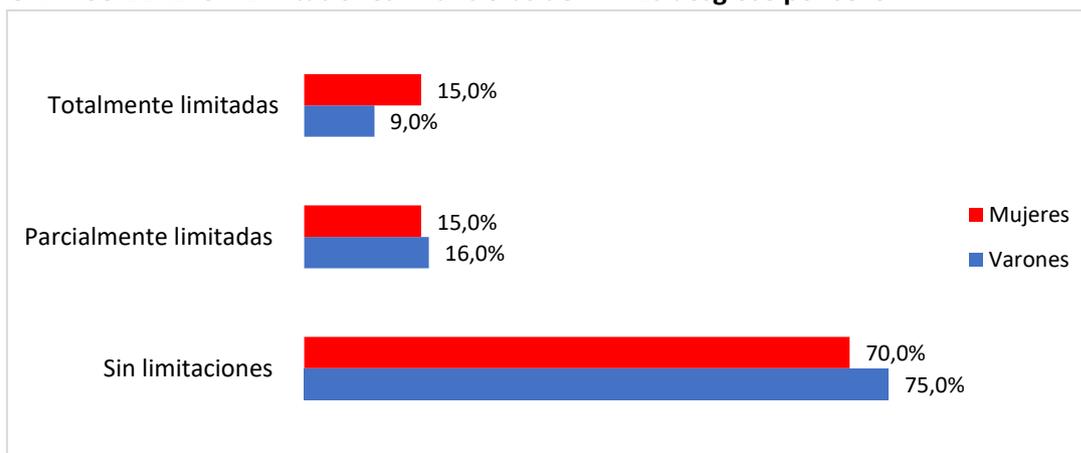
En Argentina, las PYMEs propiedad de mujeres tienen un mayor porcentaje de empresas totalmente limitadas (60,0%) que las de propiedad de los hombres (17%).

GRÁFICO 10. Argentina – Limitaciones financieras de PYMEs desglose por sexo



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

GRÁFICO 11. LAC – Limitaciones financieras de PYMEs desglose por sexo



Fuente: Access to credit for female managed enterprises - Auguste, S. y Galetto, B. – 2018

Auguste, S. y Galetto, B. arriban a las siguientes conclusiones derivadas de estudios cualitativos:

Sobre el acceso a la financiación (en general):

- Se quejan de que los bancos argentinos no hacen financiamiento de proyectos.
- La burocracia es muy costosa (consume mucho tiempo), al mismo tiempo que la gerencia tiene que asignar tiempo al proyecto (parte creciente de la curva).
- Confían mucho en el crédito comercial como sustituto del crédito bancario.

- Las empresas generalmente comienzan con una alta informalidad y falta de conocimiento sobre financiamiento, y esto limita el acceso al crédito.
- Al inicio, no tomaron en cuenta el financiamiento futuro y, por lo tanto, no construyeron un historial adecuado para la calificación crediticia.
- En algún momento, en las etapas iniciales, los empresarios financian su proyecto con evasión y elusión de impuestos, y existe una compensación con una futura calificación crediticia formal.
- Muy común el uso de préstamos no bancarios: amigos y familia, Mercado Pago.
- Fuertes diferencias sectoriales (aquellas con empresas (industrias) que tienen activos, es más probable que encuentren crédito).

Sobre género y finanzas:

- El 80% cree que las mujeres son más conservadoras.
- El 80% cree que ser madres en el futuro condiciona sus decisiones.
- El 90% cree que los hombres son más arriesgados, mientras que las mujeres son más adversas al riesgo y tienen menos preferencia por el apalancamiento.
- Consideran la toma de decisiones como una decisión familiar, no individual. Esas compañías que dirigen están muy encariñadas con sus socios que las apoyan.
- Declararon buscar ayuda en la financiación con esposos y amigos varones.
- En el 60% de los casos detrás de la decisión de ir endeudado, hubo hombres que influyeron en la decisión.
- El 100% de ellos reconoce que sufre de "machismo" en su forma de pensar.
- Industrias más adecuadas para las mujeres (moda, salud, retail). Las que trabajaban en industrias masculinas (construcción, transporte) tenían que aprender a pensar como hombres.
- El 90% de ellos piensa que los hombres se centran más en los resultados, van directamente al grano. Sienten que las mujeres son más multi-task y esto juega contra ellas a veces cuando hablan sobre la toma de decisiones en la empresa.

Sobre géneros y bancos:

- El 100% de ellos cree que los bancos tienen "estructuras machistas".

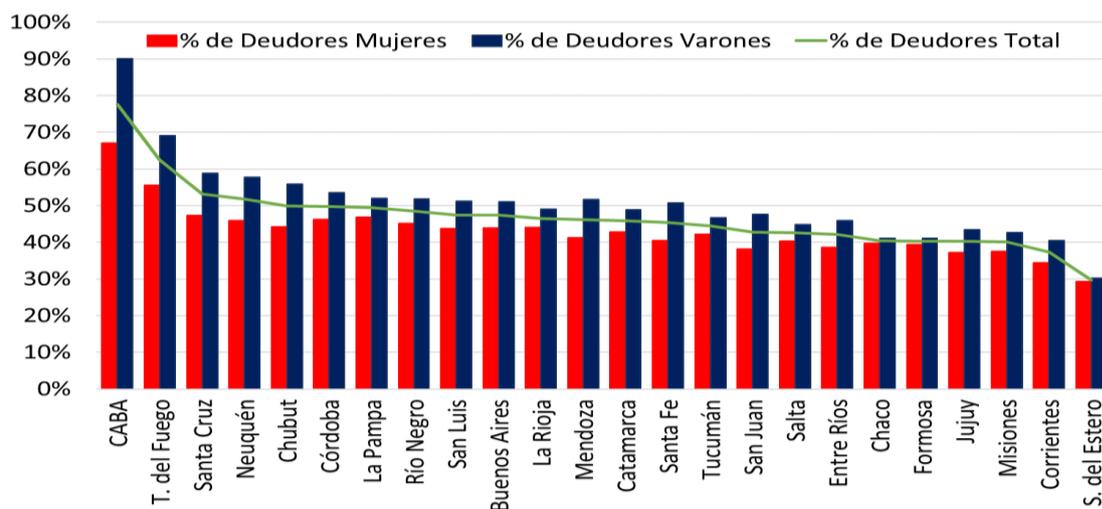
- Sentían que las puertas se abrían más fácilmente cuando había una mujer en el otro lado, no solo en los bancos, sino también con los proveedores y el gobierno.
- Requieren una atención más personal en los bancos y menos transacciones.
- El 60% de ellos se sintió discriminado por los funcionarios del banco, asumiendo que no entienden las finanzas.
- Los funcionarios de los bancos públicos tienen la peor atención, no prestan atención, no se preocupan realmente por el cliente.
- Se autodefinen como más confiables que los hombres, y sienten que son menos propensos al incumplimiento, pero los bancos no lo tienen en cuenta.
- Valoran mucho los servicios no financieros

Temática 4: PERFIL DE LOS DEUDORES DEL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO

Considerando la totalidad de los tipos de financiamiento disponibles en el sistema financiero argentino, el 48% de la población adulta (mayores de 15 años) tiene algún tipo de financiación en el sistema financiero.

- A nivel nacional, el **44% de las mujeres adultas tiene algún tipo de financiamiento** en el sistema financiero, mientras que en el caso de los varones adultos el porcentaje es del 52%.^{xx}

GRÁFICO 12. Porcentaje de adultos que tienen una financiación, desglose por sexo y por provincia



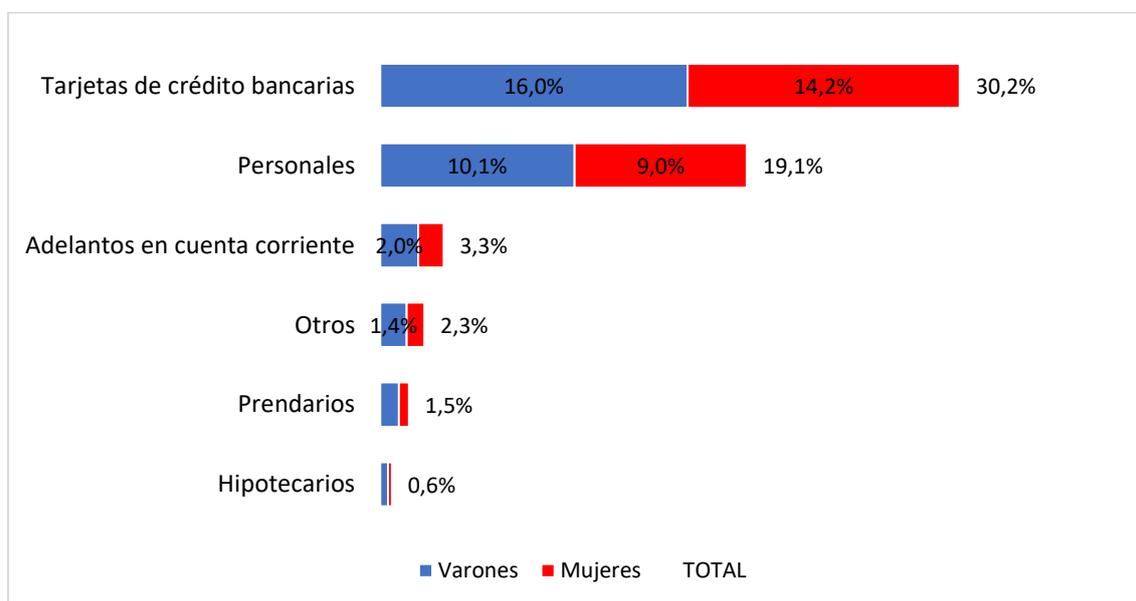
Fuente: Gerencia de innovación financiera – BCRA - Acceso al crédito: Primer set de indicadores. Datos desagregados por género en Argentina

En el análisis provincial, la distribución de los deudores muestra que la mayor proporción se encuentra en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), en la que el 78% de la población adulta tiene algún financiamiento en el sistema financiero. Del lado opuesto del espectro, la provincia con la menor proporción de deudores del país es Santiago del Estero, donde el 30% de la población adulta tiene algún financiamiento. La Provincia de Buenos Aires se encuentra cercana a la media, alcanzando el 47% de deudores sobre la población adulta total.

El gráfico de referencia permite vislumbrar la amplia brecha en términos de género de los deudores para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la cual se mantiene, aunque menos pronunciada, para las restantes provincias del país. Chaco, Formosa y Santiago del Estero se posicionan como las plazas con menor brecha entre deudores femeninos y masculinos.

En el informe “Acceso al crédito: Primer set de indicadores. Datos desagregados por género en Argentina” citado previamente se remarca la diferencia entre el endeudamiento de los hombres y las mujeres adultas, cuyas causas podrían estar asociadas, entre otras, con la participación de cada género en el mercado laboral: las mujeres tienen una menor tasa de actividad en el mercado laboral (47% vs. 69% de los hombres) y una menor tasa de empleo (42% vs. 64% de los hombres).

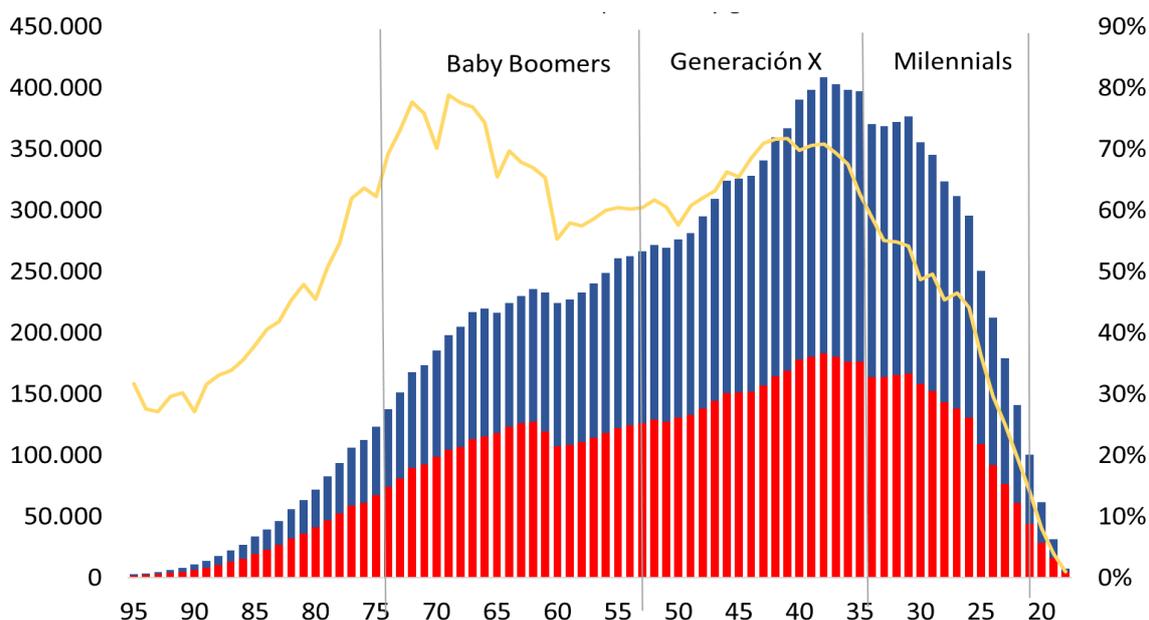
GRÁFICO 13. Tipo de endeudamiento, desglose por sexo



Fuente: Elaboración propia, en base a informe de Gerencia de innovación financiera – BCRA - Acceso al crédito: Primer set de indicadores. Datos desagregados por género en Argentina

Como se desprende del anterior gráfico, en todos los tipos de financiamiento existen más deudores hombres que mujeres. Para el caso de las tarjetas de crédito bancarias y los préstamos personales, el 53% de los deudores es del género masculino. En el caso de las deudas hipotecarias, la diferencia es aún más notoria: el 66% de estos créditos se encuentran en cabeza de hombres y sólo 34% de mujeres.

GRÁFICO 14. Cantidad de deudores, desglose por edad y sexo



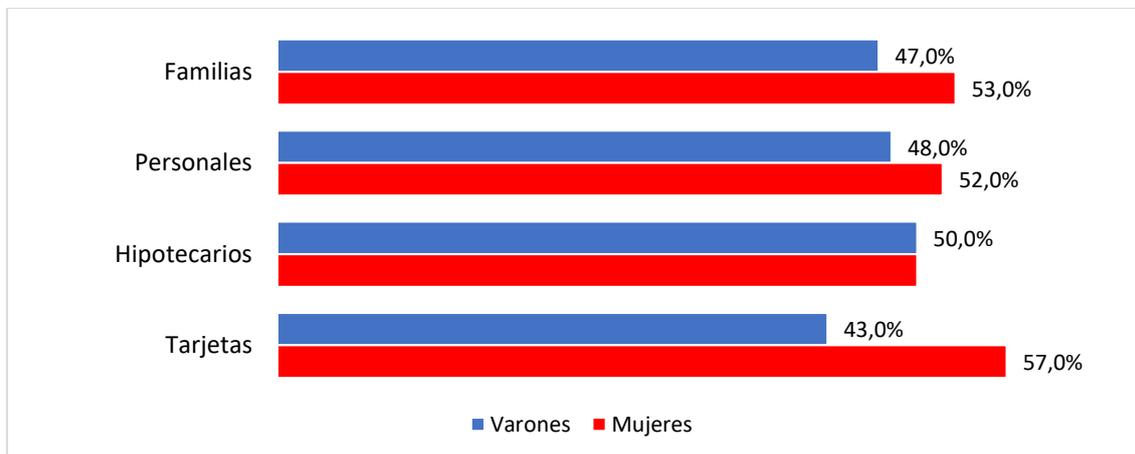
Fuente: Gerencia de innovación financiera – BCRA - Acceso al crédito: Primer set de indicadores. Datos desagregados por género en Argentina

En todas las edades hasta los 60 años, la cantidad de mujeres con algún financiamiento es menor que la cantidad de hombres con algún financiamiento. A partir de los deudores de 61 años, la proporción se invierte, registrándose más mujeres con algún financiamiento que hombres con algún financiamiento.

Temática 5: COMPOSICIÓN DE LA CARTERA DE FAMILIAS DEL BANCO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

La composición de la cartera de familias del Banco Provincia de acuerdo al tipo de financiación presenta a los préstamos personales como principal fuente (60%). El resto de la cartera está distribuida equitativamente entre Préstamos Hipotecarios y Tarjetas.

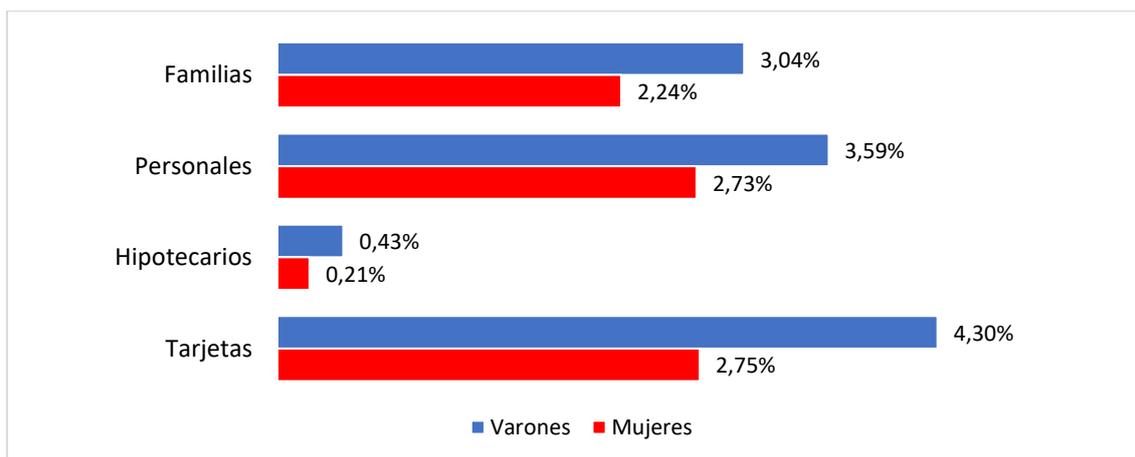
GRÁFICO 15. Cartera de familias del Banco Provincia por tipo de financiamiento, desglose por sexo



Fuente: Informe del Mercado Financiero y Mujeres – Gestión de Riesgos – Mayo 2018 del Banco Provincia de Buenos Aires

Las mujeres toman financiamiento en mayor porcentaje que los varones aunque la brecha existente es pequeña.

GRÁFICO 16. Irregularidad por tipo de financiamiento, desglose por sexo



Fuente: Informe del Mercado Financiero y Mujeres – Gestión de Riesgos – Mayo 2018 del Banco Provincia de Buenos Aires

En cuanto a la cartera irregular de Familias, se observa un mejor comportamiento del género “femenino” en todos los productos, principalmente en tarjetas de crédito (-1,55PP).

Temática 6: SERVICIOS FINANCIEROS ALTERNATIVOS

➤ FINTECHS

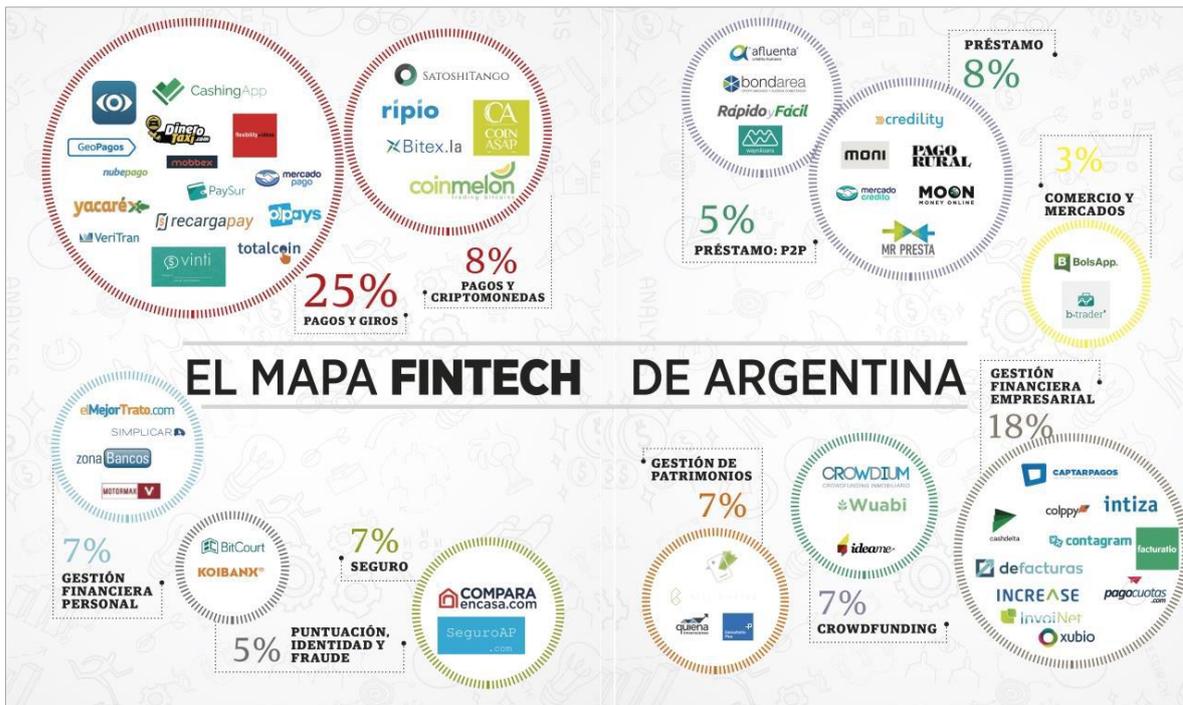
En el contexto actual surgen como aliadas de las PyMES las empresas Fintech que, haciendo un uso extensivo de la tecnología y de la segmentación de mercados, son mucho más ágiles en lo que respecta a su modelo de negocio; a diferencia de un banco, el cual, al gestionar muchos negocios, dentro de su cadena de valor, lo hace más proclive a una respuesta tardía o ninguna respuesta ante un mercado cada vez ávido de adquirir servicios más acordes a sus necesidades y no a las necesidades de la banca.^{xxi}

De acuerdo con un estudio llevado a cabo por el BID en la Región en el año 2017 se localizaron 703 empresas jóvenes Fintech, en donde el 90% de la actividad se concentra en cinco países. Brasil es el que tiene mayor cantidad de emprendimientos, con unas 230 firmas. Le siguen México (180), Colombia (84), Argentina (72) y Chile (65).^{xxii} Un año después, el mismo estudio realizado por el BID en alianza con Finnovista muestra que la actividad de Fintech en América Latina se consolida y expande a 18 países, identificando 1166 emprendimientos en toda la Región, lo cual significa un crecimiento del 66% comparado con el año anterior. Brasil sigue encabezando este ranking con 380 emprendimientos, seguido de los mismos países que en la edición anterior: México (230), Colombia (148), Argentina (116) y Chile (84). Así, nuestro país se posiciona como uno de los clúster más relevantes a nivel regional, no sólo en cantidad de emprendimientos enfocados en la industria sino también en materia de innovación.

Este estudio aporta un dato relevante al analizar las empresas Fintech en Latinoamérica: el 35% tiene una mujer fundadora o una mujer en el equipo que inició la empresa, cifra que está muy por encima del promedio mundial del 7% y si bien se trata de empresas que operan en varios segmentos, es interesante comprobar que una de cada tres de esas empresas que cuentan con mujeres en su equipo fundador se enfocan en atender a segmentos subatendidos o excluidos del sector financiero formal.

Es por estas razones que hoy es imposible analizar el sector y la inclusión financiera de las mujeres sin tener en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías y de los emprendedores o compañías “Fintech” que las implementan. Son estos los nuevos actores que compiten con las instituciones financieras tradicionales y desafían sus largamente establecidos modelos de negocio.^{xxiii}

IMAGEN 1. El mapa Fintech de Argentina



Fuente: Finnovista 2016 In collaboration with the Inter-American Development Bank.

➤ DINERO MOVIL

El dinero móvil es una tendencia en el mundo, por este motivo el Banco Nación lanzó PIM, una billetera móvil para personas no bancarizadas.

Características:

- Funciona en cualquier celular (*456#) sin consumir crédito ni Internet.
- Sin costo para el usuario y pequeños comercios.
- No requiere tarjeta de crédito ni cuenta bancaria.
- Se recarga en RapiPago, Pago Fácil, Cajeros Link Punto Efectivo y otras redes.
- Permite recargar el celular, recargar SUBE, enviar transferencias, realizar compras, pagar TelePASE, retirar efectivo, recibir pagos y transferencias, cobrar beneficios sociales, recibir salarios, recibir microcréditos, etc.

IMAGEN 2. PIM – Dinero móvil



Fuente: PIM, tu plata en tu celular - Nación Servicios – Septiembre 2018

El programa lanzado por el Banco Nación, no presenta una perspectiva de género en tanto no hace distinción alguna en la promoción del mismo a mujeres y/o varones.

Temática 7: PROGRAMAS DE ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

1- Pro Mujer

Es una organización comprometida a mejorar la vida de las mujeres y de sus familias a través de apoyo económico, capacitación empresarial y atención de salud básica. Pro Mujer opera cinco Centros de Servicio en Argentina, los cuales abren sus puertas a mujeres de Salta, Jujuy y Tucumán – tres de las provincias más pobres y marginadas del país. Además, cuenta con tres salas de atención remota en diferentes localidades del interior de las provincias donde operan sus sucursales. Pro Mujer ayuda a transformar las vidas de alrededor de 10.000 mujeres en el país, a través de diferentes servicios y productos. Ofrece una amplia variedad de créditos, seguros, cobertura de salud, y capacitación. Entre los programas de capacitación brindan cursos

de microfinanzas, educación financiera, habilidades de negocios, desarrollo y crecimiento de emprendimientos, además de ofrecer talleres y servicios de apoyo como asesoramiento impositivo, legal, contable y asistencia financiera.

2- Tarjeta de Crédito Visa Chicas en NY Banco Comafi

El Banco Comafi junto con la comunidad “Chicas en New York” impulsó una tarjeta de crédito para mujeres. Además de los tradicionales rubros como peluquerías, gastronomía o supermercados, la tarjeta incluye beneficios en más de 80 marcas de mujeres emprendedoras de distintas categorías como decoración, talleres o accesorios. Además, cuenta con un programa de millas para canjear por viajes, experiencias, u otros productos. Adicionalmente, se puede solicitar el seguro para viajes, en el cual queda asegurada la vivienda ante diferentes eventualidades, o el seguro de cartera chica.

3- Tarjeta Santander Río Women

El banco Santander Río ofrece entre sus beneficios, el programa “Santander Río Women” exclusivo para mujeres. Ofrece descuentos y beneficios en cuatro categorías diferentes: moda, peluquería, estética y delicias.

Subcondición 2: PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO ORIENTADOS ESPECÍFICAMENTE A EMPRESAS PROPIEDAD DE MUJERES

Temática 1: Mujeres que Lideran - BICE - Ministerio de Producción

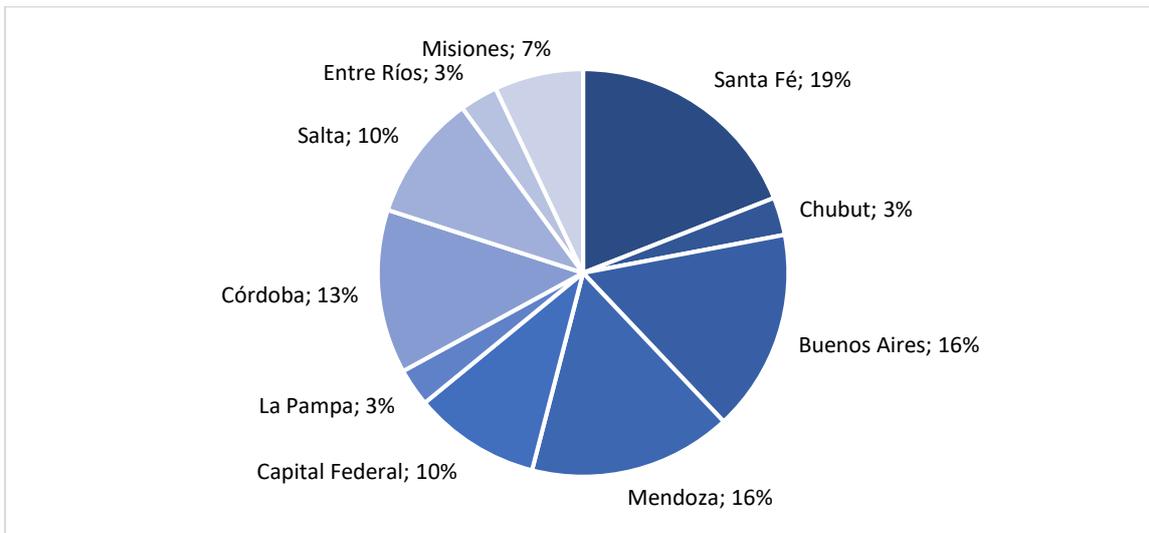
Programa para PyMEs que cuenten con el 51% de acciones en manos de una mujer, o aquellas que con un mínimo del 25% tengan también al menos una mujer en su Directorio o en su alta gerencia.

Su destino es financiar proyectos de inversión y a la adquisición de bienes de capital muebles, registrables o no, en el marco de una decisión de inversión, destinados a las distintas actividades económicas comprendidas en los sectores productores de bienes y servicios. Comprende también el financiamiento de proyectos de reconversión y modernización productiva de los distintos sectores económicos que mejoren la competitividad en los mercados doméstico y externo. Financiamiento del 100% del proyecto excluido el IVA. Créditos entre \$200 mil y \$40 millones y plazo de hasta 15 años. Servicios no financieros como capacitaciones y networking.

Al mes de Octubre de 2018 y 6 meses de su lanzamiento, se obtuvieron los siguientes resultados:

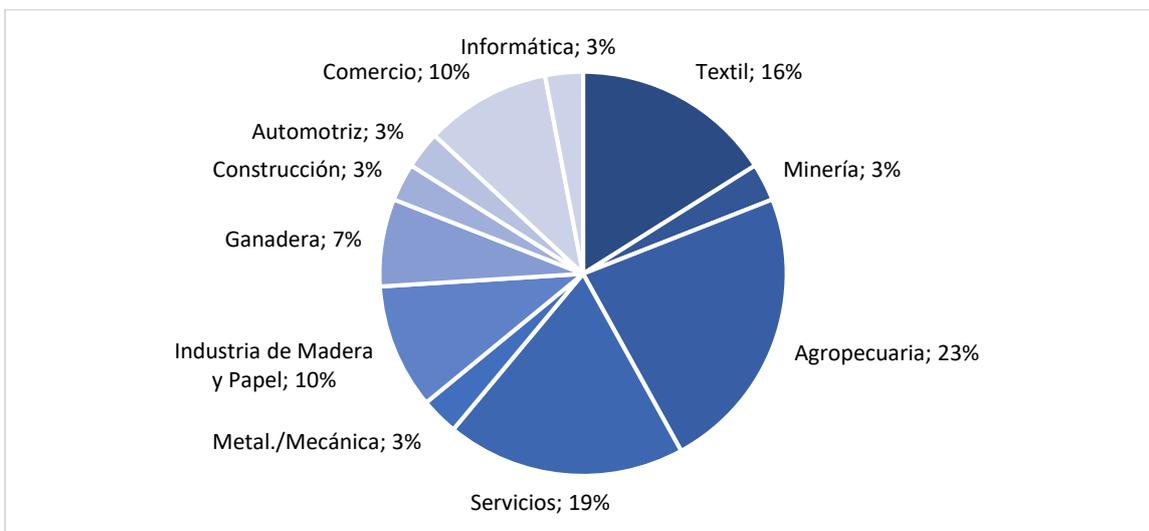
- Más de 30 PYMES accedieron a un préstamo en el marco del Programa
- \$116 millones de Proyectos financiados
- \$148 millones de Inversiones movilizadas
- 50% Préstamos por más del 80% de la inversión
- 6 años Plazo promedio

GRÁFICO 17. Cantidad de Pymes financiadas por Provincia



Fuente: Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) – Programa Mujeres que Lideran – Octubre 2018

GRÁFICO 18. Cantidad de Pymes financiadas por sector



Fuente: Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) – Programa Mujeres que Lideran – Octubre 2018

Temática 2: Banking on Women - International Finance Corporation (IFC)

En el 2010, el International Finance Corporation (IFC) lanzó su programa denominado Banking on Women, que brinda financiación y experiencia a las instituciones financieras de mercados emergentes con la finalidad de expandir las oportunidades y los servicios financieros para las clientes mujeres y para aquellas que son propietarias de negocios. A través de Banking on

Women, IFC trabaja con su amplia red de instituciones financieras clientes para aumentar el acceso a la financiación de mujeres empresarias, especialmente aquellas que son propietarias o dirigen PyMEs. El fundamento del caso de negocio de Banking on Women radica en el hecho de que la provisión de servicios financieros de valor para las clientes mujeres genera rentabilidad para los bancos. A junio del 2016, el programa de financiación de género de IFC ha invertido, movilizado inversiones y proporcionando asesoría a 48 instituciones financieras en 33 países con una cartera total de US\$1.130 millones.

El Programa Banking on Women de IFC se asocia con instituciones financieras que han construido una sólida trayectoria de financiación para PyMEs. IFC brinda una variedad integral de productos de deuda, capital e inversión para que los bancos proporcionen financiamiento a las mujeres empresarias.

Asimismo, IFC ofrece servicios de asesoría a los bancos para fortalecer su propuesta de valor y estrategia para atender el segmento mujer con una oferta diferenciadora. La asesoría incluye áreas como planificación estratégica, segmentación de clientes, diseño de la propuesta de valor para el cliente, posicionamiento en el mercado, proceso de aplicación crediticia, posicionamiento del producto y formación del personal bancario para ayudar a los bancos a brindar un mejor servicio a clientes mujeres de una manera rentable y sostenible.

IFC también asesora a los bancos para que ofrezcan servicios de apoyo directamente a las mujeres empresarias, tales como programas de mini-MBA (administración de negocios), educación financiera, capacitación en habilidades gerenciales y planificación, así como oportunidades para desarrollar sus redes de negocios y un programa de acceso a mentores.

El Programa Banking on Women se consolida mediante alianzas: en el año 2013, IFC lanzó el programa de Bonos Banking on Women con el fin de atraer mayores inversiones y ayudar a las instituciones financieras a servir de manera rentable y sostenible a las mujeres propietarias de negocios. En 2014, IFC inició el Mecanismo de Oportunidades para Mujeres Empresarias (Women Entrepreneurs Opportunity Facility - WEOF) – US\$ 600 millones- en asociación con la Iniciativa 10.000 Mujeres de Goldman Sachs. Este mecanismo financiero es el primero en su género a nivel global, dedicado a expandir el acceso al capital para mujeres empresarias. En el año 2015, US Overseas Private Investment Corporation (Corporación de Inversiones Privadas de Estados Unidos en el Extranjero - OPIC-) se unió a WEOF con una participación de hasta US\$100 millones. Asimismo, en 2016, IFC, FMO, el banco de desarrollo holandés, AP2, un fondo de pensiones de Suecia, y Swedfund, la Institución financiera para el Desarrollo de Suecia, invirtieron en el innovador Fondo de Deuda para Mujeres Empresarias (Women Entrepreneurs Debt Fund - WEDF).^{xxiv}

Como propuesta de valor dentro del programa “BANCA PARA MUJERES” IFC tiene una oferta única de asesoría para bancos centrada en obtener un mayor valor del segmento de clientes mujeres.^{xxv} Con el objetivo de segmentar y analizar el mercado, IFC ha diseñado y fondeado una

investigación del mercado PYME y Mujer en Argentina durante el 2018, este estudio proveerá las bases para entender la oportunidad que representa la mujer como mercado diferencial.

A continuación se presentan los resultados preliminares del estudio^{xxvi}:

SEGMENTO I: SECTOR CONSUMO

Eje I. Perfil de la mujer

- Las rutinas difieren en función del género, generaciones, formación profesional y lugar de residencia.
 - Se percibe una distribución de roles más equitativa entre mujeres y hombres, sobre todo en CABA y en personas con un nivel educativo superior.
 - Mayor participación de la mujer en el mercado laboral.

EJE II. Conocimiento del sistema financiero e instrumentos de financiación

- Se manifiesta amplio conocimiento de los instrumentos financieros básicos. Tal conocimiento es inversamente proporcional a su complejidad.
- Los hábitos de consumo varían en función a la etapa del ciclo vital, estado civil y presencia o ausencia de hijos.
- Se percibe un grado de satisfacción medio con el banco que frecuentan habitualmente.
- Las mujeres los perciben relativamente menos onerosos (M: 49,5%; H: 56%) y con un grado menor de complejidad.
- Los aspectos burocráticos y los requerimientos bancarios obstaculizan las solicitudes de préstamos (M: 40,7%; H: 47,1%)
- Caracterización de la institución financiera ideal:
 - Bajos costos (M: 39,9%; H: 35,1%);
 - Atención personalizada (M: 37,8%; H: 35,1%);
 - Servicios de banca electrónica (M: 23,3%; H: 34,2%);
 - Seguridad (M: 31,8%; H: 23,4%).
- 7 de cada 10 encuestados manifiesta la necesidad de contar con servicios financieros orientados a las familias.
- En cuanto al mercado de seguros:
 - Bajo nivel de contratación (M: 51,1%; H: 51,4%);

- Preferencia por contratación mediante productores (M: 55,4%; H: 57,5%);
- Mayor penetración en seguros obligatorios.

EJE III. Servicios no financieros

- El conocimiento de las mujeres respecto a la información y programas de capacitación es muy bajo y dispar.

SEGMENTO II: PYMES

Eje I. Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa

- El acceso al financiamiento es el principal desafío para poner en marcha las PyMEs (25,7%), siendo más alto el porcentaje en hombres (34,4%) que en mujeres (23,6%).
- La coyuntura económica e inestabilidad del contexto (34,3%) constituye en la actualidad el principal desafío para poder gestionar las empresas, aspecto más destacado por las mujeres (36,8%) que por los hombres (24,6%).
- Las fuentes de financiamiento para poner en marcha del negocio: ahorros o financiamiento propio (36,3%), financiamiento bancario (24,1%), y la provisión de amigos y familiares (13,9%).
- Las fuentes de financiamiento del ciclo operativo: acuerdo con proveedores (36,0%)
- Las fuentes de financiamiento para expandir la capacidad productiva: sistema bancario (43,6%)
- Se destaca la dificultad para acceder a la financiación bancaria, fundamentalmente por barreras burocráticas y altas tasas de interés.

EJE II: Conocimiento del sistema financiero e instrumentos de financiación

- Se manifiesta amplio conocimiento de los instrumentos financieros básicos.
- La gran mayoría de las PyMES (el 89,4%) realiza frecuentemente pagos a través del sistema bancario, siendo la banca por internet el medio más utilizado (96,7%).
- El grado de satisfacción que tienen las PyMES con el banco principal es medio (el 66,6% se encuentra satisfecho o totalmente satisfecho con los servicios).
- Caracterización de la institución financiera ideal:
 - Atención personalizada (51,2%);
 - Bajos costos (42,6%);

- Banca electrónica efectiva (36%).
- Las PyMEs tienen preferencia por la banca relacional, argumentando una prestación de servicios más efectiva, mayor abanico de servicios, operatorias on line y celeridad.
- En cuanto al mercado de seguros:
 - 9 de cada 10 encuestados ha solicitado un seguro.
 - Valoran la figura del productor o broker asegurador (77,1%). Aprecian la relación de confianza y les genera mayor seguridad para la resolución de problemas.

EJE III: Servicios no financieros

- Entre las recomendaciones de los empresarios PyMEs: Proporcionalmente las mujeres están más interesadas que los hombres en asesoramiento a medida (31,8%) y los hombres proporcionalmente más interesados en los tutoriales (42,6%). También se mencionan las jornadas de trabajo (27,7%).

EJE IV: Mujeres empresarias

- El género, a priori, no es reconocido como una variable determinante para administrar mejor una empresa
- 5 de cada 10 mujeres y 6 de cada 10 hombres considera que la mujere empresaria afronta mayores desafíos para dirigir la empresa.
- La mujer tiene una mayor capacidad de perseverancia y el hombre una mayor propensión al riesgo (42,3%)
- En general, consideran que ellas tienen el mismo acceso a la información financiera que los hombres (86,8%) y aunque en menor medida acuerdan con la igualdad de acceso a la propiedad, al crédito y la inversión (68,7%).
- Con respecto al reconocimiento de las necesidades y desarrollo de las empresas propiedad o a cargo de mujeres, sólo el 37,3% considera que el Estado debería realizarlo a través de programas de apoyo específicos a las empresas dirigidas por mujeres, un 38,3% considera que las cámaras empresarias se tendrían que ocupar de hacerlo y un 40,6% que el sistema financiero debería considerar productos que apoyen de manera específica a las empresas dirigidas por mujeres.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ⁱ Fernando Gutiérrez. El Economista. (8 de abril de 2018). Rezago de servicios financieros para mujeres en América Latina: CAF Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Rezago-de-servicios-financieros-para-mujeres-en-America-Latina-CAF-20180408-0049.html>
- ⁱⁱ Comnica RSE. En América Latina los productos financieros no están pensados para las mujeres (12 de marzo de 2018). Recuperado de: <http://www.comunicarseweb.com.ar/noticia/en-america-latina-los-productos-financieros-no-estan-pensados-para-las-mujeres>
- ⁱⁱⁱ El Cronista. Buscan tentar a bancos para que presten a mujeres que lideran Pymes. (9 de abril de 2018). Recuperado de: <https://www.cronista.com/finanzasmercados/Buscan-tentar-a-bancos-para-que-presten-a-mujeres-que-lideran-Pymes-20180409-0037.html>
- ^{iv} Banco Mundial (2017) Global Findex.
- ^v Banco Mundial (2017) Global Findex.
- ^{vi} CAF (2017) Recuperado de: www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/10/60-por-ciento-tiene-dificultades-para-cubrir-gastos-mensuales/
- ^{vii} Banco Central de la República Argentina (2017) Encuesta de medición de las capacidades financieras.
- ^{viii} Cfr. The Russia Financial Literacy and Education Trust Fund (2013) Financial literacy and inclusion. Results of OECD/INFE survey across countries and by gender
- ^{ix} Azar, K., Lara, E., Mejía, D (2018) Inclusión financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política. CAF
- ^x El Cronista. Buscan tentar a bancos para que presten a mujeres que lideran Pymes. (9 de abril de 2018). Recuperado de: <https://www.cronista.com/finanzasmercados/Buscan-tentar-a-bancos-para-que-presten-a-mujeres-que-lideran-Pymes-20180409-0037.html>
- ^{xi} <https://www.ifc.org>
- ^{xii} Ferraro, C. (2011) Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina
- ^{xiii} Financing Women Entrepreneurs for Growth IFC's Financial Institutions Group Banking on Women (BOW)
- ^{xiv} Azar, K., Lara, E., Mejía, D (2018) Inclusión financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política. CAF.
- ^{xv} International Finance Corporation (2014) Financing Women Entrepreneurs for Growth IFC's Financial Institutions Group Banking on Women (BOW)
- ^{xvi} SME Finance Forum (2018) Future of business Survey Financing and women-owned small businesses: the role of size, age, and industry.
- ^{xvii} Coleman, (2000). Informe Inclusión Financiera de las Mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política. CAF. 2018
- ^{xviii} Buvinic y Berger, 1990; Carter et al, (2003). Informe Inclusión Financiera de las Mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política. CAF. 2018
- ^{xix} Access to credit for female managed enterprises. Auguste, S. y Galetto, B. (2018)
- ^{xx} Gerencia de innovación financiera – BCRA - Acceso al crédito: Primer set de indicadores. Datos desagregados por género en Argentina
- ^{xxi} Varas, R. Fintech vs el Sistema Financiero Tradicional ¿Cuál es su destino? ¿Colaboración o rivalidad?
- ^{xxii} BID y Finnovista (2018) Informe Fintech en América Latina: crecimiento y consolidación.
- ^{xxiii} BID (2017) Fintech: innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe.
- ^{xxiv} Corporación Financiera Internacional. Banca Mujer. Generar valor para los bancos y fomentar el crecimiento económico
- ^{xxv} International Finance Corporation (IFC). Encuentro Red de Redes, CEDEM, Diciembre 2018.
- ^{xxvi} International Finance Corporation (IFC), IAE Business School y Management & Fit Consultora. Encuentro Red de Redes, CEDEM, Diciembre 2018.