

Designing for Her Success: Partnering for Women-Centered Financial Solutions – French Transcript

(Note: This transcript was AI-generated using [NoteGPT](#). Transcripts may include inconsistencies or errors and some sentences have been condensed.)

00:16

Bienvenue à tous ! Je suis Rathi Mani-Kandt, le directeur de l'entrepreneuriat féminin et de l'inclusion financière chez Care. À l'échelle mondiale, nous travaillons avec des prestataires de services financiers pour concevoir et proposer intentionnellement des produits et services financiers et non financiers pour les femmes entrepreneures. Aujourd'hui, nous avons la chance d'accueillir l'un de nos partenaires clés, un partenaire de services financiers du Pérou, pour discuter de comment et pourquoi concevoir des produits spécifiquement pour les femmes entrepreneures en adoptant une approche centrée sur les femmes.

00:48

Le processus de conception est quelque chose que Care fait régulièrement. Nous sommes également très reconnaissants envers le MasterCard Center for Inclusive Growth qui a financé le programme Ignite pendant les quatre dernières années et le programme Strive Women pour les quatre prochaines années. Nous allons continuer à développer ce partenariat et à créer plus de produits financiers différents pour les femmes entrepreneures. Nous avons dû enregistrer une partie de la conversation pour diverses raisons, mais nous vous encourageons à regarder, et nous serons en direct après la vidéo pour répondre à vos questions.

01:13

"Des questions profondes que vous pourriez avoir, c'est pas tous les jours qu'on a l'occasion d'entendre une conversation avec le patron d'une institution financière. Aujourd'hui, on a la PDG de Financiera Confianza, Ana Cecilia Akamine, et on veut que ce soit une conversation ouverte sur les raisons et la manière dont ils ont investi, tant du point de vue commercial que de l'impact social. On va lancer la vidéo, on espère que ça vous plaira, et on sera là pour répondre à vos questions. N'hésitez pas à mettre vos questions dans le chat pendant qu'on y est."

01:44

Salut tout le monde et bienvenue à notre programme « Concevoir pour son succès », un partenariat pour des solutions financières centrées sur les femmes. Je suis super content d'être ici ! Aujourd'hui, on va commencer par quelques présentations rapides. Je suis Rathi

Mani-Kandt, le directeur de l'entrepreneuriat féminin et de l'inclusion financière. On se concentre sur la croissance des micro et petites entreprises, surtout celles dirigées par des femmes, en collaboration avec des partenaires financiers et non financiers locaux à travers le monde. Aujourd'hui, j'ai le plaisir d'accueillir l'un de nos partenaires clés du Pérou, Financier Confa, qui est une grande institution.

02:15

Une institution financière basée au Pérou et leur PDG, Ana Cecilia Akamine, qui est chez Financier Confa depuis presque 13 ans. Elle est la PDG de Finan Confa et a travaillé avec nous pour lancer un produit conçu pour un Centre des femmes international. Donc, aujourd'hui, on va parler de notre parcours de partenariat des quatre dernières années, et on est vraiment ravis de l'avoir avec nous. Bienvenue, Ana Cecilia ! D'accord, merci Ratti, c'est vraiment un plaisir d'être ici avec toi. J'ai l'opportunité de partager avec vous.

02:53

Et parlons de ce super partenariat, excellent ! Alors, allons-y et commençons. Ana Cecilia, parle-nous du partenariat avec Care. Quels étaient les objectifs de ce partenariat et pourquoi c'était important pour Fin Conf ? Eh bien, je pense qu'il est important de souligner que les deux organisations, Fin Conf et Care, partagent le même but, et c'est crucial pour nous de travailler avec des partenaires qui ont les mêmes objectifs que nous. Fin Conf, en tant que fondation de microfinance BBBA, a plus de 30 ans d'expérience.

03:37

La microfinance, grâce à notre méthodologie financière productive, permet de favoriser un développement économique et social durable pour les groupes vulnérables, et les femmes font partie de la population principale que nous visons à servir. Notre objectif est de lutter contre la pauvreté, en particulier chez les femmes. C'est pourquoi nous cherchons à collaborer avec des partenaires qui partagent ce même but, pour travailler ensemble avec les femmes. Ce que je trouve formidable dans notre collaboration, c'est que nous avons une vision commune pour concevoir des solutions de manière intentionnelle.

04:21

À travers un processus de design centré sur les femmes, on a créé des produits et des services qui répondent vraiment à leurs besoins. Peux-tu nous parler un peu du produit conçu par le Women's Center et sur lequel on a collaboré ? Quelles fonctionnalités t'ont semblé particulièrement attractives et pourquoi étaient-elles essentielles au changement ? D'accord, donc impr mare est un produit qu'on a créé pour aider les femmes entrepreneurs au Pérou. Ce produit s'adresse à un segment de femmes qu'on appelle les "Strivers", celles qui ont...

05:03

Nous avons déjà montré que H a de l'expérience dans la gestion de leurs affaires et de leurs finances, ce qui est super important pour nous. En fait, on a lancé ce produit en 2021 avec l'objectif de réduire l'écart entre les genres, notamment en matière de financement au Pérou. Ça représentait une grande opportunité d'offrir un produit qui non seulement donne accès aux finances, mais aussi qui informe sur les réalités et les défis auxquels ces femmes font vraiment face. L'une des caractéristiques clés de ce produit, c'est qu'il ne nécessite pas l'accord du mari.

05:46

"Il faut signer pour accéder au crédit, c'est super important, non, c'est même crucial parce que ça assure l'indépendance financière de nos clients. C'était une des plus grosses innovations qu'on a découvertes chez nos clients et nos entrepreneurs. En plus, on a facilité l'accès au crédit grâce à notre application mobile, ce qui offre plus de flexibilité et de confort à ces femmes entrepreneurs, leur donnant une expérience financière plus agile et directe. Je pense que pour compléter tout ça, il y a un autre aspect fondamental."

06:28

Le produit est un composant d'éducation financière dans l'application Lisa Express développée par Care Peru. Nos clients peuvent accéder à un programme de formation ludique avec des histoires et des simulateurs qui améliorent à la fois leurs compétences financières et personnelles. C'est essentiel pour leur autonomisation et la croissance de leur entreprise. Je pense que ce sont vraiment des caractéristiques clés. Donc, pas de signature du mari, vous savez, et c'est une norme qui existe dans de nombreuses parties du monde où, vous savez, la femme...

07:06

Un prêt est en fait lié à la dette du mari et se débarrasser de ça peut vraiment ouvrir des portes pour accéder à des financements, donc c'est super d'entendre parler de cette fonctionnalité. Bien sûr, la digitalisation et le fait de proposer des services non financiers en plus, c'est un atout. Je pense que ce que tu dis est très important, parce que l'un des obstacles les plus complexes à surmonter, c'est de changer cette perception traditionnelle du financement, en particulier en ce qui concerne le besoin de la signature du mari. Donc, ça soulève des questions.

07:42

Prendre conscience de l'importance de l'autonomie financière et donner aux femmes le pouvoir de prendre leur temps et d'adopter une approche réfléchie, je pense que c'est

super important. On savait que ce changement était nécessaire, non seulement pour faciliter l'accès au diplôme, mais aussi pour transformer leur mentalité vers une plus grande équité et inclusion financières. C'est génial, merci Ana Cecilia, ça résonne vraiment avec beaucoup d'entre nous qui espèrent voir plus de ce genre de changements. Je suis curieux des caractéristiques de...

08:17

Je me souviens qu'une des caractéristiques du produit, c'était l'assurance contre le cancer du sein, et je veux juste comprendre comment les gens percevaient cette assurance et pourquoi c'était important pour vos clients. Je pense que c'est une caractéristique très importante pour tous nos clients, parce que, comme vous le savez, les assurances santé au Pérou ne sont pas forcément de bonne qualité. Donc, lors de toutes nos recherches, on a découvert que c'était vraiment cette assurance qui leur manquait.

08:57

Concernant toutes les autres fonctionnalités dont ils ont besoin, on a mis ça à leur disposition parce qu'ils en ont besoin. Ce qui est très important, c'est d'identifier les besoins et ensuite de leur offrir une proposition de valeur complète. Ouais, c'est super, et je trouve que c'est l'une des parties les plus intéressantes du produit. Peut-être une question serait : est-ce que l'une de ces fonctionnalités, comme on en a parlé, est puissante ? Vous savez, on a identifié le besoin et ensuite, il fallait vraiment apporter cette valeur au client. Donc, y avait-il des...

09:35

Ces caractéristiques étaient difficiles à changer. Était-ce cher d'ajouter une assurance contre le cancer du sein ? Y avait-il une résistance au sein de l'organisation ? Comment ça s'est passé ? Eh bien, oui, c'était un défi. D'abord, on devait trouver un partenaire, une compagnie d'assurance, et il fallait les convaincre de la nécessité de cette assurance pour nos clients. On devait aussi leur prouver que cette assurance n'était pas seulement un avantage pour nos clients, mais que c'était aussi un bon business pour eux. Il fallait équilibrer les deux.

10:22

Les deux choses à éviter pour lancer un produit, je pense que H, c'était l'un de nos plus grands atouts pendant ce processus de lancement. C'est pas toujours facile de répondre aux besoins de nos clients tout en équilibrant nos objectifs commerciaux, n'est-ce pas ? Je pense que c'est vraiment là que se situe la tension. Oui, super, merci beaucoup Ana Cecilia. Allons peut-être un peu plus en profondeur dans la conception du centre pour

femmes maintenant. Quel a été le processus pour concevoir ce produit pour les femmes, Le Ms ? Qu'est-ce qui a été difficile là-dedans et pourquoi ?

11:07

Qu'est-ce que t'as le plus aimé là-dedans ? Eh bien, le processus de conception axé sur les femmes qu'on a mis en place pour développer ce programme a été super important pour favoriser l'inclusion économique et l'autonomisation des femmes. C'est vraiment notre objectif. Donc, ce processus a commencé par une recherche quantitative et qualitative approfondie qui nous a permis de comprendre la réalité de plus de 1,3 million de micro et petites entreprises dirigées par des femmes dans notre pays, au Pérou. Cette première étape a consisté en une étude diagnostique nationale, et on a fait des interviews.

11:54

Nous avons organisé des groupes de discussion et on a identifié les obstacles auxquels ces entrepreneurs font face, comme les difficultés d'accès au financement et le manque de formation en affaires et en finances. Ces barrières, combinées aux inégalités culturelles liées au genre, créent des obstacles importants à leur croissance. On a terminé cette étude fin 2020 et début 2021, en plein milieu de la pandémie, ce qui a vraiment été un défi. Tu as mentionné ce qui t'a surpris pendant tout ce processus, qu'est-ce qui t'a le plus étonné ?

12:41

Le processus était vraiment marqué par le désir immense d'apprendre et de grandir que ces femmes exprimaient. Au départ, on pensait que le manque de formation serait un gros obstacle, mais on a découvert que beaucoup de femmes étaient prêtes à apprendre et à s'améliorer si on leur donnait la bonne opportunité. Ce qui m'a le plus surpris, c'était leur résilience, vraiment inspirante et qui nous a motivés à continuer. Je pense que cette co-création de solutions avec Care a été cruciale, tout comme la collaboration avec Care Peru et le Centre Mastercard pour l'inclusion.

13:23

La croissance, euh, ils nous aident à organiser ces cérémonies avec des femmes entrepreneures pour définir les caractéristiques dont on vient de parler, qui répondent vraiment à leurs besoins réels. C'est ça qui est important, pas un produit standard. Euh, on a confiance en cette approche qui remet en question notre méthode traditionnelle de développement de produits. Donc maintenant, je pense qu'on a une façon de concevoir un produit qui est plus large et nécessairement inclusive. Euh, c'est important d'incorporer une perspective de genre, euh, ça nécessite ce design.

14:16

C'est super important de changer notre mentalité et nos processus, pas juste pour offrir une solution financière, mais vraiment pour faire une différence. Je suis content que tu aies parlé des normes, parce qu'il y a des choses qu'on peut modifier dans le produit, que ce soit le montant du prêt ou d'autres paramètres. En fait, il y a plein de normes qui touchent les femmes, comme le fait que le mari doive signer pour le prêt, ce qui complique l'accès et l'utilisation. Donc, il est essentiel d'avoir cette perspective de genre dans notre travail.

14:50

La recherche Insight est vraiment importante et je sais que les ateliers de co-création avec vous et votre équipe étaient cruciaux. Vous aviez différents membres de vos équipes présents à ces ateliers pour s'assurer que le risque était pris en compte et que le service juridique était au courant. C'est important que tous les acteurs de votre institution croient aussi en ce produit. C'est un processus très précieux, je pense, et on a vu votre engagement là-dedans aussi.

15:25

C'est super important que l'équipe soit vraiment engagée à trouver une vraie solution pour les femmes, parce que c'est dans notre objectif. Donc, le ressenti de l'équipe nous aide à avoir un bon produit. Et d'ailleurs, ça me mène à ma prochaine question : il y a plein de prestataires de services financiers dans le monde qui se contentent de copier ce qui existe déjà sur le marché, non ? Donc, ma question c'est : pourquoi vous et votre équipe, pourquoi ?

16:10

Est-ce que vous étiez tous aussi motivés à investir dans ce processus intentionnel ? Peut-être qu'un point de vue business, ainsi qu'un point de vue social, serait intéressant à entendre de votre part. D'accord, Rathi, tu poses une très bonne question. Ici, chez Confian ER, on a un ADN qui pousse à promouvoir le développement durable, économique et social pour les groupes vulnérables. Et l'un de ces groupes, ce sont les femmes. Les femmes font partie des principales populations que nous visons à aider, donc c'est très important pour nous, c'est dans notre mission.

16:53

D'un autre côté, il y a le business. Donc, les femmes, oui, elles sont de très bonnes payeuses, ça c'est sûr. Et puis, les femmes représentent plus de la moitié de la population dans notre pays, donc il y a un gros marché à exploiter. C'est un bon investissement, parce

qu'elles sont fiables et il y a vraiment un potentiel énorme. Historiquement, ce segment a été négligé, et nous leur proposons des produits sur mesure.

17:49

Ils ont des produits adaptés, tu vas trouver un segment H vraiment bon et sain. Les femmes qui n'ont pas accès au financement ont un impact non seulement sur elles-mêmes, mais aussi sur leurs familles et leurs communautés. Donc, je pense que c'est une très bonne idée de faire ça. Mon dieu, ça a l'air vraiment simple, non ? De bons réparateurs, un grand marché, un segment sain... Donc oui, ça semble être un bon modèle économique et vous avez tous apprécié ça. Et vous pensez quoi ? Peut-être que pour revenir au produit, comment est-ce que vous mesurez ça ?

18:30

Le succès de ce produit par rapport aux autres, est-ce que tu penses qu'il a été rentable ? Est-ce que tu sens qu'il a ouvert un nouveau marché ? Ouais, tu penses que ça pourrait être central dans ta stratégie ? Oui, les femmes sont vraiment au cœur de notre stratégie, comme je l'ai dit. C'est pour ça qu'on travaille comme ça et qu'on définit notre succès en fonction de celui de nos entrepreneuses. On mesure leur progression pour voir si on a vraiment un impact sur elles.

19:07

Nous concentrons nos efforts sur des stratégies spécifiques pour cette population vulnérable, comme les femmes. Je pense que c'est vraiment important pour nous de travailler avec elles et de mesurer notre impact. Ana Cecilia, c'est super d'entendre parler du centre des femmes et du produit que nous avons développé ensemble. C'est génial d'entendre parler du succès de ce produit et de son importance pour votre activité sociale.

19:46

Stratégie, tout ça, c'est super excitant. Peut-être une question pour toi sur l'avenir. Maintenant, on est dans une deuxième phase de partenariat et on peut faire plus, servir plus de femmes avec une variété de produits et services, pas seulement des prêts, mais aussi en pensant à leur santé financière, pour ces femmes entrepreneuses. Juste une question : qu'est-ce que tu espères faire de plus ? Qu'est-ce que tu espères apprendre ou dans quoi tu aimerais investir davantage en avançant avec Strive Women ? Très bonne question, oui.

20:29

La Fondation wbba micro Finance s'engage pleinement à améliorer ce que vous venez de dire : la santé financière des femmes. On va au-delà du financement traditionnel. Chez fin

conf, on ne propose pas seulement des prêts, mais aussi des produits comme des assurances, de l'épargne et de l'éducation financière. Cette approche répond aux besoins spécifiques de nos clientes en leur fournissant des outils pour renforcer leur stabilité financière et leur capacité à planifier sur le long terme. Donc, dans cette nouvelle collaboration, dans cette phase H...

21:11

Nous allons développer un nouveau centre de projet dédié à la santé financière des femmes. Je pense que ce partenariat va nous permettre d'approfondir des domaines essentiels comme la planification financière, l'épargne, les promotions d'épargne et l'accès à des produits de protection. En élargissant notre offre, nous pourrions avoir un impact positif plus important sur leur vie. Rappelons-nous que notre pratique consiste à mesurer l'impact de ce que nous faisons. Je pense que l'une des leçons les plus importantes tirées de la première...

21:50

La phase de notre partenariat avec Care, c'est que les femmes ont besoin de bien plus que d'accéder à du crédit. Non, elles ont besoin de ressources en connaissances pour pouvoir gérer leurs finances efficacement. Ouais, c'est super ! Et je pense que juste t'entendre parler de l'approche globale, c'est vraiment puissant, parce que les femmes commencent ce parcours d'un point de départ tellement différent de celui des hommes, tu vois ? Elles ont déjà moins d'éducation, moins d'accès à la formation, moins de capital, bien sûr, et moins d'actifs. Elles ont tellement moins.

22:30

Tout le monde est là, et en fait, aborder ça de manière holistique, c'est vraiment inspirant. Je pense qu'avec Strive Women, ça nous donne à toutes l'opportunité de concevoir pour les femmes à travers ce prisme de la santé financière holistique, ce qui, tu sais, aura un impact plus grand dans la communauté. C'est super d'entendre un peu parler de ta mentalité là-dessus. Donc, Ana Cecilia, ma prochaine question est : en tant qu'institution financière qui fait ça depuis quelques années...

23:04

Alors, qu'est-ce que tu dirais aux autres prestataires de services financiers sur pourquoi ils devraient faire ça ? Quelle est la raison la plus convaincante que tu leur donnerais pour adopter un design centré sur les femmes et cette démarche intentionnelle pour se présenter sur le marché pour les femmes ? Quel conseil tu leur donnerais ? Eh bien, la chose la plus convaincante que je peux partager avec d'autres institutions financières,

c'est qu'en mettant en place un design centré sur les femmes, on ne fait pas que réduire les inégalités de genre qui sont encore bien présentes dans nos pays, mais aussi...

23:42

Ouvrir des marchés, des grands marchés avec un fort potentiel de croissance, je pense qu'aucune femme ne représente un segment de clients qui a été historiquement sous-servi. Donc, on propose ce genre de produit, ce serait une bonne décision commerciale. N'oublie pas, comme je l'ai dit, les femmes sont d'excellentes payeuses. Il y a aussi un gros marché, donc c'est important de travailler avec elles. Super ! Et peut-être juste une question pour l'avenir, est-ce que tu penses que cette approche centrée sur les femmes et la façon dont on s'est présentés...

24:27

Le marché, penses-tu que ça peut s'étendre à différentes régions et à différents types de population ? Qu'en penses-tu ? Oui, bien sûr, bien sûr. Les obstacles auxquels font face les femmes entrepreneurs peuvent varier selon le contexte local, mais les principes fondamentaux du design centré sur les femmes, comme l'ajustement des produits financiers et le soutien à travers des services non financiers, sont applicables dans divers cadres. L'important, c'est d'adapter l'approche aux besoins spécifiques et aux caractéristiques de chaque communauté ou groupe démographique.

25:06

Adapter à la fois les produits et les services complémentaires pour qu'ils correspondent aux réalités de leur société, non. Je pense qu'en fait, élargir cette approche à de nouvelles régions peut non seulement aider à combler le fossé de l'inclusion financière, mais aussi à autonomiser économiquement les groupes vulnérables avec qui nous travaillons. Super, je n'aurais pas pu le dire mieux moi-même. Bon, j'espère que vous avez tous apprécié la conversation qu'Ana, Cecilia et moi avons eue. J'aimerais juste souligner que certains des points forts tournaient autour de l'ouverture de grands marchés.

25:45

et des marchés à forte croissance en utilisant et en s'appuyant sur un design centré sur les femmes pour pouvoir créer des produits et des services vraiment rentables et impactants pour Finan Confian. Encore une fois, on a vraiment apprécié ce partenariat, donc on va ouvrir la discussion maintenant. Vous savez, on a travaillé avec Finan Confian pendant les quatre dernières années pour concevoir des produits, et on continuera à travailler avec eux pour approfondir notre design centré sur les femmes afin d'élargir notre gamme de produits et de services avec eux, pour qu'on puisse vraiment examiner ça.

26:21

la santé financière globale d'une femme entrepreneuse, et donc euh j'aimerais poser quelques questions. On a déjà une question dans le chat que je vais te poser, Ana Cecilia. Euh, on a un commentaire ici qui dit que c'est super de permettre aux femmes de ne pas avoir besoin de la signature de leur mari pour accéder au crédit. Donc, ça veut dire que le prêt est non garanti et basé sur le flux de trésorerie ? Bon, d'abord, merci, merci Jack et Rathi de m'avoir invitée aujourd'hui et de me donner l'opportunité de...

26:53

Partageons ce que Fin Confian a accompli au Pérou. Alors, pour répondre à la question, effectivement, on n'a pas de garanties spécifiques. Ce qu'on veut faire, c'est évaluer l'entreprise de notre cliente, dans ce cas, ce sont des femmes. On évalue leurs flux de trésorerie, leurs revenus et leur capacité à rembourser. C'est ça qui est vraiment important pour nous. C'est un point essentiel, parce que vous savez, quelles sont les alternatives et les manières plus flexibles d'évaluer une entreprise dirigée par une femme, en sachant qu'elle n'a peut-être pas de documents officiels.

27:36

L'historique de crédit, comme les hommes, euh, elle pourrait ne pas avoir, euh, autant d'actifs, euh, toutes les choses que les institutions financières demandent habituellement pour des prêts. Donc, c'est un super exemple d'adapter le produit pour qu'il soit plus flexible pour le groupe cible. Super, je me demande si on a d'autres questions pour le moment. Euh, on a une question ici. Euh, tu as beaucoup parlé des caractéristiques du produit, mais on sait aussi qu'un produit qui réussit a besoin des bonnes personnes. Alors, comment se passent les choses avec les agents de crédit, le personnel de vente, euh, d'autres groupes ?

28:13

Au sein de l'institution, comment ont-ils contribué au succès du produit ? Eh bien, le succès d'Endo M ne repose pas seulement sur ses fonctionnalités, même si on s'y est engagé, mais aussi sur l'implication et la préparation de notre équipe, en particulier nos conseillers. Dès le début, on a reconnu la nécessité de former notre équipe sur les questions de genre pour s'assurer qu'elle comprenne bien les défis auxquels nos clientes font face chaque jour. C'est pourquoi on collabore avec Care Peru, car ce sont des experts en genre et en inclusion.

28:51

Cette formation spécialisée est destinée à toute notre équipe. Ces sessions de formation ne couvrent pas seulement les aspects techniques du produit, mais se concentrent aussi sur comment établir un lien avec les femmes entrepreneures, empathiser et changer efficacement les normes traditionnelles de genre, en offrant un service plus inclusif. Alors, Jack, je suis curieux de savoir si tu veux ajouter quelque chose sur la façon dont on a interagi avec l'institution. Merci, Raty. Je pense que le plus important, c'est... enfin, tu sais, c'est vraiment ça.

29:35

Disons non, la mission et la vision sur comment on veut travailler avec ce segment de la population, c'est très important. La mission de Finan Confian est claire et il est facile de collaborer avec eux parce qu'on recherche les mêmes choses. Quand on travaille ensemble pour inclure le Gman avec cette méthodologie de design central Gman, ils sont très intéressés à comprendre. On se soutient mutuellement et on travaille vraiment en équipe.

30:13

Je pense que c'est vraiment important, oui, euh, d'accord, on a encore quelques questions. Euh, je pense qu'il y a un commentaire ici, euh, sur le fait que le succès ne repose pas seulement sur les caractéristiques du produit, mais aussi sur la façon dont votre équipe les sert. Et euh, quelqu'un a dit qu'il aimerait que plus de fournisseurs pensent de cette façon, n'est-ce pas ? Je pense que c'est vraiment crucial. Ce n'est pas juste une question d'adapter une fonctionnalité et de la vendre, c'est aussi sur la façon dont le client interagit avec toute l'institution tout au long de son parcours.

30:45

Ça demande un peu plus d'investissement de votre part, mais cet investissement, vous savez, va rapporter, n'est-ce pas ? C'est le business case auquel vous avez tous adhéré. Une autre question que j'ai, c'est, je suppose qu'il y a une question plus large : quels types d'entreprises sont financées ? Et j'aimerais aussi savoir, pouvez-vous nous en dire plus sur le processus de changement interne que vous avez dû traverser pour passer de signataire à ce type d'analyse de risque ?

31:18

Alors, pour faire référence à la capacité de retirer la signature du mari et tout ce qui s'est passé en interne, je pense qu'Ana Cecilia, ce serait super si tu pouvais en parler un peu plus, notamment sur les types de défis que tu as peut-être rencontrés avec les risques, le juridique ou avec tes équipes internes. Et aussi, ce qui devait être fait en interne, parce que

je pense que c'est un défi. On peut dire qu'on sait que les femmes ont besoin de X, Y et Z, mais souvent, ça ne suffit pas.

31:50

Les fournisseurs disent souvent que c'est trop compliqué comme changement, qu'ils peuvent pas faire ça. J'aimerais vraiment savoir à quoi ressemblait ce processus de changement interne et s'il y a eu des défis de votre côté. Bon, concevoir pour les femmes, en particulier pour ces entreprises micro et petites dirigées par des femmes, c'était un vrai défi interne. Parce qu'on doit faire face à cette barrière, il faut vraiment faire bouger toute l'organisation pour adapter nos processus et comprendre qui sont ces vraies clientes.

32:32

Il n'est pas nécessaire de travailler avec le service juridique en interne, il ne faut pas demander leur avis, car on ne leur donne pas l'argent à cause de leurs garanties. On doit comprendre qu'on leur donne de l'argent pour les aider à entreprendre, pas pour penser à leurs affaires ou à leur capacité de remboursement. On doit aussi transmettre toutes ces informations à nos équipes de risque pour leur expliquer comment et pourquoi les femmes sont de meilleures rembourseuses. C'est important de le faire.

33:17

travailler avec toute l'organisation pour vraiment comprendre pourquoi on fait ça et comment on doit s'y prendre pour saisir le besoin. Je pense que c'est un processus difficile à travers toute l'organisation. Les gens doivent être convaincus de l'importance de tout ça. Il faut vraiment sensibiliser en interne sur la valeur du produit, la valeur qu'il apporte à la stratégie de l'entreprise et à l'entreprise elle-même. Super ! Une autre question qu'on a, c'est toi.

34:01

Alors, pour revenir à cet investissement, travailler avec Care Peru et vos équipes internes demande pas mal de temps et de ressources. Du coup, quels sont selon vous les coûts et les avantages de cette approche ? Pensez-vous que tous les prestataires de services financiers devraient faire ça, ou pas ? Oui, en effet, cette collaboration implique clairement un investissement conséquent en temps et en ressources. Les objectifs principaux incluent...

34:39

Le temps qu'on doit prendre pour aligner ces objectifs communs entre les parties et s'assurer que toutes les bonnes personnes sont impliquées à chaque étape. Mais bon, je pense que les bénéfices l'emportent largement sur les coûts. Les partenariats apportent

de nouvelles idées et perspectives qui enrichissent nos produits. Par exemple, grâce à cette collaboration, on a pu co-crée des produits qui répondent vraiment aux besoins de nos clients. Travailler de cette manière, ça augmente...

35:20

« C'est aussi notre responsabilité de bien faire le boulot, ça nous aide à générer des changements significatifs que peut-être on n'aurait pas pu réaliser tout seuls en intégrant cette expertise et les ressources que d'autres organisations partagent dans cette mission aussi. Super, super ! Alors, est-ce qu'on a d'autres questions ? Voyons voir... Ok, super. Donc, on constate, et c'est quelque chose qu'on voit à l'échelle mondiale, qu'il y a beaucoup de "pinkwashing", vous savez, ce qu'on appelle le pinkwashing. C'est comme si on disait : "mettons la carte de crédit en rose", "mettons l'appli numérique en rose", "mettons tout en rose". »

36:07

"Rose, et puis c'est clairement quelque chose de pensé pour les femmes, non ? Enfin, c'est ce que les gens ou les prestataires de services financiers pensent. Du coup, ma question pour toi, c'est qu'on sait que le produit doit aussi être adapté. Il doit vraiment répondre aux obstacles que rencontrent les femmes, comme l'historique de crédit, les exigences, les canaux de distribution, et même le niveau de culture financière. En gros, il y a plein d'obstacles à surmonter."

36:40

Transformer une carte de crédit en rose ne change pas grand-chose au final, n'est-ce pas ? Du coup, je me demande comment tu vois le marché au Pérou et comment tu perçois le marché des produits et services financiers pour les femmes. Penses-tu qu'il y a beaucoup de "pinkwashing" ? Est-ce qu'il y a beaucoup de designs pensés intentionnellement ? Est-ce que tu inspires un design plus conscient dans ton marché ? Eh bien, oui, le marché financier ciblant les femmes a grandi ces dernières années, mais malheureusement, beaucoup de ces produits qu'on voit ne sont pas forcément conçus en profondeur.

37:17

Comprendre les vrais besoins, c'est pas juste faire du marketing. Ça a l'air simple, mais c'est pas forcément ce qu'il nous faut. On voit des produits financiers avec des noms accrocheurs, mais en réalité, ils ne s'attaquent pas aux barrières structurelles qu'on doit affronter. Donc, ce n'est pas vraiment la bonne approche. À FinConf, on s'engage à adopter une approche beaucoup plus profonde. On comprend que les femmes ont besoin de produits adaptés à leurs cycles d'affaires, et c'est super important.

38:01

Comprendre les cycles économiques et les réalités sociales de chacun, c'est essentiel pour vraiment les saisir. En plus, on doit proposer des services complémentaires comme l'éducation financière ou un soutien technique, des choses qui ont de la valeur pour eux. Au lieu de juste créer des trucs à la mode. Tu sais, Neil, les barrières structurelles auxquelles les femmes font face sont tellement ancrées qu'on ne peut pas juste les colorer en rose. Mais ça arrive souvent dans beaucoup de marchés où on travaille.

38:39

Euh, je pense que c'est un gros objectif de notre côté aussi, c'est de s'assurer qu'on travaille avec des partenaires qui veulent faire plus que juste rendre un produit rose, tu vois ? Et on a vraiment trouvé ça dans notre partenariat avec vous, c'est sûr. Euh, d'accord, donc j'ai quelques questions. On a encore quelques minutes, je crois qu'on en a environ sept. Donc, je me demande où ça nous mène. Pour nous, ça fait quatre ans qu'on est dans cette aventure de partenariat, et je pense qu'on a eu des hauts et des bas depuis le début.

39:16

Pendant le Covid, je sais que Jack dirait aussi qu'il y a eu des moments où c'était vraiment difficile de parler aux clients, tu vois, à cause de tout ce qui se passait. Donc, je suis curieux, si tu devais revivre cette expérience, est-ce qu'il y a quelque chose que tu ferais différemment ? Jack, j'aimerais aussi avoir ton avis sur le fait de travailler en étroite collaboration avec un prestataire de services financiers, qu'est-ce que tu ferais différemment ? Bon, peut-être que je peux commencer.

39:53

Si je pouvais tout recommencer, je commencerais sans hésiter ce processus plus tôt. L'impact positif qu'on a observé chez les femmes entrepreneurs qui utilisent nos produits montre qu'on aurait pu transformer encore plus de vies. Donc, il faut qu'on continue à bosser sur ce produit et qu'on comprenne bien l'impact, par exemple à cause de la pandémie. Donc, c'est sûr, il aurait fallu commencer plus tôt et aussi continuer à apprendre.

40:40

"Interview en se concentrant sur plus de groupes pour mieux adapter ce dont on a besoin pour aider. Pas terrible, et toi Jack, du côté des soins ? On a entendu Anilia, elle a dit qu'elle aurait dû le faire plus tôt, c'est sa réponse. D'accord, d'accord. Ouais, je pense que c'est une bonne occasion d'essayer de comprendre comment fonctionne le Gman et quels sont

les besoins des autres. Parce que je pense que ce n'est pas seulement une question de prêts, peut-être qu'il y a d'autres possibilités aussi."

41:23

Ils ont besoin d'un autre type d'assurance et toutes ces économies, je pense que les institutions financières peuvent offrir d'autres types de services qui ont un plus grand impact sur eux. Mais il est aussi important d'essayer de comprendre, par exemple, comment le GES a besoin de plus de temps pour que les entreprises sachent comment ça fonctionne. Je pense qu'on a raison de commencer ce processus. Et pour ce qui est de ce qui est nécessaire, je pense que c'est la meilleure façon d'avoir un grand impact sur les familles.

42:06

Mais aussi dans les communautés, c'est vrai, et je pense qu'on a beaucoup appris en ce qui concerne, tu sais, quand on veut proposer une offre globale, donc les produits financiers et les produits non financiers, et aussi les services non financiers, ainsi que des campagnes sur les normes de genre, tu sais, pour vraiment pouvoir s'attaquer à certaines des normes en jeu. C'est beaucoup de choses à gérer en même temps et je pense qu'on est en train d'apprendre pour cette deuxième phase qu'il faut vraiment qu'on...

42:39

Regarde, comme tu l'as dit, Jack, tu sais combien de temps les femmes entrepreneures ont vraiment ? À la fin de la journée, à quel point elles sont stressées ? Quelle est leur qualité de vie ? En fin de compte, elles ont besoin de capital pour faire grandir leur entreprise, pour réinvestir dans leur foyer, mais elles ont si peu de temps, tu sais. Elles doivent être formées à la gestion financière, à la comptabilité, et il y a tellement de choses à faire. Donc, je pense que...

43:07

Je vais me pencher sur la lutte des femmes dans les quatre prochaines années. J'ai vraiment hâte d'étudier ça, tu sais, l'utilisation du temps, le stress et comment tout ça impacte la qualité de vie des femmes. Je pense que c'est une question vraiment importante. Bon, il nous reste juste quelques minutes, je jette un œil au chat pour voir les questions qu'on a. Eh bien, comme on arrive à la fin, j'aimerais bien savoir où ça nous mène. Tu as déjà dit que tu aurais aimé commencer plus tôt, alors maintenant, où est-ce qu'on en est ?

43:45

Ça s'adresse à vous tous pour la conférence Finan. Quelle est votre vision sur 10 ans pour soutenir les femmes entrepreneurs ? Merci Rathi. Alors, on voit Finan comme une organisation qui a une vision intégrale de l'approche envers les femmes. Mais cette approche doit continuer à prendre en compte l'intersectionnalité des femmes aujourd'hui. On mesure leur vulnérabilité économique, leur vulnérabilité multidimensionnelle, et on travaille aussi à évaluer leur vulnérabilité climatique. Et là, on est en train de bosser là-dessus.

44:33

On parle de la santé financière des femmes et de l'importance d'une approche globale. Tout cet effort pour bien comprendre leur situation est essentiel pour construire une solution complète. Ce n'est pas juste une question de crédits et d'épargne; on travaille aussi sur l'assurance, les investissements, l'accès à l'éducation financière numérique et des solutions technologiques pour les aider au quotidien. L'idée, c'est de les soutenir pour qu'elles améliorent leur productivité dans leurs affaires et le bien-être de leurs familles. Je pense que c'est une approche holistique.

45:15

"Approchez les urgences pour les aider dans leur vie, celle de leurs familles et aussi celle de leurs communautés. Merci beaucoup, Ana Cecilia, et peut-être Jack, de votre côté, à quoi ressemble le succès pour vous ? Et quelles sont les innovations qui vous excitent le plus ? Oui, oui, on a plusieurs innovations sur lesquelles on veut bosser. Par exemple, on aimerait intégrer l'intelligence artificielle dans nos formations."

45:56

Capacités et nos femmes SMS, mais aussi en termes de soutien aux services financiers, euh, on veut créer d'autres possibilités pour les PME, comme plus de produits d'assurance et d'autres types de services financiers, comme des options d'épargne. On travaille aussi sur l'écosystème et on essaie de le dynamiser pour trouver de nouvelles possibilités pour le Kum. C'est super important pour nous parce que, bon, avec Finer Conf, ça se passe bien, mais on a besoin de plus que ça.

46:37

Je connais 80 institutions financières sur le marché péruvien et on veut rassembler tout l'écosystème de la même manière. Un énorme merci à vous deux, Ana Cecilia. C'est génial d'entendre parler d'un avenir de la santé financière qui permet vraiment aux femmes d'investir dans leur bien-être. Je pense que c'est clair que vous vous êtes vraiment engagés dans ce processus de design centré sur les femmes. Et Jack, je suis à 100% d'accord, il faut créer un...

47:10

Un marché et un système de marché qui fonctionnent vraiment pour ces femmes entrepreneurs nécessitent qu'on collabore avec de plus en plus d'acteurs différents dans chaque écosystème. Travailler avec ces différents acteurs nous permet d'offrir aux femmes entrepreneurs plus de choix sur le marché, avec des produits et services mieux adaptés, et j'espère que ces produits et services répondront à leurs besoins et surmonteront vraiment leurs obstacles. Merci à toutes et à tous d'être ici, merci Ana Cecilia.

47:40

Jack, on a vraiment apprécié cette conversation et on est reconnaissants pour ce partenariat. On est super contents de travailler avec vous tous pour pouvoir vraiment concevoir des choses pour les femmes entrepreneuses. Merci, merci, et encore merci !