

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

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

00:16

¡Bienvenidos a todos! Soy Rathi Mani-Kandt, el director de emprendimiento femenino e inclusión financiera de CARE Um. A nivel global, hemos estado trabajando con proveedores de servicios financieros para diseñar y ofrecer de manera intencionada productos y servicios financieros y no financieros para mujeres emprendedoras. Hoy estamos muy agradecidos de contar con uno de nuestros socios clave, un socio de servicios financieros de Perú, que se une a nosotros para conversar sobre cómo y por qué diseñar productos de manera intencionada para mujeres emprendedoras, utilizando un enfoque centrado en ellas.

00:48

El proceso de diseño es algo que hacemos regularmente. También estamos muy agradecidos con el Centro de Crecimiento Inclusivo de MasterCard, que financió el programa Ignite durante los últimos cuatro años y el programa Strive Women para los próximos cuatro años. Ahí seguiremos fortaleciendo esta asociación y desarrollando más y diferentes productos financieros para mujeres emprendedoras. Tuvimos que grabar una parte de la conversación por varias razones, pero los animamos a que lo vean y estaremos aquí en vivo después del video para responder.

01:13

cualquiera de las preguntas profundas que puedan tener, y no es común escuchar una conversación con el director de una institución financiera. Hoy tenemos al CEO de Phaner Confa, Ana Cecilia Akamine, y queremos que esto sea una conversación abierta sobre cómo y por qué han invertido, tanto desde una perspectiva empresarial como desde una perspectiva de impacto social. Así que vamos a poner el video y esperamos que lo disfruten. Estaremos aquí para responder preguntas, así que siéntanse libres de poner sus preguntas en el chat mientras tanto.

01:44

¡Hola a todos y bienvenidos a "Diseñando para su éxito", colaborando por soluciones financieras centradas en las mujeres! Estoy muy feliz de estar aquí. Hoy vamos a empezar con unas breves presentaciones. Yo soy Rathi Mani-Kandt, la directora de emprendimiento

femenino e inclusión financiera. Nos hemos enfocado en hacer crecer micro y pequeñas empresas, especialmente las dirigidas por mujeres, en colaboración con socios financieros y no financieros locales alrededor del mundo. Hoy tengo el gusto de contar con uno de nuestros socios clave de Perú, Financier Confa, que es una gran...

02:15

"una institución financiera con sede en Perú y su CEO, Ana Cecilia Akamine, quien ha estado en Financiera Confinza por casi 13 años. Ella ha sido la CEO de Finan Confa y ha trabajado con nosotros para lanzar un producto de diseño de un Centro de Mujeres Internacional. Así que hoy podemos hablar sobre nuestro viaje de colaboración en estos últimos cuatro años, y estamos muy emocionados de tenerla con nosotros. Bienvenida, Ana Cecilia. Ok, gracias Ratti, es un verdadero placer estar aquí contigo y tener la oportunidad de compartir."

02:53

Y hablemos de esta gran y excelente colaboración, así que vamos a empezar. Ana Cecilia, cuéntenos sobre la asociación con Care, cuáles eran los objetivos de esta colaboración y por qué era importante para Fin Conf. Bueno, creo que es importante resaltar que ambas organizaciones, Fin Conf y Care, tenemos el mismo propósito en común, y eso es muy importante para nosotros, trabajar con socios que compartan nuestra visión. Fin Conf, como la Fundación BBBA de Microfinanzas, tenemos más de 30 años de experiencia en esto.

03:37

"El microfinanciamiento, a través de nuestra metodología financiera productiva, impulsa el desarrollo económico y social sostenible para grupos vulnerables, y las mujeres son una de las principales poblaciones a las que buscamos servir. No hay atención que tenga el mismo objetivo de combatir la pobreza, especialmente entre mujeres, así que ese es un objetivo para nosotros: trabajar con socios que tengan la misma finalidad, para colaborar con mujeres. Ha sido increíble trabajar con ustedes porque compartimos una visión para diseñar intencionalmente."

04:21

A través de un proceso de diseño centrado en las mujeres, diseñamos productos y servicios que realmente satisfacen sus necesidades. ¿Puedes contarnos un poco sobre el producto del Centro de Mujeres y cómo trabajamos juntos en su diseño? ¿Qué características crees que fueron particularmente atractivas y por qué eran críticas para el cambio? Bueno, impr mare es un producto que creamos con el propósito de empoderar a

las mujeres emprendedoras en Perú. Este producto se enfoca en un segmento de mujeres que llamamos "Strivers", aquellas que...

05:03

Ya hemos demostrado que tenemos experiencia en manejar nuestros negocios y finanzas, así que eso es muy importante para nosotros. Lanzamos este producto en 2021 con el objetivo de reducir la brecha de género que tenemos en Perú en cuanto a financiamiento. Esto representó una gran oportunidad para ofrecer un producto que no solo brinda acceso a financiamiento, sino también el conocimiento sobre las realidades y desafíos que enfrentan realmente las mujeres. Una de las características clave de este producto es que no requiere la aprobación del esposo.

05:46

"Firma para acceder al crédito que es muy importante, esto es crítico porque H esto H asegura la independencia financiera de nuestros clientes. Esa fue una de las innovaciones más B que encontramos en nuestros H clientes y emprendedores. Otra cosa es que facilitamos el acceso al crédito a través de nuestra app móvil, brindando mayor flexibilidad y comodidad a estas emprendedoras, ofreciendo una experiencia financiera más ágil. Creo que, para completar todo esto, hay otro aspecto fundamental de esto."

06:28

El producto es un componente de educación financiera a través de la app Lisa Express que fue desarrollada por Care Perú. Nuestros clientes pueden acceder a un programa de entrenamiento divertido con historias y simuladores que mejoran tanto sus habilidades financieras como personales. Esto es clave para su empoderamiento y crecimiento empresarial. Creo que definitivamente son características muy importantes. No, el tema de la firma del marido, ya sabes, es una norma que existe en muchas partes del mundo donde, ya sabes, la mujer...

07:06

El préstamo está realmente ligado a la deuda del esposo y deshacerse de eso puede abrir mucho acceso a financiamiento, así que es genial escuchar sobre esa característica. Claro, la digitalización y ofrecer servicios no financieros además de eso es una gran ventaja. Creo que lo que dices es muy importante, porque una de las barreras más complejas que tenemos es cambiar esta percepción tradicional sobre el financiamiento, especialmente en lo que respecta a la necesidad de la firma del esposo.

07:42

La conciencia sobre la importancia de la autonomía financiera y empoderar a las mujeres para que tomen su tiempo y requieran un enfoque cuidadoso es fundamental. Creo que esto es muy importante. Sabíamos que este cambio era necesario no solo para facilitar el acceso a la educación, sino también para transformar su mentalidad hacia una gran equidad e inclusión financiera. Increíble, gracias, Ana Cecilia. Eso realmente resuena con muchos aquí que esperan ver más de ese tipo de cambios. Estoy curioso sobre las características de...

08:17

El producto, sabes, recuerdo que una de las características era el seguro de cáncer de mama y solo quiero entender cómo lo veían las personas y por qué era valioso para tus clientes. Bueno, creo que esa característica es muy importante para todos nuestros clientes porque, como sabes, los seguros de salud en Perú no son necesariamente buenos. Entonces, descubrimos en toda la investigación que esa es la característica o la cobertura que realmente necesitan.

08:57

En cuanto a todas las otras características que necesitan, les ponemos esto disponible porque lo requieren y es muy importante identificar las necesidades y luego ofrecerles eso como una propuesta de valor completa. Sí, está genial y creo que es una de las partes más interesantes del producto. Tal vez una pregunta sería si alguna de esas... Creo que hablamos de la cilia, que es poderosa, porque identificamos la necesidad y luego teníamos que realmente transmitir ese valor al cliente. Entonces, ¿hubo alguna de esas...?

09:35

"Estas características son difíciles de cambiar. ¿Fue caro agregar el seguro de cáncer de mama? ¿Hubo alguna resistencia dentro de la organización o cómo fue eso? Bueno, sí, fue un desafío. Primero teníamos que encontrar un socio, una compañía, no una compañía de seguros, y teníamos que convencerlos de la necesidad que tienen nuestros clientes. También teníamos que convencerlos de que este seguro no solo es un beneficio para nuestros clientes, sino que también es un buen negocio para ellos. Tienes que equilibrar ambas cosas."

10:22

Las dos cosas que no se deben hacer al lanzar un producto, así que creo que H fue una de nuestras características más talentosas durante este proceso de lanzamiento. Genial, sí, no siempre es fácil tratar de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y al mismo tiempo equilibrar nuestras metas de negocio, ¿verdad? Creo que esa es realmente la

tensión aquí. Sí, genial, muchas gracias, Ana Cecilia. Vamos a profundizar un poco más en la parte del diseño del Centro de Mujeres. ¿Cuál fue el proceso para diseñar este producto para mujeres? ¿Qué fue lo más difícil?

11:07

¿Qué fue lo que más te gustó de eso? Bueno, el proceso de diseño centrado en la mujer que llevamos a cabo para desarrollar este programa fue clave para promover la inclusión económica y el empoderamiento de las mujeres. Ese es nuestro objetivo. Este proceso comenzó con una extensa investigación cuantitativa y cualitativa que nos permitió entender la realidad de más de 1.3 millones de micro y pequeñas empresas lideradas por mujeres en nuestro país, Perú. Este primer paso consistió en realizar un estudio diagnóstico a nivel nacional, hicimos entrevistas.

11:54

Nos enfocamos en grupos de discusión y identificamos las barreras que enfrentan estos emprendedores, como la limitación para acceder a financiamiento y la falta de capacitación en áreas empresariales y financieras. Estas barreras, junto con las desigualdades culturales basadas en el género, crean obstáculos significativos para su crecimiento. Terminamos este estudio a finales de 2020 y principios de 2021, justo en medio de la pandemia. Fue realmente un desafío. Mencionan algo que te sorprendió durante todo este proceso, ¿no? Lo que más me sorprendió fue...

12:41

El proceso fue el inmenso deseo de aprender y crecer que estas mujeres expresaron. Al principio pensamos que la falta de capacitación sería un gran obstáculo, pero descubrimos que muchas mujeres estaban ansiosas por aprender y mejorar si se les daba la oportunidad adecuada. Lo que más me sorprendió fue su resiliencia, que realmente fue inspiradora y nos motivó a seguir adelante. Creo que esta co-creación de soluciones con Care fue crucial, así como la colaboración con Care Perú y el Centro de Inclusión de Mastercard.

13:23

El crecimiento, eh, nos ayuda a llevar a cabo estas actividades de adoración con mujeres emprendedoras para definir las características de las que acabamos de hablar, que realmente respondan a sus necesidades reales. Eso es lo más importante, no un producto a la medida. Eh, en Confian, este enfoque desafía nuestro método tradicional de desarrollo de productos. Así que ahora creo que tenemos una forma más amplia y necesariamente

inclusiva de diseñar un producto. Es importante incorporar una perspectiva de género, ¿no? Eso requiere un diseño específico.

14:16

Un jefe significativo que nuestra mentalidad y procesos no solo se enfoquen en dar una solución financiera, sí, genial, y me alegra que hayas mencionado las normas en eso, porque creo que hay cosas que podemos cambiar en el producto, por supuesto, ya sea que estemos hablando del tenedor de préstamos o del tamaño y cosas así. Pero, subyacente a todo, hay muchas normas, como que el esposo firme el préstamo, que impiden el acceso y uso. Así que es importante tener en cuenta el enfoque de género cuando estamos trabajando en esto.

14:50

La investigación de Insight es bastante importante y sé que los talleres de co-creación con todos ustedes y su equipo fueron realmente cruciales. Todos tenían a sus diferentes miembros del equipo asistiendo a esos talleres para asegurarse de que los riesgos y el aspecto legal estuvieran informados, y que la variedad de actores en su institución también creyera en este producto. Así que fue un proceso muy, muy bueno que sentí que fue muy valioso para ambas partes, y también vimos ese compromiso de su parte.

15:25

Eso es muy importante, no que el equipo esté realmente comprometido con encontrar una solución real para las mujeres, porque está en nuestro propósito. La actitud del equipo nos ayuda a tener un buen producto. Y quizás eso me lleva a mi siguiente pregunta: muchos proveedores de servicios financieros en el mundo están felices de copiar y pegar lo que ya existe en el mercado, ¿verdad? Y tal vez mi pregunta es, ¿por qué tú y tu equipo decidieron hacerlo?

16:10

¿Estaban todos tan motivados para invertir en este proceso intencional? Y tal vez desde una perspectiva de negocios, así como desde una perspectiva social, sería genial escuchar sus opiniones sobre eso. Bueno, Rathi, tienes una muy buena pregunta. Aquí en Confian ER, tenemos como ADN impulsar el desarrollo sostenible, económico y social para grupos vulnerables. Y uno de esos grupos son las mujeres, que son una de las principales poblaciones a las que queremos servir. Eso es muy importante para nosotros, está en nuestro propósito.

16:53

Por otro lado, el tema de los negocios es interesante. Las mujeres son excelentes pagadoras, sí, definitivamente, son muy buenas para pagar. Además, representan más de la mitad de la población en nuestro país, así que hay un gran mercado. Es un buen negocio en el que invertir, porque son buenas pagadoras y hay un gran mercado que atender. Históricamente, las mujeres han sido un segmento desatendido, y nosotros les ofrecemos productos adaptados a sus necesidades.

17:49

Ellos son productos de sastre que vas a encontrar en un segmento H muy bueno y saludable. La mujer sin financiamiento tiene un impacto no solo en ellas, sino también en sus familias y comunidades. Así que creo que es un trato muy bueno. Vaya, suena como matemáticas muy simples, ¿verdad? Hay un gran mercado de reparadores en un segmento saludable. Así que sí, parece un buen caso de negocio y ustedes lo han apreciado. ¿Y cómo piensan, tal vez volviendo al producto, cómo miden eso?

18:30

¿El éxito de ese producto en comparación con otros, sientes que ha sido rentable? ¿Sientes que ha abierto un nuevo mercado? Sí. ¿Crees que ha sido central o podría serlo en tu estrategia? Sí, claro. Las mujeres están en el centro de nuestra estrategia, como mencioné. Por eso trabajamos así y definimos nuestro éxito en función del éxito de nuestras emprendedoras, en este caso de las mujeres, y medimos su progreso para ver si realmente estamos impactando en sus vidas.

19:07

Desarrollo y bienestar, no, enfocamos nuestros esfuerzos en estrategias específicas para esta población vulnerable, como las mujeres. Creo que esto es muy importante para nosotros, trabajar con ellas y medir realmente el impacto que tenemos en ellas. Ana, Cilia, ha sido genial escuchar sobre el Centro de Mujeres y el producto que diseñamos juntos. Me alegra saber del éxito de ese producto y lo central que es para su negocio y su labor social.

19:46

Estrategia, todo eso es muy emocionante. Quizás te pregunte algo sobre el futuro. Ahora estamos en una segunda fase de asociación y podemos hacer más y ayudar a más mujeres a través de una variedad de productos y servicios, no solo préstamos, sino también pensando en la salud financiera de estas emprendedoras. Solo quería preguntarte, ¿qué esperas hacer más o qué esperas aprender o en qué te gustaría invertir más mientras avanzamos con Strive Women? Buena pregunta, sí.

20:29

La Fundación wbaa Microfinance está completamente comprometida a mejorar lo que acabas de mencionar: la salud financiera de las mujeres. No solo a través de una oferta integral que va más allá de la financiación tradicional. En fin conf, no solo ofrecemos créditos, sino también productos como seguros, ahorros y educación financiera. Este enfoque aborda las necesidades específicas de nuestras clientas, dándoles herramientas para fortalecer su estabilidad financiera y planificar a largo plazo. Así que en esta nueva colaboración, en esta fase H.

21:11

Vamos a desarrollar un nuevo centro de proyectos en la salud financiera de las mujeres. Creo que esta alianza nos permitirá profundizar en áreas esenciales como la planificación financiera, el ahorro, las promociones de ahorro y el acceso a productos de protección. Así, estaremos ampliando nuestra oferta y asegurando un impacto positivo más significativo en sus vidas. Recuerda que nuestra práctica es medir el impacto que estamos generando. Creo que una de las lecciones más importantes de la primera...

21:50

"Una parte de nuestra colaboración con Care es que las mujeres necesitan mucho más que solo acceso a crédito; necesitan recursos de conocimiento que les permitan manejar sus finanzas de manera efectiva. Eso es genial. Creo que escuchar cómo hablas de un enfoque holístico es muy poderoso, porque las mujeres comienzan este camino desde un lugar muy diferente al de los hombres. Tienen menos educación, menos acceso a capacitación, menos acceso a capital y, por supuesto, menos activos. Tienen mucho menos en general."

22:30

"Es genial escuchar cómo todos los demás están abordando esto desde una perspectiva holística, y creo que con Strive Women realmente nos da a todos la oportunidad de diseñar para las mujeres a través de esa lente de salud financiera holística, lo cual, como saben, tendrá un mayor impacto en la comunidad. Así que es estupendo escuchar un poco sobre tu mentalidad al respecto. Bien, Ana Cecilia, mi próxima pregunta es: como la institución financiera que ha estado haciendo esto desde hace unos años..."

23:04

Ahora, ¿qué les dirías a otros proveedores de servicios financieros sobre por qué deberían hacer esto? ¿Cuál sería la razón más convincente que les darías para adoptar un diseño centrado en las mujeres y este enfoque tan intencional de presentarse en el mercado para

ellas? ¿Qué consejo les darías? Bueno, lo más convincente que puedo compartir con otras instituciones financieras es que al implementar un diseño centrado en las mujeres, no solo estamos cerrando las brechas de género que aún son bastante grandes en nuestros países, sino también...

23:42

"abrir mercados grandes, no, con un alto potencial de crecimiento. Creo que las mujeres representan un segmento de clientes que históricamente ha sido desatendido. Entonces, ofrecemos este tipo de producto; sería una buena decisión de negocio. Recuerda que, como dije, las mujeres son excelentes pagadoras. Además, hay un gran mercado, así que es importante trabajar con ellas. Genial. Y quizás una pregunta más a futuro: ¿crees que este enfoque centrado en las mujeres y la forma en que nos hemos presentado...?"

24:27

¿Crees que este mercado puede expandirse a diferentes geografías y demografías? Sí, claro. Aunque las barreras que enfrentan las mujeres emprendedoras pueden variar según el contexto local, los principios fundamentales del diseño centrado en las mujeres, como adaptar productos financieros y ofrecer apoyo a través de servicios no financieros, son aplicables en diferentes entornos. La clave está en adaptar el enfoque a las necesidades y características específicas de cada comunidad o grupo demográfico.

25:06

Ajustar tanto los productos como los servicios complementarios para que se adapten a las realidades de su sociedad. No, creo que, de hecho, ampliar este enfoque a nuevas regiones no solo puede ayudar a cerrar la brecha de inclusión financiera, sino también empoderar económicamente a los grupos vulnerables con los que trabajamos. ¡Genial! No lo podría haber dicho mejor. Bueno, espero que hayan disfrutado la conversación que Ana Cecilia y yo tuvimos, y aprecio que, entre los puntos destacados, se mencionara la apertura de grandes mercados.

25:45

y mercados de alto crecimiento utilizando y aprovechando un diseño centrado en las mujeres para poder crear productos y servicios realmente rentables e impactantes para Finer Confian. De nuevo, apreciamos mucho la colaboración ahí, así que vamos a abrir la discusión ahora. Sabes, hemos trabajado con Finer Confian durante los últimos cuatro años para diseñar Empo Muare y seguiremos colaborando con ellos para profundizar nuestro diseño centrado en las mujeres y ampliar nuestros productos y servicios con ellos, para que podamos realmente enfocarnos en eso.

26:21

La salud financiera integral de una mujer emprendedora, y me gustaría hacerte algunas preguntas. Ya tenemos una pregunta en el chat que le voy a hacer a Ana Cecilia. También hay un comentario que dice que es genial que las mujeres no necesiten la firma del esposo para acceder al crédito. ¿Eso significa que el préstamo es no garantizado y se basa en el flujo de efectivo? Bueno, primero que nada, gracias. Gracias, Jack y Rathi, por invitarme aquí hoy y darme la oportunidad de...

26:53

Compartir lo que Fin Confian ha logrado en Perú. Bueno, yendo a la pregunta, efectivamente, sí, no tenemos garantías específicas. Lo que queremos hacer es evaluar el negocio de nuestra clienta; en este caso, de las mujeres. Evaluamos sus flujos de caja, sus ingresos y su capacidad de pago, eso es lo más importante para nosotros. Genial, y creo que este es un punto realmente importante porque, ¿cuáles son las alternativas y formas más flexibles que podemos considerar para evaluar el negocio de una mujer sabiendo que puede que no tenga formalidad?

27:36

Historial crediticio como los hombres, pues ella puede que no tenga tantos activos, todas esas cosas que normalmente las instituciones financieras requieren para los préstamos. Es un gran ejemplo de cómo adaptar el producto para que sea más flexible para el grupo objetivo. Genial. Me pregunto si tenemos más preguntas en este momento. Aquí hay una pregunta: hablaste mucho sobre las características del producto, pero también sabemos que un producto exitoso necesita a las personas adecuadas. ¿Cómo han influido los oficiales de crédito, el personal de ventas y otros grupos?

28:13

Dentro de la institución, ¿cómo han estado involucrados en el éxito del producto? Bueno, sí, el éxito de Endo M no solo radica en estas características en las que nos comprometimos, sino también en el compromiso y la preparación de nuestro equipo, especialmente de nuestros asesores. Desde el principio, reconocimos la necesidad de capacitación en género para asegurarnos de que nuestro equipo entienda completamente el desafío que enfrentan nuestras clientas todos los días. Por eso, nos asociamos con Care Perú, porque son expertos en género e inclusión.

28:51

Esta capacitación especializada para todo nuestro equipo no solo cubre las características técnicas del producto, sino que también se enfoca en cómo conectar con

mujeres emprendedoras, empatizar y cambiar de manera efectiva las normas de género tradicionales, ofreciendo un servicio más inclusivo. Oye, Jack, tengo curiosidad si quieres agregar algo sobre cómo hemos interactuado con la institución. Gracias, Raty. Creo que lo más importante es lo que hemos logrado.

29:35

Diga que no, la misión y visión sobre cómo queremos trabajar con este segmento de la población es muy importante. En este caso, la misión de FinConf es fundamental y es muy fácil trabajar con ellos porque buscamos lo mismo. Cuando colaboramos para incluir al Gman con esta metodología de diseño central de Gman, están muy interesados en entender. Y estamos apoyando, trabajando en equipo, como un solo equipo.

30:13

Esto, esto es, creo que es muy importante, genial, sí, eh, está bien. Tenemos algunas preguntas más. Creo que hay un comentario aquí sobre cómo, sí, el éxito no solo depende de las características del producto, sino también de cómo tu equipo las ofrece. Y alguien decía que desearía que más proveedores pensarán así, ¿verdad? Y creo que esto es realmente importante, no se trata solo de adaptar una característica y luego comercializarla, sino de cómo el cliente interactúa con toda la institución a lo largo de su experiencia.

30:45

"El viaje requiere más inversión de tu parte, pero esa inversión, ya sabes, va a tener un retorno, ¿verdad? Esa es la justificación del negocio en la que todos ustedes han estado de acuerdo. Otra pregunta que tengo es, me da curiosidad saber qué tipos de negocios están siendo financiados. Y otra pregunta, específicamente, ¿puedes compartir más sobre el proceso de cambio interno que tuvieron que pasar para pasar de ser signatarios a este tipo de análisis de riesgo?"

31:18

Entonces, para referirme a la capacidad de quitar la firma del esposo y lo que sucedió internamente, creo que sería genial si Ana Cecilia pudiera profundizar un poco más sobre los tipos de desafíos que enfrentaron, ya sea con riesgos, asuntos legales o con alguno de sus equipos internos. Y qué es lo que se necesitaba hacer internamente, porque creo que este es un desafío, ya que podemos decir que sabemos que las mujeres necesitan X, Y y Z, pero muchas veces...

31:50

Los proveedores dicen: "Eso es un cambio muy difícil, no podemos hacerlo". Así que me encantaría saber cómo fue ese proceso de cambio interno y si enfrentaron algún desafío de su parte. Bueno, el diseño para mujeres, especialmente para atender a estas microempresas propiedad de mujeres, fue un desafío interno, porque tuvimos que enfrentar esta barrera y mover toda la organización para adaptar nuestros procesos y entender quiénes son realmente nuestras clientas.

32:32

No necesitamos trabajar con el área legal. No se trata de exigir su garantía porque no les estamos dando el dinero solo por eso. Tenemos que entender que les estamos dando el dinero para ayudarles a emprender, no para pensar en sus negocios o en su capacidad de pago. También tenemos que llevar toda esta información a nuestras áreas de riesgo para explicarles cómo y por qué las mujeres son las mejores pagadoras. Es importante.

33:17

Trabajar con toda la organización para entender realmente por qué estamos haciendo esto y cómo necesitamos hacerlo, no solo entendiendo la necesidad. Creo que es un proceso desafiante en toda la organización, y la gente tiene que estar convencida de la importancia de esto. Sí, tiene que haber mucha sensibilización interna sobre el valor del producto, el valor del producto para la estrategia empresarial y para el negocio en sí. Genial. Entonces, otra pregunta que tenemos es tú.

34:01

Sabes, volviendo a esta inversión, trabajar con Care Perú y con tus equipos internos requiere mucho tiempo y recursos. Entonces, ¿cuáles crees que son los costos y beneficios de este enfoque? Y, ¿sientes que esto es algo que todos los proveedores de servicios financieros deberían hacer o no? Bueno, sí, trabajar con esta asociación definitivamente implica una inversión considerable de tiempo y recursos. Los objetivos principales incluyen...

34:39

El tiempo que necesitamos para alinear estos objetivos comunes entre las partes y asegurarnos de que todas las personas adecuadas estén involucradas en cada paso. Sin embargo, creo que los beneficios superan con creces los costos. Las alianzas traen nuevas ideas y perspectivas que enriquecen nuestros productos. Por ejemplo, con esta colaboración pudimos co-crear estos productos para realmente satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Trabajar juntos aumenta esto.

35:20

Nuestra responsabilidad también es hacer bien el trabajo, ya que eso nos ayuda a generar cambios significativos que tal vez no podríamos lograr solos al integrar esta experiencia y los recursos que otras organizaciones también comparten en esta misión. Muy bien, ¿tenemos alguna otra pregunta? Vamos a ver... ok, genial. Esto es algo que vemos a nivel global, hay mucho "pinkwashing", ¿no? Lo llamamos "pinkwashing". Es como, vamos a pintar la tarjeta de crédito de rosa, vamos a ponerle rosa a la aplicación digital, vamos a ponerle rosa a todo.

36:07

"rosa y entonces definitivamente, ya sabes, está diseñado para mujeres, ¿verdad? O eso es lo que la gente piensa, o lo que piensan los proveedores de servicios financieros. Así que la pregunta que tengo para ti es que, sabemos que el producto también tiene que ser el adecuado; realmente tiene que hablar de manera significativa sobre las barreras que enfrentan las mujeres. Esas barreras incluyen, ya sabes, el historial crediticio, los requisitos, la forma en que se entrega el servicio, y también algunas cuestiones de educación financiera, ¿verdad? Así que hay muchas barreras que simplemente..."

36:40

Convertir una tarjeta de crédito en rosa no cambia la realidad al final del día, ¿cierto? Así que tengo curiosidad por saber cómo ves el mercado en Perú y cómo percibes el mercado de productos y servicios financieros para mujeres. ¿Crees que hay mucho "pinkwashing"? ¿Hay un diseño intencional detrás de esto? ¿Estás inspirando un diseño más intencional en tu mercado? Bueno, sí, el mercado financiero dirigido a mujeres ha crecido en los últimos años, pero desafortunadamente, muchos de estos productos que vemos no están necesariamente diseñados con profundidad.

37:17

Entender las verdaderas necesidades no es algo superficial. Suena fácil, pero no siempre es lo que realmente necesitamos. Vemos productos financieros con nombres atractivos que realmente no abordan las barreras estructurales que enfrentamos. Así que esto no es lo correcto. En fin, estamos comprometidos a adoptar un enfoque más profundo. Entendemos que las mujeres necesitan productos adaptados a sus ciclos de negocio, y eso es importante.

38:01

Entender los ciclos económicos de cada uno y también las realidades sociales es fundamental para comprenderlos. Además, necesitamos ofrecer servicios adicionales como educación financiera o soporte técnico, cosas que realmente les aporten valor. En

lugar de simplemente crear algo superficial, como ponerle un color rosa. Creo que, como bien sabes, las barreras estructurales que enfrentan las mujeres son muy profundas; no se pueden resolver solo con un cambio de apariencia, pero eso es algo que pasa mucho en muchos de los mercados en los que trabajamos.

38:39

Creo que un gran objetivo de nuestra parte es asegurarnos de trabajar con socios que quieran hacer más que simplemente cambiar un producto a color rosa. Y definitivamente hemos encontrado eso en nuestra colaboración con ustedes. Bien, tengo un par de preguntas más. Creo que nos quedan unos siete minutos, así que me pregunto hacia dónde va esto. Hemos estado en esta aventura de asociación durante cuatro años y hemos tenido altibajos desde que comenzamos.

39:16

Durante el COVID, eh, sé que Jack, eh, también decía que, sabes, hubo momentos en que era muy complicado hasta hablar con los clientes, ¿no? Porque estaba pasando lo de la COVID. Entonces, tengo curiosidad, desde esa perspectiva, si tuvieras que pasar por este camino otra vez, ¿harías algo diferente? Jack, me encantaría saber tu opinión también sobre, ya sabes, trabajar de cerca con un proveedor de servicios financieros, ¿qué harías diferente? Bueno, tal vez yo pueda empezar.

39:53

Si pudiera empezar de nuevo, definitivamente habría comenzado este proceso antes. El impacto positivo que hemos visto en las mujeres emprendedoras que tienen acceso a nuestros productos demuestra que podríamos haber transformado aún más vidas. Así que necesitamos seguir trabajando con este producto y continuar entendiendo, por ejemplo, el impacto de la pandemia. Así que, sí, definitivamente hay que empezar antes y también seguir aprendiendo.

40:40

Entrevista enfocándonos más en grupos para adaptar mejor lo que necesitamos para ayudar. No está mal. ¿Y tú, Jack, qué piensas desde el lado del cuidado? Escuchamos a Anilia, quien dijo que lo habría hecho antes. Esa es su respuesta, lo habría hecho antes. Está bien, creo que es una buena oportunidad para entender más sobre cómo funciona el Gman y cuáles son las necesidades que tienen, porque creo que no solo son préstamos, puede ser también otras cosas.

41:23

Necesitan otro tipo de seguro y todos esos ahorros creo que las instituciones financieras pueden ofrecer otros servicios que tienen más impacto en ellos. Pero también es importante tratar de entender, por ejemplo, cómo es el GES, que necesita más tiempo para que el negocio comprenda cómo funciona. En mi opinión, estamos en el camino correcto para empezar este proceso. Y como es necesario decir, creo que esta es la mejor manera de tener un gran impacto en las familias.

42:06

"pero también en las comunidades se sabe mucho, sí, y creo que hemos aprendido bastante en cuanto a, ya sabes, cuando queremos tener una oferta integral, así que el producto financiero y el no financiero, ¿verdad? Y los productos y servicios no financieros, así como, ya sabes, campañas sobre normas de género, para poder abordar realmente algunas de las normas que están en juego. Eso es mucho, hay muchas cosas que hacer a la vez, y también, ya sabes, creo que lo que estamos aprendiendo en esta segunda fase es que realmente necesitamos..."

42:39

Mira, como dijiste, Jack, ¿sabes cuánto tiempo tienen realmente las mujeres emprendedoras? ¿Qué tan estresadas están al final del día? ¿Cómo es su calidad de vida? Al final, necesitan capital, necesitan hacer crecer su negocio, tienen que reinvertir en su hogar, pero también tienen tan poco tiempo, ¿sabes? Y necesitan capacitación en gestión financiera, necesitan llevar sus registros, y hay tanto que tienen que hacer. Así que creo que...

43:07

"Voy a estudiar el esfuerzo de las mujeres en los próximos cuatro años, tengo muchas ganas de investigar sobre cómo el uso del tiempo y el estrés impactan la calidad de vida de las mujeres. Creo que es una pregunta clave. Bueno, solo nos quedan unos minutos, estoy revisando el chat por si hay preguntas. Como ya estamos llegando al final, me encantaría saber hacia dónde va esto. Ya dijiste que te hubiera gustado empezarlo antes, así que ahora, ¿cuál es el siguiente paso?"

43:45

Esto va para todos ustedes de FinConf. ¿Cuál es su visión a 10 años para apoyar a las mujeres emprendedoras? Gracias, Rathi. Bueno, nosotros vemos a FinConf como una organización que tiene una visión integral sobre el enfoque hacia las mujeres. Pero este enfoque tiene que continuar reconociendo la interseccionalidad de las mujeres hoy en día. Medimos su vulnerabilidad económica, su vulnerabilidad multidimensional y también

estamos trabajando para medir su vulnerabilidad climática. Y ahora estamos trabajando en eso.

44:33

En cuanto a Finan y su salud financiera, como pueden ver, se necesita un enfoque integral. Todo este esfuerzo de conocer a fondo la situación de las mujeres es necesario para construir una solución completa e integral. No se trata solo de créditos y ahorros; también estamos trabajando en seguros, inversiones y acceso a educación financiera digital, además de soluciones tecnológicas que les ayuden en su día a día. Esto les permitirá mejorar su productividad en los negocios y el bienestar de sus familias. Creo que esto es un enfoque holístico.

45:15

Acérquense a ER para ayudarles en sus vidas, en las de sus familias y también en sus comunidades. Muchas gracias, Ana Cecilia, y quizás Jack de tu parte. ¿Cómo se ve el éxito para ustedes? ¿Cuáles son las innovaciones que más les emocionan? Sí, tenemos varias innovaciones en las que queremos trabajar. Por ejemplo, queremos incluir inteligencia artificial en nuestras capacitaciones y mucho más.

45:56

Capacidades y nuestras mujeres SMS, pero también en términos de apoyo a los servicios financieros. Queremos crear otras posibilidades para las pymes, como más productos de seguros y otros tipos de servicios financieros como ahorros. Además, estamos trabajando en el ecosistema y tratamos de impulsar el ecosistema para encontrar mejores nuevas posibilidades para el Kum. Esto es muy importante para nosotros porque, bueno, con Finer Conf estamos trabajando bien, pero tenemos más de lo que no sé.

46:37

Conocemos 80 instituciones financieras en el mercado peruano y queremos mover todo el ecosistema de la misma manera. Muchísimas gracias a ustedes dos, Ana Cecilia. Es genial escuchar sobre un futuro de Salud Financiera que realmente permita a las mujeres invertir en su propio bienestar. Creo que está muy claro por la inversión que han hecho en el proceso de diseño centrado en mujeres que realmente están comprometidos con esto. Y Jack, 100%, creo que crear un...

47:10

Un mercado y un sistema de mercado que realmente funcione para estas emprendedoras requiere que trabajemos con más y más actores diferentes en cada ecosistema. Trabajar

con esos distintos actores nos permite ofrecer a las emprendedoras más opciones en el mercado, productos y servicios mejor diseñados, y con suerte, esos productos y servicios satisfacen sus necesidades y realmente superan sus barreras. Así que, muchas gracias a todos por estar aquí, gracias Ana Cecilia, gracias.

47:40

Jack, realmente disfrutamos esta conversación y apreciamos la colaboración. Nos encanta trabajar con ustedes para diseñar intencionadamente para las mujeres emprendedoras. ¡Gracias, gracias! Sí, gracias, gracias.