

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN EDUCACIÓN FINANCIERA

MEJORES PRÁCTICAS GLOBALES Y RECOMENDACIONES PARA MÉXICO

NOVIEMBRE, **2015**

UNA INICIATIVA DE



La educación financiera y la inclusión financiera son dos procesos distintos. Se trata de la generación de una consciencia y mentalidad que nos permita a todos comprender que la gestión de nuestros ingresos o recursos es un factor clave de nuestro bienestar y desarrollo. ¿Cómo se podrían crear iniciativas de educación financiera a escala en México que transformen la realidad de las personas, sus necesidades y las instituciones financieras mismas?



ASHOKA MÉXICO, CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE

Lucía López, María Luisa Luque, Juan Carlos Díaz Bilbao

Noviembre, 2015

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

¿Qué es la educación financiera?

El panorama mexicano

¿Por qué este estudio?

2. MIRANDO A TRAVÉS DE LA LENTE DE ASHOKA

Tendencias y mejores prácticas de la red de Ashoka

Los tres componentes clave para entender la óptica emprendedora

Las fortalezas y ventajas del estudio de mejores prácticas

Metodología de identificación de patrones

3. LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

Barreras

Principios de diseño

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

ANEXOS

Anexo I: Lista de emprendedores sociales de Ashoka enfocados en educación financiera

Anexo II: Metodología de investigación

Anexo III: Selección de emprendedores sociales de Ashoka

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN FINANCIERA?

De los 7 billones de personas que habitamos el mundo, 62% contamos con una cuenta bancaria y servicios financieros que nos permiten gestionar nuestros recursos. Visto de otra manera, 2 mil millones de personas no disponen de estas ventajas por varios motivos, entre ellos la falta de acceso, pero además la falta de conocimiento sobre estos servicios o incluso la falta de una necesidad que les lleve a demandarlos.¹

La educación e inclusión financiera son dos caras de una misma moneda, pero implican programas e intervenciones diferentes. A lo largo del reporte se hará mención a estas dos acciones por lo que, para empezar, se propone aclarar y definir estos conceptos.

EDUCACIÓN FINANCIERA

"La educación financiera implica la combinación de conocimiento, capacidades, actitudes y especialmente comportamientos que las personas necesitan para tomar decisiones financieras personales, adecuadas a sus circunstancias sociales y financieras." (Naciones Unidas)²

Se trata de programas que permiten que las personas se familiaricen primero con sus necesidades y después con instrumentos financieros, desde el crédito al ahorro o los seguros. Creer que al tener bajos ingresos las personas y las familias no tienen necesidades de servicios y productos financieros, es una visión que no contempla la inestabilidad y complejidades con las que viven. Un estudio que pone luz sobre esta situación es *"Portfolios of the Poor"*³ ya que muestra a través del análisis y seguimiento de diarios financieros, cómo familias manejan ingresos de USD 2 al día en un contexto de imprevisibilidad, inestabilidad e inexistencia de productos financieros especialmente diseñados para afrontar esta situación.³ Sin embargo, saber manejar las finanzas del día a día no significa que se pueda planear o asociar estas transacciones o acciones diarias con elementos formales como una cuenta de ahorro o un crédito. Los programas de educación financiera tienen el propósito de presentar estrategias de planeación y acercar al sector formal a personas actualmente no bancarizadas.

Si se visualiza este proceso de educación e inclusión financiera como algo sobre lo que todos los actores del sistema deben tener un interés particular, podemos entender que, si una institución financiera hace programas de educación financiera, todas las demás se beneficiarían de ello. Por lo tanto, existe un gran potencial para que los bancos colaboren en la consecución de este objetivo ya que según las personas tengan mejor conocimiento de sus finanzas personales o empresariales, menor será el riesgo para el banco.

Por tanto, el que un banco apoye o invierta en programas de educación financiera puede interpretarse como un verdadero esfuerzo de la empresa hacia afuera.

¹ Measuring Financial Inclusion around the World (The Global Findex Database, 2014)

² <http://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-financial-inclusion.pdf>

³ Portfolios of the Poor (Collins, Murdoch, Rutherford y Ruthven, 2009)

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

Educación financiera

¿QUÉ ES?

- Programa de habilidades que buscan el cambio de hábitos y posiblemente comportamientos
- Proveer las herramientas para la toma de decisiones

¿QUÉ NO ES?

- Información sobre un producto financiero
- Una estrategia de mercadotecnia para los bancos

INCLUSIÓN FINANCIERA

Por otro lado, el Center for Financial Inclusion define la inclusión financiera como:

*"El estado en el que todas las personas -que pueden usarlos-, tienen acceso total a una completa gama de servicios financieros de calidad, provistos a precios asequibles, de manera conveniente y con dignidad para los clientes. Los servicios financieros son prestados por un rango de proveedores, la mayoría privados, y alcanzan a todos los que puedan usarlos, incluyendo a discapacitados, pobres, población rural y otras poblaciones excluidas."*⁴

Se trata, por tanto de adecuar productos o servicios para las personas actualmente no bancarizadas, que bajo la mirada actual no son bancarizables o incluso personas bancarizadas pero que lo son con productos y servicios financieros no adecuados a sus realidades. Sin embargo, a través de productos financieros adaptados o adecuados, estas personas podrían tener mejores oportunidades de ahorrar, acceder a crédito o invertir en sus actividades productivas.

Se deduce por tanto que el componente de inclusión financiera sí se caracterizaría por una dinámica competitiva ya que todos los bancos estarían luchando por vender sus productos y servicios obteniendo la mayor cuota de mercado. Por tanto, esta es un área de trabajo donde la colaboración se vuelve una estrategia compleja de operar.

Este estudio se enfoca en el componente de educación financiera al permitir abrir un canal de colaboración entre diferentes instituciones financieras y organizaciones de la sociedad civil en México, con el fin de buscar la manera de acercar soluciones de gran escala al manejo financiero de personas y familias. El enfoque en educación financiera de este ejercicio también se debe a la gran cantidad de casos de mejores prácticas que existen dentro de la red de Ashoka y que pueden permitir vislumbrar tendencias y elementos de éxito. Por fin, la balanza ha estado sistemáticamente orientada hacia la inclusión, dando por hecho que ésta conlleva la educación financiera. Este razonamiento no es necesariamente cierto y es por ello que se busca vislumbrar ejemplos que enfoquen esfuerzos, atención y recursos a la educación financiera.

⁴Glosario de Inclusión Financiera. (Center for Financial Inclusion)

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

EL PANORAMA MEXICANO

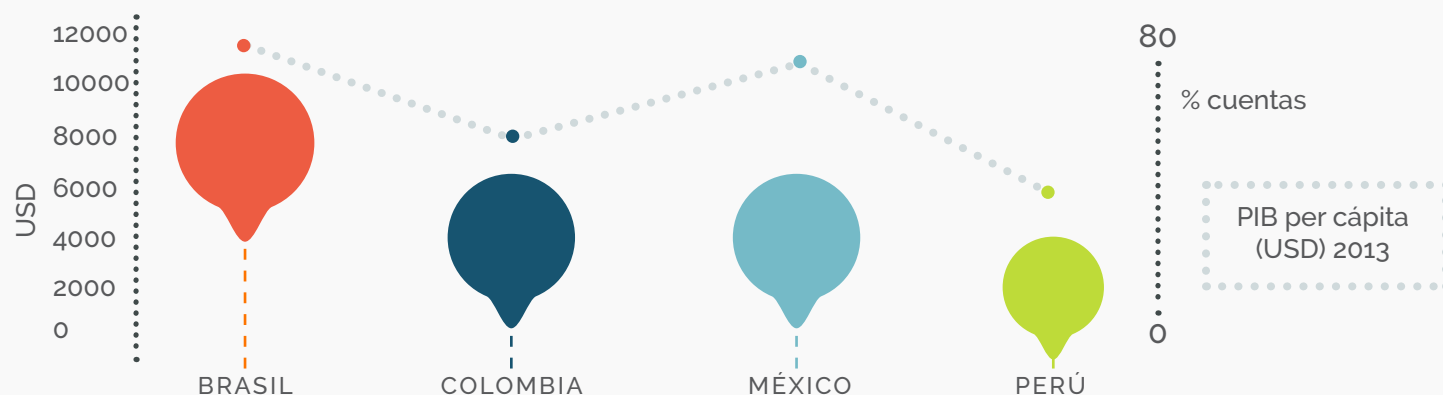
En México, 85% de los hogares vive con menos de MXN 18,300 al mes.⁵ De media, representa 610 pesos al día por familia, de lo cual se puede inferir que las familias deben realizar importantes esfuerzos con sus ingresos para poner tres comidas al día en la mesa, además de asegurar el resto de los gastos fijos mensuales y tener cierta capacidad de reacción frente a imprevistos. Además, es importante resaltar que estos 610 pesos al día son una media, ya que la frecuencia de ingresos puede ser muy variable.



Gráfica 1: Frecuencia de ingresos de la "base de la pirámide" en México (BID, 2015)

DATOS GENERALES DE INCLUSIÓN FINANCIERA EN MÉXICO

A nivel regional, resulta interesante comparar los niveles de inclusión financiera de otros países latinoamericanos para entender mejor en qué punto se encuentra México. El PIB per cápita mexicano es más de 1,5 veces mayor que el peruano, y más de 1,3 veces mayor que el colombiano, pero esta marcada diferencia no se muestra de manera proporcional en las cifras de la población que reporta tener una cuenta bancaria.

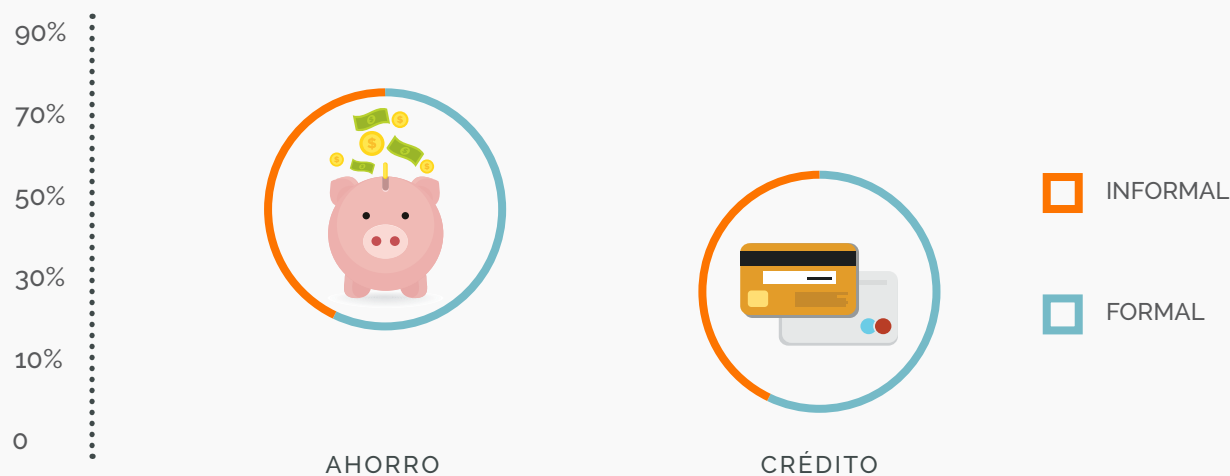


Gráfica 2: Relación entre PIB per cápita y porcentaje de población adulta con una cuenta bancaria (Banco Mundial, 2013)

⁵Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (INEGI, 2012)

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

Por otra parte, es una realidad que los mexicanos utilizan productos financieros para tener un mejor manejo de ingresos. Lo interesante es constatar que estos productos no siempre son los provistos por instituciones financieras tradicionales, sino que mayoritariamente las personas optan por vías alternativas tanto de ahorro como de crédito.



Gráfica 3: Uso de productos de ahorro y crédito formales vs informales en México (Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, 2012)

Además, a partir de estos datos también podemos inferir que se utilizan productos variados con diferentes fines. Existe por tanto demanda, no solo de ahorro y crédito, sino también de seguros, pensiones o recibo de remesas.



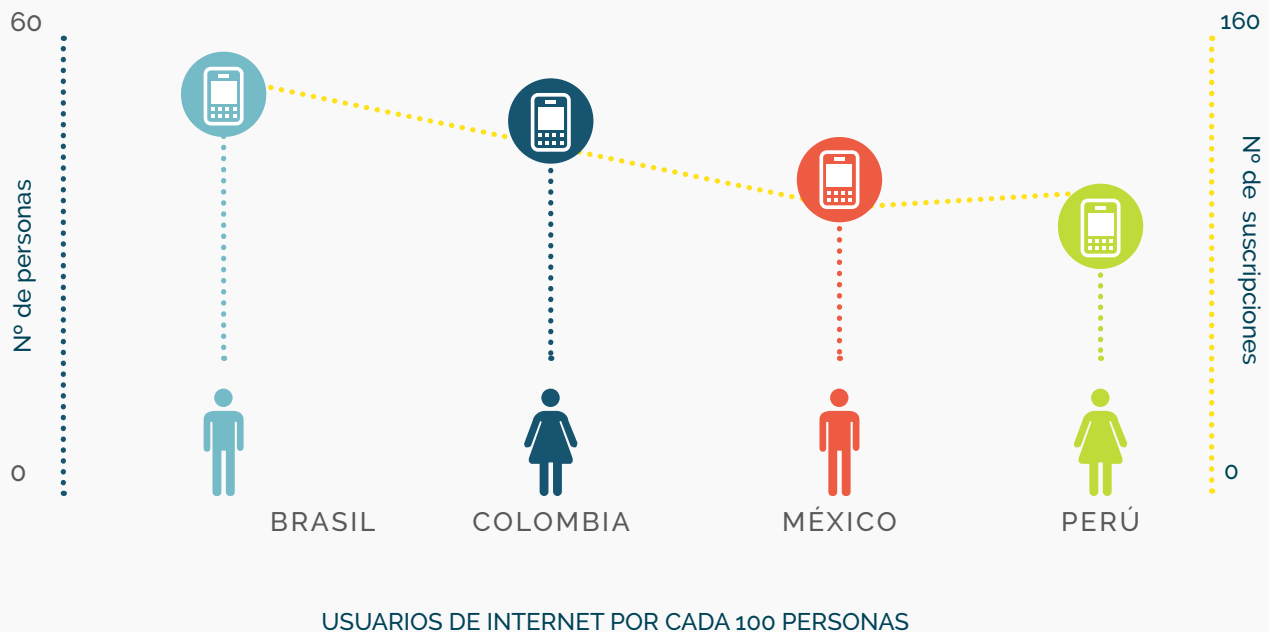
Gráfica 4: Uso de otros productos financieros en México (Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, 2012)

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

Un factor importante para considerar a la hora de analizar e interpretar adecuadamente los datos de inclusión financiera, son los canales de acceso a productos financieros. De nuevo, a través de los datos se ve que México está a la cola de otros países latinoamericanos en relación con el nivel de penetración de internet y de la telefonía celular, además de acceso a canales financieros.

País	N° de cajeros por cada 100,000 habitantes	% de sucursales bancarias en zonas urbanas vs. rurales	N° de sucursales bancarias por 100,000 habitantes
Brasil	117,8	n.a.	47,7
Colombia ⁶	32,2	75% vs. 25%	146,8
México ⁷	43,7	88% vs. 12%	15,3
Perú	28,8	n.a.	88,3

Tabla 1: N° de cajeros y sucursales por 100,000 habitantes (Banco Mundial, 2013)

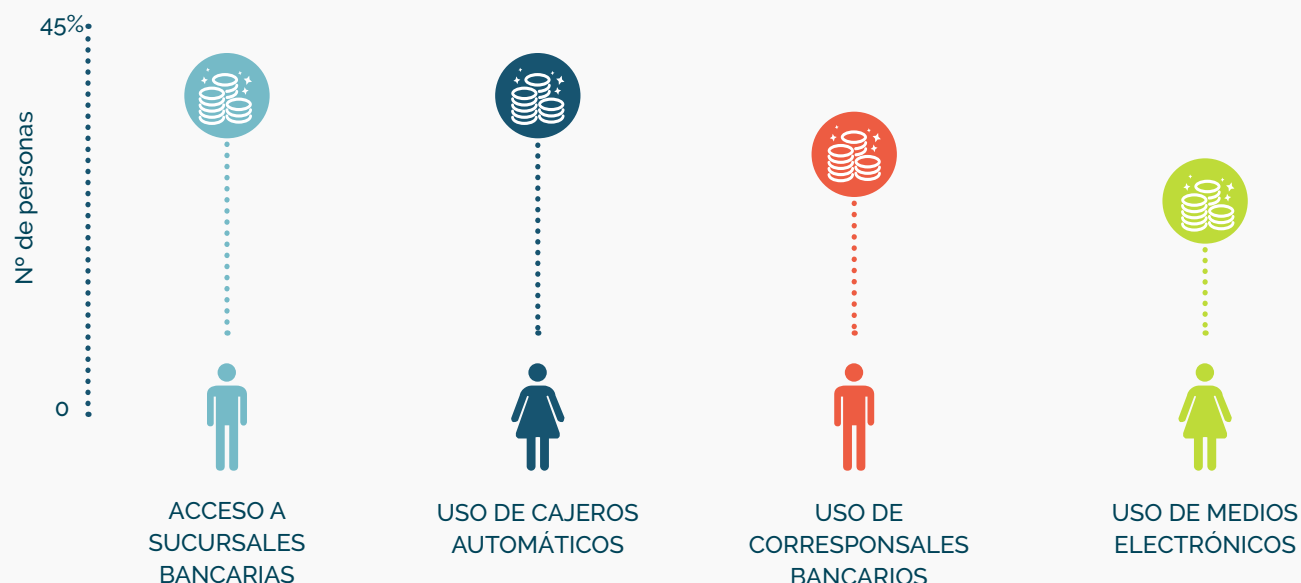


Gráfica 5: Penetración de telefonía celular e internet (Banco Mundial, 2013)

⁶ Reporte de Mercado de Microfinanzas Rurales de Colombia y estimación de tamaño de mercado (IADB, 2007)

⁷ Modelos de Negocio para la Inclusión Financiera (CNBV, 2010)

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA



Gráfica 6: Acceso a canales financieros (Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, 2012 (INEGI y CNBV))

El factor del acceso afecta tanto a la inclusión como a la educación financiera. Por un lado, la inclusión no puede suceder si las personas no tienen vías para llegar a los productos que los bancos están ofreciendo. Una importante barrera para la inclusión que además puede actuar como un empuje hacia la informalidad es la falta de cajeros, sucursales bancarias u otros medios alternativos de entrada como pueden ser los corresponsales bancarios o los medios electrónicos en las localidades.

Existen estrategias que se apoyan en las tecnologías de la información para la inclusión financiera. En la encuesta "Necesidades de servicios financieros de clientes de ingresos bajos de México" realizada por CGAP⁸ en 2011, se identificó una reticencia de las personas en la base de la pirámide (BdP)⁹, hacia el uso de servicios bancarios a través del celular, internet o incluso corresponsales bancarios principalmente debido a la inseguridad percibida. Las razones más repetidas eran robo, protección de la privacidad, confiabilidad del sistema y protección contra fraudes. A pesar de todo, se concluyó que si se trabajara en la resolución de estos problemas de seguridad, estas personas sí estarían dispuestas a explorar esta nueva alternativa.¹⁰

Por otra parte, para realmente entablar una conversación sobre educación financiera, hay que plantearse otros mecanismos, canales y métricas de éxito. La bancarización no es necesariamente la métrica a considerar para evaluar si un programa de educación financiera ha sido exitoso, sino la adquisición de habilidades y su reflejo en la toma de decisiones de las personas. Como veremos a lo largo del reporte, evaluar el "valor" de los programas conlleva complejidad y un gran reto tanto para el beneficiario como el proveedor de este servicio.

⁸CGAP (Consultative Group to Assist the Poor)

⁹Definido a grandes rasgos como la BdP en México, está conformada por hogares cuyos miembros ganan hasta USD 10 per cápita diarios (en paridad de poder adquisitivo, PPA)

¹⁰Necesidades de servicios financieros de clientes de ingresos bajos de México (CGAP, Julio, 2011)

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

¿POR QUÉ ESTE ESTUDIO?

La educación financiera es un reto no solo en México sino a nivel global. Signo de ello ha sido tanto la crisis financiera que empezó en 2007 (cuyos efectos seguimos viviendo hoy en día) como el hecho de que aún hoy hay 2 mil millones de personas en el mundo que no tienen acceso a servicios bancarios. Además, para muchos otros el acceso a los servicios bancarios resulta inadecuado o tienen cuentas durmientes; es decir, están abiertas pero inactivas¹¹

Ingresos, gastos, préstamos, ahorro o inversión; todas las personas requerimos de herramientas que nos permitan gestionar nuestras finanzas diarias y nuestras necesidades futuras, pero se trata ante todo de tener las habilidades para la toma de decisiones sanas y a partir de ahí, acceder a servicios o productos que se adecuen a circunstancias que aseguren que cada persona, familia y comunidad, viva –no sobreviva– y prospere.

Es con este fin que se lleva a cabo este estudio de iniciativas de innovación social en materia de educación financiera. Se busca entender e ilustrar algunas iniciativas existentes, sus objetivos y enfoques, a quiénes se dirigen, cómo piensan los emprendedores sociales que las han impulsado en la sostenibilidad de su modelo, cómo miden su impacto y por fin, qué problemáticas están intentando solventar, ya que no necesariamente debe ser la misma en todos los casos.

Se ha visto, además, que no hay información clara sobre los modelos de educación financiera, y que hay relativamente pocas organizaciones que apuestan exclusivamente por esta actividad. Muchas de ellas están más bien enfocadas en la inclusión que en la educación en sí.

El resultado final apunta a la promoción del impacto colectivo. No se logrará cerrar las brechas anteriormente mencionadas si no se apunta por la innovación del sistema; de cómo operamos como sector y como actores capaces de detonar un cambio a gran escala más allá de las propias agendas. Si nos limitamos a “importar” innovaciones sociales en el contexto de nuestra organización, quedaremos lejos de la meta. Si en cambio nos entendemos como actores con fortalezas complementarias bajo un mismo propósito, lograremos prosperar.

¹¹Para más información, ver Banco Mundial (2014)

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/21865/WPS7255.pdf?sequence=2>

INTRODUCCIÓN: LA PROBLEMÁTICA

NUESTRA HIPÓTESIS DE PARTIDA

Considerando que 8 de cada 10 hogares dispone de menos de MXN 610 al día¹², que el sector financiero está creciendo rápidamente en tamaño y sofisticación, pero está adaptándose como nunca antes a las poblaciones de bajos ingresos, se puede concluir que la necesidad de generar programas de educación financiera es más apremiante que nunca. Se experimenta e innova en productos y servicios, pero se emprende este ejercicio de identificación de tendencias y casos de éxito con el objetivo de responder la siguiente pregunta central:

¿Cómo se podrían crear iniciativas de educación financiera a escala en México que transformen la realidad de las personas, sus necesidades y las instituciones financieras mismas?

Por lo tanto, este análisis se ha enfocado en patrones observados en las innovaciones sociales de los más de 3,000 emprendedores sociales de la red de Ashoka. Estas historias inspiradoras incluyen programas de educación financiera en sus modelos, independientemente del fin perseguido o de la población a la que se dirigen.

¹²Necesidades de servicios financieros de clientes de ingresos bajos de México (CGAP, Julio 2011)

MIRANDO A TRAVÉS DE LA
LENTE DE ASHOKA

MIRANDO A TRAVÉS DE LA LENTE DE ASHOKA

TENDENCIAS Y MEJORES PRÁCTICAS DE LA RED DE ASHOKA

En nuestro trabajo sobre diferentes retos sociales y alianzas, los mapeos de tendencias y mejores prácticas de emprendedores sociales líderes nos permiten identificar las áreas con oportunidades de innovación en un sector. Además nos sirven como base para conversaciones y colaboraciones entre grupos de interés y para generar llamadas a la acción concretas.

El activo más valioso que ha desarrollado Ashoka es la red de emprendedores sociales, líderes que han sido seleccionados a lo largo de más de 30 años alrededor del mundo. Estos emprendedores sociales son predictivos de tendencias futuras y por lo tanto, los patrones que emergen de su trabajo a nivel individual o colectivo permiten buscar y encontrar nuevas soluciones que tienen el potencial para transformar un sector.

A partir de la red global se ha desarrollado el siguiente análisis de innovación social relevante para el sector financiero mexicano; que permitirá a innovadores y a otros grupos de interés entender las tendencias clave y las barreras para la innovación en el desarrollo de programas de educación financiera.

LOS TRES COMPONENTES CLAVE PARA ENTENDER LA ÓPTICA EMPRENDEDORA

Las soluciones y la manera en que funcionan en el contexto, forman el corazón del análisis de mejores prácticas. Son utilizadas en la identificación de los patrones transversales, cada uno representando un rasgo único del campo sobre el cual el emprendedor ha elegido enfocarse: barreras y principios de diseño.

Los principios de diseño son conclusiones aclaradoras que se extraen del trabajo de los emprendedores sociales. Se pueden aplicar en el diseño de soluciones para incrementar su impacto. Al igual que en la identificación de principios en cualquier proceso de diseño, estos principios se aplican de manera más amplia que en una simple herramienta o estrategia organizativa.

Las barreras son los componentes centrales de un problema que en caso de ser superadas, podrían resultar en oportunidades significativas para lograr escala. Estas no son solo descripciones del problema ni de sus causas subyacentes, sino partes movibles y accionables del problema que el modelo del emprendedor social ha elegido afrontar.

MIRANDO A TRAVÉS DE LA LENTE DE ASHOKA

LAS FORTALEZAS Y VENTAJAS DEL ESTUDIO DE MEJORES PRÁCTICAS

Crea una visión del problema desde la perspectiva del emprendedor social, a través del foco en los patrones comunes. Los emprendedores –de la necesidad– diseñan soluciones que abordan los aspectos más espinosos que se necesitan cambiar: las interacciones humanas en un sistema. Las recomendaciones basadas en soluciones emprendedoras pueden mostrar maneras para sortear las barreras para el cambio en el comportamiento que muchas veces no son enfrentadas por otras estrategias.

Permite que las soluciones exitosas sean comparadas en contexto unas con otras. El estudio muestra cómo las ideas se relacionan unas con otras además de identificar los factores clave del problema. El resultado es la emergencia de patrones claros: ¿Qué aspectos del problema no son abordados? ¿Hay alguna estrategia infrutilizada o sobreutilizada? ¿Hay algún aspecto del problema que aún no ha sido identificado? ¿Existen aún agujeros en el sistema que esperan el diseño de una nueva solución?

Nos provee con el mapa que necesitamos para diseñar una teoría de cambio sistémico. Los patrones y conclusiones revelados por el análisis permiten el desarrollo de una estrategia integrada en torno a la combinación de soluciones. Este mapeo contextual permite ver una perspectiva holística que tal vez el análisis del éxito de proyectos individuales no nos permitiría.

Crea criterios para predecir el éxito. Los principios de diseño y las barreras nos proveen un mapa para evaluar nuevos proyectos, así como para guiar la invención de nuevas ideas.

MIRANDO A TRAVÉS DE LA LENTE DE ASHOKA

METODOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN DE PATRONES

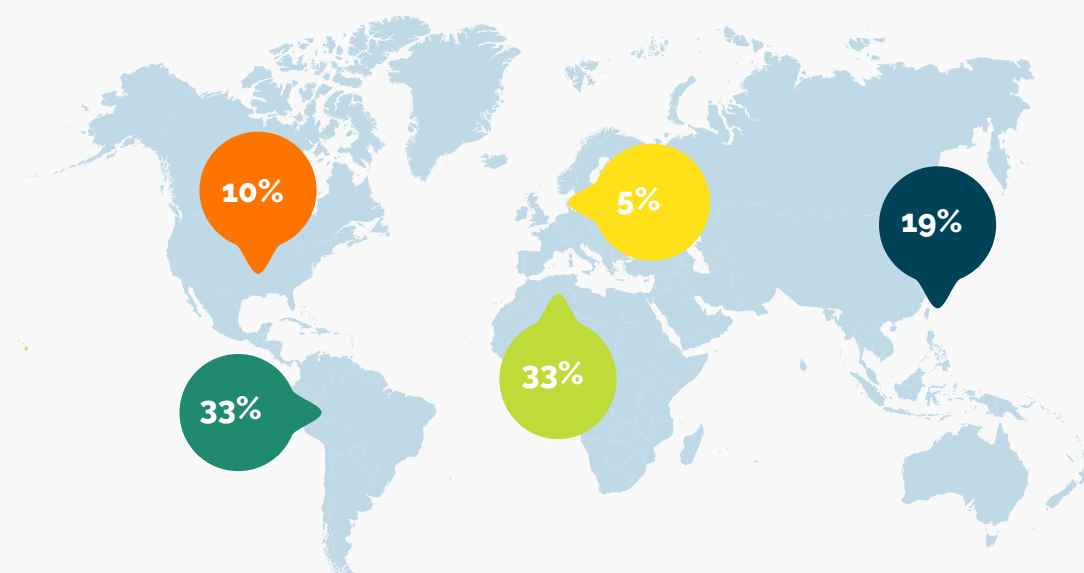


LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

Los siguientes son patrones comunes que hemos identificado en 20 emprendedores sociales que trabajan en más de 36 países (ver el Anexo I para la lista y descripción de emprendedores sociales identificados). Los elementos que analizamos son dos: las barreras que los emprendedores sociales han elegido atacar, y los principios de diseño que utilizan para superarlas. Mientras que el elemento en sí puede no ser totalmente novedoso, los emprendedores sociales han elegido enfocarse en este planteamiento, junto con soluciones creativas adaptadas, creando impacto en su contexto.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS EMPRENDEDORES SOCIALES DE LA RED DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA



Fuente: Ashoka (2015)

BARRERAS

Las barreras son los componentes principales de un problema que, de ser alterados, podrían permitir un cambio sistémico verdadero. Las barreras no son las causas subyacentes que meramente describen una situación, como podrían ser determinadas actitudes culturales. Son, en cambio, aspectos movibles, accionables y específicos del problema. El mapeo de patrones se diseña con el objetivo de destacar los factores clave que los emprendedores sociales han elegido afrontar a través de soluciones pragmáticas.

A continuación se describen las barreras principales que han surgido del análisis de los enfoques de los emprendedores sociales líderes en materia de educación financiera.

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

BARRERA 1: LA EDUCACIÓN FINANCIERA ESTÁ INFRAVALORADA

Debemos reforzar la idea de que el conocimiento financiero lleva a un comportamiento financiero responsable y que el comportamiento financiero responsable es el resultado de una mayor educación financiera. Esta barrera se debe dividir en dos componentes. Tanto las instituciones financieras como los gobiernos y las personas, muchas veces no prestan especial atención a la educación financiera. No debe ser una cuestión únicamente dirigida hacia potenciales clientes, sino que debe tratarse la sensibilización. Es fundamental transmitir el valor de la educación financiera como una prioridad y como una estrategia:

a) Desde el punto de vista de las instituciones financieras y públicas, como estrategia de reducción del riesgo e incluso de los costos, de manera que este nuevo mercado que es la BdP, cuente con -al menos- conocimientos financieros básicos. De esta manera, las instituciones financieras podrán desarrollar estos nuevos mercados hasta ahora no atendidos o subatendidos, con un riesgo controlado.

Ejemplo: InVenture¹³ (Kenia, Sudáfrica e India)

Cuenta con una aplicación móvil, InSight, que genera una calificación para los usuarios basada en información que ellos mismos introducen sobre su flujo de efectivo diario. Esta información de flujo de efectivo se calcula, junto con otros 33 factores demográficos y de comportamiento (como pueden ser el tipo de negocio, ubicación e historial crediticio) creando un retrato holístico de la persona y su negocio. Esta calificación no solo proporciona una evaluación de riesgo y una identidad crediticia a microemprendedores hasta entonces informales, sino que les prepara para comprender cuánto ingresan, dónde están sus mayores gastos y dónde podrían reducir costos, cuánto se pueden permitir en créditos y calificar para los recursos que necesitan. Hasta finales de 2014, más de 80,000 usuarios han conseguido incrementar sus ingresos en una media de 9,5% y sus ahorros en una media de 8%.

b) Desde la perspectiva de la persona o la familia, el invertir recursos (no necesariamente financieros, sino principalmente de tiempo) en su propia educación financiera puede permitirles hacer un mejor uso de los productos y servicios financieros y adecuarlo a sus necesidades.

Ejemplo: Red Interação (Brasil)

El objetivo principal de Red Interação es fortalecer la participación, el impacto social y económico de emprendimientos y microempresas en el mercado local como estrategia para construir vidas y comunidades fuertes. Para esto, centran gran parte de sus esfuerzos en educación financiera. Los objetivos que persiguen con esto son:

¹³Forbes (2014), Ashoka (2015)

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

1. Proporcionar a los emprendedores conocimientos y herramientas para llevar a cabo la gestión financiera de sus negocios.
2. Animar a los emprendedores a ahorrar.
3. Estimular a los emprendedores a llevar las habilidades de gestión y educación financiera a otras áreas de su vida, buscando mejorar la calidad de la misma.

Por tanto se debe, visualizar cuál es el valor de la educación financiera tanto para el proveedor de servicios financieros como para su receptor, aumentando la motivación y permitiendo visualizar los incentivos o beneficios de las partes en invertir en dicho esfuerzo.

BARRERA 2: NO EXISTE UN MODELO ÚNICO DE ÉXITO

¿Deben ser los gobiernos, las escuelas, las instituciones financieras, o las organizaciones dedicadas al desarrollo comunitario los encargados de desarrollar e implementar programas de educación financiera? O tal vez, ¿deben todos, a través de alianzas intersectoriales y esfuerzos a diferentes niveles -local, nacional, regional, global-, colaborar bajo un objetivo común? Al fin y al cabo, no existe un sistema único que vaya a funcionar con todos los públicos: mujeres, hombres, niños, jóvenes y microempresarios. Se deben diseñar los programas, materiales y puntos de acceso en función del público al que cada iniciativa se dirige, aunque todos tengan el objetivo común de capacitar en materia financiera. Finalmente, el objetivo de todos los programas es llegar a las personas y proveerles de los conocimientos adecuados. Por lo tanto, la clave del éxito no es que la organización sea especialista o generalista en educación financiera; la clave es que esté ahí presente, que esté a la mano de las personas que tienen esta necesidad, que utilice sus herramientas y recursos disponibles para acercarse y hable el idioma de los beneficiarios.

Ejemplo: Home Loan Guarantee Company (Sudáfrica)

El objetivo principal de HLGC no es educar en materia financiera, sino proveer garantías de préstamos y seguros para vivienda a personas de bajos ingresos a quienes los bancos tradicionales no querían atender por considerarles de alto riesgo. Dirigen sus programas de educación financiera hacia potenciales prestamistas de créditos para vivienda. Su enfoque se basa en informar a potenciales clientes sobre sus derechos y obligaciones (sobre el ahorro, tipos de préstamos, presupuesto y subsidios); es una estrategia de empoderamiento para que personas tomen una decisión informada al comprarse una casa y por otra parte, de reducción de riesgo para la misma empresa.¹⁴

BARRERA 3: FALTA DE INFRAESTRUCTURA INSTALADA PARA LA EDUCACIÓN FINANCIERA

El acceso y la escalabilidad pueden tomar muchas formas, pero sobre todo se tiene que pensar de manera creativa para solucionar el reto de la falta de educación financiera. La clave es el acceso al mayor número de poblaciones posibles pero, ¿cómo? Los emprendedores sociales han afrontado esta barrera a partir de diferentes vías.

¹⁴ Financial Literacy Scoping Study & Strategy Project, ECI Africa Consulting, 2004: 72

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

Muchas veces apoyados por las tecnologías de la información (TICs), otras veces a través de la enseñanza de sus materiales y metodologías a capacitadores que cuentan con acceso a otras localidades a los que la propia organización del emprendedor no podría llegar, o a través de alianzas estratégicas públicas, privadas o con organizaciones sociales.

En los colegios, en organizaciones o agrupaciones comunitarias, a través de la radio, televisión, el celular, las redes sociales e internet en general; el programa de educación financiera se debe diseñar en torno al beneficiario y será a partir de ahí que se elegirán los canales más adecuados que hoy en 2015 están disponibles. Será entonces que se podrá diseñar un modelo de atención que contemple uno o varios de estos puntos de contacto. Los conocimientos se pueden transmitir por muchas y variadas vías, la cuestión es que llegue a donde tiene que llegar.

Ejemplo: Kashf Foundation (Pakistán)

Kashf Foundation apalanca distintas vías para llegar a más personas. Tienen un foco especial hacia mujeres de bajos ingresos, siguiendo una metodología de cursos presenciales y en grupo con la que a finales de 2014, ya había capacitado a más de 800,000 mujeres¹⁵. A su vez, desarrollan una estrategia de sensibilización y construcción de capacidades a través de redes sociales, en internet, radio y televisión. Llama la atención la producción de una telenovela enfocada en transmitir conocimientos de educación financiera.

BARRERA 4: ¿HAY UN MEJOR MOMENTO PARA LA EDUCACIÓN FINANCIERA?

En muchas ocasiones las personas de bajos ingresos viven al día y sin sentir la necesidad de tener una planeación financiera. De alguna manera, la capacidad de proyección en el futuro de las personas también puede suponer una barrera a la hora de adquirir o querer adquirir una cultura financiera. Las necesidades financieras de una persona varían en función del momento del ciclo de vida en que se encuentre, y los productos financieros se acomodan a éste; una pensión para la vejez, una hipoteca para la emancipación y la formación de una familia, un crédito para la ampliación del negocio, etc.

¿Hay un mejor momento para acercarse a las personas? ¿Será cuando tienen sus primeras necesidades financieras, ya sea por enfermedad, por querer emprender o por querer ampliar el hogar? ¿O tal vez sea mejor antes, durante la niñez y la juventud?

Realmente cualquier momento es bueno para empezar a ahorrar y, dependiendo de la etapa de nuestra vida, nuestras necesidades financieras cambian y evolucionan. La cuestión es saber identificar en qué momento, qué producto y cómo adecuarlo a las necesidades de cada etapa.

¹⁵<http://www.jsbl.com/kashf-foundation-in-partnership-with-js-bank-celebrates-international-womens-entrepreneurship-day/>

<http://www.dramasonline.com/category/rehai/>

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

Ejemplo: Invest India Micro Pension Services (IIMPS) (India)

Al día de hoy, hay unos 100 millones de personas ancianas en India y esta cifra se doblará en las próximas dos décadas. Con menos de 40 millones de contribuyentes, India no se puede permitir el costo fiscal de un programa de asistencia social a nivel nacional ni para la actual ni para la futura población anciana, y la solución que propone IIMPS puede definitivamente contribuir a prevenir este estrés fiscal. Además, actualmente en India más de 300 millones de trabajadores de bajos ingresos en el sector informal se encuentran totalmente excluidos de cualquier tipo de programa formal de pensiones, exponiéndose por tanto a una situación de vulnerabilidad y de alto riesgo de pobreza en la tercera edad¹⁶.

IIMPS es una organización cuyo principal objetivo es la promoción del ahorro para la jubilación entre trabajadores informales de bajos recursos en India. Además de contar con un área específica de educación financiera para el retiro, está promoviendo el programa "Gift a Pension", que ofrece a la clase media india la opción de empezar mini planes de pensiones para los empleados de su hogar, siempre con un especial énfasis en la educación financiera.

Los servicios de IIMPS ya han llegado a más de un millón de personas del sector informal de bajos ingresos y "Gift a Pension", por su parte, con un objetivo de 40 millones de trabajadores del sector doméstico en áreas urbanas, solo unas semanas después de su lanzamiento en septiembre de 2014 ya contaba con más de mil registrados.



BARRERA 5: LA EDUCACIÓN INDIVIDUALIZADA Y PRESENCIAL SIGUE SIENDO LA FORMA MÁS EFECTIVA

El que muchas de las soluciones a problemas sociales se apoyen en el uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) para lograr una escalabilidad rápida y generalizada tiene un fundamento lógico. Al fin y al cabo, es a través de medios como internet, televisión, radio, redes sociales o teléfonos móviles que se llega a personas y localidades a las que difícilmente se puede acercarse de manera repetida una organización social habitualmente con recursos limitados. Según un estudio de la Universidad de Stanford¹⁷ sobre el abandono de cursos en línea, se deduce que entre 91% y 93% de los estudiantes no terminan los programas que empiezan. La educación presencial tiene el valor añadido de aumentar el compromiso al fortalecer el sentimiento de equipo entre los estudiantes, permite personalizar los programas a las necesidades del grupo y proporciona las condiciones para crear interacción directa con los instructores. La educación presencial siempre tendrá su razón de ser. Las TICs están limitadas en este sentido, ya que al final el alumno se enfrenta solo a la interpretación de la información que se le está proporcionando, y no se siente parte de un equipo con un fin compartido.

¹⁶<http://www.ruralinnovations.gov.in/invest-india-micro-pension-services-pvt-ltd.htm>

¹⁷"Turn on, Tune in, Drop out": Anticipating student dropouts in Massive Open Online Courses. (Yang, Sinha, Adamson, Penstein Rose, 2013)

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

Ejemplo: Yayasan PERAMU (Indonesia)

Fomenta el empoderamiento de las comunidades a través de actividades económicas y derechos humanos. Específicamente para la administración financiera del hogar, se promueve la anticipación de gastos y, con el apoyo de los facilitadores, los clientes pueden definir sus objetivos y planear cantidades de ahorro, periodos y necesidades. Además existe una alta frecuencia de interacción entre clientes y facilitadores como parte del proceso de educación. Un facilitador visita un área con 50 clientes en promedio, eliminando el costo de transporte de los clientes a la institución.

PRINCIPIOS DE DISEÑO

Los principios de diseño son conclusiones aclaradoras que se extraen del trabajo de los emprendedores sociales; se pueden aplicar para que las soluciones sean diseñadas de tal forma que incrementen su impacto.

Se trata de las estrategias operativas que los emprendedores sociales están incluyendo en sus modelos para combatir las barreras que están intentando superar. Estos principios se aplican de manera más amplia que en una simple herramienta o estrategia organizativa.

PRINCIPIO DE DISEÑO 1: SOLO NO SE PUEDE

Los emprendedores sociales con recursos económicos, humanos y operativos limitados, idean estrategias innovadoras para superar los obstáculos que se les presentan y alcanzar el máximo impacto y escalabilidad. Muchas veces, trabajar modelos de colaboración pública, privada y social les ayuda a crear proyectos que logran una mayor escala que al actuar cada organización o sector por separado. Cada aliado puede proporcionar un área de especialidad distinta pero fundamental para alcanzar el impacto deseado.

Trabajar con gobierno con el objetivo de incluir la educación financiera en la agenda de la política pública es una vía utilizada por algunos de los emprendedores sociales que se revisaron. Por ejemplo, MyBnk en Gran Bretaña¹⁸ ha logrado incluir esta temática en el temario escolar. Se podría pensar en que las mismas instituciones financieras, más allá de la información que por ley deben compartir a sus clientes, pudieran tener la obligación de llevar a cabo programas independientes a su negocio; que a través de distintos órganos del estado se promuevan planes de desarrollo que proporcionen un marco de actuación para estas organizaciones, incluso a veces cofinanciando o compartiendo infraestructura. Éste sería el caso de Invest India Micro Pensions Pvt, cuyo proyecto Gift a Pension se enmarca en el Esquema Nacional de Pensiones del Gobierno de India¹⁹.

¹⁸Policy National Curriculum: Comments on Final Proposal (2013)

<http://mybnk.org/wp-content/uploads/2013/10/Final-Response1.pdf>

¹⁹<http://www.giftapension.com/howitworks>

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

Trabajar con empresas a través de colaboraciones estratégicas es una segunda vía. A veces se trata simplemente de financiamiento en el marco de políticas de Responsabilidad Social Corporativa de algunas empresas, pero otras veces son alianzas basadas en la especialidad y valor añadido de una unión temporal de esfuerzos para un proyecto específico.

Trabajar con otras OSCs para crear redes de colaboración o intercambio de experiencias es otra área de colaboración posible. Muchas de las organizaciones analizadas para este estudio proporcionan ejemplos para este tipo de colaboraciones. Por ejemplo, Red Interação es la representación brasileña de **Slum Dwellers International (SDI)**, una red independiente de entidades de la sociedad civil e iniciativas populares que tiene presencia en 33 países de África, Asia y América Latina. Ésta actúa para crear ciudades inclusivas e insertar a la población urbana de bajos ingresos en las estrategias de desarrollo urbano. Otro modelo es el de Banco Palmas, que ha articulado toda una red de bancos comunitarios creados a partir de la experiencia y metodología desarrolladas por ellos mismos y que forman parte de una red que comparte aprendizajes, experiencias y herramientas²⁰.

Ejemplo: Root Capital (Global)

A través del programa "Servicios de Asesoría Financiera", Root Capital ofrece capacitación en administración financiera tanto a potenciales clientes como a clientes actuales para que tengan la habilidad administrativa de desarrollar su negocio. Servicios de Asesoría Financiera prepara a los pequeños empresarios para aumentar su potencial de calificar para un préstamo. Se ofrece capacitación en temas como contabilidad, planeación financiera, gestión de riesgo financiero, análisis de declaraciones financieras, preparación de aplicaciones para préstamos y administración de créditos.

Root Capital es una organización experta en encontrar al aliado adecuado para el proyecto adecuado. Un ejemplo de esta capacidad fue la "Coffee Roaster Resilience Initiative" que lanzó conjuntamente con la empresa de café **Green Mountain Coffee Roasters**, el **Fondo Multilateral de Inversiones** dependiente del Banco Interamericano de Desarrollo y la organización de apoyo a emprendedores sociales, **Skoll Foundation** en 2013. El objetivo es apoyar la estabilización de las cadenas de suministro de café al invertir en los pequeños productores que están viendo sus cosechas afectadas por la epidemia de roya en América Latina y comenzó con la cooperativa nicaragüense **SOPPEXCCA**. Esta iniciativa se lanzó en una conferencia auspiciada por **Sustainable Harvest**, empresa importadora de café de alta calidad²¹. En 2014, esta colaboración siguió evolucionando y sumando aliados como la agencia estadounidense de desarrollo USAID, la cooperativa de importadores de café sustentable y responsable, "Cooperative Coffees", y Starbucks, para crear el "Coffee Farmer Resilience Fund" buscando aprovechar los 23 millones de dólares, fruto de la colaboración en asistencia financiera a los más de 40,000 productores de café afectados por el brote de roya²².

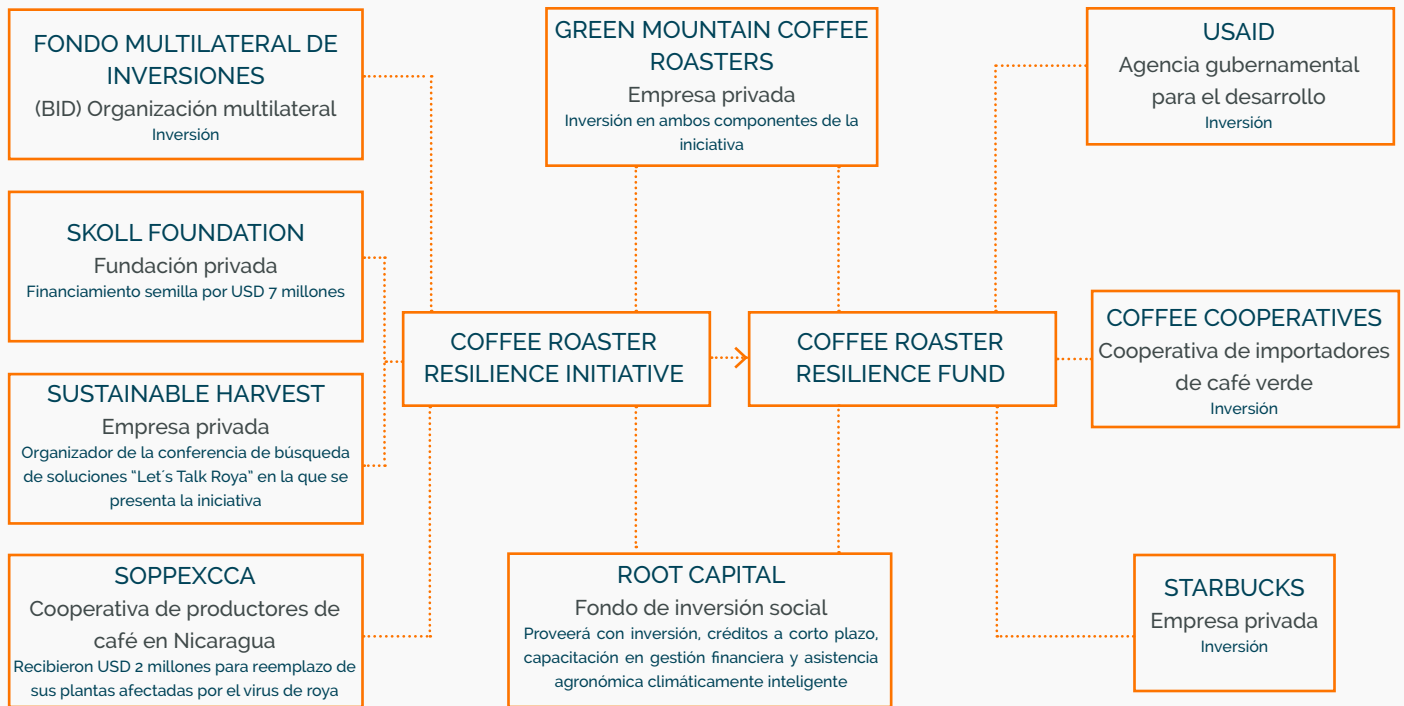
²⁰<http://www.institutobancopalmas.org/rede-brasileira-de-bancos-comunitarios/>

²¹Root Capital launches Coffee Farmer Resilience Initiative with Skoll Foundation and other partners (Skoll Foundation, 7 de noviembre 2013)

<http://www.skollfoundation.org/root-capital-launches-coffee-farmer-resilience-initiative-with-skoll-foundation-and-other-partners/>

²²USAID, Keurig Green Mountain, Cooperative Coffees, Starbucks and Root Capital launch \$23 million resilience fund to help farms fighting coffee rust crisis, (USAID, 19 de junio, 2014) <http://www.usaid.gov/news-information/press-releases/june-19-2014-usaid-keurig-green-mountain-starbucks-root-capital-coffee-rust-crisis>

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS



"Responder a asuntos complejos en agricultura requiere de colaboración precompetitiva entre todos los socios de la cadena de suministro. Hacer esto de manera exitosa es bueno para los productores cuya vida depende del café, para las empresas que confían en café de alta calidad para mantener sus negocios, y para los consumidores que no están dispuestos a ver la extinción de su café matutino."

-Willy Foote, fundador y CEO de Root Capital

PRINCIPIO DE DISEÑO 2: CRECER APALANCANDO RECURSOS DISPONIBLES

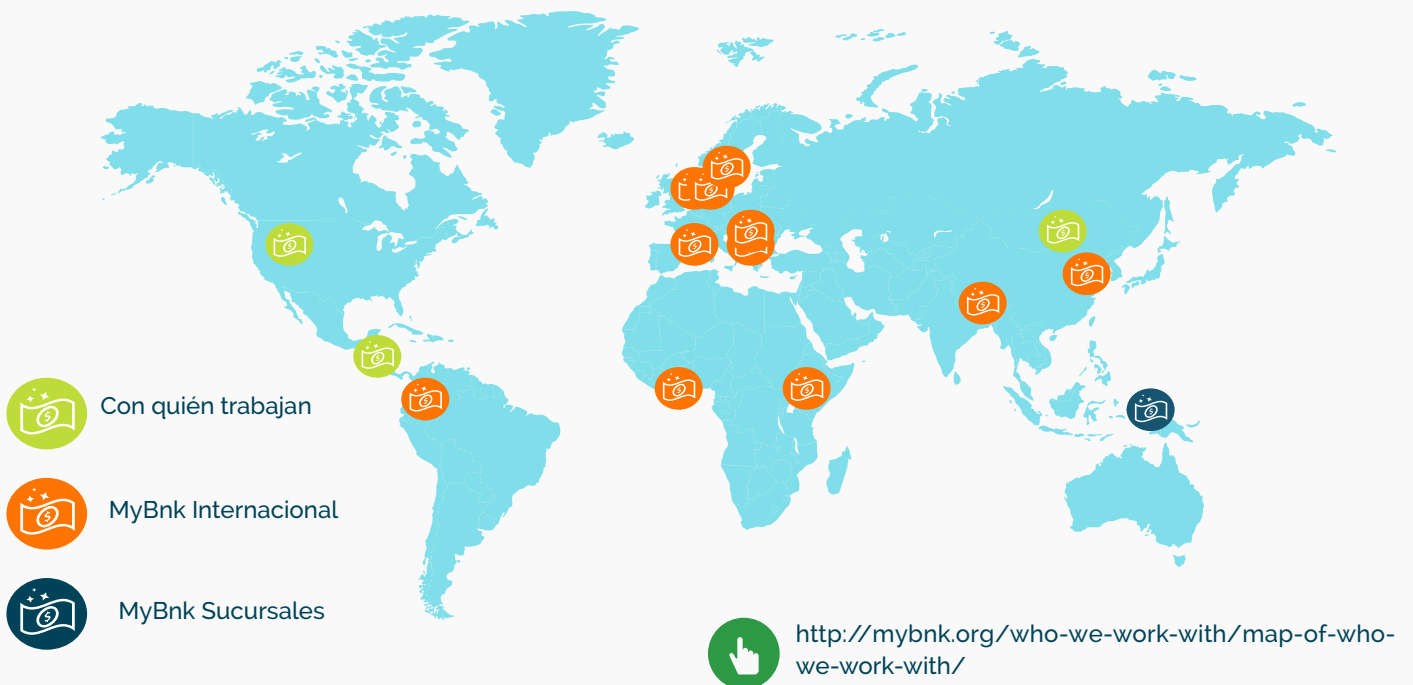
Por otro lado, muchas veces una organización no tiene la capacidad operativa para generar el impacto deseado. Es por esto que las organizaciones sociales deben buscar otras vías para llegar a las poblaciones que buscan impactar. En materia de educación financiera, hemos visto que las alternativas más utilizadas son:

a) Modelo de capacitación de los capacitadores: se busca capacitar a otras organizaciones comunitarias locales o personas para que sean éstas quienes impartan los cursos de educación financiera, acercando el conocimiento a localidades y personas a las que, con su propia capacidad operativa y de recursos humanos, no llegarían.

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

Ejemplo: MyBnk (Gran Bretaña)

Con el objetivo de llevar su mensaje a lo largo de todo Gran Bretaña, MyBnk es una organización que desde sus inicios ha sido consciente de que ellos solos no podrían lograr su meta. Partiendo de esta base, ha trabajado en desarrollar una red de sucursales y organizaciones de apoyo a las que capacita para ser capacitadores de sus temarios. A su vez, trabaja con profesores a través de lo que llaman "Teacher Advisory Panel" (el p panel de profesores consejeros) para que estos introduzcan temas de educación financiera en su currículo de matemáticas y ciudadanía, y así comparten en las aulas mejores prácticas e ideas sobre lo que realmente les funciona. Por otro lado, trabajan con organizaciones cercanas a jóvenes desatendidos, así como con asociaciones y consejos de vivienda dirigidas a jóvenes arrendatarios de sus primeras viviendas. No solo eso, sino que también han conseguido que a nivel nacional se introduzcan estos contenidos en el National Curriculum (currículo nacional) de Gran Bretaña.



b) Modelos basados en TICs: a través del diseño de los cursos con materiales y metodologías digitales es posible acercarse a la población por otra vía: series de televisión, programas de radio, juegos en el celular o aplicaciones en internet son algunos ejemplos que hemos visto.

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

Ejemplo: Wizzit (Sudáfrica)

Fundamentada en un sistema de banca sin sucursales, Wizzit funciona a través del celular buscando llegar a donde los bancos tradicionales no llegan. Provee todos los servicios típicos de un banco incluyendo acceso a crédito, ahorro, productos de inversión y microseguros, pero siempre a través de un teléfono celular. Presta especial atención a la capacitación de sus empleados a través del programa WizzKids, ya que saben que estos van a tener que asesorar y dar seguimiento a sus clientes. La cuestión es que, al posibilitar la contratación de servicios financieros formales a estas personas, se fomenta la formalización de sus micro y pequeños negocios, consiguiendo crear cultura financiera.

PRINCIPIO DE DISEÑO 3: DISEÑO CENTRADO EN EL BENEFICIARIO

Uno de los factores que se consideran a la hora de diseñar el material didáctico y las vías de acceso a las audiencias, es tener presente a quien se están dirigiendo. No se puede utilizar el mismo material, metodología, ni duración para mujeres, niños, jóvenes o microempresarios. Las motivaciones, necesidades y experiencia previa de cada uno no son comparables y, por tanto, el contenido y el proceso de enseñanza deben adaptarse a los objetivos y disponibilidades de cada segmento. Las organizaciones interesadas en desarrollar modelos de educación financiera deben pensar en cómo acercarse a sus audiencias y en consecuencia, en cómo conseguir un cambio de mentalidad.

Ejemplo: FAST International

Esta organización dedicada a cubrir el vacío de financiación en el sector de la pequeña y mediana empresa sustentable de países en desarrollo, ha invertido gran parte de sus esfuerzos de educación financiera en la elaboración de lo que llaman "Financial Literacy Toolbox".

En 2012 lanzó un proyecto en Kenia, en asociación con ICO y CFC, cuyo objetivo era desarrollar esta caja de herramientas de educación financiera para facilitar el acceso a finanzas de las pequeñas y medianas empresas. La iniciativa fue específicamente diseñada para el sector financiero cafetalero en África del Este, pero una vez desarrollada es un recurso que puede fácilmente traducirse y adaptarse a otras regiones productoras de café.

Una vez desarrollado, el material se puede utilizar para construir capacidades en los productores mediante la capacitación financiera de aquellos que hablan el idioma local y así crear una red de capacitadores, facilitando de esta manera la inversión.

PRINCIPIO DE DISEÑO 4: ASEGURAR CREANDO REDES DE SEGUIMIENTO Y APOYO

Es fundamental dar seguimiento a los conocimientos que se han transmitido, darles aplicabilidad práctica de manera que las personas vean el valor en sus vidas cotidianas y, con esto, asegurar el éxito continuo de la educación financiera.

LOS MODELOS: PATRONES EN MEJORES PRÁCTICAS

a) Aspecto teórico-práctico: algunas organizaciones proporcionan cursos de educación financiera como fase de preparación para que luego las personas puedan hacer un mejor uso de los productos y servicios financieros que se les proporcionen. Ésta puede ser una vía para asegurar la internalización de lo aprendido.

Ejemplo: Acreditar (Brasil)

Esta organización busca incentivar proyectos productivos en jóvenes, mujeres y emprendedores, contribuyendo a la realización de proyectos de vida y estimulando el desarrollo socioeconómico de la región a través del otorgamiento de microcréditos para proyectos productivos y de educación emprendedora. La metodología que ofrece es distinta a la del sector financiero tradicional ya que provee educación financiera a la vez que sensibiliza sobre el uso del dinero. De esta manera el dinero se convierte en una herramienta y la planeación en un fin.

b) Grupo de apoyo: otras iniciativas trabajan este aspecto a través de la creación de redes de apoyo comunitario, conectando a los beneficiarios con productos y servicios financieros seguros o, simplemente, dándoles seguimiento sobre cómo su riesgo crediticio se va disminuyendo.

Ejemplo: Akiba – Muungano (Kenia)

Akiba Mashinani Trust es una organización que fundamenta toda su actuación en torno a la comunidad y el sentimiento comunitario para empoderar a las personas que viven en los barrios pobres de Kenia. Sustenta su fortaleza en que la comunidad actúe unida y esto se traslada a todos sus proyectos. Se especializa en investigación, innovación, apoyo y pilotaje de financiación de vivienda social y servicios básicos para personas de bajos ingresos. Provee de servicios financieros, de desarrollo empresarial, de vivienda y de gestión de proyectos y busca la construcción de capacidades en organizaciones comunitarias de manera que puedan desarrollar todos los aspectos de intermediación financiera, alcanzar a la población de bajos ingresos con servicios financieros y relacionados de manera sustentable, construir sistemas financieros y mejorar la seguridad de subsistencia de comunidades pobres.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Realizamos este estudio con el objetivo de aprender y contrastar soluciones exitosas en diferentes contextos, visibilizar cómo las ideas se relacionan unas con otras, e identificar los factores clave del problema. Se puede inferir que hay una gran variedad de innovaciones para responder al reto de la falta de educación financiera alrededor del mundo.

El resultado de este análisis es la emergencia de patrones claros y en general se puede concluir que los emprendedores sociales que trabajan en educación financiera se enfocan en:

...transmitir el valor que la educación financiera puede tener en la mejora del nivel de vida de las personas y las familias, aunque no tanto en sensibilizar a las instituciones financieras o los gobiernos de los beneficios que la educación financiera podría generar para ellos.

...combatir la falta de infraestructura para la educación financiera a través de la creación de redes de capacitadores, el uso de TICs y el desarrollo de colaboraciones intersectoriales.

...alcanzar el máximo impacto para sus programas de educación financiera a través del diseño de los mismos, centrado en el sector de la población que los va a recibir.

Aun así, siempre quedan aspectos que seguir trabajando, barreras que no se están enfrentando o estrategias que no se están aprovechando.

CONCLUSIONES

¿Qué aspectos del problema no son abordados?

Uno de los aspectos que menos se ha abordado desde el emprendimiento social hasta ahora es **sensibilizar al gobierno y a las instituciones financieras**. Aun así, hay maneras de enfrentar este reto. La cuestión sería generalizarlo para alcanzar un impacto mayor.

Esto se puede conseguir a través de impactar en la política pública. La inspiración puede encontrarse en el caso de MyBnk que, como organización especializada en proporcionar educación financiera a niños y jóvenes, buscó incluir temarios de educación financiera en la Currícula Nacional. A veces simplemente se trata de la emisión de una opinión sobre el tema como organización dedicada, o de participar en reuniones con gobierno como grupo de interés.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Otra alternativa es enfocarse en llenar huecos de información que impiden a la BdP entrar en el mercado financiero tradicional, precisamente porque esa falta de información crea inseguridad o percepción de alto riesgo a los ojos de instituciones financieras formales. InVenture precisamente se creó con el objetivo de cubrir este vacío de información a través de la creación de identidad crediticia para la población de bajos ingresos que tal vez no tiene historial crediticio formal pero no por ser informal es inexistente. Una vez recopilada esta información, los bancos pueden valorar que la inversión en educación financiera y en productos inclusivos para este tipo de población puede abrirles la puerta a nuevos mercados hasta ahora no atendidos y de enorme potencial.

Por otro lado, se propone la posibilidad de organizar eventos intersectoriales con presencia de actores públicos, privados y sociales, cuyo objetivo sea específicamente la sensibilización sobre el valor de la educación financiera. Este tipo de iniciativas pueden ayudar a la generalización de una conciencia que lleve a cada sector, desde su área de actuación, a iniciar proyectos relacionados.

Si partimos de la hipótesis de que la educación individualizada y presencial sigue siendo la que mejores resultados brinda a largo plazo, pero a la vez que las TICs son la vía más efectiva y sostenible para llegar a las personas, tal vez un aspecto sobre el que se debería trabajar más sería el acercamiento de modelos de "blended learning" o virtual-presencial. Esto podría darse a través de colaboraciones intersectoriales, por ejemplo, con otras organizaciones sociales especializadas en la reducción de la brecha digital, con gobierno para compartir la infraestructura tecnológica o con empresas que alcancen estas poblaciones (como empleadores, como demandantes de sus servicios).

¿Hay alguna estrategia infrautilizada o sobreutilizada?

La creación de redes de apoyo es una alternativa muy efectiva para dar seguimiento y asegurar la continuidad de los cambios que se pretende generar, pero no es uno de los principios de diseño más utilizados. El seguimiento se puede proporcionar de varias maneras. La clave es que este acompañamiento sea sencillo de entender, cercano a la persona y accesible con los medios de que dispone. Los grupos de ahorro son una de las vías que han funcionado para algunos emprendedores. Suelen ser grupos ya establecidos que no solo empujan a la gente a ser más fiel a sus objetivos de ahorro, sino que sirven además como plataforma para compartir experiencias así como mejores y peores prácticas, ayudando a las personas a comprender su comportamiento y a aprender cómo mejorarlo.

Finalmente, se trata de diseñar e implementar los incentivos adecuados durante y después del programa de educación financiera.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

También se puede conseguir este objetivo proporcionándole al cliente información sobre su progresión en el uso de los productos o servicios. Simplemente el poder ver y entender cuánto se ha ahorrado y gastado, además de los correspondientes conceptos, le permitiría identificar sus patrones y aprender a hacer una mejor gestión de sus ingresos.

No sería correcto concluir que hay estrategias que han sido sobreutilizadas, aunque obviamente sí hay algunas a las que se ha acudido más que a otras. Una que llama la atención es la **creación de redes de capacitadores**. De nuevo, si se cree que la educación individualizada y presencial es la forma más efectiva para asegurar un cambio, es lógico pensar que un sistema de "capacitar a capacitadores" sea la forma más sostenible y eficaz para conseguirlo. Sin embargo, no es tan sencillo como suena. Hay que asegurarse de que se realice una buena capacitación, un buen contenido, que la capacitación dure suficiente tiempo y que el buen mensaje se esté transmitiendo correctamente. Además, se debe dar continuidad a las capacitaciones, mantener la información actualizada, y motivar a las personas para seguir aprendiendo y conociendo nuevas cosas.

Como caso de éxito, llama la atención el sistema de Wizzit ya que ha creado una red de "comerciales" (WizzKids), siempre eligiendo a desempleados que forman parte de la comunidad. Están cerca de las personas, no requieren de gran infraestructura, venden los productos de Wizzit y enseñan a los usuarios a usarlos.

Para convertirse en WizzKids las personas no solo deben ser clientes de Wizzit, sino también deben haber hecho un número mínimo de transacciones en la plataforma, deben pasar un proceso de capacitación, pasar un examen, adherirse a todos los requisitos de reporte de actividad diaria o semanalmente, y atender a reuniones de comerciales habitualmente.

Contrariamente, NALT-NUSHO puede servir como aprendizaje a partir de un proceso de encuestas realizadas entre clientes y personal de la organización. Los resultados de estas encuestas aportaron información valiosa que se puede tener en cuenta a la hora de diseñar un programa de estas características. Se concluyó que los capacitadores no eran bien percibidos por las comunidades, los mismos capacitadores admitían no haber recibido capacitación suficiente, y apuntaban que hacían falta nuevas capacitaciones.

Por lo tanto, pese a la lógica y el atractivo del modelo de capacitación de capacitadores, su operación es compleja y la selección de los capacitados es clave.

¿Hay algún aspecto del problema que aún no ha sido identificado?

La **falta de infraestructura** para la educación financiera sigue siendo un problema. Esto se puede entender como ausencia de punto de entrada, canales o contacto con las poblaciones a las que se dirige este tipo de iniciativas, o puede tratarse literalmente de la ausencia de lugar físico para proporcionar las capacitaciones. A pesar de esto, es un reto que se puede resolver a través del uso de las instalaciones de las instituciones financieras que trabajan en la reducción de la exclusión financiera. El dar pequeñas capacitaciones a sus clientes logrará un doble resultado; por un lado, que las personas sepan hacer una mejor elección y uso de los productos financieros y por otro, que los bancos cuenten con una base de clientes con un menor riesgo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

¿Hay aún agujeros en el sistema que esperan el diseño de una nueva solución?

Tal vez no sea una falta exclusiva del ámbito de educación financiera, pero se puede inferir que hay una falta de canales abiertos de comunicación entre gobierno, organizaciones sociales y sector privado. En materia de educación financiera, esta es un área sobre la que si se trabaja, cada uno desde su área compartiendo información y trabajando con objetivos sincronizados y alineados, se podría alcanzar mejores resultados y el impacto sería definitivamente mayor.

RECOMENDACIONES

El objetivo principal de este estudio era responder la siguiente pregunta:

"¿Cómo se podrían crear iniciativas de educación financiera a escala en México que transformen la realidad de las personas, sus necesidades y las instituciones financieras mismas?"

Por tanto, a partir de la investigación y análisis llevados a cabo, se ha obtenido información valiosa que puede servir como base para el diseño de iniciativas de educación financiera que, teniendo en cuenta el contexto mexicano, podrían funcionar con el máximo impacto en nuestro país. ¿Cómo usar este estudio?

Se han identificado 9 preguntas que creemos fundamentales para resolver antes de iniciar un programa de educación financiera. Las presentamos a continuación:

1. ¿A quién te quieres dirigir? ¿Cuál es tu público objetivo?
 - A partir de la experiencia de los emprendedores analizados, se puede inferir que es más efectivo dedicarse a un grupo específico de manera que tanto el material como las vías de entrada y estrategias de enseñanza estén diseñadas especialmente para ellos.
2. ¿Con qué fin buscas educar en materia financiera a tu población objetivo?
 - Si tu programa de educación financiera tiene un objetivo determinado, podrás enfocarlo mejor en tu audiencia y diseñar el contenido de manera más dirigida al impacto deseado.
3. ¿Qué barreras puedes encontrarte?
 - En el proceso de elaboración del estudio, se identificaron las siguientes barreras:
 - I. No se percibe el valor que una educación financiera puede tener en las personas, en las instituciones financieras ni en los gobiernos.
 - II. No existe un modelo único que asegure el éxito ni el máximo impacto de proyectos de este tipo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- III. No hay una infraestructura instalada para la educación. Se deben explorar maneras creativas de llegar a las personas.
 - IV. En función del objetivo que persigas con la educación financiera, puede haber un mejor momento para acercarse a las personas.
 - V. La educación individualizada y presencial sigue siendo la forma más efectiva para lograr un cambio a largo plazo en los comportamientos de las personas.
- Puede ser que te encuentres algunas de estas barreras u otras, pero si desde un inicio partes de que son una posibilidad, tu programa contará con las herramientas para superarlas. Hacer una lista de comprobación de las barreras y posibles formas de enfrentarlas, te ayudará a no dejar ninguna desatendida.
4. ¿Con qué medios cuentas?
 - Analiza quién eres y con qué cuentas en tu organización para acercarte a tu público y lograr tu objetivo.
 5. ¿Qué impacto persigues?
 - Sabiendo a quién te quieres dirigir, cuál es el objetivo que persigues y los medios con los que cuentas, podrás hacer un plan del futuro que quieres lograr. Establecer objetivos a corto, medio y largo plazo, te permitirá elaborar el plan de acción que necesitas para alcanzar el cambio de una manera más realista.
 6. ¿Qué medios necesitas para lograr ese impacto?
 - A partir del análisis de estos emprendedores sociales se han podido identificar las estrategias más creativas y sostenibles para lograr una educación financiera. Estas estrategias, referidas en el estudio como principios de diseño, se han integrado en los modelos de los emprendedores.
 7. Si no tienes los medios, ¿cómo los puedes conseguir?
 - Piensa en alianzas estratégicas tanto con otras organizaciones sociales, como con instituciones financieras o con el sector público, que te puedan ayudar a alcanzar el impacto que buscas. Siempre dependiendo de tus carencias y necesidades (pueden ser recursos económicos, humanos u operativos) debes pensar de manera creativa en el socio que más te va a convenir.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8. ¿Qué contenido debes incluir en las capacitaciones pensando en tu público y el objetivo que te has establecido?
 - Una vez que tengas identificada tu audiencia, tu objetivo y los medios con los que cuentas, podrás empezar a pensar en el contenido del programa. Siempre debes tener en cuenta estos factores, ya que te van a permitir identificar los módulos que van a componer tu programa.
 - Piensa en el ciclo de vida de la persona a la que te estás dirigiendo: ¿Está pensando en montar o crecer su negocio? ¿Está creando una familia y busca ampliar o comprar una casa? ¿Está pensando en su jubilación? ¿Es aún un niño y no ha tenido ningún contacto con productos o servicios financieros?

9. ¿Cómo aseguras tu impacto?
 - Proporciona la educación antes de que las personas utilicen los productos. Esto no solo permitirá reducir el riesgo de incumplimiento de los usuarios de productos y servicios financieros, sino que les ayudará a conocer los productos que existen, comprenderlos y finalmente, a seleccionar los que mejor convengan a sus circunstancias y necesidades.
 - Crea redes de apoyo para asegurar que la capacitación consolida el impacto. Es difícil garantizar que el conocimiento proporcionado vaya a interiorizarse y crear un verdadero hábito. Las vías identificadas que abordan este reto son:
 - I. Formación de grupos de ahorro
 - II. Proporción de información periódica sobre su progresión
 - III. Además, es de gran importancia que el proceso sea fácil, cercano y accesible

ANEXOS

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

ANACLAUDIA ROSSBACH

Organización: Red Interação

País: Brasil

www.redeinteracao.org.br/



La Red Internacional de Acción Comunitaria fundada en 2004 es la representación en Brasil de Slum Dwellers International, una red independiente de organizaciones de la sociedad civil e iniciativas populares con presencia en Asia, África y América Latina. Su misión es ayudar a la creación de ciudades inclusivas e insertar a la población urbana de bajos ingresos en las estrategias de desarrollo urbano.

EL PROBLEMA

En Brasil, alrededor de 700 mil personas viven en barrios sin servicios públicos. Los recursos para préstamos hipotecarios no son accesibles para el segmento que recibe menos ingresos que la clase media. La industria de bienes raíces e hipotecas es conducida por instituciones financieras reguladas y con riesgo de quiebra: el financiamiento de hipotecas ha disminuido y los actores restringen los términos para préstamos beneficiando a la clase media, un grupo que apenas representa el 20% de la población. No se considera a la población de bajo ingreso.

LA SOLUCIÓN

Se identifican comunidades con verdadera necesidad y gran potencial para formar grupos; se especifican comunidades caracterizadas por crimen y falta de infraestructura pública. La mayoría de ellas vive en áreas densas y en condiciones de pobreza. Con esto, se acerca a la comunidad para mapear las casas que existen, incluyendo albergues no reconocidos. Varias herramientas como encuestas, asisten al equipo para establecer prioridades y definir brechas en términos de acceso a recursos, y se comparten con el municipio para definir proyectos. El registro también permite identificar integrantes de familia encabezadas por mujeres para crear fondos de ahorro y movilizar otras familias para que se unan. Los ahorros de la comunidad se utilizan para comprar tierras e invertir en la mejora de hogares. El crecimiento del grupo genera unión en la comunidad y un recurso concreto.

La iniciativa invita a que participantes extiendan su experiencia para generar mayor impacto e intercambiar ideas. Interação conecta a las comunidades con financiamiento externo y ofrece soporte técnico para la verificación de los datos, propuestas de reintegración y negociaciones con propietarios y gobierno. También se conducen juntas dentro de la comunidad con el municipio, propietarios, empresas de electricidad, etc. Después de legalizar la posesión de la tierra, los residentes colaboran para formular proyectos de infraestructura. Utilizando los recursos obtenidos del ahorro, pueden invertir en proyectos colectivos para mejorar sus casas. Al enfatizar en la importancia de la comunidad se generan alianzas con el sector financiero para crear un fondo de microcréditos que ofrezca créditos a familias de bajo ingreso que compren material generando mayor interés por parte de bancos comerciales.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

FELIPE BANNITZ

Organización: Banco do Negócios Inclusivos

País: Brasil

www.bni.org.br/



Se trata de una iniciativa a nivel nacional que busca integrar los recursos universitarios en el sector social. Proveen de asistencia técnica y financiera a microemprendedores a través de un banco junior. Son los propios estudiantes de la universidad quienes trabajan mano a mano con los microemprendedores de la comunidad ayudándoles a crecer sus negocios y a introducirlos a nuevos mercados.

EL PROBLEMA

Los estudiantes en universidades tienen poco contacto con la realidad en Brasil; además, los bancos comunitarios no tienen acceso a sistemas y mayores flujos de capital por la falta de recursos humanos y su contacto limitado con financiadoras privadas y públicas. En muchos casos, estas instituciones ofrecen tasas de interés arriba de 3%, haciendo que los préstamos sean inaccesibles para la población. Y esto afecta la velocidad en que las instituciones microfinancieras podrían escalar. Finalmente, los prestatarios comunitarios no tienen conocimiento técnico ni capital para desarrollarse, muchos no tienen preparación ni recursos para crecer a escala en la economía formal. Es importante considerar que 8.5% de los microemprendedores completaron bachillerato, 43% opera negocios desde el hogar y 12% en las calles.

LA SOLUCIÓN

Se trata de un movimiento conducido por estudiantes y su facultad que provee asistencia para negocios inclusivos, del cual se han beneficiado 6,000 emprendedores con una inversión de USD 9 millones. Este programa busca autogestión, autoridad descentralizada y redistribución de ingresos justos. Además promueve la formación de clusters económicos entre grupos para incrementar el volumen de producción. Los microemprendedores apoyados por incubadoras se enfrentan con problemas de liquidez que limitan su sustentabilidad financiera. Felipe comenzó otorgando asistencia técnica en colaboración con una empresa de comunicación y mercadotecnia, y abriendo mercados de comercialización para los emprendedores, pero enfatizó en el acompañamiento para garantizar sustentabilidad financiera.

Una de sus áreas ofrece microcréditos de manera rápida, para lo que se deben mostrar recibos de ventas. BNI les extiende dos líneas de crédito, un adelanto a 1% al mes más impuestos que cubren las operaciones de costos; la segunda línea es con una producción orientada. Esta es una inversión exclusiva del proceso de producción y proyectos y no requiere garantía. Durante visitas, los estudiantes ayudan a llenar aplicaciones y determinar la viabilidad del préstamo; ayudan a desarrollar planes de trabajo y realizan un seguimiento significativo. También se promueve la mejora del sistema bancario comunitario en conjunto con aliados tecnológicos; se desarrollan sistematizaciones para el lanzamiento de bancos comunitarios y para proveerles con los reportes administrativos, además de consultoría gratuita para bancos, y tecnologías financieras (fondos rotatorios).

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

JOAQUIM DE MELO

Organización: Instituto Banco Palmas

País: Brasil

www.institutobancopalmas.org/



Joaquim de Melo creó este banco comunitario junto con una moneda local, la Palma, con el objetivo de apoyar la economía local en las favelas de Brasil. Provee servicios financieros solidarios en red con una naturaleza asociativa y comunitaria, dirigidos a la generación de trabajo y riqueza local, basándose en principios de economía solidaria. Su objetivo es promover el desarrollo en territorios de bajos ingresos a través del fomento y creación de redes locales de producción y consumo.

EL PROBLEMA

El desempleo en Brasil excedía el 20% en 2002 y la fuerza laboral trabajando en condiciones desfavorables se sumaba a la falta de acceso a créditos. Esto se debía a dos razones: los bancos tenían otra fuente de ingresos y la falta de garantía por parte de prestatarios. Las favelas se caracterizan por lo anterior, además de la falta de acceso a agua potable, infraestructura y sanidad. Existe una gran disparidad entre los servicios públicos y los ingresos para apoyarlos. Los barrios pobres en la ciudad tienen la obligación de contribuir para obtener servicios sanitarios y electricidad, causando desequilibrio por la falta de ingresos e incrementando los niveles de pobreza. Además, la falta de producción por la inaccesibilidad de créditos, impide la venta y aumenta la compra externa, que tiene mejores condiciones de comercialización.

LA SOLUCIÓN

Joaquim diseñó un sistema bancario local que fomenta la producción y consumo dentro de la comunidad, a través de estimaciones generadas por los jóvenes locales. Utiliza tres instrumentos financieros: microcréditos para la producción, comercio y servicios, tarjeta de crédito PalmaCard y moneda social. El crédito no requiere documentos ni registro de garantías, ya que los vecinos ofrecen información del prestatario. El sistema funciona a través de tarjetas de crédito e intereses para asegurar la distribución del ingreso y recibir créditos correspondientes. PalmaCard es solo válida en compras locales con valor inicial de USD 8 y un máximo de USD 40. La moneda social funciona igual; cuando se dona al fondo comunitario, se duplican los reales a la moneda social por la misma cantidad. Si se duplican reales para construir una escuela, se convierte en un microcrédito para emprendedores locales, que se deberán pagar en moneda social, por lo tanto la escuela se financia en la moneda social. Los trabajadores son remunerados en moneda social y pueden adquirir productos locales.

Una clave de la red es la producción pequeña fomentada por el banco. El banco también ofrece talleres para entrenamiento profesional y emprendimiento; su escuela apoya la administración del banco y prepara material educativo, reportes y publicaciones, además de entrenamiento para 1,600 personas. Una bolsa de trabajo asegura que individuos utilicen las habilidades adquiridas, teniendo énfasis en su Incubadora para mujeres y estimulación de mercados locales.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

PETER NARES

Organización: Prosper Canada

País: Canadá

www.prospercanada.org/



Fundada en 1986, Prosper Canada es una organización benéfica dedicada a la expansión de oportunidades económicas para los canadienses que viven en la pobreza a través de innovación en programas y políticas. Promueve el empoderamiento financiero trabajando con gobiernos, empresas y grupos comunitarios para desarrollar políticas financieras, programas y recursos que ayuden a transformar vidas. Su objetivo es asegurar que todos los canadienses financieramente vulnerables tengan acceso a la información financiera, educación, servicios, productos y al asesoramiento que necesitan para construir su bienestar financiero.

EL PROBLEMA

El bajo ingreso lleva a una falta de acceso al ahorro e impide invertir para un mejor futuro. En Canadá, los ingresos del sector más pobre disminuyó 20% entre 1984 y 1999, y el gobierno invierte lo doble en el desarrollo de las clases alta y media que en la población de bajo ingreso. Además, el gobierno requiere que solicitantes de asistencia social se desvinculen de sus recursos antes de aplicar a los programas. Los problemas básicos incluyen falta de acceso a ingresos, falta de alfabetización financiera, ausencia de políticas públicas y falta de importancia en el ahorro. Actualmente, no existe un mecanismo internacional que regule o fomente el intercambio de conocimientos entre países con experiencia y trayectoria y aquellos que no la tienen.

LA SOLUCIÓN

Peter está organizando a los que tienen el conocimiento para proveer información en diseño, implementación y evaluación de recursos nuevos y existentes para construir iniciativas. Su estrategia es construir una red internacional de generadores de recursos. Primero crea la oportunidad para el accionista en términos de información y del futuro desempeño que podría tener participando en la red; después esta red facilita la construcción internacional de recursos en ciertos países. El grupo incluirá representantes de la ONU y el Banco Mundial, entre otras organizaciones, y será responsable de asegurar la participación de representantes del gobierno y sector privado. Esto determina el nivel de apoyo esperado para construir la red.

Como un primer producto, la red define el inventario internacional de recursos para la construcción de políticas y programas, y después se define el intercambio de conocimientos para generar ecosistemas que fomenten la capacidad financiera.

En 2008 Peter lanzó una división de su organización, SEDI, para buscar aliados en el sector público, privado, y en comunidades para incrementar la alfabetización financiera a nivel mundial. En 2013 alcanzó a impactar a más de 230,000 canadienses de bajo ingreso. Para el 2009, el presupuesto nacional incluyó recomendaciones de Peter en términos de educación financiera.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

GAUTAM BHARADWAJ

Organización: Invest India Micro Pension Services (IIMPS)

País: India

www.micropensions.com/



Se trata de una de las pocas organizaciones a nivel mundial enfocadas exclusivamente en fomentar y habilitar a trabajadores informales de bajos ingresos para acumular microahorros para la jubilación. IIMPS ha desarrollado un modelo patentado de micropensiones basado en una plataforma tecnológica que le permite escalabilidad y simpleza para acercar servicios financieros, no de crédito, a trabajadores pobres a un costo asequible.

EL PROBLEMA

Se espera que la población total en India continúe creciendo significativamente, y la cantidad de adultos mayores crezca 107% a 103 millones y hasta 179 millones en 2026. Además, los métodos tradicionales para la seguridad de ingresos es incapaz de adaptarse a las necesidades de adultos mayores y sus costos médicos; la persona promedio necesita los suficientes recursos para sobrevivir hasta 15 años después de su retiro. A esto se suma la falta de mecanismos de ahorro e inflación que limita el acceso a programas de planeación. El sistema financiero no está diseñado para apoyar microahorros ni zonas remotas.

LA SOLUCIÓN

Gautam estaba convencido de que India necesitaba un sistema de pensión basado en las contribuciones de trabajadores con ayuda del gobierno. Se lanzó el Esquema de Pensión Nacional aplicando mecanismos seguros, flexibles y asequibles. Este emplea la capacidad institucional existente y entrega servicios con calidad. Gautam asiste a instituciones financieras para extender su producto al sector informal, ya que tienen historia crediticia, regulaciones flexibles con clientes conocidos y sistemas eficientes capaces de administrar grandes cantidades de clientes.

Para acelerar esto, Gautam desarrolló IIMPS que busca proactivamente distribuidores aliados para alcanzar a los clientes. En asociación con los aliados de productos, Gautam ha asegurado la licencia para ofrecer dos micropensiones (se congelan USD 61,600 invertidos por 20 años), y seguros atendiendo diferentes necesidades y diversificando el riesgo. La inversión de ambos se distribuye en el mercado de valores y mercado de deuda, y son diseñados de manera flexible. Se consideran distribuidores aliados con credibilidad, y se les ofrece talleres y entrenamiento para educarlos en el área para que ellos puedan educar al cliente, inculcando un comportamiento de ahorro.

Es importante que el cliente entienda la necesidad de ahorrar, la naturaleza de los productos financieros y el riesgo asociado. Se ha desarrollado material educativo de calidad en diferentes idiomas utilizados en India, y que responden a diferentes comportamientos de ahorro en el país, además de una certificación y proceso de entrenamiento que permite a los colaboradores entender su rol y llevar a cabo pruebas para definir el nivel de conocimiento del cliente.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

SHIVANI SIROYA

Organización: InVenture

País: Kenia, Sudáfrica, India

www.inventure.com/



InVenture es una organización pionera en inclusión y educación financiera por el modelo de medición y control de riesgo de crédito en que basa su negocio. Recolecta información crediticia de sus clientes a través de su celular -90% de la población mundial ya tiene celular- con el objetivo de proveerles de un historial de crédito formal. El objetivo final es crear una identidad financiera para todos aquellos no bancarizados para que sepan controlar su flujo de caja y solicitar productos financieros adecuados a sus necesidades e ingresos. El servicio de InVenture proporciona dos importantes servicios; por un lado, les da a estas personas control sobre sus propias finanzas y, por otro, proporciona valiosa información de riesgo a potenciales prestamistas.

EL PROBLEMA

Microemprendedores en zonas urbanas ofrecen servicios como venta de flores o alimentos y no poseen activos que puedan ofrecer como colateral. Aunque tienen capacidad de repago, no tienen registros crediticios ni información financiera y se duda la autorización de mayores préstamos. Además el prestamista cobra tasas de interés altas con periodos de repago cortos para reducir el riesgo. Estas acciones incrementan la presión sobre los emprendedores, por lo que buscan el repago a través de otro crédito, y generan mayores deudas y pobreza. Además, el sector financiero no puede reducir las tasas de interés debido al incremento en el costo de administración y riesgos. Cada institución tiene diferentes metodologías para préstamos, considerando mayor capital de trabajo y tiempo. Para microcréditos se necesita menor tiempo de entrega y menores costos porque los negocios se clasifican de alto volumen y menor margen. Adicionalmente, la auditoría de un portafolio existente es más costoso y menos efectivo.

LA SOLUCIÓN

Para incrementar la cantidad de préstamos autorizados, Shivani definió tres aspectos críticos: los prestatarios necesitan registros de flujo de información y capacidad crediticia; los microemprendedores necesitan estar equipados con alfabetización financiera; se necesita un comportamiento de registro. InVenture se alía con instituciones prestamistas para entender a las comunidades con las que opera e identifica a los clientes más apropiados para utilizar InSight, una aplicación móvil que han desarrollado. Otros aliados explican a clientes con vocabulario básico cómo se utiliza InSight, qué ofrece y sus ventajas; cómo distinguir entre gastos personales y del negocio, cómo categorizar diferentes gastos y calcular ingresos o egresos. Las mujeres emprendedoras locales son la clave para el funcionamiento del modelo y las encargadas de que los clientes mantengan registros. Debido a que el sistema funciona en confianza y dependencia familiar, InSight tiene mayor potencial de transacciones en la comunidad. Con esto, se ofrecen portales en Internet que permiten ingresar información, generando monitoreo de las actividades de clientes y mostrando su responsabilidad. Para validar la información generada, InVenture realiza auditorías en 5% de los clientes.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

IWAN SAKTIAWAN

Organización: Yayasan PERAMU

País: Indonesia

www.ashoka.org/fellow/iwan-saktiawan



La idea de esta organización es la de adaptar los principios de banca islámica y las mejores prácticas de microcrédito con el objetivo de crear un nuevo modelo bancario viable y dirigido a apoyar a pequeños comerciantes y productores de bajos ingresos. Su enfoque se basa en promover el desarrollo de activos entre personas de bajos ingresos a través de capacitación en estrategias de ahorro y gestión económica.

EL PROBLEMA

Las familias en Indonesia se enfrentan a problemas como la falta de acceso a créditos para aumentar el potencial de sus negocios. Para incrementar su intercambio, están obligados a aceptar tasas de interés altas o tomar prestado del gobierno que tiende a ser burocrático. La falta de política pública para apoyar a mejorar el clima de negocio es una gran problemática para los emprendedores. Existen pocas regulaciones para proteger los negocios, se practica el soborno y se pagan impuestos confusos. Además, la mayoría de los emprendedores tienen habilidades financieras limitadas para administrar su negocio. El incremento de ingresos a través de créditos no genera beneficios por la falta de capacidad de administración.

LA SOLUCIÓN

Yayasan Peramu es una fundación que fomenta el empoderamiento de las comunidades a través de actividades económicas y derechos humanos. Iwan desarrolló un modelo basado en los principios de Yayasan Peramu para BMT (el BMT o Baitul Maal watTamil es un modelo donde quien otorga el crédito y quien lo recibe constituyen un acuerdo por el que comparten pérdidas pero también ganancias) beneficiando a comerciantes pequeños, ya que los grupos de ahorro y préstamos excedían la capacidad de BMT. El enfoque de Iwan es innovar el modelo BMT y crear una red basada en las innovaciones y operaciones microfinancieras. Se busca la consideración de emprendedores de bajo ingreso para créditos y ahorro. Miembros del grupo son educados para ahorrar y repagar los préstamos. El modelo fomenta que los clientes utilicen un sistema de ahorro personal y en el hogar, en lugar de gastarlo en artículos triviales. Esto reduce el costo de transporte hacia el banco para realizar los depósitos.

Para la administración financiera del hogar, se promueve la anticipación de gastos y, con el apoyo de colaboradores, los clientes pueden definir sus objetivos y planear sus cantidades de ahorro, periodos y necesidades. Además existe una alta frecuencia de interacción entre clientes y colaboradores como parte del proceso de educación. Un miembro de la iniciativa visita un área con 50 clientes en promedio y elimina el costo de transporte de los clientes a la institución. Por otro lado, algunos clientes forman grupos de ahorro y sirven de mediadores en la educación sobre cómo mantener transparencia, desarrollar opiniones, ser participantes activos y democráticos. Finalmente, para obtener préstamos es solamente necesario asistir y contribuir en la junta anual, fomentando que los clientes sean los propietarios de la institución. Se utiliza un software indicando los roles, las áreas y funciones de los clientes en términos de ahorro, registros, pagos, transacciones y administración de información.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

JANE WERU

Organización: Akiba Mashinani Trust

País: Kenia

www.akibamashinani.org/



AMT se estableció en 2003 como una agencia de desarrollo de viviendas y financiación por la Slum Dwellers Federation de Kenia (Muungano wa Wanavijiji (MW/W), afiliada de Slum Dwellers International) y opera en todas las regiones de Kenia. Provee de servicios financieros, de desarrollo de negocio, desarrollo de vivienda y gestión de proyectos. Además, enfoca grandes esfuerzos en la construcción de capacidades en organizaciones comunitarias a fin de que éstas proporcionen servicios de intermediación financiera para que personas de bajos ingresos puedan recibir servicios financieros adecuados, de alta calidad y de manera sustentable.

EL PROBLEMA

Dado el crecimiento rápido de la población urbana, el gobierno de Kenia no ha logrado satisfacer las necesidades de la misma, resultando en establecimientos informales con barrios de alta densidad, sin infraestructura básica ni acceso a servicios financieros. Los orígenes de estos barrios son las limitaciones de transporte en zonas rurales, en donde las zonas urbanas ofrecían mejores oportunidades. Kibera, el barrio más grande en Kenia tiene una concentración de más de 250 hogares por hectárea. Además del incremento en población, los barrios tienen servicios limitados de electricidad y agua potable, resultando en altas tasas de mortalidad y crimen. A pesar de su tamaño, los barrios no son reconocidos como zonas residenciales y se definen como tierras desocupadas en mapas urbanos. Con esto, los habitantes de barrios son vulnerables al desalojo, resultando en mayores tasas de pobreza, más personas sin hogar y desesperación.

LA SOLUCIÓN

Jane estableció Slum Dwellers Federation (SDF) para unificar y formalizar los barrios y evitar el desalojo. Se dio cuenta de que que resolver este problema no era suficiente y buscó legitimar la situación, encaminar al respeto y lograr mejores resultados organizando los barrios como instituciones formales o grupos de ahorro en una federación. La federación fue capaz de retener la posesión de los barrios que se enfrentaban al desalojo. Era claro que se necesitaba apoyo técnico después de asegurar la propiedad y se creó Pamoja Trust, una agencia de SDF que funciona con una red de profesionales que ofrecen soporte técnico y de consejo en negociaciones con el gobierno, mejorando los barrios e incrementando la educación financiera.

Además, se desarrolló una solución creativa para facilitar servicios financieros, fortalecer la capacidad de ahorro de los habitantes en los barrios y mejorar su vivienda. A pesar de la necesidad para cierta organización, Jane se enfrentaba a la resistencia de los bancos para aprobar un préstamo. Por lo tanto, se alió con un banco de desarrollo local y juntos definieron los lineamientos para un proyecto de vivienda con fines de lucro. Además, Jane se acercó a los habitantes de barrios para que solicitaran un préstamo, pagándolo en un año a través de grupos de ahorro. Esto elimina la creencia de que los habitantes de barrios no tienen capacidad de pago.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

MOUSSA KANE

Organización: CMSI Caisse Malienne de Secteur Informel

País: Mali

<https://www.ashoka.org/fellow/moussa-kane>

En un país como Mali, en el que aproximadamente 40% de la población trabaja en el sector informal, Moussa Kane fundó la CMSI con el objetivo de organizar la economía informal en una asociación formal y de proveer con servicios básicos a emprendedores de bajos ingresos. La asociación proporciona equipo de start-up y préstamos en especie a emprendedores y ofrece capacitación financiera y de negocios para ayudarles a crecer. Es una organización totalmente dirigida y financiada por miembros del sector informal.

EL PROBLEMA

La naturaleza volátil del sector informal complica que estados del oeste africano y agencias multinacionales obtengan datos oficiales de su comportamiento. Se estima que 40% de habitantes en Mali trabajan para el sector informal, un sector desorganizado y de alto riesgo. Los miembros de la economía informal no tienen acceso a crédito, son acosados por el gobierno y son más vulnerables para sostenerse tras una enfermedad o accidente. La mayoría de los emprendedores informales no entienden la esencia de registros, administración de negocios o asignación de recursos y por lo tanto, son inconsistentes en sus ganancias. Además no tienen acceso a entrenamiento ni a información para organizarse.

LA SOLUCIÓN

A través de CMSI se asiste a los emprendedores del sector informal para organizarse y lograr el éxito en la transición al sector formal. CMSI es una empresa descentralizada y financiada por miembros contribuidores. Esto permite colaborar de cerca con clientes, que financian a través de tasas de interés bajas y préstamos financiados por cuotas de miembros que son asequibles para el sector informal. Los préstamos asisten el lanzamiento de emprendedores que no tienen capital para inversión inicial en equipo y se proveen préstamos que aseguran a los miembros en caso de enfermedad o accidente. La contribución de los miembros genera rápidamente el fondo con los recursos necesarios para operar el programa de préstamos. No se puede alterar las prácticas del sector informal sin incentivos como préstamos a tasas bajas. Cuando los miembros desean retirar préstamos deben registrarse, pagar cuotas y solicitar requisitos de transparencia.

Se ofrece entrenamiento de proyectos y administración de manera gratuita, con administración básica de negocios y finanzas. Los seminarios son operados por miembros nuevos antes de convertirse en candidatos para préstamos. Su préstamo inicial funciona como una primera aplicación de las lecciones aprendidas. Los préstamos son discontinuados si los miembros no son consistentes en reportes de finanzas y estrategia. Los entrenamientos y requisitos financieros disciplinan a los miembros en las herramientas e información.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

VICENTE FENNOLL

Organización: Kubo Financiero

País: México

www.kubofinanciero.com/



Kubo Financiero se fundó para crear una comunidad financiera en México basada en principios de crowdfunding y Peer-to-Peer lending (P2P). Este sistema permite a prestamistas y prestatarios interactuar de manera transparente, segura y a bajo costo. Además, proporcionan a todos los usuarios educación financiera que les ayudará a tomar mejores decisiones financieras, adecuadas a sus circunstancias y necesidades.

EL PROBLEMA

El microfinanciamiento en México está basado en un modelo en recursos y costos: los actores utilizan tecnología para el control y administración de operaciones de manera limitada, resultando en niveles altos de incumplimiento del repago. El modelo enfatiza la presión hacia el cliente para solicitar más créditos, lo que lo hace caer en una mayor deuda. Esta situación ha generado ineficiencia en las organizaciones que cobran mayores tasas de interés y tienen actitudes de oligopolio, que adoptan para justificar sus productos ineficientes. La mayoría de los préstamos tienen condiciones rígidas de repago y normalmente los emprendedores necesitan préstamos mayores a los proporcionados, resultando en ineficiencia operativa y alto costo económico.

LA SOLUCIÓN

Kubo es una plataforma en línea que facilita a comunidades financieras conectarse con prestatarios ahorradores buscando invertir su dinero de manera transparente y asequible. Busca asegurar operaciones de bajo costo a través de una plataforma para transferir ahorros de clientes y reducir la tasas de interés; utiliza tecnología e información disponible para entender las necesidades de los clientes y diseñar productos financieros adaptados, permitiendo la selección efectiva de clientes y reduciendo su riesgo de incumplimiento. Además, mantiene un enfoque en proporcionar educación financiera y construir una operación de confianza; y emplea estrategias de alianzas y de influencia macro para promover la ética bancaria y mejorar las condiciones en el sector.

Kubo desarrolla una herramienta de fácil entendimiento que explica la historia crediticia de la persona indica qué préstamos generan mayores tasas de interés, y da consejos sobre cómo resolver deudas y mejorar la historia crediticia. Con esto se asegura que el cliente tenga mejor percepción del riesgo, conozca las implicaciones de un incumplimiento y tenga un claro conocimiento de su situación financiera. Por otro lado, Kubo utiliza las redes sociales como herramienta de educación financiera e informar para más personas, ya que es de fácil acceso; publica consejos de administración y ahorro, simuladores y noticias relevantes.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

CANON DAVID OGBONNA

Organización: NALT-NUSHO, Ltd.

País: Nigeria

www.ashoka.org/fellow/david-ogbonna

Fundada en 1984, NALT-NUSHO se fundó con el objetivo de crear las condiciones que potenciaran la construcción de competencias y autoestima entre personas de bajos ingresos a través de sus distintos programas de ahorro, esquemas de crédito y microcrédito, y servicios sociales como salud y educación. Su función principal es apoyar los esfuerzos del gobierno nigeriano para la disminución y erradicación de la pobreza en la zona agrícola de Enugu del Norte.

EL PROBLEMA

La falta de información, las malas condiciones de salud y el analfabetismo generan un trabajo interminable, exhaustivo y sin mejoras en el sector de bajo ingreso. Solamente la migración a zonas urbanas ofrece una alternativa, pero la situación económica deteriorada y los trabajadores no cualificados no producen los recursos necesarios. La falta de infraestructura para procesamiento y almacenamiento de alimentos en zonas rurales resulta en la venta de productos en mercados saturados, amenazando la seguridad alimentaria. Debido a que los mecanismos de ahorro tradicionales tienen esquemas de corto plazo y no involucran bancos, las personas son incapaces de generar capital para mejorar su situación, invertir en maquinaria para agricultura más eficiente y procesamiento y almacenamiento de alimentos. A esto se le agregan cuotas de registro, procesos burocráticos y objetivos políticos que desmotivan la solicitud de préstamos. Aunque existen créditos rurales, están sujetos a conexiones políticas y son inversiones sin ganancias.

LA SOLUCIÓN

Se busca la movilización de recursos, propiedad de habitantes de barrios rurales, a través de asociaciones existentes; la educación a través de colaboradores de campo que proveen información, expertise y equipo no disponible. Los colaboradores de campo son capacitados en agricultura y enviados a comunidades rurales para agrupar agricultores, mujeres y comerciantes, promover la discusión de necesidades y beneficios de proyectos, y determinar la cantidad de capital necesaria para ahorrar semanalmente. Se registran las cuotas, mientras que los colaboradores de campo enseñan sobre ahorro, intereses, crédito, mejores técnicas de cultivo, mercadotecnia y salud.

Cuando se llega a un acuerdo, la asociación es elegible para un crédito. En cuanto el préstamo es pagado, el grupo puede solicitar uno mayor, y cuando el grupo tiene establecida una historia crediticia positiva, se pueden obtener préstamos individuales y el grupo asegura la responsabilidad del repago. El crecimiento de la movilización del ahorro es orgánica y planeada; las asociaciones crecen por la atracción del éxito de sus vecinos y los seminarios atraen grupos de otros estados, generando su réplica.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

ROSHANEH ZAFAR

Organización: Kashf Foundation

País: Pakistán

www.kashf.org/



Especial, aunque no exclusivamente dirigida a mejorar la situación de pobreza que viven las mujeres de Pakistán, Kashf se enfoca en proveer de servicios financieros y no financieros a este estrato de la población. Combina servicios de microcréditos y ahorros con capacitación y actividades de apoyo relacionadas con un nivel comunitario, siempre centrado en la mujer, ya que son ellas quienes principalmente reciben y gestionan los servicios de la iniciativa.

EL PROBLEMA

Pakistán permanece como una economía de bajo ingreso. En términos de ingresos per cápita, su producción y nivel de intereses son menores que los de Indonesia y Filipinas. Para la mayoría de la población, la sobrevivencia es una de las mayores preocupaciones y los prospectos por el crecimiento de la economía son nulos. Para 90 millones de personas en zonas rurales, la vida es complicada. Los sistemas feudales de agricultura dominan las zonas rurales y limitan las opciones de las personas de bajos ingresos. Existen pocos servicios del gobierno que alcanzan las zonas rurales, y los servicios de educación y salud son ausentes o tienen poco suministro. Las mujeres en el Pakistán rural se enfrentan con obstáculos en la búsqueda de mejores oportunidades. Los niveles de alfabetización son bajos y las oportunidades educativas son pocas, estando disponibles principalmente para hombres.

LA SOLUCIÓN

Se estableció un fondo con la asistencia de Grameen Trust en Bangladesh y se iniciaron programas de préstamos a mediados de 1996 en dos comunidades en las afueras de Lahore. Con esto, Roshaneh continúa en la búsqueda de capital adicional para generar fondos y promover el crecimiento de mujeres en zonas rurales a través de actividades generadoras de beneficios. La iniciativa Kashf ha organizado a mujeres en comunidades, ofreciendo capacitaciones en negocios y enseñando alfabetización básica de negocios. Una vez teniendo éxito, se planea extender los programas a diferentes comunidades y abastecer apoyo con programas de capacitación en grupos de liderazgo.

Se promueve un programa que combina el acceso a pequeñas cantidades de crédito con capacitaciones, fortaleciendo las operaciones de crédito de las mujeres mismas, ayudando generar actividades financiadas por créditos. Además utiliza esos conocimientos para desarrollar nuevos programas. El éxito de la organización permitirá que se opere a través de los miembros de la comunidad, Roshaneh espera que sirva como un modelo de trabajo para otras comunidades y está trabajando activamente en la aceleración del proceso, como mentora y capacitadora de los colaboradores, buscando lanzar iniciativas similares.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

BRIAN RICHARDSON

Organización: Wizzit

País: Sudáfrica

www.wizzit.co.za/



Fundamentada en un sistema de banca sin sucursales, Wizzit funciona a través del celular buscando llegar a donde los bancos tradicionales no llegan. Provee de todos los servicios típicos de un banco incluyendo acceso a crédito y préstamos, ahorro, productos de inversión y microseguros, pero siempre a través de un teléfono celular.

EL PROBLEMA

En Sudáfrica se estima que 11 millones de personas no son bancarizables y ahorran de manera informal. Realizar un pago a un prestamista involucra tiempo, costos de transporte e inseguridad, entre otras cosas. Además existen numerosos riesgos asociados con mantener efectivo en los hogares debido al alto nivel de crimen, y a esto se suma la falta de seguros. El nivel de remesas es significativo y representa una fuente de ingreso para comunidades rurales que se genera por trabajadores en zonas urbanas. La forma más utilizada para enviar remesas es con el correo nacional, que tiene poco acceso a comunidades rurales. Esto complica la recolección de las remesas, ya que se debe llenar papeleo extenso, se requieren diferentes formas de identificación, comprobante de vivienda e ingreso. También el sistema bancario limita los servicios a clientes en la base de la pirámide, complicando la apertura de cuentas y teniendo cuotas costosas.

LA SOLUCIÓN

Busca debilitar la cultura dependiente del efectivo, fomentando la educación financiera a través de servicios que permiten a personas no bancarizables ser ciudadanos financieramente capaces. El banco WIZZIT abre cuentas de banco para sus clientes y les ofrece una tarjeta de débito. La cuenta básica ofrece servicios que permiten realizar compras de débito y recibir dinero en tiendas al menudeo sin incurrir costos de cajeros automáticos, aunque existe una cuota mínima para transacciones bancarias. El banco opera las 24 horas y provee servicios con el correo nacional. WIZZIT se enfoca en clientes en zonas rurales con acceso limitado a bancos.

Además de empoderar financieramente a personas de bajos ingresos, WIZZIT se dirige a la productividad y crimen, operando vía dispositivos móviles que reducen el traslado de efectivo, eliminando el riesgo de crimen y reduciendo las cuotas por transacciones en bancos. Los clientes pueden comprar tiempo aire para dispositivos móviles para enviar dinero a sus familias en tiempo real y efectivo en costos. Por otro lado, los WIZZkids (promotores del banco) son capacitados para ofrecer servicios de WIZZIT. Todos deben pasar un examen financiero y tienen la opción de abrir cuentas en el banco WIZZIT.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

CHARLENE LEA

Organización: Home Loan Guarantee Company

País: Sudáfrica

www.hlgc.co.za/



La misión principal de HLGC es facilitar el acceso a financiación de viviendas para sudafricanos de bajos ingresos a través de la provisión y movilización de garantías de último recurso a prestamistas que proporcionan créditos a este mercado de vivienda asequible.

EL PROBLEMA

El negocio inmobiliario se convirtió políticamente en un problema, ya que al sumarse la falta de acceso a derechos humanos, los habitantes de tierras que tenían los títulos apropiados, no colaborarían con las peticiones de vivienda del gobierno y el acceso negado a créditos para mantener su vivienda, debido a que la mayoría estaba construida en condiciones deplorables, con fallas serias y sin servicio de saneamiento. La reposición de propiedades, en momentos, resultaba en boicots de pagos de hipotecas, pagos de renta y servicios.

LA SOLUCIÓN

HLGC fue creada para facilitar el acceso a créditos hipotecarios para personas de bajo ingreso. Cuando Charlene ingresó, buscó que la organización sirviera como intermediario entre los boicots para recuperar la habilidad de mantener los préstamos. Definió estándares y procedimientos como la introducción a la educación financiera, fomentando el conocimiento de los prestatarios como un poder y una forma de reducción de riesgo. Capacitó a colaboradores de campo para explicarle a prestatarios los ingresos y egresos de un hogar, definiendo derechos y obligaciones en términos de préstamos de vivienda. La educación financiera también promovía el convencimiento de que las personas de ingreso bajo podrían ser prestatarios fuertes si se les otorgaba las herramientas necesarias. Para esto se instalaron garantías para la renta, entre otras. Además ofrecía una red de seguridad en caso de que los prestatarios buscaran nuevas opciones de crédito. Con esto, se generó una alianza para ofrecer servicio de atención al cliente, un hub para realizar citas y equipo capacitado para recibir clientes y aconsejarlos.

A lo largo de los años, HLGC ha logrado satisfacer las necesidades del resto de los actores en el sector, buscando expandirse hacia otros países en África. Se ha autorizado la colaboración en Ruanda y Uganda. Las empresas apropiadas y sistemas requeridos para implementar ciertos programas han sido establecidos, incluyendo sistemas de tecnologías de la información que permiten la administración del proceso en lugar de aseguradoras locales. Cuando las habilidades de administración de riesgo han sido transferidas, el sistema de manera holística también podrá serlo, para que las aseguradoras de cada país puedan administrar los programas. Charlene ha introducido la educación financiera utilizando aseguradoras, así como capacitadores locales para ofrecer interacciones con incumplidos.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

JOHN DE WIT

Organización: Small Enterprise Foundation

País: Sudáfrica

www.sef.co.za/

The Small Enterprise Foundation

La Small Enterprise Foundation (SEF) es una institución microfinanciera sin ánimo de lucro que trabaja para la erradicación de la pobreza al crear un ambiente favorable en el que los servicios de crédito y ahorro promuevan la generación de una renta sostenible, la creación de empleos y el empoderamiento social. Principalmente se dedica al otorgamiento de créditos para el autoempleo, lo cual combina con la movilización de ahorros y con una metodología para aumentar las posibilidades de un autoempleo exitoso.

EL PROBLEMA

La crisis económica de Sudáfrica ha empeorado la estratificación de género en ingresos y empleos. La mayoría de comunidades en Sudáfrica se enfrenta a desintegración masiva y la crisis educativa amenaza el desarrollo del país. Alrededor de 6 millones de personas están desempleadas y se necesita una tasa del 6% de crecimiento económico para ofrecer empleo a aquellos iniciando por primera vez la búsqueda. Por lo tanto, millones han buscado en el sector informal cómo sobrevivir, generando poco ingreso. La mayoría de estos negocios son inestables y los dueños son incapaces de expandir sus actividades de manera suficiente para asegurar un estándar de vida digno. Actualmente, existen dos programas de apoyo y de crédito ofreciendo acceso a una cantidad limitada de clientes.

LA SOLUCIÓN

John ha desarrollado un modelo de rápida expansión y efectivo en costos que ofrece crédito a pequeños emprendedores en zonas rurales. El modelo opera con colaboradores de campo. John planea devaluar la efectividad de la organización a través de la cantidad de préstamos que se realizan cada año, la tasa de recuperación de los préstamos, el tamaño de grupos de ahorro y la participación y asistencia de miembros a las juntas en el centro. Las tasas de repago y costos relacionados con el presupuesto, determinan la efectividad del programa y su trayectoria hacia la suficiencia.

Se ofrecen sesiones de inducción y capacitación para los grupos. Al término de estos, se forman otros grupos para formar un "Centro" dentro de la misma área. El Centro se convierte en el punto focal de las actividades grupales. Cada grupo elige al comité que define las juntas y aprueba nuevos créditos. El Centro tiene una posición única para enfrentar problemas diarios que los miembros tienen y asisten de manera general a las comunidades.

La organización cuenta con un Consejo de administración distinguido, con miembros como el director fundador de la primera organización de Sudáfrica para extender créditos al sector informal de manera sistemática, y el director de una organización nacional que ofrece el programa de préstamos para el sector informal. Estos directores aseguran que la organización se mantenga sensible ante problemas políticos y sociales dentro de la comunidad.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

LILY LAPENNA

Organización: MyBnk

País: Gran Bretaña, Uganda, Brunei, Italia, China, Irlanda, Ghana, Nepal y Colombia

www.mybnk.org/

The logo for MyBnk, featuring the text "MyBnk" in a bold, red, serif font.

MyBnk es una organización sin ánimo de lucro fundada por la emprendedora social Lily Lapenna cuyo principal objetivo es acercar a niños y jóvenes a conceptos financieros, gestión de ingresos y emprendimiento. Busca combatir el enorme problema que hay en Gran Bretaña de endeudamiento personal, fundamentalmente debido a la falta de educación financiera.

EL PROBLEMA

En Reino Unido la deuda promedio por persona llega a ser de alrededor de USD 46,500. Además, 91% de adultos nunca han recibido educación financiera. Esto indica una brecha en la relación individuo dinero, en la que los jóvenes son los más vulnerables, ya que comienzan la etapa de adultos con una deuda significativa. El gobierno, las organizaciones ciudadanas, bancos comerciales y escuelas han abordado el problema de manera limitada. Por ejemplo, se han incrementado los esfuerzos de incluir educación financiera en los temarios escolares, pero los profesores no tienen la confianza de estar preparados para impartir este tema.

LA SOLUCIÓN

MyBnk se distingue por la forma creativa en que imparte educación financiera para el segmento de jóvenes y niños, buscando modificar su comportamiento desde una edad temprana. Los jóvenes participantes toman un rol de diferentes actores en el sistema bancario, administran finanzas del banco, evalúan solicitudes de préstamos y aprenden de conceptos como riesgo, intereses, calificación crediticia, ética bancaria y préstamos responsables. Es decir, los jóvenes mismos administran y operan el banco, logrando una experiencia más holística. Dentro del programa MyBnk-in-a-box, que simula una situación real entre prestamista y prestatario, los jóvenes pueden crear y administrar sus ahorros, además de retirar préstamos pequeños sin intereses para comenzar su emprendimiento.

Por otro lado, se imparten talleres y seminarios como una actividad independiente de clases rígidas. Dentro de estos programas se encuentra "Ideas Generator Workshops" y "Business Battles" que se distinguen por ser accesibles, divertidos, estimulantes y adaptables, invitando a los jóvenes a cuestionar el uso que el banco le da a su dinero y considerar políticas éticas al elegir un banco. A esto se le suma un programa llamado "Enterprise-in-a-box" que promueve el emprendimiento social, y han adaptado su programa original para ofrecerlo en línea. Otro ejemplo de programas eficientes es "Money Works", diseñado para empoderar a jóvenes desempleados, sin educación ni capacitación, en el que se complementan sus estudios con paquetes educativos para aprendizaje y negocios. Esto asegura que los programas tengan un mayor alcance, independiente de la habilidad y los antecedentes del joven.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

WILLIAM FOOTE

Organización: Root Capital

País: África, Latinoamérica y Asia

www.rootcapital.org/



Se trata de un fondo de inversión social sin ánimo de lucro que ayuda a crecer y desarrollar el campo en lugares pobres y ambientalmente vulnerables de África, Asia y América Latina. Esto lo consigue a través de préstamos de capital, impartición de programas de capacitación financiera y fortalecimiento de conexiones de mercado para pequeñas y medianas empresas agrícolas. Fundamentalmente busca rellenar el hueco de mercado no atendido por microfinancieras ni por la banca tradicional.

EL PROBLEMA

Los pequeños productores de zonas rurales se enfrentan a diferentes barreras como la falta de acceso a capital, esto resulta en la toma de decisiones inadecuadas y de corto plazo en seguridad alimentaria e ingreso, causando daño al medio ambiente y al desarrollo económico. A esto se le agrega la falta de educación financiera. Así mismo, los bancos no consideran viables los préstamos a sectores vulnerables o no encuentran el beneficio para la empresa: la mayoría de este sector vulnerable no tiene acceso a garantías y eso limita su acceso a capital. Actualmente, la mayoría de productos comercializados en el mercado no tiene mecanismos para asegurar precios estables para los pequeños productores. El riesgo de producción es una barrera que enfrenta el pequeño productor.

LA SOLUCIÓN

Las agroempresas de gran tamaño buscan relaciones de largo plazo con proveedores, debido a la alta demanda en productos de calidad y prácticas éticas. Willy encontró que se necesita un cambio en el análisis del riesgo del prestamista y que contratos a futuro, a precio fijo, con prestatarios éticos hacen posible un préstamo para los productores más vulnerables; esto permite la redistribución del riesgo en la cadena de oferta de los productores vulnerables. Root Capital promueve la estabilidad para que pequeños productores paguen a tiempo, atrayendo a más productores y mostrando a sus compradores internacionales que pueden entregar productos de calidad, ampliando su acceso a cadenas de valor relevantes.

Root Capital ofrece servicios de educación financiera a prestatarios, mostrando el valor del crédito y manteniendo tasas de repago altas. Con esto, reduce costos de transacción, utilizando casos replicables, y codifica la práctica de préstamos a través de manuales de educación financiera para transferirla a otras instituciones financieras. Además, opera a través de champions que adoptan su metodología para expandirla, así como de alianzas con fondos de inversión social (Calvert Social Investment Foundation y Rudolf Steiner Foundation) para lograr escalar.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

LILIAN SILVA

Organización: ACREDITAR, Capital Humano e Transformação Social

País: Brasil

www.acreditar.org.br/novo-site/



Acreditar nació con la misión de incentivar proyectos productivos de jóvenes, mujeres y emprendedores contribuyendo a la realización de proyectos de vida y estimulando el desarrollo socioeconómico de la región. Sus principales actividades son el otorgamiento de microcréditos para proyectos productivos y programas de educación financiera.

EL PROBLEMA

En las últimas décadas, en los negocios rurales, el eje central de la economía local, han crecido tendencias como la explotación de trabajadores en el campo y la falta de recursos para competir contra los precios bajos del mercado. Con esto, los jóvenes tienen pocas oportunidades en zonas rurales, y migran a áreas urbanas con mejores posibilidades de educación ya que el campo no les otorga una calidad de vida atractiva. Así mismo, zonas rurales limitan el acceso a capital, y las restricciones financieras por falta de bancos se suman a la falta de capacitación y apoyo técnico para el repago de préstamos, resultando en incumplimiento e inestabilidad. Desafortunadamente, los prestatarios absorben la mayoría del riesgo y con deudas significativas, generando desconfianza en el sistema financiero.

LA SOLUCIÓN

Acreditar es un modelo de microfinanciamiento agrícola enfocado en los jóvenes. El apoyo que brinda Acreditar incluye asesoría sobre cómo tratar con la tendencia conservadora de familias, capacitación en técnicas de cultivo y agricultura orgánica, además de lecciones sobre administración de negocios. Además, cuentan con el acompañamiento de agentes de crédito y tienen acceso a cursos de capacitación para desarrollar prácticas y planes con un lenguaje y formato accesible. Con el soporte cercano, los jóvenes son capaces de calcular el valor apropiado para préstamos, presupuestos y repagos. La organización ofrece soporte técnico y financiero para lograr un incremento en ganancias.

Los jóvenes participantes tienen la oportunidad de solicitar préstamos sin comprobantes de ingreso, simplemente con demostrar determinación y compromiso. Los jóvenes empoderados son capaces de influir en productores de la región para transformar prácticas en agricultura. Por otro lado, como estrategia de réplica, la organización busca descentralizar el proceso administrativo para que miembros del equipo estén preparados para dirigir otros grupos. Acreditar se ha aliado con organizaciones y otros actores como Kellogg Foundation, logrando influir en jóvenes con programas de microcrédito y aglomerando diferentes proyectos sociales y organizaciones para fomentar el desarrollo de zonas rurales.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

JASON POTTS

Organización: FAST

País: Canadá

www.fastinternational.org/



FAST es una organización internacional sin ánimo de lucro que representa a instituciones financieras y productores sustentables dedicados al comercio sustentable. Se lanzó en 2007 con el objetivo de ser pioneros en la conexión entre grupos de interés diversos que trabajan conjuntamente en crear puentes para el agujero financiero del sector de pequeñas y medianas empresas sustentables. También busca ser referencia global en bases de datos de mercados financieros y relacionados con pequeñas y medianas empresas sustentables.

EL PROBLEMA

Alrededor de 2.5 billones de personas en el mundo dependen del sector agrícola para vivir, y cerca de 90% de ellas viven en condiciones de pobreza, con oportunidades limitadas en desarrollo estratégico de negocios. Así mismo, tienen acceso limitado a educación financiera y fuentes de crédito, sin colateral para obtener préstamos iniciales ni capacitación bancaria. Debido a la inestabilidad financiera de los productores rurales, las instituciones bancarias evitan autorizar préstamos y generan mayores obstáculos.

LA SOLUCIÓN

Jason se enfoca en un modelo que mejora el rol financiero para lograr la sustentabilidad en la producción agrícola. FAST administra un espacio global ofreciendo servicios de financiamiento y vinculación. Es un modelo de membresía que agrupa instituciones financieras y participantes de países en desarrollo. Con su plataforma trilingüe, en línea y fuera de línea ofrece herramientas y recursos para entender las necesidades financieras de microemprendimientos. Ofrece estrategias para la administración de riesgo, criterios de elección de prestatarios, capacitaciones e información para participantes, reduciendo los costos de transacción del financiamiento.

A través del directorio de participantes, las instituciones financieras pueden corroborar datos. Jason promueve el conocimiento técnico a través de capacitaciones de educación financiera y el desarrollo de modelos de inversión atractivos. Esto reduce el riesgo que instituciones financieras perciben de los microemprendedores.

Así mismo, se vincula a PyMES con instituciones financieras en ferias y foros globales para mostrar y apoyar sus necesidades, además de generar mayor confianza en la relación. Durante estas ferias, se ofrecen seminarios que complementan las herramientas en línea. Jason busca extender alianzas como base para la administración de riesgo permitiendo la entrega de colateral para PyMES.

ANEXO I: LISTA DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA ENFOCADOS EN EDUCACIÓN FINANCIERA

ISABEL CRUZ HERNÁNDEZ

Organización: Asociación Mexicana de Uniones de Crédito del Sector Social (AMUCSS)

País: México

www.amucss.org.mx/



Isabel Cruz fundó AMUCSS con el objetivo de promover la inclusión financiera en México para combatir la pobreza mediante instituciones viables que ofrezcan productos y servicios integrales, contribuyendo al desarrollo social y la seguridad alimentaria. Trabaja en las áreas de microseguros, remesas, desarrollo rural y educación financiera. Además, crearon un instituto microfinanciero.

EL PROBLEMA

En México el esquema neoliberal y el enfoque del libre comercio han causado barreras para el desarrollo de grupos vulnerables, resultando en migración hacia zonas urbanas. El gobierno ha limitado la asistencia para el desarrollo de ejidos, y solamente las agroempresas de tamaño significativo se han beneficiado de la exportación y acceso a crédito, además de asistencia técnica. Aquellos restantes que no tienen potencial de producción, no tienen acceso a recursos para desarrollar alternativas económicas; por ejemplo: capacitación crediticia, mercadeo, compras, consejo sobre derecho de propiedad y revaluación de agricultura local.

LA SOLUCIÓN

La estrategia de Isabel tiene tres enfoques: 1) construir liderazgo entre uniones de crédito para campesinos en un nivel local, 2) desarrollar relaciones con instituciones prestamistas y 3) consolidar uniones y redes con líderes campesinos que se comunican a nivel nacional para defender sus intereses. A través de la asociación, Isabel ha colaborado con campesinos locales y sus uniones de crédito para transformar su estilo y función en uno más seguro y con un propósito administrativo significante. También ha desarrollado capacitaciones en liderazgo sobre principios económicos y financieros para administradores de la unión.

Para la etapa de capacitación de liderazgo, Isabel incluyó el apoyo de recursos financieros disponibles dentro de la unión para institucionalizar servicios de crédito y técnicos para obtener financiamiento externo de instituciones prestamistas nacionales e internacionales, incluyendo el Banco Mundial. También fomenta prácticas de cabildeo en el gobierno para definir leyes que reconozcan y apoyen organizaciones de financiamiento local como la suya.

La asociación ha vinculado a miembros regionales en una red nacional de uniones de crédito para campesinos y espera un proceso de réplica de entre 15 y 20 años a través de movimientos sociales de campesinos alrededor del país que buscan empoderarse frente a los problemas económicos que enfrentan.

ANEXO II: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Como red de los emprendedores sociales líderes en el mundo, Ashoka ha explorado íntimamente cómo una mentalidad emprendedora puede proponer soluciones a los problemas sociales más apremiantes. Presentes en 75 países y docenas de sectores, los emprendedores sociales de la red de Ashoka han permanecido fuertes frente a lo complejo o insalvable que pudiera aparentar ser el problema social que enfrentan a través de la transformación de retos en oportunidades. Ellos crean soluciones sustentables para las comunidades en las que operan y encuentran vías creativas para asegurar que su impacto se extienda a nivel regional o incluso global, hasta convertirse en normas arraigadas.

El estudio de mejores prácticas realizado ilustra patrones comunes en la manera en que los emprendedores sociales crean un cambio generalizado. Las barreras o los componentes de un problema complejo sobre los que los emprendedores han elegido enfocarse, y los principios de diseño o el enfoque innovador, son rasgos clave del trabajo del emprendedor, basados en años de trabajo en el campo.

Basado en casos de estudio y en entrevistas de las soluciones que tienen un éxito probado, el estudio de mejores prácticas ofrece un entendimiento sobre cómo las soluciones funcionan en el contexto para generar el cambio. Mientras que abordar un reto complejo o arraigado puede fácilmente desviarse hacia una descripción del problema y de sus múltiples causas, este reporte cuenta la historia de las soluciones con el objetivo de ofrecer una alternativa a la perspectiva del cambio sistémico, una que valora la práctica sobre la teoría y el trabajo en el terreno más que un análisis deductivo.

Finalmente, estas páginas deben verse como una invitación para re-visualizar lo que es posible a través de la óptica de los emprendedores.

PROCESO DE RECONOCIMIENTO DE PATRONES DE INNOVACIÓN

El estudio de tendencias en innovación social se construye sobre el análisis de las soluciones creadas por los emprendedores sociales, otros estudios realizados sobre el tema, y encuestas públicas y privadas del contexto mexicano, con el objetivo de extraer los principios de diseño. El mapeo intenta esclarecer cómo el cambio se está produciendo a través de la identificación de los patrones que funcionan en el campo y de las nuevas soluciones que merecen mayor exploración. Para cualquier análisis de patrones, se comienza con la determinación de una pregunta marco.

Esta pregunta describe el cambio que esperamos ver además del objetivo de las organizaciones y de los emprendedores cuyo trabajo se está incluyendo en el mapeo.

ANEXO II: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

A continuación, se estudia la base de datos de Ashoka de más de 3,000 soluciones de emprendedores sociales para seleccionar los de mayor aplicabilidad. Estos innovadores han superado un riguroso proceso de aprobación antes de su elección para incorporarse a esta red que incluye un minucioso análisis de sus ideas y desempeño.

Entonces, reducimos el número de soluciones identificadas a las más relevantes e innovadoras, enfocándonos en 20 soluciones para elaborar su caso de estudio y entrevistas. Finalmente, las categorizamos por las barreras que están atacando y los principios de diseño que están implementando en sus contextos, y observamos los patrones en cómo los innovadores definen el problema que están enfrentando y qué hacen para solventarlo.

A través de esta metodología podemos entender por qué dos dimensiones principales (barreras vs principios de diseño) forman el núcleo del estudio de tendencias: para desencadenar el potencial de cambio social es tan importante identificar las claves (los principios de diseño), como ver claramente los bloqueos (o barreras) que impiden el cambio. A su vez, es vital explorar nuevas combinaciones que puedan generar el cambio exitosamente.

ANEXO III: SELECCIÓN DE EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA

Ashoka es una organización de la sociedad civil con más de 30 años de experiencia impulsando la innovación, el emprendimiento social y la formación de agentes de cambio. Tiene una red de más de 3,000 emprendedores sociales que tienen presencia en 80 países, formando la red de emprendedores sociales líder en el mundo. Después de revisar alrededor de 10,000 candidatos anualmente, Ashoka selecciona entre 100 y 150 como los más prometedores para devenir emprendedores sociales de Ashoka. Para ser elegido como parte de la red, cada emprendedor debe seguir un proceso riguroso de entrevistas con expertos del liderazgo de Ashoka y del sector global, buscando que cada candidato cumpla con los siguientes requisitos:

1. **Idea innovadora:** el trabajo del emprendedor debe ser genuinamente único, con el potencial de generar cambios disruptivos en el sistema.
2. **Impacto social:** la idea del emprendedor debe tener un impacto social claro a escala nacional, regional, o incluso global. Debe abordar los problemas profundos y sistémicos que enfrenta la sociedad.
3. **Creatividad:** el emprendedor debe abordar la situación de forma creativa, concibiendo soluciones únicas que superen los obstáculos, y construyan redes y alianzas para el éxito.
4. **Cualidad emprendedora:** el emprendedor debe sentir pasión y dedicación por su trabajo. Él o ella no descansará hasta que el problema social esté completamente resuelto.
5. **Fibra ética:** el emprendedor debe actuar éticamente y tener un alto nivel de integridad y compromiso con la causa social.

A través de este proceso de 5 pasos, cada emprendedor es minuciosamente examinado en su carácter y capacidad de crear un cambio sistémico. Este es un proceso largo pero muy efectivo. De hecho, muchos de los emprendedores describen este proceso de selección como uno de los más difíciles pero enriquecedores de su carrera.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

The Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion around the World
Development Research Group, World Bank (Abril 2015)

Financial Inclusion of Youth

United Nations for Youth

www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-financial-inclusion.pdf

The Little Data Book of Financial Inclusion, 2015

Global Financial Inclusion Database

Center for Financial Inclusion

www.centerforfinancialinclusion.org/

Financial Education as a means of Reducing Poverty

Washington & Lee University, Allie Long (2011)

Portfolios of the Poor: How the World's Poor Live on \$2 a Day

Daryl Collins, Jonathan Murdoch, Stuart Rutherford, Orlanda Ruthven (2009)

Financial Literacy for Poor and Vulnerable Groups

SEWA Bank, Jayshree Vyas, 2012

Necesidades de servicios financieros de clientes de ingresos bajos de México, 2011

CGAP (Consultative Group to Assist the Poor)

The Fortune at the Bottom of the Pyramid

Prahalad y Hart, 2002

Taking Stock: Financial Education Initiatives for the Poor – A Report

The MasterCard Foundation, Genesis & Microfinance Opportunities, 2011

Base de datos de emprendedores sociales de Ashoka, 2015

Encuesta Nacional de Inclusión Financiera en México, 2012

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

Reporte de Mercado de Microfinanzas Rurales de Colombia y estimación de tamaño de mercado, 2007

Banco Interamericano de Desarrollo

Modelos de Negocio para la Inclusión Financiera, 2010

Comisión Nacional Bancaria y de Valores

BIBLIOGRAFÍA

Vital Statistics of Global Hunger, 2011

United Nations

<http://www.un.org/en/globalissues/briefingpapers/food/vitalstats.shtml>

Taking Financial Literacy to the Next Level, 2008

OCDE

Gaming with a Purpose – Financial Literacy

Artículo de The Guardian, 2013

http://www.huffingtonpost.com/child-and-youth-finance/gaming-with-a-purpose---f_b_4134607.html

Financial Literacy and Women: a Mixed Method Study of Challenges and Needs

Tesis doctoral en Educación de Melissa Donohue, University of Massachusetts, 2011

Youth Financial Inclusion

UN Capital Development Fund

Designing and Delivering Effective Financial Literacy Education for Adult Learners

Artículo de Assets for Independence Resource Center, del Departamento de Salud y Servicios Humanos del gobierno estadounidense

Banco Nacional de México S.A., integrante de Grupo Financiero Banamex y Universidad Nacional Autónoma de México

Primera Encuesta sobre Cultura Financiera en México BANAMEX-UNAM. Primera edición. Marzo, 2008

Banco Nacional de México S.A., integrante de Grupo Financiero Banamex y Universidad Nacional Autónoma de México

Cultura Financiera de los jóvenes en México

Estudio nacional 2014. Primera edición, 2014

RED INTERAÇÃO

Página web oficial

www.redeinteracao.org.br

Slum Dwellers International

<http://www.sdinet.org/blog/categories/bolivia/>

BANCO DE NEGÓCIOS INCLUSIVOS

Página web oficial

<http://bni.org.br/>

BIBLIOGRAFÍA

Banco de Negócios Inclusivos

Universidade Federal do Paraná

http://www.fiepr.org.br/nospodemosparana/uploadAddress/7_5_Congresso_NPP_-_Palestra_Dalila_Analy_Hennel%5b39372%5d.pdf

Banco de Negócios Inclusivos auxilia iniciativas solidárias pelo microcrédito, 2012

Rede Globo

<http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2012/09/banco-de-negocios-inclusivos-auxilia-iniciativas-solidarias-pelo-microcredito.html>

Primeiro banco júnior do mundo leva inovação e crédito a comunidades, 2013

Tymo Nakao, Next Billion

<http://nextbillion.net/brasil/blogpost.aspx?blogid=3033>

Grupos apostam no trabalho em rede para promover o desenvolvimento local, 2013

Instituto Walmart Brasil

http://www.iwm.org.br/noticias/causa/geracao-de-renda/grupos-produtivos/642-Grupos_apostam_no_trabalho_em_rede_para_promover_o_desenvolvimento_local.html

INSTITUTO BANCO PALMAS

Página web oficial

<http://www.institutobancopalmas.org/>

<https://www.facebook.com/BancoPalmas>

Banco Palmas: Economia Local, Dinâmica, Criativa e Sustentável

Programa Cidades Sustentáveis

<http://www.cidadessustentaveis.org.br/boas-praticas/banco-palmas>

Instituto Palmas de Desenvolvimento e Socioeconomia Solidária

Inovação para a Inclusão Socioproductiva, Financeira e Bancária

<http://www.inovacaoparainclusao.com/>

Banco Palmas: a serviço da comunidade - O real é a moeda oficial do Brasil..., 2009

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=1454:-catid=28&Itemid=23

Bancos Comunitários de Desenvolvimento, 2006

Instituto Banco Palmas

<http://www.slideshare.net/bancopalmas/bancos-comunitrios-de-desenvolvimento?from=embed>

BIBLIOGRAFÍA

Banco da Periferia

Inovação para a Inclusão Socioprodutiva, Financeira e Bancária

<http://www.inovacaoparainclusao.com/banco-da-periferia.html>

Banco Comunitário

Inovação para a Inclusão Socioprodutiva, Financeira e Bancária

<http://www.inovacaoparainclusao.com/o-que-e-um-banco-comunitario.html>

Matéria - Educação Financeira ajuda mulheres a não se endividarem

Canal Youtube Instituto Palmas

<https://www.youtube.com/watch?v=Tafriug5wo&feature=youtu.be>

Especial Inclusão Financeira: Banco Palmas, a inclusão dos mais pobres, 2012

Changemakers

<https://www.changemakers.com/pt-br/blog/especial-inclusao-financeira-banco-palmas-inclusao-dos>

100 perguntas mais frequentes

Instituto Palmas

<http://www.slideshare.net/bancopalmas/banco-palmas-100-perguntas-mais-frequentes?related=1>

PROSPER CANADA

Página web oficial

<http://prospercanada.org/>

Social and Enterprise Development Innovations (SEDI – now Prosper Canada): Individual Development Accounts (IDA) Program

ekoNomos

<http://ekonomos.com/project/social-and-enterprise-development-innovations-sedi-now-prosper-canada-individual-development-accounts-ida-program/>

Moving Forward with Financial Literacy

Financial Consumer Agency of Canada

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/Eng/resources/researchSurveys/Documents/reachhigher-eng.pdf>

Prosper Canada Webinar: Financial Counselling for People Living on Low Incomes

Credit Union Social Responsibility

<http://www.cucentral.ca/cusr/Blog/Lists/Posts/Post.aspx?ID=347>

Prosper Canada RESPs: Overcoming barriers to saving money

Bridgeable

<http://bridgeable.com/work/prosper-canada-resps/>

BIBLIOGRAFÍA

MICRO PENSION

Página web oficial

www.micropensions.com/

Financial Services: Invest India Micro Pension Services Pvt. Ltd.

Bank of Ideas and Innovations: Rural Innovation, Government of India

<http://www.ruralinnovations.gov.in/invest-india-micro-pension-services-pvt-ltd.htm>

Micro Pension Plan Opens to India's Home Help, 2014

The Wall Street Journal

<http://blogs.wsj.com/indiarealtime/2014/09/10/maids-need-to-save-too-micro-pension-plan-opens-to-indias-home-help/>

Company Overview of Invest India Micro Pension Services Private Limited

Bloomberg Business

<http://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=117080424>

New Platform to Gift a Pension in India

Center for Financial Inclusion

<http://cfi-blog.org/2014/10/28/new-platform-to-gift-a-pension-in-india/#more-16417>

Developing Micropensions in India: Issues and Challenges, 2009

Savita Shankar, PhD Candidate - Lee Kuan Yew School of Public Policy, National University of Singapore

http://www.umdcipe.org/conferences/policy_exchanges/conf_papers/Papers/shankar-asher.pdf

Micro Pensions

Nicolette Jenez, Senior Director for Pensions – Financial Services Commission Jamaica

Video: Interview with Micro Pension clients

Pension & Development Network

<http://www.pensiondevelopment.org/652/video-interview-with-micropension.htm>

Micro Pension and Economic Protection in India, 2014

Kabita Kumari Sahu - North Orissa University, Baripada, Odisha, India

<http://soeagra.com/ijert/ijertmarch2014/10.pdf>

Ujjivan and IIMPS launch Micro Pension Scheme for Women, 2013

Ujjivan

http://ujjivan.com/html/news_archive_stories/2013/2013_apr_story1.php

BIBLIOGRAFÍA

How to Gift your Domestic Help a Pension Plan as Easily as Shopping Online, 2015

Sriram Sharma, Huffington Post, India

http://www.huffingtonpost.in/2015/02/05/giftapension-to-domestic-help_n_6620734.html

Gift a Pension

<http://www.giftapension.com/>

Here's How you can Gift your Domestic Help a Pension Plan in 10 Minutes

Shreya Pareek, The Better India

<http://www.thebetterindia.com/17147/iimps-gift-a-pension-helping-poor-save-future/>

INVENTURE

Página web oficial

<http://inventure.com/>

InVenture: Story of Impact - Shibani Siroya

Unreasonable Institute

<http://unreasonableinstitute.org/stories-of-impact/inventure/>

InVenture 2011 B Impact Report

bCorporation

<http://www.bcorporation.net/community/inventure/impact-report/2011-08-25-000000>

The Smartphone Does it Again: Building Credit Scores for Microentrepreneurs, 2014

Ashoka para Forbes

<http://www.forbes.com/sites/ashoka/2014/06/10/the-smartphone-does-it-again-building-credit-scores-for-microentrepreneurs/>

InVenture: Resolving Micro-Financing's Risk Assessment Gap, 2014

Kelly Carlson y Andrew Bay, University of Minnesota

http://www.tc.umn.edu/~ssen/IDSC6050/Case4/Group4_index.html

InVenture Fund, 2012

Changemakers

<https://www.changemakers.com/socialbusiness/entries/inventure-fund>

BIBLIOGRAFÍA

Five Reasons to be Excited about Sankalp Forum 2012, 2012

Vishy, TechSangam

<http://www.techsangam.com/2012/04/10/5-reasons-excited-sankalp-forum-2012/>

CEO Weekends: Inventure's Mkopo Rahisi wants to Break Banks in Africa, 2015

TechMoran

<http://techmoran.com/tag/inventure/#sthash.qRBlN2cR.NW5EGjiN.dpbs>

InVenture Provides Personal Finance Help and Credit Scores to Underbanked Individuals, 2014

Ryan Lawler, TechCrunch

<http://techcrunch.com/2014/03/14/inventure/>

InVenture: Modern Credit for a Mobile World

AngelList

<https://angel.co/inventure>

Shivani Siroya – CEO and Founder of InVenture, 2011

Idea Mensch

<https://ideamensch.com/shivani-siroya/>

33 Entrepreneurs Who Make this World a Better Place, 2012

Idea Mensch

<https://ideamensch.com/33-entrepreneurs-who-make-this-world-a-better-place/>

YAYASAN PERAMU

Página web oficial

<http://takmin.net/?content=content&&id=12>

Microtakaful: Financial inclusion and Microtakaful

Dr Habib Ahmed, Sharjah Chair in Islamic Law and Finance with Durham University Business School, MENA Insurance Club

<http://www.menainsuranceclub.com/Article.aspx?id=35724>

Microtakaful Providers

ICMIF Takaful

http://www.takaful.coop/index.php?option=com_content&view=article&id=599&Itemid=90

BIBLIOGRAFÍA

Takaful and Mutual Insurance: Alternative Approaches to Managing Risks, 2012

Serap O. Gönülal

<http://elibrary.worldbank.org/doi/book/10.1596/978-0-8213-9724-4>

Sustainability of Islamic Micro Finance Institutions (IMFIs), 2013

Siti Khadijah, Saleh, Kamarudin, Haryadi, Universal Journal of Accounting and Finance

<http://versys.uitm.edu.my/prisma/view/viewPdf.php?pid=36970>

AKIBA MASHINANI TRUST

Página web oficial

<http://akibamashinani.org>

Jane Weru and Kingsley Muccheke, 2013

Alliance Magazine

http://www.alliancemagazine.org/files/u1/Jane_Weru_and_Kingsley_Muccheke.pdf

Too Pressed to Wait– Jane Weru, Akiba Mashinani Trust

UN Habitat for a Better Future

<http://unhabitat.org/too-pressed-to-wait-jane-weru-akiba-mashinani-trust/>

Community Participation in Urban Planning and the Role of Slum Dwellers: The Mukuru Case Study

Jane Weru, Africa-China Urban Initiative

http://urban-africa-china.angonet.org/sites/default/files/website_files/jane_weru_-_the_mukuru_case_study.pdf

Akiba Mashinani Trust Director Feted, 2011

Muongano Support Trust

<https://muunganosupporttrust.wordpress.com/2011/09/01/akiba-mashinani-trust-director-feted/>

Highlight: Pioneering Study Reveals Importance of Land Tenure in Nairobi Settlement, 2015

International Development Research Center (IDRC)

<http://www.idrc.ca/EN/Misc/Pages/EventDetails.aspx?EventID=344>

Muongano Support Trust

<http://www.mustkenya.or.ke/index.php/projects-programs>

BIBLIOGRAFÍA

CAISSE MALIENNE DE SECTEUR INFORMEL (CMSI)

Moussa Kané, président de l'association des innovateurs pour le conseil au développement (AICD): « C'est notre administration qui bloque le processus de développement », 2009

Le Republicain, maliJet

http://malijet.com/la_societe_malienne_aujourd'hui/interview_mali/19726-moussa_kane_president_de.html

KUBO FINANCIERO

Página web oficial

www.kubofinanciero.com/

Ideas para la inclusión financiera: Tecnologías, 2012

FOMIN, CAF, BID

<http://www.caf.com/media/4212/7-ideas-para-inclusion-financiera.pdf>

Kubo.Financiero, más socios y nuevos negocios, 2014

Julio Sánchez Onofre, El Economista

<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2014/09/05/kubofinanciero-mas-socios-nuevos-negocios>

Fondeo colectivo, vía para hacer crecer tu inversión, 2014

Samantha Álvarez, CNN Expansión

<http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2014/10/03/fondeo-colectivo-una-forma-de-hacer-crecer-tu-inversion>

Kubo.financiero cierra una ronda de inversión de 48 mdp, 2014

Ana Martínez, El Financiero

<http://www.elfinanciero.com.mx/tech/kubo-financiero-cierra-una-ronda-de-inversion-de-48-mdp.html>

Kubo Financiero desafía a la poderosa industria financiera mexicana, 2014

Aminetth Sánchez, Ventura México

<http://venturamexico.com/2014/09/kubo-financiero-desafia-el-status-quo-de-las-microfinancieras/>

¿Cuál es tu meta? La de Kubo.financiero, que llegues a ella, 2012

Dinero en Imagen

<http://www.dineroenimagen.com/2012-12-10/12529>

Kubo Financiero levanta inversión por 22 mdp, 2014

El Empresario

<http://elempresario.mx/emprendedores/kubo-financiero-levanta-inversion-22-mdp>

BIBLIOGRAFÍA

Kubo comienza a operar como sofipo, 2013

El Empresario

<http://elempleado.mx/analisis/kubo-financiero-comienza-operar-como-sofipo>

Cinco tips para crear buenos hábitos financieros en tus hijos, 2015

Dinero en Imagen

<http://www.dineroenimagen.com/blogs/finanzas-al-kubo/cinco-tips-para-crear-buenos-habitos-financieros-en-tus-hijos/55334>

KU-BO Financiero S.A. de C.V. S.F.P. (kubo financiero)

ProDesarrollo

<http://www.prodesarrollo.org/node/325>

Arrancan financieras 100% online en México, 2015

Lindsay H. Esquivel, La Razón de México

<http://www.razon.com.mx/spip.php?article258837>

NALT-NUSHO, LTD.

The Contributions of NALT-NUSHO Programme to Poverty Alleviation in Enugu North Agricultural Zone, Enugu State, Nigeria, 2008

Agwu A. E., Anyanwu, A. C. Uduogu T.O and Akinagbe O. M. - Department of Agricultural Extension, University of Nigeria. Nsukka, Nigeria

<http://www.agrosciencejournal.com/public/agro7o2-7.pdf>

Socio-Economic Determinants of the Performance of Informal Women's Cooperative Microfinance Societies in Enugu State, Nigeria, 2009

Department of Agricultural Economics, University of Nigeria, Nsukka

<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/51554/2/WAAD%20conference%20paper.pdf>

State of the Microcredit Summit Campaign Report, 2011

Larry R. Reed, MicroCredit Summit Campaign

http://www.mikrofinanzwiki.de/file/825/microcredit_summit_campaign_report_2011.pdf

KASHF FOUNDATION

Página web oficial

<http://kashf.org/>

Empowering Women through Microfinance, 2014

Coca-Cola Journey Pakistan

<http://www.coca-colajourney.com.pk/stories/empowering-women-through-microfinance>

BIBLIOGRAFÍA

Coca-Cola & Kashf Foundation to Empower Economically Disadvantaged Women, 2011

Pakistan Company News

<http://pakistancompanynews.com/international-press-releases/business-finance/7525/coca-cola-kashf-foundation-to-empower-economically-disadvantaged-women/>

Coca-Cola pledges Rsg.8m to Kashf Foundation, 2013

The News International

<http://www.thenews.com.pk/Todays-News-3-154346-Coca-Cola-pledges-Rsg8m-to-Kashf-Foundation>

Kashf Foundation and United Bank Limited Omni Partner to Offer Savings Product to Low-income Women, 2015

Business Insights

<http://businessinsights.pk/2015/04/01/78263/kashf-foundation-and-united-bank-limited-omni-partner-to-offer-savings-product-to-low-income-women/>

Kashf Foundation

Acumen

<http://acumen.org/investment/kashf-foundation/>

Kashf Foundation (report)

MixMarket

<http://www.mixmarket.org/es/mfi/kashf-foundation>

Kashf Foundation

Kiva

<http://www.kiva.org/partners/245>

<http://www.kiva.org/lend/888604>

Kashf Foundation: A Pakistani Microfinance Organization Gears up for Organic Growth, 2007

Mahbood Mahbood, Profesor adjunto de Emprendimiento en Insead

http://www.insead.edu/facultyresearch/centres/social_entrepreneurship/research_resources/documents/Kashf_Foundation.pdf

Kashf Foundation

MF Transparency

http://www.mftransparency.org/microfinance-pricing/pakistan/012-KF/P01-Kashf_Karobar_Karza/

Smart Certification: Kashf Foundation Takes the Lead in Pakistan

Responsible Finance Forum

<https://responsiblefinanceforum.org/smart-certification-kashf-foundation-takes-the-lead-in-pakistan/>

BIBLIOGRAFÍA

Roshaneh Zafar

Schwab Foundation for Social Entrepreneurship

<http://www.schwabfound.org/content/roshaneh-zafar>

Kashf Foundation announces Campaign Commitment focused on Financial and Social Outcomes for Clients

MicroCredit Summit Campaign

<http://www.microcreditsummit.org/news/61/newest-commitment-kashf-foundation.html>

Kashf Foundation: Microfinance for Women in Pakistan

SoSense Crowdfunding

<http://crowdfunding.sosense.org/projects/kashf-foundation-microfinance-for-women-in-pakistan/>

Kashf Foundation in Partnership with JS Bank celebrates International Women's Entrepreneurship Day, 2014

JS Bank

<http://www.jsbl.com/kashf-foundation-in-partnership-with-js-bank-celebrates-international-womens-entrepreneurship-day/>

Promoting Financial Inclusion and Literacy in Pakistan via G2P Payment Programs, 2012

Khadija Ali, Umer Khalid, Zhara Khalid, Pakistan Microfinance Network for the World Bank

http://www.microfinanceconnect.info/assets/articles/Promoting%20Financial%20Inclusion%20and%20Literacy%20in%20Pakistan_October%202012_PMN.pdf

WIZZIT

Página web oficial

<http://www.wizzit.co.za/>

Stories from the Field –WIZZIT Micro-lending Pilot (South Africa)

IFC Sustainable Business Advisory

http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/8e150880487ebb4b855bed51e3a7223f/IFC+Wizzit_MobileMoneyMicro-LendingCaseStudy.pdf?MOD=AJPERES

Consumer Financial Education –a South African Perspective, 2012

Kim Dancey, FinMark Trust

http://www.asobancaria.com/portal/page/portal/Eventos/eventos/proteccion_al_consumidor_2012/Tab5/Kim%20Dancey.pdf

WIZZIT-Your Bank in Your Pocket: Affordable Financial Services for all. Banking the unbanked of the World. Changemakers

<https://www.changemakers.com/financialinclusion/entries/wizzit-your-bank-your-pocket-affordable-financial-servi>

BIBLIOGRAFÍA

Financial Education in Africa and Latinamerica

OCDE y Financial Literacy and Education Russia Trust Fund

http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/TrustFund2013_OECD_INFE_Peer_Review_and_Regional_Reports_LatinAmerica_Africa.pdf

Financial Education in Africa

Chiara Monticone y Flore-Anne Messy, OCDE

<https://www.fsb.co.za/Departments/consumerEducation/Documents/FinanEduinAfricaPrelimReportInitialGuidance.pdf>

Wizzit Strategy Works, 2008

Maya Fisher, Mail & Guardian

<http://mg.co.za/article/2008-09-24-wizzit-strategy-works>

Electronic Banking in an Emerging Market

M. Boog y M. Lust, University of Minnesota

http://www.tc.umn.edu/~ssen/IDSC6050/Case14/Group14_index.html

HOME LOAN GUARANTEE COMPANY (HLGC)

Página web oficial

<http://www.hlgc.co.za/>

The Business of Housing Finance: Managing Mortgage Insurance Risk, 2008

Ethel Matenge-Sebesho, Home Finance Guarantors Africa y Willem van Emmenis, Home Loan Guarantee Company

<http://housingfinance.wharton.upenn.edu/LectureNotes/ModIV%20HFGA%20Presentation.pdf>

Financial Literacy Scoping Study & Strategy Project, 2004

FinMark Trust

<https://www.fsb.co.za/Departments/consumerEducation/Documents/FinLit%20Annexes.pdf>

A Housing Education First for Guarantee Company

<http://152.111.1.88/argief/berigte/beeld/2001/09/28/19/3.html>

Homeloan Guarantee Company

Insurance Junction

<http://www.insurancejunction.co.za/insurance-companies/homeloan-guarantee-company.asp>

BIBLIOGRAFÍA

Learn all About Buying a House

Dan Radinku

<http://m24arg02.naspers.com/argief/berigte/citypress/2001/11/04/29/2.html>

SMALL ENTERPRISE FOUNDATION

Página web oficial

<http://www.sef.co.za/>

Building the board at the Small Enterprise Foundation

Portraits of Business Practices in Emerging Markets

The Wealth Chef supports the Eradication of Poverty Through Women's Economic Empowerment

The Wealth Chef

<http://www.thewealthchefbook.com/the-wealth-chef-supports-sef/index.html>

Small Enterprise Foundation (SEF)

Give Well

<http://www.givewell.org/international/charities/Small-Enterprise-Foundation>

Truelift Milestone Institution Case Study: Small Enterprise Foundation, 2014

Jeff Nelson and the Truelift Secretariat, Truelift

https://sealofexcellence.files.wordpress.com/2014/05/truelift_sefcasestudy.pdf

Old Mutual and Small Enterprise Foundation launch R19m Womens' Fund, 2007

FA News

<http://www.fanews.co.za/article/people-and-companies/12/news/1163/old-mutual-and-small-enterprise-foundation-launch-r19m-womens-fund/2470>

MYBNK

Página web oficial

<http://mybnk.org/>

i-genius talks to Lily Lapenna, Founder and Managing Director, MyBnk Ltd

i-genius

<http://www.i-genius.org/epfiles/i-genius-talks-to-lily-lapenna-founder-and-managing-director-mybnk-ltd>

BIBLIOGRAFÍA

It's not all about Chicken and Chips: Lily Lapenna at TEDxExeter, 2012

Lily Lapenna

<https://www.youtube.com/watch?v=ErTGgmxYAjg>

Lily Lapenna-Huda | MyBnk

Ogunte

<http://www.ogunte.com/innovation/programmes-and-services/be-coached-socent/featured-social-innovators/488-lily-lapenna-huda-mybnk>

MyBnk: 'It's about saying, You can do it', 2012

Tim Lewis, The Guardian, The Observer

<http://www.theguardian.com/theobserver/2012/feb/18/mybnk-finance-charity-radicals>

MyBnk Financial Education

Project Oracle

<http://project-oracle.com/projects/info/mybnk/>

Policy: National Curriculum – Comments on Final Proposal, 2013

MyBnk

<http://mybnk.org/wp-content/uploads/2013/10/Final-Response1.pdf>

Key Actors in Financial Education and Financial Literacy, 2014

European Money Week

<http://www.europeanmoneyweek.eu/latest/united-kingdom-2/>

Financial Education has entered the National Curriculum – But will it be Enough?

T. Pilcher y K. Macdonald, RedStart

<http://redstart.redington.co.uk/articles/financial-education-has-entered-the-national-curriculum-but-will-it-be-enough>

Lessons in Finance: Schoolchildren taught the Value of Everything, 2014

Katie Allen, The Guardian

<http://www.theguardian.com/business/2014/jul/22/lessons-in-finance-british-schoolchildren>

MyBnk

Child&Youth Finance International

<http://childfinanceinternational.org/component/mtree/world/browse-by-location/europe/unit-ed-kingdom-partners/uk-civil-society/mybnk>

BIBLIOGRAFÍA

How to Teach Financial Literacy, 2014

Emily Drabble, The Guardian

<http://www.theguardian.com/education/teacher-blog/2013/mar/04/financial-education-teaching-resources>

Expert Interview with Maggie Morrissey on the Importance of Financial Education

Mint

<https://www.mint.com/expert-interview-maggie-morrissey-importance-financial-education>

Financial Education goes Global

Cristina Barbeta, Müller-Möhl Foundation

<http://www.mm-foundation.org/content/financial-education-goes-global>

MyBnk

Wise Qatar

<http://www.wise-qatar.org/edhub/mybnk>

ROOT CAPITAL

Página web oficial

<http://www.rootcapital.org/>

The Power of Financial Literacy: A Conversation with Cecilia Yáñez, 2014

Root Capital Blog

<http://blog.rootcapital.org/back-roads-to-boardrooms/power-financial-literacy>

Clinton Global Initiative Announces Innovative Coffee Partnership, 2008

Root Capital Blog

<http://www.rootcapital.org/about-us/press-releases/clinton-global-initiative-announces-innovative-coffee-partnership>

Social Capitalists: Root Capital

FAST Company

<http://www.fastcompany.com/social/2008/profiles/root-capital.html>

Root Capital: Helping small Farmers expand and reach larger Markets, 2014

OPIC

<https://www.opic.gov/opic-action/featured-projects/multiple-regions/root-capital-helping-small-farmers-expand-and-reach-larger-markets>

BIBLIOGRAFÍA

IFC, GAFSP Invest \$10 million in Root Capital to Support Small Farmers in Africa, Latin America, 2013
Root Capital Blog

<http://www.rootcapital.org/about-us/press-releases/ifc-gafsp-invest-10-million-root-capital-support-small-farmers-africa-latin>

IFC, GAFSP Invest \$10 Million in Root Capital to Support Small Farmers in Africa, Latin America, 2013
Elizabeth Price, IFC

<http://ifcext.ifc.org/ifcext/Pressroom/IFCPressRoom.nsf/0/1086A8E2BDBF18EA85257AF40050CDA5>

Root Capital: Summary of Investment Information

IFC Project Database

<http://ifcext.ifc.org/ifcext/spiwebsite1.nsf/ProjectDisplay/SII32518>

Microcapital Brief: IFC, Global Agriculture and Food Security Program Invest \$10m in Root Capital for Farmers in Africa, Latin America, 2013

Micro Capital

<http://www.microcapital.org/microcapital-brief-ifc-global-agriculture-and-food-security-program-invest-10m-in-root-capital-for-farmers-in-africa-latin-america/>

Financial Advisory Services

Root Capital

<http://www.rootcapital.org/about-us/newsletters/financial-advisory-services>

Green Mountain Coffee Roasters, Inc.; Multilateral Investment Fund; Skoll Foundation and Root Capital Join Forces to Fight the Leaf Rust Epidemic Devastating Latin American Coffee, 2013

Market Watch

<http://www.marketwatch.com/story/green-mountain-coffee-roasters-inc-multilateral-investment-fund-skoll-foundation-and-root-capital-join-forces-to-fight-the-leaf-rust-epidemic-devastating-latin-american-coffee-2013-11-07>

USAID, Keuring Green Mountain, Cooperative Coffees, Starbucks and Root Capital Launch \$23 million Resilience Fund to Help Farms Fighting Coffee Rust Crisis

USAID Press office

<http://www.usaid.gov/news-information/press-releases/june-19-2014-usaid-keurig-green-mountain-starbucks-root-capital-coffee-rust-crisis>

Root Capital Launches \$7 Million, Multi-Year Initiative to Combat La Roya and Build Farmer Resilience, 2013

Liam Brody, Root Capital

<http://blog.rootcapital.org/back-roads-to-boardrooms/root-capital-launches-7-million-initiative-to-combat-la-roya-and-build-farmer-resilience>

BIBLIOGRAFÍA

Root Capital Launches Coffee Farmer Resilience Initiative with Skoll Foundation and Other Partners, 2013

Sally Farhat Kassab, Skoll Foundation

<http://www.skollfoundation.org/root-capital-launches-coffee-farmer-resilience-initiative-with-skoll-foundation-and-other-partners/>

Root Capital

Impact Assets

<http://www.impactassets.org/impact-investing/impact-stories/root-capital>

15 Voices: An Interview with Rosario Castellon, 2014

Root Capital Blog

<http://blog.rootcapital.org/back-roads-to-boardrooms/15-voices-an-interview-with-rosario-castellon>

GMCR and Root Capital at the Clinton Global Initiative, 2008

Keurig Blog

<http://blog.keurig.com/blog/mike/gmcr-and-root-capital-at-the-clinton-global-initiative>

Inclusive Agricultural Finance: Root Capital tops \$100 millions

Robert Annibale, Global Director of Inclusive Finance, Citi – Skoll World Forum

<http://skollworldforum.org/2015/02/04/inclusive-agricultural-finance-root-capital-tops-100-million/>

ACREDITAR

Página web oficial

<http://acreditar.org.br/novo-site/>

Acreditar, 2012

Changemakers

<https://www.changemakers.com/bankingonsocialchange/entries/acreditar>

Olhar Empreendedor: Qualificando Negócios, Transformando Pessoas

Bolsa de Valores Socioambientais

<https://www.bvsa.org.br/projeto/48/olhar-empresendedor-qualificando-negocios-transformando-pessoas>

Acreditar-Capital Humano e Transformação Social

Voluntarios Online

<http://www.voluntariosonline.org.br/ong/Acreditar-Capital-Humano-e-Transformacao-Social>

BIBLIOGRAFÍA

Jovens protagonizam investimento no desenvolvimento local, 2010

Neca Setubal

<http://www.necasetubal.com.br/jovens-protagonizam-investimento-no-desenvolvimento-local/>

Projeto da Acreditar no Portal Impulso captou R\$2.245,00 em 1 semana, 2012

Aliança Empreendedora

<http://aliancaempreendedora.org.br/projeto-da-acreditar-no-portal-impulso-capta-r2-24500-em-1-semana/>

FAST INTERNATIONAL

Página web oficial

<http://www.fastinternational.org/>

Financial Literacy Toolbox for Sustainable Coffee Producers, 2011

Sustainable Commodity Assistance Network, Solidaridad y FAST International

<http://scanprogram.org/wp-content/uploads/2012/12/FAST-FLTBX-Proposal-final.pdf>

Finance Alliance for Sustainable Trade (FAST)

ICO Consultative Forum on Coffee Sector Finance

<http://dev.ico.org/documents/cy2013-14/forum-fast.pdf>

Empowering Youth through Access to Finance, 2014

Anne-Myriam Abdelhak, Finance Alliance for Sustainable Trade

<http://youtheconomicopportunities.org/blog/2286/empowering-youth-through-access-finance>

Building Businesses and Livelihoods through Sustainable Trade Finance, 2014

FAST International

<https://unfss.files.wordpress.com/2014/10/fast-wto-presentation-orig.pdf>

Finance Alliance for Sustainable Trade: Building Sustainable Trade through Empowered Sustainable Finance, 2007

J. Potts y R. Parizat, Sustainable Commodity Initiative

<http://earthmind.net/slm/docs/fast-2007-business-plan.pdf>

Financial Alliance for Sustainable Trade

Forum for Agricultural Risk Management in Development

<https://agriskmanagementforum.org/org/financial-alliance-sustainable-trade>

BIBLIOGRAFÍA

AMUCSS

Asociación Mexicana de Uniones de Crédito del Sector Social (AMUCSS)

Página web oficial

<http://www.amucss.org.mx/Sitio/>

Educación Financiera: Construyendo Ciudadanía en Comunidades Rurales

AMUCSS

http://eventos.forolacfr.org/recursos/2012_elsalvador/presentaciones/taller_3/Presentacion_El_Salvador_-_FOROLACFR.pdf

"El Ahorro" Educación Financiera para Niños, 2013

Youtube AMUCSS

https://www.youtube.com/watch?v=5_Fff71GBj8

"El Ahorro" Educación Financiera para Niños – AMUCSS, 2014

Quadrante Cuatro

<http://quadrantecuatro.mx/wp/el-ahorro-educacion-financiera-para-ninos-amucss/>

Dr AMUCSS-Sierras Verdes, Taller de formación de educación financiera para técnicos de ADR's facultadores, 2012

http://www.academia.edu/4844105/ADR_AMUCSS-SIERRAS_VERDES_TALLER_DE_FORMACION_DE_EDUCACION_FINANCIERA_PARA_T%C3%89CNICOS_DE_ADR_s_FACILITADORES

Padrón de prestadores de servicios para el apoyo de capacitación y disseminación de la educación financiera

Bansefi

<http://www.bansefi.gob.mx/AhorroCreditoPopular/ApoyosRecursosFed/Padrn%20de%20Prestadores%20de%20Servicios/Para%20el%20Apoyo%20de%20Capacitaci%C3%B3n%20y%20Diseminaci%C3%B3n%20de%20la%20Educaci%C3%B3n%20Financiera.pdf>

Reseña del evento Lanzamiento Nacional PATMIR-BANSEFI (2012-2014) con Sede en Oaxaca

Bansefi y AMUCSS

<http://www.bansefi.gob.mx/Patmir/Eventos/Oaxaca/Rese%C3%B1a%20del%20evento%20regional%20con%20sede%20en%20Oaxaca.pdf>

El presente reporte se rige bajo la licencia Creative Commons – bajo las condiciones de Reconocimiento – No Comercial – Compartir Igual (by-nc-sa) con el fin de asegurar que el mismo será público, disponible y sin costo para toda la población, el cual estará a disposición del público a través de los sitios web de Banamex, del Prestador y de terceros socios del Prestador, por el tiempo máximo que la ley mexicana lo permita. Para efectos de claridad, la disponibilidad del Reporte para la población a que se hace referencia, será para efectos de que se pueda reproducir, y/o divulgar en obras derivadas, lo anterior para fines de investigación, sin ningún fin comercial o lucrativo.

AGRADECIMIENTOS

En enero de 2015 varias instituciones financieras mexicanas se preguntaron cómo podrían iniciar, reforzar, escalar o colaborar con el fin de hacer de la educación financiera una realidad en México.

Entendiendo que para lograr un cambio sistémico se necesitan nuevas recetas y nuevas colaboraciones, se inició un proceso de generación de conocimiento que funcionara para todos y que estableciera las bases de posibles líneas de acción conjunta en el futuro.

Desde Ashoka, este ejercicio nos ha permitido volcarnos en las intervenciones y los modelos de los emprendedores sociales alrededor del mundo con el fin de identificar acciones de las que podemos aprender en México.

Por lo tanto, este estudio no habría sido posible sin el apoyo y la colaboración de tres aliados que comparten el espíritu de colaboración y cambio que necesitamos para cambiar sistemas: Crédito Real, Compartamos Banco y Educación Financiera Banamex.

Queremos agradecerles su confianza y espíritu de aprendizaje al compartir este estudio con el público, para que otras instituciones financieras, emprendedores sociales, inversionistas o entidades públicas puedan energizarse al aprender de las soluciones que ya funcionan en el mundo.



EDUCACIÓN FINANCIERA
BANAMEX

edufin@banamex.com

COMPARTAMOS
BANCO

www.compartamos.com.mx

CRÉDITO REAL

www.creditoreal.com.mx