

MOMENTOS DE LA VIDA: Una Estrategia para Prestar Servicios a las Mujeres durante su Vida

La digitalización supone un fácil acceso a una gama de servicios financieros que antes prestaban los bancos exclusivamente. Para asegurar su relevancia, los proveedores de vanguardia están cambiando su enfoque hacia la personalización de la experiencia del cliente, basada en sus necesidades específicas en momentos decisivos de la vida. La evidencia sugiere que esta es la decisión correcta. Por ejemplo, las investigaciones realizadas en Australia muestran que el 70 por ciento de los clientes que se cambian de banco, lo hacen durante un evento crucial de sus vidas¹. Estar ahí en esos momentos importantes, crea nuevas y duraderas relaciones con el cliente – y es especialmente importante para las mujeres, que valoran un enfoque hacia los servicios financieros más basado en las relaciones y que a menudo afrontan dichos momentos de la vida con presiones económicas. Por eso, una estrategia de momentos de la vida puede ser una manera particularmente exitosa de crear valor, tanto para el proveedor de servicios financieros (PSF) como para el cliente.

Este informe InBrief analiza la estrategia de momentos de la vida para la segmentación y prestación de servicios al segmento Mujer, comenzando con el mapeo de 10 de los momentos más importantes en las vidas de las mujeres. Luego, destaca las experiencias de cuatro miembros de Financial Alliance for Women en el desarrollo de soluciones para momentos específicos de la vida, sus recomendaciones clave y las lecciones aprendidas. El objetivo es ayudar a los PSF a pensar detenidamente en soluciones personalizadas que estimulen la resiliencia de las mujeres durante sus vidas y también contribuyan a profundizar el compromiso de las clientas.

Entendiendo la Estrategia de Momentos de la Vida

En esencia, una estrategia de momentos de la vida para el segmento Mujer, identifica las principales etapas en las vidas de las mujeres y trata de comprender sus principales motivaciones y necesidades financieras en cada fase y proporcionarles los productos y servicios adecuados. Este tipo de segmentación permite a los PSF crear unas propuestas de servicio más significativas y es particularmente importante para las mujeres, que tienen necesidades subatendidas y desatendidas en torno a los servicios financieros en cada etapa de la vida. Los PSF pueden optar por incorporar criterios demográficos, tales como los ingresos, la edad o la ocupación, en un marco de segmentación de momentos de la vida para perfeccionar aún más la propuesta de servicios, que suele incluir tanto soluciones financieras como no financieras.

Una estrategia exitosa de momentos de la vida requiere también una red de distribución muy eficiente, con personal de atención al público plenamente capacitado para mantener las conversaciones empáticas apropiadas, durante los momentos importantes para las mujeres. La capacidad para estar ahí y agregar valor durante un momento particular de la vida es lo que hace que un PSF sea relevante para las mujeres, forjando una relación más profunda, un mayor compromiso, un aumento del uso y una mayor lealtad a la marca.

Basándonos en las experiencias de los miembros de Financial Alliance for Women, así como en las investigaciones de la industria, hemos analizado las dinámicas que están detrás de algunos momentos cruciales, comunes en las vidas de las mujeres, y hemos mostrado las maneras en las que los PSF pueden ayudarlas en estas épocas. Es importante destacar que estos momentos a menudo no son lineales y que las mujeres pueden experimentar algunos de ellos simultáneamente. Debido a que las experiencias de las vidas de las mujeres difieren por todo el mundo, las instituciones deben realizar sus propias investigaciones de mercado para comprender los eventos significativos, comunes en las vidas de las mujeres en sus mercados particulares.

Analizando los Momentos

El Momento	Buscando una Educación	Entrando o Reincorporándose a la Fuerza Laboral	Iniciando o Ampliando la Escala de un Negocio	Estableciendo o Rompiendo Relaciones	Invirtiendo una en una Vivienda
	Priorizando la educación y el aprendizaje	Teniendo a menudo trayectorias laborales no lineales	Tomando decisiones empresariales	Comprometiéndose con una pareja sentimental o separándose de ella	Decidiendo poseer, renovar, construir o invertir en una vivienda
Antecedentes	<p>Las mujeres están cursando estudios académicos a un ritmo cada vez mayor en todo el mundo, graduándose de la universidad en unas cifras más altas que los hombres en algunos países.</p>	<p>La participación de la mujer en la fuerza laboral ha aumentado en casi todos los países en las tres últimas décadas. Cuarenta y tres por ciento de las mujeres instruidas se toman una excedencia en algún momento para atender a sus familias, pero el 90 por ciento afirma que, con el tiempo, les gustaría volver a trabajar².</p>	<p>Las mujeres están iniciando negocios a unas tasas significativas globalmente⁴, pero, en promedio, los negocios de las mujeres son de menor tamaño y es más probable que sean informales o semiformales⁵.</p>	<p>Una proporción cada vez mayor de mujeres en economías desarrolladas están retrasando el matrimonio, pero también cada vez más conviven sin casarse. Las tasas de divorcio también han aumentado globalmente durante las últimas décadas⁶, citándose a menudo los problemas financieros como la principal razón para el divorcio⁷.</p>	<p>Es menos probable que las mujeres de todos los niveles de ingresos sean dueñas de sus hogares, que los hombres, y tan solo un 20 por ciento de las tierras de todo el mundo están a nombre de mujeres⁸. La adquisición de una vivienda principal es una meta de la vida para muchas mujeres y contar con una inversión inmobiliaria es también un objetivo para algunas.</p>
Las Consideraciones	<p>Debido a los crecientes costos de la educación terciaria, las mujeres tienen una parte significativa de la deuda de los estudiantes. Al unirlo a la brecha salarial de género, que aumenta a lo largo de la vida de las mujeres, ellas pueden experimentar esto como una doble carga: una deuda más elevada y menor capacidad para pagarla.</p>	<p>En promedio, las mujeres comienzan sus carreras ganando menos que sus homólogos masculinos – en algunos casos, debido a las tasas de desigualdad salarial y en otros, debido a los sectores en los que trabajan. Más tarde en sus vidas, las mujeres a menudo optan por el trabajo a tiempo parcial o se toman excedencias laborales. Estos factores pueden dificultar más que las mujeres establezcan una sólida base financiera³.</p>	<p>Las empresas propiedad de mujeres o dirigidas por estas afrontan una serie de retos para acceder a capital suficiente para crecer. Las mujeres suelen tener menos garantías que los hombres, ellas mismas informan de que tienen menos conocimientos empresariales y adoptan un enfoque distinto frente al riesgo.</p>	<p>Casarse o comprometerse con una pareja a menudo supone combinar activos, lo que significa que las mujeres quizá tengan también que compartir las deudas del esposo. Separarse puede afectar a las mujeres más negativamente desde el punto de vista financiero, si tienen menores ingresos y activos. Las mujeres que conviven sin casarse corren un riesgo financiero incluso mayor, por no tener derecho a los activos de la unidad familiar.</p>	<p>La brecha salarial de género y otras cargas financieras que afrontan las mujeres pueden influir en su capacidad para poder adquirir o mantener una vivienda. Existen también normas culturales y regímenes legales maritales adversos en algunos países, que limitan los derechos de las mujeres – por ejemplo, su derecho a figurar en el título o a poseer más del 50 por ciento de una vivienda⁹.</p>
Cómo Pueden Ayudar los PSF	<p>El acceso a préstamos a bajo interés para estudiantes, así como a información y asesoramiento sobre el proceso, pueden ser valiosos para las mujeres que buscan cursar estudios. El pago diferido basado en la situación laboral puede ayudar a las mujeres que están en transición hacia la fuerza laboral tras su formación. Hasta ese momento, puede ser útil una cuenta de ahorros basada en objetivos.</p>	<p>La información y las herramientas para la negociación salarial, la planificación financiera y la reincorporación a la fuerza laboral podrían resultar todas muy útiles para las mujeres en este momento de su vida.</p>	<p>Algunas de las maneras en las que los PSF pueden apoyar a las mujeres son: información relevante para el negocio; apoyo para la formalización; instrucción sobre previsión del flujo de efectivo y financiación; modificaciones en las normas de los créditos, incluyendo la aceptación de garantías no tradicionales; acceso a mentorías, capacitación y redes; programas de diversidad para proveedores; y acceso a viveros de empresas pensados para mujeres.</p>	<p>La asistencia para la planificación financiera y las capacitaciones en conocimientos financieros, las cuentas y herramientas que ayudan a combinar las finanzas, la flexibilidad en el pago de los préstamos durante la separación y el acceso a asesoramiento legal pueden ser todos muy valiosos.</p>	<p>Las cuentas para ayudar a la mujer a ahorrar para el pago inicial de la compra de una vivienda, las hipotecas flexibles durante el embarazo y la baja por maternidad, los seguros del hogar con asistencia técnica para el mismo y el asesoramiento legal, son todas soluciones que pueden brindar valor a las mujeres en este momento de la vida.</p>

de la Vida de las Mujeres

Teniendo Hijos	Cuidando a Otros	Problemas de Salud	Perdiendo a un Ser Querido	Jubilación	El Momento
Criando o adoptando a uno o más hijos	Cuidando a los hijos y a familiares de edad avanzada	Teniendo problemas médicos ellas mismas o en sus familias	Experimentando la muerte de un esposo o de la pareja	Planificando el trabajo y dejando de trabajar	Los Antecedentes
Aunque muchas mujeres consideran la maternidad como algo emocionalmente gratificante y satisfactorio, es también el mayor predictor de bancarrota y pobreza en algunos países ¹⁰ .	En promedio, las mujeres realizan 3 veces más de trabajo no remunerado que los hombres, incluso cuando también trabajan fuera del hogar ¹² . Aparte de ser tradicionalmente las principales cuidadoras de los niños, las mujeres representan entre el 57 y 81 por ciento de los cuidadores de los mayores en todo el mundo ¹³ .	Las mujeres se enfrentan a preocupaciones únicas e intensificadas, relativas a la salud, a lo largo de sus vidas. Debido a que las mujeres viven más tiempo, tienen también más probabilidades que los hombres de afrontar enfermedades relacionadas con el envejecimiento, tales como la demencia, y los gastos consiguientes asociados a su cuidado ¹⁵ .	En más de la mitad de las unidades familiares donde hay matrimonios, el esposo dirige toda la planificación financiera a largo plazo ¹⁷ . Pero ocho de cada diez mujeres acabarán siendo las únicas responsables de su propio bienestar financiero.	Las mujeres suelen vivir de 4 a 8 años más que los hombres ¹⁹ y por lo tanto necesitan más dinero para su jubilación. Sin embargo, los ahorros para la jubilación de las mujeres son, en promedio, de 30 a 40 por ciento inferiores que los de los hombres en todo el mundo ²⁰ .	
La maternidad en sí misma conlleva riesgos para la salud y costos significativos. Dar a luz y criar a los hijos plantea también retos para las trayectorias financieras de las mujeres. Para muchas mujeres la maternidad significa una pérdida o reducción de ingresos, o bien que las dejen de lado para los ascensos ¹¹ . Esta brecha de la maternidad aumenta con el número de hijos y se agrava por los crecientes costos del cuidado de los niños en muchos países.	Las mujeres pueden verse obligadas a asumir este rol de cuidadoras inesperadamente e, incluso si es así, el impacto sobre las finanzas de las mujeres puede ser enorme. Para cuidar de los ancianos o de los hijos, a menudo las mujeres necesitan o deciden reducir el número de horas de trabajo o abandonar la fuerza laboral por completo, lo que da lugar a significativas pérdidas de ingresos y/o influye en sus planes de pensiones ¹⁴ .	Los gastos para el cuidado de la salud pueden acumularse y, aunque los eventos de salud pueden ser gravosos financieramente para muchas personas, las mujeres pueden verse afectadas por ellos de forma desproporcionada, debido a sus menores patrimonios ¹⁶ . Unido a la pérdida de ingresos en el caso de que el sostén de la familia caiga enfermo, los problemas de salud pueden ser devastadores, especialmente para las mujeres de bajos ingresos.	Las mujeres que pierden a sus parejas o esposos no solo tienen que soportar la pérdida, sino que a menudo se encuentran que son las únicas responsables de las finanzas y las inversiones de la familia por primera vez. La mayoría de las viudas no están preparadas para esto ¹⁸ . La pérdida de la pareja a menudo se experimenta como un golpe financiero, en el caso de las mujeres.	Acumular suficiente dinero para la jubilación puede constituir un reto para las mujeres, puesto que ellas suelen ser las principales cuidadoras, tanto de los hijos como de los mayores. Una esperanza de vida mayor en las mujeres significa que es posible que vivan solas durante un periodo de tiempo y necesiten cuidados profesionales ellas mismas, agravando el impacto del déficit de pensiones.	Las Consideraciones
Pueden ser útiles las soluciones de paquetes de seguros con servicios de apoyo, como selección de niñeras, pagos de préstamos flexibles durante el embarazo y la baja por maternidad, tasas de hipotecas basadas en los ingresos de vuelta al trabajo, productos de ahorro personalizados, y herramientas y apoyo para la planificación financiera.	Ayuda a las mujeres para que se preparen con antelación, integrando la planificación del cuidado y la financiación de los hijos en la planificación de ahorros y de la jubilación. Además, las mujeres valoran la cobertura de seguro que incluye el acceso a profesionales de la salud, así como asesoramiento financiero, legal y de salud, junto con asesoramiento para inversiones.	Además de la planificación de la ayuda y el ahorro para problemas médicos con tiempo, los préstamos a un bajo interés pueden ayudar a las mujeres con los gastos médicos, a medida que estos ocurren. Los productos de seguros de vida con protección diferenciada para las enfermedades de las mujeres, los cánceres y la maternidad, también podrían resultar ser extremadamente valiosos, al igual que los productos de efectivo para hospital, en los mercados de bajos ingresos.	Las mujeres necesitan orientación para manejar sus cuentas después de la muerte de un esposo o pareja y pueden necesitar asistencia con la planificación de sus futuros financieros sin una pareja. Los paquetes financieros que cubren el costo de los funerales, apoyo con el testamento, asesoramiento para inversiones y acceso a terapia para duelos, brindan todos valor a las mujeres en este momento de la vida.	Servicios de planificación para la jubilación, productos de inversión que tengan en cuenta las realidades de las mujeres, cursos de instrucción financiera personalizada, así como asesoramiento empático sobre el patrimonio que incorpore la planificación financiera familiar, pueden ayudar a las mujeres que se aproximan y experimentan este momento de la vida.	Cómo Pueden Ayudar los PSF

PROPORCIONANDO SOLUCIONES A LAS MUJERES EN MOMENTOS CLAVE DE LA VIDA

Con un profundo conocimiento de los momentos críticos de la vida de las mujeres, y las dinámicas financieras y los impactos emocionales resultantes, los PSF pueden adecuar propuestas de valor al cliente (PVC) que resuelvan etapas particulares de la vida de las mujeres. Soluciones holísticas que incorporan tanto servicios financieros como no financieros, así como estrategias de prestación de servicios que ayudan a personalizar aún más la interacción con el cliente y ofrecen una experiencia verdaderamente empática, son una estrategia ganadora para las mujeres.

Las soluciones para los momentos de la vida de las mujeres suponen a veces sencillas modificaciones en los productos. Por ejemplo, la introducción de la flexibilidad— tal como la capacidad de ofrecer una pausa temporal en el pago de la hipoteca, si una mujer está de baja por maternidad o tramitando un divorcio — puede brindar a las mujeres el espacio vital que necesitan en épocas de desafíos financieros. Los paquetes de productos que combinan productos financieros, tales como seguros, ahorros y préstamos, con servicios de asistencia y otros añadidos, proporcionan valor holístico en un momento particular de la vida.

Existen oportunidades a lo largo de cada uno de los momentos de la vida, para abordar los puntos problemáticos de las mujeres y facilitar que se preparen para las eventualidades de la vida, utilizando información personalizada para los productos y programación educativa. Los centros de información digital con recursos personalizados, como herramientas para la planificación y los presupuestos, así como programas de educación financiera organizados por el momento de la vida,

pueden ayudar a las mujeres y a sus familias a planificar mejor y a superar las dificultades financieras.

Además de ofrecer soluciones financieras y no financieras, el personal debe estar capacitado para interactuar con las clientes mujeres que están afrontando estos momentos, con confianza y comprensión. Puede resultar difícil manejar estas conversaciones, pero puede entrenarse al personal para que mantenga conversaciones empáticas y suministrarle herramientas sobre estos temas para mejorar su comprensión de lo que las mujeres pueden estar experimentando durante cada

momento específico de la vida. En definitiva, este tipo de enfoque empático genuino, puede ayudar a un PSF a profundizar las relaciones con todos sus clientes.

Una serie de instituciones financieras están implementando soluciones para atraer y prestar servicio a las clientes mujeres en momentos específicos de la vida. A continuación, ofrecemos ejemplos de casos de miembros líderes de Financial Alliance for Women.

Westpac: Ayuda, Empatía y Flexibilidad en el Servicio

in case study
brief

Visión a Largo Plazo de Momentos Cruciales de la Vida Moments

200 | Westpac GROUP

Westpac, que tiene su base en Australia, introdujo una estrategia de momentos de la vida en 2017, reconociendo que, para mantener su relevancia y establecer una conexión emocional con los clientes en la era de la digitalización, el banco debía estar ahí cuando importa de verdad.

Para lograr esto, Westpac revisó su enfoque hacia la segmentación y el posicionamiento. Sus investigaciones revelaron que un 70 por ciento de los australianos que cambiaron de banco, habían experimentado un evento de la vida significativo el año anterior. Una mirada en profundidad a la trayectoria del cliente y los momentos clave de su vida le permitió al banco descubrir lo que verdaderamente les importa a los australianos y cómo experimentan eventos cruciales en sus vidas. Westpac analizó las quejas, los elogios y la retroalimentación de la Calificación del Promotor Neto para conocer los puntos problemáticos en las vidas de las personas, lo que el banco estaba haciendo bien para superarlos y dónde debía mejorar.

La segmentación de las necesidades de los clientes, revisando profundamente de principio a fin la trayectoria emocional de los australianos a través de los principales hitos de su vida, es ahora el principal principio de segmentación del banco. Westpac se centra en los momentos de la vida que tienen la mayor oportunidad para que el banco proporcione apoyo, así como la mayor predisposición de los clientes a cambiar de banco. Estos momentos incluyen tener un hijo, pasar por un divorcio o separación y perder a un ser querido, entre otros. El banco descubrió que la segmentación de clientes por momentos de la vida aporta conocimientos mucho más importantes que la segmentación demográfica estándar— que no juega un rol tan importante como tradicionalmente piensan los bancos— y que, en su mayoría, todo el mundo necesita el mismo tipo de cosas durante momentos específicos de la vida.

“Creemos que lo que más les importa a nuestros clientes, nos importa a nosotros” — este es el lema de la marca Westpac y la base subyacente de la estrategia de momentos de la vida. Esta estrategia consiste en crear una conexión y empatizar con los clientes, ofreciéndoles flexibilidad en los productos y nuevas soluciones, según sea necesario, y proporcionar un contenido valioso, guías y listas de verificación significativas, a través de su Centro de Información online de Momentos de la Vida.

Para ejecutar esta nueva estrategia, Westpac ha brindado a su personal de cara al público y a los banqueros, las herramientas que necesitan para empatizar con los

clientes durante los momentos decisivos de la vida y les ofrece algo tangible. La empatía y la comprensión fueron el foco de la capacitación y los manuales de herramientas que utiliza el personal de apoyo para ayudar a los clientes, con palabras clave y guías que toman prestadas de especialistas en el área temática de cada momento de la vida. Si el problema es demasiado complejo para que lo maneje el gerente de relaciones, recurren al “equipo de asistencia prioritaria” de la compañía, para proporcionar apoyo adicional al cliente.

Aunque el enfoque de la estrategia se dirige al servicio, un componente clave para adaptarse a las circunstancias cambiantes de la vida de los clientes es poder ofrecer flexibilidad en los productos. Por ejemplo, muchas familias que planean tener un bebé, se preparan para la baja por maternidad y, en muchos casos, se preparan para vivir con un solo ingreso durante un cierto periodo de tiempo. La flexibilidad en los productos permite que el banco conceda a la mujer una pausa en los pagos de su hipoteca y la exima del pago de los cargos de transacción mientras no esté trabajando. El banco puede ahora reconocer sus ingresos de vuelta al trabajo, si la mujer busca una hipoteca para una vivienda más grande mientras está de baja por maternidad.

Las mujeres que atraviesan un divorcio o una separación, a menudo tienen una necesidad inmediata de acceder a fondos. La provisión de préstamos a corto plazo o cupones para centros comerciales para clientas de menores ingresos, les muestra que el banco entiende por lo que están pasando y está ahí para ayudarlas a recobrar su estabilidad financiera. Y para aquellas que están sufriendo la pérdida de un ser querido, disminuir la carga del papeleo, permitir que los gastos relacionados se saquen de las herencias y proporcionar un enfoque de gestión de casos durante este periodo emocional, crea una experiencia positiva.

La estrategia de momentos de la vida también se ha convertido en parte del branding externo del banco y Westpac comunica activamente historias emotivas de momentos de la vida a través de su publicidad — ayudando a los clientes a entender lo que ofrece el banco y logrando que acudan a Westpac.

El apoyo a los clientes al pasar por momentos clave de felicidad, incertidumbre y cambio está ayudando a diferenciar al banco: a finales de 2018 la consideración de la marca por aquellos que no son clientes aumentó en un 29 por ciento. También ha aumentado la productividad bancaria en un 25 por ciento.

Estableciendo Relaciones con los Empresarios



Foco en Momento de la Vida: Iniciando y Ampliando la Escala de un Negocio

NatWest, bajo el Grupo RBS, es el banco líder para las mujeres empresarias en el Reino Unido, con una estrategia centrada en desarrollar relaciones con las mujeres empresarias y cosechar su ambición y destrezas para lograr el crecimiento de sus negocios.

Los Especialistas en Empresarias de NatWest están en el núcleo de la relación de la institución con las mujeres empresarias, con más de 600 de ellos trabajando en todo el banco. Estos Especialistas capacitados proporcionan a las mujeres empresarias asesoramiento empresarial, acceso a soluciones financieras y conexiones con organizaciones y expertos locales relevantes. En 2018, los Especialistas en Empresarias y el equipo central de Mujeres Empresarias de NatWest organizaron más de 250 eventos, que llegaron a más de 12.000 empresarias y propietarias de negocios, centrándose en el acceso a la financiación, el crecimiento del negocio, la creación de redes profesionales y la mentoría.

En los últimos años, NatWest ha empezado a centrarse en el desarrollo de la mentalidad emprendedora de su propio personal, lo que ha ayudado a profundizar en estas relaciones. En la Entrepreneurial Development Academy (EDA – Academia de Desarrollo Empresarial), el banco pone énfasis en instruir al personal para que entienda cómo piensan las mujeres empresarias, cómo resuelven los problemas y los retos que afrontan al iniciar y desarrollar un negocio. Mientras que la Capacitación para Mujeres Empresarias se centra en el personal de cara al público, que luego sale a dar apoyo a las mujeres empresarias o propietarias de negocios, la EDA está abierta a todo el personal del banco. Los dos programas de capacitación se desarrollan paralelamente, proporcionando la EDA un conocimiento más profundo sobre la mentalidad empresarial y los retos que afrontan los negocios en torno al crecimiento, la escala y la financiación, sin importar el género. A junio de 2019, más de 16.000 empleados habían participado en la EDA.



Banco **BHD León**

Ofreciendo Paquetes de Soluciones Dirigidas a un Objetivo

Foco en Momento de la Vida: Comprando e Inviertiendo en una Vivienda

Banco BHD León, en la República Dominicana, lanzó su estrategia de Banca Mujer en 2015, tras realizar una investigación de diseño centrada en la persona para entender las motivaciones de las mujeres, sus preocupaciones y necesidades. El banco halló que, independientemente del estatus de empleo, la educación, el ciclo de la vida o la etapa del negocio, las mujeres en la República Dominicana tienen preocupaciones y metas en torno a: salud personal y familiar, salud y educación de los hijos, propiedad de una vivienda, éxito del negocio y necesidad de equilibrio, y cuidado de sus padres de edad avanzada.

Las investigaciones realizadas por el banco revelaron que la propiedad de un hogar es un sueño para muchas mujeres en su mercado y que dicho sueño está ligado a su motivación para mantener a su familia. Las investigaciones también revelaron que, para poder adquirir y renovar una vivienda, las mujeres necesitan más apoyo que solo una hipoteca. El banco contempla múltiples necesidades, con paquetes de soluciones que ofrecen cuentas de ahorros programados para ayudar a las mujeres a ahorrar para el pago inicial de la compra de una vivienda, servicio de apoyo con la documentación durante el complejo proceso de la solicitud de una hipoteca, así como acceso a servicios de tasación fiables, a un precio económico. Además, los préstamos de Banco BHD León incluyen asistencia técnica para el hogar, que

proporciona a las mujeres acceso a fontaneros, técnicos y otros servicios de mantenimiento que están certificados como seguros y fiables. Por último, el banco proporciona a las mujeres que están renovando sus hogares un préstamo a un plazo más largo, que es más barato que el préstamo de consumo alternativo.

El apoyo integral para la vivienda que Banco BHD León proporciona a las mujeres, ha dado lugar a un impulso en las cifras de las hipotecas, siendo las mujeres responsables del 42 por ciento del crecimiento de las hipotecas del banco en 2018. El banco ha hallado también que las mujeres con hipotecas tienen más productos por cliente que aquellas sin hipotecas – 5.2 vs. 2.2 – y que son más rentables, contribuyendo en promedio USD1,514 por cliente y por año, comparado con USD187, para aquellas sin hipotecas.

Adecuando Soluciones para la Planificación de la Jubilación Planning Solutions



Foco en Momento de la Vida: La Jubilación

AXA, una compañía de seguros de ámbito mundial, lanzó una estrategia global de Banca Mujer en 2016, después de realizar una extensa investigación de mercado sobre los riesgos, las necesidades de protección y las actitudes hacia los seguros de una gran variedad de segmentos de mujeres. La aseguradora halló que, mientras los hombres compran productos financieros regularmente, las mujeres tan solo suelen buscar soluciones financieras durante momentos clave de la vida, tales como al quedarse embarazadas, entrar en la fuerza laboral, poner en marcha una compañía, separarse de una pareja y jubilarse. Para abordar estos resultados, AXA diseñó varias soluciones para las mujeres en mercados emergentes y en desarrollo, que se adaptan a sus necesidades durante momentos cruciales de la vida.

Cuando se trata de prepararse para la jubilación, las investigaciones de AXA hallaron que a las mujeres les preocupan principalmente su independencia financiera y no convertirse en una carga para sus hijos. Al mismo tiempo, justo cuando las mujeres necesitan verdaderamente acceder a sus fondos de pensiones, a menudo se sienten presionadas por múltiples prioridades, incluyendo el cuidado de las personas de edad avanzada y el logro de objetivos a largo plazo, como el pago de la educación terciaria de los hijos. AXA diseñó soluciones de seguros para la jubilación que incluyen asistencia para la mujer en las labores domésticas, cuidado de su propia salud mental y física, y la de sus padres e hijos, y protección crediticia, que les cubre en caso de viudedad.

En Francia, AXA organiza reuniones previas a la jubilación para clientas y sus amigas. Durante estas reuniones, la compañía ofrece una visión general del panorama de la jubilación y las diferencias entre los hombres y las mujeres, específicamente en torno al divorcio o la viudedad, para ayudar a las mujeres a que se preparen para este momento clave de la vida. El sesenta por ciento de las mujeres que asisten a las reuniones pide una cita con un agente de AXA posteriormente y un 45 por ciento adquiere un nuevo producto de la compañía.

LIDERANDO EN MOMENTOS DE LA VIDA

in
brief

Las instituciones financieras principales de todo el mundo son cada vez más conscientes de que varios momentos de la vida que afrontan las mujeres les crean distintas presiones financieras, a menudo durante estados de gran emotividad. Los PSF pueden lograr una mejor comprensión sobre cómo crear valor para las mujeres que experimentan estos eventos, realizando una segmentación de momentos de la vida en sus mercados. Los conocimientos obtenidos pueden ayudar a un PSF a determinar, tanto cómo entender las necesidades financieras de las mujeres de la manera más significativa a través de las diferentes etapas de su vida, como la forma más efectiva de proporcionarles las soluciones adecuadas.

Una estrategia exitosa de momentos de la vida apoya la resiliencia financiera de las mujeres, desarrolla su lealtad y asegura la relevancia de los PSF en esta época de alteraciones. Los momentos de la vida y las soluciones exploradas en este documento ofrecen un punto de partida para estas iniciativas.

La Alianza y sus miembros están agradecidos por la generosa contribución financiera del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo por la producción de este informe y a IDB Invest por la traducción de este informe.



IDRC | CRDI

International Development Research Centre
Centre de recherches pour le développement international



Canada

ENDNOTES

1. Instituto de Estadística de la UNESCO, School enrollment, tertiary, female (percent gross), (2018); Isabelle Bilton, "Women are outnumbering men at a record high in universities worldwide," SI News, (2018); UNESCO, Women and Girls' Education — Facts and Figures, (2014).
2. McKinsey y LeanIn.Org, Women in the Workplace 2018, (2018).
3. Our World in Data, "Working women: Key facts and trends in female labor force participation," (2017).
4. Global Entrepreneurship Monitor, Women's 2016/2017 Entrepreneurship Report, (2017).
5. Frédéric Meunier, Yulia Krylova, Rita Ramalho, "Women's Entrepreneurship: How to Measure the Gap Between New Female and Male Entrepreneurs?" World Bank Development Economics Global Indicators Group, (2017).
6. Unified Lawyers, Divorce Rate by Country: The World's 10 Most and Least Divorced Nations, (2017).
7. Stephen Little, "Money worries biggest reason for marriages ending, survey finds," The Independent, (2018).
8. Foro Económico Mundial, "Women own less than 20% of the world's land. It's time to give them equal property rights," (2017).
9. Jacqueline Howard, "The costs of child care around the world," CNN, (2018).
10. Biblioteca del Parlamento del Reino Unido, "Women and the Economy," (2019).
11. Overseas Development Institute, "Women's work: Mothers, children and the global childcare crisis," (2016).
12. Nidhi Sharma, Subho Chakrabarti, Sandeep Grover, "Gender differences in caregiving among family — caregivers of people with mental illnesses," World Journal of Psychiatry, (2016).
13. Grove Potter, "Elder caregiving a growing burden to women in mid-career," UBNOW, (2016).
14. World Cancer Research Fund International, Datos mundiales sobre el cáncer (2018).
15. Organización Mundial de la Salud, "Countries are spending more on health, but people are still paying too much out of their own pockets," (2019).
16. Foro Económico Mundial, "The scary facts behind the gender pension gap," (2018).
17. UBS, "Own your worth: How women can break the cycle of abdication and take control of their wealth," (2018).
18. Institute of Preventive and Clinical Medicine, "Women live longer than men," (2013).
19. Foro Económico Mundial, "The scary facts behind the gender pension gap," (2018).

FINANCIAL ALLIANCE FOR WOMEN

Acerca de Financial Alliance for Women

Fundada en 2000, Financial Alliance for Women – anteriormente Alianza Global de Bancos para la Mujer – es el único consorcio global de instituciones financieras que se dedica a apoyar a sus miembros para que aprovechen la oportunidad del segmento Mujer. Nuestros miembros trabajan en más de 135 países para crear amplios programas innovadores que proporcionan a las mujeres las herramientas que necesitan para tener éxito, incluyendo el acceso al capital, la información, la educación y los mercados.

La membresía en la Alianza proporciona a las instituciones financieras el acceso a una comunidad global única de homólogos, que han demostrado que la prestación de servicios a las mujeres es un buen negocio. Como una estrecha red de instituciones, Financial Alliance for Women ofrece una amplia gama de servicios para ayudar a las organizaciones a diseñar, implementar y perfeccionar programas eficaces de Banca Mujer. Además, la Alianza trata de utilizar su voz colectiva para abogar por una mayor concienciación sobre el rol económico vital de las mujeres como consumidoras, inversoras y empresarias creadoras de empleo.

FinancialAllianceforWomen.org
@FAforWomen