

---

# Brechas de género en las encuestas de capacidades financieras de CAF:

Panamá, Uruguay  
y Paraguay.

---



BANCO DE DESARROLLO  
DE AMÉRICA LATINA  
Y EL CARIBE

Editor: CAF

Vicepresidencia del Sector Privado

Autores: Diana Mejía, María Alejandra Saavedra, Barbara Auricchio, Edgar Lara y Meyly Valdez<sup>1</sup>

Las ideas y planteamientos contenidos en la presente edición son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no comprometen la posición oficial de CAF.

Diseño gráfico: GOOD ;)

Esta y otras publicaciones sobre capacidades financieras y género se encuentran en:  
[scioteca.caf.com](http://scioteca.caf.com)

Copyright © 2023 Corporación Andina de Fomento. Esta obra está licenciada bajo la Licencia Creative Commons Atribución-No-Comercial-SinDerivar 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita <http://creativecommons.org/by-nc-nd/4.0/>.

---

<sup>1</sup> Los autores son Especialista Senior de la Dirección de Análisis y Evaluación Técnica de Sector Privado (DAETSP), Pasante de la DAETSP, Coordinador de la Unidad de Género, Inclusión y Diversidad (GGID), Ejecutiva Principal de la Unidad de Género de la GGID y Ejecutiva Principal de la DAETSP, respectivamente.

# Introducción

La educación financiera impacta de forma positiva el bienestar de los individuos, el desarrollo económico y el desarrollo social de los territorios, a través de las herramientas que brinda a las personas para tomar decisiones adecuadas frente a sus finanzas (Banco Mundial, 2015). En este orden de ideas, varios estudios se han enfocado en identificar las diferencias entre personas que cuentan con una mayor comprensión de conceptos financieros y aquellas que los desconocen en algún grado.

A partir de lo anterior, CAF – banco de desarrollo de América Latina – ha venido realizando encuestas de medición de capacidades financieras en Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Paraguay, Panamá y Uruguay utilizando la metodología de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). A través de estas se busca identificar los conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos de los individuos en cada uno de los países e identificar las diferencias entre grupos poblacionales. Así, las encuestas pueden desagregarse por diversas

variables sociodemográficas de los individuos como nivel socioeconómico, zona de residencia, pertinencia étnico-racial, edad, nivel educativo y sexo. Igualmente, éstas fueron realizadas a partir de una muestra de 1.200 personas encuestadas y cuentan con un margen de error de +/- 2,8%.

En el actual documento se presentan los principales resultados para las más recientes encuestas realizadas en Panamá, Paraguay y Uruguay en 2022. En este, al igual que en el documento anterior de capacidades financieras<sup>2</sup>, se identifican brechas de género en cada uno de los siguientes temas a los que se les va a dedicar una sección: i) planificación financiera, ii) ahorro, iii) metas financieras, iv) planes de jubilación, v) estrategias para llegar a fin de mes, vii) resiliencia y vulnerabilidad financiera, viii) tenencia de productos financieros, ix) elección de productos financieros, x) confianza en las instituciones financieras, xi) conocimientos financieros, xii) actitudes financieras, xiii) comportamientos financieros, xiv) capacidades financieras y xv) bienestar financiero.

---

2 Ver Auricchio, B., Lara, E., Mejía, D., Remicio, P., & Valdez, M. (2022). Capacidades financieras de las mujeres. Brechas de género en las encuestas de capacidades financieras de CAF: Brasil, Colombia, Ecuador y Perú en <http://cafsciotea.azurewebsites.net/handle/123456789/1875>

Los resultados que serán expuestos a lo largo de este documento pueden ser asociados a estructuras de restricción de género como normas, sesgos, costumbres, creencias y valores sobre el comportamiento, las habilidades y las características de hombres y mujeres que ponen en gran desventaja a estas últimas (Espino et al., 2014). Según Kabeer (2012), es posible clasificar estas restricciones en dos: las intrínsecas, que corresponden a los roles asignados por la sociedad a cada uno de los individuos por su género, y las impuestas, que están asociadas a la reproducción de ideas preconcebidas sobre la feminidad y la masculinidad por parte del Estado y los mercados. Cualquiera de estos dos tipos de restricción puede encontrarse en la raíz de diversos tipos de desigualdades como la segregación en los tipos de empleo o las observadas en las brechas salariales (Espino et al. 2014). Estas estructuras de restricción de género se profundizan aún más cuando se trata de mujeres con responsabilidades familiares y de ingresos bajos (Kabeer, 2008).

Estas estructuras son la principal barrera para que las mujeres accedan y usen los servicios financieros. Según el último informe del Global Findex, desde 2014 la brecha de género se ha cerrado gradualmente a nivel mundial. En las economías desarrolladas, por ejemplo, se

experimentó un cierre de la brecha de aproximadamente 2 puntos porcentuales a lo largo de los años. No obstante, esta tendencia no se observa en América Latina y el Caribe, donde se encontró que, aunque en general la tenencia de cuentas aumentó, la brecha de género se amplió aproximadamente en 3 puntos porcentuales. De acuerdo con los estudios realizados en CAF a partir de los resultados de las encuestas de capacidades financieras en varios países de la región<sup>3</sup>, se evidencian brechas de género no solo en el acceso y uso de productos financieros, sino en los conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos financieros, lo cual se deriva en menores niveles de bienestar financiero para las mujeres<sup>4</sup>. Algunas de las barreras que impiden un mayor acceso y uso de las mujeres a los productos y servicios financieros pueden ser la feminización del trabajo en sectores informales, la sobrecarga de trabajo de cuidado no remunerado que asumen las mujeres (ambas dentro de la categoría de restricciones intrínsecas) y las formas de contratación (restricción impuesta). En promedio, en la región de América Latina, las mujeres dedican más del doble del tiempo respecto a los varones al trabajo reproductivo no remunerado, determinando una pobreza de tiempo que no les permite dedicarse a otras actividades para su empoderamiento económico.

---

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2022/12/inclusion-financiera-en-america-latina-que-tanto-hemos-avanzado/>

# Planificación financiera

La planificación financiera representa un factor clave en el bienestar personal y de los hogares en la medida en que les permite a los individuos ser conscientes de sus finanzas y actuar adecuadamente ante los imprevistos. De la misma forma, la planificación implica un análisis riguroso de la situación actual y permite establecer objetivos de largo plazo, lo cual promueve la autonomía y el empoderamiento personal (Auricchio, Lara, Mejía, Remicio y Valdez, 2022). Entender las dinámicas de género sobre la toma de decisiones y las acciones que se emprenden para cumplirlas, permite evidenciar los roles de género impuestos a las mujeres que impiden que la brecha se cierre.

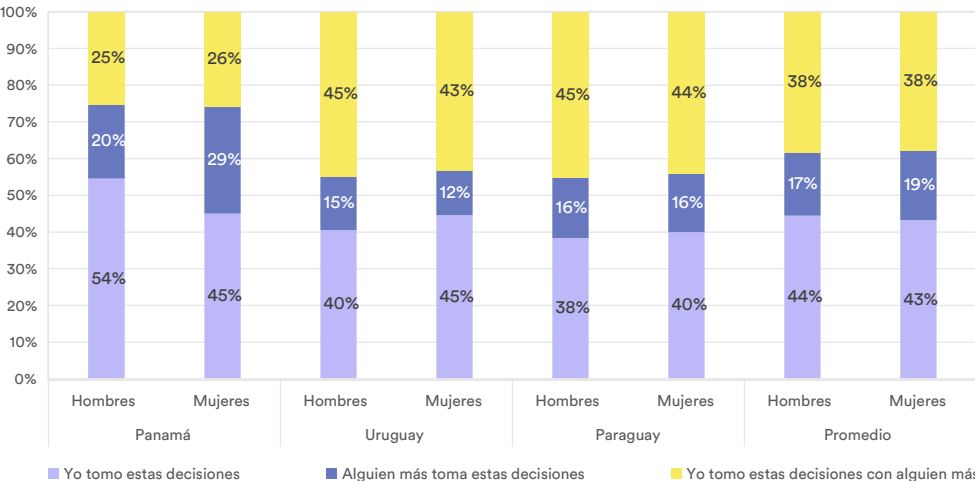
Particularmente, la toma de decisiones dentro de los hogares se encuentra condicionada por normas sociales dentro de las cuales se encuentran las de género. Existe amplia evidencia que demuestra que las mujeres tienen una mayor incidencia en las decisiones vinculadas a la educación y el consumo doméstico, por estar relacionadas directamente con los roles del hogar y la esfera privada, mientras que los hombres tienen mayor poder de decisión sobre las finanzas y lo relacionado con lo público (Lewis, 2008; Cerri y Alamillo-Martínez, 2012).

Como se observa en el Gráfico 1, acerca de la pregunta “¿Quién es el responsable de tomar las decisiones diarias acerca de las finanzas en su hogar?”, para los tres países analizados se encuentra una brecha promedio casi inexistente (1,1 puntos porcentuales -pp-) en la respuesta “yo tomo estas decisiones”, en donde el 44% de los hombres y el 43% de las mujeres respondió de esta forma. En esta misma opción de respuesta, existe una brecha a favor de los hombres solo en Panamá en donde 54% de los hombres y 45% de las mujeres deciden personalmente sobre las finanzas del hogar (brecha de 9 pp). Por el contrario, en Uruguay y Paraguay las mujeres son las que más toman las decisiones del hogar por su cuenta con una brecha a favor de 4,2 pp y 1,6 pp en cada país, respectivamente.

La mayor brecha en desventaja de las mujeres de Uruguay se encuentra en la respuesta “alguien más toma estas decisiones”, en donde el 15% de los hombres respondieron de esta forma respecto al 12% de las mujeres (brecha de 2,4 pp). En Paraguay, la mayor brecha se presenta en la respuesta “yo tomo estas decisiones con alguien más”, en donde el 45% de los hombres dice compartir la decisión mientras que el 44% de las mujeres dice hacerlo (brecha de 1,1 pp).

Gráfico 1

¿Quién es el responsable de tomar las decisiones diarias acerca de las finanzas del hogar?



Teniendo en cuenta lo anterior, es posible afirmar que en Paraguay y Uruguay las mujeres cuentan con una mayor independencia que los hombres en la toma de decisiones financieras del hogar y son los únicos dos países, incluyendo los resultados de las encuestas de capacidades financieras realizadas en Brasil, Colombia, Ecuador y Perú, en donde la brecha favorece a las mujeres. **Uruguay resalta como el país donde las mujeres se encuentran más empoderadas con relación a la toma de decisiones financieras por su cuenta.** Condiciones del país como el aumento en la inserción de las mujeres al mercado laboral, de los salarios reales y del nivel de educativo, así como la disminución de los niveles de desempleo y de informalidad<sup>5</sup> podrían explicar los resultados. Particularmente, Espino y Leites (2008) encuentran una correlación positiva entre las tasas de actividad femenina y la creciente acumulación de capital humano que, en los últimos años ha superado a la de los hombres (Espino et al., 2014). Así, mujeres con mayores niveles educativos presentan mayores tasas de actividad y tienden a incrementar tempranamente su participación en la economía. Es importante señalar que a medida que la participación laboral de las mujeres aumenta se incrementa también su contribución económica, lo que tiene un impacto positivo en su empoderamiento y en el poder de decisión en su hogar (Chant, 1999; Lázaro et al., 2005).

Por su parte, la brecha a favor de los hombres en Panamá puede explicarse por la falta de conocimientos financieros o la creencia asociada a estereotipos de que las mujeres tienen menores conocimientos y habilidades que los hombres. Esta y otras ideas preconcebidas sobre la masculinidad y la feminidad influyen

significativamente en la autopercepción y autoconfianza de las mujeres, pues puede hacerlas sentir incapaces de tomar decisiones financieras para su hogar y que opten por tomar estas decisiones con alguien más o dejar que otra persona de la familia las tome. Otras explicaciones plausibles pueden ser la brecha en la participación en el mercado laboral<sup>6</sup> y la menor remuneración por el sector en el que trabajan las mujeres (mayoritariamente informal) o por discriminaciones que, en este caso, disminuyen la contribución de la mujer y su poder de decisión dentro del hogar.

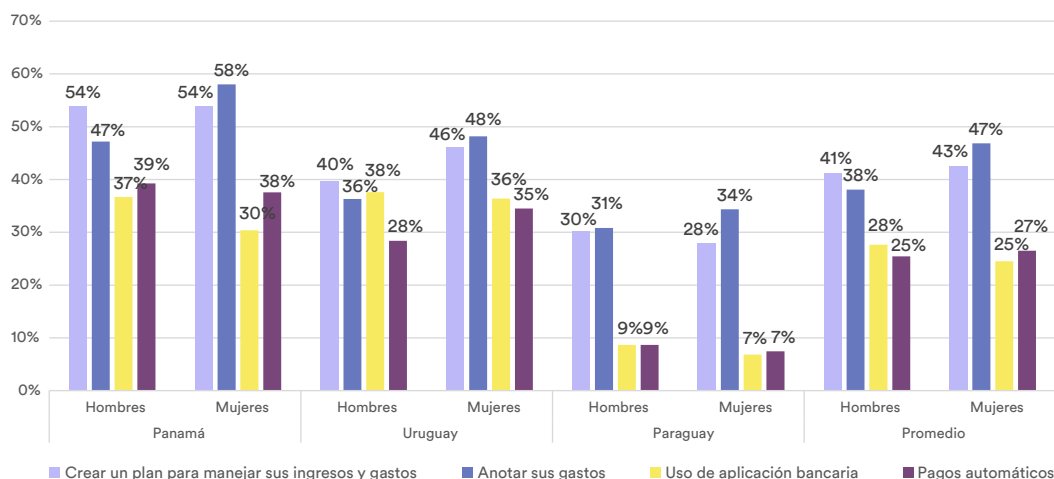
Ahora bien, otro de los elementos fundamentales son las actividades para el manejo de las finanzas o gastos dentro de los cuales se preguntó en las encuestas por la creación de un plan para manejar los ingresos y los gastos, el registro de los gastos, el uso de aplicaciones bancarias y los pagos automáticos. Frente a la primera, en promedio las mujeres son más propensas a crear un plan para manejar sus ingresos y gastos con una diferencia a su favor de 1,3 pp. Asimismo, las mujeres son más propensas a hacer un seguimiento de sus gastos al anotarlos que los hombres. Esta brecha es mayor en Uruguay, en donde el 36% de los hombres y el 48% de las mujeres exhiben esta conducta (brecha de 11,9 pp), seguido de Panamá en donde la proporción entre hombres y mujeres es de 47% y 58% respectivamente (brecha de 10,8 pp) y por último Paraguay en donde la brecha es de 3,5 pp (31% de los hombres registra sus gastos mientras que 34% de las mujeres lo hace). **Esto visibiliza una mayor propensión de las mujeres en la planificación de ingresos y gastos y sobre todo de registro de gastos respecto a los hombres.**

5 Para 2022, la tasa de desempleo en Uruguay se ubicó en 7,8% aunque la brecha continúa siendo significativamente alta en desventaja de las mujeres (2 pp). Por otro lado, la tasa de informalidad en el país es significativamente baja de 21% (Instituto Nacional de Estadística Uruguay, 2022).

6 De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), en Panamá en el 2019 el porcentaje de mujeres económicamente activas estuvo 10 puntos por debajo del promedio latinoamericano (55%), y en 2021, producto de la pandemia, disminuyó casi 8 puntos (a 47,3%).

Gráfico 2

¿Hace usted alguna de las siguientes actividades para usted o para su hogar?



La mayor diferencia a favor de los hombres se encuentra en el uso de medios digitales como las aplicaciones bancarias. En promedio el 28% de los hombres usa este tipo de tecnología en comparación al 25% de las mujeres (brecha de 2,9 pp). Al examinar cada país, **esta brecha es más amplia en Panamá (6,3 pp), en donde 37% de los hombres y 30% de las mujeres afirma hacer uso de esta herramienta.** En Uruguay y Paraguay esta brecha es mucho menor con 38% de los hombres y 36% de las mujeres en el primer país (brecha de 1,2 pp), y 9% de los hombres y 7% de las mujeres en el segundo (brecha de 1,2 pp) haciendo uso de las aplicaciones bancarias. Estos resultados reflejan la brecha digital de género en desventaja de las mujeres, por la cual estas tienen una menor habilidad y conocimiento para manejar herramientas tecnológicas, así como también menor acceso a las tecnologías de la información y la

comunicación (TIC) (Vaca et al, 2022), como consecuencia de normas sociales y roles de género que sufren las mujeres en el ámbito familiar, laboral y educativo. De acuerdo con datos de la CEPAL<sup>7</sup>, en la mayoría de los países de la región, la proporción de mujeres graduadas de carreras de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (CTIM) no supera el 40%. Los campos más críticos son ingeniería, industria y construcción (con 30,8% de participación de mujeres en la matrícula de educación superior en 2019) y tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) con 18% de participación de mujeres en la matrícula de educación superior en 2019. Además, se estima que 4 de cada 10 mujeres en América Latina y el Caribe no están conectadas y/o no pueden costear una conectividad efectiva (acceso a Internet, disponibilidad de dispositivos y habilidades básicas para su utilización).

7 <https://www.cepal.org/es/comunicados/instan-cerrar-la-brecha-digital-genero-lograr-la-autonomia-mujeres-la-igualdad>

# Ahorro

## 8

Los resultados de las encuestas demuestran que la propensión al ahorro es muy baja para los tres países, aunque es significativamente más baja en Paraguay, en donde solo 18% de los hombres y 17% de las mujeres respondieron afirmativamente a la pregunta (Gráfico 3). Este resulta ser un hallazgo compartido con los resultados de las encuestas anteriores en Brasil, Colombia, Ecuador y Perú, lo que lleva a **la conclusión de que la propensión al ahorro en Latinoamérica es significativamente baja**. Los bajos niveles de educación financiera que serán expuestos en las siguientes secciones pueden ser una de las principales explicaciones por las que las personas no tienen una conducta de ahorro, aunque también se hace necesario señalar el débil acceso al sistema financiero por falta de confianza en las instituciones o los altos costos para tener y usar una cuenta o realizar transacciones como posibles razones.

Respecto a las brechas de género, en Uruguay y Paraguay, las mujeres suelen ahorrar menos que los hombres, mientras que en Panamá la proporción de mujeres que ahorran es mayor, aunque la diferencia no es estadísticamente representativa (brecha de 0,04 pp). Concretamente, en Uruguay la brecha se ubica en 5,5 pp y en Paraguay en 1,06 pp (Gráfico 3). Dentro de las razones que pueden explicar esta diferencia a favor de los hombres sobresalen la menor inserción en el mercado laboral por parte de las mujeres y su mayor participación en los trabajos de cuidado no remunerados. Asimismo, inciden la brecha salarial, que impide la obtención de mayores ingresos disponibles para destinar al ahorro, el nivel de escolaridad y el acceso a transferencias del gobierno (Nava, Brown y Domínguez, 2014).

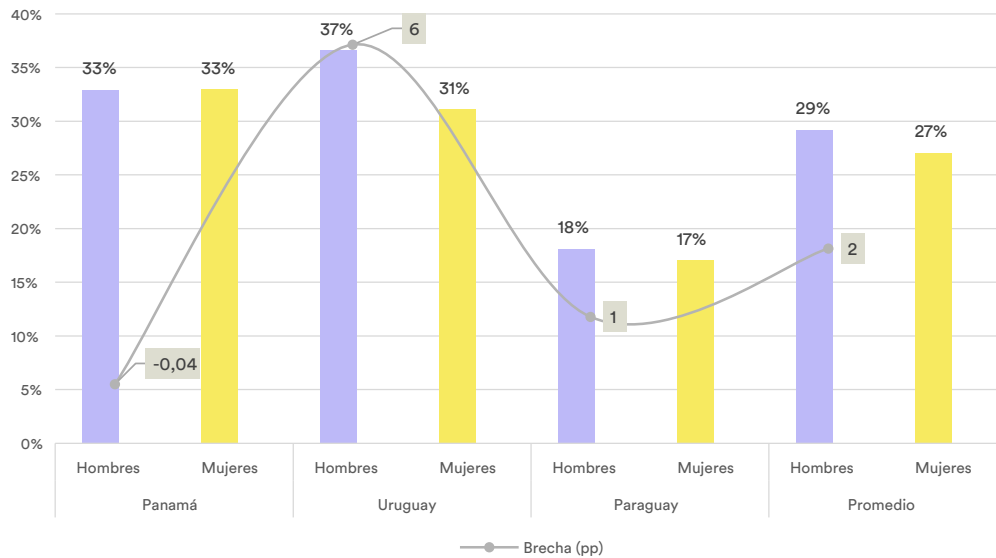
Considerando lo anterior, para el caso particular de Paraguay, el 49,2% de las mujeres adultas ha alcanzado al menos un año de educación secundaria frente al 84,6% de los hombres (Eurosocial, 2021a). Esto puede explicar la brecha de participación en el mercado laboral que se encuentra a favor de los varones en 25,4 pp y también la diferencia en el ingreso nacional anual bruto per cápita, a partir del cual se estima que las mujeres obtienen en promedio USD 8.855 y los hombres USD 15.483 (Eurosocial, 2021a). Asimismo, es importante destacar que en Paraguay, en 2021, el 26,5% de las mujeres de 15 años y más no contaba con ingresos monetarios propios frente a un 11% de hombres, brecha que se agudiza en las zonas rurales, con una tasa de 35% y 14% respectivamente<sup>8</sup>.

Por su parte, el caso de Panamá es mucho más alentador que el de Paraguay. Específicamente, 74,8% de las mujeres adultas y el 68,4% de los hombres ha alcanzado por lo menos educación secundaria (Eurosocial, 2021b). Sin embargo, eso no se traduce en una mayor participación de las mujeres en el mercado laboral, pues la brecha se encuentra a favor de los hombres en 28 pp. Frente a la remuneración, se estima que el ingreso nacional anual bruto per cápita de las mujeres es de USD 16.106 y el de los hombres de USD 24.788 (Eurosocial, 2021b). Acerca de las transferencias monetarias, según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en Panamá antes de la pandemia se estimaba que los beneficiarios de las transferencias eran aproximadamente el 56% de la población, mientras que en Paraguay era de 17% y solo aumentó durante la pandemia en 1 pp (Stampini et al., 2021).

8 CEPAL, sobre la base de Banco de Datos de Encuestas de Hogares (BADEHOG).

Gráfico 3

En los últimos 12 meses, ¿usted ha estado ahorrando dinero (así ya no lo tenga)?

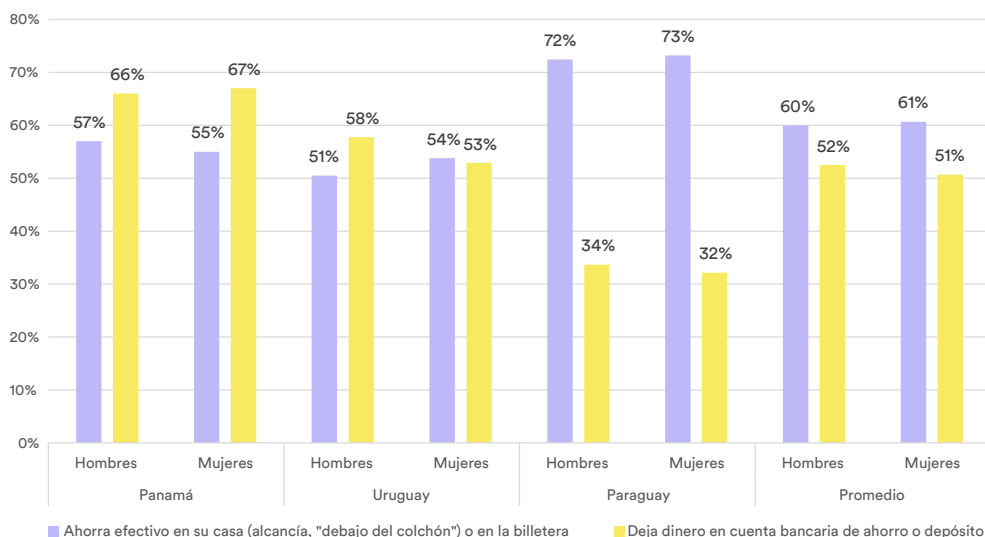


Las formas en las que más ahorran las personas en los tres países son “debajo del colchón” y en una cuenta de ahorros. **Frente a la primera, la proporción de mujeres y hombres que usan este método de ahorro es significativamente más grande en Paraguay en donde 72% de los hombres y 71% de las mujeres afirman usar este método (brecha de 0,76 pp).** Respecto a la

segunda forma de ahorro, las mujeres dejan en menor proporción dinero en una cuenta de ahorro en Uruguay y Paraguay con una brecha de 4,9 pp y 1,53 pp respectivamente. En Panamá, la brecha se encuentra a favor de las mujeres, en donde el 67% respondió afirmativamente a esta opción, mientras que el 66% de los hombres lo hizo (brecha de 1 pp).

Gráfico 4

En los últimos 12 meses, ¿usted ha estado ahorrando dinero de cualquiera de las siguientes formas (así tenga o no el dinero ahora)?



# Metas financieras

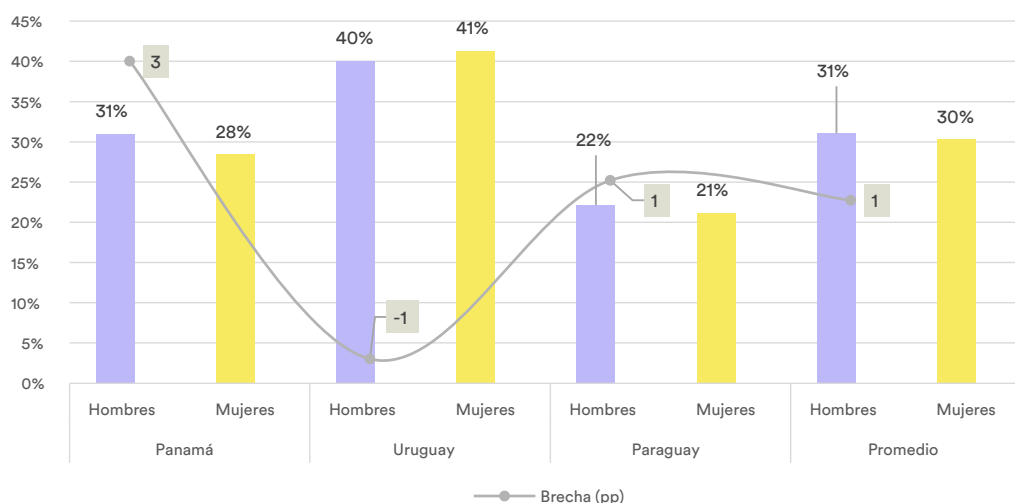
En los tres países analizados, en promedio, 31% de los hombres establece metas financieras y 30% de las mujeres lo hacen (Gráfico 5). El porcentaje más bajo en este indicador lo tiene Paraguay en donde 22% y 21% de los hombres y mujeres, respectivamente, dicen tener metas financieras (brecha de 1,02 pp). Sin embargo, la brecha más alta a favor de los hombres se encuentra en Panamá, en donde 31% de los hombres establece metas financieras mientras que solo el 28% de las mujeres lo hace (brecha de 2,5 pp). **Por su parte, Uruguay cuenta con una brecha a favor de las mujeres de 1,2 pp.** En

**específico, 41% de las mujeres establecen metas financieras y 40% de los hombres lo hacen.**

El resultado de Uruguay confirma avances en el empoderamiento económico de las mujeres en el país, donde en 2021 solo un 10,2% de las mujeres no tienen ingresos propios<sup>9</sup>. El sistema integral de cuidado del país y su política de conciliación social están reduciendo la sobrecarga del trabajo de cuidado no remunerado de las mujeres, a beneficio de su mayor participación en el mercado laboral con una tasa del 54,3% vs 69,8% de los hombres<sup>10</sup>.

Gráfico 5

Algunas personas establecen metas de ahorro tales como pagar los estudios, comprar un auto o pagar las deudas. ¿Usted (personalmente o con otra persona) tiene alguna meta financiera?



<sup>9</sup> Ibidem.

<sup>10</sup> Ibidem.

Adicional a la pregunta anterior, se indagó sobre su meta de ahorro más importante (Gráfico 6). A partir de esta, se **evidenció que las dos principales metas son la compra de inmuebles (vivienda o terreno) y la compra o el pago de un vehículo o medio de transporte**. Respecto a la primera, en promedio, los hombres priorizan más esta meta (brecha de 2,18 pp). Particularmente, la brecha es a favor de los hombres en Uruguay (1,9 pp) y Paraguay (5,95 pp), pero no en Panamá, en donde esta se encuentra a favor de las mujeres 1,3 pp. Por su parte, frente a la segunda meta mencionada, la brecha en los tres países se encuentra a favor de los hombres, con una brecha más amplia en Panamá (7,96 pp), en donde 15% de los hombres y 7% de las mujeres afirman tener esta meta financiera.

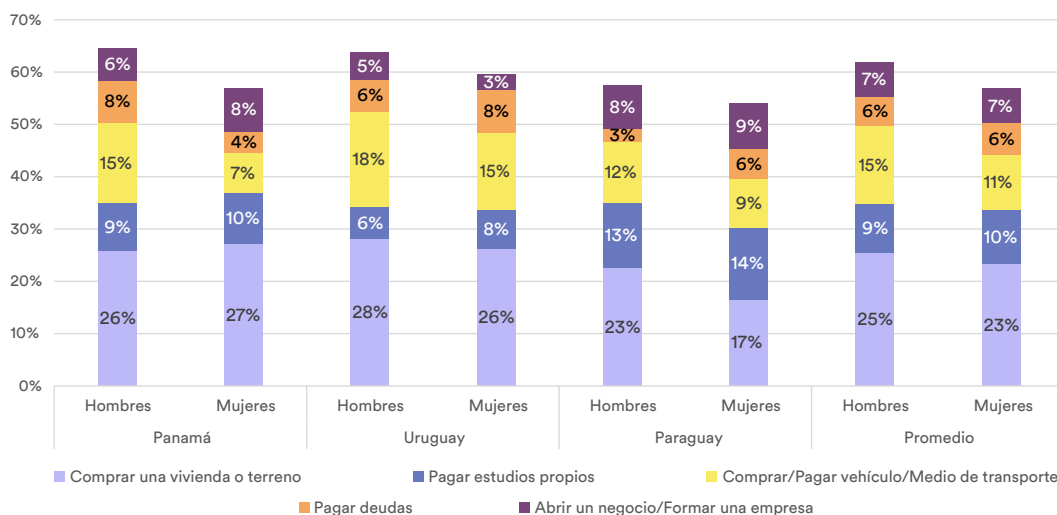
En los tres países analizados, en promedio, la meta financiera de pagar estudios propios se encuentra a favor de las mujeres con una brecha de 1,07 pp. Específicamente, en Uruguay 6% de los hombres y 8% de las mujeres tienen esta meta (brecha de 1,3 pp); en Paraguay, 13% de los hombres y 14% de las mujeres afirman tener esta meta como la más importante (brecha de 1,17 pp); en Panamá, el porcentaje de

hombres y mujeres que responden con esta opción es de 9% y 10% respectivamente (brecha de 0,73 pp). En esa misma línea, la meta financiera de pagar los estudios de un/a hijo/a o un familiar es más popular entre las mujeres con un porcentaje promedio entre los tres países de 6% de los hombres y 12% de las mujeres eligiendo esta opción (brecha de 5,87 pp). De los tres países, Paraguay presenta la mayor brecha (7,7 pp) con un porcentaje asociado a hombres y mujeres de 7% y 14%, respectivamente. La brecha que le sigue es la de Panamá (6,5 pp) y la más baja es la de Uruguay (brecha de 3,4 pp).

Ahora bien, frente al pago de las deudas como meta financiera principal, la brecha más amplia a favor de las mujeres se presenta en Paraguay (3,26 pp) y en Uruguay (2 pp). Por su parte, Panamá presenta una brecha a favor de los hombres, con una diferencia de 3,85 pp. Por último, la meta de abrir un negocio o formar una empresa se encuentra también en promedio a favor de las mujeres, aunque esta brecha es significativamente baja. Específicamente, la brecha se ubica en 2,3 pp a favor de las mujeres en Panamá y en 2,3 pp a favor de los hombres en Uruguay.

Gráfico 6

Podría decirme, brevemente, ¿cuál es su meta de ahorro más importante?



Detrás de la priorización de las metas financieras, los roles de género se encuentran presentes. Como lo mencionan Auricchio et al. (2022), en este punto es importante preguntarse sobre cómo incide el rol protector y proveedor del hombre y el rol cuidador de las mujeres. Estos roles se pueden asociar, por ejemplo, con una mayor tendencia de los hombres a comprar una vivienda o terreno y a una mayor probabilidad de las mujeres a pagar las deudas o pagar sus propios estudios para su bienestar. Sobre el pago de las deudas, aunque la diferencia entre hombres y mujeres no es tan alta, igual puede soportar la creencia de que las mujeres son más cumplidas con sus pagos que los hombres en el sistema financiero. Adicionalmente, el hecho que las mujeres prioricen más como meta financiera el pago de los estudios de hijos/as o un familiar, confirma su rol como cuidadoras, que implica no solo un tiempo de dedicación importante sino también un mayor uso de sus ingresos para atender a las necesidades de bienestar de otras personas dependientes.

La encuesta indaga posteriormente sobre las acciones que las personas han emprendido para lograr su meta financiera más importante (Gráfico 7). A partir de esta, se encontró que, más hombres que mujeres buscan nuevas fuentes de ingreso, con una brecha más amplia en Panamá (13,71 pp). Asimismo, los hombres ahorran o invierten su dinero en mayor proporción que

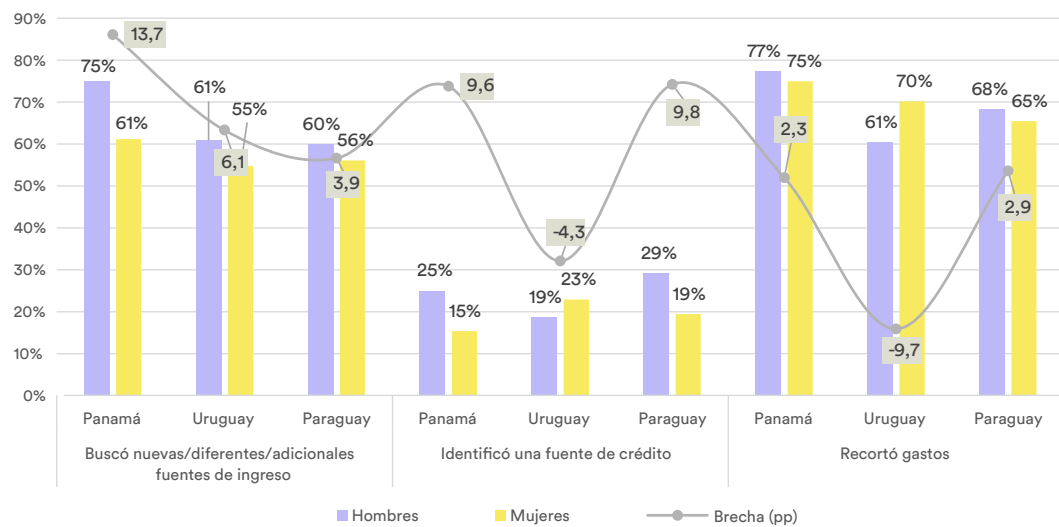
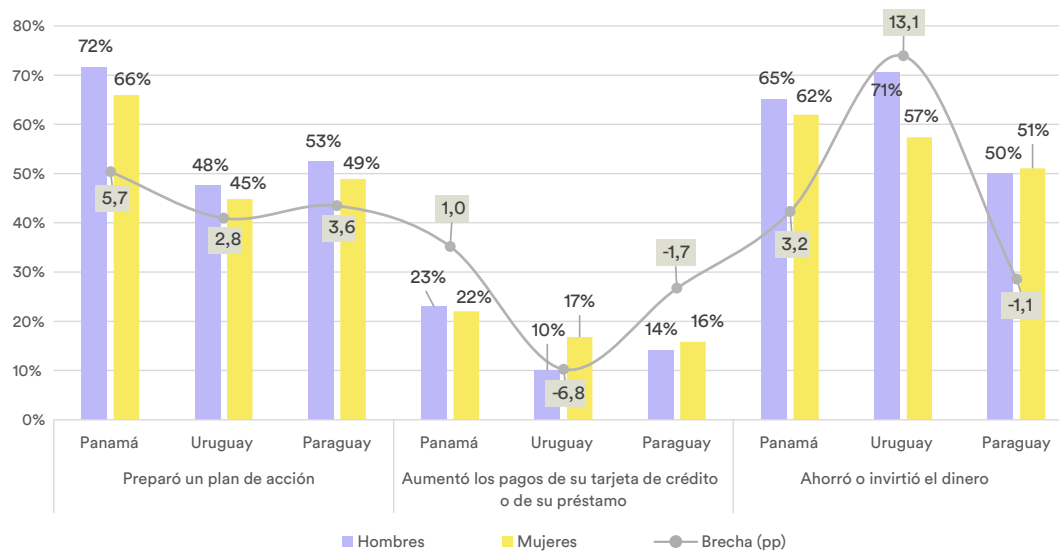
las mujeres, en donde se observa una brecha de 3,21 pp en Panamá, de 13,1 pp en Uruguay y de 1,08 pp a favor de las mujeres en Paraguay. Tendencias similares se observan al indagar sobre la preparación de un plan de acción, en donde se observa una brecha promedio de 4,04 en favor de los hombres. Con respecto a la identificación de fuentes de crédito como acción para el logro de las metas financieras, se observa una brecha de 6,8 y 1,7 pp en favor de las mujeres en Uruguay y Paraguay respectivamente; mientras que en Panamá la brecha beneficia a los hombres en un 1.0%.

Continuando con las brechas en favor de las mujeres, se encontró que éstas aumentan en mayor medida los pagos de sus tarjetas de crédito o de sus préstamos para lograr sus metas financieras. En Uruguay se encuentra la brecha más amplia en donde 10% de los hombres y 17% de las mujeres afirman realizar esta acción (brecha de 6,8 pp a favor de las mujeres). En Paraguay la proporción entre hombres y mujeres es de 14% y 16% (brecha de 1,66 pp a favor de las mujeres), mientras que en Panamá la brecha se encuentra a favor de los hombres por 0,99 pp. Otra de las brechas que en promedio es favorable para las mujeres es la del recorte de gastos (1,5 pp) ya que, solo en Uruguay la brecha está a favor de estas, pues 61% de los hombres y 70% de las mujeres mencionó haber recortado sus gastos (brecha de 9,7 pp).

**Las mujeres priorizan más como meta financiera el pago de los estudios de sus hijos/as o de un familiar.**

Gráfico 7

¿Qué acciones ha emprendido para lograr su meta de ahorro más importante?



# Planes de jubilación

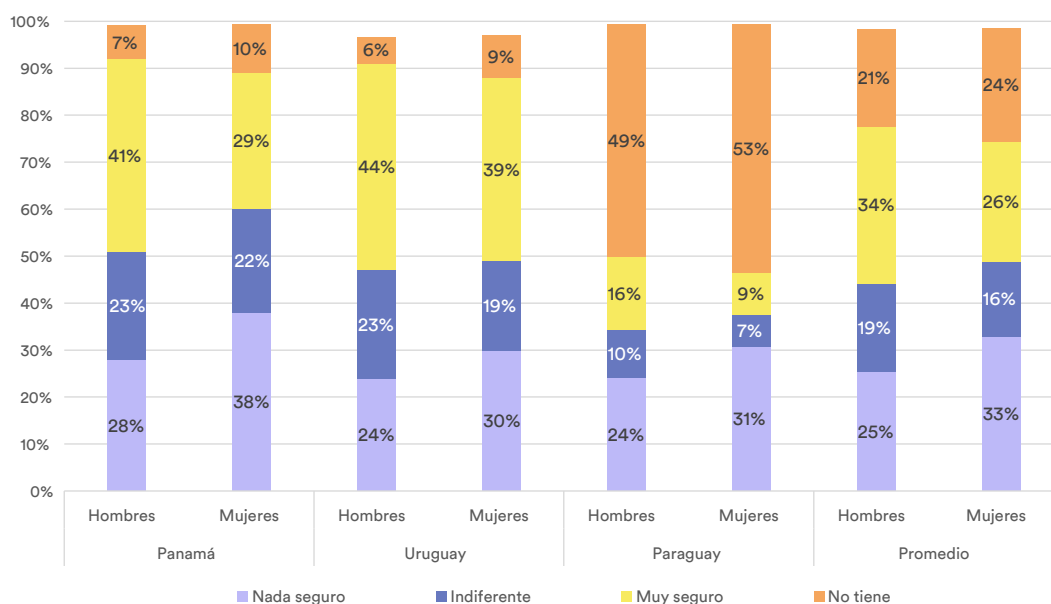
En cuanto a los hallazgos de las encuestas frente a los planes de jubilación, sobre la pregunta “¿Qué tan confiado se siente sobre si ha hecho un buen trabajo con relación a los planes financieros para su jubilación?”, se encontró que los hombres en general, se sienten más seguros de sus planes de jubilación en comparación a las mujeres. En promedio, 25% de los hombres y 33% de las mujeres no se sienten seguros (brecha de 7,51 pp), mientras que el 34% de los hombres y el 26% de las mujeres se sienten muy seguros del trabajo que han hecho respecto a sus

ahorros para la vejez (brecha de 7,9 pp). **Panamá es el país en donde la brecha es más amplia en el rango en que las personas no se sienten seguras; específicamente, el 28% de los hombres y el 38% de las mujeres no confían en los esfuerzos realizados para su jubilación (brecha de 10 pp).** Por su parte, la brecha es de 6 pp en Uruguay y de 6,53 pp en Paraguay. **Uno de los resultados más preocupantes obtenidos en esta pregunta es que, aproximadamente la mitad de los hombres y las mujeres en Paraguay no tienen un plan financiero para su jubilación.**

14

Gráfico 8

¿Qué tan confiado se siente sobre si ha hecho un buen trabajo con relación a los planes financieros para su jubilación?

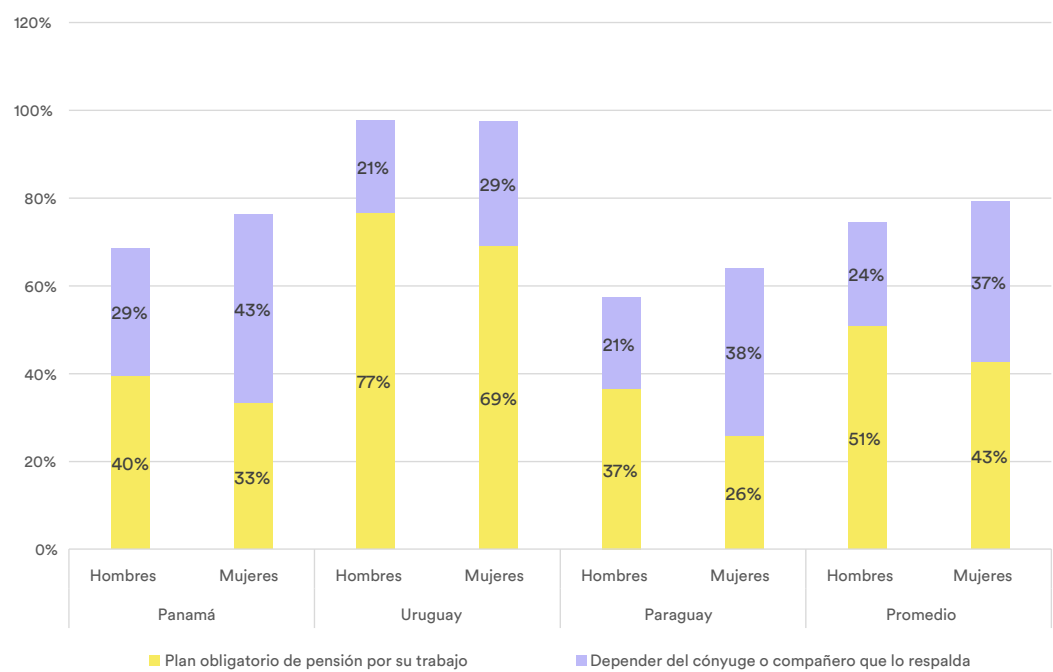


Sobre la forma en la que las personas obtendrán o están obteniendo los recursos para su jubilación, en promedio más hombres que mujeres manifiestan que obtendrán sus recursos a través de un plan obligatorio de pensión por su trabajo (brecha promedio de 8,2 pp) y es en Paraguay en donde se visibiliza la brecha más grande en desventaja de las mujeres (11 pp). Asimismo, en promedio, más mujeres que hombres expresan que dependerán del cónyuge o compañero que lo respalda (brecha promedio de 12,96 pp), y que los recursos para su jubilación provendrán de los hijos/as o de otros miembros de la familia que lo respaldan (brecha promedio de 6,3 pp), en donde Panamá tiene la brecha más amplia (7,2 pp) cercana a la de Paraguay (7 pp).

Estos dos resultados dependen directamente de la mayor participación de los hombres en el mercado laboral en los tres países y, por lo tanto, la mayor propensión de estos a obtener los recursos para su jubilación de un plan obligatorio por su trabajo. Mientras tanto las mujeres manifiestan en mayor medida depender del cónyuge o compañero permanente; esto puede deberse a, por un lado, a una menor probabilidad de entrar al mercado laboral y a obtener menores ingresos. La división sexual de trabajo todavía fuertemente arraigadas en estos países, así como las diversas discriminaciones asociadas al género, son factores que podrían estar asociadas a esta realidad.

Gráfico 9

¿Cómo obtendrá o está obteniendo los recursos para su jubilación?



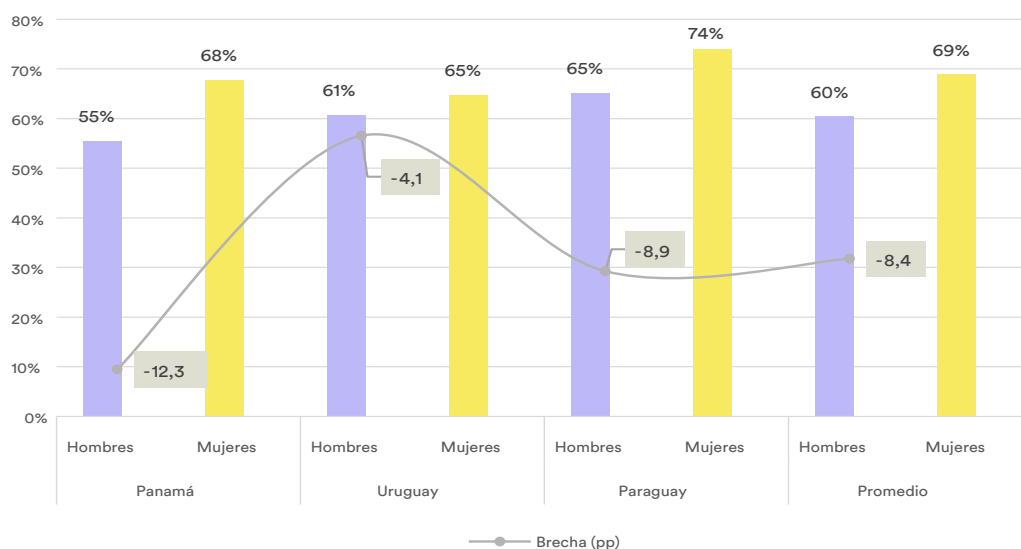
# Estrategias para llegar a fin de mes

Con el objetivo de evaluar las estrategias para llegar a fin de mes, se preguntó en las encuestas sobre las dificultades que surgen para cubrir los gastos del mes. Se encontró que, en los tres países analizados, las mujeres tienen

más dificultades para cubrir sus gastos con los ingresos que entran al hogar. En promedio, la brecha se encuentra en 8,44 pp y **destaca el caso de Panamá, cuya brecha se ubica en 12,34 pp.**

Gráfico 10

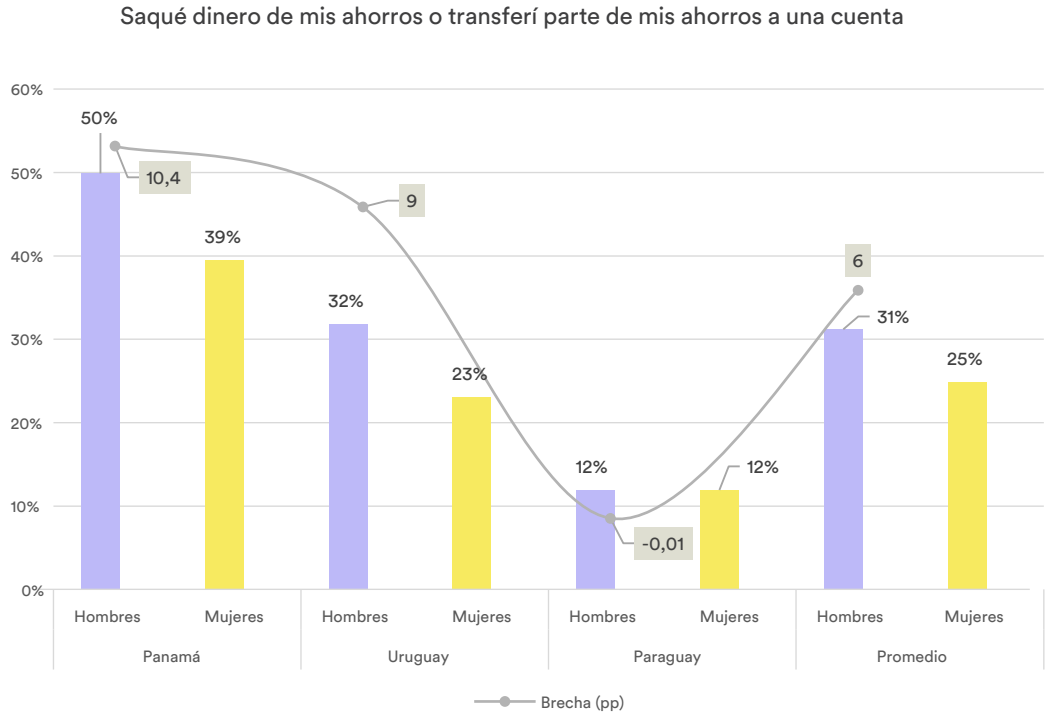
A veces la gente encuentra que sus ingresos (el dinero que entra al hogar) no alcanzan para cubrir sus gastos. En los últimos 12 meses, ¿esto le ha pasado?



Con relación a las estrategias que utilizan las personas para cubrir sus gastos cuando sus ingresos no les alcanzan para llegar a fin de mes, los hombres suelen utilizar más sus ahorros que las mujeres con una brecha promedio de

6,36 pp. Nuevamente, destaca el caso de Panamá, en donde el 50% de los hombres y el 39% de las mujeres usa sus ahorros para cubrir el vacío que surge por la falta de ingresos (brecha de 10,4 pp).

Gráfico 11



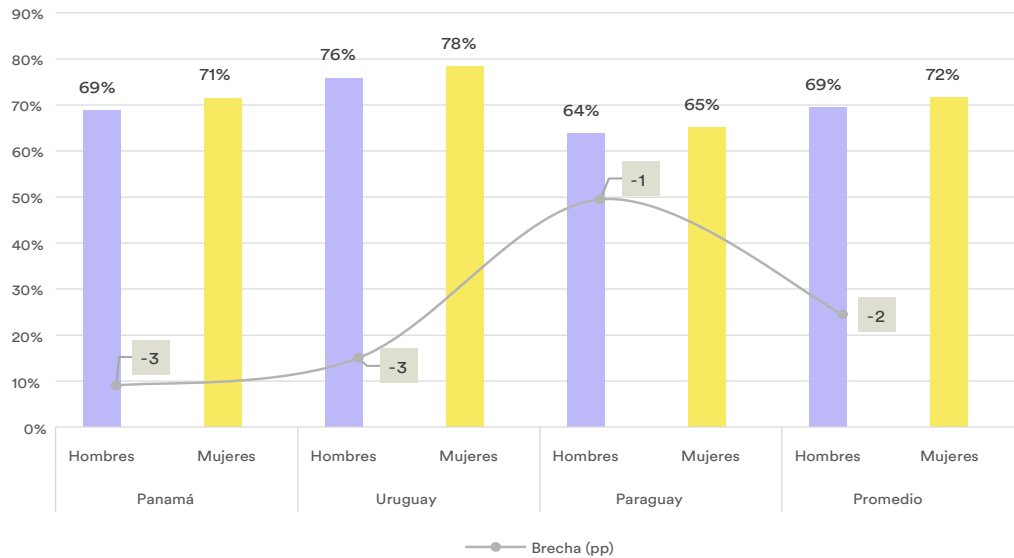
Por otro lado, las mujeres optan más por recortar sus gastos como estrategia para llegar a fin de mes; en promedio, la brecha es de 2,18 pp, con 72% de las mujeres y 69% de los identificados con el género masculino que toman esta decisión. Por su parte, Panamá y Uruguay

cuentan con una brecha cercana de 2,7 pp para el primero y 2,5 pp para el segundo, ambos con mayor incidencia para las mujeres. Estos resultados también podrían explicarse por la menor capacidad de ahorro que, en promedio, tienen las mujeres.

**Las mujeres son más propensas que los hombres a recortar sus gastos como estrategia para llegar a fin de mes.**

Gráfico 12

Recorté algunos gastos, gasté menos o no realice un gasto planeado



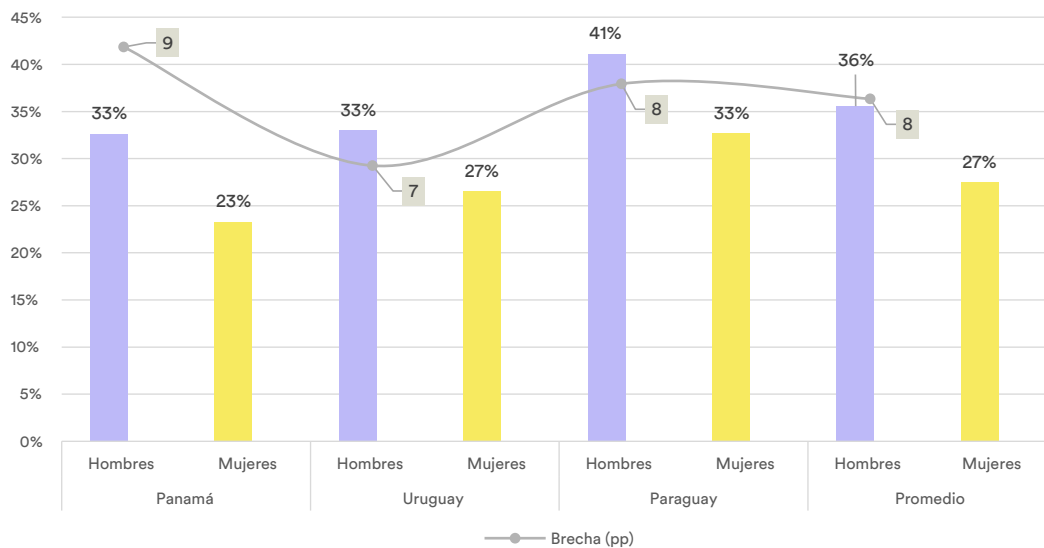
18

Los hombres, por el contrario, utilizan en mayor proporción que las mujeres la estrategia de vender algún activo que les pertenece para llegar a fin de mes. Esta brecha se ubica en promedio en 8,08 pp, en donde la mayor brecha se encuentra en Panamá (9,3 pp). Estos resultados

pueden estar asociados a la desigualdad de género en la posesión de activos (Deere et al., 2010), donde las mujeres se encuentran con un menor acceso y propiedad de la tierra, viviendas, herencias y medios de transporte como consecuencia de normas sociales y de género.

Gráfico 13

Vendí algo que me pertenece

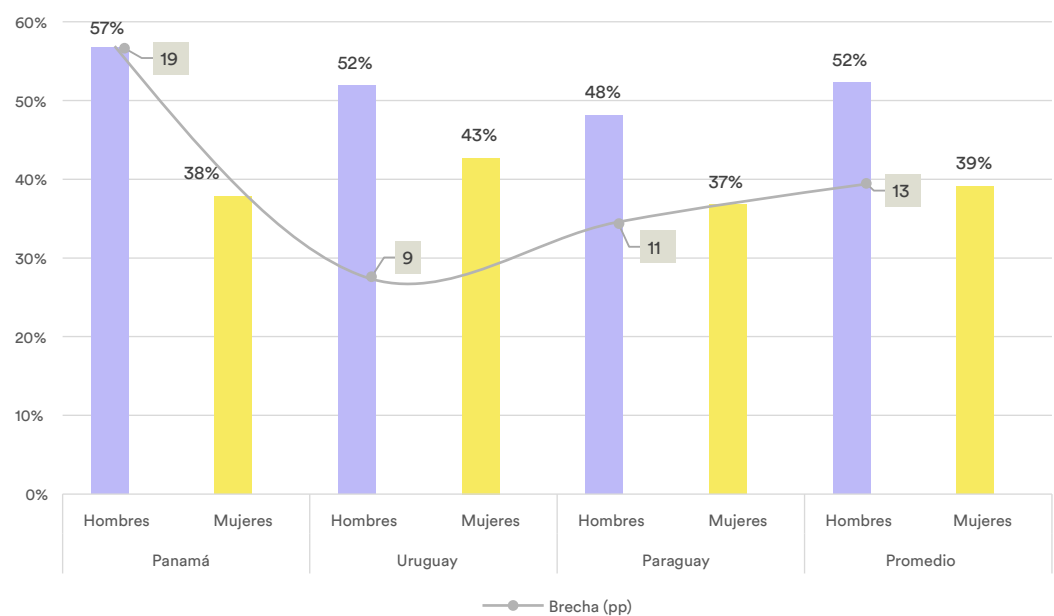


Otra de las estrategias sobre las cuales se indagó fue la de trabajar horas extra. En esta se encontró que los hombres optan en mayor proporción por esta alternativa con una brecha promedio de 13,16 pp. **Panamá es el país que tiene la brecha más amplia (18,88 pp), en donde 57% de los hombres toma esta opción para cubrir sus gastos del mes y solo 38% de las mujeres lo hace.** Por otro lado, la brecha es de 9,2 pp en el caso de Uruguay y de 11,4 pp para Paraguay. Estos resultados podrían explicarse nuevamente por: i) la menor participación de las mujeres en el mercado laboral y ii) las labores de cuidado no remunerado asociadas al género femenino. Respecto a la primera, existe amplia evidencia que demuestra que las mujeres tienen

una menor inserción al mercado laboral, por lo cual, la posibilidad de trabajar horas extra es más reducida para ellas. Por otro lado, frente a la segunda alternativa, distintos estudios han dejado claro que después del nacimiento del/a primer/a hijo/a la trayectoria laboral de las mujeres madres se ve afectada, mientras que la de los hombres padres no (Berniell et al, 2021; Kleven et al., 2018). Esto se debe a que las mujeres en la mayoría de los países de la región tienen una sobrecarga de trabajo doméstico y de cuidado no remunerado que duplica la de los hombres, sufriendo una importante pobreza de tiempo para dedicarse a otras actividades que sean laborales, de crecimiento profesional o en otro ámbito de su vida.

Gráfico 14

Trabajé horas extra, trabajé en otro lugar y/o gané dinero extra

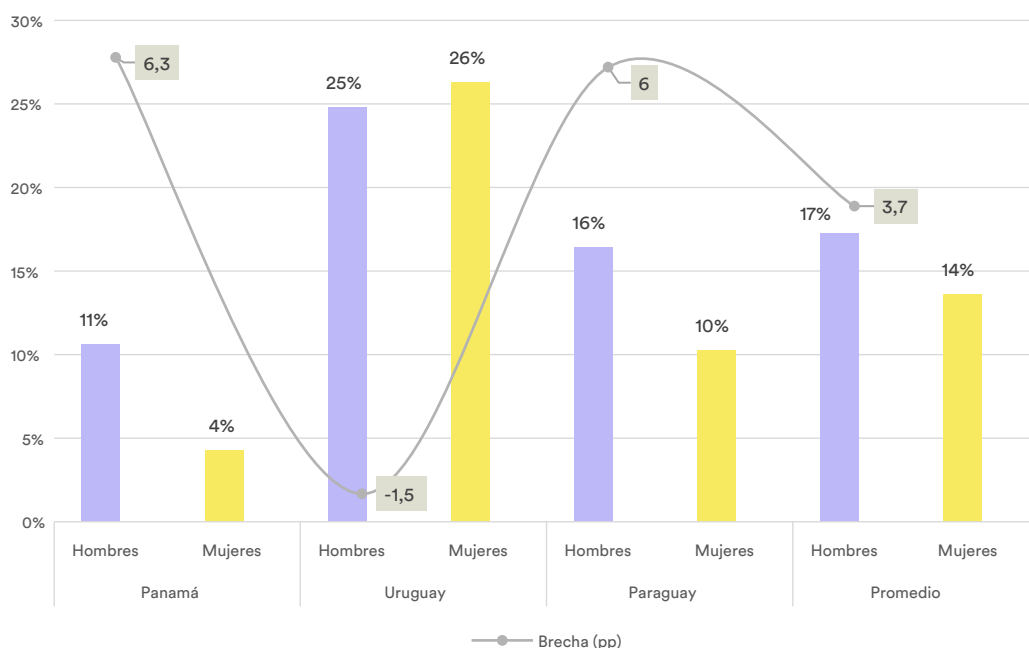


Por último, una proporción bastante baja de las personas encuestadas afirmaron haber pedido un préstamo en una entidad financiera para llegar a fin de mes, en promedio 17% de los hombres y 14% de las mujeres (brecha de 3,67 pp). Resalta el caso de Panamá en donde solo un 4% de las mujeres encuestadas han pedido un préstamo a una entidad financiera para cubrir sus gastos del mes. Esta proporción es mayor en Uruguay en donde 25% de los hombres y 26%

de las mujeres afirman haber pedido un préstamo con una brecha de 1,5 pp. **La brecha más amplia a favor de los hombres se encuentra en Panamá (6,34 pp), y le sigue la brecha de Paraguay (6,16 pp).** En estos dos países las mujeres recurren menos a las entidades para pedir un préstamo con el objetivo de poder llegar a fin de mes, lo cual puede estar relacionado con las bajas tasas de tenencia de productos financieros por parte de este grupo poblacional.

Gráfico 15

Pedí un préstamo a una entidad financiera



**Una proporción bastante baja afirma haber pedido un préstamo en una entidad financiera para llegar a fin de mes.**

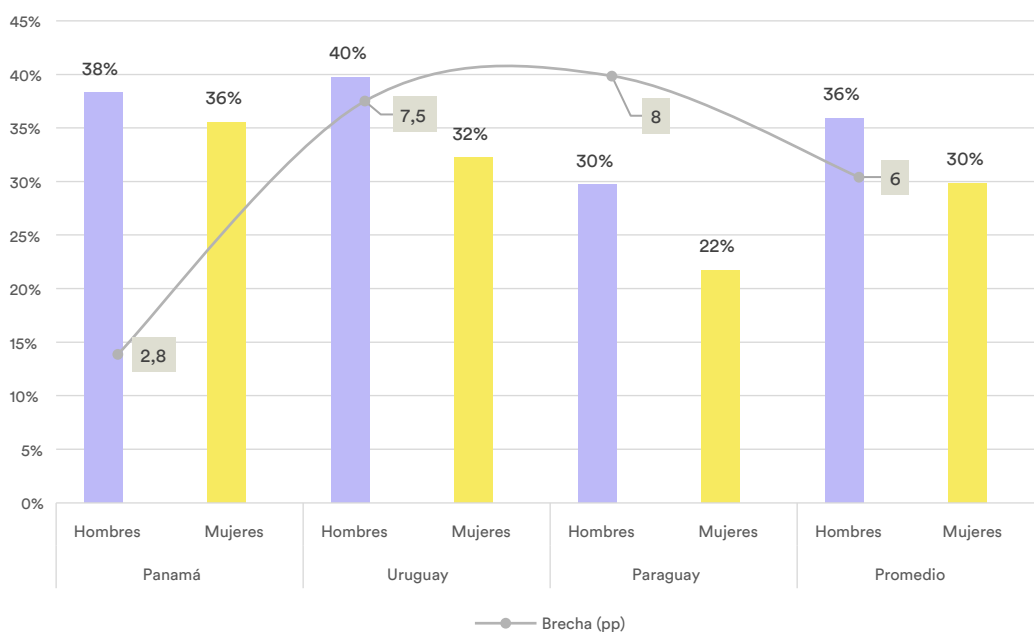
# Resiliencia y vulnerabilidad financiera

La resiliencia financiera hace referencia a las habilidades y recursos para diseñar estrategias a corto y largo plazos que permitan hacer frente a una crisis financiera como enfrentar una pérdida inesperada de ingresos; necesidad de incurrir en gastos extraordinarios, llegar a fin de mes con bajos ingresos o recurrir a los recursos disponibles de inmediato. De esta forma, la resiliencia financiera requiere planificar con anticipación y poner en marcha estrategias preventivas, incluidos el ahorro y el seguro a largo plazo (OECD, 2021). **En promedio, en los tres países las mujeres muestran una menor resiliencia ante un gasto**

**imprevisto que los hombres con una brecha de 6,08 pp.** Específicamente, 36% de los hombres y 30% de las mujeres demuestran resiliencia financiera frente a un choque imprevisto. Destacan los casos de Uruguay y Paraguay en donde se encuentran las brechas más amplias con un total de 7,5 pp y 7,97 pp respectivamente en donde las mujeres son menos capaces de cubrir gastos imprevistos (Gráfico 16). Estos resultados pueden relacionarse, nuevamente, con las diferencias de ingresos y en tenencia de activos entre hombres y mujeres, que hace a estas últimas ser más vulnerables ante los imprevistos y las emergencias.

Gráfico 16

Si usted enfrenta un gasto imprevisto hoy, equivalente a su ingreso mensual personal, ¿sería capaz de cubrir estos gastos sin pedir un crédito o pedir ayuda a familiares o amigos?



Respecto a la resiliencia frente a un posible choque por la pérdida de sus ingresos, las mujeres también exhiben una mayor vulnerabilidad que los hombres. **Al preguntarles a los encuestados durante cuánto tiempo podrían cubrir sus gastos si pierden su fuente principal de ingresos sin pedir prestado dinero, las mujeres, en promedio, podrían hacerlo por menos tiempo que los hombres.**

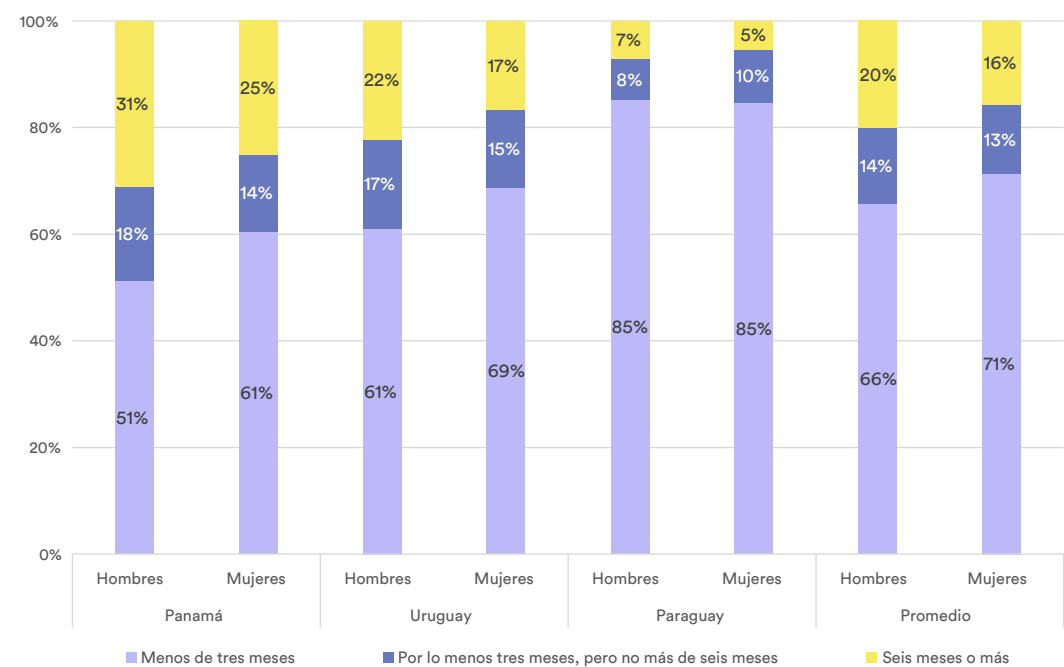
Concretamente, 66% de los hombres y 71% de las mujeres podrían cubrir sus gastos por menos de tres meses (brecha de 5,48 pp en desventaja para las mujeres), mientras que la proporción para un lapso de seis meses más es mayor para los hombres con una brecha promedio de 4,38 pp a favor de los hombres (Gráfico 17).

La inversión de la brecha entre las respuestas de los encuestados que indican que pueden cubrir sus gastos menos de tres meses y más

de seis meses puede deberse a las desigualdades estructurales que se han mencionado a lo largo del documento como la brecha salarial. Según ONU mujeres (2021)<sup>11</sup>, este fenómeno se presenta por diversas causas tales como la mayor propensión de las mujeres a trabajar tiempo parcial que en muchas ocasiones lo hacen para hacer frente al trabajo de cuidado no remunerado de sus familias; también a la maternidad, o a las menores posibilidades que tienen de obtener empleos de “alto nivel” por estereotipos de género (“techos de cristal”); asimismo, la maternidad per se que se constituye en una de las razones que provocan discriminación. Se destaca, por otro lado, los trabajos socialmente menos valorados asociados al cuidado remunerado de personas, los cuales están altamente feminizados; la discriminación en el mercado laboral por el simple hecho de ser mujeres y, en este sentido, la ignorancia de los empleadores.

Gráfico 17

Si pierde su principal fuente de ingresos, ¿durante cuánto tiempo podría seguir cubriendo sus gastos sin pedir prestado dinero?



11 <https://lac.unwomen.org/es/que-hacemos/empoderamiento-economico/epic/que-es-la-brecha-salarial>

# Tenencia de productos financieros

La tenencia de productos financieros permite entender la inserción financiera de mujeres y hombres, a partir de los cuales se pueden identificar barreras de ingreso causadas por posibles estereotipos de género. Bidegan (2018) de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), identificó que las principales barreras que enfrentan las mujeres para acceder al sistema financiero son la falta o limitados ingresos y acceso a recursos, la pobreza de tiempo, y los bajos niveles de educación financiera. Sobre esto, se identificó con las encuestas de hogares que más mujeres que hombres de la región no tienen ingresos propios, hay una alta presencia de mujeres en sectores de baja productividad y con escaso acceso a la protección social, las mujeres trabajan más horas que los hombres, y reciben salarios que representan el 83,9% de lo que reciben los hombres y esta brecha se aumenta a medida que los años de estudio se incrementan.

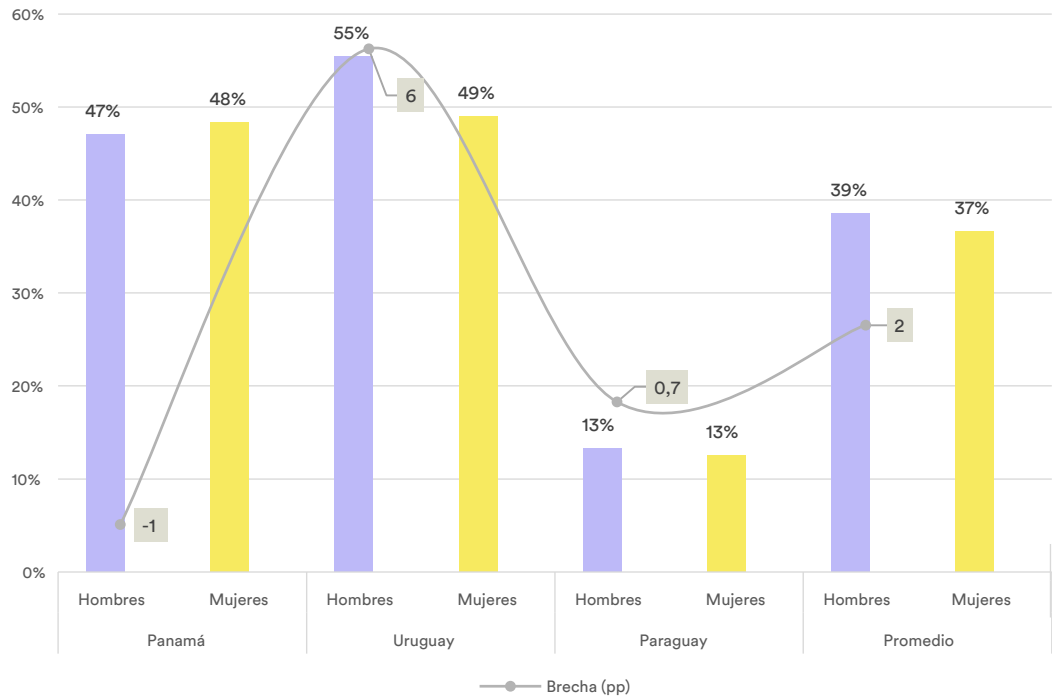
Dentro de otros resultados empíricos, Ghosh y Vinod (2017) encontraron que un hogar encabezado por una mujer tiene 10% menos de probabilidad de acceder al sistema financiero formal que aquel que se encuentra encabezado por un hombre. Esta cifra se vuelve más preocupante cuando se entra a analizar un hogar

del área urbana comparado a uno en el área rural con la misma característica. Asimismo, hogares liderados por mujeres con un alto nivel de educación, tienen en promedio 10% más de probabilidad de acceder al sistema financiero formal. Estos autores encontraron también que factores como la participación laboral, la educación y el salario de las mujeres aumenta su inclusión en el sistema.

Dentro de los resultados de las encuestas se observa en promedio una brecha en la tenencia de cuenta de ahorro de 1,98 pp, en donde 39% de los hombres y 37% de las mujeres dicen tener una cuenta de este tipo. De los tres países analizados, aunque en Uruguay la tenencia de cuentas de ahorro es considerablemente más alta que en Paraguay y solo un poco más alta que en Panamá, **la brecha de género en desventaja de las mujeres de este país es la que más resalta (6,44 pp)**. Por su parte, en Panamá, 47% de los hombres dice tener una cuenta de ahorro contra 48% de las mujeres, lo cual deja ver una brecha a favor de estas últimas de 1,24 pp. Finalmente, la brecha en Paraguay es de tan solo 0,74 pp, pero como se mencionó **la tenencia es baja con alrededor del 13% de la población tanto femenina como masculina contando con este producto** (Gráfico 18).

Gráfico 18

En la actualidad tiene una cuenta de ahorro



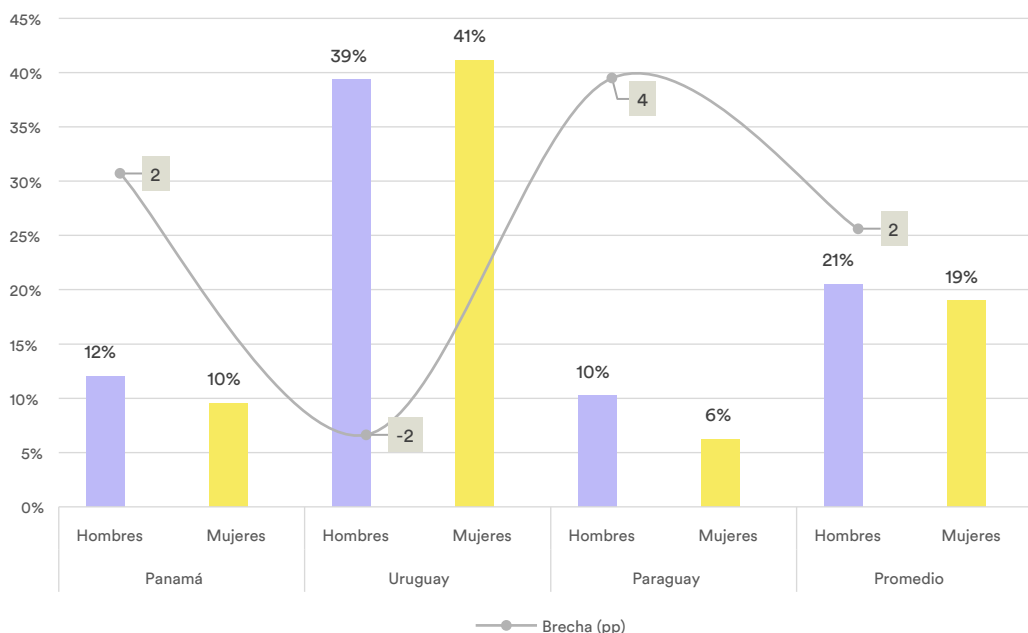
Ahora bien, sobre la tenencia de tarjetas de crédito, la brecha promedio favorece a los hombres con una proporción de 21% y 19% de las mujeres propietarias de este producto de crédito (brecha de 1,55 pp). **La brecha más amplia en detrimento de las mujeres se encuentra en Paraguay con un total de 10% de hombres y 6% de mujeres que afirman tener una tarjeta de crédito (brecha de 4,02 pp);** la que le sigue es la de Panamá que se ubica en 2,46 pp. Al igual que el caso anterior, **Uruguay resalta por su alta tasa de tenencia de este producto y también por ser el único país que tiene una brecha a favor de las mujeres de 1,82 pp.** Aunque este es un caso particular, en general la tenencia de este

tipo de productos es muy baja, especialmente para las mujeres (Gráfico 19).

A partir de los resultados, es posible afirmar que el acceso al crédito por parte de las mujeres puede encontrarse obstaculizado por menores ingresos de los hogares con jefatura femenina, debido a la brecha salarial en los mercados formales, y una menor participación en los empleos formales (Hernández, Libertun, Acosta y Calahorrano, 2020). De la misma forma, los menores niveles de educación financiera, que junto a los estereotipos de género que desvalorizan sus capacidades y limitan aún más la participación en el mercado de servicios crediticios.

Gráfico 19

En la actualidad tiene una tarjeta de crédito



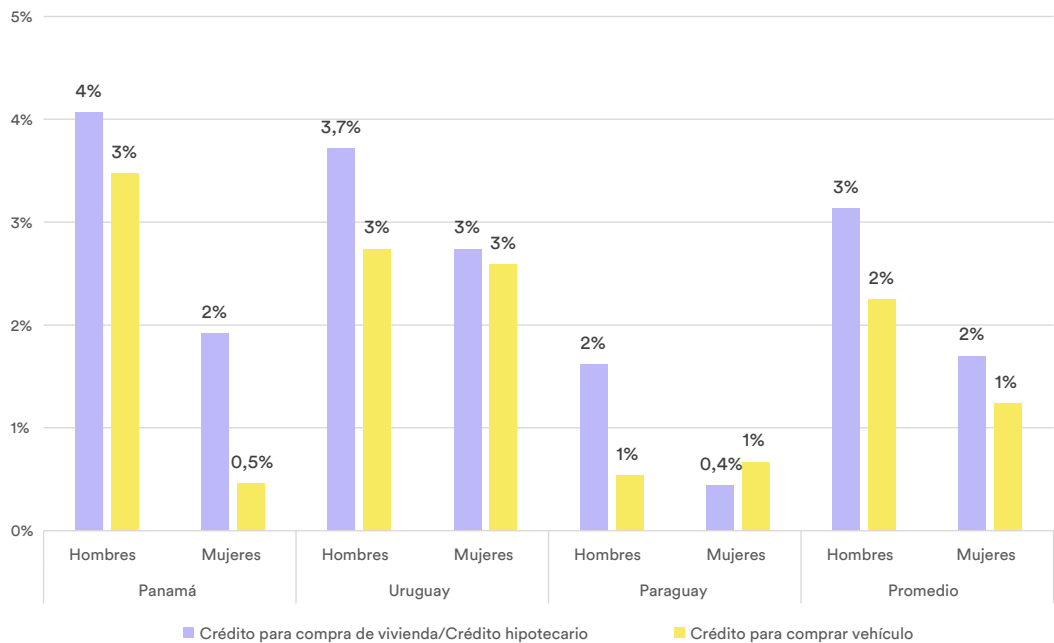
**El acceso al crédito por parte de las mujeres puede verse obstaculizado debido a la brecha salarial en los mercados formales.**

Una de las menores **tasas de tenencia se presenta en los créditos de vivienda y de vehículo con un promedio entre hombres y mujeres para el primero de 3% y 2%, y para el segundo de 2% y 1%, respectivamente.** Los hombres en

Panamá son los que más tienen de los dos tipos de crédito con una brecha de género en detrimento de las mujeres de 2,15 pp para el crédito hipotecario y de 3,01 pp para el crédito para comprar vehículo (Gráfico 20).

Gráfico 20

En la actualidad, posee un crédito de vivienda o de vehículo

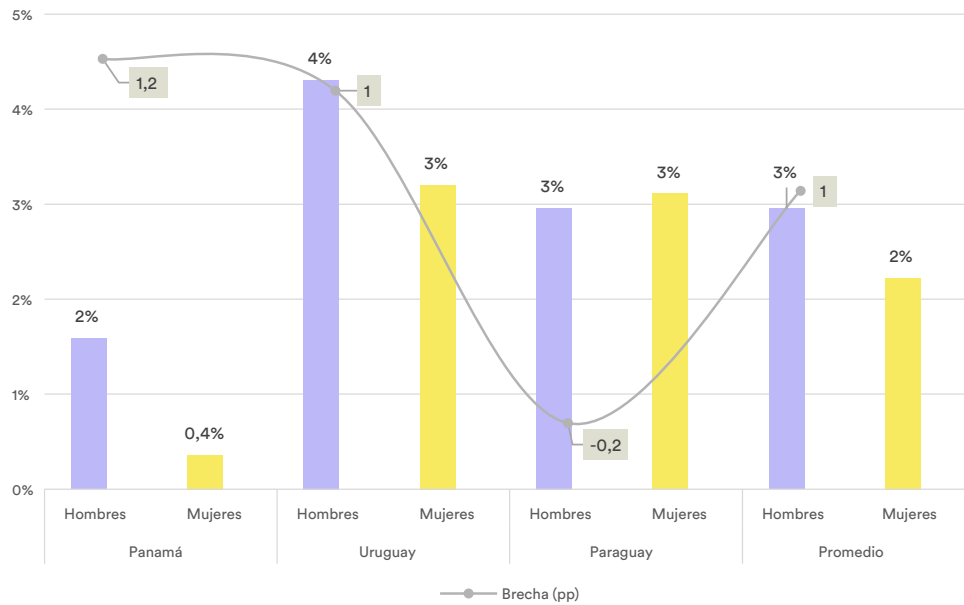


Los créditos de libre destinación también son poco usados entre la población de los tres países (Gráfico 21). A pesar de esto, la mayor tenencia de este crédito la tienen en Uruguay, en donde

4% de los hombres y 3% de las mujeres dicen tener este producto (brecha de 1 pp). La brecha más importante se encuentra en Panamá, superando los hombres a las mujeres en 1,23 pp.

Gráfico 21

Posee un crédito de consumo de libre destinación

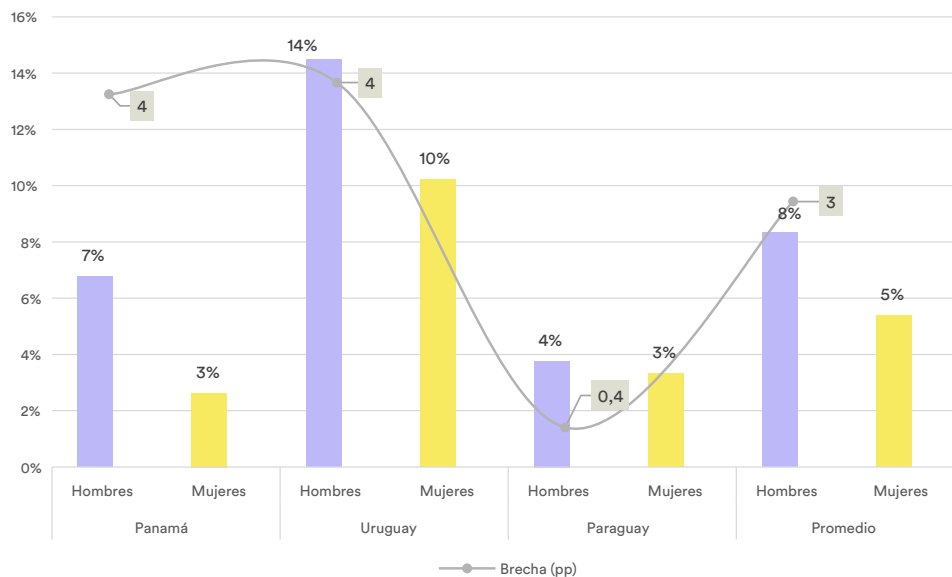


En cuanto a los seguros, en promedio 8% de los hombres y 5% de las mujeres cuenta con un seguro de vida (brecha de 2,95 pp). Específicamente, en Panamá y Uruguay la brecha

se encuentra en 4,14 pp y 4,27 pp, respectivamente, y en Paraguay se encuentra la menor brecha (0,44 pp), pero también la menor tenencia de este tipo de seguros (Gráfico 22).

Gráfico 22

Tenencia de un seguro de vida

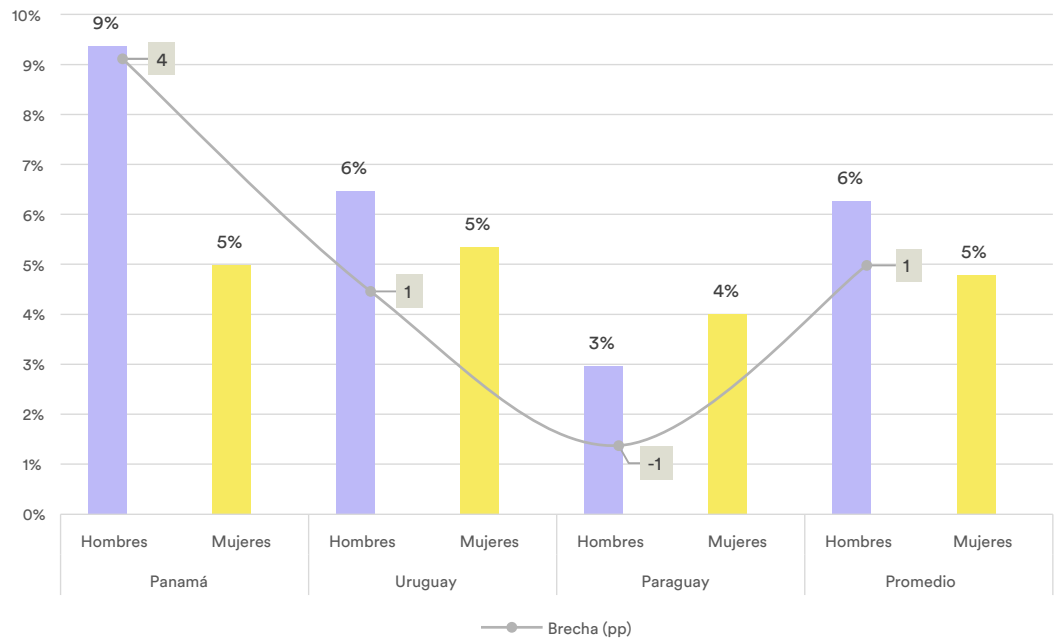


A lo largo de la encuesta se indagó también por la tenencia de un seguro de salud obligatorio, a lo cual el 6% de los hombres y el 5% de las mujeres en promedio afirmaron tenerlo (brecha de 1,49 pp). **La brecha es más amplia en panamá en donde 9% de los hombres y 5% de**

**las mujeres tienen un seguro de salud (brecha de 4,38 pp).** Adicionalmente, en Paraguay se logró identificar una brecha a favor de las mujeres de 1,04 pp con porcentajes asociados de 3% para los hombres y 4% para las mujeres (Gráfico 23).

Gráfico 23

Tenencia de seguro de salud obligatorio



**En promedio, 8% de los hombres y 5% de las mujeres cuenta con un seguro de vida.**

# Elección de productos financieros

La forma en la que se eligen los productos financieros es esencial para el bienestar de los individuos, pues les permitirá tomar mejores decisiones teniendo en cuenta el panorama completo y el contexto en el que se encuentre cada uno. Así, ante la pregunta “¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la manera como eligió el último producto financiero de ahorro que adquirió voluntariamente?”, se encontró que tanto hombres como mujeres no consideran ninguna otra opción al momento de elegir sus productos financieros con un porcentaje promedio de 47% para los primeros y 48% para las segundas. En Panamá, las mujeres eligen más sus productos financieros sin tener en cuenta otra opción con un porcentaje asociado de 45%, mientras 40% de los hombres lo hace (brecha de 5,3 pp).

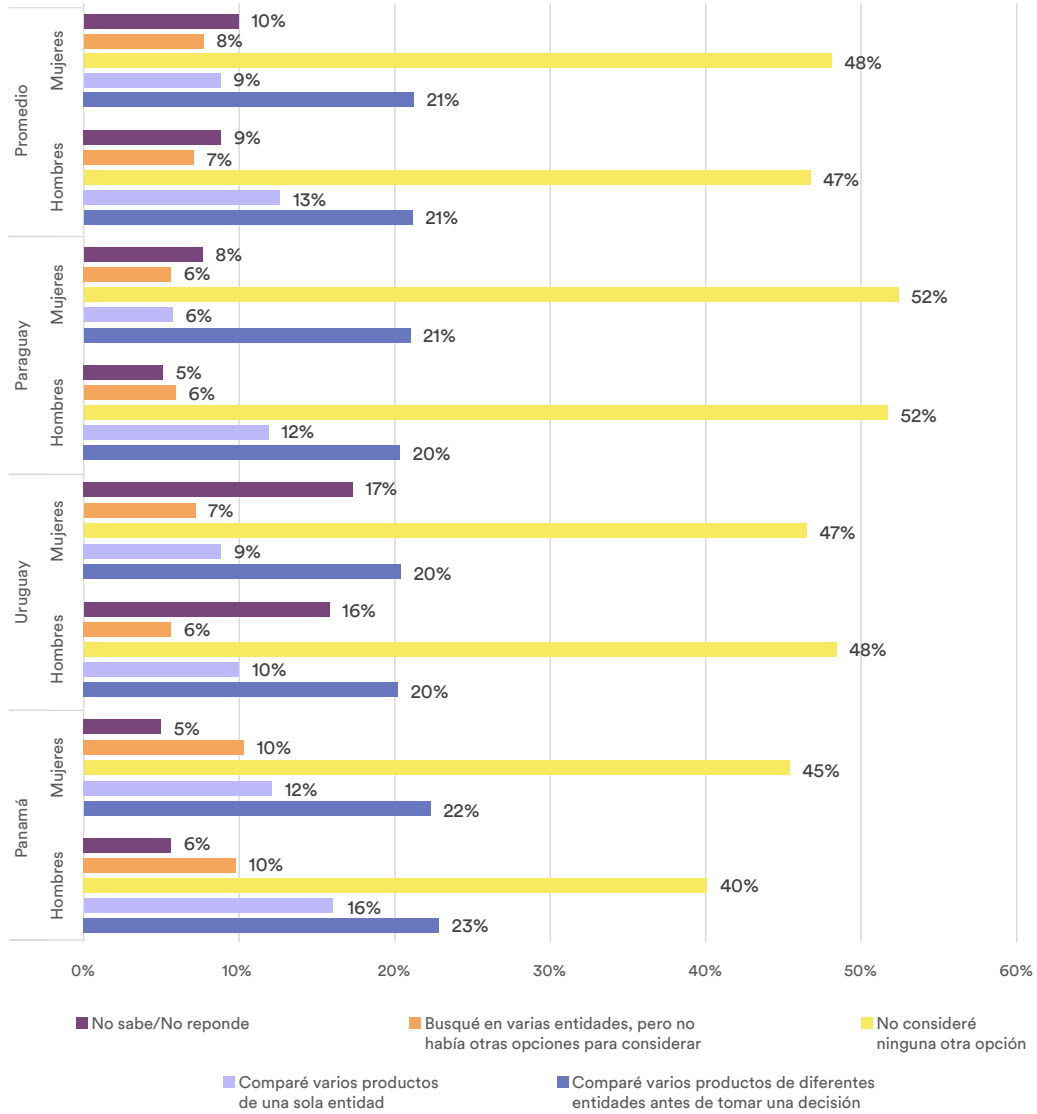
Por otro lado, no existe una diferencia significativa promedio cuando se trata de una comparación de productos de distintas entidades financieras, sino que las mayores brechas se encuentran en la opción “Comparé varios productos de una sola entidad” en donde resalta,

especialmente, el caso de Paraguay con una brecha de 6,2 pp a favor de los hombres. Respecto a esta misma opción, a este país le sigue Panamá, cuya brecha se ubica en 3,9 pp, y por último se encuentra Uruguay con una brecha de 1,4 pp todas a favor de los hombres (Gráfico 24).

La evidencia empírica sobre este tema ha demostrado que las mujeres son más “reacias a participar en interacciones competitivas como negociaciones o subastas en relación con los hombres” (Auricchio, Lara, Mejía, Remicio y Valdez, 2022, p. 29). Asimismo, según Babcock y Laschever (2003), las mujeres evaden negociaciones competitivas a diferencia de los hombres. Los anteriores hallazgos de las encuestas junto con la evidencia mencionada podrían indicar la presencia de más sesgos inconscientes por parte de las mujeres, nuevamente por normas sociales y roles de género, en donde estas se sienten menos capaces o preparadas que los hombres de entrar a negociar y, por lo tanto, comparar productos financieros de distintas entidades en búsqueda de mayores beneficios.

Gráfico 24

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la manera como eligió el último producto financiero de ahorro que adquirió voluntariamente?

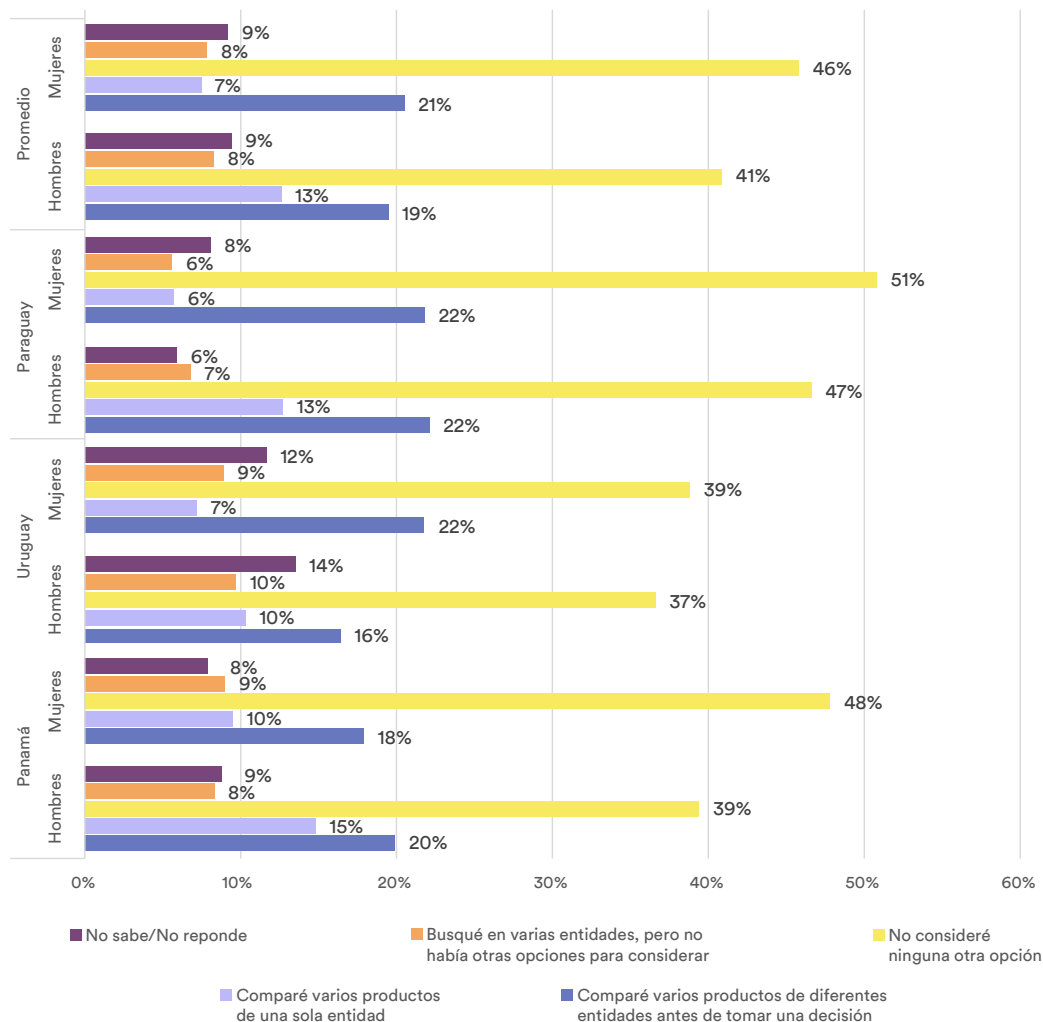


Ahora, respecto a la elección de los productos de crédito, los hombres suelen ser más cuidadosos (Gráfico 25). En general, estos son más propensos a comparar varios productos de una sola entidad, con una brecha promedio de 5,13 pp, y una mayor brecha en Paraguay, país en donde 13% de los hombres y solo 6% de las mujeres comparan varios productos de la misma entidad antes de tomar una decisión

(brecha de 7 pp). Por el contrario, las mujeres no consideran ninguna otra opción en mayor proporción que los hombres, aunque los porcentajes para ambos géneros sean altos (brecha promedio de 4,93 pp a favor de las mujeres). Específicamente, en Panamá, 39% de los hombres no considera ninguna otra opción mientras que 48% de las mujeres tampoco lo hace (brecha de 8,4 pp).

Gráfico 25

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la manera como eligió el último producto financiero de crédito que adquirió voluntariamente?

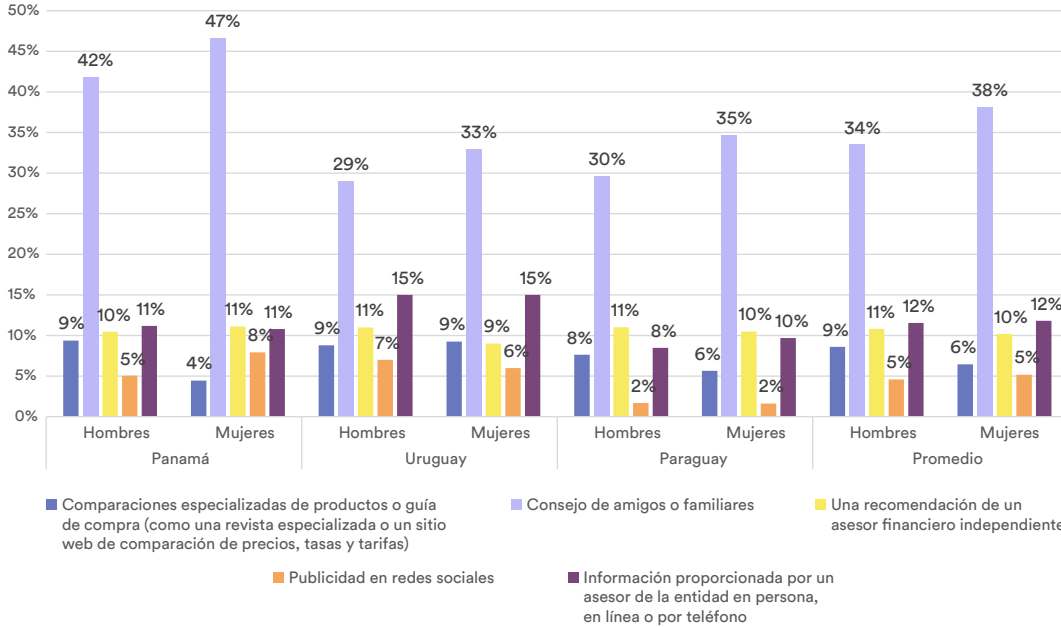


Cuando se indaga sobre la fuente de información más utilizada para elegir los productos financieros, **se observa que tanto para los hombres como para las mujeres de los tres países la fuente que mayor influye al tomar la decisión sobre un producto es el consejo de un familiar o un amigo con un porcentaje tres veces más alto respecto a las otras fuentes de información. En promedio, las mujeres le dan un mayor peso**

**a este tipo de orientación con una brecha de 4,6 pp (34% de los hombres y 38% de las mujeres).** Por su parte, más hombres que mujeres en promedio usan comparaciones especializadas de productos o una guía de compra para elegir su producto financiero (brecha de 2,16 pp), esto con excepción de Uruguay en donde la brecha se encuentra a favor de las mujeres, aunque la diferencia no es tan alta (brecha de 0,5 pp).

Gráfico 26

¿Cuáles de las siguientes fuentes de información siente que influyeron más cuando decidió elegir el último producto financiero que adquirió?

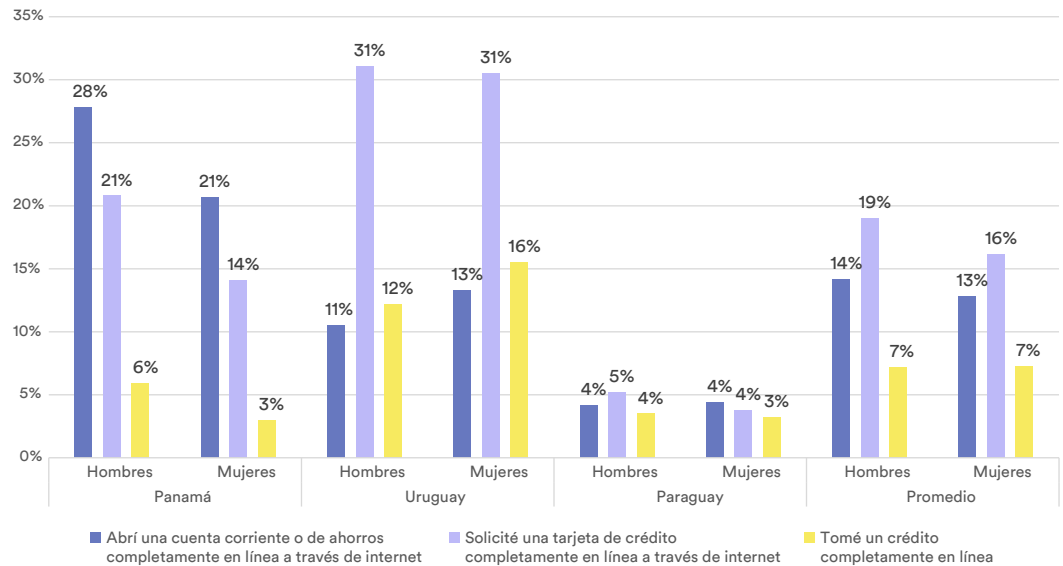


Sobre los servicios y productos financieros digitales, más hombres que mujeres han abierto una cuenta corriente o de ahorros y de crédito completamente en línea a través de internet (Gráfico 27). Sobre esta última se encuentra la brecha más amplia en promedio con un total de 2,9 pp según los cuales 19% de los hombres y 16% de

las mujeres dicen haberlo hecho. La brecha más amplia sobre las dos acciones la tiene Panamá en donde 21% de los hombres y 14% de las mujeres solicitaron una tarjeta de crédito en línea (brecha de 6,7 pp) y 28% de los hombres y 21% de las mujeres abrieron su cuenta de la misma manera (brecha de 7,1 pp).

Gráfico 27

¿Alguna vez ha hecho algo de lo siguiente?



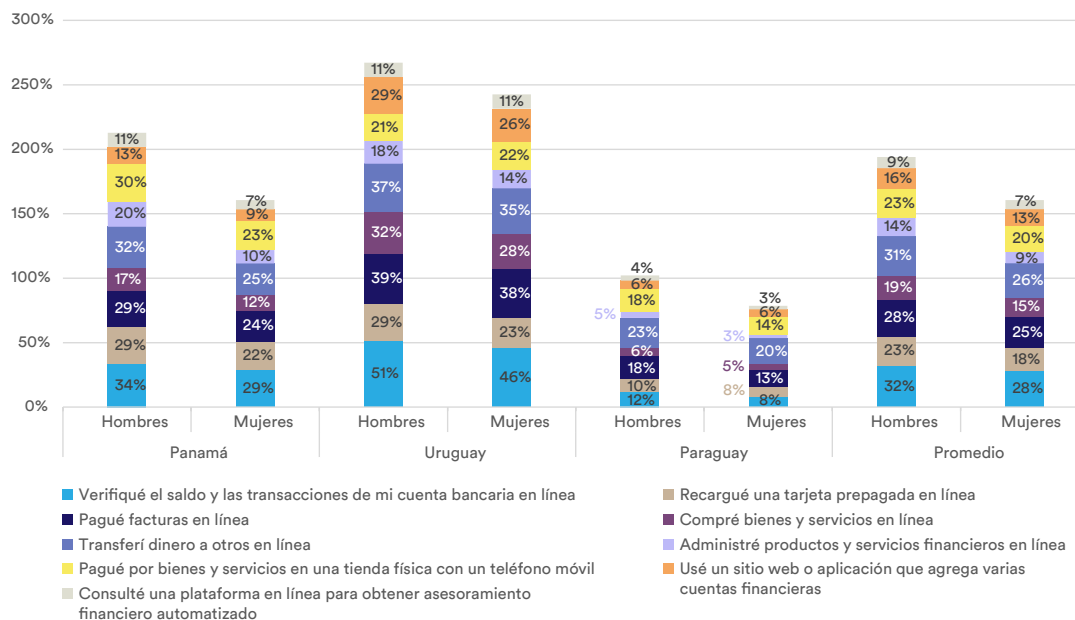
Por otro lado, sobre las herramientas digitales se preguntó acerca de distintas acciones como la de verificar el saldo y las transacciones de las cuentas. Para estos comportamientos, la brecha se encuentra en 4,2 pp en promedio, con una mayor diferencia entre hombres y mujeres en Uruguay de 4,8 pp. Asimismo, es más probable que los hombres recarguen una tarjeta prepagada en línea, con una brecha promedio a favor de estos de 5,03 pp, en donde resalta el caso de Panamá que tiene la brecha más amplia de 6,6 pp. A este le sigue Uruguay, con una brecha de 6,1 pp y por último se encuentra Paraguay, con una brecha de 2,4 pp. Sobre el pago de facturas en línea, la brecha promedio está a favor de los hombres en 2,33 pp, y destaca el caso de Panamá en donde 29% de los hombres y 24% de las mujeres paga sus facturas en línea (brecha

de 4,4 pp). En Uruguay y Paraguay la brecha se ubica en 1,3 pp (Gráfico 28).

**La compra de bienes y servicios en línea tiene una de las brechas promedio más grandes en desventaja de las mujeres (5,17 pp), al igual que la administración de productos y servicios en línea (4,93 pp).** Al tratarse de la transferencia de dinero en línea a otras personas, la brecha es de 4,3 pp; la del pago de bienes y servicios en una tienda física con un teléfono móvil es de 3,27 pp; y la del uso de un sitio web de aplicaciones que agrega varias cuentas financieras es de 2,57 pp. La menor brecha es la que surge de la consulta de una plataforma en línea para obtener asesoramiento financiero automatizado, con un valor de 1,63 pp (Gráfico 28).

Gráfico 28

En los últimos 12 meses, ¿alguna vez ha hecho algo de lo siguiente?

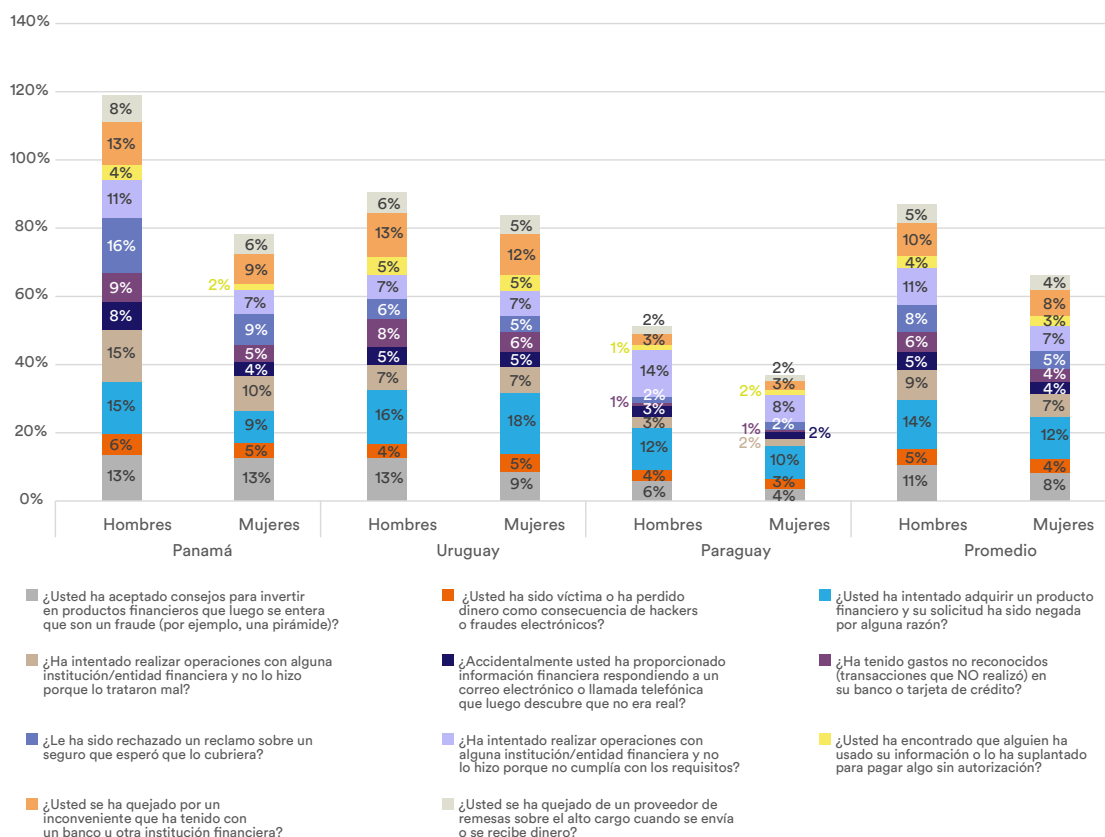


Sobre las posibles dificultades que les surgen a las personas al acceder a productos financieros, en Panamá los hombres afirman en mayor medida que les fue rechazado un reclamo sobre un seguro que esperaron que los cubriera (16%). Adicionalmente, tanto hombres como mujeres en igual medida afirmaron, haber aceptado consejos para invertir en productos financieros que luego fueron un fraude (13% en ambos casos). Por otra parte, en promedio para los tres países, el 11% de los hombres manifiesta que han aceptado consejos para invertir en productos financieros que luego resultaron ser un fraude en comparación con el 8% de las mujeres (brecha de 2,38 pp). En Uruguay, los hombres y las mujeres dicen que su mayor problema ha sido que han intentado adquirir

un producto financiero, pero su solicitud fue denegada por alguna razón. El porcentaje asociado a cada uno es de 16% para los primeros y 18% para los segundos (brecha de 2,02 pp en desventaja de las mujeres). Por último, en Paraguay, los hombres afirman en mayor medida, haber intentado realizar operaciones con alguna institución o entidad financiera y que éstas han sido rechazadas por no cumplir con los requisitos (14%); en el caso de las mujeres la mayor dificultad surgió por el rechazo de alguna solicitud (10%). En promedio, la situación que más han experimentado los individuos de ambos géneros fue el rechazo de una solicitud para adquirir un producto financiero, de donde surge una brecha de 2,13 pp a favor de los hombres. (Gráfico 29)

Gráfico 29

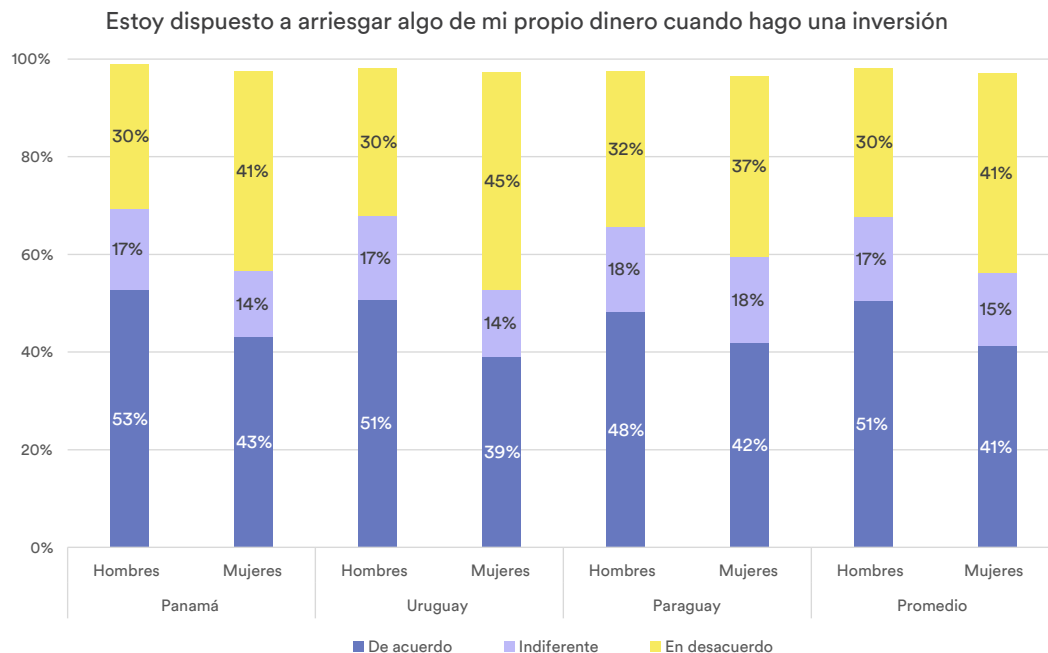
Al pensar en los productos y servicios financieros en general, en el último año, ¿ha experimentado alguna de las siguientes situaciones?



Al preguntarle a las personas si están dispuestas a arriesgar su propio dinero cuando hacen una inversión, en promedio más hombres que mujeres dicen estar prestos a hacerlo; **el porcentaje corresponde al 51% de los hombres y al 41% de las mujeres (brecha de 9,24 pp)**. Sobre este rubro, la mayor brecha la tiene Uruguay (11,7 pp)

y la menor la tiene Paraguay (6,36 pp). Por el contrario, más mujeres que hombres en general no están dispuestas a hacerlo, con una proporción de 41% y 30% respectivamente (brecha de 10,28 pp). En este, la mayor brecha a favor de las mujeres entre los países la tiene Uruguay con una diferencia de 14,37 pp (Gráfico 30).

Gráfico 30



A partir de los anteriores resultados, es posible afirmar que las mujeres son más aversas al riesgo que los hombres, resultado que está apoyado en un gran número de estudios empíricos. Wang (1994) encuentra, por ejemplo, que las mujeres son más conservadoras que los hombres en las decisiones de inversión. Respecto a los sentimientos y emociones, existe evidencia que demuestra que en una situación igual de riesgo los hombres tienden a afrontarla como un reto que hay que superar a partir de un sentimiento de rabia, mientras que las mujeres lo toman como una amenaza que es preferible evitar a partir de un sentimiento de

miedo (Grossman & Wood, 1993; Arch, 1993). Cabe aclarar que, a pesar de que la evidencia es clara en sus resultados, la atribución de una mayor aversión al riesgo en las mujeres ha generado aún más estereotipos de géneros en los que se considera a las mujeres menos capaces de resolver situaciones que involucran habilidades para solucionar problemas (Shubert et al., 1999). De hecho, existen otros estudios (Chadi et al., 2019) que han mostrado que las mujeres no son aversas al riesgo por naturaleza sino por una serie de barreras y desigualdades sociales y de género que influyen sobre su propias actitudes y comportamientos financieros.

**Más mujeres que hombres no están dispuestas a arriesgar su propio dinero cuando hacen una inversión.**

# Confianza en las instituciones financieras

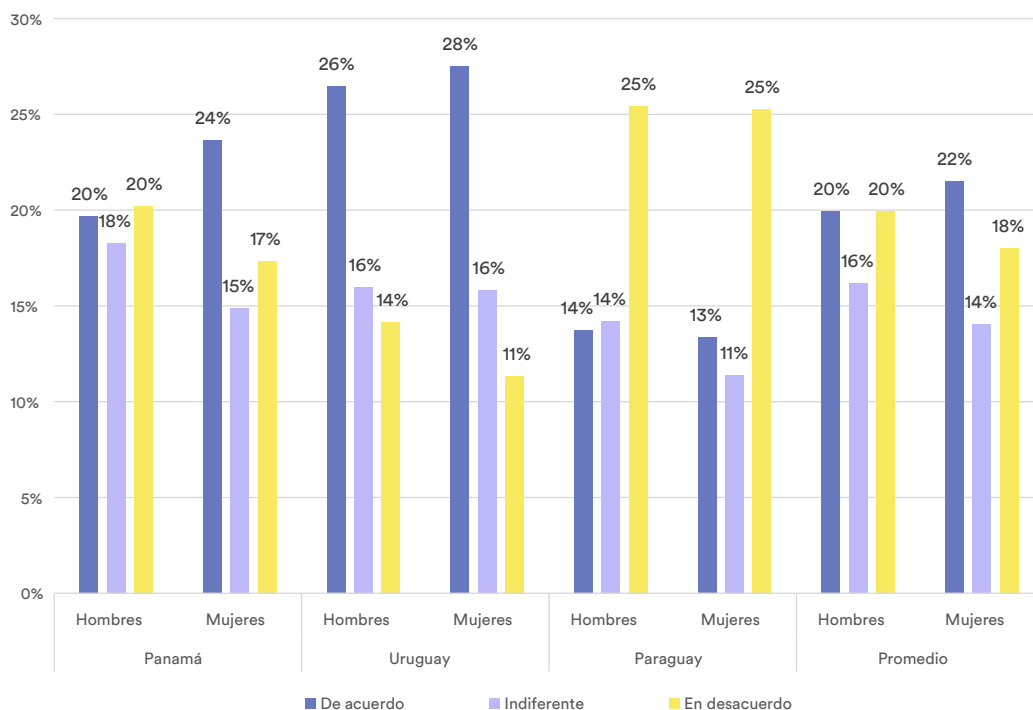
Para entender la confianza de los individuos en las instituciones financieras que puede explicar su propensión a tener y utilizar productos y servicios financieros, se preguntó sobre qué tan de acuerdo se encuentran con algunas afirmaciones. Sobre la primera: “Creo que el dinero en el banco está seguro incluso si éste quiebra”; en promedio, más mujeres que hombres confían en la institución financiera con

un porcentaje de 22% y 20% respectivamente (brecha de 1,53 pp). Esta brecha es más amplia en Panamá con un total de 3,95 pp y, solo en Panamá, la brecha se invierte a favor de los hombres por 0,4 pp. La mayor proporción de personas que dicen estar en desacuerdo con esta afirmación está en Paraguay, con una brecha no significativa entre hombres y mujeres de 0,15 pp (Gráfico 31).

37

Gráfico 31

Creo que el dinero en el banco está seguro incluso si éste quiebra

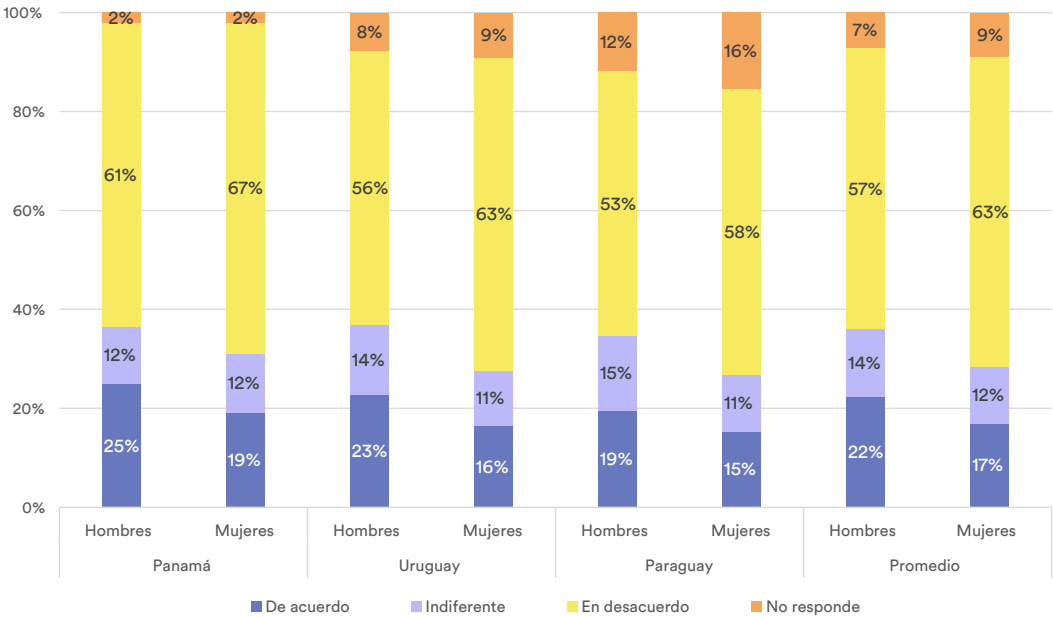


En la encuesta, se analizó la confianza sobre los servicios financieros digitales y el uso del internet para realizar acciones financieras, ambos importantes debido al auge en el uso de las TICs tras la pandemia de Covid-19. Respecto a las compras en internet, tanto hombres como mujeres no se sienten seguros al usar una red pública,

aunque las mujeres desconfían más (Gráfico 32). En promedio, 57% de los hombres y 63% de las mujeres están en desacuerdo con la afirmación (brecha de 5,93 pp). En los países estudiados, la brecha es más amplia en Uruguay (7,8 pp), mientras que en Paraguay se encuentra la brecha más baja (4,4 pp).

Gráfico 32

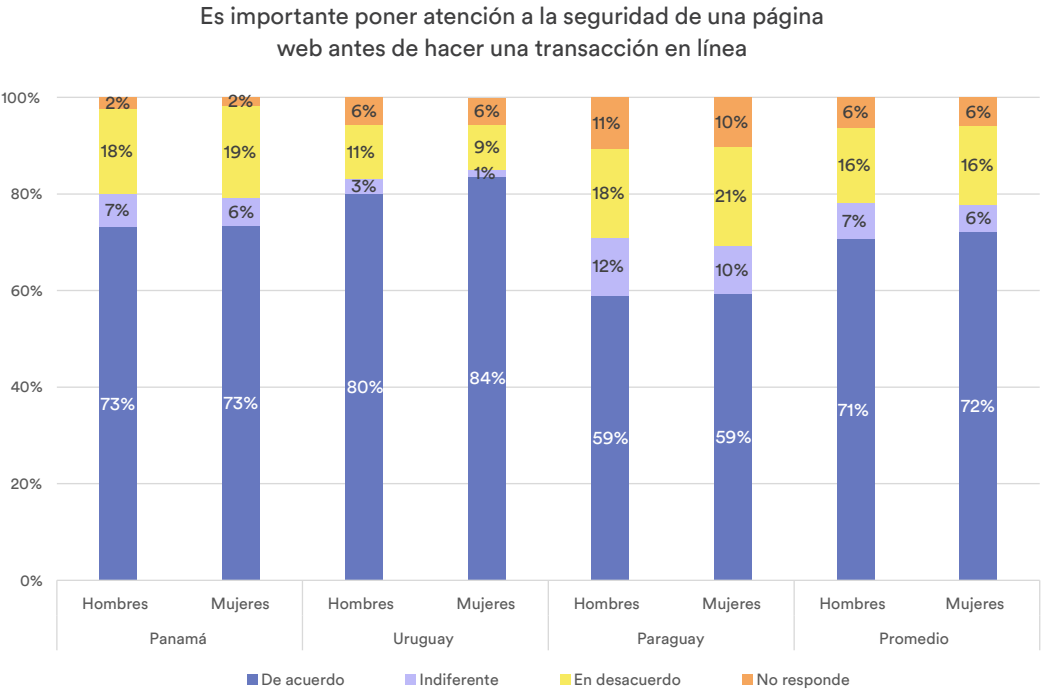
Creo que es seguro hacer una compra por internet usando una red pública de Wi-Fi



Sobre la afirmación “Es importante poner atención a la seguridad de una página web antes de hacer una transacción en línea”, la mayoría se encuentra de acuerdo con tan solo una diferencia promedio entre hombres y mujeres de 1,47 pp a

favor de las mujeres (Gráfico 33). La brecha no es significativa en Panamá y Paraguay con una diferencia entre los géneros de 0,2 y 0,5 pp, respectivamente, mientras que la mayor brecha se encuentra en Uruguay con 3,7 pp.

Gráfico 33

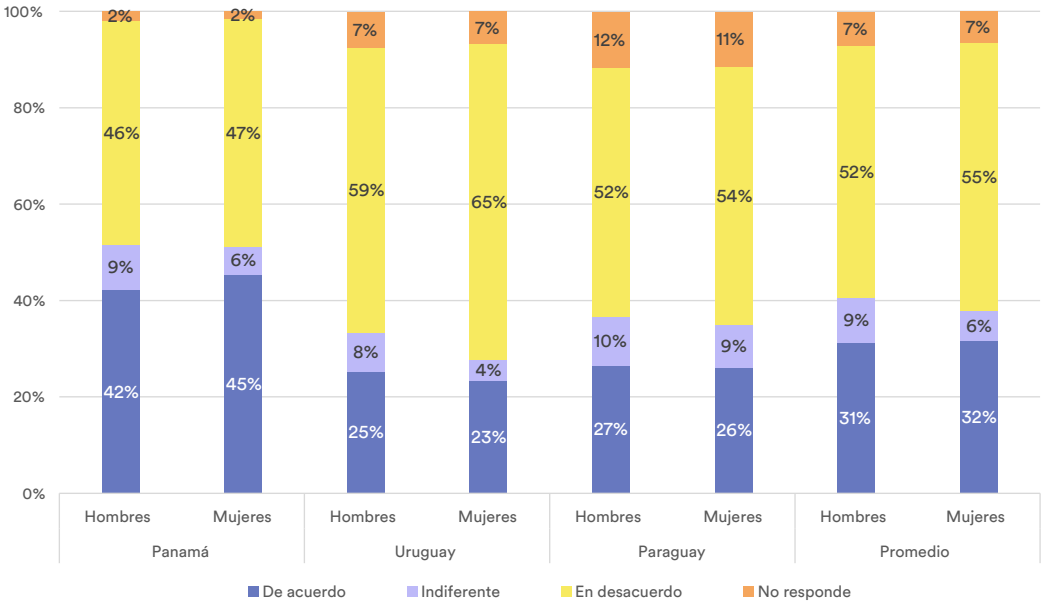


Ahora bien, al indagar sobre la importancia de leer los términos y condiciones cuando se compra algo en línea o por internet, la gran mayoría considera que es importante hacerlo, aunque las mujeres le dan mayor importancia. En promedio, el 52% de los hombres y el 55% de las mujeres dicen estar de acuerdo con que es importante

realizar esta acción (brecha de 2,93 pp). Aunque la brecha no es tan amplia, los resultados nos permiten afirmar que las mujeres suelen tener más cuidado y ser más conscientes al momento de hacer una compra en línea, particularmente en Uruguay en donde encontramos una brecha a favor de las mujeres de 6,2 pp.

Gráfico 34

Creo que no es importante leer los términos y condiciones cuando compro algo en línea o por internet



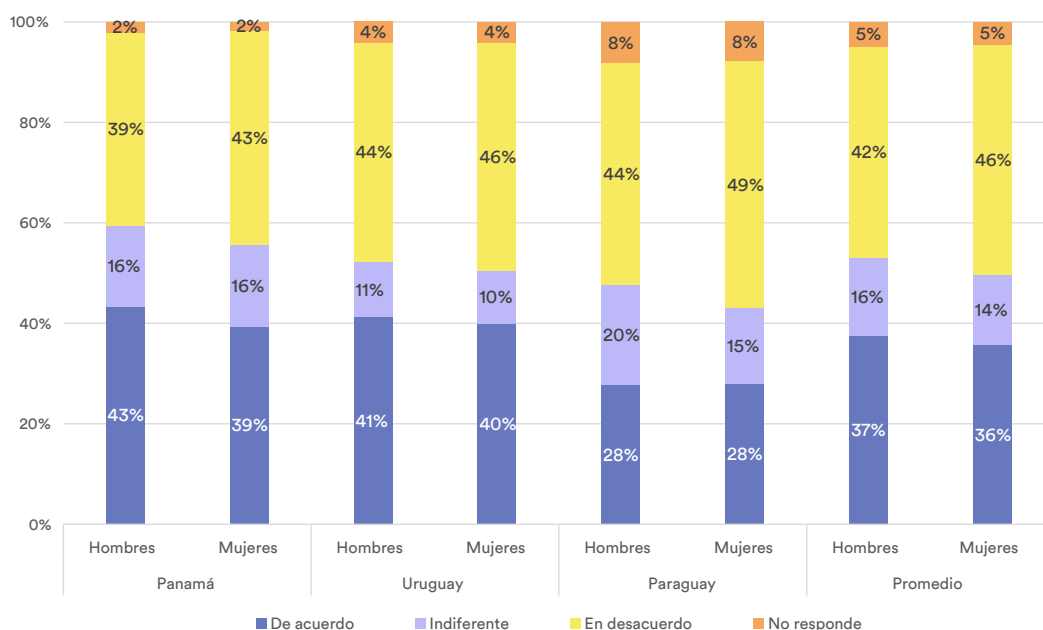
Respecto a la afirmación “Las herramientas digitales facilitan la gestión de mis finanzas personales”, en general los hombres y las mujeres se encuentran en desacuerdo. En específico, 42% de los hombres y 46% de las mujeres no creen que las herramientas digitales sean un factor que les ayude con sus finanzas personales (brecha de 3,71 pp). En general, como queda demostrado en el Gráfico 35, tanto mujeres como hombres sienten desconfianza en las herramientas digitales, lo cual muestra la importancia de trabajar en el fortalecimiento de capacidades hacia las nuevas herramientas financieras digitales que mejoren la confianza en ellas. Sin embargo, la mayor desconfianza por parte de las mujeres puede deberse a la brecha digital de género en donde las mujeres tienen

menos oportunidades para acceder, usar y participar en el ecosistema digital, así como en la creación y el desarrollo de las nuevas tecnologías (CEPAL, 2019). En este sentido, estar enfrentadas a una nueva herramienta las hace desconfiar más al no saber qué poder esperar de ella.

En este punto, es importante resaltar que la brecha digital de género no es homogénea sino interseccional y afecta más a mujeres de menores recursos, indígenas, afrodescendientes y rurales. Así, esta brecha se estructura en torno a desigualdades preexistentes que limitan el acceso, uso y apropiación de las tecnologías de mujeres que ya eran socialmente discriminadas (Vaca & Valenzuela, 2022).

Gráfico 35

Las herramientas digitales facilitan la gestión de mis finanzas personales

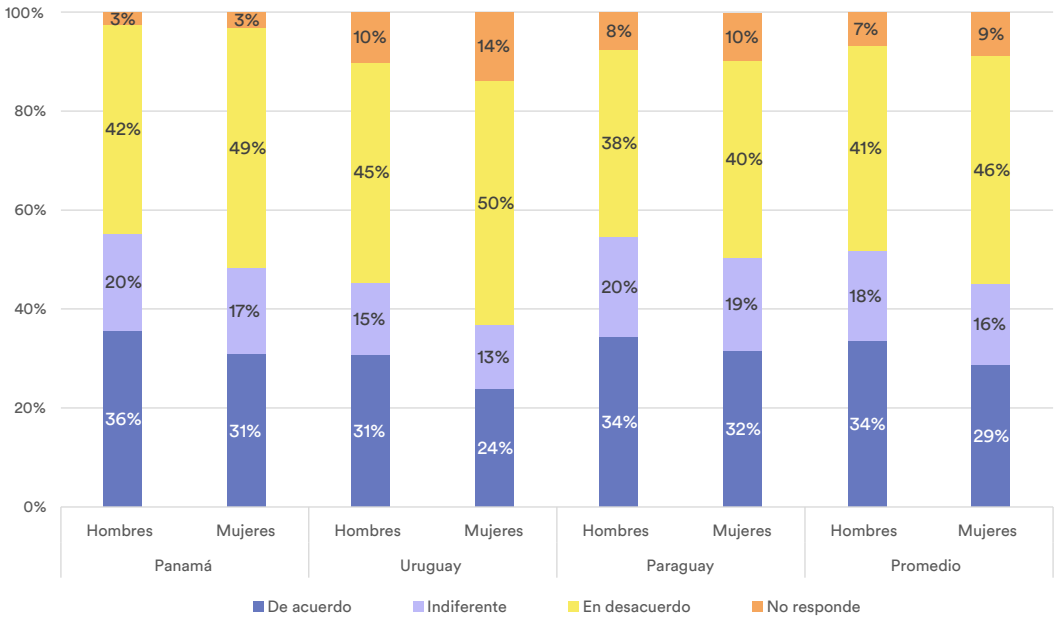


En cuanto a la declaración expresa de confiar en los servicios que brindan los bancos en línea, tanto hombres como mujeres tienen sus dudas al respecto. En promedio, 34% de los hombres y

29% de las mujeres confía en los servicios financieros (brecha de 4,73 pp), mientras que 41% de los hombres y 46% de las mujeres no confía (brecha de 4,57 pp a favor de las mujeres).

Gráfico 36

Confío en los servicios financieros que brindan los bancos en línea

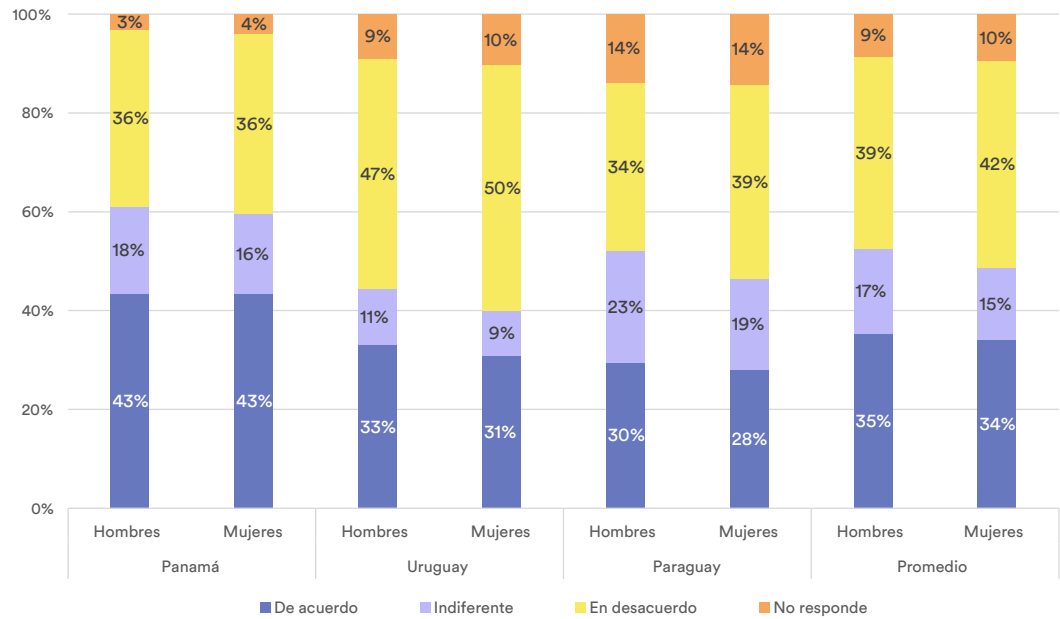


Para la afirmación, “Creo que los proveedores de servicios financieros deberían utilizar una amplia gama de datos personales no financieros, incluidos los de las redes sociales”, se encontró que en promedio 35% de los hombres y 34% de las mujeres están de acuerdo (brecha de 1,2 pp), y 39% de los hombres y 42% de las mujeres no lo están (brecha de 2,87 pp a favor de las mujeres). La brecha sobre las personas que están de acuerdo con el uso de otro tipo de información diferente a la tradicional por parte de los proveedores de servicios financieros

es de 2,1 pp y 1,5 pp en Uruguay y Paraguay respectivamente. Aunque en promedio más personas están en desacuerdo con el uso de información adicional como las de las redes sociales, cabe resaltar que el uso de estos datos podría ayudar a que más personas accedan a servicios financieros a partir de calificaciones crediticias alternativas que impactan positivamente a la inclusión financiera. A partir de este, las barreras para el acceso a créditos por la ausencia de historial crediticio, no sería un limitante para las mujeres.

Gráfico 37

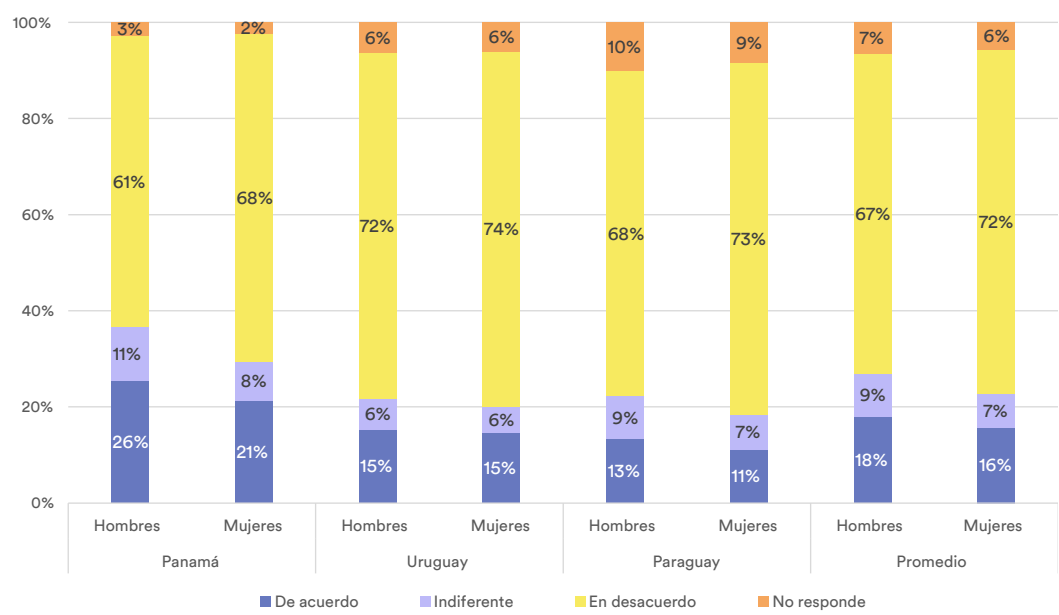
Creo que los proveedores de servicios financieros deberían utilizar una amplia gama de datos personales no financieros, incluidos los de las redes sociales



Sobre la compra impulsiva cuando se hacen pagos en línea, las personas en su mayoría dicen estar en desacuerdo con la afirmación “Soy más propenso a comprar impulsivamente cuando pago en línea que en persona en una tienda”. En promedio, 67% de los hombres y 72% de las mujeres dicen estar en desacuerdo (brecha de 4,93 pp a favor de las mujeres). En esa

respuesta, la mayor brecha se encuentra en Panamá con una diferencia de 7,7 pp a favor de las mujeres, seguido de Paraguay con una brecha de 5,5 pp a favor de las mujeres y de 1,6 pp en Uruguay (Gráfico 38). Así, aunque ambos géneros parecen ser cuidadosos a la hora de hacer compras en línea, las mujeres demuestran tener un comportamiento más riguroso y responsable.

Gráfico 38  
Soy más propenso a comprar impulsivamente cuando pago en línea que en persona en una tienda



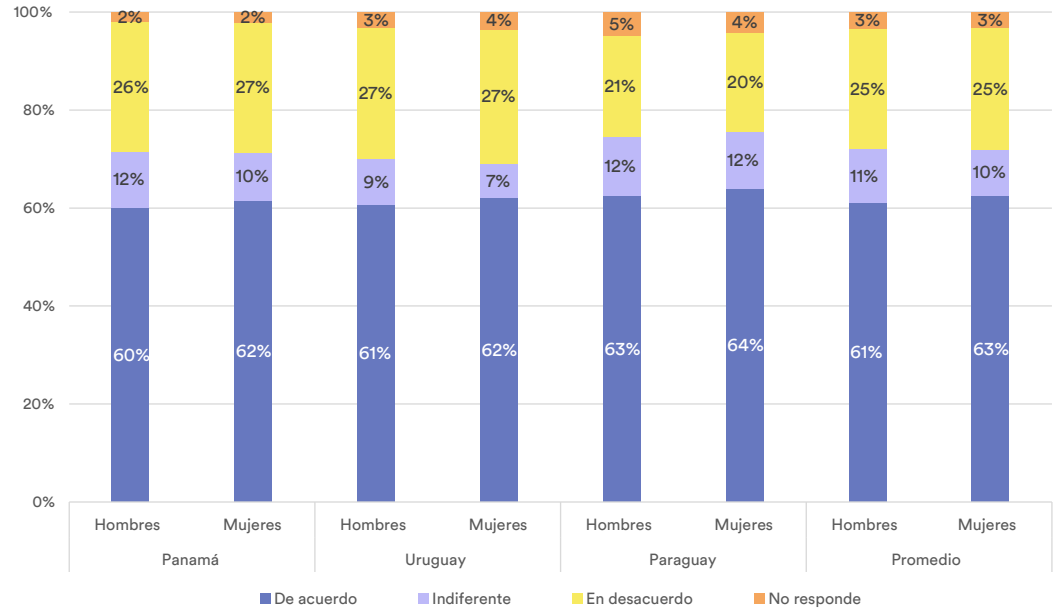
**Los resultados de las encuestas sugieren que las mujeres tiene un comportamiento ligeramente menos impulsivo a la hora de hacer compras en línea.**

Por último, respecto a la tesis “Es más probable que lea la letra pequeña de un contrato si es en papel que por internet”, la gran mayoría de las personas afirma estar de acuerdo, con un porcentaje promedio de 61% de los hombres y

63% de las mujeres (brecha de 1,4 pp) lo que sugiere, nuevamente, un mayor empeño por parte de las mujeres cuando se trata de leer la letra pequeña de los contratos (Gráfico 39).

Gráfico 39

Es más probable que lea la letra pequeña de un contrato si es en papel que por internet



# Conocimientos financieros

Para evaluar el nivel de conocimiento financiero, la encuesta de capacidades financieras de CAF incluye preguntas sobre la comprensión de conceptos financieros tales como el de interés simple, interés compuesto, valor de dinero en el tiempo e inflación. Para obtener un panorama más completo se pregunta a los individuos su autopercepción sobre su nivel de conocimientos financieros para entender, de esta manera, su autoconfianza.

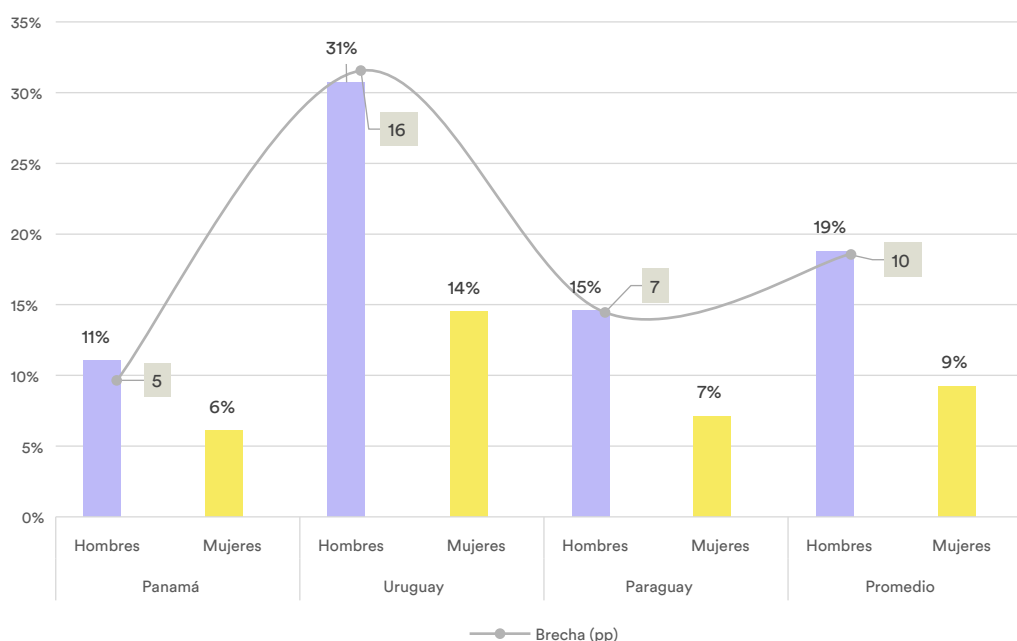
Con el objetivo de evaluar el conocimiento del concepto de interés simple, se les plantea a los encuestados un escenario en donde tienen una cuenta de ahorros con una tasa de interés de 2%

anual y se les pregunta sobre el monto al finalizar el primer año. Al respecto, se evidencia que el porcentaje de las personas que acertaron la respuesta fue bastante bajo para ambos géneros, pero mucho más bajo para las mujeres. En promedio, 19% de los hombres y 9% de las mujeres realizaron el cálculo de interés simple de manera adecuada, resultando en una brecha de 9,55 pp en detrimento de las mujeres. Dentro de los países, la mayor brecha se identificó en Uruguay, en donde 31% de los hombres y 14% de las mujeres acertó la respuesta (brecha de 16,23 pp). A este país le sigue Paraguay, con una brecha de 7,44 pp y por último Panamá con una brecha de 4,97 pp, ambas a favor de los hombres (Gráfico 40).

46

Gráfico 40

Interés simple

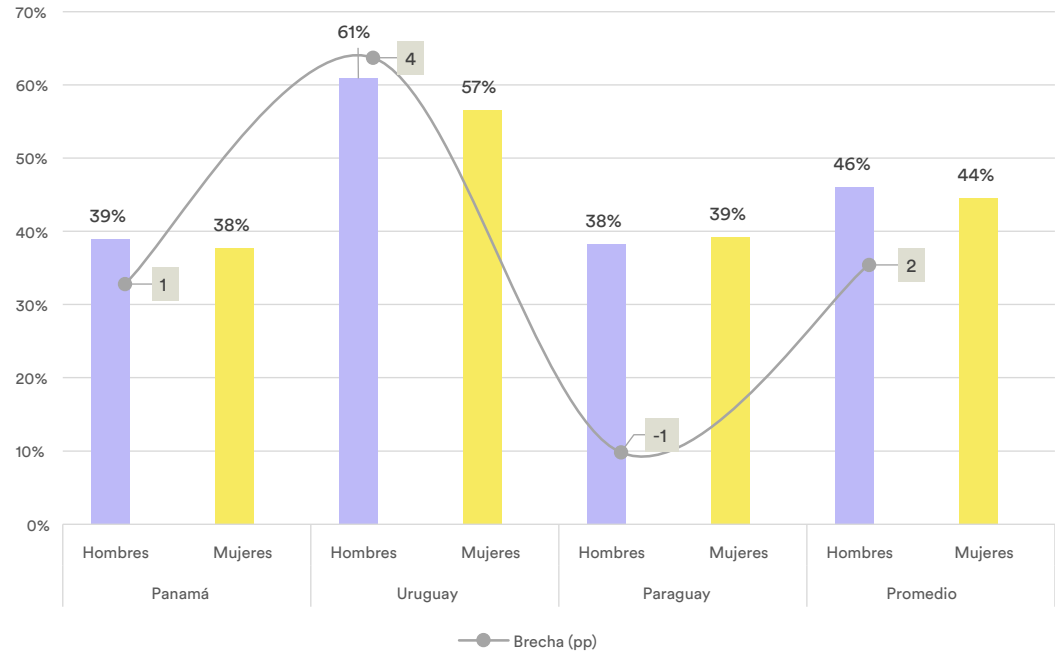


Por otro lado, sobre el manejo del concepto de interés compuesto, se pregunta sobre el monto generado por el depósito de una cantidad de dinero por 5 años a una tasa de 2% anual. En esta pregunta se les dieron a los encuestados diversas opciones de respuestas que indicaban si el valor de los intereses compuestos iba a ser mayor, igual o menor a un valor específico. Bajo estas condiciones, los resultados muestran que, en promedio, el 46% de los hombres y el 44% de las mujeres demostraron manejar

adecuadamente el concepto, lo que resulta en una brecha considerablemente más pequeña a la asociada al interés simple de 1,54 pp. El país con la brecha más amplia corresponde a Uruguay en donde 61% de los hombres y 57% de las mujeres calcularon adecuadamente el interés compuesto (brecha de 4,37 pp), y Panamá con una brecha de tan solo 1,28 pp. Es importante resaltar que la brecha se invierte a favor de las mujeres en Paraguay con 1,02 pp de diferencia (Gráfico 41).

Gráfico 41

Interés compuesto

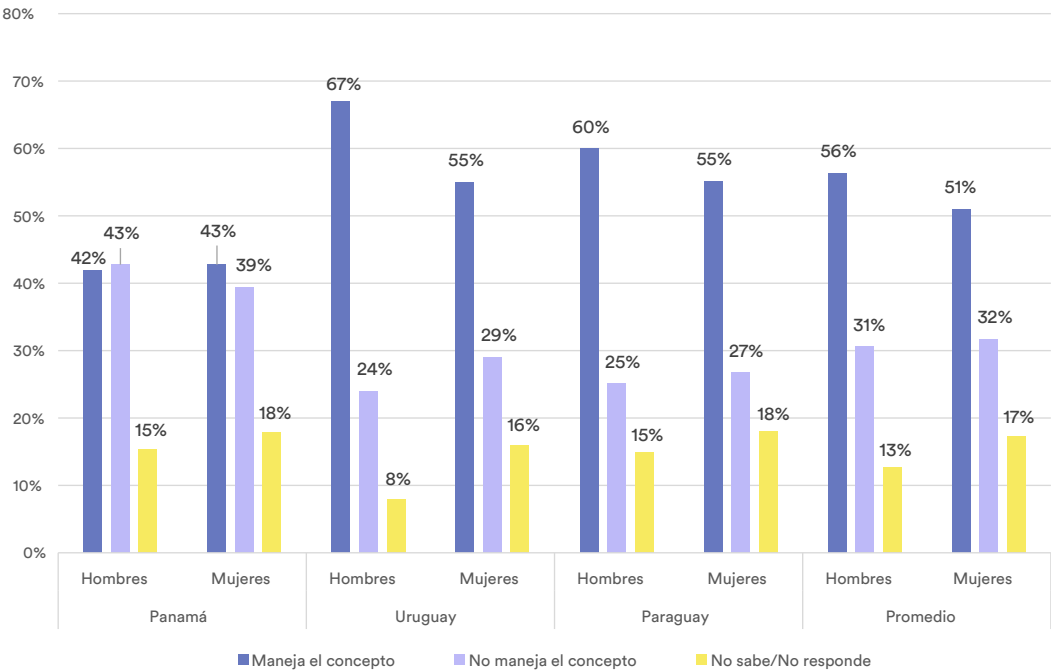


El concepto de valor del dinero en el tiempo se indagó en la encuesta a partir de un caso en el que dos hijos reciben una herencia y tienen que esperar un año para disponer de su parte con una inflación que se mantiene en 3% anual. Dentro de las opciones de respuesta a la pregunta de cuánto van a poder gastar se logró identificar que en promedio 56% de los hombres y 51% de las mujeres

maneja el concepto (brecha de 5,32 pp). Al igual que en el caso anterior, Uruguay es el país en donde la brecha se amplía significativamente. En este país, 67% de los hombres y 55% de las mujeres acertó la respuesta (brecha de 12 pp). Por otro lado, Paraguay presenta una brecha de 4,79 pp mientras que en Panamá la brecha se invierte a favor de las mujeres en solo 0,82 pp (Gráfico 42).

Gráfico 42

Valor del dinero en el tiempo

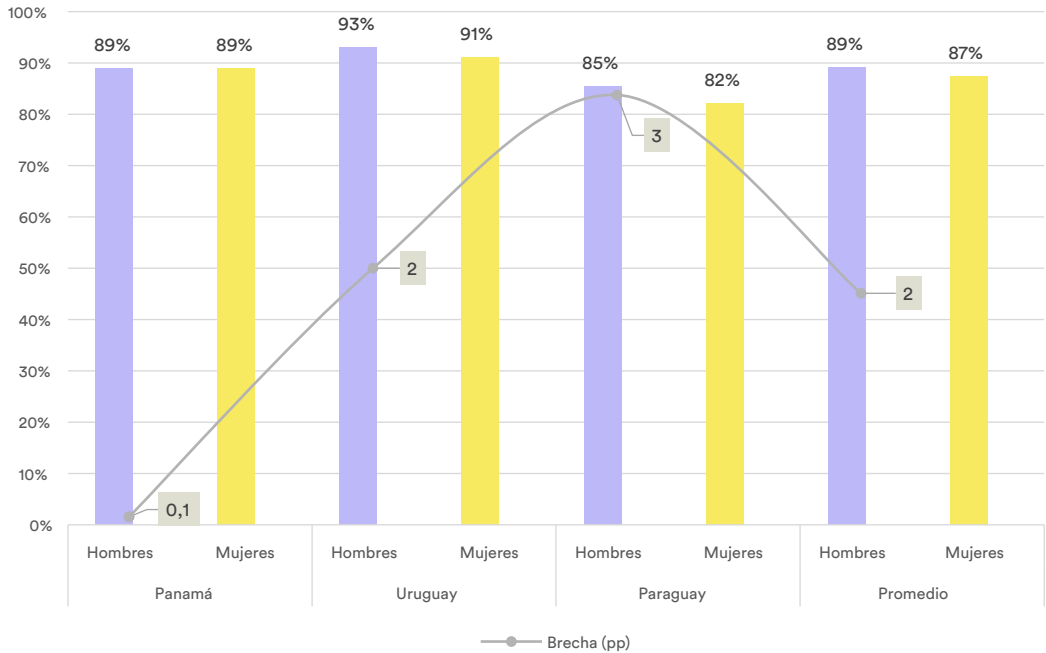


Al momento de elaborar un plan financiero de largo plazo, resulta esencial conocer lo que implica la inflación, pues esta indica la “variación de los precios en la economía y el cambio respectivo del poder adquisitivo del dinero” (Auricchio, Lara, Mejía, Remicio y Valdez, 2022). El manejo del concepto se analizó al preguntarle a los individuos encuestados si creían que la afirmación “Una alta inflación significa que el

costo de vida está aumentando rápidamente” era falsa o verdadera. Los resultados muestran que la mayoría maneja adecuadamente el concepto de inflación y conoce las repercusiones de este fenómeno económico. En promedio, el 89% de los hombres y el 87% de las mujeres conocen el concepto, lo que pone en evidencia una brecha de 1,8 pp a favor de los hombres (Gráfico 43).

Gráfico 43

Inflación



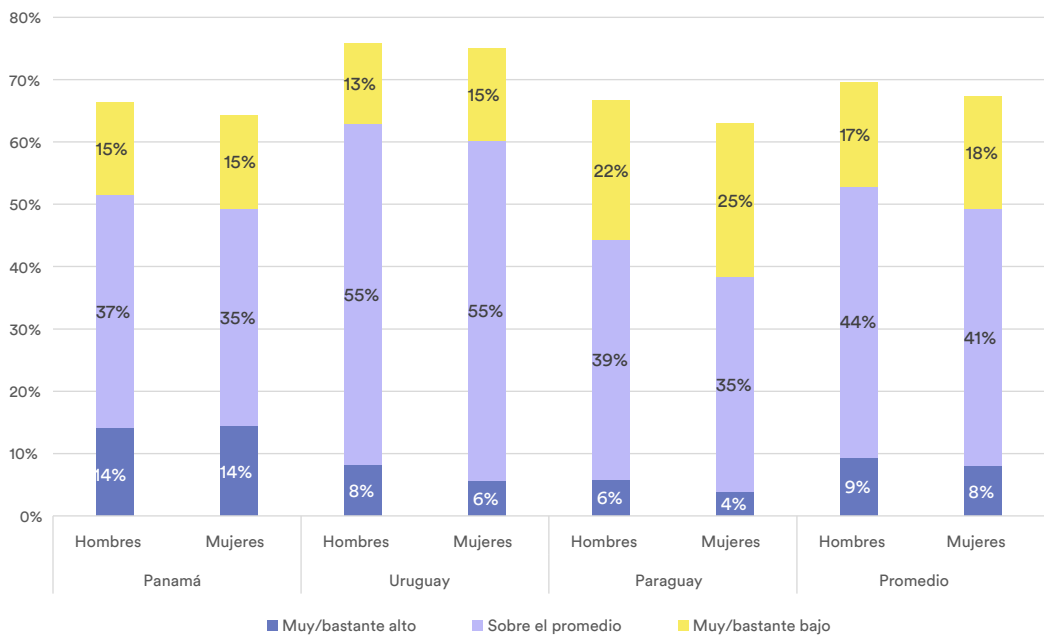
**Los resultados muestran que en promedio, el 89% de los hombres y el 87% de las mujeres conocen el concepto de inflación y conoce las repercusiones de este fenómeno económico.**

Como se mencionó al inicio del apartado, preguntar sobre la autopercepción del nivel de conocimientos es esencial para analizar también la autoconfianza y las posibles dinámicas de género que resaltan al respecto. Particularmente, la mayoría de los encuestados dice tener un conocimiento sobre el promedio, en donde en general, 44% de los hombres y 41% de las mujeres se sienten de esta manera. Frente a la clasificación más baja, 17% de los hombres sitúa su conocimiento en esta categoría al igual que el 18% de las mujeres (brecha de 1,46 pp). En Paraguay se identifica la brecha más amplia en desventaja de las mujeres en la

autopercepción baja con una diferencia entre hombres y mujeres de 2,3 pp. A esta le sigue la brecha de Uruguay equivalente a 1,9 pp y por último la de Panamá que es considerablemente más baja que las anteriores con una diferencia de 0,19 pp.

El resultado anterior demuestra una brecha de confianza en donde las mujeres creen que no tienen los conocimientos suficientes. En general, la evidencia muestra que las mujeres saben menos de temas financieros que los hombres, pero saben más de lo que creen que saben (Brucher-Koenen, et al. 2014).

Gráfico 44  
Autopercepción de conocimientos financieros

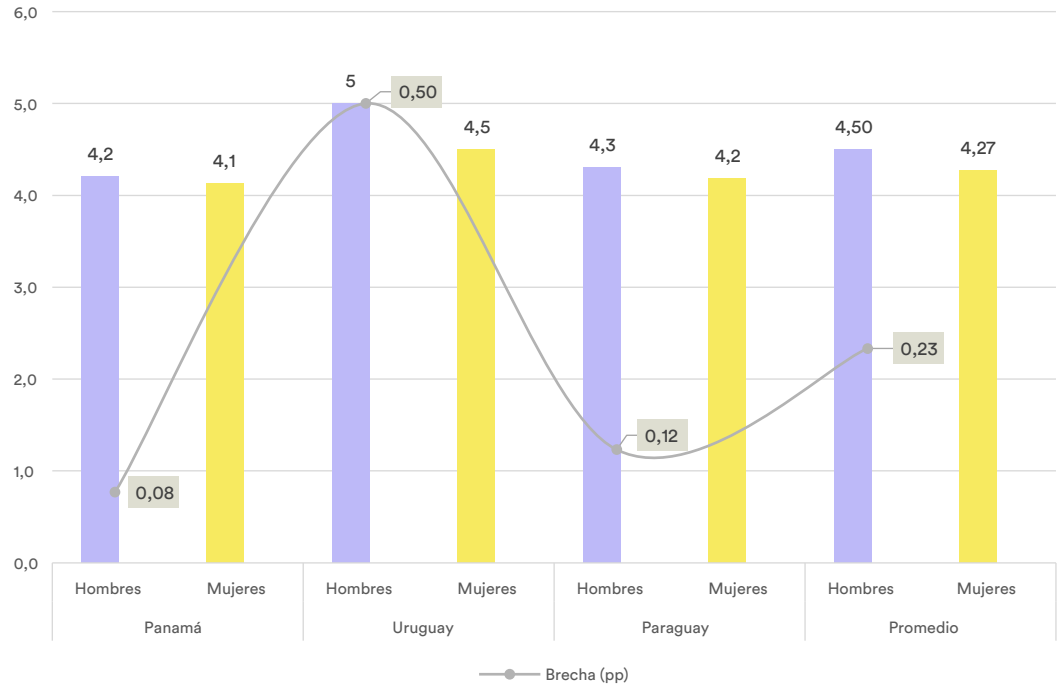


A partir de las respuestas obtenidas sobre el manejo de los conceptos financieros y su autopercepción sobre el nivel de conocimiento, se construyó un índice para medir el nivel de conocimientos financieros que toma un valor máximo de 7 puntos en donde a partir del quinto punto se considera que el individuo tiene un nivel alto de conocimientos

financieros. Como se observa en el Gráfico 45, en todos los países los hombres tienen puntajes superiores a los de las mujeres en este índice, pero solo los hombres de Uruguay logran un puntaje alto (igual a 5). En promedio, el puntaje de los hombres de los 3 países es de 4,5 y el de las mujeres de 4,27 (brecha de 0,23 puntos).

Gráfico 45

Índice de Conocimientos Financieros



**En los 3 países los hombres tienen puntajes superiores a los de las mujeres en el nivel de conocimientos financieros.**

# Actitudes financieras

52

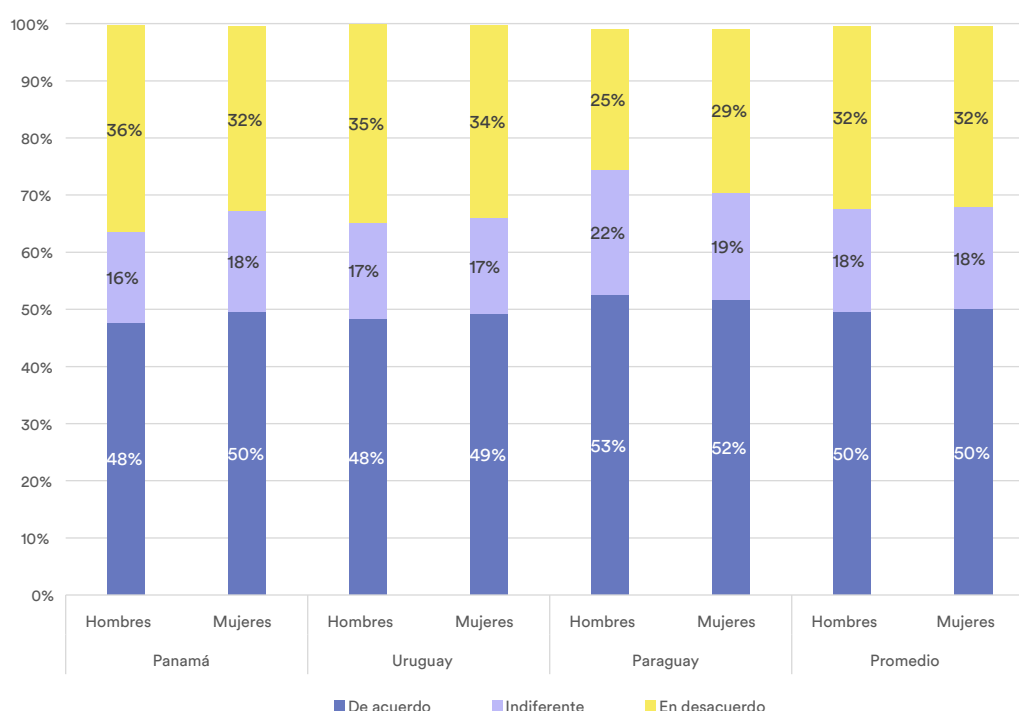
La encuesta de CAF incorpora preguntas para evaluar las actitudes financieras de las personas a partir de la preferencia por el ahorro para el futuro. A modo de introducción, la economía del comportamiento ha encontrado que la toma de decisiones depende esencialmente de las preferencias sobre el riesgo y el tiempo (Harrison et al., 2005). En particular, una primera aproximación acerca de la importancia del tiempo y el sesgo por el presente la dio Smith (2013) al afirmar en uno de sus textos que “El placer que disfrutemos dentro de diez años nos interesa muy poco en comparación con el que podemos disfrutar hoy” (Smith, 2013: 273). En este sentido, los individuos tendemos a preferir una recompensa pequeña hoy a una gran recompensa mañana (Thaler, 2018). Al respecto se han identificado diferencias en el sesgo por el presente entre hombres y mujeres, en donde

las últimas tienden a ser más pacientes y preocuparse más por el futuro que por el presente.

A partir de lo anterior, sobre la afirmación “Tiendo a vivir el día a día y no prestar tanta atención al mañana”, en promedio, la mitad de los hombres y las mujeres encuestadas están de acuerdo con esta afirmación (brecha de 0,61 pp en desventaja de los hombres) y el 32% de ambos géneros está en desacuerdo (brecha de 0,33 pp) en desventaja de las mujeres. El sesgo por el presente de los hombres es mayor al de las mujeres en Paraguay con una brecha de 0,82 pp. Por su parte, el país en donde las mujeres presentan un mejor desempeño frente a éste es en Paraguay en donde 25% de los hombres y 29% de las mujeres prefieren prestarle más atención al mañana que al presente (brecha de 3,98 pp).

Gráfico 46

Tiendo a vivir el día a día y no prestar tanta atención al mañana

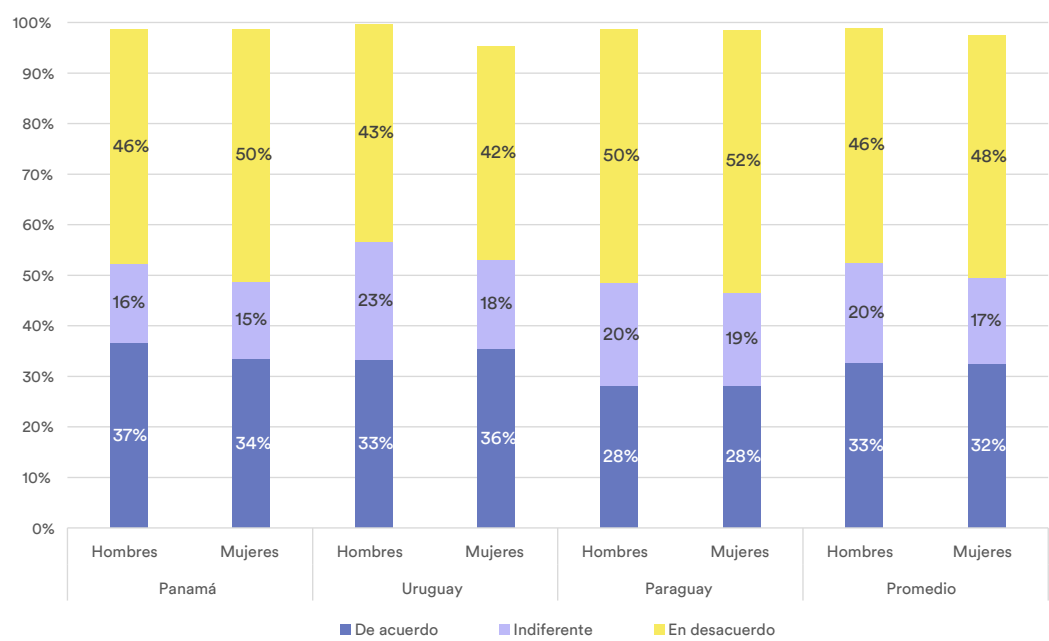


Para validar la preferencia de los individuos por el ahorro en el largo plazo, se preguntó sobre la preferencia de gastar dinero en vez de ahorrar. A partir de esta, los resultados mostraron una preferencia de los encuestados por el ahorro para el futuro con un porcentaje promedio de 46% para los hombres y 48% para las mujeres, con una mayor predisposición de las mujeres

al ahorro (brecha de 1,56 pp). La brecha tanto en Panamá y en Paraguay se encuentra a favor de las mujeres con una diferencia de 3,70 pp y 1,64 pp respectivamente. Uruguay es el único país que tiene una brecha en desventaja de las mujeres de 0,67 pp, mostrando una mayor predisposición al ahorro por parte de los hombres (Gráfico 47).

Gráfico 47

Prefiero gastar dinero que ahorrar para el futuro

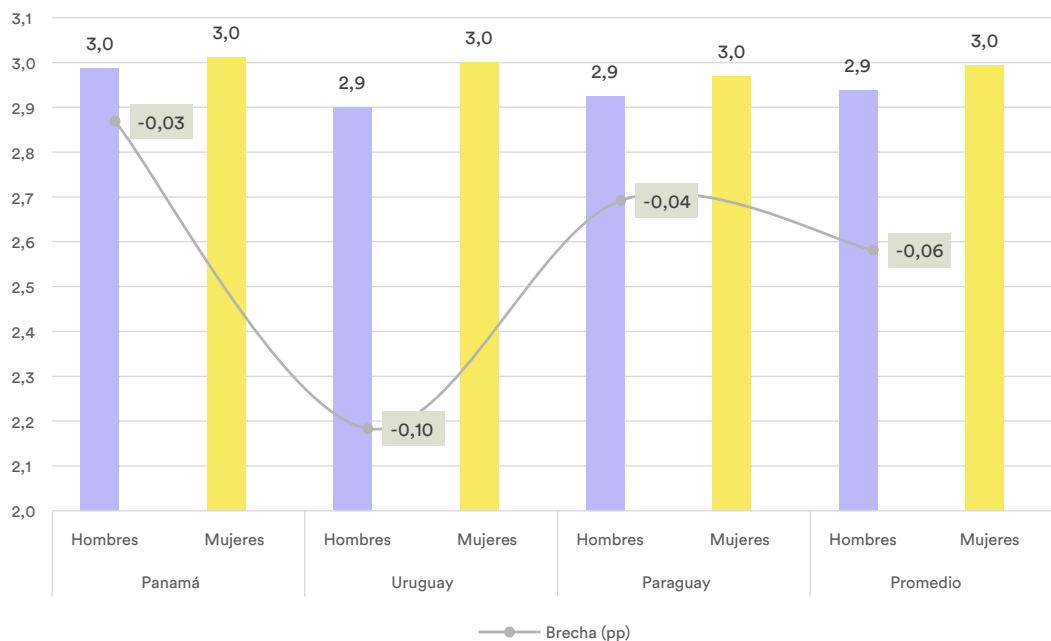


El índice de actitudes financieras se construyó a partir de los resultados expuestos anteriormente. Este índice toma un valor máximo de 5 puntos, en donde un valor superior a 3 es considerado como alto. Los resultados expuestos en el gráfico 48 muestran que las mujeres tienen un puntaje

adecuado de actitudes financieras, pero los hombres, aunque les faltó poco, no la tienen. El único país en donde los hombres tienen un puntaje considerado alto en este índice es Panamá. Cabe aclarar que las brechas no son significativamente altas en ninguno de los países analizados.

Gráfico 48

Índice de Actitudes Financieras



**Los encuestados mostraron una mayor preferencia por el ahorro para el futuro con un porcentaje promedio de 46% para los hombres y 48% para las mujeres.**

# Comportamientos financieros

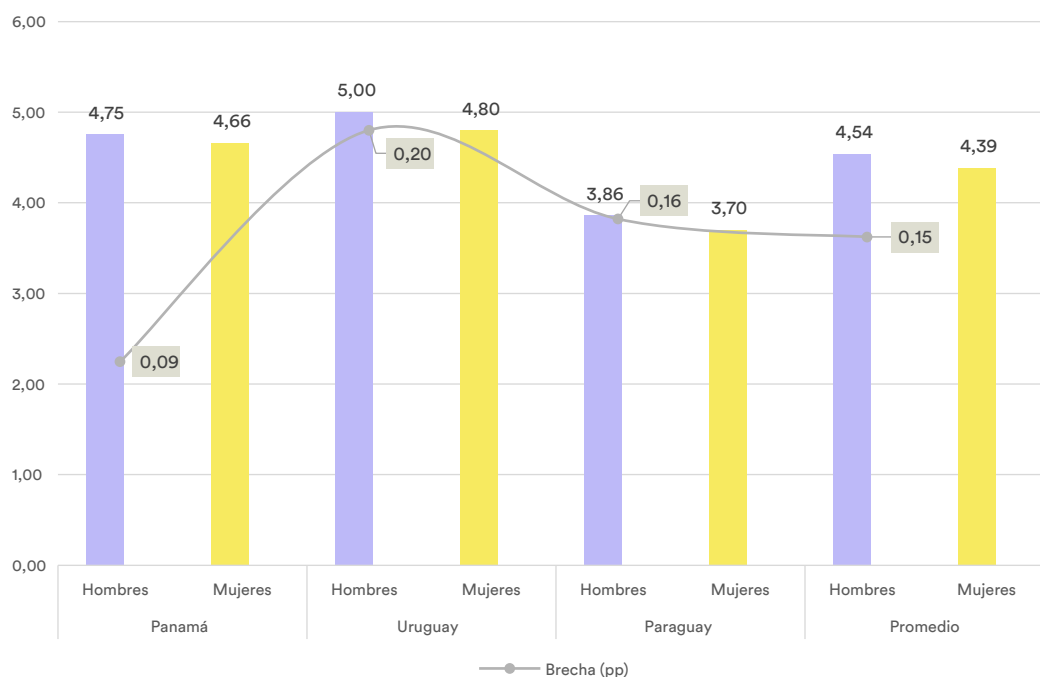
El comportamiento financiero incluye variables que indagan sobre la compra cuidadosa de bienes y servicios, el pago a tiempo de las cuentas, estar al tanto de sus temas financieros personales, establecer metas de ahorro en el largo plazo y esforzarse para lograrlo, ser responsable de las decisiones del hogar y tener un plan financiero, haber estado ahorrando, hacer una adquisición informada de los productos financieros, y tener un plan para cuando los gastos superen los ingresos. A partir de estas, el índice de comportamientos financieros fue construido para cada uno de los países que están siendo estudiados. El valor máximo de este indicador es de 9 puntos, en donde si se obtiene un puntaje mayor o igual

a 6 se considera que se tiene un comportamiento financiero alto.

Como se puede observar en el Gráfico 49, aunque el índice de comportamientos financieros de los hombres supera al de las mujeres, en ningún país se presentan índices altos. En promedio, la puntuación de los hombres fue de 4,54 mientras que la de las mujeres fue de 4,39 sobre 9. El país que muestra tener mayores índices de comportamiento financiero es Uruguay, en donde el índice de los hombres se ubicó en 5 puntos y el de las mujeres en 4,8, con una diferencia de 0,20 puntos. En Panamá es donde se identifica la brecha más baja del índice calculado para hombres y mujeres.

Gráfico 49

Índice de Comportamiento Financiero



# Capacidades financieras

El índice de capacidades financieras (o educación financiera) suma los puntajes obtenidos por cada uno de los individuos en el índice de conocimientos financieros, comportamientos y actitudes financieras. De esta manera, el indicador toma valores en el rango de 0 a 21 y se considera un puntaje alto desde un resultado igual a 12. El Gráfico 50 muestra los resultados del índice de capacidades financieras para los 3 países: Panamá, Uruguay y Paraguay.

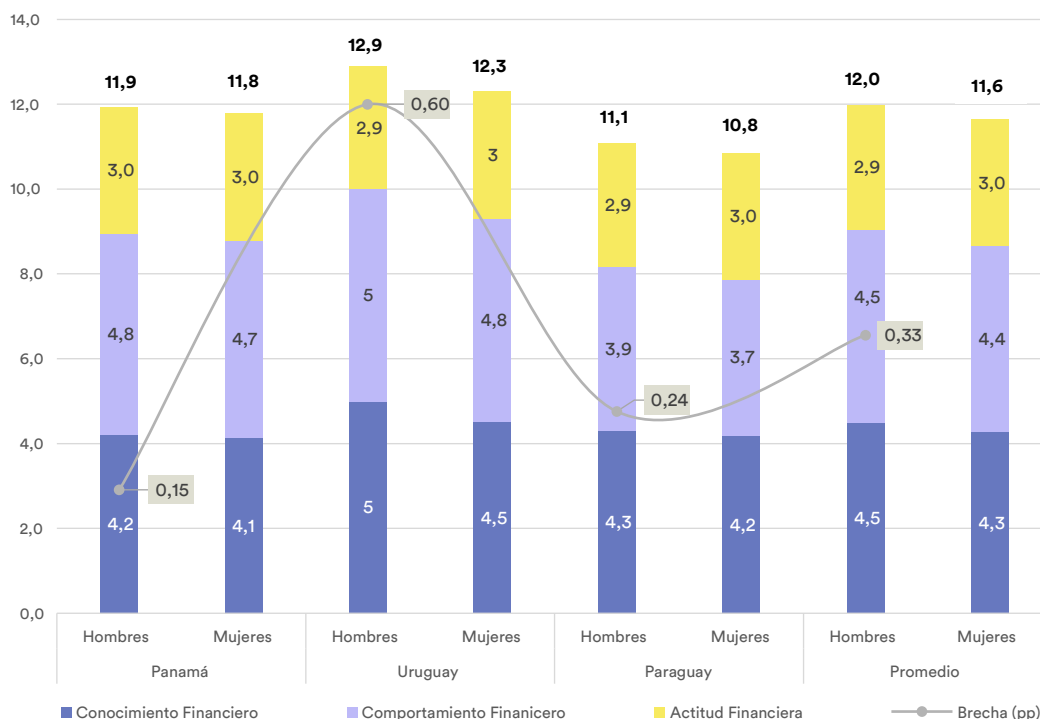
A partir de los resultados, se evidencia que Paraguay es el país con los menores índices de

capacidades financieras para hombres y para mujeres con un puntaje de 11,1 y 10,8 respectivamente, lo cual hace que la brecha se ubique en 0,24. El país en donde se identifican los mejores puntajes en el índice analizado es Uruguay, pero es en este también en donde se ubica la mayor brecha (de 0,6 puntos). Frente a los puntajes considerados altos, los hombres y las mujeres de este país logran obtenerlo con 12,9 puntos y 12,3, respectivamente. En ningún otro de los países analizados en este documento se identificaron puntajes altos del índice ni para hombres ni para mujeres.

56

Gráfico 50

Índice de Capacidades Financieras



# Bienestar financiero

La OECD define el bienestar financiero como la capacidad de estar en control, sentirse seguro y tener libertad sobre las finanzas personales actuales y futuras, basadas en factores objetivos y subjetivos. Esta definición resalta que: i) hay una serie de elementos clave que se reconocen como generalmente importantes para el bienestar financiero como estar en control, sentirse seguro y tener libertad sobre los recursos financieros; ii) el bienestar financiero tiene un carácter de corto y largo plazo; iii) el bienestar financiero depende tanto de factores objetivos como de percepciones subjetivas; iv) tiene factores objetivos que contribuyen a la resiliencia, incluidos los ingresos disponibles, la riqueza personal y el control financiero; y v) factores subjetivos de la vida financiera cotidiana y de los planes financieros a largo plazo (OECD, 2022).

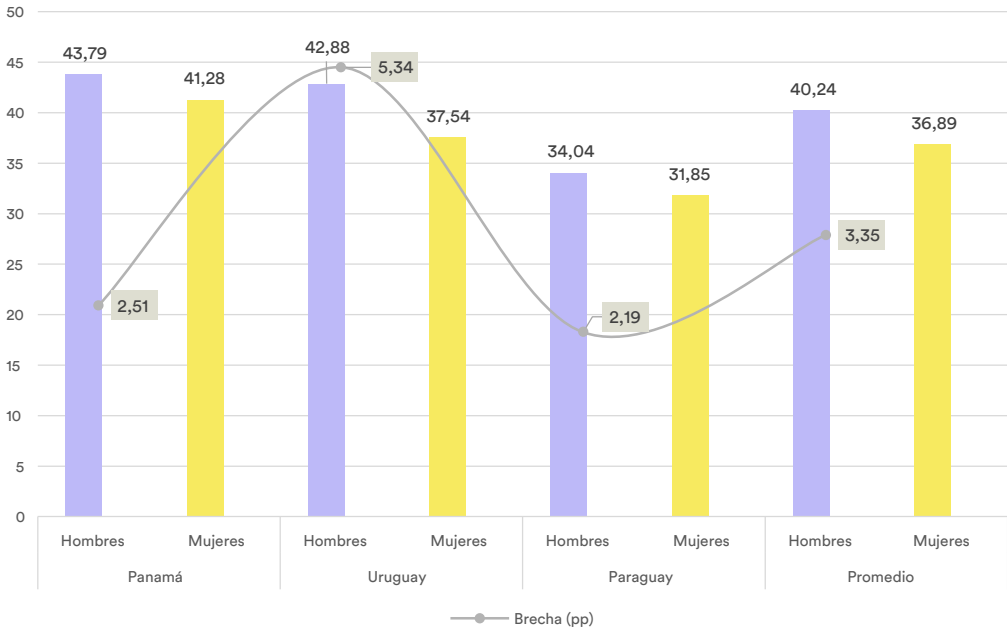
En la encuesta de medición de capacidades financieras de CAF, el índice de bienestar financiero se mide a partir de las siguientes: capacidad de enfrentar un gasto imprevisto, ahorro y planeación de jubilación, estar encaminado a alcanzar metas financieras, satisfacción con situación financiera,

suficiencia del ingreso propio y el de su familia, preocupaciones por el dinero, pago cuidadoso de bienes y servicios, dinero restante al final del mes, cantidad de deudas y control de las finanzas en su vida. Como se observa en el gráfico 51, las brechas de género en este índice son considerablemente altas. En promedio, el puntaje de los hombres de los tres países fue de 40,24 y el de las mujeres de 36,89, resultando en una brecha de 3,35 puntos. Por otro lado, en ninguno de los países el puntaje promedio se considera alto, pues tendría que superar los 70 puntos.

En todos los países, los hombres lograron un puntaje más alto que las mujeres, pero los hombres de Panamá superan a los hombres de los demás países. En este mismo país, las mujeres obtienen un puntaje mayor en comparación a las mujeres de los países restantes que están siendo analizados. La mayor brecha de género se identifica en Uruguay con un total de 5,34 puntos, en donde las mujeres obtuvieron un puntaje total de 42,88 y las mujeres de 37,54, mientras que la menor brecha se encuentra en Paraguay con un total de 2,19 puntos.

Gráfico 51

Índice de Bienestar Financiero

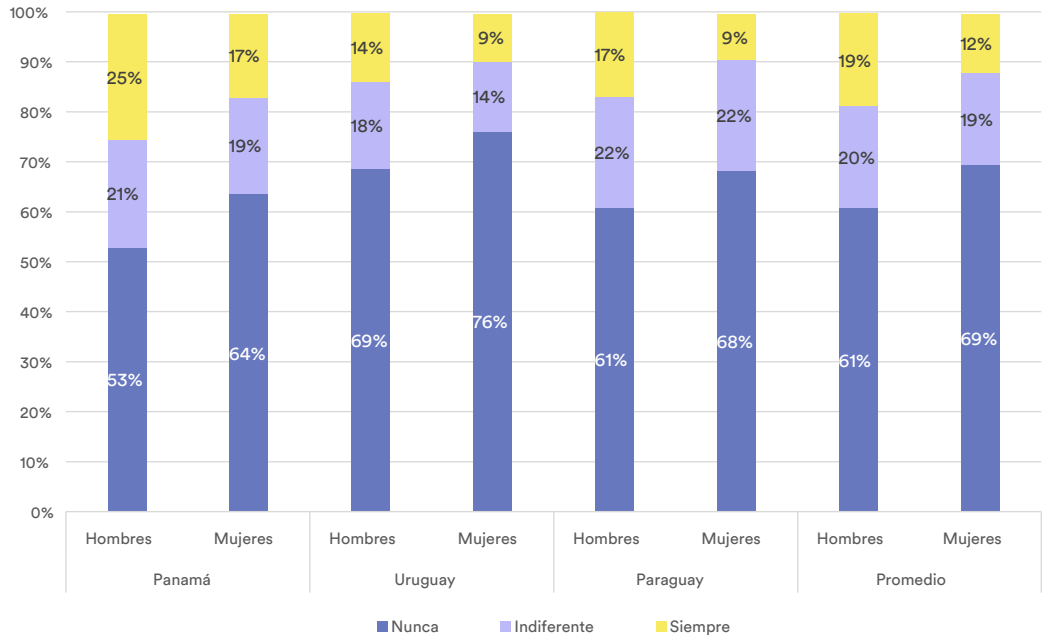


La menor puntuación de las mujeres y las amplias brechas en el índice de bienestar financiero pueden deberse a diversos factores que ya han sido explicados a lo largo del documento como las brechas salariales que no les permiten a las mujeres ser capaces de enfrentar un gasto imprevisto sin ayuda de un crédito o familiares, la falta de autoconfianza de las mujeres con relación a sus finanzas por diversos estereotipos de género, los menores niveles de educación financiera, las diferencias en el poder de negociación, entre otros.

Al revisar el índice desglosado, sobre la afirmación “Me sobra dinero a fin de mes”, en los tres países las personas parecen vivir mes a mes, pues la mayoría asegura no tener dinero a fin de mes (Gráfico 52). En promedio, las mujeres afirman en mayor medida no tener recursos para llegar a fin de mes, con una brecha de 8,5 pp con respecto a los hombres. La diferencia es aún más amplia en Panamá con un total de 53% de los hombres y 64% de las mujeres en desacuerdo con la afirmación (brecha de 10,61 pp).

Gráfico 52

Me sobra dinero a fin de mes

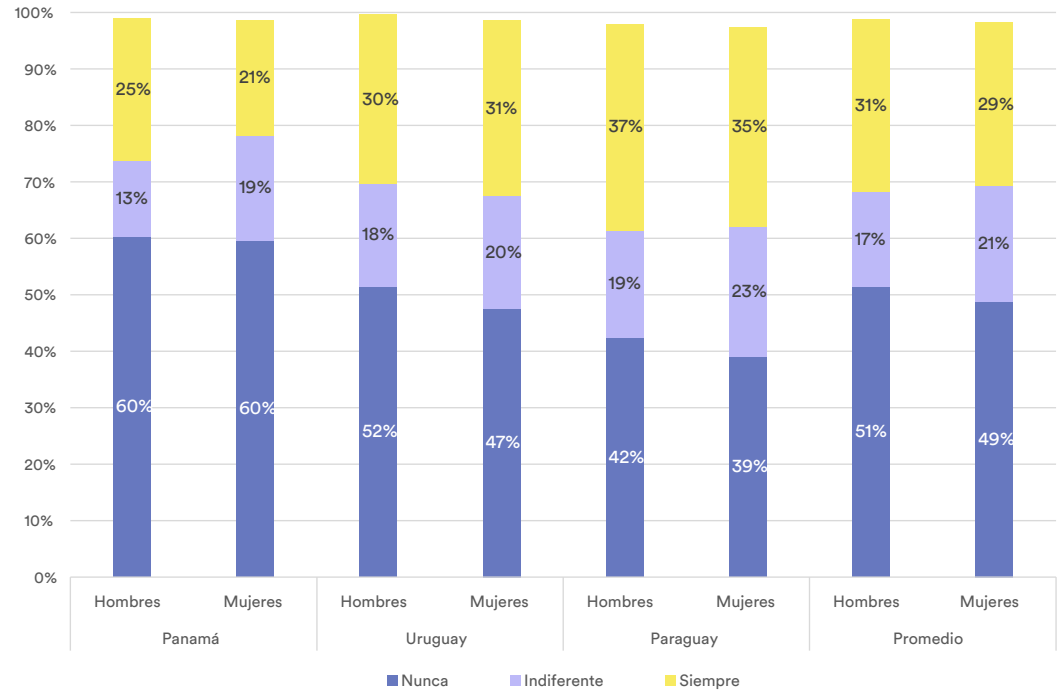


Por otro lado, sobre la afirmación “Mis finanzas controlan mi vida”, el 31% de los hombres y el 29% de las mujeres en promedio dicen relacionarse con esta afirmación la mayoría del tiempo (“siempre”) (brecha de 1,61 pp), mientras que el 51% de los hombres y el 49% de las mujeres nunca se ha sentido de tal forma (brecha de 2,7 pp) (Gráfico 53). En Panamá, las personas afirman en mayor

medida nunca haber sentido que sus finanzas controlan su vida con un total del 60% de los hombres y las mujeres optando por esta respuesta (brecha de 0,69 pp a favor de los hombres). Por su parte, la mayor proporción de personas que se ha sentido de esta forma se encuentra en Paraguay con un total de 37% de los hombres y 35% de las mujeres (brecha de 1,28 pp).

Gráfico 53

Mis finanzas controlan mi vida

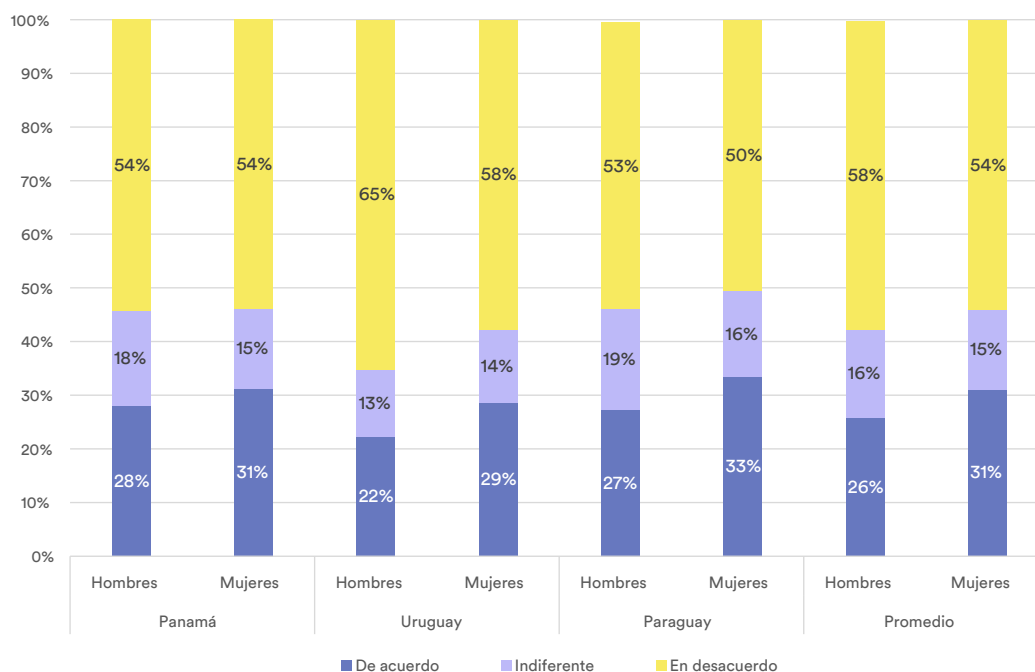


Frente a los niveles de endeudamiento, en promedio, más de la mitad de los encuestados se encuentra en desacuerdo con la afirmación “En este momento tengo demasiadas deudas” con un total de 58% de los hombres y 54% de las mujeres respondiendo de esta forma (brecha de 3,57 pp). La mayor proporción de hombres y mujeres que toman esta opción de respuesta para su caso personal está en Uruguay en donde 65% de los hombres y 58% de las mujeres está en desacuerdo con la información (brecha de 7,42 pp). En este país es donde se encuentra también la

brecha más amplia entre los géneros, en donde los hombres dicen tener más deudas que las mujeres (brecha de 6,43 pp). Lo anterior se debe a que, según evidencia empírica, las mujeres suelen sentirse más incómodas con las deudas que los hombres (Almenberg et al., 2021) y, por lo tanto, suelen tener mejores comportamientos en los pagos frente a sus pares masculinos. Asimismo, este resultado puede estar relacionado con la mayor aversión al riesgo por parte de las mujeres, que podría llegar a hacerlas evitar tener demasiadas deudas como lo indica la afirmación.

Gráfico 54

En este momento tengo demasiadas deudas



**Las brechas de género en el índice de bienestar financiero son considerablemente altas. El promedio de los 3 países fue 40,24 para los hombres y 36,89 para las mujeres; una brecha de 3,35 puntos.**

# Conclusiones y recomendaciones de política

Es importante avanzar en medidas de política que articulen la innovación en productos financieros para las mujeres, programas de educación financiera que tengan en cuenta las consideraciones de género y potencien las capacidades de las mujeres, así como la implementación de sistemas de indicadores de género permitan caracterizar la oferta y demanda de productos financieros para el diseño de medidas más acotadas a las necesidades de las mujeres y sus empresas o emprendimientos.

Con relación a la educación financiera, es importante resaltar la importancia de establecer estrategias diferenciadas que tengan en cuenta las características que diferencian a las mujeres de los hombres en esta materia: en general, las mujeres tienen mayor aversión al riesgo y a las pérdidas, tienen menor probabilidad de ahorrar activamente y de elegir adecuadamente productos financieros que se adecúen a sus necesidades. Por estas razones, se requieren programas dedicados a atacar estas diferencias, así como desarrollar productos financieros que tomen en cuenta estas características, y que incluso puedan funcionar de vehículo para transmitir algunos de los conocimientos críticos para mejorar las decisiones financieras de las mujeres (Mejía, 2022).

La disponibilidad de información o datos desagregados por sexo en el sistema financiero constituye uno de los grandes desafíos con el objeto de propiciar un entorno favorable para la inclusión financiera de las mujeres. La importancia de que América Latina invierta en el diseño e implementación de sistemas de indicadores de género radica en generar las condiciones básicas para determinar el impacto de cualquier

política pública o del sector privado orientada a ampliar el acceso de las mujeres a los servicios y productos financieros, o para evaluar el desempeño de dichas políticas, así como también para redefinir la orientación de las mismas y corregir cualquier sesgo de género en la oferta y demanda de servicios del sistema financiero.

Por una parte, los indicadores de género en el sistema financiero permitirán caracterizar el acceso y uso que hombres y mujeres tienen de los productos y servicios, y por otra, el análisis de los indicadores a lo largo de una serie de tiempos señalará qué tanto han cambiado los patrones de comportamiento de hombres y mujeres en un marco de acciones de fomento de la inclusión financiera y si las medidas afirmativas orientadas a las mujeres están generando un efecto positivo en estas.

Por último, el empoderamiento de las mujeres en torno a la toma de decisiones de productos financieros debería ser uno de los focos de los hacedores de políticas públicas en América Latina. Una visión óptima de los productos financieros está dada por el desarrollo de los mismos con enfoque de género, de forma tal que generen valor para las mujeres, y rentabilidad para las instituciones financieras.

Para que el diseño de los productos financieros tenga mejores condiciones, es indispensable que su promoción se dé por medio de las políticas públicas. En este sentido, el rol del gobierno a través de los bancos de desarrollo es necesario para brindar condiciones diferenciadas a aquellos préstamos otorgados a instituciones financieras que a su vez los brindan a beneficiarias mujeres. Es decir, en la medida en

la que instituciones financieras tengan acceso a recursos de las llamadas entidades de segundo piso, podrán replicar estas condiciones ventajosas a mujeres, y por ende incentivar su inclusión financiera. Complementado con una estrategia en conjunto con reguladores del sistema financiero y entidades de protección al consumidor, se pueden tener productos estándar que sean de fácil aplicabilidad por aquellas instituciones financieras que previamente no habían tenido un acercamiento a productos con enfoque de género. Es decir, la combinación de políticas públicas en el entorno macro y micro pueden ser efectivas para propiciar el entorno de acceso financiero para las mujeres (Azar et al., 2018).

En suma, desde CAF proponemos las siguientes acciones para facilitar el acceso y uso de las mujeres a los productos y servicios financieros de calidad (Aguirre et al., 2022):

- Promover la creación de sistemas de indicadores desagregados por sexo, y otras características sociodemográficas relevantes, que permitan el diseño de políticas con perspectiva de género al facilitar la caracterización de las necesidades y barreras a la inclusión financiera que enfrentan las mujeres, así como el monitoreo y evaluación de las políticas implementadas.
- Impulsar la incorporación de la perspectiva de género en las estrategias nacionales de inclusión y educación financiera.
- Apoyar a las instituciones financieras con la movilización de recursos y el diseño de

productos y servicios financieros con enfoque de género que tengan en cuenta las necesidades de los diferentes segmentos de mujeres y las barreras a las que se enfrentan.

- Promover la creación de productos financieros y no financieros que faciliten el crecimiento y fortalecimiento de las empresas de las mujeres con el propósito de que puedan expandirse económicamente, adquirir mejores prácticas financieras y acceder a mejores y más tipos de financiamiento.
- Apoyar el desarrollo de programas de educación financiera con enfoque de género que incidan en un mayor involucramiento y una mejor toma de decisiones financieras por parte de las mujeres, al tiempo que fortalezcan su autoconfianza, sus capacidades de negociación y demás actitudes financieras necesarias para incrementar su bienestar financiero.
- Apoyo a las entidades financieras y de gobierno en la estructuración y suscripción de bonos sociales de género para financiar empresas y proyectos que tienen el objetivo de reducir las desigualdades de género.
- Acompañar a los fondos de inversión de impacto y de provisión de capital en la creación de espacios de intercambio a nivel regional o subregional para la generación de mayor conocimiento, herramientas y capacidades sobre cómo desarrollar modelos de negocio que incluyan el enfoque de género.

# Bibliografía

Almenberg, J., Lusardi, A., Sävje-Söderbergh, J., & Vestman, R. (2021). Attitudes towards debt and debt behavior. *The Scandinavian Journal of Economics*, 780-809.

Aguirre, G., Arvay, I., Auricchio, B., Berniell, L., de la Mata, D., Fainstain, L., ... Palacios, A. (2022, March 25). Los desafíos para la igualdad de género en América Latina. Documento de trabajo. Caracas: CAF. Retrieved from <http://cafsciotea.azurewebsites.net/handle/123456789/1887>

Auricchio, B., Lara, E., Mejía, D., Remicio, P., & Valdez, M. (2022). Capacidades financieras de las mujeres. Brechas de género en las encuestas de capacidades financieras de CAF: Brasil, Colombia, Ecuador y Perú. Caracas: CAF. Retrieved from <http://cafsciotea.azurewebsites.net/handle/123456789/1875>

Azar, K., Lara, E., & Mejía, D. (2018). Inclusión Financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política. Políticas públicas y transformación productiva;30, Caracas: CAF. Retrieved from <http://sciotea.caf.com/handle/123456789/1162>

Babcock, L., & Laschever, S. (2003). *Women Don't Ask: Negotiation and the Gender Divide*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.

Banco Mundial. (2015). *Financial Literacy Around the World. Insights from the Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey*.

Berniell, I., Berniell, L., de la Mata, D., Edo, M., & Marchionni, M. (2021). Motherhood and flexible jobs: Evidence from Latin American countries. Caracas: CAF. Retrieved from <http://sciotea.caf.com/handle/123456789/1698>

Bucher-Koenen, T., Lusardi, A., Alessie, R. y van Rooij, M. (2014). How Financially Literate are Women? An Overview and New Insights. Global Financial Literacy Excellence Center Working Paper No. 2014-5

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2019). La autonomía de las mujeres en escenarios económicos cambiantes (LC/CRM.14/3), CEPAL, diciembre.

Cerri, C., & Alamillo-Martínez, L. (2012). La organización de los cuidados, más allá de la dicotomía entre esfera pública y esfera privada.

Chant, S. (1999). Las unidades domésticas encabezadas por mujeres en México y Costa Rica: perspectivas populares y globales sobre las madres sin pareja. En González de la Rocha, Mercedes [ed.], *Divergencias del modelo tradicional: Hogares de jefatura femenina en América, México*: CIESAS.

De Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo. La experiencia vivida*, 2.

Dweck, C. S., Davidson, W., Nelson, S., & Enna, B. (1978). Sex differences in learned helplessness: II. The contingencies of evaluative feedback in the classroom and III. An experimental analysis. *Developmental psychology*, 14(3), 268.

Espino, A. y Leites, M. (2008). Oferta laboral femenina en Uruguay: evolución e implicancias 1981-2006. Serie Documentos de Trabajo DT 07/08. Octubre. Instituto de Economía. UDELAR. Montevideo.

Espino, A., Isabella, F., Leites, M. y Machado, A. (2014). “Diferencias de género en la elasticidad intertemporal y no compensada de la oferta laboral. Evidencia para el caso uruguayo. El Trimestre Económico, Número 322 (abril-junio de 2014) México.

Esteve, A. y Lesthaeghe, R. (2016) (eds.). Cohabitation and Marriage in the Americas: Geo-historical Legacies and New Trends, Nueva York, Estados Unidos: Springer.

Eurosocietal. (2021a). Guía básica de indicadores de género: Paraguay. Proceso de transversalidad de género en el Programa EUROsociAL+. Retrieved from [https://eurosocietal.eu/wp-content/uploads/2021/09/guia\\_indicadores\\_genero\\_paraguay.pdf](https://eurosocietal.eu/wp-content/uploads/2021/09/guia_indicadores_genero_paraguay.pdf)

Eurosocietal. (2021b). Guía básica de indicadores de género: Panamá. Proceso de transversalidad de género en el Programa EUROsociAL+. Retrieved from [https://eurosocietal.eu/wp-content/uploads/2021/02/guia\\_indicadores\\_genero\\_panama-2.pdf](https://eurosocietal.eu/wp-content/uploads/2021/02/guia_indicadores_genero_panama-2.pdf)

Harrison, G. W., Lau, M., Rutström, E. E., & Sullivan, M. B. (2005a). Eliciting Risk and Time preferences using field experiments: Some methodological issues. *Research in Experimental Economics*, 10, 125-218.

Hernández, C., Libertun, N., Acosta, M. & Calahorrano, K. (2020). ¿Existen brechas de género en el acceso a crédito para vivienda? En el BID. Retrieved from <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/existen-brechas-de-genero-en-el-acceso-a-credito-para-vivienda/>

Instituto Nacional de Estadística Uruguay. (2022). Actividad, Empleo y Desempleo. Retrieved from <https://www.ine.gub.uy/web/guest/actividad-empleo-y-desempleo>

Kabeer, N. (2008). Mainstreaming Gender in Social Protection for the Informal Economy. Commonwealth Secretariat. London.

Kabeer, N. (2012). Women’s Economic Empowerment and Inclusive Growth: Labour Markets and Enterprise Development. School of Oriental and African Studies, UK. SIG Working Paper 2012/1. IDRC-DFID. Ottawa.

Kleven, H., Landais, C., & Sogaard, J. E. (2018). Children and Gender Inequality: Evidence from Denmark. NBER Working Paper No. 24219.

Lázaro, R. et al. (2005). Jefatura femenina de hogar y transformaciones en los modelos de género tradicionales en dos municipios de Guanajuato. En *La Ventana*, vol. 3, núm. 22, México: Universidad de Guadalajara.

Mejía, Diana (2022). Brechas de género en la inclusión financiera en Colombia. En *Ensayos sobre inclusión financiera en Colombia*, Vol. II, Asobancaria.

Nava, I., Brown, F., & Domínguez, L. (2014). Diferencias de género en los factores asociados al ahorro de los hogares en México. *Estudios Demográficos y Urbanos*.

OECD. (2021). Resiliencia financiera y educación financiera: necesidades inmediatas y enfoques a largo plazo. Retrieved from <https://www.oecd.org/financial/education/oecd-financial-resilience-webinar-series.htm>

OECD. (2022). Concept note on supporting and enhancing financial well-being.

Schubert, R., Brown, M., Guler, M. y Brachinger, H.W. (1999), "Financial decision-making: are women really more risk-averse?". The American Economic Review. Vol 89, No. 2, pp. 318-385.

Smith, A. (2013). La teoría de los sentimientos morales.

Stampini, M., Ibarrarán, P., Rivas, C. & Robles, M. (2021). Adaptable, pero no por diseño: Transferencias monetarias en América Latina y el Caribe antes, durante y después de la pandemia del COVID-19. Retrieved from <https://publications.iadb.org/es/adaptable-pero-no-por-dise-no-transferencias-monetarias-en-america-latina-y-el-caribe-antes-durante>

Thaler, R. H. (2018). Economía do comportamiento: passado, presente e futuro. Revista de Economía Institucional, 20(38), 9-43.

Vaca Trigo, I., & Valenzuela, M. E. (2022). Digitalización de las mujeres en América Latina y el Caribe: acción urgente para una recuperación transformadora y con igualdad.

Wang, P. (1994). "Brokers Still Treat Men Better Than Women." Money, 23(6), pp. 108-110.



---

caf.com  
@AgendaCAF