|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Proyecto** | Mercados Inclusivos | | |
| **Componente** | Acceso a servicios financieros | | |
| **1. Nombre de la intervención** | **EDUCACIÓN FINANCIERA** | | |
| **2. Ubicación/región** | Nacional | | |
| **3. Complejo/rubros** | Todos los rubros priorizados en MI | | |
| **4. Grupo meta** | Hombres y mujeres en zonas rurales | | |
| **5. Actores del sistema** | * GAM/SLIM * Asociaciones de productores, gremios, otros * Universidad, centros de Formación Técnica y otros institutos * Autoridades Locales, gremios, Asociaciones, Sindicatos, etc * Entidades de Intermediación financiera/aseguradoras * Técnicos/Gestores Financieros Rurales * Actores ancla * Medios de comunicación (local y redes sociales) * Entidades Financieras | | |
| **6. Problemas/Cuellos de botella** | * La temática de seguros necesita mayor apoyo. * Metodologías que incluyen tecnología no tuvieron el impacto esperado. * Los productores necesitan más que un taller de educación financiera para aprehender eficientemente los nuevos conceptos. * Disponibilidad de tiempo para asistir a reuniones/talleres presenciales. * Eventos presenciales demandan tiempo y costos. * Relativa predisposición de EIF para asumir la función. * No existen acciones de sensibilización en seguros por parte de las aseguradoras. * Metodologías tecnológicas no son completamente disponibles (limitación de cobertura internet). | | |
| **7. Oportunidades** | * Articulación con otros actores con posibilidades de liderar el desarrollo de capacidades y competencias financieras. * Apertura de hombres y mujeres para aprender más sobre nuevos conceptos financieros. * Existencia de radios comunitarias/municipales. * Componente de interacción social de las universidades. * Obligatoriedad de generar espacios de educación financiera para las EIF. * Avance continuo en las TIC y su aprovechamiento en nuevas técnicas de educación financiera. * Importante grado de penetración de celulares inteligentes en zonas rurales | | |
| **8. Soluciones** | * Formar a Gestores Financieros Rurales a través del programa de educación financiera online GFR * Ejecutar campañas de sensibilización en seguros con co-participación de aseguradoras * Desarrollar materiales digitales e impresos como apoyo a las acciones de educación financiera con EIF y difundir por diferentes canales de comunicación digital. * Consolidar una Red de radios comunitarias/municipales para apoyo a las acciones de educación financiera en zonas del proyecto. * Promover el acceso a educación financiera a través del uso de TICs. | | |
| **9. Descripción de la intervención** | * Espacios de socialización y sensibilización enfocados en seguros, ahorro y crédito. * Se facilitará el desarrollo e implementación de programas radiales para educación financiera adaptadas a las características sociales y culturales de los territorios. * Se trabajará en asocio con EIF/Aseguradoras/reguladores/radios locales/universidades/otros para la producción y difusión de material audiovisual, impreso y digital. * Apoyar en la implementación de educación financiera mediante TIC facilitadas con EIF para el área rural. * Potenciar y fortalecer los cursos del GFR online a través del Hub Eduprofin y otras plataformas. | | |
| **10. Impactos** | **GRUPO META:**  **Acceso**   * Acceden a información sobre seguro, ahorro y crédito. * Acceden a información de la oferta de servicios financieros y de seguros.   **Mejora**   * Optimizan tiempos en los procesos crediticios gracias a la información recibida para la obtención de créditos   **Impacto**   * Incrementan su probabilidad de acceder a créditos y seguros. * Mejoran su capacidad de toma de decisiones   **ACTORES DEL SISTEMA:**  **Mejora**   * Los actores cuentan con información de soporte para el análisis financiero. * Se optimizan tiempos en la transacción de información para la obtención de créditos. * GFR formados apoyan y facilitan la gestión crediticia. * Fortalecen acciones ex-ante y ex-post de gestión crediticia. * Nuevos nichos de mercado y canales de venta para Compañías de Seguros * Mayor cantidad de clientes potenciales * Los GAM cumplen sus metas socioeconómicas, mejoran y dan más servicios a su población * Se generan nuevas capacidades en sus técnicos a través de la formación en el GFR Online   **Impacto**   * EIF Incrementan el volumen de operaciones. * EIF Incrementan su cartera de créditos / venta de seguro | | |
| **11. Aspectos Transversales** | **Empoderamiento de las mujeres** | **Cambio climático** | **Gobernabilidad** |
| * Mujeres fortalecen sus conocimientos a través del GFR Online   Mujeres sensibilizadas en seguros, ahorro y crédito. | * UPF son sensibilizadas sobre seguros como respuesta resiliente al cambio climático | * GAM adoptan el GFR online como programa de formación de nuevos GFR |