

XX Congreso Internacional de Análisis Organizacional (XX CIAO)
“Fenómenos organizacionales emergentes en Latinoamérica frente a la crisis global: Ho-
menaje a Guillermo Ramírez Martínez, 20 años realizando el CIAO”

**Título: Microempresarias Latinoamericanas ¿forman parte de la inclusión
financiera?**

Mesa Temática: MIPYMes y empresa familiar

Modalidad de la ponencia: Investigación concluida

Autor de correspondencia: **Beatriz Sauza Ávila**¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7919-6792>

Correo Electrónico: beatriz_sauza@uaeh.edu.mx

Noe Chávez Hernández

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9165-2850>

Correo Electrónico: nocahe@gmail.com

Suly Sendy Pérez Castañeda

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3763-9233>

Correo electrónico: sulysp@uaeh.edu.mx

Dorie Cruz Ramírez

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7919-6792>

Correo electrónico: doriec@uaeh.edu.mx

Claudia Beatriz Lechuga Canto

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3081-2379>

Todos de nacionalidad: Mexicana

Correo electrónico: claublc@uaeh.edu.mx

Institución de Afiliación: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Dirección Completa de la Institución: Carretera Cd. Sahagún-Otumba s/n, Zona indus-
trial Ciudad Sahagún, Tepeapulco, Hidalgo, México. C.P. 43990

Cartagena de Indias, Bolívar, Colombia, del 3 al 7 de octubre de 2022

¹ Especificar el autor responsable de la comunicación

Microempresarias Latinoamericanas ¿forman parte de la inclusión financiera?

Resumen

La presente investigación tiene como propósito analizar la inclusión financiera en mujeres microempresarias en América Latina y su relación con las transferencias virtuales. Los países latinoamericanos que se consideraron son Argentina, Colombia, México y Perú, se aplicó una encuesta a mujeres microempresarias que cuyas empresas tienen más de cinco años de operación llevándose a cabo en el periodo marzo- mayo 2021, tomándose en cuenta datos demográficos, la inclusión financiera y seguridad en transferencias virtuales. Dentro de los resultados obtenidos llama la atención que el 53% de microempresarias de Argentina cuentan con un banco a menos de 5km de su casa, seguida de Colombia con el 35%, posterior mente México con el 33% y en Perú con un porcentaje menor en un 19%, esto dificulta el acceso a las instituciones financiera formales quedando mucho por hacer sobre todo en Perú para incluir y empoderar a las microempresarias en materia de inclusión financiera, en cuanto a la confianza en el sistema financiero en la realización de transferencias virtuales se encontró que quienes confían más en los bancos son las empresarias de Argentina con un 32%, seguidas de México con un 22%, después Colombia con el 21% y Perú con un 20%, esto a pesar de haber enfrentado la pandemia por COVID-19 y haber requerido de realizar operaciones virtuales aún no existe la plena confianza en los bancos para llevarlas a cabo.

Palabras clave: educación financiera, transferencias, mujeres.

Introducción

La inclusión financiera en los países en desarrollo es una herramienta clave para promover el crecimiento económico (Lara, 2022), esto involucra a hombres y mujeres, sin embargo; las mujeres se encuentran excluidas en mayor proporción que los hombres, (Girón, De la Vega, Vélez, 2018), para lograr que las mujeres obtengan igualdad de derechos y empoderamiento el cual ejerce un impacto saludable al aumentar el crecimiento económico, minimizando pérdida de producción y reducción de la pobreza esto es de acuerdo a datos proporcionados por el Fondo Monetario Internacional FMI, citado por Ghosh (2022), al respecto la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a través de los Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS), ha establecido como objetivo número cinco la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas. Porque se ha comprobado que existen grandes diferencias entre hombres y mujeres, un aspecto es en materia financiera y específicamente en inclusión financiera en mujeres que sigue siendo difícil de alcanzar (Ghosh, 2022). De acuerdo con Asongu, Nnanna & Acha-Anyi, (2020). Con el acceso financiero, las mujeres reciben oportunidades de generación de ingresos que contribuyen a externalidades positivas de desarrollo en términos de inversión de igual manera consideran que una forma en la que se puede empoderarlas es participando más en el sector económico formal a través del acceso financiero. En la presente investigación se aplicó un cuestionario a mujeres microempresarias de los países de Argentina, Colombia, México y Perú, para conocer su grado de estudios, si tienen bancos cerca de su lugar del lugar en donde viven, si conocen los productos y servicios financieros, si conocen los requisitos para abrir una cuenta, si en caso de tener una cuenta a

través de ella han fomentado el ahorro, si reciben información de sus transacciones, y si hacen uso de transacciones a través de internet, las microempresas encuestadas lograron sobrevivir a los cambios por la pandemia del COVID-19, conservando en un 70% la estabilidad de sus trabajadores.

Marco teórico

Educación financiera

No puede concebirse la inclusión financiera sin antes poder analizar lo que se ha estudiado sobre educación financiera, para ello de acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, la educación financiera se define como "la capacidad de los individuos para comprender los productos y conceptos financieros, los riesgos financieros y la oportunidades y tomar decisiones informadas en consecuencia para acumular ahorros, diversificar activos y comprar seguros" (2015, p.1).

Para Grigion, Mendes, Vieira & Kirch (2017) la educación financiera ayuda a las personas con el proceso de toma de decisiones financieras, permitiéndoles analizar las oportunidades ofrecidas y los posibles riesgos que se pueden generar al guiarlos a la elección que será la más adecuada para sus necesidades, aliviando así futuros problemas financieros como la deuda. Es evidente que el conocimiento financiero permite al individuo navegar mejor por la complejidad de la vida financiera (Tinghög, Ahmed, Barrafrem, Lind, Skagerlund, Västfjäll, 2021), es relevante citar que el conocimiento financiero ha ido ganando importancia en la academia y para el establecimiento de políticas públicas,

ya que permite a las personas tomar decisiones financieras mejor informadas que impactan positivamente su bienestar financiero y, en consecuencia, mejoran el crecimiento económico de los países (Cossa, Madaleno & Mota, 2021).

Se han realizado estrategias a nivel internacional respecto a la preocupación de educar a las personas en aspectos financieros en 2013, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), emitió los resultados en el Advancing National Strategies for Financial Education en donde participaron los miembros de la G20 y países invitados (Argentina, Australia, Brasil, Canadá, España, Estados Unidos, Federación de Rusia, Francia, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Países Bajos, Reino Unido, República Popular China, Singapur, Sudáfrica, Turquía y Unión Europea), dentro las propuestas destaca el interés de considerar a las mujeres dentro los grupos vulnerables, con ello se pretende lograr el empoderamiento en los mercados financieros y permitir administrar mejor las finanzas y los recursos personales y domésticos. Esto se aplica a los países con diferentes niveles de desarrollo económico, a las clases medias emergentes o consolidadas, así como a los pobres y los excluidos financieramente. (OCDE, 2013), en 2017 se da seguimiento a lo establecido en la OCDE en el año 2013 a través de los miembros de la G20 y países invitados, encontrándose que es necesario tener conocimiento acerca de la innovación en la digitalización de las finanzas, algunos de los resultados que llaman la atención es que en promedio, en todos los países del G20, la mitad de los encuestados (51%) pudieron calcular los intereses simples sobre los ahorros, esta proporción se redujo a menos de la mitad de la población en México 12%, Argentina 22%, India 42%, Sudáfrica 42%, Arabia Saudita 46%, Italia 47% y la Federación de Rusia 48%. (OCDE, 2017). En seguimiento a la necesidad de que las mujeres tuvieran acceso a los servicios

y a la educación financiera, mostró la importancia de abordar la educación financiera de las mujeres como una forma de mejorar su empoderamiento financiero, esto particularmente importante dado que, en promedio, las mujeres viven más tiempo que los hombres, tienen vidas laborables más cortas y ganan menos y, por lo tanto, necesitan obtener planes para su seguridad financiera inmediata a largo plazo desde una edad temprana, sin embargo falta mucho por hacer porque en cuanto a la alfabetización digital las mujeres obtuvieron niveles muy bajos, (OCDE, 2017).

Diversos estudios se han llevado a cabo sobre educación financiera y las mujeres, en 2013 una investigación publicada por Mottola (2013), demuestra que los niveles más bajos de educación financiera entre las mujeres de la India pueden estar impidiendo su libertad para acumular y administrar activos y, en última instancia, asegurar un futuro financiero prometedor, en 2015 un estudio realizado por Agarwalla, Barua, Jacob, & Varma, evidenció que el sexo femenino tiene niveles de educación más bajos que los hombres y más dificultad que el sexo masculino para realizar cálculos financieros, según Tinghög, Ahmed, Barrafrema, Lind, Skagerlund & Västfjällbd (2021), las mujeres muestran menos educación financiera que los hombres siendo crucial para desarrollar políticas que reduzcan las desigualdades de género y mejoren el comportamiento financiero de las mujeres. En contraste un estudio realizado con mujeres brasileñas se comprobó que quienes no cuentan con educación universitaria muestran bajos niveles de alfabetización, a diferencia con aquellas que han completado los niveles de posgrado, que muestran un alto nivel de educación financiera (Grigion, Mendes, Vieira & Kirch, 2017). Por otra parte, las mujeres con mayor autosuficiencia, que cuentan con más seguridad en sí mismas,

en sus capacidades de gestión financiera, tienen más probabilidades de adquirir productos de inversión y ahorro, y menos probabilidad de tener deudas (Farrell, Fry & Risse, 2016).

De acuerdo con lo anteriormente descrito se concluye que al conocerse que las mujeres con mayores niveles de estudio pueden contar con niveles más altos de educación financiera y gracias a ello puede realizar inversiones, sin embargo, es necesario que cuenten con acceso al sistema financiero a continuación se hace mención algunos estudios realizados sobre inclusión financiera en mujeres.

Inclusión financiera

Qué debe entenderse por inclusión financiera de acuerdo con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF, 2020, p.1), la define como el acceso que las personas pueden tener al sistema financiero formal, así como al uso adecuado de productos y servicios financieros como lo es el ahorro, el crédito, los seguros y las cuentas de ahorro para el retiro.

La inclusión financiera conlleva varios beneficios para los hogares pobres (Ghosh, Vinod (2017), el acceso a los servicios financieros les permite invertir en actividades que pueden contribuir a un mejor futuro y, por lo tanto, al crecimiento el desarrollo tecnológico en las áreas financieras trae como beneficios innovaciones como el uso de banca móvil, electrónica, por celular, y de nuevos canales cuando hay progreso en aspectos tecnológicos estos deben ser protegidos para no ser sujeto de fraude, lavado de dinero. (Ellis, Lemma & Rud, 2020).

Al reducir los obstáculos a los servicios financieros, esas políticas podrían estimular la inversión de los hogares, contribuyendo así al crecimiento y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. (Ellis, Lemma & Rud, 2020), la necesidad de mejorar la situación económica, política y social de la mujer es algo urgente que hay que atender, especialmente en economías como las de Asia meridional, donde una cultura patriarcal ha discriminado durante mucho tiempo a la mujer. (Kochar, Nagabhushana, Sarkar, Shah & Singh, 2022).

Un estudio realizado en la República Democrática del Congo, en materia de ahorro y crédito para las comunidades mineras artesanales, se encontró que faltan servicios financieros formales especialmente para las mujeres, aumentando el llamado para que los proveedores de servicios financieros lleguen a estas comunidades, sin embargo, estos llamados continúa siendo ignorados y la mayoría del sector todavía está excluido de los programas de inclusión financiera, (Reichel, 2019).

En la base de datos de Global Findex publicada en 2017, se establece que a nivel mundial el 72% del sexo masculino cuenta con una cuenta bancaria comparado que solo cuentan con un 65%, representando un brecha de género de siete puntos porcentuales, en relación a las economías en desarrollo la brecha de género es de nueve puntos porcentuales, en el caso de Argentina se hace mención que no presenta una brecha de género significativa, sin embargo en México se reportan datos que este es uno de los siete países en donde vive la gente no bancarizada aproximadamente cien millones de personas, el 56% de los no bancarizados son mujeres, en Colombia la mitad de población adulta esta bancarizada incluidas las mujeres (Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer, Ansar, & Hess, 2018). En Perú la distribución de las cuentas bancarias, las cifras por género

muestran que la proporción de hombres bancarizados es del 23.4%, del total de la población adulta de 15, siendo superior a las mujeres las cuales llegan a un 17.6%. (Clamara, Peña & Tuesta, 2014). De acuerdo con el Banco Mundial señala que la inclusión financiera está aumentando a nivel mundial, acelerada por los teléfonos celulares e internet, argumenta que los logros han sido dispares de un país a otro. (Felsenthal & Hahn, 2018). El desarrollo en tecnologías relacionadas con transacciones financieras ha llevado a nivel mundial al uso de las mismas no solo es necesario contar con un equipo de cómputo, gracias al desarrollo de la telefonía se pueden realizar diversas operaciones de compra y venta y esto permite realizar estas operaciones sin salir de casa. Se ha establecido que en América Latina, la tecnología digital podría permitir el crecimiento acelerado del uso de la tecnología en materia financiera considerando que el 55% de las personas adultas tienen teléfono celular y acceso a internet, en países como Bolivia, Brasil, Colombia, Haití y Perú la proporción de adultos que realizan o reciben pagos digitales ha aumentado en un 8%, mientras que en Argentina, Brasil y Costa Rica alrededor del 20% de adultos tienen una cuenta usan celular o internet para operar.(Felsenthal & Hahn, 2018).

A nivel mundial, el 16% de los adultos muestran desconfianza en el sistema financiero, y las proporciones son mucho más altas en los países en desarrollo en comparación con sus contrapartes en otros lugares (Ghosh, 2021). Una crisis financiera puede afectar considerablemente la confianza en las instituciones bancarias por ejemplo en 2009 un estudio realizado por Knell y Stix, al levantar encuestas en los hogares austriacos, mostraron que la confianza en los bancos se ve afectada cuando hay crisis financiera. Al medir en algunas investigaciones el impacto diferencial de la confianza en la inclusión financiera

en categorías como género, teléfonos móviles, se encontró que las mujeres encuestadas suelen mostrar niveles más bajos de confianza (Knel & Stix citado por Ghosh, 2021).

Mujeres microempresarias

El hablar de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) que forman parte de América Latina se destaca que estas representan el 90% de la región empresarial, diversos estudios difieren en la estimación de la contribución del Producto Interno Bruto (PIB), se estima que el promedio contribuye el 20% del PIB y que en algunos casos esta contribución llega a alcanzar el 50%, (Álvarez, 2009), pero que debe entenderse por una microempresa, a continuación, se define a la micro, mediana y pequeña empresa de los países de Argentina, Colombia, México y Perú (Tabla 1).

Tabla 1 Definición de la micro, pequeña y mediana empresa (Personas y miles de dólares americanos)

País	Definición	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Argentina	Empleados			
Resolución 24/2001	Activos			
Secretaría de la PyME	Ventas brutas	Hasta 493.4	>493.4<2.960.5	>2.960.5<23.683.9
Colombia	Empleados	De 1 hasta 10	De 11 hasta 50	De 51 hasta 200
Ley 905 de 2004		Hasta 108	>108.2<1080	>1080.2<6480
	Activos			
	Ventas brutas			
México	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 30	De 31 a 100
La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la MIPYME	Activos			
	Ventas brutas			
Perú	Empleados	De 1 a 10	De 1 a 100	
Decreto Legislativo 1086 de 2008	Activos			
	Ventas brutas	Hasta 178,1	>178,1 <2.018,1	

Fuente: Datos de Manual de la Micro, mediana y pequeña empresa Álvarez, (2009).

Para Colombia, México y Perú, la clasificación de las microempresas puede considerarse por el número de empleados entre 1 y 10, para Argentina en cuanto a la clasificación de la microempresa lo hace solamente a través de las ventas. Derivado de la emergencia sanitaria del COVID-19 las medidas de confinamiento han provocado el cierre temporal de millones de empresas, (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2020). Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el impacto que pronosticado para el 2020 en América Latina y el Caribe fue del cierre del 21% de las microempresas (CEPAL, 2020). Esto implica que deben buscar financiamientos que les permitan mantenerse y las microempresas suelen obtener créditos a través de familiares y amigos o mediante arreglos financieros informales. A pesar de que dichas empresas enfrentan las mayores restricciones para obtener un crédito de la banca comercial, las fuentes de financiamiento informales pueden actuar para cerrar las brechas al financiamiento (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2020), aunado a las brechas que existen para el crédito en las micro y pequeñas empresas, el sesgo del género puede afectar el acceso al crédito, así como el desempeño de la empresa dependiendo del género del empresario (Girardone, Kokas, & Wood, 2021).

Método

El objetivo de esta investigación consiste en analizar la inclusión financiera en mujeres microempresarias en América Latina, y su relación con las transferencias virtuales. La problemática que enfrentan las microempresarias en no contar con inclusión financiera prueba de ellos es en un estudio realizado en la India muestra la existencia de desigualdad en materia de inclusión financiera sobre todo en mujeres (Ansongu, Nnanna & Acha-

Anyi, 2020), en comparación con América Latina y el Caribe esto no está muy distante como lo cita Azar, Lara & Mejía (2018), que algunos grupos están más excluidos en términos financieros entre ellos las mujeres además de las micro y pequeñas empresas informales y de igual manera en relación a la brecha de género existe un gran déficit para el financiamiento de la empresas propiedad de mujeres. Que al haber acceso a los servicios financieros hay oportunidad de crecimiento y reducción de la pobreza en países en desarrollo (Ellis, Lemma & Rud, 2020). Para ello surge la pregunta de investigación ¿existe inclusión financiera en microempresarias en países latinoamericanos como Argentina, Colombia, México y Perú, y tienen confianza en las transferencias virtuales?

La importancia de la presente investigación radica en conocer las acciones que se están realizando en materia de inclusión financiera para lograr el empoderamiento de las mujeres microempresarias latinoamericanas, al tener acceso a los servicios financieros, que les permitan hacer crecer su negocio, ofrecer fuentes de empleo, y con ello lograr un desarrollo económico en donde residan, por ello el aplicar una encuesta a estas mujeres ayudará a saber que se puede hacer para lograr este empoderamiento.

Para llevar a cabo esta trabajo se consideraron los resultados de los ítems relacionados con inclusión financiera referentes a el banco más cercano de la población, la cercanía de los cajeros automáticos, el conocimiento de productos y servicios financieros bancarios formales, requisitos para abrir una cuenta bancaria, uso de cuentas de ahorro, acceso a información sobre las transacciones realizadas, de igual manera preguntas demográficas como género considerando solo a las mujeres, edad, grado de estudios, así como; comprar y vender por internet, y el conocer si hay seguridad de las transferencias

a través de los bancos, se analizaron 92 zonas entre México (municipios), Colombia (municipios), Argentina (departamentos) y Perú (distritos), se aplicaron 43,044 cuestionarios a directores de MYPES y solo se seleccionaron las encuestas contestadas por mujeres microempresarias, llevándose a cabo el levantamiento de datos entre el 1 de marzo y el 8 de mayo de 2021. El tamaño de la muestra requerido para la población obteniendo un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. La confiabilidad de la escala a nivel de todo el estudio tuvo un alfa de Cronbach adecuado de ($\alpha=0.934$), todos los ítems de esta versión del instrumento tienen un p -valor <0.05 . (Aguilar, Peña & Posada, 2021). Para este estudio se consideró solo los ítems respondidos por mujeres microempresarias, y que sus microempresas tuvieran más de 5 años de operaciones. Se considera un estudio transversal, pues la recolección de datos se realizó en un solo momento; también es descriptivo al tener como objetivo indagar el nivel de las variables en la población.

Resultados

Demográficos

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario en 2021 en materia de aspectos demográficos, inclusión financiera, el uso del internet en las transferencias virtuales, a los países de Argentina, Colombia, México y Perú, seleccionado la respuesta de mujeres microempresarias cuya empresa tiene más de cinco años de operación.

Al preguntar la edad de las mujeres microempresarias los resultados más representativos fueron en Argentina el 37% tienen entre 45 y 53 años, Colombia el 31% entre 36 y 44

años, México el 28% entre 36 y 53 años y en Perú el 29% entre 27 y 35 años, se observa en México en el gráfico 3, que hay microempresarias de más de 72 años que aún se encuentran laborando considerando lo que dice la OCDE (2017), que las mujeres viven más años que los hombres, el que puedan seguir siendo productivas contribuyendo al desarrollo económico de la región.

Gráfico 1 Edad microempresarias Argentina

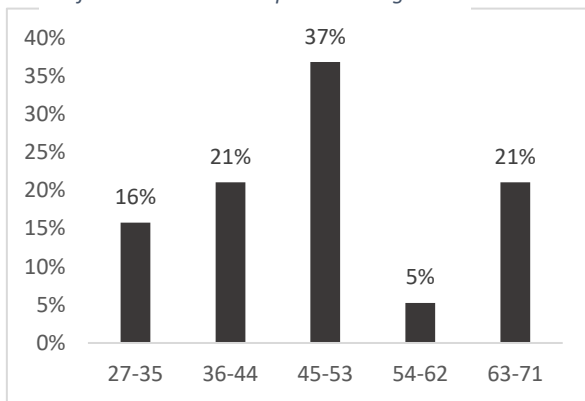
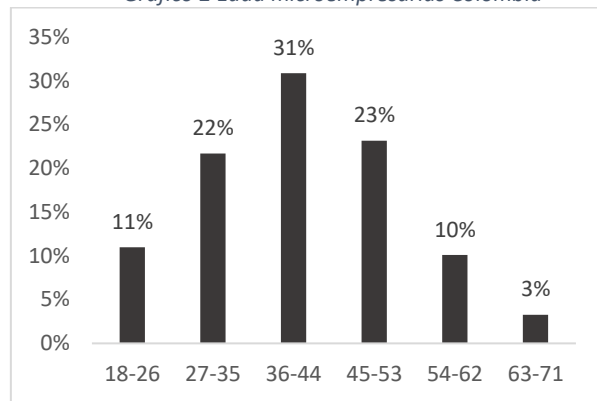


Gráfico 2 Edad microempresarias Colombia



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 3 Edad microempresarias México

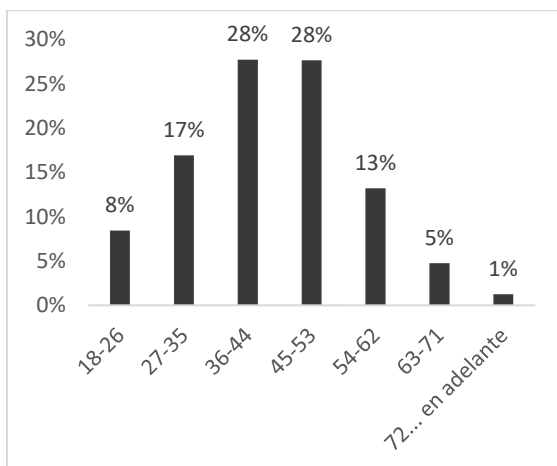
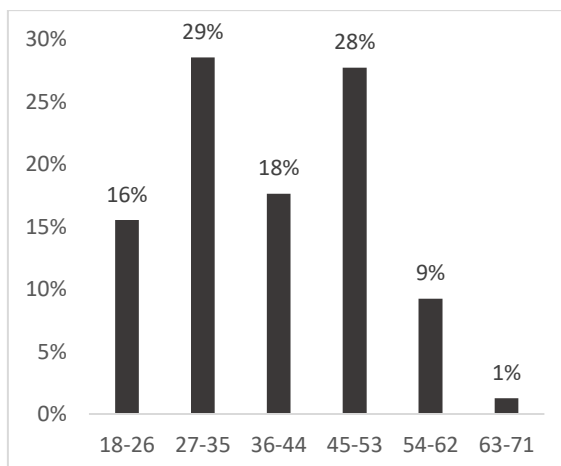


Gráfico 4 Edad microempresarias Perú



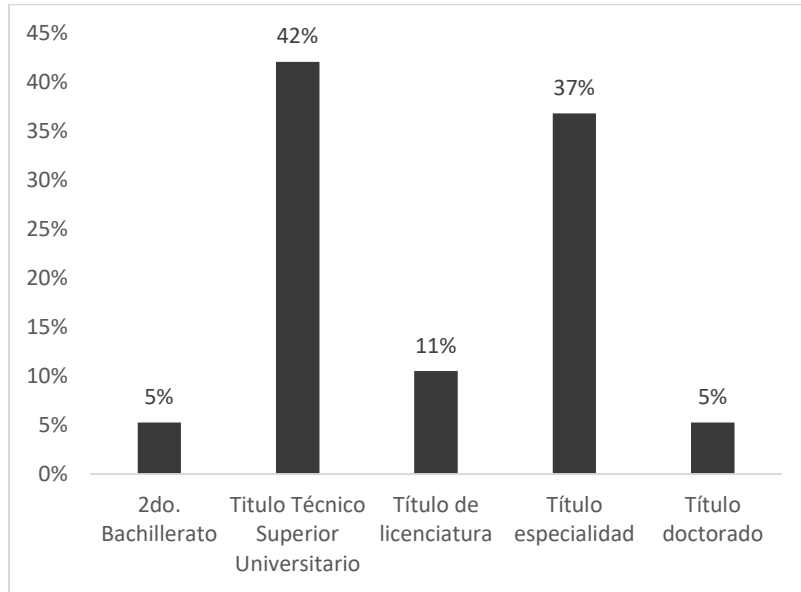
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Grado de estudios

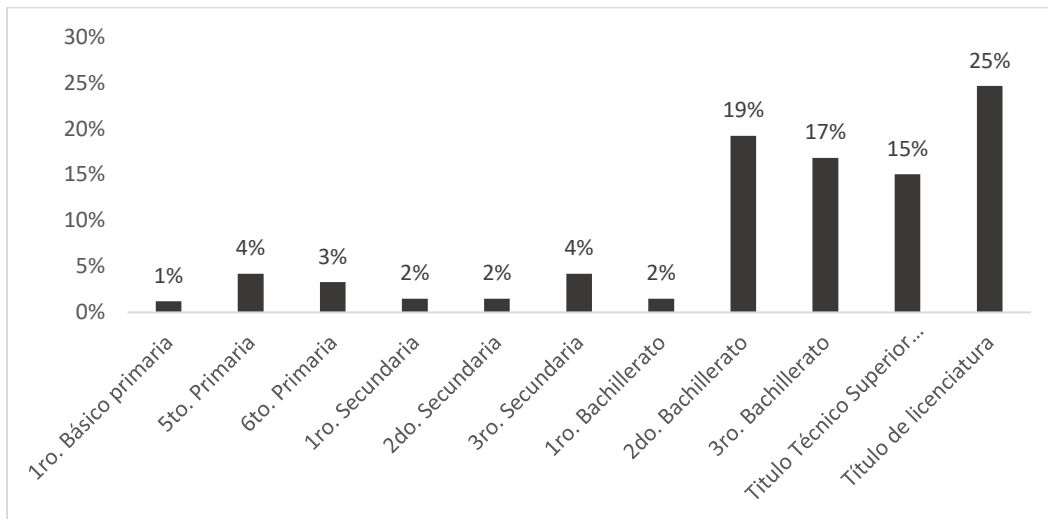
En relación al grado de estudios en Argentina el 42% cuenta con el título de técnico superior universitario, el 37% título de especialidad, el 11% título de licenciatura, el 5% segundo semestre de bachillerato y el 5% título de doctorado. En Colombia el 25% título de licenciatura, el 19% segundo año de bachillerato, 17% tercer año de bachillerato, el 15% técnico superior universitario, coincidiendo el 4% con quinto de primaria y tercer año de secundaria, el 3% concluyó la primaria, coincidentemente con el 2% primero y segundo año de secundaria, así como primer año de bachillerato, y solo el 1% primer año de primaria. En México el 22% tercer año de bachillerato, 19% tercero de secundaria, 16% título de licenciatura, el 13% título de técnico superior universitario, 8% sexto año de primaria, 6% primer año de bachillerato, en un 3% segundo de secundaria y segundo de bachillerato, 2% primero de secundario y título de maestría y en un 1% coinciden primero básico de primaria, tercero, cuarto, quinto de primaria, título de especialidad y título de doctorado. En Perú el 34% nivel de técnico superior universitario, 23% título de licenciatura, 12% tercer año de bachillerato, 10% primero de bachillerato, 6% título de especialidad, 4% tercer año de secundaria, el 2% título de maestría y el 1% título de doctorado. (Gráficos del 5 al 8). De acuerdo a la investigación de Grigion, Mendes, Vieira & Kirch, (2017) al establecer que las mujeres que han alcanzado niveles de posgrado tienen mayores niveles de alfabetización financiera.

Gráfico 5 Grado de estudios Argentina



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

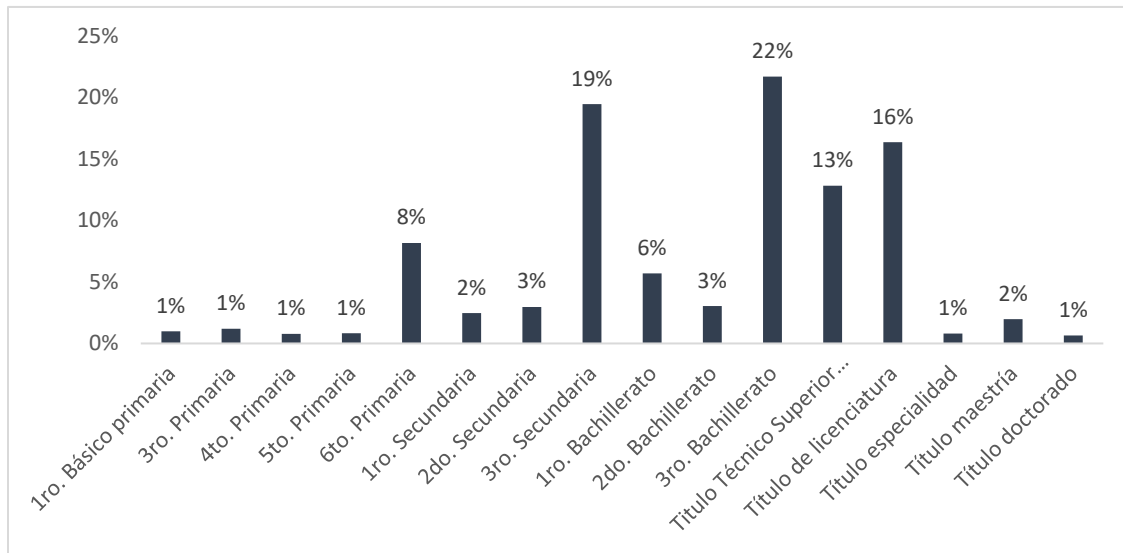
Gráfico 6 Grado de estudios Colombia



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

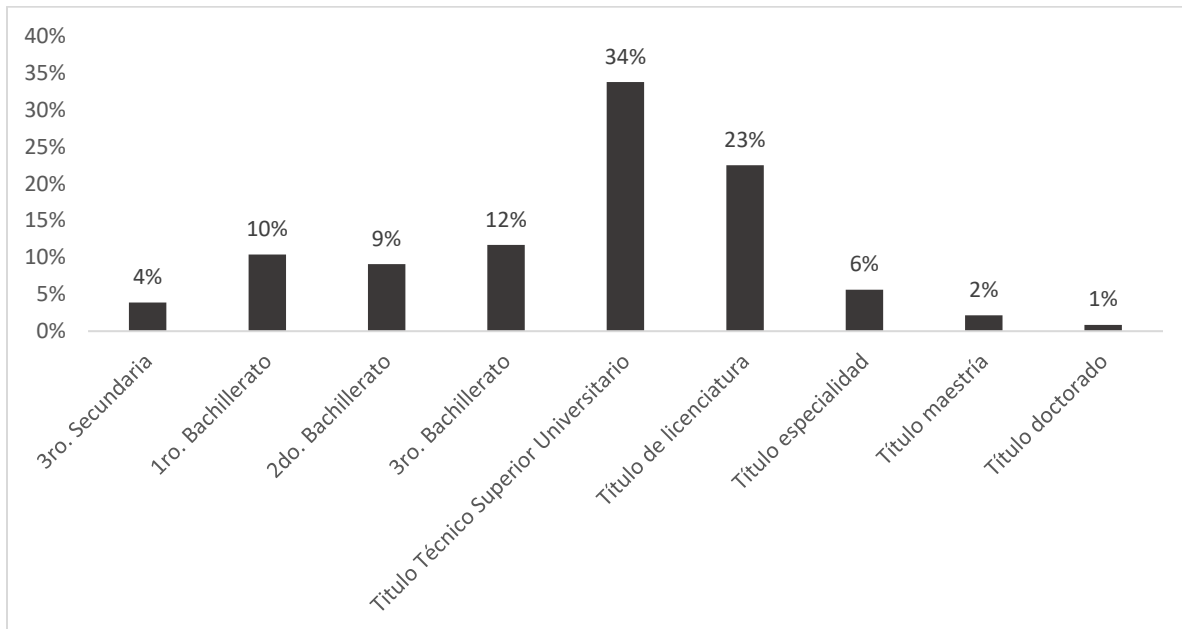
Microempresarias Latinoamericanas

Gráfico 7 Grado de estudios México



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 8 Grado de estudios Perú

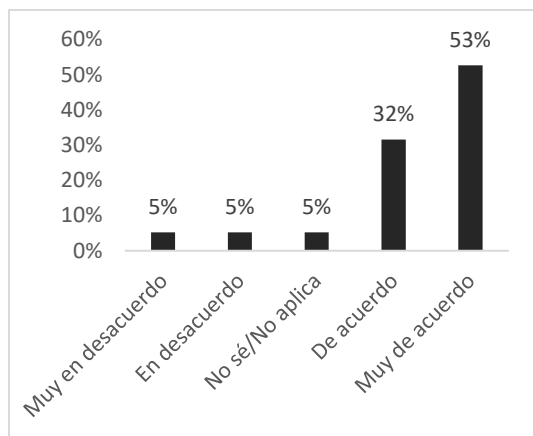


Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Inclusión financiera

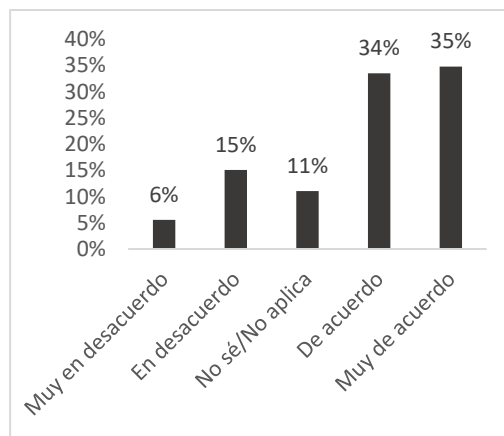
En cuanto a la pregunta si el banco más cercano está a menos de 5 km de mi casa, para el país de Argentina el 53% consideran estar muy de acuerdo, el 32% de acuerdo y el 5% coinciden en no sé no aplica, en desacuerdo y muy en desacuerdo, en Colombia el 35% están muy de acuerdo, el 34% de acuerdo, el 15% en desacuerdo, 11% no sé no aplica y solo el 6% está muy en desacuerdo. En México el 33% están muy de acuerdo, 29% de acuerdo, el 15% en desacuerdo, y el 11% no sé no aplica y muy en desacuerdo. Según Perú el 59% aseguró estar de acuerdo, el 19% muy de acuerdo, el 12% en desacuerdo, el 8% no sé no aplica y sólo el 2% muy en desacuerdo. (Gráficos del 9 al 11). Con ello se demuestra que es necesario que establezcan medidas gubernamentales para poder bancarizar al 100% de las microempresarias.

Gráfico 9 el banco más cercano está a menos de 5 km de mi casa Argentina



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 10 el banco más cercano está a menos de 5 km de mi casa Colombia



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 11 el banco más cercano está a menos de 5 km de mi casa México

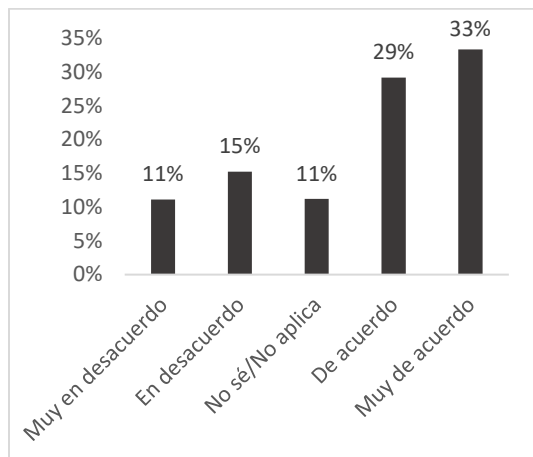
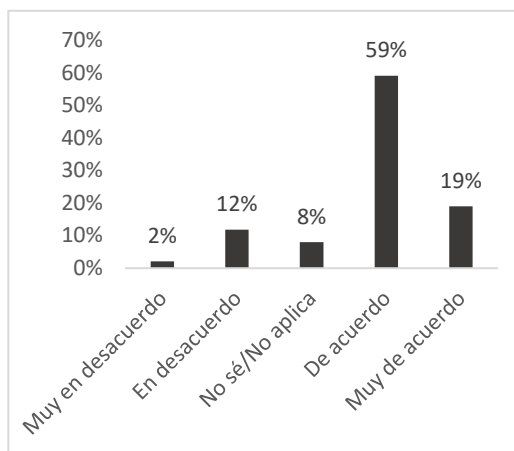


Gráfico 12 el banco más cercano está a menos de 5 km de mi casa Perú



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

En cuanto a la pregunta vivo a menos de 1 km de un cajero automático que facilita mi acceso a mi cuenta, las microempresarias de Argentina el 53% comento estar de acuerdo, el 37% de acuerdo, y el 5% no sé no aplica, así como estar muy en desacuerdo. Relacionado con Colombia el 34% están muy de acuerdo, el 29% estar de acuerdo, el 18% en desacuerdo, el 14% no sé no aplica y solo el 5% muy en desacuerdo. México el 28% dicen estar de acuerdo, el 26% muy de acuerdo, 20% en desacuerdo y el 13% coinciden en no sé no aplica y muy en desacuerdo, en Perú el 52% están de acuerdo, el 25% muy de acuerdo, el 13% en desacuerdo, 9% no sé no aplica y el 2% muy en desacuerdo. (Gráficos del 13 al 16).

Microempresarias Latinoamericanas

Gráfico 13 vivo a menos de 1 km de un cajero automático que facilita mi acceso a mi cuenta Argentina.

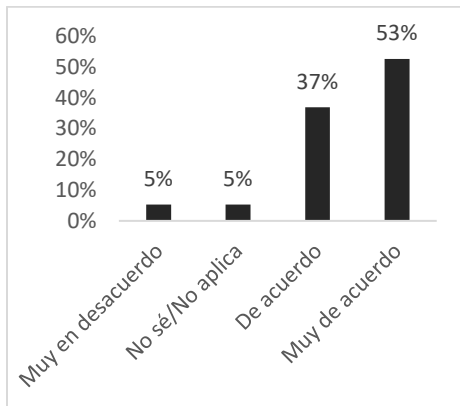
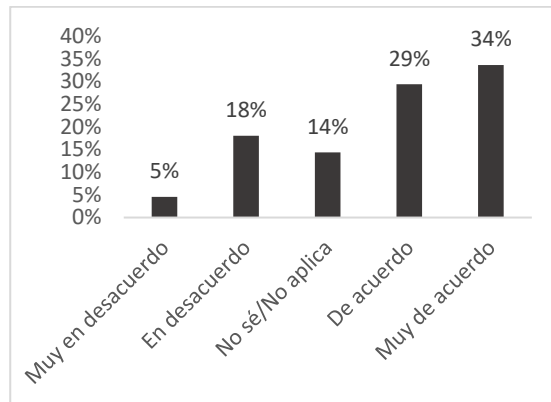


Gráfico 14 vivo a menos de 1 km de un cajero automático que facilita mi acceso a mi cuenta Colombia.



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 15 vivo a menos de 1 km de un cajero automático que facilita mi acceso a mi cuenta México.

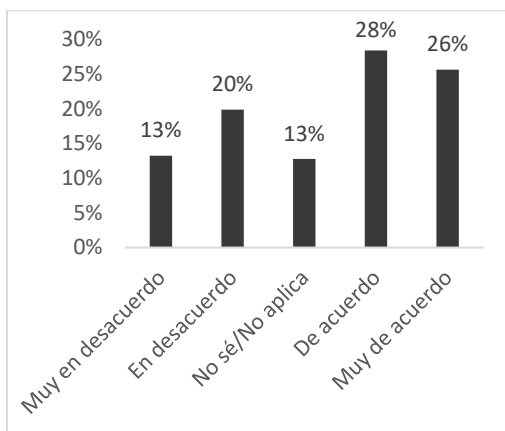
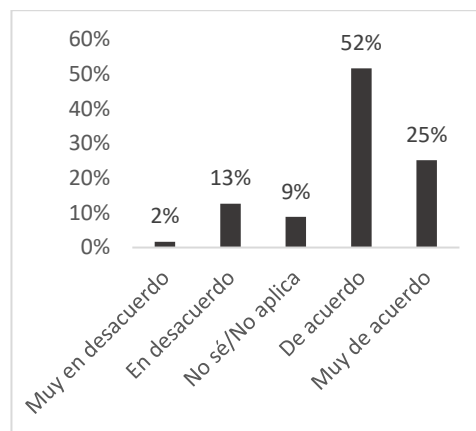


Gráfico 16 vivo a menos de 1 km de un cajero automático que facilita mi acceso a mi cuenta Perú.



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

En cuanto a la pregunta conozco los productos y servicios bancarios formales (ahorros, préstamos, seguros y pagos/remesas), en Argentina el 47% aseguró estar de acuerdo, el 42% muy de acuerdo y el 11% en desacuerdo. En Colombia el 49% están de acuerdo, el 37% muy de acuerdo, el 10% no sé no aplica, el 3% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo. En México el 43% aseguró estar de acuerdo, el 34% muy de acuerdo, el 12% no sé no aplica, el 8% en desacuerdo y el 4% muy en desacuerdo. En Perú, el 58% está de acuerdo, el 27% muy de acuerdo, el 10% no sé no aplica y el 5% en desacuerdo. (Gráficos del 17 al 20). Destacando Argentina con el 42% de microempresarias que aseguran conocer muy bien los productos y servicios bancarios.

Gráfico 17 Conozco los productos y servicios bancarios formales (ahorros, préstamos, seguros y pagos/remesas). Argentina

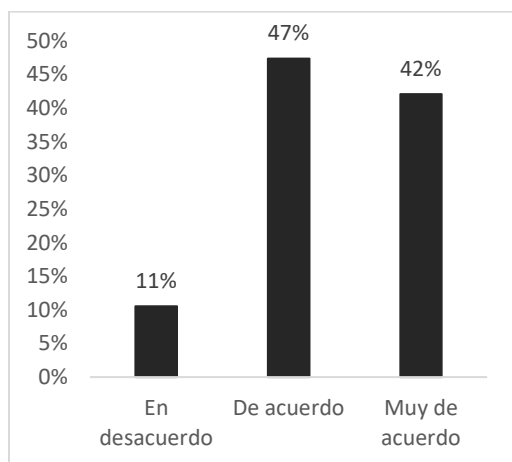
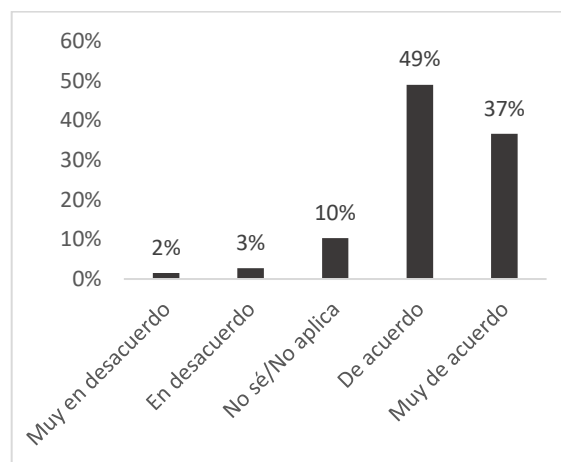


Gráfico 18 Conozco los productos y servicios bancarios formales (ahorros, préstamos, seguros y pagos/remesas). Colombia



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 19 Conozco los productos y servicios bancarios formales (ahorros, préstamos, seguros y pagos/remesas). México.

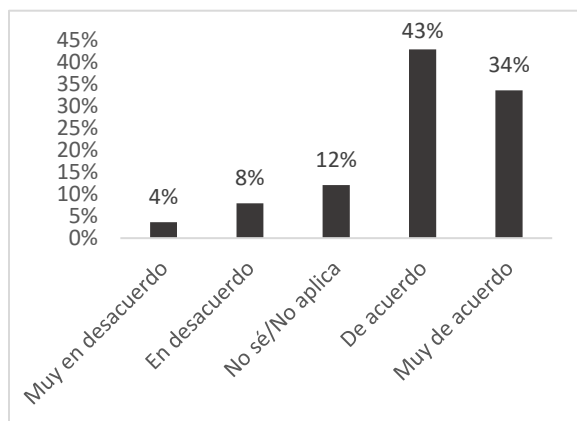
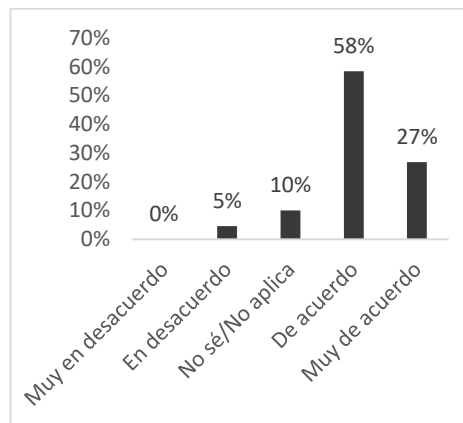


Gráfico 20 Conozco los productos y servicios bancarios formales (ahorros, préstamos, seguros y pagos/remesas). Perú.



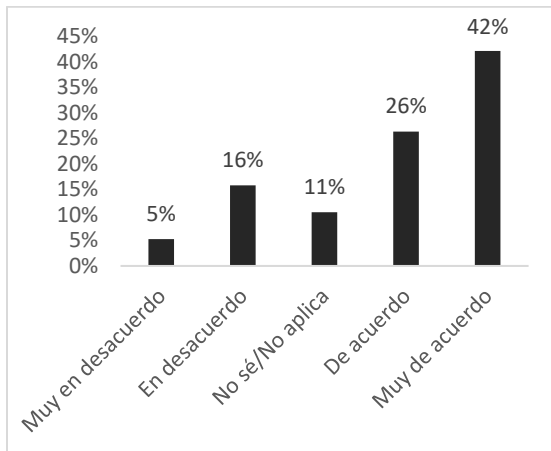
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

En cuanto a la pregunta sé qué documentos se requieren para abrir una cuenta bancaria, en Argentina el 42% está muy de acuerdo, el 26% de acuerdo, el 16% en desacuerdo, el 11% no sé no aplica y solo el 5% muy en desacuerdo. Para Colombia el 43% está de acuerdo, el 40% muy de acuerdo, el 9% no sé no aplica, el 7% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo, para México el 42% están de acuerdo el 36% muy de acuerdo el 11% no sé no aplica, el 7% en desacuerdo y el 4% muy en desacuerdo. Para Perú el 53% está de acuerdo, el 32% muy de acuerdo, el 7% no sé no aplica, el 6% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo. (Gráficos del 21 al 24).

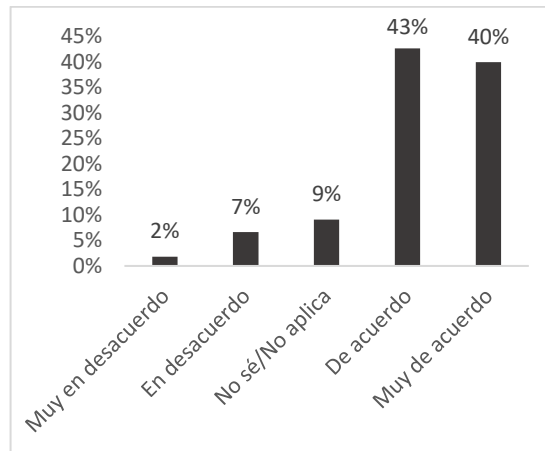
Microempresarias Latinoamericanas

Gráfico 21 sé qué documentos se requieren para abrir una cuenta bancaria. Argentina



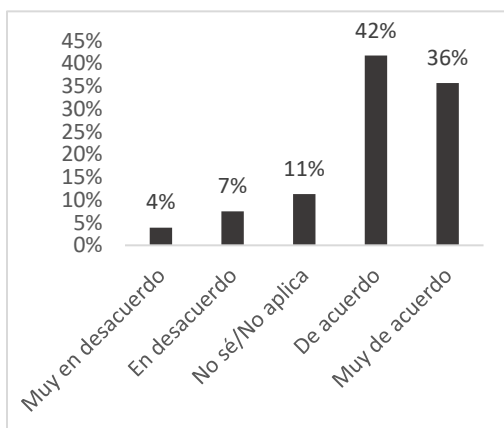
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 22 sé qué documentos se requieren para abrir una cuenta bancaria. Colombia



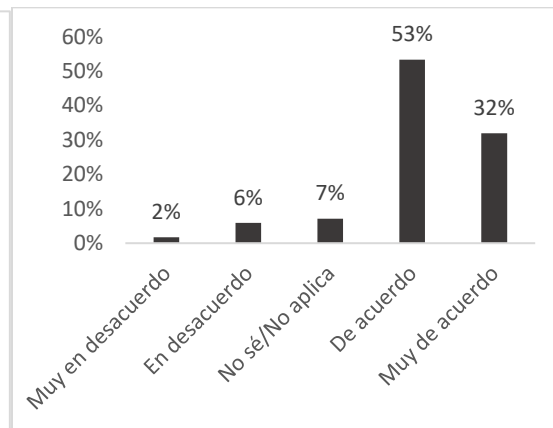
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 23 sé qué documentos se requieren para abrir una cuenta bancaria. México



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 24 sé qué documentos se requieren para abrir una cuenta bancaria. Perú



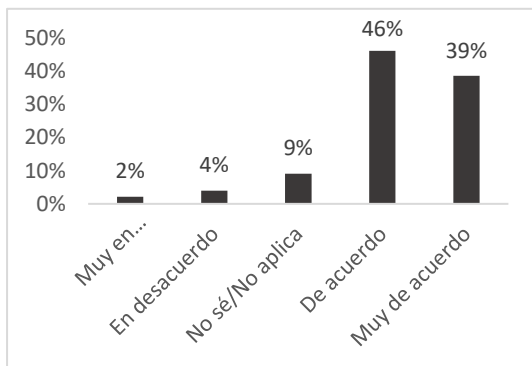
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

En referencia a la pregunta he usado mi cuenta para ahorrar o realizar pago, para Argentina el 58% está muy de acuerdo, el 32% de acuerdo, y el 5% en desacuerdo o muy

en desacuerdo, en el caso de Colombia el 46% está de acuerdo, el 39% muy de acuerdo, 9% no sé no aplica, el 4% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo. Para México el 40% está de acuerdo, seguido de 33% que está muy de acuerdo, el 14% no sé no aplica, el 8% en desacuerdo y el 5% muy en desacuerdo. En Perú el 60% está de acuerdo, seguido del 32% muy de acuerdo, el 7% no sé no aplica y solo el 2% en desacuerdo. (Gráficos del 25 al 28).

Uso de mi cuenta Argentina

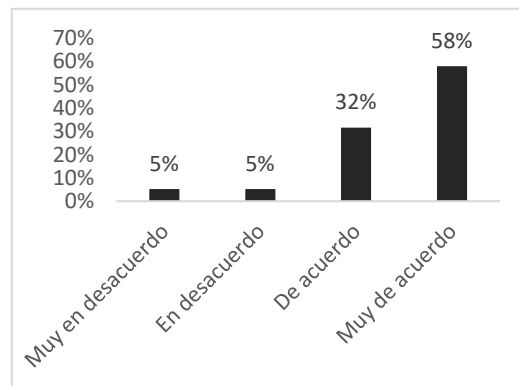
Gráfico 25 he usado mi cuenta para ahorrar o realizar pago Argentina



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

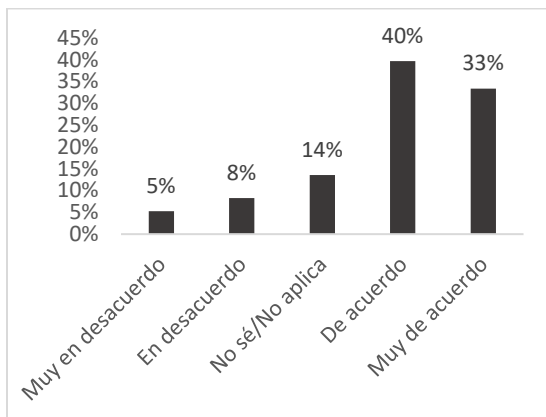
Uso de mi cuenta Colombia

Gráfico 26 he usado mi cuenta para ahorrar o realizar pago Colombia



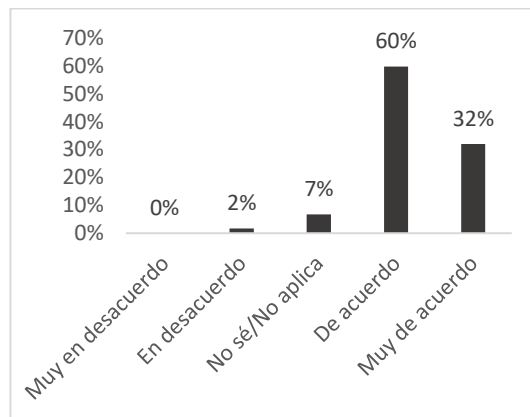
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 27 he usado mi cuenta para ahorrar o realizar pago México



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

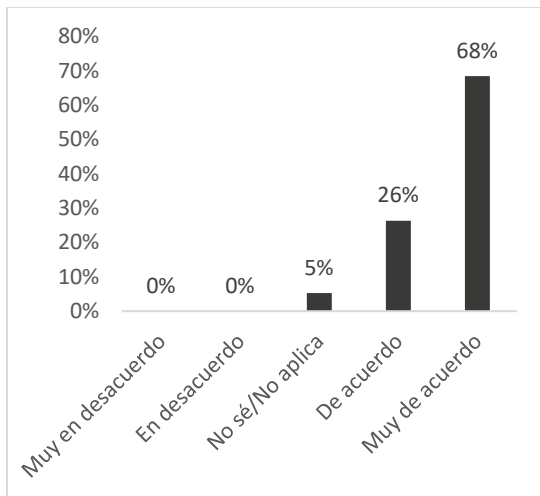
Gráfico 28 he usado mi cuenta para ahorrar o realizar pago Perú



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

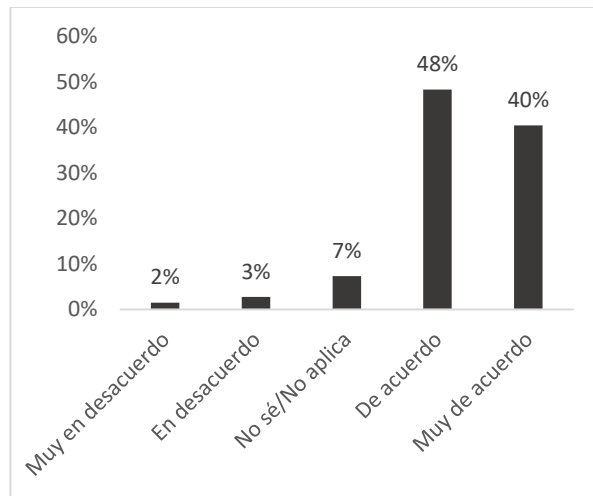
Las respuestas a la pregunta de recibo información de forma automática sobre mis transacciones, en Argentina las microempresarias respondieron en un 68% estar muy de acuerdo, el 26% de acuerdo, el 5% no sé, no aplica. En Colombia el 48% está de acuerdo, seguido del 40% muy de acuerdo, el 7% no sé no aplica, el 3% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo. Par México el 36% está de acuerdo, el 33% muy de acuerdo, el 16% no sé no aplica, el 9% en desacuerdo y el 5% muy en desacuerdo. En Perú el 59% está de acuerdo, el 32% muy de acuerdo, el 8% no sé no aplica, el 1% en desacuerdo. (Gráficos del 29 al 32).

Gráfico 29 recibo información de forma automática sobre mis transacciones Argentina



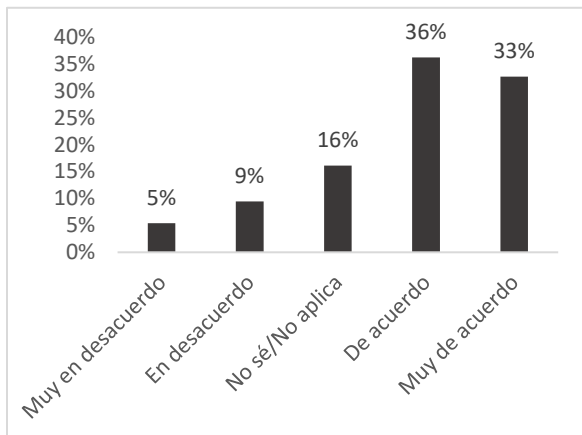
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 30 recibo información de forma automática sobre mis transacciones Colombia



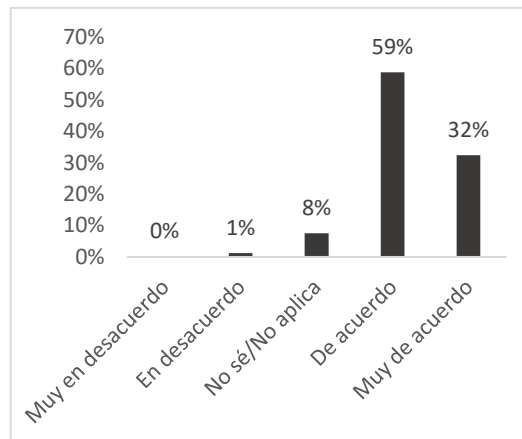
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 31 recibo información de forma automática sobre mis transacciones México



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 32 recibo información de forma automática sobre mis transacciones Perú

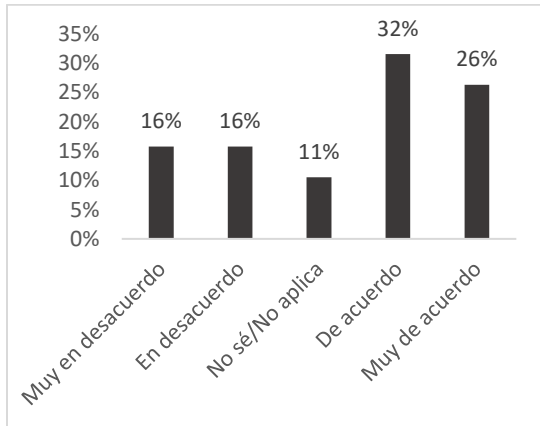


Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

En relación a la pregunta si es mejor comprar y vender a través de internet, porque así no me expongo a los riesgos que implica manejar efectivo, en Argentina el 32% consideró estar de acuerdo, el 26% muy de acuerdo, el 16% en desacuerdo y muy en desacuerdo, el 11% no sé no aplica. En Colombia el 40% está de acuerdo, el 20% no sé no aplica, el 18% muy de acuerdo, el 11% en desacuerdo, el 7% muy en desacuerdo y el 5% no contestó. Para México el 31% está de acuerdo seguida del 37% no sé no aplica, el 19% muy de acuerdo, el 15% en desacuerdo y el 8% muy en desacuerdo. En relación a Perú, el 56% está de acuerdo, el 30% muy de acuerdo, el 9% no sé no aplica, el 4% en desacuerdo.(Gráficos del 33 al 36).

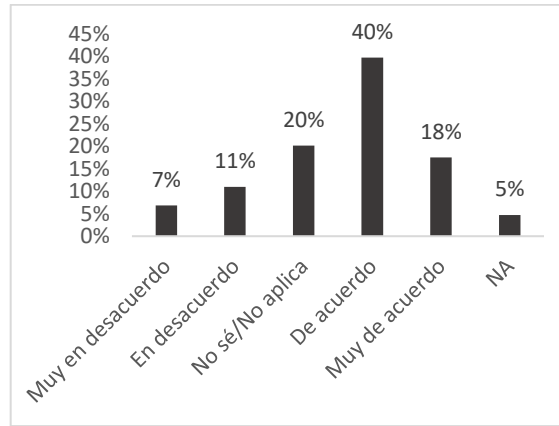
Microempresarias Latinoamericanas

Gráfico 33 Es mejor comprar y vender a través de Internet, porque así no me expongo a los riesgos que implica manejar efectivo Argentina



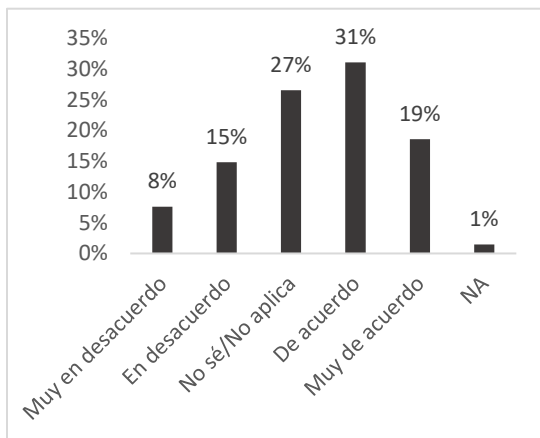
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 34 Es mejor comprar y vender a través de Internet, porque así no me expongo a los riesgos que implica manejar efectivo Argentina



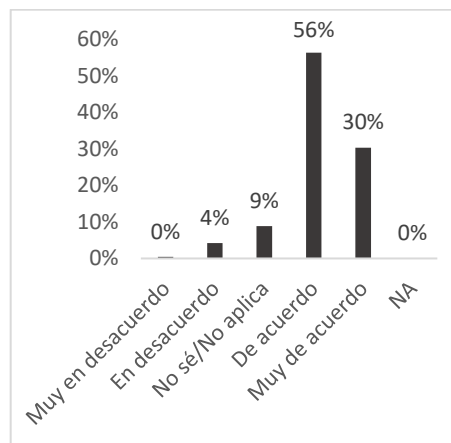
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 35 Es mejor comprar y vender a través de Internet, porque así no me expongo a los riesgos que implica manejar efectivo México



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 36 Es mejor comprar y vender a través de Internet, porque así no me expongo a los riesgos que implica manejar efectivo Perú



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

En la pregunta considero que los bancos brindan suficiente seguridad en las transferencias económicas virtuales para comercializar on-line, en Argentina consideran el 53%

estar de acuerdo, el 32% muy de acuerdo, el 11% no sé no aplica, el 5% muy en desacuerdo. En Colombia el 45% están de acuerdo, el 21% muy de acuerdo, el 12% no sé no aplica y en desacuerdo, el 6% muy en desacuerdo y solo el 3% no contestó. Para México el 39% está de acuerdo, el 22% muy de acuerdo, el 21% no sé no aplica, el 11% en desacuerdo y el 6% muy en desacuerdo, en Perú el 65% dijo estar de acuerdo, el 20% muy de acuerdo, el 11% no sé no aplica, el 3% en desacuerdo y el 1% muy en desacuerdo. (Gráficos del 37 al 40).

Gráfico 37 Considero que los bancos brindan suficiente seguridad en las transferencias económicas virtuales para comercializar on-line, Argentina

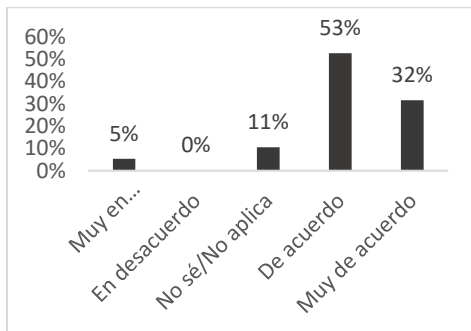
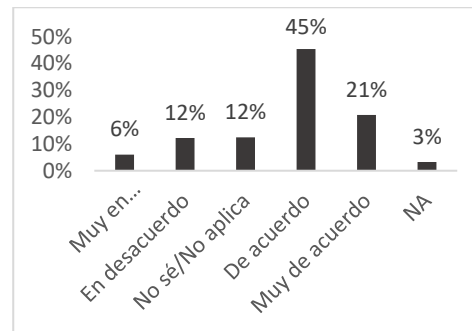


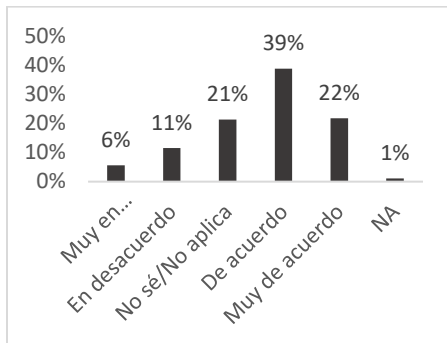
Gráfico 38 Considero que los bancos brindan suficiente seguridad en las transferencias económicas virtuales para comercializar on-line, Colombia



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021 Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

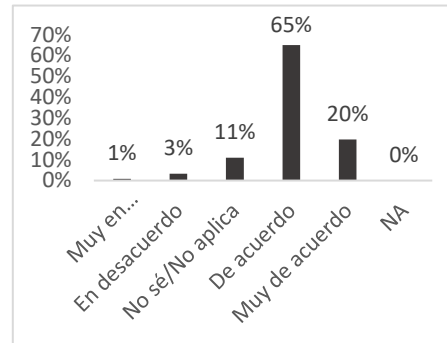
Microempresarias Latinoamericanas

Gráfico 39 Considero que los bancos brindan suficiente seguridad en las transferencias económicas virtuales para comercializar on-line, México



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 40 Considero que los bancos brindan suficiente seguridad en las transferencias económicas virtuales para comercializar on-line, Perú



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Las respuestas vertidas a la pregunta considero que comprando a través de internet evito las colas para realizar pagos, recoger productos, comprobantes, etc. En Argentina las microempresarias contestaron el 37% están de acuerdo el 32% muy de acuerdo, 16% en desacuerdo, el 11% muy en desacuerdo y el 5% no sé no aplica, para Colombia el 50% está de acuerdo, el 28% muy de acuerdo, el 12% no sé no aplica, el 4% en desacuerdo y muy en desacuerdo y el 3% no contestó. En México el 40% está de acuerdo, el 28% muy de acuerdo el 19% no sé no aplica, 8% en desacuerdo, el 5% muy en desacuerdo y el 1% no contestó. (Gráficos del 41 al 44).

Gráfico 41 Considero que comprando a través de Internet evito las colas para realizar pagos, recoger productos, comprobantes, etc. Argentina

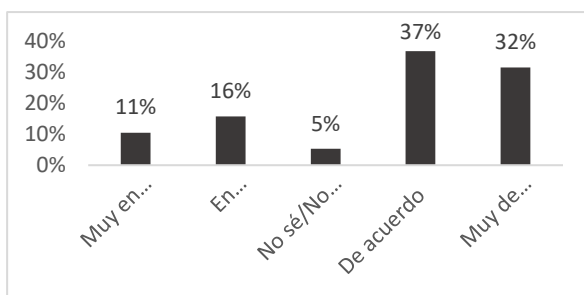


Gráfico 42 Considero que comprando a través de Internet evito las colas para realizar pagos, recoger productos, comprobantes, etc. Colombia

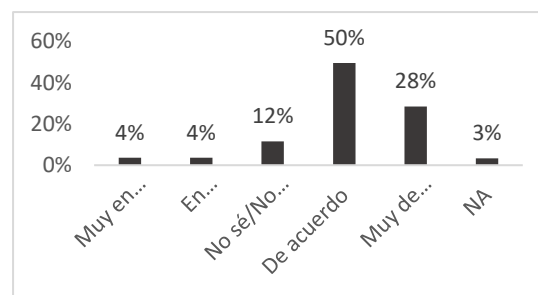


Gráfico 43 Considero que comprando a través de Internet evito las colas para realizar pagos, recoger productos, comprobantes, etc. México

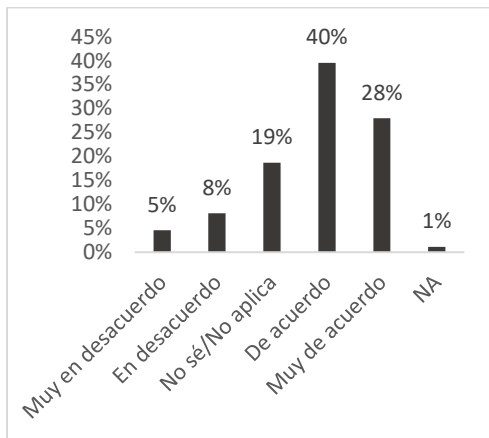
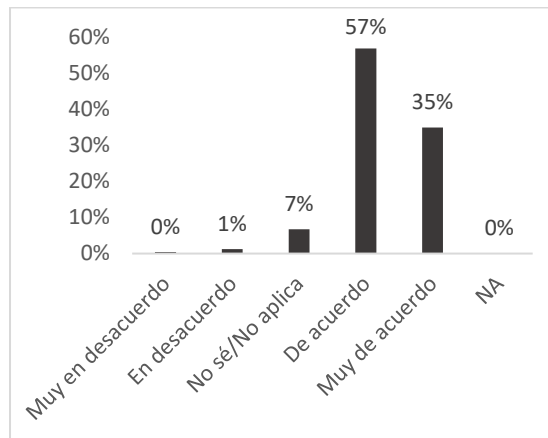


Gráfico 44 Considero que comprando a través de Internet evito las colas para realizar pagos, recoger productos, comprobantes, etc. Perú

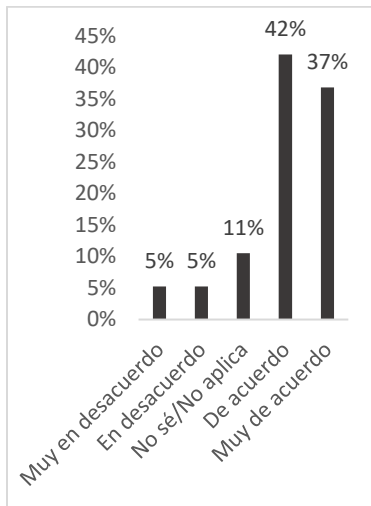


Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021 Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

La respuesta a la pregunta de una ventaja del comercio a través de internet es que se puede hacer a cualquier hora y en cualquier lugar, en Argentina el 42% respondieron estar de acuerdo, el 37% muy de acuerdo, el 11% no sé no aplica, el 5% en desacuerdo y muy en desacuerdo. Para Colombia el 51% está de acuerdo, el 31% muy de acuerdo, el 11% no sé no aplica, el 3% muy en desacuerdo, el 2% no aplica y el 1% en desacuerdo. Para México el 42% está de acuerdo, el 33% muy de acuerdo, el 16% no sé no aplica, el 5% en desacuerdo el 3% muy en desacuerdo y el 1% no aplica, para el país de Perú, el 62% está de acuerdo, el 29% muy de acuerdo, el 6% no sé no aplica, el 3% en desacuerdo. (Gráficos del 45 al 48).

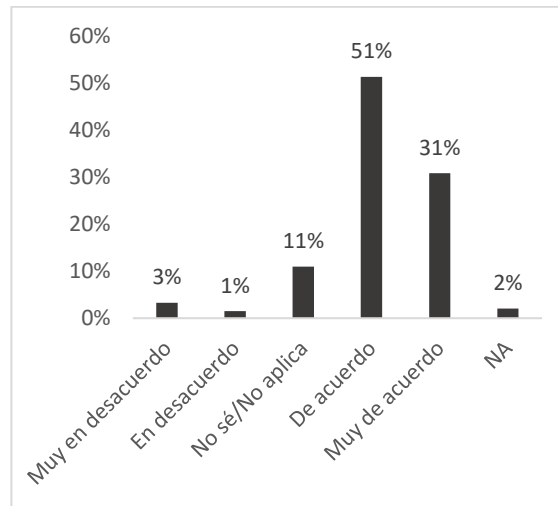
Microempresarias Latinoamericanas

Gráfico 45 Una ventaja del comercio a través de Internet es que se puede hacer a cualquier hora y en cualquier lugar, Argentina



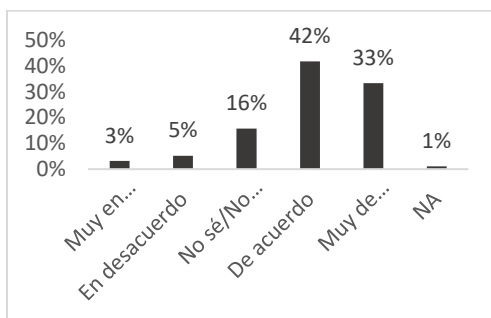
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 46 Una ventaja del comercio a través de Internet es que se puede hacer a cualquier hora y en cualquier lugar, Colombia



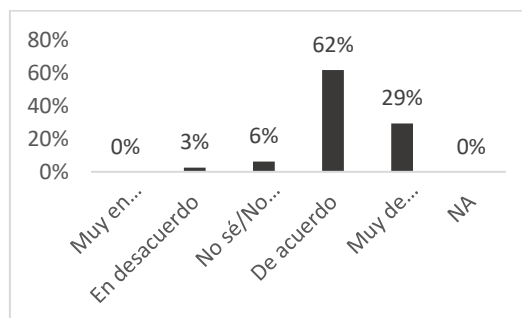
Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 47 Una ventaja del comercio a través de Internet es que se puede hacer a cualquier hora y en cualquier lugar, México



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Gráfico 48 Una ventaja del comercio a través de Internet es que se puede hacer a cualquier hora y en cualquier lugar, Perú



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

La respuesta a la pregunta el desarrollo de nuevas tecnologías de seguridad para transacciones económicas virtuales, me da la confianza de comprar en línea, en Argentina respondieron el 58% están de acuerdo, el 32% muy de acuerdo el 5% no sé no aplica y muy en desacuerdo. En Colombia el 46% están de acuerdo, el 23% muy de acuerdo, el 12% no sé no aplica y en desacuerdo, el 5% muy en desacuerdo y el 3% no aplica. En México el 38% está de acuerdo, el 25% muy de acuerdo, el 19% no sé no aplica, 11% en desacuerdo, el 6% muy en desacuerdo, el 1% no contestó. En cuanto a Perú el 60% está de acuerdo, el 27% muy de acuerdo, el 9% no sé no aplica, el 3% en desacuerdo y el 1% muy en desacuerdo. (Gráficos del 49 al 52).

Gráfico 49 El desarrollo de nuevas tecnologías de seguridad para transacciones económicas virtuales, me da la confianza de comprar en línea, Argentina

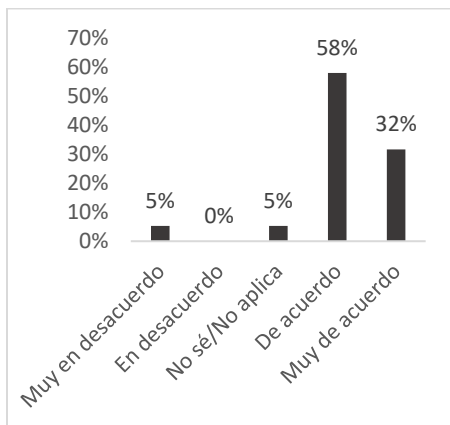
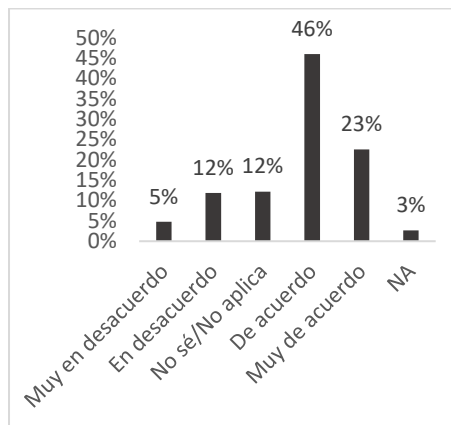


Gráfico 50 El desarrollo de nuevas tecnologías de seguridad para transacciones económicas virtuales, me da la confianza de comprar en línea, Colombia



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Desarrollo nuevas tecnologías México

Desarrollo nuevas tecnologías Perú

Gráfico 51 El desarrollo de nuevas tecnologías de seguridad para transacciones económicas virtuales, me da la confianza de comprar en línea, México

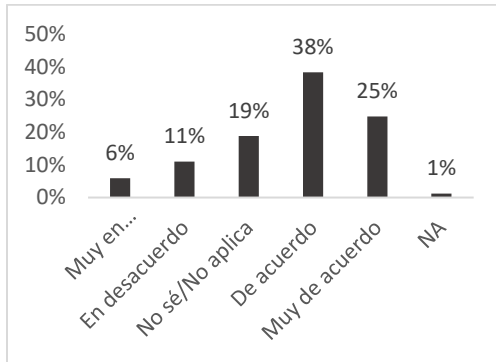
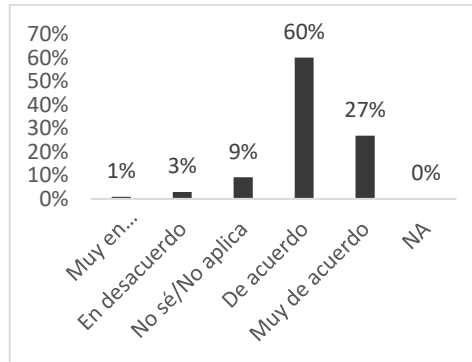


Gráfico 52 El desarrollo de nuevas tecnologías de seguridad para transacciones económicas virtuales, me da la confianza de comprar en línea, Perú



Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021 Fuente: Elaboración propia de encuesta RELAYN 2021

Reacciones ante el COVID-19

Los resultados obtenidos de manera general de los diferentes países muestran la forma en que atendieron el efecto del COVID-19. Acorde a las tendencias de intensidad de opinión, se manifestó que entre un 70 a 80% respondieron con acciones que garantizaban la estabilidad en sus trabajadores, como fueron: no despedirlos, ni reducirles su salario y, sí mantener el pago consistente de sus jornadas de trabajo, además de proporcionarles los recursos de seguridad e higiene para sus operaciones (Aguilar, Peña & Posada, 2021).

Conclusiones

Se da cumplimiento al objetivo al analizar la inclusión financiera en mujeres microempresarias en América Latina, que se encuentra en los países de Argentina, Colombia, México y Perú y su relación con las transferencias virtuales, quedando de la siguiente manera:

En cuanto a la inclusión financiera relacionada con el banco más cercano está a menos de 5 km., de mi casa el país de Perú resulto ser el más bajo en un 19% , seguido de México con un 33%, posteriormente Colombia en un 35% y solo Argentina tuvo un porcentaje del 53%, en cuanto a distancia de menos de un kilómetro, que se encuentran las microempresarias en los cajeros automáticos Perú es el más bajo con un 25% seguido de México con un 26%, en Colombia con un 34% y Argentina respondió en un 53% estar muy cerca de un cajero. Llama la atención que las empresarias de Argentina el 42% conocen los productos y servicios bancarios formales, las colombianas en un 37%, las mexicanas en un 34% y las peruanas solo el 27%. En cuanto a la documentación que se requiere para abrir una cuenta destaca Colombia con un 42%, seguido de Argentina en un 40%, México con un 36% y Perú con tan solo el 32%. En cuanto a si se ha usado la cuenta bancaria para ahorrar o realizar pagos destaca Argentina con un 58%, Colombia con un 39%, México con un 33% y Perú con un 32%. Un resultado sobresaliente lo tiene Argentina en un 68% al responder que recibe de forma automática información de sus transacciones, seguida de Colombia con un 40%, México con un 33% y Perú con un 32%. De acuerdo con estos porcentajes es necesario seguir estableciendo estrategias

con gubernamentales en donde las microempresarias puedan tener acceso a los sistemas financieros y se logre empoderar a todas las mujeres comenzando con las microempresarias.

En relación a las transferencias virtuales, una de las preguntas fue si se consideraba que los bancos brindan suficiente seguridad en las transferencias económicas virtuales para comercializar on-line, muestran niveles bajos el 30% de las microempresarias peruanas confían en los bancos, el 26% de las argentinas, el 19% de las mexicanas y el 18% las colombianas. En cuanto a realizar pagos por internet y con ello recibir el producto en casa el 35% de las mujeres empresarias peruanas están muy de acuerdo, el 32% de las argentinas, y el 28% tanto las mexicanas como las colombianas. El 37% de las mujeres encuestadas en Argentina ven como ventaja el comprar por internet porque lo pueden hacer a cualquier hora, el 33% las mexicanas, seguidas del 31% de las colombianas y por último el 29% de las peruanas. Aún existe desconfianza en la compra en línea prueba de ello es que el 32% de las encuestadas están muy de acuerdo, el 27% de las peruanas, el 25% de las mexicanas y el 23% de las colombianas. Falta mucho por realizar para que las microempresarias de América Latina puedan tener confianza en las transacciones por internet, al poder lograr esta confianza se podrá tener mayor acceso a los servicios financieros que actualmente pueden realizar teniendo una computadora y más para mayor rapidez a través de un dispositivo móvil. En respuesta a la pregunta de investigación de si ¿existe inclusión financiera en microempresarias en países latinoamericanos como Argentina, Colombia, México y Perú, y si tienen confianza en las transferencias virtuales?, se puede decir que los porcentajes arrojados tanto en las preguntas de inclusión financiera como en transferencias virtuales son bajos y sobre todo en mujeres, y aún

sigue existiendo desconfianza en las operaciones virtuales prueba de ello son los porcentajes bajos que se alcanzaron, por lo tanto debe darse seguimiento a las políticas públicas que en cada uno de los países se deben realizar sobre todo en aquellos en los que a través del grupo G-20, se han adquirido compromisos de realizar acciones de inclusión financiero para con ello lograr un desarrollo económico (Corona, Ochoa & González, 2011) pero a su vez el empoderamiento de la mujer como se establece en los organismos de desarrollo sostenible (Ghosh, 2022).

En cuanto a los efectos del COVID-19 de manera general las empresas encuestadas en un 70% pudieron enfrentar la contingencia conservando la estabilidad de sus trabajadores.

Lista de referencias

- Agarwalla, S. K., Barua, S., Jacob, J., & Varma, J. R. (2015). Financial Literacy among Working Young in Urban India. *World Development*, 67, 101-109. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.10.004>
- Aguilar, O.C., Peña, N.B. & Posada, R. (2021). Metodología y resultados generales del estudio de cultura financiera en microempresarios de Latinoamérica. *Cultura financiera en la micro y pequeñas empresas de Latinoamérica*, Tomo I, Querétaro: Editorial McGraw-Hill.
- Álvarez, M. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*, Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas,

- CEPAL, https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequenha_Mediana_Empresa_es.pdf
- Asongu, S.A., Nnanna, J. & Acha-Anyi, P. (2020). Inequality and gender economic inclusion: The moderating role of financial access in Sub-Saharan Africa. *Social Sciences & Humanities Open*,5(1), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2022.100267>
- Azar, K., Lara, E. & Mejía, D. (2018). Inclusión financiera de las mujeres en América Latina, Situación Actual y Recomendaciones de Política. Banco de Desarrollo de América Latina. <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1162/Inclusion%20financiera%20de%20las%20mujeres%20en%20America%20Latina.%20Situacion%20actual%20y%20recomendaciones%20de%20politica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Clamara, N., Pena, X. & Tuesta, D. (2014). Factors that Matter for Financial Inclusion: Evidence from Peru. Working Paper No. 9 (March). BBVA Research, Madrid, Spain.
- CONDUSEF, (2020). Diplomado en educación financiera, tema II la inclusión financiera. Secretaría de hacienda y crédito público. <https://diplomado.condusef.gob.mx/>
- Cossa, A., Madaleno, M., Mota, J. (2021). Financial literacy environment scan in Mozambique. *Asia Pacific Management Review*, 1-16, <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2021.09.004>.
- Corona, E., Ochoa, R. & González, J. (2011). Cumbre del G-20. Dirección de Servicios de Investigación y Análisis. <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/spe/SPE-CI-A-05-11.pdf>

Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S. & Hess, J. (2018). La base de datos Global Findex 2017: Medición de la inclusión financiera y la revolución de la tecnología financiera. Cuadernillo de reseña. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.

Ellis, K., Lemma, A. & Rud, J.P. (2020). Financial inclusion, household investment and growth in Kenya and Tanzania. Project Briefing, Overseas Development Institute. 43, 1-4, <https://www.files.ethz.ch/isn/121123/pb43.pdf>

Farrell, L., Fry T.R.L. & Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour, *Journal of Economic Psychology*, 54, 85-99. <http://dx.doi.org/10.1016/j.joep.2015.07.001>

Felsenthal, M. & Hahn, R. (2018). Según la base de datos Global Findex, la inclusión financiera esta aumentando, pero aún subsisten disparidades. Banco Mundial, consultada en <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/04/19/financial-inclusion-on-the-rise-but-gaps-remain-global-findex-database-shows>.

Ghosh, S. (2022). Political empowerment of women and financial inclusion: Is there a link? *Social Sciences & Humanities Open*,65(1), 173-185. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2020.01.002>

Ghosh, S. (2021). How important is trust in driving financial inclusion? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, (30), 1-9, <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100510>

- Ghosh, S. & Vinod, D. (2017). What constrains financial inclusion for women? Evidence from indian micro data. *World Development*, 92, 60-81, <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.11.011>
- Grigion, A.C., Mendes, K., Vieira & Kirch, G. (2017). How well do women do when it comes to financial literacy? Proposition of an indicator and analysis of gender differences, *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 17, 28-41. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.12.005>
- Girardone, C, Kokas, S. & Wood, G. (2021). Diversity and women in finance: Challenges and future perspectives, *Journal of Corporate Finance*, 71(), 1-11.
- Giron, A., De la Vega, V., Vélez, D. (2018). Inclusión financiera y perspectiva de género: Economías miembro de APEC, 7(21),
- Kochar, A., Nagabhushana, C., Sarkar, R., Shah, R. & Singh, G. (2022). Financial access and women's role in household decisions: Empirical evidence from India's national rural livelihoods project. *Journal of development economics*, 155, 1-16, <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2022.102821>
- Lara, J. (2022). Inclusión financiera en México. Impacto del acceso al financiamiento a través de FIRA en los ingresos por ventas de las empresas. *Revista INEGI*, 13(1), ISSN 2007-2961.
- Mottola, G.R. (2013). In Our Best Inter In Our Best Interest: Women, Financial Liter omen, Financial Literacy, and Cr , and Credit Car edit Card Behavior, 6(2),1-14 <http://dx.doi.org/10.5038/1936-4660.6.2.4>

OIT, (2020). Entorno MIPYME. Medidas de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina y el Caribe, frente a la crisis de la COVID-19. Lima, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 160 p.

OECD (2017). G20/OECD INFE report on adult financial literacy in G20 countries.

OECD. (2015). National Strategies for Financial Education OECD/INFE Policy Handbook. Available at <http://www.oecd.org/finance/National-Strategies-Financial-Education-Policy-Handbook.pdf>.

Reichel, V. (2019). Financial inclusion for women and men in artisanal gold mining communities: A case study from the Democratic Republic of the Congo. *The extractive industries and society*, 7(2), 412-419, <https://doi.org/10.1016/j.exis.2019.05.003>

Tinghög, G., Ahmed, A., Barrafrema, K., Lind, T., Skagerlund, K. & Västfjällbd, D. (2021). Gender differences in financial literacy: The role of stereotype threat. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 192(1), 405-416.