

Desarrollo internacional Desjardins



Narrativa:

Desarrollo internacional Desjardins - DID, entendemos que la importancia de la planificación familiar va de la mano de la educación financiera con enfoque de género, porque ambas apuestas tienen como objetivo el empoderamiento femenino para que consecución de los proyectos de vida de las mujeres en América Latina y el Caribe. Lo anterior, porque sabemos que la brecha de género no se encuentra solamente en una discriminación directa, sino también por medio de los roles de género que ven a la mujer sólo como gestante. Por esto, es importante no sólo la educación sexual y reproductiva, sino también la educación financiera para que ellas pueden tomar sus decisiones y que sus proyectos de vida no se vean condicionados por la falta de oportunidades económicas.

Por este motivo, DID en el marco del Proyecto Profem (Colombia), ha firmado 12 convenios de colaboración con aliados entre empresas privadas y sector público, beneficiando a 39.789 personas con acceso a nuestros programas de educación. De ellos, hemos impactado a 31.762 mujeres y 8.025 jóvenes, certificándolos y completado satisfactoriamente el ciclo educativo, en donde tenemos una cobertura geográfica del 100% del territorio Nacional. Con el objetivo de fortalecer el valor compartido se han gestionado recursos adicionales, de los iniciales 2 millones de dólares canadienses por parte del Gobierno de Canadá, con nuestros aliados por \$132.000 USD para Educación financiera de jóvenes y mujeres. Por ello, buscando avanzar hacia la inclusión financiera de las poblaciones más vulnerables, se han realizado 14 ferias de servicios en las que invitamos a diversas instituciones financieras a presentar su portafolio ante las personas impactadas por los programas de educación financiera.

Por fuera del proyecto Profem, tenemos educación financiera para migrantes en alianza con Save The Children. Allí, desarrollamos un programa adaptado para población migrante venezolana, colombianos retornados y población de acogida con más de 1200 personas impactadas. Sumado a ello, también realizamos 12 ferias financieras para que la población migrante conozca el portafolio de productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras colombianas. Igualmente, en alianza con Carcafe, desarrollamos un programa de educación financiera adaptado para población caficultora del sur de Colombia, en el que 120 productores fueron impactados. Aquí también realizamos 4 ferias financieras para que los productores conozcan la oferta de productos y servicios.

A nivel regional, en Bolivia, el proyecto Fempresa contribuye a la implementación de programas de educación financiera y servicios de acompañamiento empresarial, y desarrollo de productos financieros con enfoque de género, mediante 9 convenios con entidades privadas y públicas. La expectativa es lograr el empoderamiento económico de 1.500 mujeres de las principales ciudades del occidente del país con la ejecución de los 5 millones de dólares canadienses del Gobierno de Canadá. Asimismo, en Canadá realizamos un programa de inclusión financiera para trabajadores temporales agrícolas guatemaltecos, en donde produjimos un análisis integral de los conocimientos y la inclusión financiera de los trabajadores temporales agrícolas guatemaltecos que viajan a Quebec. Se trabajo articulado con instituciones financieras de Guatemala para buscar las mejores estrategias para adaptar y crear productos financieros de acuerdo con las necesidades de los trabajadores temporales y sus familias.

Objetivos:

En el 2024 nos hemos presentado a 4 proyectos financiados por el gobierno de Canadá en distintos países de la región. A estos 4 se suma la ejecución del proyecto Fempresa en Bolivia. A continuación, se presenta la cantidad de personas que buscamos impactar y la duración de los proyectos.

- Honduras: 47000 personas en cinco años.
- Guatemala: 3000 personas en 5 años.
- Colombia: cantidad de personas por determina en un proyecto de 3 años.
- Perú: 2500 personas en 6 años.
- Bolivia: 1500 personas en 5 años.