

Cómo fomentar la inclusión financiera y la resiliencia en las cadenas de suministro mundiales:

Guía práctica para proveedores de servicios financieros con ejemplos de digitalización salarial en el sector de la confección textil



Resumen ejecutivo

Se estima que unos 60 millones de trabajadores impulsan la industria mundial de la confección textil¹, la mayoría de los cuales son mujeres, menores de 35 AÑOS y están subbancarizados. Muchos se encuentran en lugares de trabajo de gran tamaño y fácil acceso. La extensión de la inclusión financiera y la resiliencia de este importante segmento del mercado podría generar beneficios para las trabajadoras y los trabajadores, los empleadores, los proveedores de servicios financieros y la economía en general, lo que supone una ganancia mutua para todos.

Los **proveedores de servicios financieros** pueden impulsar el desarrollo de un nuevo segmento activo del mercado que utilice la digitalización salarial como un punto de entrada que resulta eficaz cuando se lo combina con productos y servicios financieros pertinentes y accesibles (como remesas y ahorros). Esto puede impulsar la generación de ingresos y beneficios estratégicos a largo plazo para los proveedores de servicios financieros, al tiempo que amplía la inclusión de mujeres y hombres en la economía digital y mejora su salud financiera.

RISE y Mastercard han demostrado que la digitalización salarial, al combinarse con una formación en capacidad financiera que contemple las necesidades de las mujeres,

condujo a que el 91 % de los trabajadores reciban su sueldo en cuentas bancarias (en lugar de solo un 46 %); a que el 85 % acceda a cuentas bancarias móviles (en lugar de solo un 52 %) y que un 81 % ahorre con regularidad (en lugar de solo un 56 %).²

En esta guía para proveedores de servicios financieros, RISE comparte ideas y recomendaciones para desarrollar este segmento del sector de la confección textil:

1. Adquirir nuevos clientes a gran escala a través de la digitalización salarial responsable.
2. Impulsar el uso de una amplia gama de productos y servicios financieros en las cuentas.
3. Extender la oferta de productos para aumentar la seguridad financiera.

Para este segmento es muy importante adoptar un enfoque colaborativo y a largo plazo; se deben comprender las necesidades de los usuarios, especialmente las de las mujeres, y generar confianza y una buena reputación a través de una atención al cliente confiable. De este modo, los proveedores de servicios financieros pueden desbloquear nuevas oportunidades de crecimiento para el segmento y, así, generar rendimientos sostenidos y promover la inclusión financiera y la resiliencia de los trabajadores de la confección textil.

RISE y Mastercard Center for Inclusive Growth

RISE y Mastercard Center for Inclusive Growth trabajan juntos desde 2018 para expandir la digitalización salarial responsable en el sector de la confección textil. Esta asociación combina los salarios digitales con la formación en capacidad financiera en múltiples mercados, para así brindar los recursos de planificación financiera que son muy necesarios para gerentes y trabajadores, especialmente para las mujeres. Esto ha incluido el apoyo a 26 proveedores de indumentaria en Camboya y Egipto que emplean a más de 51 000 trabajadores² (el 63 % eran mujeres), lo que aumentó la eficiencia de la nómina para los empleadores, expandió la inclusión financiera y la seguridad para los trabajadores, y creó un nuevo segmento activo del mercado para los proveedores de servicios financieros.



“Millones de trabajadores de la industria de la confección textil que están subbancarizados pueden beneficiarse y crecer al obtener acceso a un amplio conjunto de servicios financieros. Incluir a las personas en la economía digital es solo el primer paso. También debemos trabajar juntos para desarrollar la seguridad, la resiliencia y una buena salud financieras. Queremos darles la oportunidad de mejorar su bienestar financiero y planificar a futuro con confianza”.

SUBHASHINI CHANDRAN, VICEPRESIDENTA SÉNIOR, IMPACTO SOCIAL, MASTERCARD CENTER FOR INCLUSIVE GROWTH

El sector de la confección textil: Un segmento del mercado viable

Existe una gran oportunidad para que los proveedores de servicios financieros desarrollen un nuevo segmento del mercado en el sector de la confección textil, lo que fomentará la inclusión en la economía digital y mejorará la salud financiera de millones de trabajadores de ese sector.

Alrededor de 60 millones de trabajadores impulsan la industria de la confección textil, un sector que asciende a miles de millones de dólares.³ Por ejemplo, se estima que hay 2,5 millones de trabajadores en Egipto⁴ y 1 millón en Camboya.⁵ A estos trabajadores se les paga un salario fijo y realizan sus tareas en lugares de trabajo de gran tamaño, lo que posibilita que los proveedores de servicios financieros lleguen a ellos de manera eficiente y escalable. La mayoría de los trabajadores de la industria textil son mujeres, la mayoría de las cuales tiene menos de 35 años.⁶

Muchos países que participan de las cadenas de suministro mundiales tienen, o están desarrollando, la infraestructura financiera y digital para que los proveedores de servicios financieros ofrezcan productos y servicios accesibles, pertinentes y asequibles para los trabajadores de la confección textil. Sin embargo, muchos de estos trabajadores siguen sin estar bancarizados y cobran su salario en efectivo, o, si se lo depositan en cuentas bancarias, lo retiran su totalidad el día de pago o le ceden el control de sus cuentas a otros.⁷ Esto limita su capacidad de ahorrar y planificar a futuro, especialmente en el caso de las mujeres.

Al incorporar a estos trabajadores a la economía digital, los proveedores de servicios financieros pueden desempeñar un papel catalizador al impulsar la inclusión financiera y al hacer que el proceso del cliente avance, desde el acceso y uso de los servicios hasta el desarrollo de la seguridad financiera y, en última instancia, su salud financiera (ver diagrama).⁸

La salud financiera es mucho más que la inclusión financiera y contempla cómo una persona maneja su vida financiera y sus sentimientos con respecto al dinero. Se trata de una medición de la capacidad de una persona para administrar gastos, fijar metas financieras y enfrentar los obstáculos financieros que impactan sobre su bienestar financiero.⁹

La industria de los servicios financieros está empezando a establecer objetivos de inclusión financiera adicionales al acceso, como “One billion and beyond”¹⁰ de Mastercard, y este segmento puede representar un crecimiento incremental significativo en términos de la base e ingresos de los usuarios, así como impulsar el avance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mediante los compromisos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) de la compañía.

Esta guía brinda recomendaciones que los proveedores de servicios financieros pueden aprovechar para desbloquear las posibles ganancias de este segmento y atraer a millones de trabajadores de la confección textil a la economía digital. Utiliza información recopilada mediante la asociación de RISE con Mastercard y trabaja con proveedores de servicios financieros y con la industria de la confección textil en Bangladés, Camboya y Egipto para aumentar la inclusión económica y mejorar la salud y la resiliencia financieras de los trabajadores utilizando la digitalización salarial como punto de partida.

La industria de la confección textil: un segmento del mercado importante



Transformación del proceso del cliente: el acceso es solo el primer paso



Magnitud de la oportunidad

La mayoría de los trabajadores de la confección textil está subbancarizados y realiza gran parte de sus transacciones financieras en efectivo, incluyendo pagos, ahorros y remesas. Ofrecer cuentas bancarias podría facilitar el uso de una amplia gama de productos y servicios a medida que los trabajadores adquieren más conocimientos y confianza en cuestiones financieras.

El 39 % de los adultos que participan en economías emergentes abren su primera cuenta específicamente para recibir su salario o dinero del Gobierno¹¹, por lo que la digitalización salarial es un valioso punto de partida. Dado que la mayoría de los trabajadores de la confección textil son mujeres, quienes tienen un 8 % menos de probabilidades de tener una cuenta que los hombres,¹² se estima que los proveedores de servicios financieros podrían generar unos USD 700 000 millones adicionales en ingresos a nivel mundial mediante la prestación de servicios financieros a las mujeres.¹³

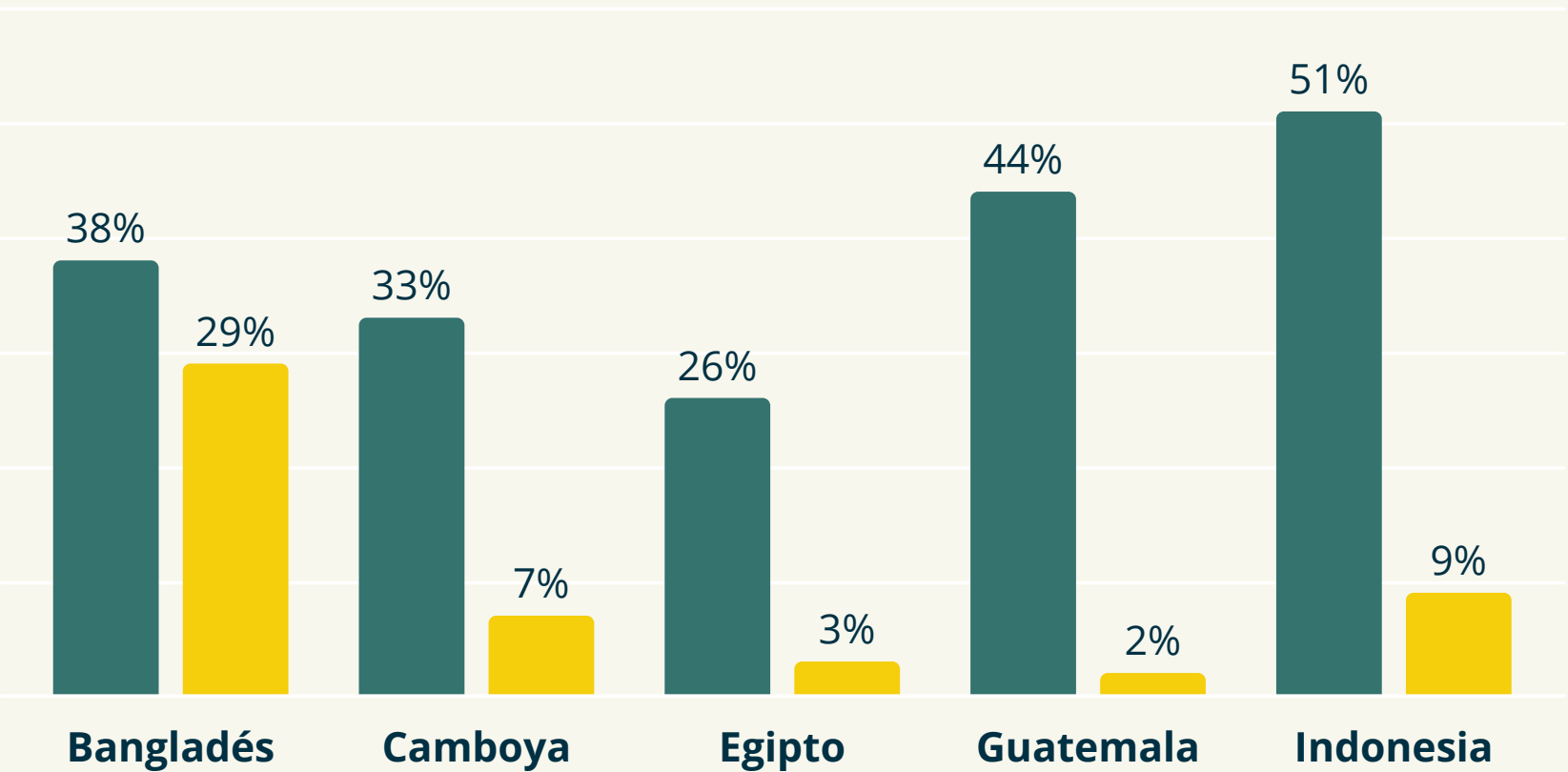
RISE está trabajando con Mastercard en Bangladés, Camboya, Egipto, Guatemala e Indonesia para acelerar el proceso desde el acceso hasta la salud financiera de las mujeres en el sector de la confección textil. El porcentaje de la población con cuentas bancarias de estos países suele ser bajo, oscila entre el 26 % y el 51 %, y un alto porcentaje de trabajadores del sector privado recibe su salario en efectivo, del 63 % al 87 %.¹⁴

En estos países, las tasas de ahorro, endeudamiento y envío de remesas son significativamente más altas que las del uso de productos y servicios financieros para las mismas necesidades. Por ejemplo, en Guatemala, el 42 % de los adultos afirmó haber ahorrado dinero; sin embargo, solo el 12 % lo hizo en una institución financiera. En Camboya, el 50 % de los adultos envió o recibió una remesa a nivel nacional, pero solo el 5 % lo hizo a través de una cuenta bancaria. Se ha utilizado la información de World Bank Group Findex a fines comparativos; sin embargo, los conjuntos de datos nacionales podrían proporcionar resultados diferentes.¹⁵

Los datos del gráfico provienen de la World Bank Group Global Findex Database de 2021¹⁶

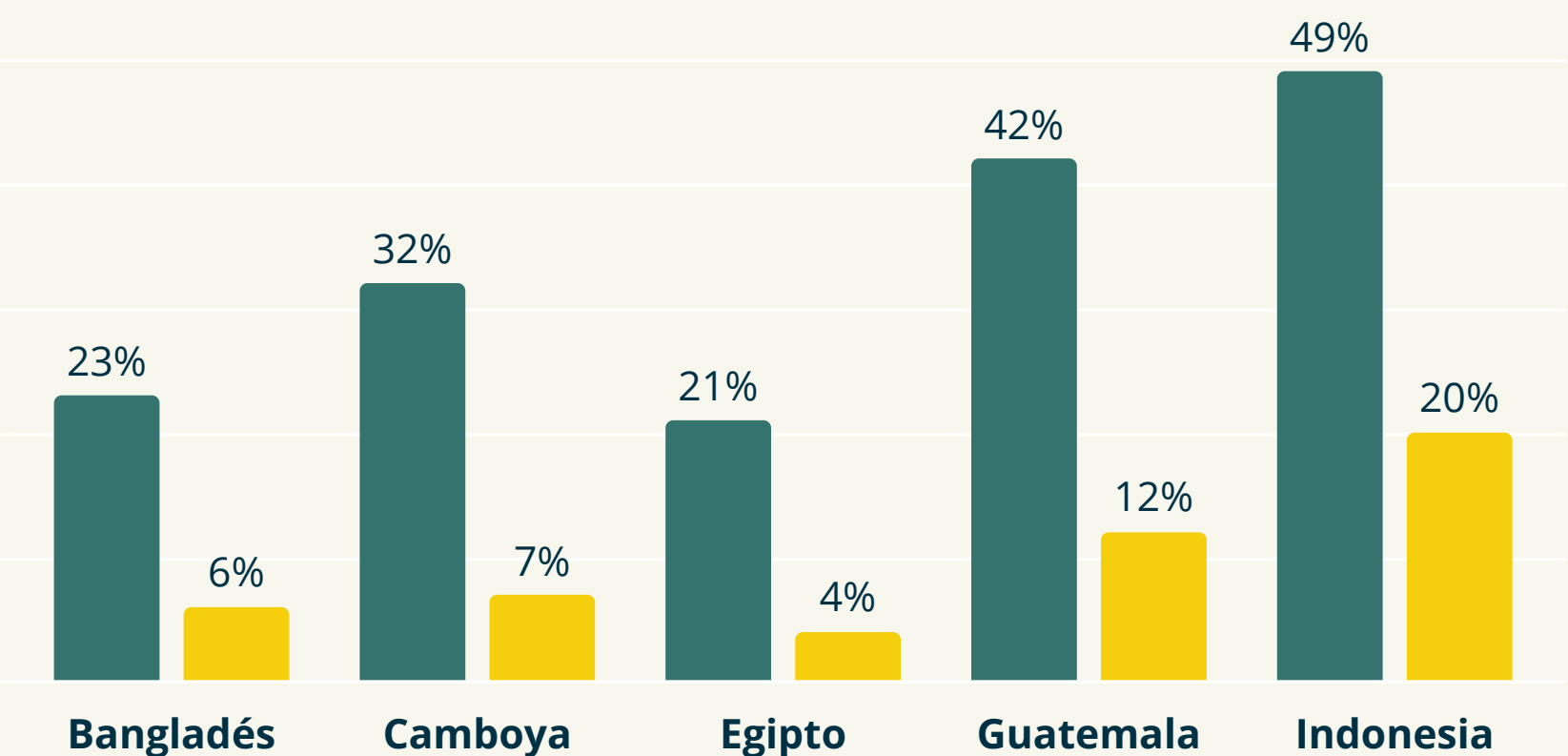
Cuentas financieras y de dinero móvil

- Adultos (mayores de 15) con cuentas financieras
- Adultos (mayores de 15) con cuentas móviles



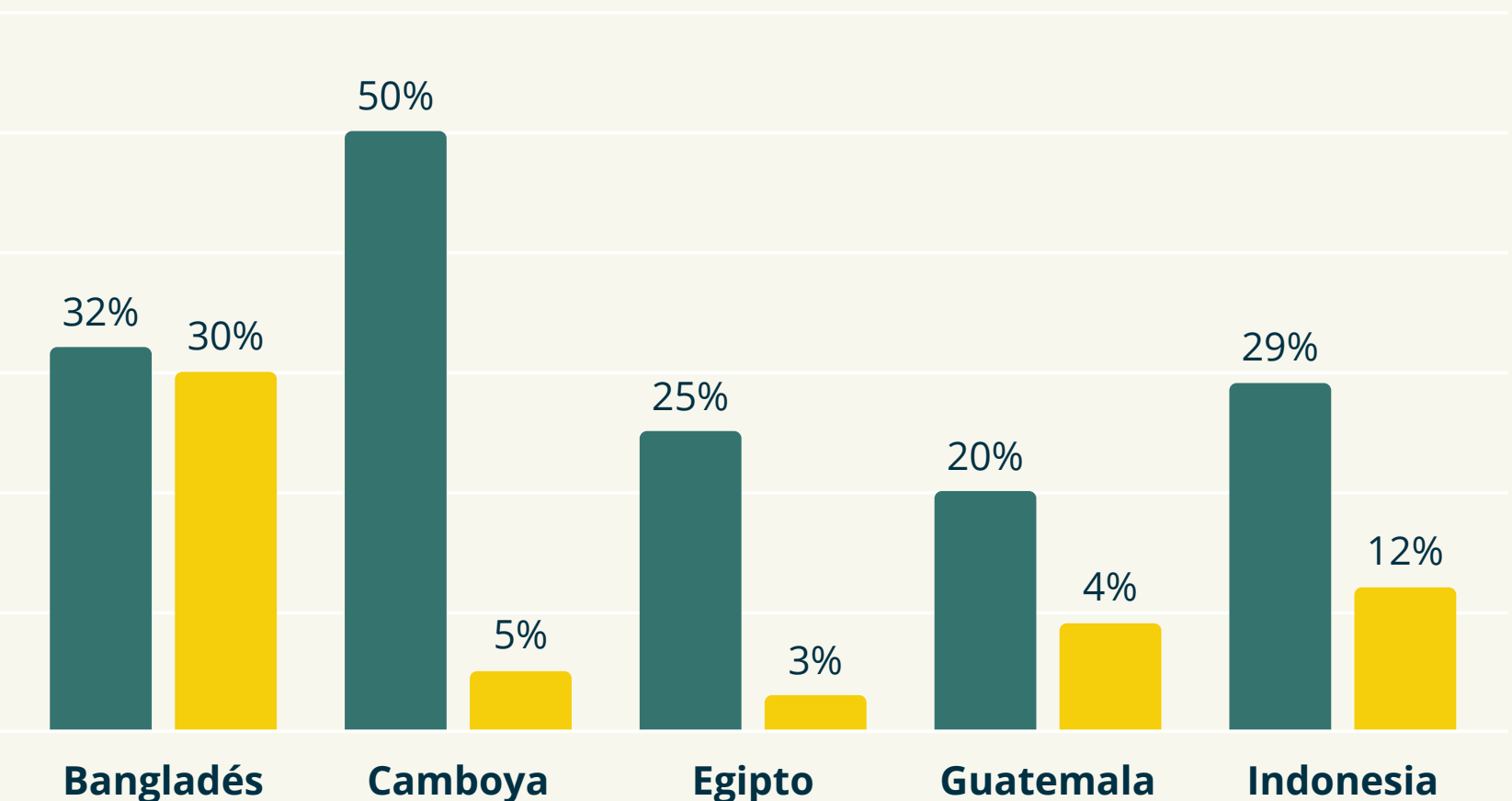
Ahorro de dinero

- Adultos (mayores de 15) que ahorran dinero
- Adultos (mayores de 15) que ahorran en una institución financiera



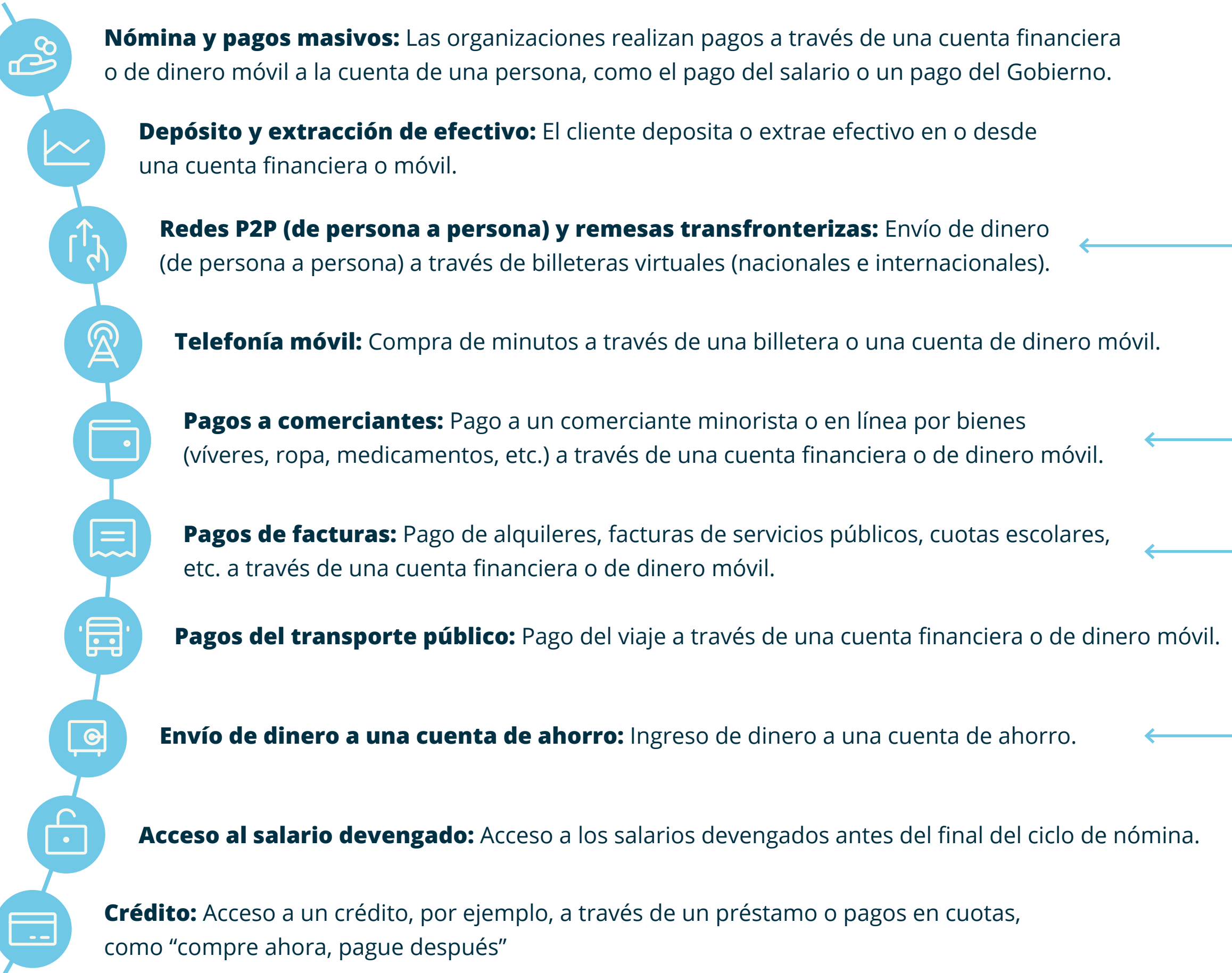
Remesas a nivel nacional

- Adultos que envían o reciben una remesa a nivel nacional
- Adultos que envían o reciben una remesa a nivel nacional a través de una cuenta



Desarrollo de casos de uso para los trabajadores de la confección textil

Los trabajadores de esta industria realizan una serie de transacciones financieras diarias en efectivo. La creación de casos de uso asequibles y accesibles para estas transacciones puede impulsar el uso de los servicios financieros digitales. Por ejemplo, en Bangladés, después de capacitarse, las trabajadoras empezaron a hacer unas ocho transacciones financieras digitales al mes, como enviar remesas y recargar el saldo para usar el teléfono móvil. Hay muchos casos de uso relevantes para los trabajadores de la confección textil y oportunidades de que obtengan más productos y servicios mejores a medida que ganan confianza en los proveedores.



Redes P2P y remesas internacionales: este es un caso de uso clave para los trabajadores de la confección textil, ya que muchos han migrado de zonas rurales a urbanas o a otros países y necesitan poder enviar y recibir dinero de manera fácil y rápida en caso de emergencia. En Bangladés, las mujeres enviaron un promedio de **USD 54 al mes en remesas digitales**. Si los 4 millones de trabajadores de la confección textil de Bangladés recibieran su salario en cuentas bancarias, se podría enviar un total hipotético de USD 199 millones (BDT 17 400 millones) por mes en remesas.¹⁷



Pagos a comerciantes: este caso de uso es importante para los trabajadores de la confección textil, ya que los artículos del hogar y personales representan un alto porcentaje de sus gastos. Cuando los trabajadores confían en que podrán pagarlos digitalmente, es menos probable que retiren efectivo. En Camboya, los trabajadores se sienten más cómodos pagando a través de **códigos QR en lugar de con tarjetas de débito**.¹⁸



Pagos de facturas: los trabajadores suelen tardar mucho tiempo en pagar las facturas en efectivo, ya que deben hacerlo en persona. Pagar digitalmente facturas como las de los servicios públicos ahorra tiempo e impulsa la eficiencia y la transparencia en el sector de la confección textil, ya que los trabajadores habrían tenido que ausentarse del trabajo para ir a pagar. En Egipto, la cantidad de **trabajadores que pagan sus facturas digitalmente se duplicó** después de que aprendieran a utilizar sus cuentas.¹⁹



Ahorro de dinero: con el apoyo adecuado en la elaboración de presupuestos y la planificación financiera, los trabajadores pueden comenzar a ahorrar. En Camboya, **la capacidad de ahorro ha aumentado** porque los ciudadanos tienen un lugar seguro donde guardar su dinero y acceso a herramientas financieras que lo permiten. La etapa de la vida también influye en la conducta de ahorro, y muchos trabajadores de la confección textil ahorran para casarse, educar a sus hijos o comprar un terreno para asegurarse el futuro.²⁰

Posible impacto

RISE ha demostrado que, con el apoyo adecuado, incluida la formación en capacidad financiera, los trabajadores se convierten en usuarios activos de productos y servicios financieros pertinentes y accesibles y se benefician de ellos. La formación en capacidad financiera se enfoca en que los trabajadores obtengan las habilidades, las conductas y la confianza para poder utilizar productos y servicios financieros y tomar decisiones informadas sobre sus finanzas, lo que mejora la salud y el bienestar financieros.

Los datos de la infografía provienen del análisis de Mastercard de los datos de RISE de Bangladés, Camboya, China, Egipto, India, Indonesia y Vietnam.²¹



El 91 % de las trabajadoras y los trabajadores recibió su salario en una cuenta, frente al 46 % anteriormente. El mayor impacto se observó en los trabajadores de entre 18 y 24 años: la cantidad de ellos que pasó de recibir sus salarios en efectivo a hacerlo por medios digitales aumentó un 64 %.



El 84 % de los hombres y el 88 % de las mujeres tienen una cuenta de dinero móvil, frente al 51 % y el 47 %, respectivamente, de antes. Las principales transacciones realizadas mediante dispositivos móviles fueron envíos de remesas, transferencias de minutos de telefonía móvil y pagos de facturas y a comerciantes.



El 80 % de los hombres y el 82 % de las mujeres informaron haber ahorrado todos los meses o la mayoría de los meses, frente al 54 % y el 57 %, respectivamente, de antes. El 76 % de los hombres y el 78 % de las mujeres tienen una cuenta de ahorro, frente al 58 % y el 57 %, respectivamente, de antes. Los trabajadores que más pueden ahorrar son los menores de 35 años, especialmente los de 18 a 24 años, cuya capacidad de ahorro es la que más aumentó. El 69 % de los trabajadores depositó la mayor parte en una cuenta de ahorro, frente al 53 % de antes.

La formación en capacidad financiera promueve el uso de cuentas bancarias y fomenta la seguridad financiera

Desde 2011, RISE (y su proyecto fundador, HERproject) ha apoyado a más de 382 000 trabajadores (el 56 % han sido mujeres) de 213 fábricas de prendas de vestir en diez países para aumentar la inclusión financiera, incluso a través de la digitalización salarial, y mejorar la salud y la seguridad financieras.

Hemos demostrado que la formación en capacidad financiera es esencial para adoptar y utilizar de manera segura productos y servicios financieros como las cuentas de pago o los servicios financieros digitales. Muchos trabajadores, especialmente las mujeres, pueden no estar acostumbrados a utilizar servicios financieros digitales. Además, puede que no tengan conocimientos generales sobre la tecnología y que, en consecuencia, desconfíen de los productos digitales. Las trabajadoras pueden enfrentar obstáculos adicionales para adquirir y utilizar los productos y servicios financieros, como normas o costumbres sociales discriminatorias.

Hemos descubierto que un enfoque de “contacto con la tecnología” es una forma eficaz de desarrollar el conocimiento, la habilidad y la confianza de los trabajadores respecto a los productos y servicios financieros. RISE utiliza un aprendizaje combinado que consiste de instructores presenciales y herramientas digitales atractivas, incluyendo videos y audios, a fin de capacitar al 5 % de la fuerza laboral para que luego puedan educar a sus pares, quienes luego compartirán lo que aprendieron con otros 20 pares.

Los módulos de la formación incluyen: Introducción a los productos y servicios financieros; Uso de servicios financieros digitales; Planificación financiera y administración de su dinero; Elaboración de presupuestos; Ahorro y endeudamiento responsable; Cómo hablar de finanzas con la familia. Consulte la página 15 para obtener enlaces a los recursos de la formación.

Tres pasos para desarrollar el segmento del sector de la confección textil

La creación de un nuevo segmento del mercado requiere una inversión estratégica a largo plazo a fin de obtener rendimientos permanentes. Para tener éxito es fundamental elaborar estrategias para construir un modelo comercialmente viable y confiable que beneficie a los trabajadores de la confección textil. Esta guía presenta tres pasos para que los proveedores de servicios financieros desarrollen el segmento de este sector.

Paso 1

Adquirir nuevos clientes a gran escala a través de la digitalización salarial responsable en las cadenas de suministro globales.

Paso 2

Impulsar el uso de una amplia gama de productos y servicios financieros.

Paso 3

Extender la oferta de productos para aumentar la seguridad financiera.

Adquirir nuevos clientes a gran escala

Dado que muchos trabajadores de la confección textil se concentran en lugares de trabajo de gran tamaño y son de fácil acceso a través de la nómina, la digitalización salarial responsable es un importante caso de uso inicial para que los proveedores de servicios financieros extiendan su oferta al segmento de la confección.



Desarrollar un caso de uso para la digitalización de nóminas, incluyendo los beneficios que obtiene la compañía de la transición de los salarios en efectivo a los digitales para impulsar la eficiencia y demostrar el cumplimiento. Los empleadores de Camboya informaron una reducción del 84 % en los costos administrativos dedicados a la preparación y el pago de la nómina, y ahorraron un promedio de 15 minutos en el tiempo de producción de quienes se encargan de los salarios en el día de pago.²² El 79 % de los compradores globales encuestados piensa que los salarios digitales sirven para respetar los requisitos de cumplimiento sociales y laborales.²³



Comprender el proceso por el que pasa el cliente y sus necesidades y desafíos únicos para garantizar que las soluciones sean pertinentes y accesibles. Es importante conocer los contextos locales, las normas sociales y las necesidades específicas de las mujeres. Por ejemplo, es posible que ellas no tengan los conocimientos básicos sobre la tecnología y los servicios financieros ni los recursos para abrir y usar una cuenta, como una identificación, un teléfono celular o una tarjeta SIM registrada a su nombre.



Adoptar un enfoque a largo plazo a fin de obtener beneficios duraderos para los clientes y los proveedores. Por ejemplo, los trabajadores deben poder extraer efectivo de los cajeros automáticos locales a medida que ganan confianza para utilizar los servicios financieros digitales y, así, reducir la necesidad de retirar dinero. Se recomienda facilitar el acceso a servicios de extracción a través de cajeros automáticos o agentes en áreas industriales y comunidades de trabajadores de la confección textil. Esto podría incluir la facilitación de cajeros automáticos móviles cerca de la fecha de pago.



Identificar oportunidades de interoperabilidad entre plataformas y agentes para aumentar el uso de productos y servicios financieros. Evalúe la posibilidad de emitir tarjetas de circuito abierto para que haya más oportunidades de utilizar productos y servicios financieros a mediano plazo.

Desarrollar la confianza y la reputación a través de una buena atención al cliente

Las primeras interacciones entre los trabajadores y los proveedores de servicios financieros, y la atención que se brinde al cliente son cruciales. **Una primera experiencia positiva asegura un cliente para toda la vida.** La confianza puede perderse si es difícil acceder a la atención al cliente (por ejemplo, si solo opera durante las horas laborales) o si se demoran en atender las consultas, lo que puede llevar a las fábricas a cambiar de proveedor de nómina en respuesta a las quejas de los trabajadores. Un servicio de atención al cliente gratuito y de fácil acceso es fundamental para los trabajadores.

Comprender las necesidades de los clientes es fundamental para generar confianza, porque de este modo los clientes estarán satisfechos, continuarán involucrándose y le serán leales a su proveedor. Si los clientes tienen problemas para extraer dinero debido a filas largas, si falta efectivo en el cajero, si deben reestablecer su número de PIN o si el cajero automático les retiene la tarjeta y esto no se resuelve de manera sencilla y rápida, perderán la confianza en los proveedores de servicios financieros. Los trabajadores se frustran cuando no tienen en claro las tarifas que les cobran o si deben abonar cargos inesperados como, por ejemplo, la impresión del estado de cuenta porque no tienen una dirección de correo electrónico. Además, la confianza también se puede ver perjudicada si los agentes que promocionan la solicitud de tarjetas de crédito **no explican adecuadamente sus tarifas** o las diferencias con las tarjetas de débito.

Las campañas de concienciación para prevenir el fraude como, por ejemplo, saber identificar las llamadas y los mensajes de texto fraudulentos, son esenciales para que los trabajadores puedan administrar sus cuentas de manera segura. También desean recibir una **notificación de que ingresó un depósito** en su cuenta, por ejemplo, a través de un mensaje de texto. Esto reduce la cantidad de gente que debe acercarse a un cajero automático para verificar que le hayan pagado. Se recomienda no incluir el importe depositado en el mensaje porque podrían verlo los familiares del trabajador que tengan acceso a su teléfono.

Incentivar el uso de la cuenta

A medida que los trabajadores adquieran conocimientos y ganen confianza para usar los servicios financieros básicos, con el apoyo adecuado, comenzarán a utilizar otros productos y servicios que sean pertinentes y accesibles. El uso de estos servicios seguirá evolucionando con el tiempo a medida que cambien sus necesidades financieras.



Desarrollar casos de uso más allá del acceso básico, los cuales deben ser pertinentes, accesibles y fáciles de usar para los trabajadores (consultar la página 6 para ver ejemplos). Por ejemplo, muchas veces se trata de trabajadores que emigraron y les envían dinero regularmente a sus familias, lo que hace que los pagos de persona a persona (P2P) y las remesas sean casos de uso esenciales que se deben tener en cuenta. Es importante considerar los distintos tipos de tecnología móvil, ya que no todos los trabajadores tienen teléfonos inteligentes o tarjetas SIM registradas a su nombre. La preferencia por un método de pago también es clave. Por ejemplo, en Camboya, los trabajadores suelen confiar más en los códigos QR que en las tarjetas de débito. Garantizar que el pago de las facturas sea seguro y sencillo les ahorrará tiempo a los trabajadores y evitará ausencias al trabajo para ir a pagarlas en efectivo.



Brindarles a los trabajadores de la confección textil información y capacitaciones claras y accesibles sobre el producto para fomentar el conocimiento y la confianza de los trabajadores a fin de sustituir las transacciones en efectivo por las digitales y utilizar una serie de soluciones financieras pertinentes. Garantizar la comunicación clara de las tarifas asociadas con los productos es clave para generar confianza. RISE ha desarrollado una serie de herramientas de formación que incluyen vídeos, mensajes de audio y carteles dirigidos a los trabajadores de la confección textil (consultar la página 15).



Alentar a los comerciantes a aceptar más pagos digitales con una solución de aceptación económica y trabajar con clientes de bienes de consumo de venta rápida para respaldar la digitalización de los pagos minoristas en las cadenas de suministro. Se pueden fomentar los pagos digitales y la aceptación con descuentos apropiados y puntos de bonificación con promociones por mensaje de texto.



Recopilar datos desglosados por sexo para comprender y evaluar periódicamente los obstáculos que enfrentan los hombres y las mujeres que utilizan distintos productos y servicios financieros. Se deben tener en cuenta otros segmentos y los obstáculos correspondientes, como la edad y el estado civil.

Cómo los proveedores de servicios financieros pueden maximizar el éxito al comprender las limitaciones únicas que enfrentan las mujeres

Las investigaciones de IFC han demostrado que los proveedores de servicios financieros que adaptan sus productos y servicios a las mujeres reportan un **mayor valor a lo largo del tiempo**, a pesar de que los costos de adquisición puedan ser ocasionalmente más altos.²⁴ También descubrieron que las mujeres son **clientes más leales, menos riesgosas y más o igual de valiosas**, en comparación con los hombres. Sin embargo, en partes del sur de Asia, Oriente Medio y África, los hombres tienen entre 13 y 20 puntos porcentuales más de probabilidades de tener una cuenta que las mujeres.²⁵ Comprender a las mujeres como clientas es crucial para cerrar esta brecha y atenderlas de manera más efectiva.²⁶

Las mujeres, que constituyen la mayoría de las trabajadoras del sector textil, enfrentan desafíos únicos en la transición a los salarios digitales en comparación con sus compañeros hombres, como menores niveles de educación, experiencia y confianza en el uso de servicios financieros y tecnología. Esto significa que las **mujeres a menudo requieren más soporte** para acceder a los recursos necesarios para abrir y utilizar cuentas de manera efectiva.²⁷ Trabajar con líderes entre pares puede ser una forma efectiva de brindar este apoyo.

Además, las normas sociales sobre la toma de decisiones financieras influyen en cómo las mujeres utilizan los productos y servicios financieros. Las mujeres **que ocultan salarios en efectivo para uso personal**, donde se espera que entreguen sus salarios a su padre o esposo, pueden ser expuestas a través de la **mayor transparencia** al recibir el pago en una cuenta digital.²⁸ Para aumentar el número de mujeres titulares de cuentas, los proveedores de servicios financieros deben identificar las posibles **consecuencias no deseadas** como parte del desarrollo y la promoción de productos y servicios financieros.

Extender la oferta de productos

A medida que las necesidades financieras de los trabajadores de la confección textil evolucionan, el esfuerzo y la inversión continuos en la innovación de productos y la promoción del crecimiento del ecosistema son clave para retener clientes y mejorar su seguridad financiera y resiliencia.

 **Diversificar los productos y servicios financieros** para satisfacer las necesidades de los clientes y aprovechar avances tecnológicos como pagos digitales más seguros, productos de ahorro y soluciones para las remesas. Los ahorros son particularmente importantes para que los empleados gestionen sus gastos, ya que puede haber consecuencias accidentales al ofrecer algunos productos como tarjetas de crédito (p. ej., que no puedan pagarlas).

 **Apoyar la seguridad financiera de los trabajadores**, incluido el acceso a capacitaciones y materiales sobre planificación financiera, elaboración de presupuestos y ahorro para respaldar la capacidad de los trabajadores de ahorrar y afrontar crisis financieras.

 **Implementar aplicaciones de administración de dinero** para que los trabajadores hagan un seguimiento de sus finanzas, administren sus facturas y creen metas de ahorro. Se ha descubierto que se puede fomentar el comportamiento financiero sostenible con recordatorios y juegos sobre la elaboración de presupuestos y ahorros, que orientan a los usuarios respecto a las conductas beneficiosas.

 **Asistir a los clientes cuando adopten productos más avanzados**, como inversiones y seguros, para desarrollar su resiliencia financiera y ayudarlos a afrontar obstáculos económicos a largo plazo y planificar el futuro. Los sistemas de depósito pueden ser útiles para que los trabajadores ahorren a largo plazo. Por ejemplo, en Bangladés, después de la capacitación de RISE, el 21 % de los hombres y el 16 % de las mujeres abrieron una cuenta de depósito recurrente para sus ahorros.

Adoptar un enfoque de ahorro

Es más probable que los trabajadores con cuentas bancarias **ahorren o separen dinero con regularidad** para sus metas de ahorro, emergencias inesperadas, la educación de sus hijos o la compra de una casa, propiedad o terreno. Las mujeres que tienen cuentas suelen ahorrar más que los hombres.

La formación en capacidad financiera centrada en la planificación y la gestión de las finanzas es clave para **incentivar a los trabajadores a que prioricen el ahorro**, con lo cual quedarán mejor preparados para enfrentar las crisis financieras y planificar el futuro.

Animar a los clientes a **fijar metas de ahorro a través de incentivos** puede fomentar el compromiso y la lealtad, impulsándolos hacia el éxito financiero al tiempo **que aumentan los depósitos, lo que genera mayores ingresos** para los proveedores de servicios financieros. Además, se ha demostrado que **pensar en los objetivos de ahorro a largo plazo como un juego** puede mejorar el bienestar financiero de los consumidores y aumentar en casi un 20 % su capacidad para alcanzar los objetivos de ahorro.²⁹

Hemos observado que, con el apoyo adecuado, **el 81 % de los trabajadores ahorra regularmente**. Las mujeres suelen ahorrar más que los hombres, y los menores de 35 años son el grupo etario más propenso a hacerlo.³⁰

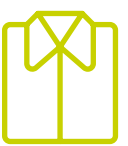
Mejorar la salud financiera a través de la colaboración

Pasar del acceso a la salud financiera requiere diversas capacidades, innovación continua y colaboración entre los distintos sectores. Habiendo tantas organizaciones dedicadas a fomentar los ecosistemas de pagos digitales inclusivos, incluso a través de UN-based Better Than Cash Alliance,³¹ podemos aprender las unas de las otras y aprovechar los avances hasta la fecha para orientar y elevar mejor los esfuerzos.

Los proveedores de servicios financieros han trabajado con Mastercard, TAFTAC, OIT, Better Factories Cambodia y RISE para apoyar la ampliación de la digitalización salarial responsable en todo el sector de la confección textil, del calzado y de los artículos de viaje de Camboya.³² En 2018, a un 22 % del sector se le pagaba el salario a través de medios digitales, cifra que aumentó a un 72 % en 2024.³³ En Egipto, Commercial International Bank y Mastercard trabajaron junto con Levi Strauss & Co y RISE para poner a prueba la digitalización salarial con un proveedor de Levi's, lo que resultó en el pago en cuentas bancarias a más de 8000 trabajadores.³⁴

Las asociaciones complementarias entre los proveedores de servicios financieros y las partes interesadas del ecosistema pueden abordar las barreras que perjudican a la salud financiera, como las normas sociales que afectan la toma de decisiones respecto al gasto y ahorro del salario, lo que les permitiría a los trabajadores alcanzar todo su potencial financiero.

Los proveedores de servicios financieros deberían considerar trabajar con:



Industrias de confección textil de todo el mundo

Trabajar con marcas globales, compradores, proveedores y organizaciones de producción para identificar oportunidades que faciliten y promuevan la digitalización salarial y los pagos digitales en la cadena de suministro, y abordar los desafíos.



Empresas de telecomunicaciones

Asociarse con empresas de telecomunicaciones para fomentar el acceso a teléfonos inteligentes accesibles y respaldar la propiedad y registro de tarjetas SIM.



Gobiernos

Trabajar con el Gobierno para apoyar y elevar los compromisos de digitalización salarial en el sector privado y los pagos de protección social, incluidos los obstáculos que enfrente la interoperabilidad.



Organizaciones no gubernamentales (ONG)

Asociarse con ONG para que se sepa más sobre las necesidades financieras de los trabajadores de la confección y ofrecer capacitaciones.



Organizaciones multinacionales y financiadoras

Trabajar con organizaciones multinacionales y agencias de financiamiento para aprovechar las distintas experiencias del mundo y explorar la distribución de riesgos.



Proveedores de servicios financieros y compañías de tecnología financiera

Trabajar con otros proveedores de servicios financieros y empresas de tecnología financiera para promover el desarrollo del ecosistema, mejorar la interoperabilidad y promover la salud financiera de los clientes.

Se estima que hay 4 millones de trabajadores de la confección textil en Bangladés, de los cuales más del 50 % son mujeres. Solo el 38 % de los adultos tiene una cuenta en una institución financiera, y la brecha en la titularidad de cuentas entre hombre y mujeres es grande, ya que solo el 31 % de las mujeres tiene cuentas, en comparación con el 45 % de los hombres.³⁵ A muchos trabajadores se les sigue pagando en efectivo y están subbancarizados, lo que significa que no tienen acceso a algunos productos y servicios financieros, o directamente a ninguno, o se les dificulta administrar sus finanzas.

En 2020, el Gobierno de Bangladés, con el apoyo de Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), incluyó la digitalización salarial como un canal para entregarles a los trabajadores del sector de la confección textil el paquete de estímulo durante la pandemia por COVID-19.³⁶ Como resultado, casi 2 millones de trabajadores (el 44 % de la fuerza laboral) cobró a través de cuentas digitales (antes de la pandemia, este era el caso de un 28 % únicamente).³⁷ Sin embargo, una vez que finalizó el plan de paquetes de estímulo, alrededor del 25 % de los empleados de la industria volvió a cobrar en efectivo.³⁸ Este cambio se produjo en parte porque los trabajadores no estaban capacitados en el uso de sus cuentas ni sentían confianza para usar cajeros automáticos o realizar pagos, lo que afectó particularmente a las mujeres.³⁹ Además, la infraestructura general de los pagos digitales de Bangladés aún no había evolucionado, por lo que los trabajadores seguían necesitando efectivo para sus transacciones diarias.

El proyecto fundador de RISE (HERproject) y la Bill & Melinda Gates Foundation han estado trabajando juntos en Bangladés para apoyar y extender la digitalización salarial responsable en el sector de la confección textil. Capacitaron y asesoraron a los empleadores respecto a la digitalización de su nómina, y garantizaron que se tengan en cuenta las necesidades específicas de las trabajadoras. Se les enseñó a los trabajadores sobre la capacidad financiera para que puedan desarrollar el conocimiento y la confianza necesarios para usar y beneficiarse de sus nuevas cuentas de pago.

Esta asociación ayudó a que 70 fábricas digitalicen el pago de los salarios, y ahora los trabajadores pueden acceder, utilizar y beneficiarse de sus cuentas.⁴⁰

- **El 91 % de los trabajadores (150 000 personas, de las cuales el 58 % son mujeres) cobró a través de una cuenta digital**, en comparación al 19 % antes de la implementación del programa. Para la mayoría, esta fue su primera cuenta financiera.
- **Los trabajadores se convirtieron en usuarios activos de sus cuentas**, y ahora las mujeres realizan unas 8 transacciones mensuales, y los hombres, unas 13. Los tipos de transacciones más comunes fueron el envío de remesas por medios digitales (las mujeres enviaron unos USD 54 mensuales) y la recarga de minutos de telefonía móvil (las mujeres gastaron unos BDT 203, o USD 2,34, en minutos al mes, y los hombres unos BDT 313, o USD 3,62).⁴¹
- **Las comunidades que rodean a las fábricas que hacen pagos digitales se convirtieron en usuarias activas de cuentas de dinero móvil** más rápido que en las áreas cercanas a las fábricas que todavía pagan en efectivo (un aumento de un 11 % en el cantidad de usuarios activos, frente a un 2 %).⁴² Esta reacción en cadena es un incentivo para que los proveedores de servicios financieros sigan invirtiendo en este segmento del mercado de la industria de la moda rápida y otras relacionadas.
- **El 71 % de los trabajadores (mujeres y hombres) afirmó que ahorra regularmente** (en lugar del 50 % anteriormente). Los trabajadores ahorran para comprar una casa, una propiedad o un terreno, para abrir un negocio o para la educación de sus hijos.
- **Disminuyó en un 59 % el tiempo dedicado por los administrativos a preparar y pagar los salarios.** Los empleadores informaron que se ahorraron el costo de transportar el efectivo y el tiempo que demoraban los gerentes en contar, agrupar y distribuir el efectivo.

“No sabía cómo usar [el dinero móvil] hasta que tuvimos la capacitación [de HERfinance]. Allí aprendimos a utilizar nuestra cuenta (retirar dinero o recargar minutos de telefonía móvil) y sobre los ahorros. Ahora soy más responsable con el dinero. Antes, en el día de pago, si tenía efectivo en el bolsillo, pensaba en comprar cosas de camino a casa. Ya no tengo esa tentación. Ahora puedo ahorrar parte del salario en mi cuenta de dinero móvil y, así, ganar intereses”

MOSHREFA, TRABAJADORA DE LA CONFECCIÓN TEXTIL, BANGLADÉS.

La conducta de los trabajadores de la confección textil muestra unas

8 a 13
transacciones al mes

a raíz de la digitalización salarial y la formación en capacidad financiera



Las trabajadoras de la confección textil

envían unos

\$54

al mes en calidad de remesas digitales.



Las mujeres que viven en barrios donde se utilizan medios digitales recurrieron entre

2 y 3

veces más a cuentas móviles



Estudio de caso: Camboya

En Camboya, el sector de la confección textil les da alrededor de 1 millón de empleos formales a ciudadanos camboyanos, de los cuales el 80 % son mujeres.⁴³ Si bien estos empleos ofrecen un ingreso fijo, muchos trabajadores están subbancarizados, lo que les dificulta administrar sus finanzas y, por ende, limita su capacidad de ahorro y causa mayores niveles de endeudamiento.^{44, 45}

El impulso de la digitalización de la nómina está creciendo en el sector de la confección textil y se ve facilitado por un sector financiero dinámico que está expandiendo rápidamente su alcance, incluso a través de las tecnologías digitales. Se estima que alrededor del 72 % del sector ha digitalizado los salarios, frente al 22 % de 2018.⁴⁶ Sin embargo, los trabajadores siguen necesitando apoyo para poder utilizar y beneficiarse de sus cuentas de pago; de lo contrario, se limitan a retirar todo su salario al cobrar.

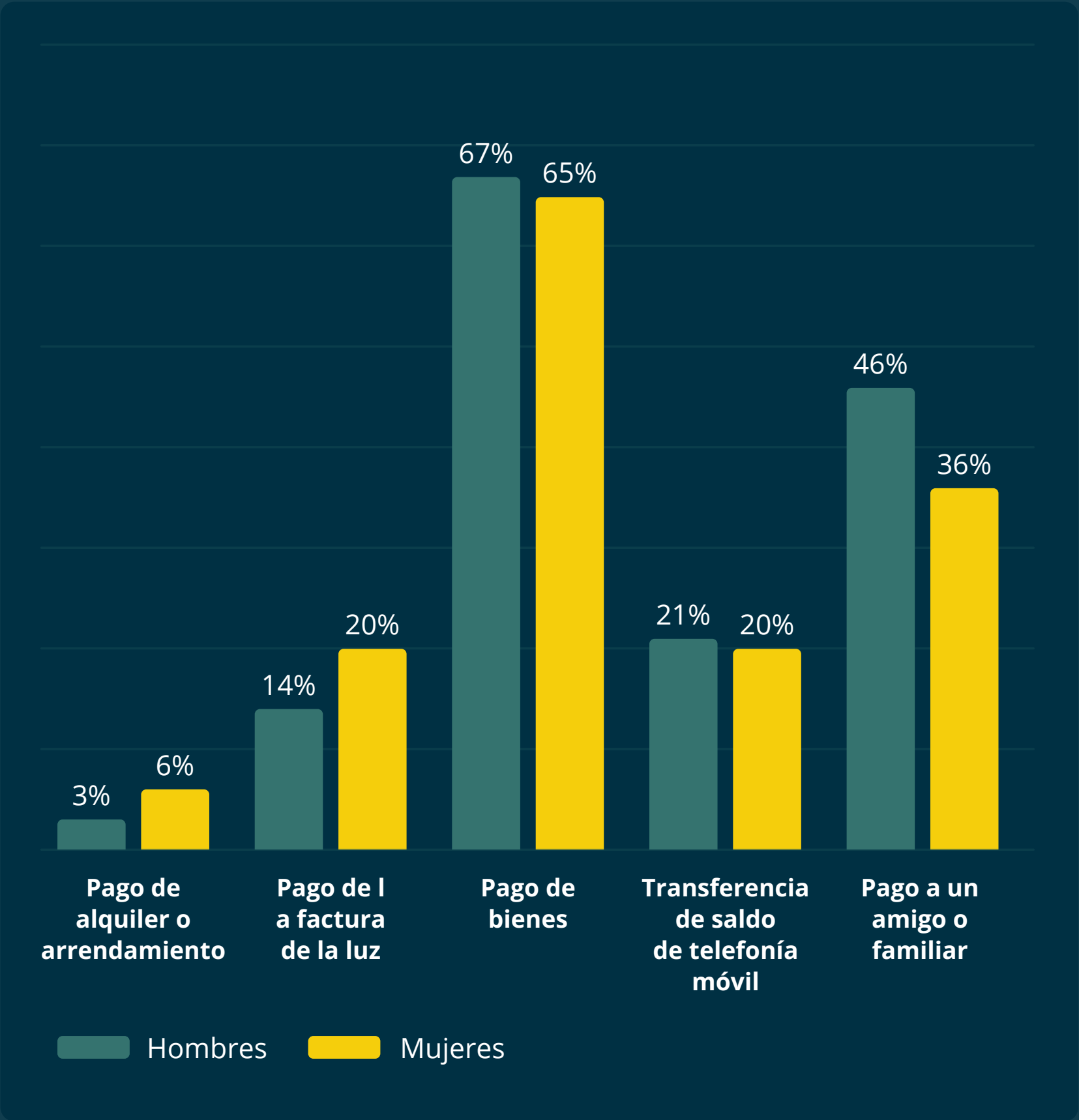
RISE y Mastercard Center for Inclusive Growth han estado trabajando juntos en Camboya desde 2019 para apoyar y expandir la digitalización responsable de salarios en el sector de la confección textil. Capacitaron y asesoraron a los empleadores respecto a la digitalización de su nómina, y garantizaron que se tengan en cuenta las necesidades específicas de las trabajadoras. Se les enseñó a los trabajadores sobre la capacidad financiera para que puedan desarrollar el conocimiento y la confianza necesarios para usar y beneficiarse de sus nuevas cuentas de pago. Esta asociación ha apoyado a 17 fábricas de confección textil, es decir, a unos 26 573 trabajadores (85 % de los cuales son mujeres), y, gracias a esto:⁴⁷

- **El 90 % de los trabajadores (mujeres y hombres) utiliza cuentas de dinero móvil** (en lugar del 35 % anteriormente) para pagos a comerciantes, remesas, recargas de saldo para usar el teléfono móvil y pago de facturas;
- **El 83 % de las mujeres ahorra regularmente** (en lugar del 45 % anteriormente), incluyendo para los gastos previstos (como facturas médicas, artículos del hogar), emergencias y para comprar una casa, una propiedad o un terreno;
- **El 80 % de las mujeres afirmó que confía más en que podría afrontar una emergencia económica** en los próximos 2 años (frente al 55 % anteriormente);
- **Se redujeron en un 84 % los costos administrativos que implican la preparación y el pago de los salarios.** Los empleadores informaron que se ahorraron el costo de transportar el efectivo y el tiempo que demoraban los gerentes en contar, agrupar y distribuir el efectivo.

“Me hacen una transferencia a la cuenta bancaria que elijo para cobrar. [Después de la capacitación] aprendí a usar mi cuenta para hacer compras en línea: ahora compro la ropa de mis hijos por Internet, y es mucho más conveniente. También empecé a ahorrar USD 10 por mes. Los transfiero a mi cuenta de ahorro. Ahora me siento más segura para afrontar mis gastos futuros: si alguien se enferma, tengo dinero para pagar el hospital”

CHAMPI, TRABAJADORA DE LA CONFECCIÓN TEXTIL, NOM PEN

Tipos de transacciones de dinero digital realizadas por los trabajadores de Camboya después de participar en el proyecto Financial Health de RISE⁴⁸



En Egipto, la industria de la confección textil proporciona empleos formales a alrededor de 2,5 millones de trabajadores⁴⁹, de los cuales el 40 % son mujeres. Muchos cobran sus salarios en efectivo, lo que les dificulta administrar sus finanzas. Solo el 26 % de los adultos en Egipto tiene una cuenta en una institución financiera,⁵⁰ por lo que no les es sencillo administrar las finanzas.

Las iniciativas del Central Bank of Egypt (CBE) fomentan los pagos digitales y la inclusión financiera, lo que significa que los bancos tradicionales están adoptando soluciones innovadoras, como bancas móviles y billeteras digitales. Si bien los pagos digitales se están volviendo cada vez más populares, los trabajadores aún no tienen la confianza suficiente para utilizar su dinero en la economía digital y, dado que el 72 % de la población tiene acceso a Internet, la digitalización salarial tiene un enorme potencial para aumentar la inclusión y mejorar la salud financiera de los trabajadores de la confección textil.

RISE y Mastercard Center for Inclusive Growth han estado trabajando juntos en Egipto desde 2019 para apoyar y expandir la digitalización salarial intencional, teniendo en cuenta el género, en este sector. Capacitaron y asesoraron a los empleadores respecto a la digitalización de su nómina, y garantizaron que se tengan en cuenta las necesidades específicas de las trabajadoras. Se les enseñó a los trabajadores sobre la capacidad financiera para que puedan desarrollar el conocimiento y la confianza necesarios para usar y beneficiarse de sus nuevas cuentas de pago.

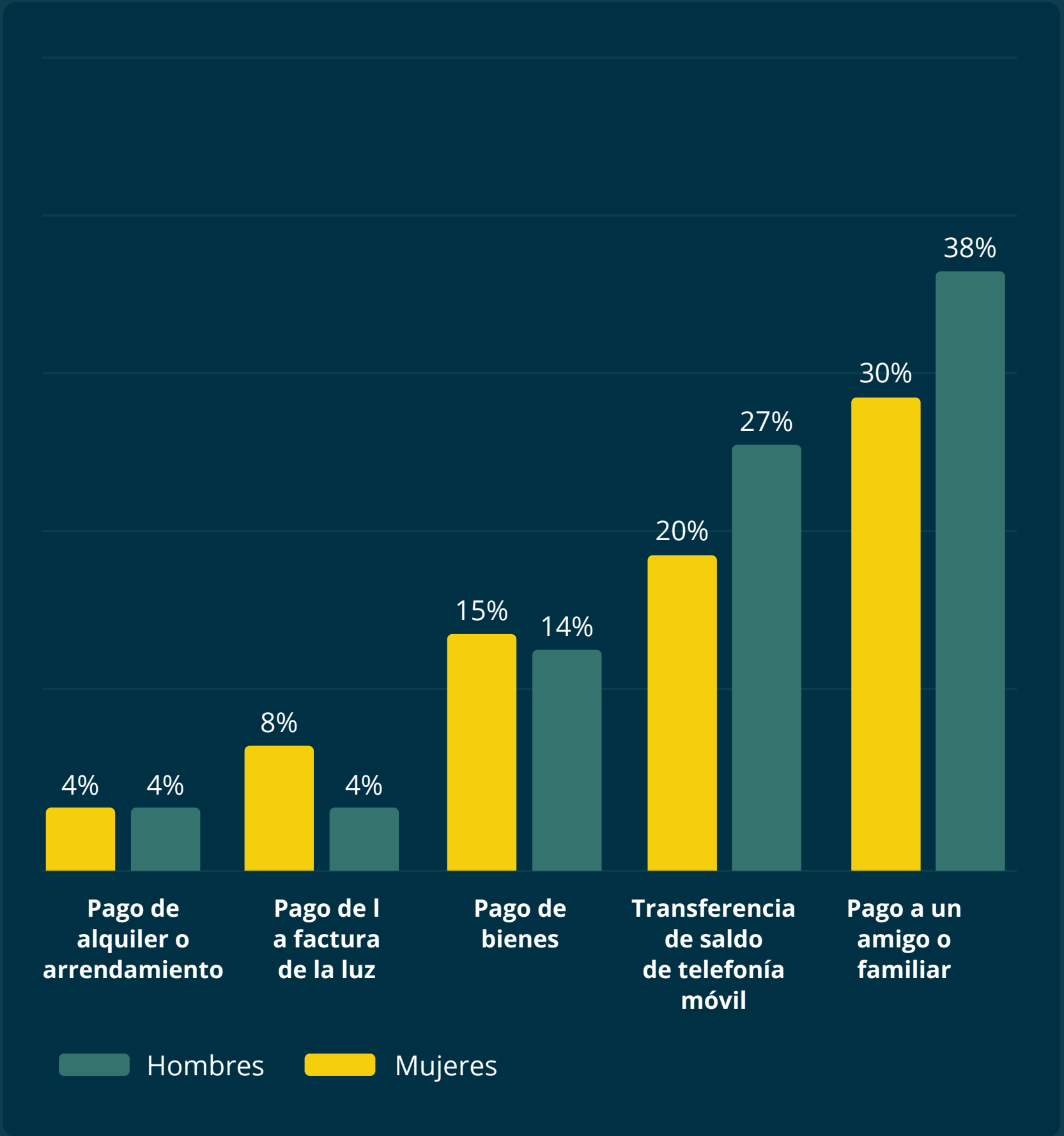
La asociación ha apoyado a 9 fábricas de indumentaria en 5 gobernaciones con más de 24 000 trabajadores (el 43 % son mujeres, y el 56 % son menores de 35 años), lo que les permite acceder, utilizar y beneficiarse de sus cuentas.⁵¹

- **El 93 % de los trabajadores cobró a través de una cuenta digital.** El 64 % de los hombres y mujeres eligieron que se les pague digitalmente, frente a la opinión del 30 % antes del programa. Las principales razones son que es más seguro y fácil administrar, transferir y ahorrar dinero.
- **El 40 % de los trabajadores utiliza cuentas de dinero móvil** (en lugar del 15 % anteriormente), incluyendo para los pagos a comerciantes, el envío de remesas, la recarga de minutos de telefonía móvil y el pago de facturas.
- **El 63 % de los trabajadores ahorra regularmente** (frente al 48 % anteriormente) incluyendo para casarse, la educación de sus hijos, los gastos previstos (como facturas médicas, artículos del hogar y gastos personales) y emergencias. El 65 % de los trabajadores comentó que tiene una cuenta separada para sus ahorros (frente al 37 % anteriormente).
- **Se redujeron en un 53 % los costos administrativos que implican la preparación y el pago de los salarios.** Los empleadores informaron que se ahorraron el costo de transportar el efectivo y el tiempo que demoraban los gerentes en contar, agrupar y distribuir el efectivo.

“Me depositan el salario en una cuenta. Al principio estaba nerviosa, pero ahora prefiero este método, ya que me ayuda a administrar mejor mi dinero. Gasto menos cuando no tengo efectivo en el bolsillo y solo retiro del cajero lo que necesito. Me cuesta ahorrar, así que me uní a un grupo de ahorro para que me ayude a ahorrar. Antes gastaba mucho en compras y ropa. Ahora estoy ahorrando para casarme”

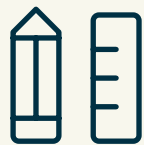
FATMA, TRABAJADORA DE LA CONFECCIÓN TEXTIL, EGIPTO

Tipos de transacciones de dinero móvil realizadas por trabajadores en Egipto tras su participación en el programa RISE⁵²



RISE ha desarrollado recursos de capacitación en salud financiera con Mastercard que son de código abierto y están disponibles en línea. Se incluyen otros recursos útiles de Better Than Cash Alliance y OIT.

Kit de Herramientas de RISE sobre Salarios Digitales para Empleadores



El kit de herramientas sobre salarios digitales para gerentes de RISE establece las mejores prácticas y guías para que los gerentes de la industria textil emprendan la transición hacia la nómina digital de manera responsable y eficiente. Está disponible en línea en árabe, bengalí, inglés, jemer y mandarín.



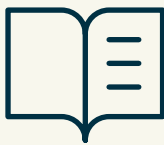
Videos y Animaciones de RISE



Los videos y animaciones de RISE, desarrollados con QuizRR, se pueden utilizar durante la capacitación o mostrarse en otro momento, como en los comedores de las fábricas. Las listas de reproducción están disponibles en árabe, bengalí, jemer y vietnamita.



Principios de las Naciones Unidas para los Pagos Digitales Responsables



Principios de las Naciones Unidas para Pagos Digitales Responsables - Better than Cash Alliance estableció nueve buenas prácticas para interactuar con los clientes que envían o reciben pagos digitales y que han sido financieramente excluidos o marginados.



Mensajes de Audio de RISE



El mensaje de audio de RISE se puede reproducir en el sistema público de altavoces y brinda información sobre el uso de los servicios financieros. Está disponible en bengalí, hindi, canarés y tamil.



RISE Salud Financiera Posters



RISE diseñó seis carteles con información sobre servicios financieros y gestión financiera. Están disponibles en inglés, bengalí, jemer, español, bahasa, árabe, hindi, canarés y tamil.



Centro Mundial de la OIT sobre Salarios Digitales para el Trabajo Decente



Centro Mundial de la OIT sobre Salarios Digitales para el Trabajo Decente comparte informes y recursos para apoyar la transición del pago de salarios en efectivo a pagos digitales responsables.



Referencias

1. [Employment, wages and productivity trends in the Asian Garment Sector](#), ILO, 2022

2. El análisis de Mastercard de las entrevistas realizadas por RISE con 8016 trabajadores (55 % de los cuales son mujeres) al inicio del estudio y 6684 trabajadores (55 % de los cuales son mujeres) al final en 151 fábricas que participan del proyecto RISE Financial Health (y del proyecto HERfinance del fundador de RISE, BSR) en siete países (Bangladés, Camboya, China, Egipto, India, Indonesia y Vietnam) entre 2018 y 2023.

3. Ver referencia 1

4. [Better Work Egypt Annual Report 2023: An Industry and Compliance Review](#), International Labour Organization and International Finance Corporation, 2023

5. [ILO Cambodia Garment and Footwear Sector Bulletin Issue 8](#), ILO, December 2018

6. Las encuestas realizadas por RISE

7. [Financial Behavior of Female Garment Workers in India Report](#), HERproject and Microsave Consulting, 2019

8. [Beyond Access: A look into the drivers of long-term financial health](#) Mastercard and Nu Bank, 2024

9. [Financial Health: An Introduction for Financial Sector Policymakers](#): UNSGSA Financial Health Working Group; UN Secretary-General's Special Advocate for Inclusive Finance for Development (UNSGSA) (2021)

10. [One billion and beyond | Mastercard Newsroom](#)

11. Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, and Saniya Ansar. 2022. [The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19](#). Washington, DC: World Bank

12. Ver referencia 11

13. [Leaving Money on the Table: There's Nothing Micro About a Billion Women Excerpt](#) Women's World Banking, July 2022

14. Ver referencia 11

15. Ver referencia 11

16. Ver referencia 11

17. [Within Reach: How Digital Wages That Work for Women Can Support Bangladesh's Economic Future](#) HERproject, 2021

18. [Improving Financial Health in Cambodia's Garment Sector through Responsible Wage Digitalization](#) RISE and Mastercard, 2023

19. [Increasing Financial Inclusion in Egypt's Garment Sector through Responsible Wage Digitalization](#) RISE and Mastercard 2024

20. Ver referencia 18

21. Ver referencia 2

22. Ver referencia 18

23. [Garment Sector Wage Digitization—A Practical Guide for Global Brands and Buyers](#), HERproject, 2021

24. [Her Fintech Edge - Market Insights for Inclusive Growth](#), IFC March 2024

25. Ver referencia 11

26. [Supply-Side Gender Data is a Game Changer for Financial Inclusion](#), Tatiana Alonso, CGAP, 2024

27. [Gender-Responsive Wage Digitization in the Garment Sector a Practical Guide](#) HERproject 2021

28. Ver referencia 25

29. [Turning long-term savings goals into a game can increase consumer financial well-being](#) Bayes Business School, University of London, 2022

30. Ver referencia 2

31. [Miembros de Better Than Cash](#)

32. [ILO, NBC, ABC and TAFTAC engage financial service providers in the promotion of responsible digital wage payments in Cambodia](#) ILO Global Center on Digital Wages for Decent Work, 2024

33. Better Work Cambodia

34. [Wage Digitization in Egypt's Garment Sector: Impact for Business, and for Female and Male Workers at Lotus Garments Group Report](#) HERproject and Mastercard, 2021

35. Ver referencia 11

36. "1.92m MFS accounts created in RMG sector to avail mobile banking." The Financial Express, Bangladesh, April 20, 2020

37. Ver referencia 17

38. [Garment Worker Diaries, Factory Wage Digitization Trends](#) Microfinance Opportunities, October 2020, Cambridge. Microfinance Opportunities provided additional Factory Wage Digitization for August 2021 as well

39. [Wage Digitization as an On-Ramp to Financial Inclusion: The Essential Role of Deepening Account Usage](#), Mathematica, Microfinance Opportunities, 2023

40. [Digital Wages: Positive Impact for Women and Business](#) HERproject, 2020

41. Ver referencia 17

42. [The Impact of Wage Digitization: Neighbourhood Spillover Effects from Paying Garment Factory Workers with Mobile Money Report](#), May 2019, Intermedia Financial Inclusion Insights

43. Ver referencia 5

44. [Worn out': debt discipline, hunger, and the gendered contingencies of the COVID-19 pandemic amongst Cambodian garment workers](#) Katherine Brickell, Sabina Lawreniuk, Theavy Chhom, Reach Mony, Hengvotey So & Lauren McCarthy, Social & Cultural Geography, 2023

45. [Over-Indebtedness in Cambodia: Findings from a Financial Diaries Study](#), Microfinance Opportunities, 2017

46. Better Work Cambodia

47. Ver referencia 18

48. Encuestas a trabajadores de Camboya realizadas por RISE entre septiembre de 2021 y febrero de 2023 con 451 trabajadores (240 mujeres y 211 hombres) de 9 fábricas antes del programa y con 402 trabajadores (203 mujeres y 199 hombres) de 8 fábricas después del programa. Al inicio del programa, 3 de las fábricas pagaban salarios digitales y 6 los pagaban en efectivo. Al final del programa, todas habían digitalizado sus pagos.

49. [Better Work Egypt Annual Report 2023: An Industry and Compliance Review](#), International Labour Organization and International Finance Corporation, 2023

50. Ver referencia 11

51. Ver referencia 19

52. RISE realizó encuestas con 532 trabajadores (el 62 % eran mujeres) de 9 fábricas ubicadas en Alejandría, Giza, Ismailía, Puerto Saíd y Qalyub al inicio del programa, y con 493 trabajadores (el 59 % de los cuales eran mujeres) de 9 fábricas de prendas de vestir al final del programa.

Agradecimientos

Esta guía fue escrita por Charlotte Pallangyo, Ella Moffat en RISE, con aportes de Christine Svarer, Sethypong Sok, Kamrul Shuvo, Lucie Goulet de RISE, Mohammad Rizwanullah, Leslie Meek-Wohl, Tamas Huszar, Amy Duong, Chanvutty Phon y Sophal Tek en Mastercard, Iain Brougham en Acción, Virak Nuon y Valerie Breda en OIT, Samer Bakeer en la Alianza Better Than Cash de la ONU.

RISE desea agradecer a las siguientes organizaciones por contribuir con su tiempo y experiencia: Acción, Better Factories Cambodia, CDS, CWPD, ILO, Mastercard y la Alianza Better Than Cash de las Naciones Unidas.

Créditos de las imágenes: RISE/CDS - M.Moawad



El Mastercard Center for Inclusive Growth promueve el crecimiento económico equitativo y sostenible y la inclusión financiera en todo el mundo. El Center aprovecha los activos y competencias principales de la compañía, incluyendo información sobre datos, experiencias y tecnologías, mientras se difunde el proyecto filantrópico del Mastercard Impact Fund, para que se hagan investigaciones independientes, expandir los programas globales y capacitar a una comunidad de pensadores, líderes y emprendedores en la primera línea del crecimiento inclusivo.

Para obtener más información y conocer las últimas ideas, siga al Center en LinkedIn e Instagram y suscríbase a su boletín informativo.

www.mastercardcenter.org



RISE: Reimagining Industry to Support Equality es una iniciativa para apoyar la acción colaborativa de la industria a gran escala con el objetivo de promover la igualdad de género en las cadenas de suministro mundiales de indumentaria, calzado y textiles para el hogar. RISE combina los cuatro programas de empoderamiento femenino principales del HERProject de BSR, GAP Inc. P.A.C.E, CARE y Better Work, que cuentan con más de 15 años de experiencia en la implementación de programas destinados al empoderamiento de la mujer en las cadenas de suministro globales para crecer a partir de enfoques probados. RISE se centra en tres prioridades interconectadas que pueden crear mejoras transformadoras en la vida de las trabajadoras y apoyar la mejora de los resultados empresariales, incluyendo la salud financiera, la prevención del acoso y la violencia en el lugar de trabajo; y el desarrollo y liderazgo.

riseequal.org