

# LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN MÉXICO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: AVANCES Y ÁREAS DE OPORTUNIDAD



# LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN MÉXICO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: AVANCES Y ÁREAS DE OPORTUNIDAD

Derechos Reservados © 2020  
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)  
Montes Urales 440  
Col. Lomas de Chapultepec, Miguel Hidalgo  
C.P. 11000, Ciudad de México.

Todos los derechos están reservados. Ni esta publicación ni partes de ella pueden ser reproducidas, almacenadas mediante cualquier sistema o transmitidas, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico, mecánico, de fotocopiado, de grabado o de otro tipo, sin el permiso previo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Esta publicación fue realizada en el marco del “Proyecto 00120041, Inclusión para el Desarrollo Sostenible”. El análisis y las conclusiones aquí expresadas no reflejan necesariamente las opiniones del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, de su Junta Ejecutiva, ni de sus Estados Miembros.

El PNUD forja alianzas con todos los niveles de la sociedad para ayudar a construir naciones que puedan resistir las crisis; promueve y sostiene un tipo de crecimiento que mejora la calidad de vida de todos. Presentes sobre el terreno, en cerca de 170 países y territorios, ofrecemos una perspectiva global y un conocimiento local al servicio de las personas y las naciones.

[www.mx.undp.org](http://www.mx.undp.org)

Coordinadoras generales: Mariana Villasuso y Annabelle Sulmont (PNUD)  
Redacción técnica: Maite García, Yazmín Pérez (PNUD) y Mariana Carmona Ambriz  
Colaboración especial: Viridiana Orozco y Claudia Córdova

Diseño editorial: Patricia Vidal  
Primera edición, junio de 2020.



# DIRECTORIO

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en México

Lorenzo Jiménez de Luis  
**Representante Residente**

Sandra Sosa  
**Representante Residente Adjunta**

Daniela Vallarino  
**Oficial Nacional a.i. de Desarrollo Social y Económico**

Mariana Villasuso  
**Coordinadora**

Annabelle Sulmont  
**Coordinadora**

Yazmín Pérez  
**Especialista en Inclusión Financiera**

Claudia Córdova  
**Especialista en Sector Privado**

Maite García  
**Especialista en Políticas Públicas**

Octavio Mendoza  
**Especialista de Análisis Cuantitativo**



# ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| Índice.....   | 4         |
| Introducción.....   | 5         |
| <b>1. Inclusión financiera en México desde una perspectiva global.....</b>                    | <b>9</b>  |
| 1.1. México desde una perspectiva general.....  | 12        |
| <b>2. Panorama general de la inclusión financiera en México.....</b>                          | <b>21</b> |
| 2.1. Contexto del sistema bancario y la economía en México.....                               | 21        |
| 2.2. Contexto general demográfico de México.....  | 25        |
| 2.3. Penetración de los servicios financieros en México.....                                  | 28        |
| 2.4. Demanda de los servicios financieros en México.....                                      | 42        |
| <b>3. La inclusión financiera de mujeres en México.....</b>                                   | <b>49</b> |
| 3.1. Cuentas transaccionales para mujeres y construcción del mercado de<br>microfinanzas..... | 49        |
| 3.2. Acceso y uso del ahorro en mujeres mexicanas.....  | 51        |
| 3.3. Acceso y uso de servicios de crédito.....  | 58        |
| 3.4. Los servicios financieros y el emprendimiento de mujeres.....                            | 64        |
| 3.5. Digitalización financiera y medios de pago digitales.....                                | 67        |
| 3.6. De finanzas incluyentes a finanzas transformadoras de las condiciones<br>de género.....  | 71        |
| <b>4. Benchmark para la inclusión financiera digital de mujeres.....</b>                      | <b>75</b> |
| 4.1. CRECER (Bolivia).....  | 75        |
| 4.2. Elasbank (Brasil).....   | 78        |
| 4.3. Banca Mujer del Banco Nacional (Costa Rica).....   | 79        |
| 4.4. Modelo de Inclusión Financiera (PNUD, México).....                                       | 80        |
| 4.5. Un <i>benchmark</i> para la inclusión financiera digital de mujeres.....                 | 82        |
| <b>Conclusiones.....</b>  | <b>85</b> |
| <b>Referencias.....</b>   | <b>99</b> |



## Introducción

La inclusión financiera, entendida como “el uso y acceso de servicios financieros formales bajo una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población” (CNBV 2006), es una condición necesaria para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. La misma Política Nacional de Inclusión Financiera 2020-2024 afirma que “la inclusión financiera contribuye al crecimiento económico y al bienestar, ya que dota a las personas y empresas de herramientas para mejorar el manejo de su liquidez, prepararse y superar alguna emergencia económica, alcanzar metas financieras y aprovechar oportunidades, y tener mayor control sobre sus finanzas; es decir, [para] lograr una mejor salud financiera”.

*La inclusión financiera es un concepto de múltiples dimensiones: ahorro, crédito, seguros, remesas, transferencias, medios de pago, educación financiera, y las que se añaden por la evolución de los sistemas financieros y las necesidades (Fareed, Gabriel, Lenain, & Reynaud, 2017 , pág. 11). Algunas dimensiones y necesidades en el concepto de inclusión financiera se sintetizan en la siguiente figura:*

**Figura 1. Dimensiones y necesidades financieras**



*Fuente: (Fareed, Gabriel, Lenain, & Reynaud, 2017, pág. 11)*

La inclusión financiera, en ese sentido, es una herramienta para aumentar la calidad de vida. Se ha desarrollado suficiente evidencia que vincula la inclusión y la salud financiera con la disminución en las tasas de pobreza, reducciones en los niveles de desigualdad, crecimiento económico, calidad de los empleos, entre otros. Un sistema financiero adecuado atiende las necesidades de las personas mediante la oferta de servicios de



ahorro, crédito y gestión de riesgos (Demirguc-Kunt y Klapper 2012), e incrementa los flujos de dinero para el consumo de los hogares. De esa forma, el acceso y uso de productos financieros promueve la participación económica de todos los sectores de la sociedad y fomenta la inversión de recursos en actividades productivas para la generación de ingresos (Chen y Jin 2017). Adicionalmente, favorece el financiamiento de metas a largo plazo, como la educación. En tal sentido, la inclusión financiera se constituye en elemento que habilita el acceso y el ejercicio de los derechos humanos.

*Una población excluida de los servicios financieros es vulnerable a recurrir a fuentes informales de ahorro y/o financiamiento.* Ante eventos como enfermedades, desempleo, crisis económicas o fenómenos climáticos, el acceso a productos financieros suaviza el consumo (y los impactos negativos) en el tiempo (CONEVAL s.f.). Sarma y Pais (2011) señalan que las exclusiones en el sector financiero, que afectan a las poblaciones ya marginadas en otras dimensiones, las empujan a recurrir a fuentes de crédito de carácter informal, que pueden resultar abusivas y que incrementan notablemente el costo del dinero, colocando a dichas poblaciones en una trampa de pobreza.

*La inclusión financiera requiere abordarse de manera multidimensional.* La evidencia generada ha identificado que existen diferencias en los niveles de penetración de servicios financieros con base en características individuales, geográficas, demográficas, sociales y económicas. Entre las características individuales se ha señalado —por ejemplo— que la condición de minoría étnica o de contexto de movilidad humana/migración disminuye la probabilidad de estar inserto en el sistema financiero. El sexo de las personas también define en qué medida se participa en el sector financiero. En el ámbito mundial, sólo 37 por ciento de las mujeres posee una cuenta en el sistema formal, cifra nueve puntos porcentuales menor respecto del porcentaje de hombres que poseen una cuenta con las mismas características (Demirguc-Kunt y Klapper 2012).

Entre las variables geográficas relevantes, se encuentran, por ejemplo, la infraestructura vial y carretera de las localidades, que se relaciona positiva y significativamente con los niveles de inclusión financiera. De la misma manera, la conectividad a Internet significa incrementos estadísticamente relevantes en los niveles de inclusión financiera (Sarm y Pais 2011).

Por otro lado, el nivel de ingreso es un factor que debe considerarse en cuanto al uso de los productos financieros: los países con ingresos más altos hacen un uso más intensivo de tarjetas de débito y pagos electrónicos. Asimismo, es más común que utilicen cajeros automáticos, mientras que en países de bajos ingresos, las personas llevan a cabo sus transacciones de manera directa en las sucursales (Demirguc-Kunt y Klapper 2012).

La comprensión sobre los factores relacionados con el acceso, tipo y frecuencia de uso de los productos financieros es crucial para el diseño y la implementación de políticas públicas y/o intervenciones que resulten integrales, pertinentes y factibles; de ahí que sea relevante destacar que el acceso no es condición suficiente (aunque sí necesaria) para garantizar el uso de los productos financieros. Por tal motivo, deben considerarse escenarios donde las personas pueden optar —a pesar de tener acceso a productos formales de ahorro y



crédito— por productos no regulados, más riesgosos y menos eficientes. Por consiguiente, las políticas públicas y/o las intervenciones que se realicen en la materia deben tomar en cuenta no solo la inclusión financiera de las personas beneficiarias, sino también su salud financiera<sup>1</sup>. En dicho contexto, resulta indispensable analizar tanto la oferta como la demanda de productos bancarios y de instituciones financieras. Asimismo, es importante fortalecer la educación financiera de las personas, a fin de favorecer el uso óptimo de los servicios y productos disponibles.

Sin duda, la inclusión y la salud financieras se constituyen en un elemento habilitador de la Agenda 2030. En particular, la inclusión y salud financieras pueden ser componentes fundamentales para avanzar hacia la igualdad de género, en virtud de que incrementan los ingresos de las mujeres, su poder adquisitivo y su calidad de vida (Siddik 2017) (Swamy 2014). Lo anterior conlleva incrementos en el poder de agencia de las mujeres y en la participación en la toma de decisiones que, a su vez, tiene efectos positivos en la dinámica de los hogares, disminuyendo así la violencia doméstica y de género. Un estudio longitudinal en Maharashtra, India, aporta evidencia en ese sentido y encuentra que la probabilidad de sufrir un incidente de violencia doméstica se reduce en un 56% para las mujeres que poseen una cuenta bancaria, respecto de las mujeres que no poseen una (Raj, y otros 2018).

La vinculación entre inclusión financiera y reducción de la violencia de género no es inmediata, sino que supone una cadena de cambio en que las mujeres —al poseer y utilizar un producto financiero, como una cuenta básica— tienen mayor autonomía en las decisiones de ingreso y de gasto, así como mayor seguridad y sensación de independencia económica y personal. En otras palabras, participar en el sistema financiero formal es un medio para mejorar la posición económica y social de las mujeres y puede fungir como instrumento para la erradicación o la disminución de la violencia de género.

En México, los esfuerzos por comprender el fenómeno han sido intensivos y han dado pie a la generación de datos tanto de la oferta como de la demanda por servicios financieros. En primer lugar, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) ha sistematizado la información y los registros administrativos, proporcionados por los oferentes de productos financieros, en materia de infraestructura y uso. Por otro lado, la CNBV, en alianza con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), aplica desde 2012 la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF). La ENIF se lleva a cabo cada tres años y arroja información que permite conocer el lado de la demanda, así como las barreras que enfrenta la población mexicana para acceder y utilizar el sistema financiero.

Ambas fuentes de información constituyen insumos relevantes para definir las políticas públicas y las intervenciones orientadas a reducir las exclusiones vigentes. La Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF) 2020-2024, presentada en marzo de 2020, que incorpora la Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF), se basa esencialmente en los datos provistos por dichas fuentes.

<sup>1</sup> Se entiende como “salud financiera” el estado en que una persona puede cumplir con sus obligaciones financieras de corto, mediano y largo plazo, sintiéndose segura financieramente para el futuro, a la par de estar en condiciones de hacer elecciones para disfrutar de la vida. (Consumer Financial Protection Bureau, CFPB).



De la misma manera, el presente diagnóstico se basa en dichas fuentes de información y tiene como objetivo proveer una fotografía del fenómeno de inclusión y de salud financiera en México, a fin de entender un poco mejor dónde se encuentran los avances y las áreas de oportunidad en la materia. Lo anterior a su vez permitirá una mejor toma de decisiones en el diseño e implementación de políticas públicas o intervenciones que busquen aumentar la resiliencia y/o el desarrollo sostenible de las comunidades.

El documento cuenta con los siguientes apartados generales:

1. Inclusión financiera en México desde una perspectiva global
2. Panorama general de la inclusión financiera en México
3. La inclusión financiera de las mujeres en México
4. *Benchmark* para la inclusión financiera digital de mujeres

En primer lugar, se analiza el estado de la inclusión financiera en México en relación con el resto del mundo. En segundo lugar, se presenta un panorama general de la inclusión financiera en México, donde —además— se analizan dos diferentes componentes del mercado financiero formal, con objeto de identificar aspectos relevantes sobre la demanda y sobre las barreras que enfrentan distintos grupos poblacionales: ahorro y crédito. Cabe destacar que en este documento en particular no se analiza la tenencia y uso de productos de aseguramiento o de inversión, aun cuando estos también forman parte de la inclusión financiera de la población. En el tercer capítulo, se hace un recuento del estado que guarda la inclusión financiera de mujeres en México con base en la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, con una descripción de datos agregados para las encuestas de 2012 y 2018, seguida de una exposición final de algunos casos relevantes en América Latina que, con distintos enfoques, han puesto en el centro de su modelo de negocio la inclusión financiera de mujeres.

Finalmente, es importante mencionar que este diagnóstico es general y no ha profundizado en cada uno de los temas; sin embargo, deja un panorama básico de todos los aspectos clave, desafíos y dimensiones que se deben tomar en cuenta para la implementación de un nuevo proyecto o productos dirigidos a la inclusión financiera de las mujeres.

Desde el PNUD México, se espera que este diagnóstico permanezca como un documento de consulta, a fin de que los distintos actores de la sociedad se motiven para unir fuerzas y alcanzar la plena inclusión y salud financiera de la población mexicana, contribuyendo así en el desarrollo sostenible del país y en el logro de la meta de **no dejar a nadie atrás**.

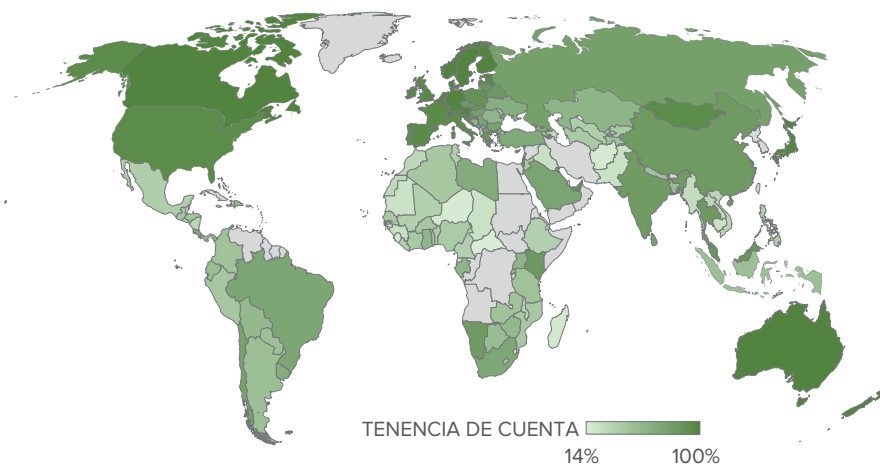




## 1. Inclusión financiera en México desde una perspectiva global

Para la redacción de la presente sección, se utilizan datos del Global Findex, del Banco Mundial (Demirgüç-Kunt, et al, 2018), encuesta realizada en 2017 alrededor del mundo <sup>2</sup>.

**Figura 2. Porcentaje de personas mayores a 15 años con tenencia de cuenta (2017)**



Con tecnología de Bing ©GeoNames, Microsoft, Navinfo, TomTom

Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex

A la par de otros países, México, desde hace más de una década, ha puesto interés en lograr una mayor penetración de los servicios financieros en la mayoría de su población. Naturalmente este esfuerzo ha ido evolucionando —sin modificar su justificación inicial: potenciar el desarrollo del país— al incorporar enfoques, directrices o mejores prácticas con base en evidencia internacional y sumando esfuerzos con organismos e iniciativas internacionales. En 2009, el primer reporte de inclusión financiera realizado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores ya refería como objetivo “contribuir a los esfuerzos de la sociedad para contar con un sistema financiero más incluyente, que tenga mayor penetración y ofrezca mejores servicios a todos los segmentos de la población, manteniendo la estabilidad del sistema financiero mexicano”<sup>3</sup>.

A lo largo de poco más de 10 años, en México se desarrollaron políticas públicas e instrumentos de regulación con el objetivo de bancarizar a la población. En 2011 se creó el Consejo Nacional de Inclusión Financiera. En 2012 se publicó la primera edición de la Encuesta Nacional sobre Inclusión Financiera. En 2014 la Reforma Financiera permitió un papel más activo de la banca de desarrollo. A partir de 2016, la inclusión financiera se aborda desde la Política Nacional de Inclusión Financiera. En 2017 se establece Estrategia

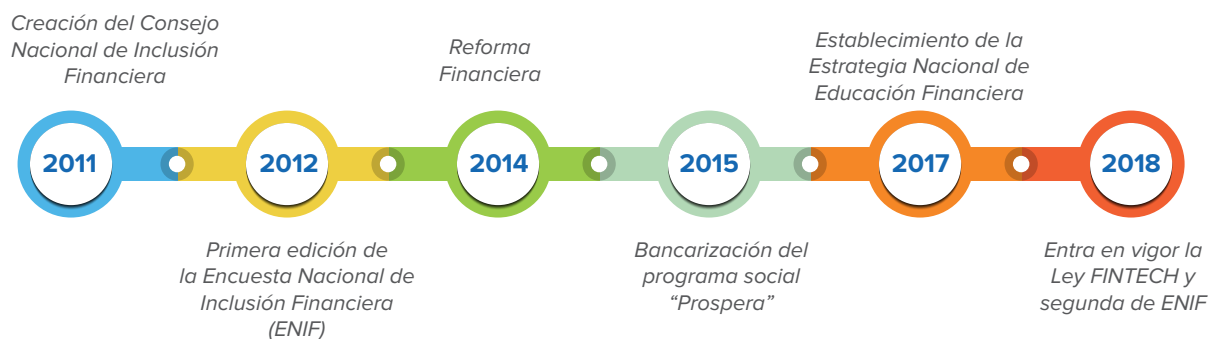


<sup>2</sup> En el caso de México, la encuesta se realizó entre junio y julio 2017, y reporta un margen de error de 3.7. La metodología de la encuesta fueron las entrevistas cara a cara. La muestra consta de 1000 personas. Cabe destacar que en caso de contar con datos más actualizados, se indicarán con una nota al pie, en aras de mantener la comparabilidad con cifras y variables en el texto central.

<sup>3</sup> Primer Reporte de Inclusión Financiera, CNBV (2010).

Nacional de Educación Financiera. Finalmente, en 2018 entra en vigor la Ley Fintech que —de manera indirecta— coadyuva a una mayor oferta de productos financieros a partir de un marco legal definido para las nuevas tecnologías financieras.

**Figura 3. Cronología del gobierno mexicano para la bancarización de la población**



Fuente: elaboración propia

En México, los indicadores de inclusión financiera demuestran avance en la penetración de los servicios financieros. No obstante, en comparación con la media mundial, el país aún tiene un rezago importante y brechas por sexo que debe cerrar. En ese sentido, respecto de la tenencia de servicios financieros, de acuerdo con Demirgüç-Kunt, et al (2018) en 2017, en México:

- 37% de las personas mayores de 15 años reportaron tener una cuenta<sup>4</sup>, distancia de 32 puntos porcentuales de la media mundial de 69% (gráfico 1). La exclusión del sector rural es más severa que en el resto del mundo. Mientras que el porcentaje de personas en localidades rurales que tienen una cuenta es de 66%, en México dicha cifra es de 29%. Es decir, si en el mundo la brecha es de menos de dos puntos porcentuales, en México la brecha es de siete puntos porcentuales.
- En términos de ahorro, la exclusión del sistema financiero mexicano es altamente notoria al comparar las cifras nacionales y mundiales del porcentaje de la población que reportó ahorrar en el año anterior (gráfico 2) y las cifras de quienes lo hicieron en el sistema financiero formal. 10% indicó que lo realizan en una institución financiera<sup>5</sup>, cuando globalmente el porcentaje correspondiente es de 27% (gráfico 3).
- 32% de los encuestados mexicanos tuvo la necesidad de solicitar dinero prestado el año anterior a la muestra (gráfico 4). 6% de las personas obtuvo un préstamo en una entidad financiera o usando una tarjeta de crédito, mientras que 14% lo

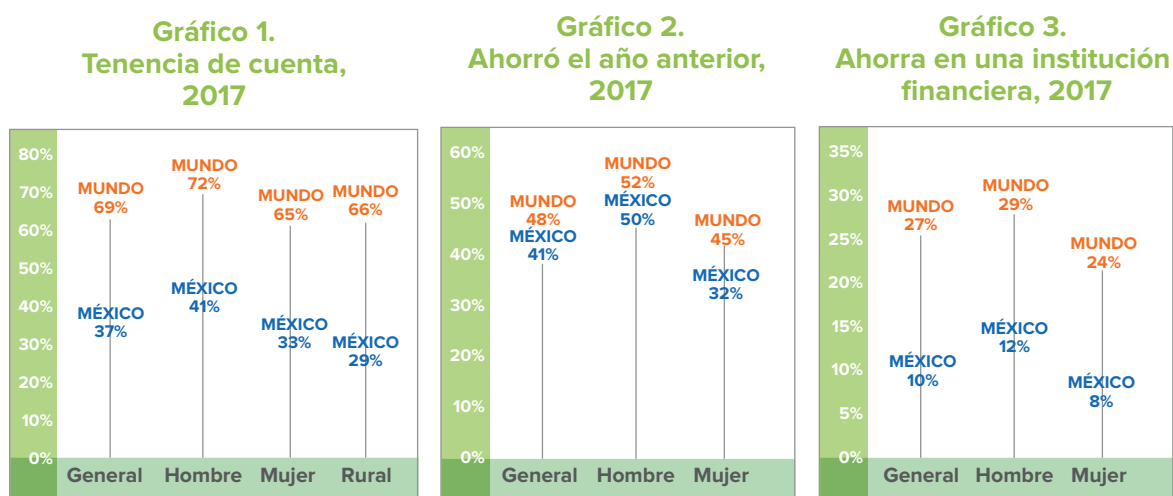
<sup>4</sup> Personas mayores a 15 años con tenencia de cuenta (propia o compartida con alguien más), en un banco u otro tipo de institución financiera o utilizó algún servicio de dinero móvil en los últimos 12 meses.

<sup>5</sup> Personas mayores a 15 años que ahorraron en una institución financiera dentro de los 12 meses anteriores.

consiguió con familiares y amigos, y otro 6% con métodos informales. En el ámbito mundial, estos porcentajes son mayores: 23% recurrió a entidades financieras, mientras que 26% recurrió a familiares y amigos (gráfico 5).

- Las brechas por sexo sobre tenencia y uso de servicios financieros aún persisten y, en algunos casos, son más profundas que la media mundial. 41% de los hombres reporta la tenencia de una cuenta bancaria; por el contrario, el porcentaje de mujeres es menor en 8 puntos porcentuales (pp). La diferencia en el ámbito global es de 7 puntos porcentuales. La brecha sobre ahorrar en una institución financiera es de 4 puntos (12% hombres, 8% mujeres), un punto menos que la media mundial (29% de los hombres – 24% de las mujeres). El 29% de las mujeres mexicanas reportó que pidió un préstamo monetario en algún momento de los 12 meses anteriores; la proporción de hombres es de 35% (la brecha en el ámbito mundial es de 5pp).

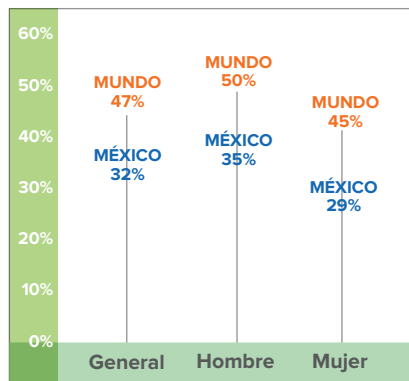
El siguiente conjunto de gráficos ilustra de manera comparativa<sup>6</sup> (en el año 2017) el acceso y uso de servicios financieros de la población mexicana y la media mundial.



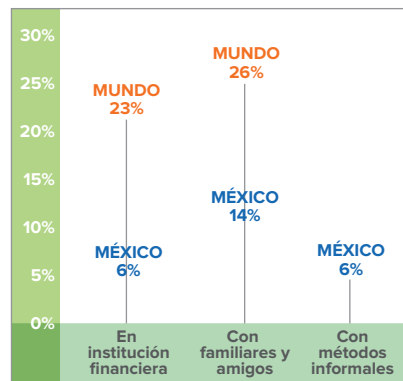
Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex

<sup>6</sup> Como se mencionó al inicio de esta subsección, los gráficos son construidos con información de la última actualización (2017) de la base de datos denominada Global Findex publicada por el Banco Mundial.

**Gráfico 4.**  
Pidió prestado el año anterior, 2017



**Gráfico 5.**  
Solicitó un préstamo, 2017



Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex

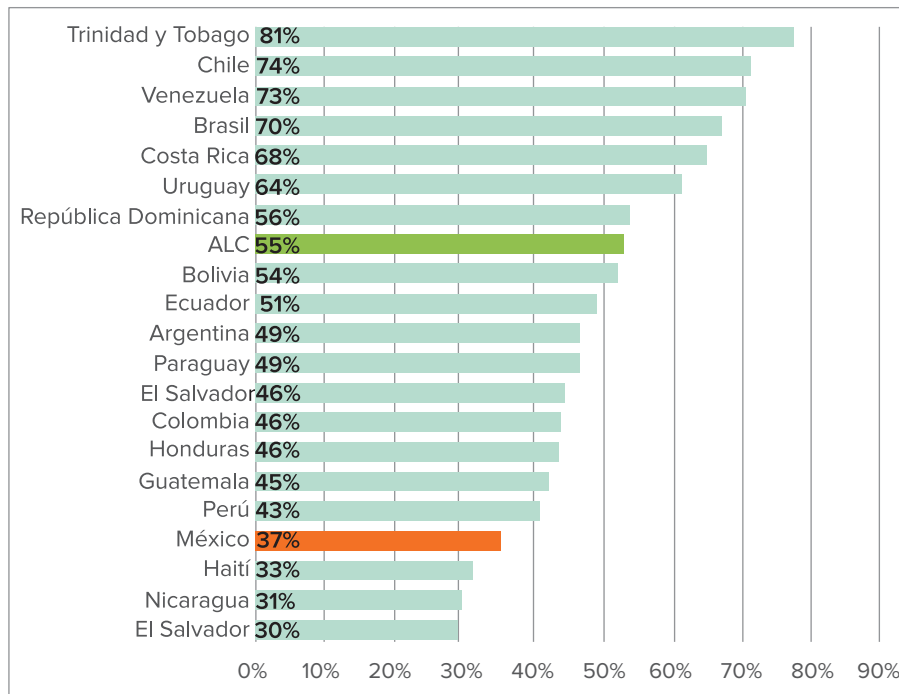
## 1.1 México desde una perspectiva regional

Además del ejercicio anterior, se consideró de utilidad mencionar cifras comparativas de México respecto de la región de América Latina y el Caribe (ALC). Si bien la región dista de ser homogénea, es posible encontrar ciertas similitudes —contexto económico y social— que proporcionan una comparación más cercana.

*México tiene una de las proporciones más baja en tenencia de productos financieros básicos (cuenta transaccional) de la región.* Usando como producto base la cuenta financiera para demostrar la tenencia o acceso a los productos financieros generales, México se encuentra en los últimos puestos de la región, tan solo por arriba de Haití, Nicaragua y El Salvador (gráfico 6). Ahora bien, un análisis alternativo donde la tenencia tiene como base los dos principales instrumentos bancarios (tarjetas de débito y crédito) per cápita, en el gráfico 7 se observa que la tendencia de tarjeta de débito (TDD) en la población mexicana es ascendente desde al menos 2012, y que en 2018 existían 1.23 contratos bancarios de este producto por persona; con esta medición, Trinidad y Tobago (2.54) y Brasil (1.58) son los países de la región que reportan más tarjetas per cápita que México. En cuanto a tarjetas de crédito (TDC), la cifra es menor (0.22 tarjetas por persona), lo que concuerda con el bajo porcentaje que pudo utilizar un préstamo (12%) mediante una institución financiera (cifra que incluye el uso de la tarjeta de crédito); en comparación con los datos de la región, tan solo Guatemala, Bolivia, Honduras, Jamaica y Paraguay reportan cifras menores (gráfico 8).

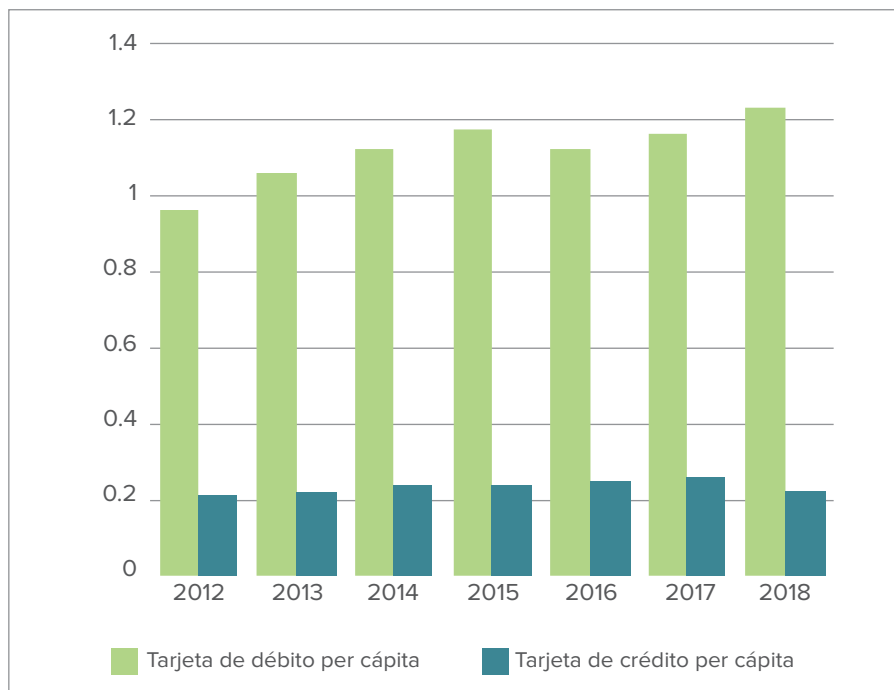


**Gráfico 6. Tenencia de cuenta ALC, 2017**



Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex

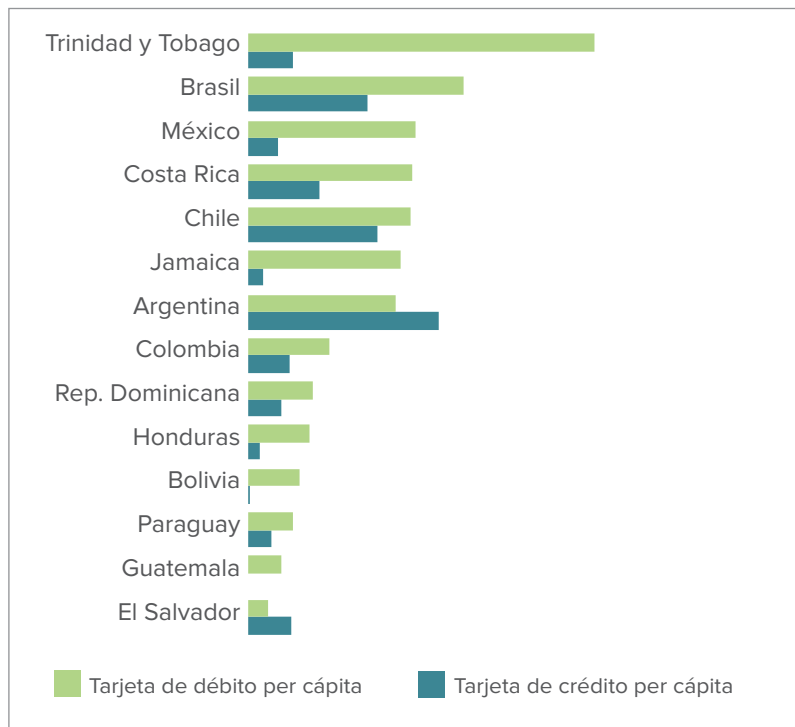
**Gráfico 7. Evolución del número de tarjetas per cápita**



Fuente: elaboración propia con datos de Red Book Statistics – BIS y Yellow Book Statistics - CEMLA



**Gráfico 8. Tenencia de tarjeta de débito y crédito per cápita ALC, 2018**



Fuente: elaboración propia con datos de Red Book Statistics – BIS y Yellow Book Statistics - CEMLA

Sobre la frecuencia de uso de los productos financieros, se observa que en México aún es necesario fortalecer políticas públicas que profundicen en temas tan importantes como los hábitos de ahorro e inversión, hasta la forma de realizar pago (pago de impuestos, servicios públicos tales como el transporte, agua potable, electricidad, etc.).

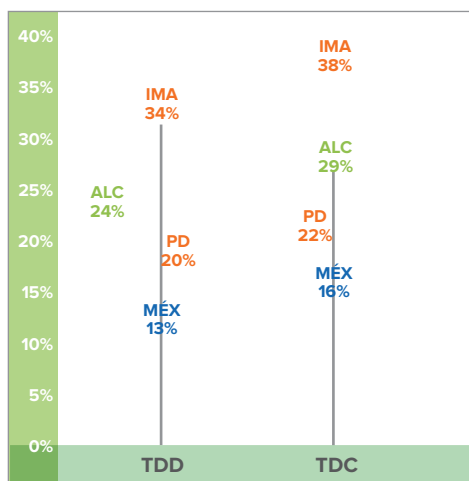
La frecuencia de uso de los productos financieros puede estar altamente relacionada con los hábitos del usuario (lado de la demanda). Si se compara el porcentaje de uso de tarjetas de débito o crédito para realizar compras, de acuerdo con Demirgüç-Kunt, et al (2018), en México solo el 13 por ciento utilizó una tarjeta de débito, en contraste con los países en la región de ALC, donde en promedio la usó un 24%.

En general, el uso de tarjeta de crédito es menor que la de débito. El porcentaje de México es cercano a la media de ALC y de los países en desarrollo (PD) (gráfico 9). Adicionalmente, los retiros y depósitos a su vez pueden ser un proxy sobre el porcentaje de población que, además de estar bancarizada, utiliza estos servicios; así, en el ámbito mundial, 72% y 69% de la población reportaron haber realizado al menos un retiro o depósito, respectivamente. Por su parte, el promedio de la región de ALC y de los países de ingreso medio alto (IMA)

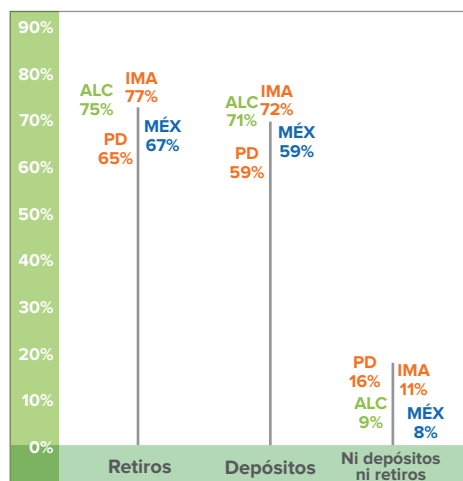


—en ambas estadísticas— está por encima del 70%. Como en el caso de otros indicadores, el reporte de uso en México se encuentra por debajo de la media mundial (y en específico de ALC y de los países de ingreso medio alto), lo cual reafirma el bajo nivel de uso de los productos financieros básicos (gráfico 10).

**Gráfico 9.**  
Uso de tarjetas para comprar, 2017



**Gráfico 10.**  
Depósitos y retiros, 2017



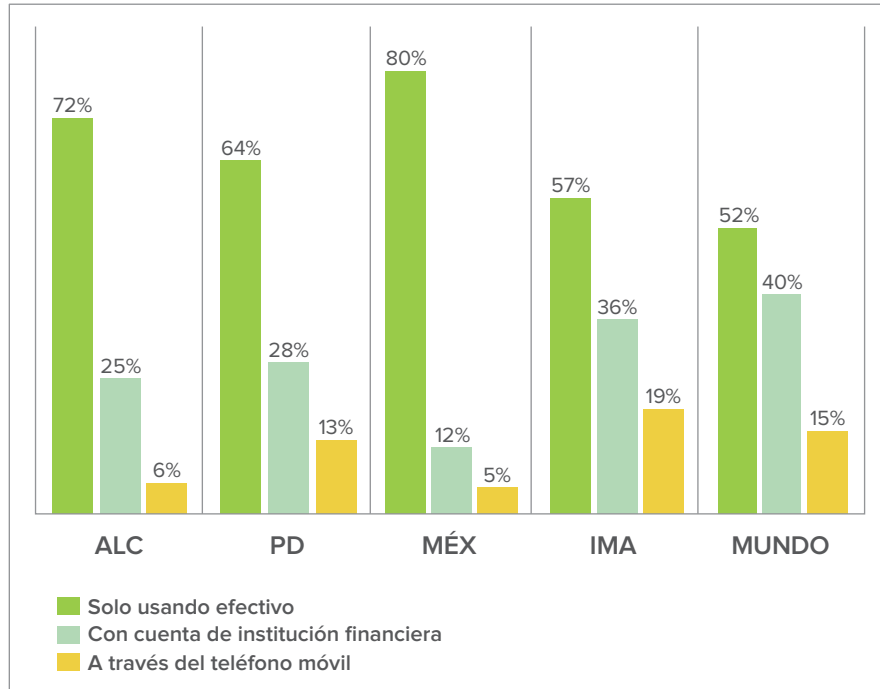
Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex

En México, el uso y preferencia de efectivo a los instrumentos financieros es de los más altos de la región. Un alto uso de efectivo en una economía puede servir para observar el alto nivel de exclusión financiera de un país. La preferencia de utilizar efectivo puede ser analizada mediante la información de dos variables incluidas en la base de datos *Global Findex* (Demirgüç-Kunt, et al, 2018): el porcentaje de personas que reportan recibir sus sueldos en esta modalidad o la tasa de su uso al realizar pagos de servicios.

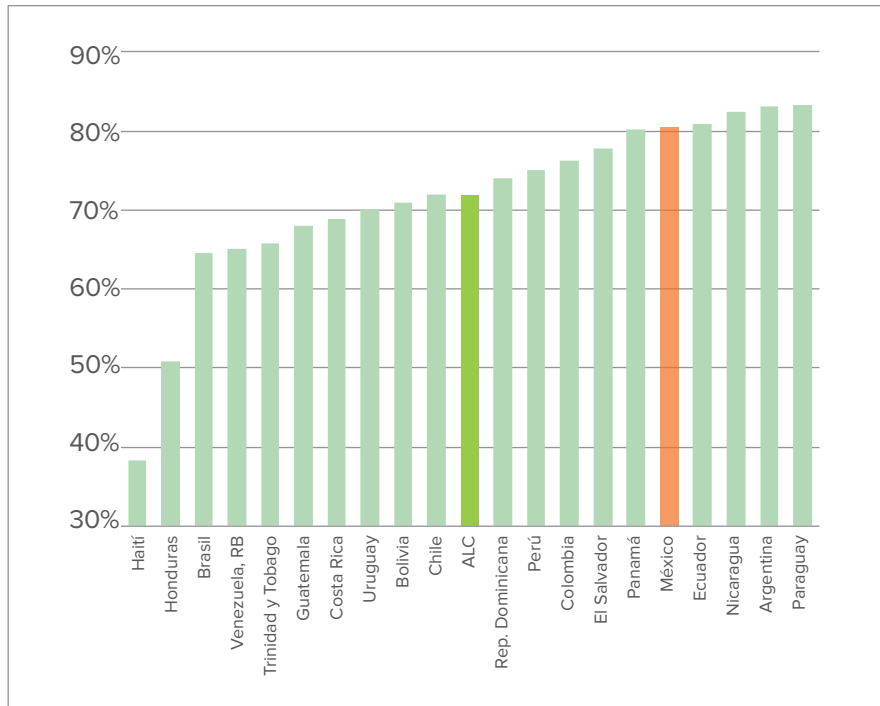
Asimismo, de aquellos individuos que reportaron tener entre sus responsabilidades realizar pagos de servicios por ellos mismos (58% de los entrevistados), 80% indicó que solo utilizó efectivo; 12% reportó realizarlos mediante una cuenta de una institución financiera, y solo 5% usó un dispositivo móvil (como canal de acceso). El porcentaje en los tres casos dista de la media mundial. Destaca la brecha en el uso de efectivo con 28pp. A su vez, en la región de ALC, es menor el uso de efectivo para este tipo de pagos (70%). México se encuentra en el quinto lugar de la región (gráficos 11 y 12).



**Gráfico 11. Modalidad de pago de servicios, 2017**



**Gráfico 12. Pago de servicios solo con efectivo-ALC, 2017**



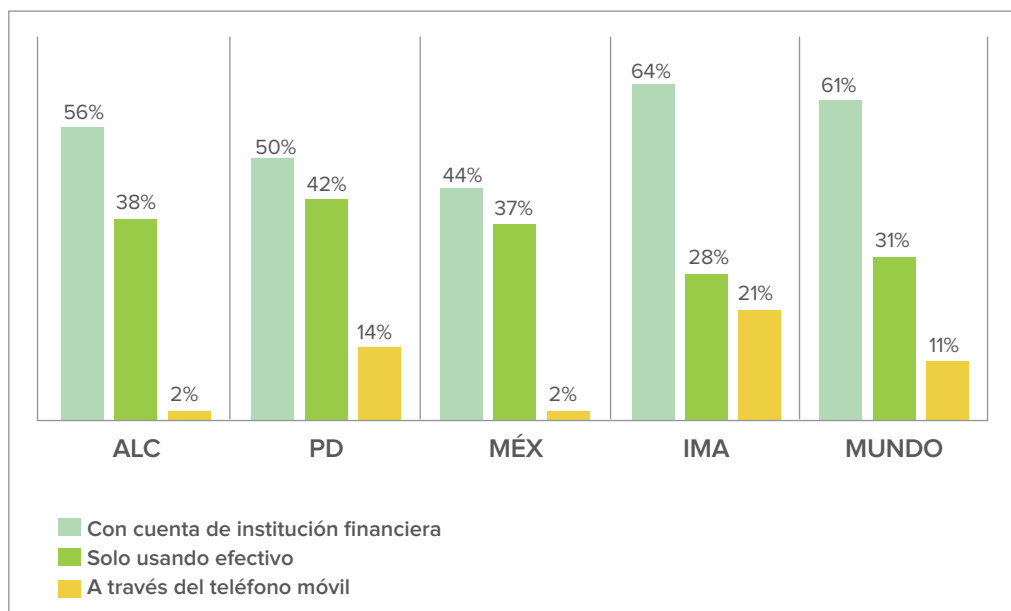
Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex





Sin embargo, en México, la mayoría de las personas asalariadas recibe su pago por medio de una cuenta de alguna institución financiera. En el ámbito mundial, la mayoría de las personas que reportaron recibir al menos un salario en los doce meses anteriores lo recibieron a través de entidades financieras (61%). Existe una brecha de 30pp con la proporción de quienes reciben en efectivo. De la misma forma, en México, la mayoría (44%) obtuvo su sueldo a través de instrumentos financieros. No obstante, la brecha con aquellos que lo reciben en efectivo es de tan solo 7pp, lo cual indica que aún es necesario que se desincentive el pago en efectivo, en especial en el sector público.

**Gráfico 13. Salarios recibidos, 2017**



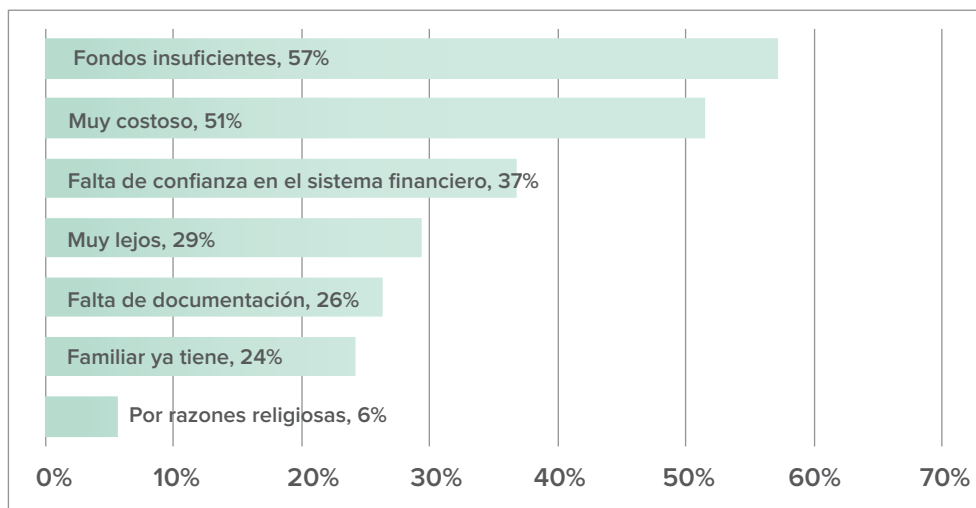
Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex

El uso de efectivo responde tanto a factores de oferta como de demanda del sistema financiero y a la tasa de informalidad de la economía. La preferencia por el uso de efectivo debe abordarse desde la oferta —indicador indirecto de la falta de infraestructura de servicios financieros, altos costos o requisitos para su acceso y uso—, y desde el lado de la demanda: falta de confianza de la población hacia el sistema financiero y la poca practicidad que para el cliente representa su uso frente al efectivo. Finalmente, el grado de informalidad de una economía también es una razón de la preponderancia del efectivo sobre los instrumentos de pago financieros. En México, el 22.5% del Producto Interno Bruto (PIB) de 2018 fue generado en la informalidad, y el 56.7% de los puestos de trabajo fueron informales<sup>7</sup>.

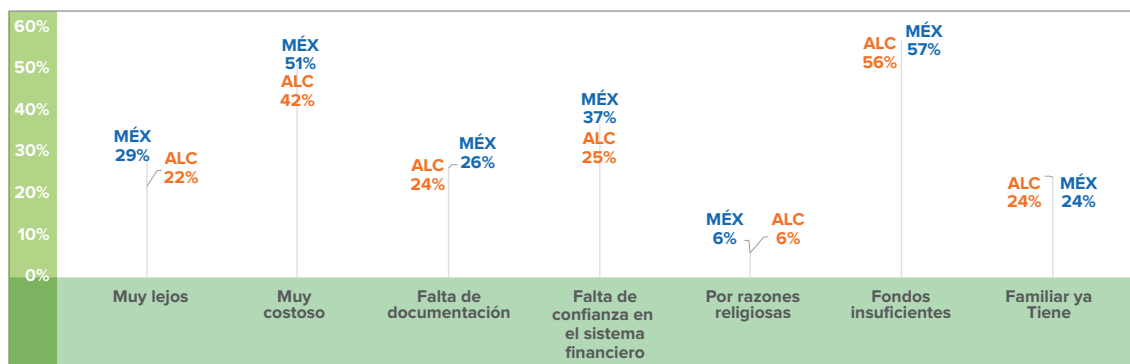
<sup>7</sup> Datos de la Medición de la Economía Informal, INEGI. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/pibmed/>

Fondos insuficientes y altos costos de los servicios financieros como principales razones de exclusión de la población mexicana. Pese a que la legislación mexicana procura la oferta de productos financieros básicos —sin comisiones o a un bajo costo para los y las usuarias—, la población (del lado de la demanda) refiere que las dos principales razones para no tener una cuenta en el sistema financiero son a) los pocos o bajos recursos monetarios que posee, y b) el alto costo de los servicios financieros (gráfico 14). En el ámbito regional (ALC), la principal razón, con un 56% de respuesta, son los fondos insuficientes, y si bien en ALC las razones sobre el alto costo y la falta de confianza en el sistema financiero se ubican en segundo y tercer lugar de motivos de exclusión, se debe destacar que en ambos casos se trata de porcentajes de menor grado que los que se presentan en México (gráfico 15).

**Gráfico 14. Razones por exclusión del sistema financiero - México, 2017**



**Gráfico 15. Razones por exclusión del sistema financiero, 2017**



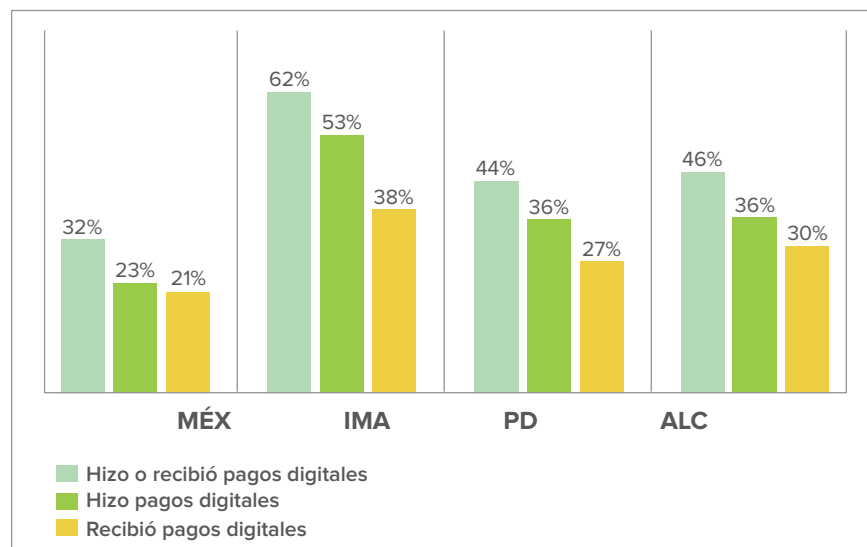
Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex



La demanda por servicios de tecnologías financieras (FINTECH) aún es baja en México y la brecha digital<sup>8</sup> se suma a la brecha de inclusión financiera existente, pese al crecimiento de la oferta de este tipo de servicios. En 2018, con la publicación de la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera (Ley Fintech), México sentó las bases y regulación para el desarrollo y entrada de nuevas formas de proveer servicios financieros (seguros, préstamos, financiamiento, gestión de ahorros e inversiones, pagos y remesas, etc.). Esta fue la primera regulación de su tipo en ALC y de las primeras existentes en el ámbito internacional. Brasil y México son los dos países de la región con mayor crecimiento de este tipo empresas FINTECH. Respecto de la demanda, el uso de los servicios FINTECH se halla determinado por a) el acceso y uso de Internet (mediante dispositivos móviles o conexión por computadora), y b) la brecha en educación financiera, así como las barreras propias de los servicios financieros tradicionales.

En cuanto al acceso y al uso de Internet, en México (2017, según datos del INEGI), el 64% de la población mayor de 6 años es usuaria de Internet y el 51% de los hogares contó con conexión a Internet<sup>9 10</sup>, porcentajes que son similares a los de Brasil (49%) y de Colombia (50%). Ahora bien, si se analiza la demanda y el uso de los servicios FINTECH a través de productos y canales digitales que permiten el pago de servicios (gráficos 16 y 17), se observa que en México la demanda es baja: solo el 32% de la población reportó haber realizado o recibido pagos digitales en los 12 meses posteriores de ser encuestado. La media en ALC fue de 46%. Al realizar la comparación con los países que reportaron niveles similares en uso y acceso de Internet, se descubrió que Brasil reportó casi el doble que México (58%); por su parte, en Colombia, esto significó el 37% de los entrevistados.

**Gráfico 16. Pagos digitales (envío y recepción), 2017**



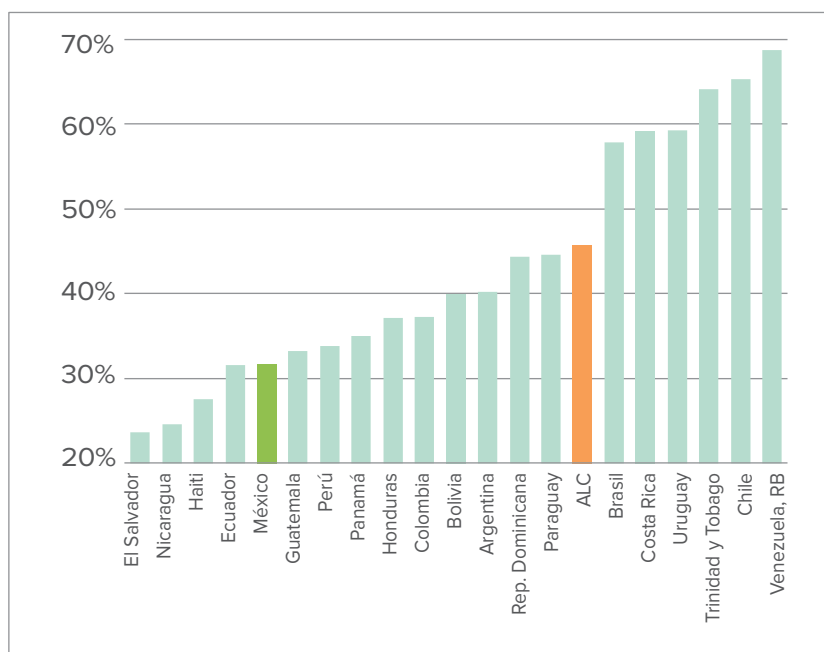
Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex

<sup>8</sup> Se entiende por brecha digital “la expresión de índole cuantitativa y comparativa del desarrollo de las sociedades específicas que emplean medios digitales en su quehacer” (Micheli y Valle, 2018).

<sup>9</sup> Estadísticas sobre la disponibilidad y uso de tecnologías de la información y la comunicación en hogares, INEGI. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/ticshogares/>

<sup>10</sup> En 2019 estos porcentajes fueron de 70% y 56% respectivamente.

**Gráfico 17. Pagos digitales (envío y recepción) - ALC, 2017**



Fuente: elaboración propia con datos de Global Findex

Las cifras de población incluida y excluida de los servicios financieros en México, en comparación con la región a la que pertenece o con países de niveles de ingreso o desarrollo similares, ayuda a poner en perspectiva el avance y las áreas de oportunidad que tiene el país. Es importante notar que las brechas no solo deben ser abordadas desde la provisión de los servicios, o bien desde su regulación y supervisión; el análisis de las barreras del mercado y la posterior creación de políticas públicas desde una perspectiva de la demanda podría ayudar a bancarizar a más personas.

Pese a los avances en inclusión financiera —cobertura y acceso—, las razones de exclusión no han sido plenamente abordadas y en la actualidad actúan como freno. Las razones del porqué en 2017 solo el 10% de las personas ahorró en el sistema financiero o solo el 6% recurrió a intermediarios formales para solicitar un préstamo o crédito son indicadores de la baja participación o interés de la población en el sistema financiero mexicano. Dejando por un momento de lado las barreras de proveeduría del sistema financiero (de infraestructura, de diseño de productos, de comisiones y costos), se puede encontrar las razones del bajo uso de los servicios financieros en el análisis de las barreras —autoimpuestas o no— que enfrenta la población mexicana no bancarizada, entre las que se encuentran: a) la informalidad de la economía, b) la falta de recursos, c) la baja educación financiera, d) la falta de confianza en el sistema financiero, y e) la asimetría de la información y sesgos de comportamiento.



## 2. Panorama general de la inclusión financiera en México

Una vez establecida la perspectiva global y regional de la inclusión financiera en México, se mostrará un panorama general de la penetración de los servicios financieros en la República Mexicana y en qué condiciones socioeconómicas se desarrolla. Esta sección se divide en dos apartados: *a)* contexto del sistema financiero y económico, y *b)* contexto demográfico. La primera subsección tiene como objetivo realizar un breve resumen del desarrollo económico-financiero mexicano contemporáneo —a manera de introducción— en aras de contextualizar la demanda actual de servicios financieros de la población mexicana.

En la segunda subsección, se realiza un análisis de las brechas y barreras actuales (principalmente, geográficas y de género) en el acceso y uso de los productos financieros, con datos de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), así como con los datos disponibles en materia de infraestructura y uso de servicios financieros de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). Cabe destacar que ambas fuentes de datos tienen niveles de representatividad y desagregación distintos. La ENIF es representativa en el ámbito nacional, en seis regiones del país y por tipo de localidad (rural-urbana). Por su parte, las bases de la CNBV contienen información del ámbito municipal, con base en registros administrativos que reportan los oferentes de servicios y productos financieros. Asimismo, se contempló información del Censo de Población y Vivienda 2010, a fin de que el análisis considere mayores elementos desagregados de los contextos geográfico y demográfico de México.

### 2.1. Contexto del sistema bancario y la economía en México

*México es un país con un sistema bancario relativamente joven y con una historia reciente de sobresaltos; sin embargo, el sistema financiero en general se contempla como bien consolidado, sobre todo en términos de volumen de recursos y nivel de sofisticación. La banca mexicana se ha reconfigurado desde la década de los ochenta en por lo menos tres ocasiones. De manera sucinta, la historia reciente de la intermediación bancaria mexicana puede resumirse en tres momentos claves; en primer lugar, la nacionalización de la banca (1982) se dio en un contexto de crisis de deuda externa; en segundo lugar, la banca se reconfiguró debido a su privatización entre 1991 y 1992, en el marco de una liberalización financiera y económica; por último, el rescate —por parte del Estado— de quince instituciones financieras en riesgo de quiebra (1995), ante una crisis financiera y de balanza de pagos, desembocaría en la tercera reconfiguración del sistema bancario: la posibilidad de la inversión extranjera (capital) en las entidades bancarias.*

*Hasta finales de la década de los ochenta, la economía mexicana estuvo caracterizada por altos niveles de regulación y desequilibrios fiscales que se tradujeron en crisis cambiarias y de deuda, altas tasas de inflación, desempleo, crecimiento de la pobreza, bajo crecimiento y desarrollo económico. Asimismo, el nivel de intermediación financiera era bajo; existían pocos incentivos para otorgar créditos; la regulación del sistema se hallaba poco desarrollada, y el acceso a productos financieros se centraba en el décimo decil de la población.*



*En un cambio de modelo económico, en la década de los noventa, la economía mexicana buscó la liberalización de los mercados, entre ellos el financiero. La banca comercial —en un contexto de bajas tasas de interés, entrada de capital y necesidad de recuperar la inversión hecha con la privatización (Hernández y Villagómez, 2012)— encontró mayor espacio para una colocación de recursos, lo que significó para los hogares y empresas mexicanos una mayor oferta de crédito: “...el crédito al sector privado pasó de un 20% del Producto Interno Bruto en 1989 a un 55% en 1993”. (DAI, M. C., 2011). En 1994, no obstante, una serie de factores económico-financieros fueron sumándose: un alto apalancamiento de las entidades financieras y poca regulación prudencial (baja calidad de la cartera crediticia), una población con créditos hipotecarios y de consumo, el incremento de la deuda nacional a corto plazo en dólares (incluidas las empresas locales con deuda en dólares), el deterioro de la balanza de pagos y una disminución de las reservas internacionales provocaron una crisis financiera (Hernández y Villagómez, 2012) y de balanza de pagos que tuvo fuertes repercusiones en la población general (inflación de más del 50%, reducción del Producto Interno Bruto en 6.2%, alza en la tasa de desempleo) y en específico en la población que recién accedía al sistema financiero (imposibilidad para cubrir deudas pactadas a tasas variables o en divisas). La pobreza de patrimonio llegó a representar el 70% de la población mexicana (Tello, 2010).*

*En las últimas dos décadas, las entidades del mercado financiero aumentaron sus niveles de intermediación (captación y colocación) y con ello, su oferta de productos y servicios a la población. La consolidación de la banca comercial —con un renovado marco regulatorio— fue la base del desarrollo del sistema financiero. La cartera de intermediarios financieros se fortaleció tanto en el ahorro financiero (interno y externo) como en su contraparte, el financiamiento (interno y externo). En 2000, el ahorro financiero interno equivalió al 38% del Producto Interno Bruto<sup>11</sup>, mientras que en 2019 alcanzó el equivalente al 67% del PIB (24.6% corresponde a la captación en banca múltiple y banca de desarrollo)<sup>12</sup>. Por su parte, el financiamiento pasó de representar un 31% del PIB en 2000 a un 78% en 2019.*

*Pese al periodo de estabilidad y crecimiento sostenido de los intermediarios financieros, esto no se ha traducido en una población con alto grado de bancarización. Con excepción de los años 2008 y 2009, el sistema financiero mexicano ha logrado consolidarse con estabilidad y crecimiento. Sin embargo, la penetración de los servicios financieros mantiene tasas bajas<sup>13</sup>. Lo anterior invita a analizar las razones de la baja inclusión financiera del país. Las barreras de acceso por el lado de la oferta: altos costos de los servicios (comisiones), baja cobertura, asimetría de la información, ausencia de productos dirigidos para la población de bajos ingresos<sup>14</sup> no son menores, pero en parte pueden ser subsanadas por medio de un papel más activo de la banca de desarrollo. En términos de barreras por el lado de la demanda, y a la luz de la historia reciente del sistema bancario, es necesario que el*

<sup>11</sup> Comisión Nacional Bancaria y de Valores. El ahorro financiero y su intermediación en México (2000-2010).

<sup>12</sup> Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Ahorro financiero y financiamiento en México, 2019.

<sup>13</sup> Lo anterior, en comparación con países de la región o con otros países de ingreso medio alto. Ver la primera sección de este documento.

<sup>14</sup> Si bien las cuentas básicas (cuentas sin comisiones) son un instrumento que la banca comercial está obligada a ofrecer, este producto no ha logrado permear en la población de bajos ingresos.



acceso y uso de los servicios financieros se fomente desde la educación financiera: a) aumentando la conciencia sobre la importancia del ahorro y las finanzas saludables, y b) minimizando los niveles de desconfianza a los intermediarios financieros.

#### *a) Sectores bancario y de ahorro y crédito popular*

*En México los servicios de ahorro y financiamiento son ofrecidos tradicionalmente por la banca comercial, la banca de desarrollo y las Entidades de Ahorro y Crédito Popular (EACP)<sup>15</sup>. De manera general, se puede establecer que la banca comercial atiende al sector privado y tiene fines comerciales. Por su parte, la banca de desarrollo está conformada por nueve entidades de la Administración Pública Federal<sup>16</sup> que colaboran o complementan la oferta de la banca comercial. Por ello, la banca de desarrollo se consolida para facilitar el acceso al financiamiento a personas físicas y morales a través de banca de primero y segundo piso, así como para proporcionarles asistencia técnica y capacitación<sup>17</sup>. Finalmente, las EACP están enfocadas en la atención de necesidades de ahorro y crédito de los sectores comúnmente excluidos por la banca comercial, tanto en el ámbito rural como en el urbano. En tal sentido, se considera que las EACP son instituciones que captan a las y los clientes que la banca comercial no puede o no quiere atender. Este último sector está conformado, a su vez, por 1) Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (Socap)<sup>18</sup>; 2) Sociedades Financieras Populares (Sofipo)<sup>19</sup>; 3) Sociedades Financieras Comunitarias (Sofinco)<sup>20</sup> y sus Organismos de Integración Financiera Rural (OIFR). Cada una de las anteriores se encuentra debidamente regulada y observada por la CNBV.*

<sup>15</sup> Dada la naturaleza de este documento, en el presente apartado se abordará solo estos tres tipos de instituciones financieras: banca comercial (múltiple), banca de desarrollo y Entidades de Ahorro y Crédito Popular.

<sup>16</sup> Nacional Financiera, S.N.C. (NAFIN); Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C. (BANOBRAS); Banco Nacional del Comercio Exterior, S.N.C. (BANCOMEXT); Sociedad Hipotecaria Federal, S.N.C. (SHF); Banco del Bienestar; Banco Nacional del Ejército, Fuerza Aérea y Armada, S.N.C. (Banjército); Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero (FND); Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) y el Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural (FOCIR).

<sup>17</sup> Cabe mencionar que las bases de inclusión financiera de la CNBV con las que se trabaja a lo largo del documento únicamente cuentan con información de dos bancos de desarrollo (Banco del Bienestar y Banjército) por ser los únicos que ofrecen productos de captación y crédito para el público en general.

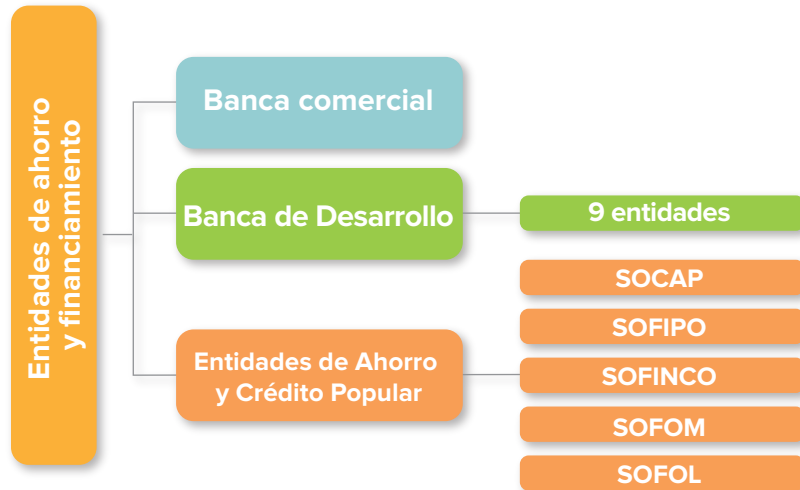
<sup>18</sup> Las Socaps son organizaciones constituidas para realizar operaciones de ahorro y préstamo con sus socios. Forman parte del sistema financiero mexicano con el carácter de integrantes del sector social sin ánimo especulativo y no tienen fines de lucro.

<sup>19</sup> Las Sofipos son sociedades anónimas de capital variable facultadas para prestar servicios a socios y clientes. Estas entidades están reguladas por la CNBV, son supervisadas de forma auxiliar por las Federaciones y cuentan con un fondo de protección al ahorro. Dichas entidades pueden recibir depósitos, préstamos de otros bancos, de fideicomisos públicos, organismos internacionales, de Afores, aseguradoras o afianzadoras; expedir y operar tarjetas de débito y tarjetas recargables; otorgar crédito a sus clientes; recibir o emitir órdenes de pago y transferencias; recibir pagos de servicios por cuenta de terceros; compra-venta de divisas en ventanilla por cuenta propia o de terceros; distribuir seguros, fianzas y recursos de programas gubernamentales.

<sup>20</sup> Las Sofincos fueron incorporadas en la reforma a la Ley de Ahorro y Crédito Popular (LACP) del año 2009, como una alternativa financiera para atender al sector rural marginado. La LACP reconoce que las Sofincos pueden organizarse y asociarse a un Organismo de Integración Financiera Rural que les permita tener servicios de contabilidad, sistemas, administración de liquidez, recibir préstamos para sus socios, entre otros servicios de segundo piso.



Figura 4. Entidades bancarias y de ahorro y crédito popular en México



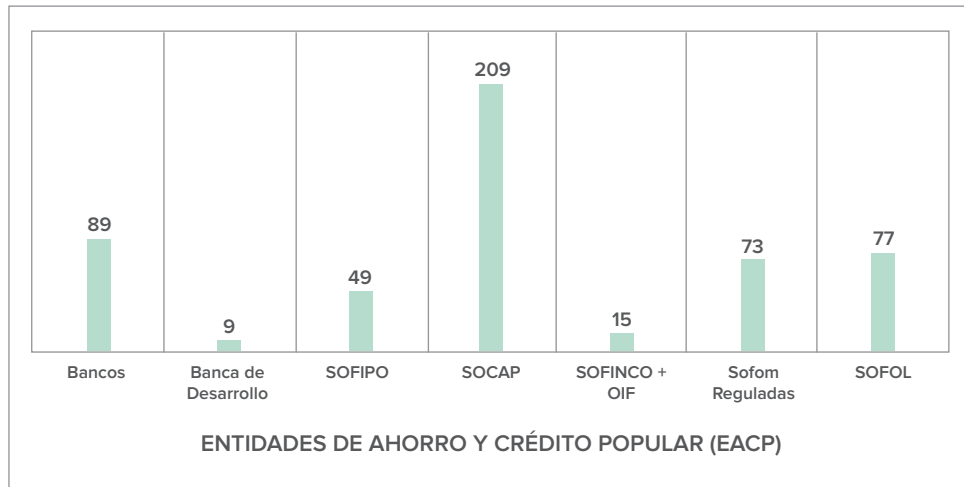
Fuente: elaboración propia

Adicionalmente, el sector financiero cuenta con organismos auxiliares de crédito, tales como las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (Sofom), impulsadas por fondos públicos y por la banca de desarrollo. Dependiendo de su perfil, los servicios que ofrecen y el tipo de vínculos patrimoniales, las Sofomes pueden ser entidades reguladas o no reguladas (ENR) por la CNBV y la CONDUSEF.

Las Sociedades Financieras de Objeto Limitado (Sofol), por su parte, a partir de las reformas de 2006 a la Ley de Ahorro y Crédito Popular, fueron extintas y contaron con un plazo de siete años para modificar sus estatutos y cambiar de objeto. Así, una gran parte de las Sofoles transitó hacia el esquema de Sofomes reguladas y no reguladas.



**Gráfico 18. Número de instituciones financieras por tipo<sup>21</sup>**



Fuente: elaboración propia con datos del Catálogo del Sistema Financiero Mexicano de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2020

Aun cuando existan más instituciones del sector de la EACP, actualmente la banca múltiple (comercial) es el principal intermediario del sistema financiero mexicano. La banca múltiple tiene el 63% del volumen de captación de los intermediarios financieros; de la misma forma, 59% de la cartera de crédito nacional es otorgada por la banca múltiple; en ambos casos, el segundo lugar es para la banca de desarrollo, con porcentajes muy distantes (11 y 13%, respectivamente) (CNBV, 2019). Ante ello, es importante mencionar que las EACP tienen una dispersión territorial diferente (más rural y semiurbana) que la de la banca comercial, considerando que para este último sector la proveeduría de bienes y servicios financieros en comunidades remotas o poco accesibles se hace poco eficiente.

## 2.2. Contexto general demográfico de México

México es un país de más de 127 millones de personas<sup>22</sup>, distribuidas en 2 mil 457 municipios y más de 195 mil localidades.

<sup>21</sup> Se estima que hay 4,582 SOFOM No Reguladas

<sup>22</sup> Consejo Nacional de Población. Indicadores demográficos de la República Mexicana, en 2020.

**Tabla 1. Tipo de municipios**

| Tipo de municipio | Rangos de población  | Frecuencia | Porcentaje de municipios | Porcentaje de la población |
|-------------------|----------------------|------------|--------------------------|----------------------------|
| Rural             | (0-5,000)            | 655        | 26.59                    | 1.26                       |
| En transición     | (5,000-15,000)       | 625        | 25.38                    | 4.65                       |
| Semiurbano        | (15,000-50,000)      | 736        | 29.88                    | 16.17                      |
| Urbano            | (50,000-300,000)     | 361        | 14.66                    | 30.90                      |
| Semimetrópoli     | (300,000- 1,000,000) | 74         | 3.00                     | 32.88                      |
| Metrópoli         | 1,000,000 o más)     | 12         | 0.49                     | 14.14                      |

Fuente: elaboración propia con base en la clasificación de municipios de la CNBV y con datos del INEGI

México cuenta con una alta tasa de urbanización; menos del 2% de la población vive en un municipio clasificado como rural. México es un país altamente urbano; por ello, el 78% de la población habita en municipios urbanos, semimetrópoli o metrópoli, aunque estos representen solamente el 18% del total de los municipios en México. El 20% de la población restante habita en municipios semiurbanos y en transición, los cuales —en conjunto— representan 55% del total de municipios.

**Tabla 2. Tipo de localidades**

| Tipo de localidad | Rango de población | Porcentaje respecto del total de localidades | Porcentaje de la población que vive en ese tipo de localidades |
|-------------------|--------------------|--|--|
| Rural             | <2,500             | 98.13  | 23.47  |
| Semiurbana        | 2,500-14,900       | 1.54   | 14.30  |
| Urbana            | ≥15,000            | 0.32   | 62.23  |

Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

En México, poco más del 98% de las localidades son rurales y en ellas habita el 23% de la población. Además de la división por municipios, el país se puede clasificar por localidades, lo que permite un análisis más desagregado del territorio nacional. A este nivel de fragmentación, se corroboran los que reflejan datos en el ámbito municipal. La mayoría de la población vive en zonas urbanas y semiurbanas. No obstante, la división por localidades permite recalcar que casi el total de las localidades existentes son clasificadas como rurales, es decir, constan con una población menor a 2,500 habitantes.



Ahora bien, a fin de unir la información de tipos de localidades con el tipo de municipios, se generó un nuevo indicador sobre el porcentaje de localidades urbanas, semiurbanas y rurales, que puede proporcionar información adicional sobre la dispersión demográfica de cada municipio.

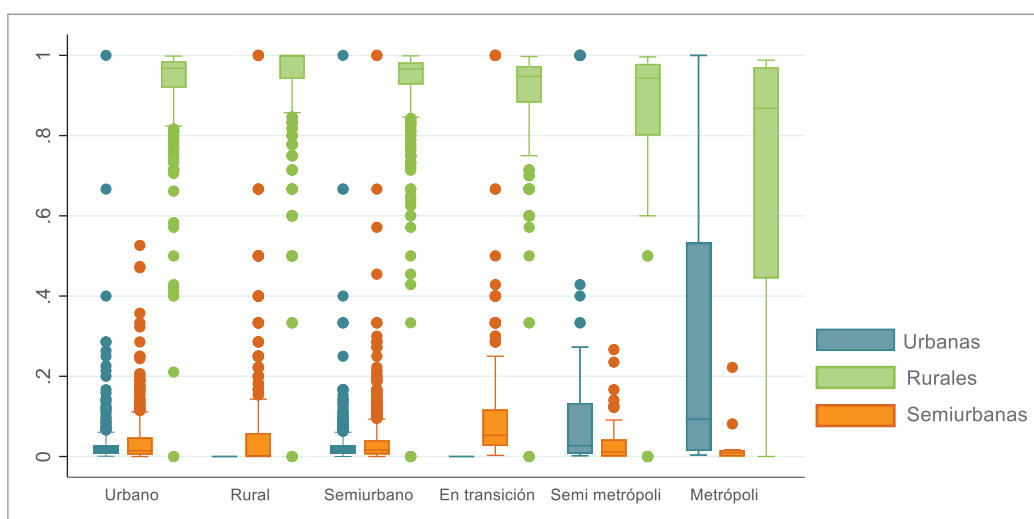
**Tabla 3. Tipo de municipios y tipo de localidades**

| Tipo de municipio | % localidades rurales | % localidades semiurbanas | % localidades urbanas |
|-------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|
| Rural             | 94.42                 | 5.57                      | 0.00                  |
| En transición     | 90.87                 | 9.13                      | 0.00                  |
| Semiurbano        | 93.32                 | 3.91                      | 2.77                  |
| Urbano            | 92.47                 | 4.25                      | 3.28                  |
| Semimetrópolis    | 80.07                 | 3.47                      | 16.46                 |
| Metrópolis        | 67.51                 | 2.07                      | 29.42                 |

Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

El análisis de datos confirma la heterogeneidad de localidades existentes dentro de los propios municipios. Como se observa en la tabla anterior, y en línea con lo mencionado, en los diferentes tipos de municipios existe una variedad de tipos de localidades. De hecho, incluso en metrópoli o semimetrópolis es muy probable encontrar localidades rurales o semiurbanas.

**Gráfico 19. Tipo de localidades por tipo de municipios**



Fuente: elaboración propia con datos de la CNBV y del INEGI



La composición geográfica del país resulta en una barrera para la provisión de servicios financieros particulares. Al observar con mayor detalle la distribución de los tipos de localidades en los municipios, y considerando la elevada dispersión poblacional en el país, suele resultar complicado que todos sus habitantes tengan acceso a ciertos bienes y servicios. En este sentido, en algunas comunidades proveer de servicios financieros tradicionales puede resultar poco costo-eficiente derivado de la dificultad de acceso o la densidad poblacional. Lo anterior se traduce en barreras geográficas que generan desigualdades en varios rubros. Dichas barreras constituyen una capa adicional de exclusión, que se traslapa con condiciones socioeconómicas y características individuales.

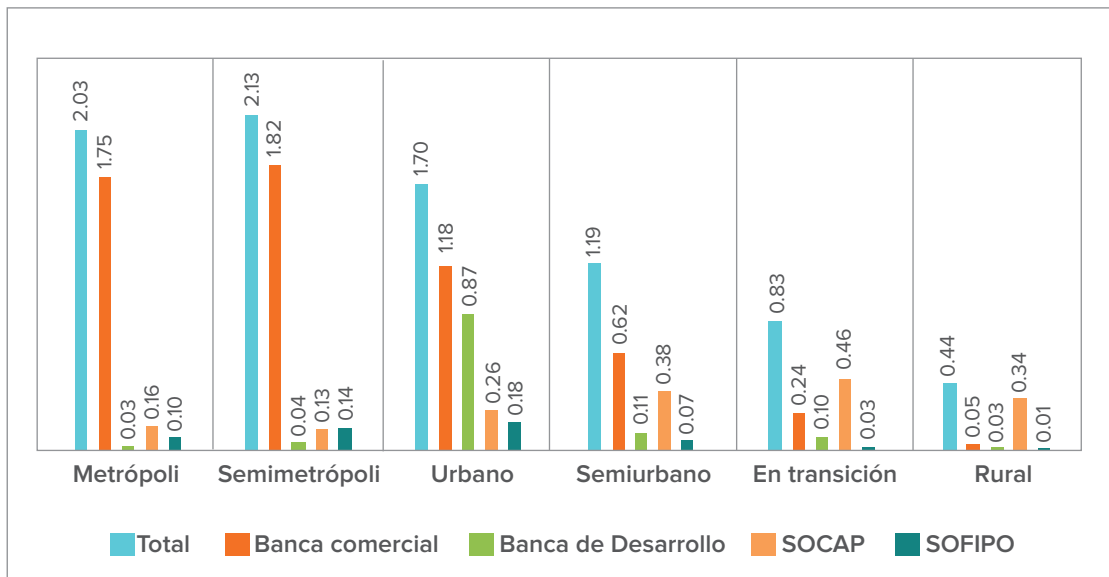
En particular, la densidad demográfica, la lejanía de una localidad y los caminos de acceso disponibles para llegar a ella afectan la decisión de los proveedores de servicios financieros sobre dónde ubicar su infraestructura (sucursales, cajeros, terminales punto de venta, corresponsalías, etc.), y con ello se afecta —a su vez— la disponibilidad de productos financieros para los habitantes. Dado lo anterior, resulta fundamental considerar los aspectos geográficos en el análisis de exclusiones de todo tipo, incluidas las financieras. De hecho, en materia de inclusión financiera, el aspecto geográfico ha resultado decisivo.

### 2.3. Penetración de los servicios financieros en México

#### 2.3.i. Acceso e infraestructura

a) Infraestructura y penetración del sistema bancario y sector de ahorro y crédito popular

Gráfico 20. Sucursales por cada 10 mil adultos, por tipo de municipio



Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019



La penetración de infraestructura, servicios y tipos de instituciones financieras varía dependiendo de la situación demográfica de la localidad. En el gráfico 20 se observa el número de sucursales de los tres tipos de instituciones financieras por cada 10 mil personas adultas, según el tipo de municipio. En concordancia con lo mencionado, en los municipios clasificados como metrópoli o semimetrópolis, el número total de sucursales pertenece prácticamente a la banca comercial. Asimismo, la banca de desarrollo se ubica principalmente en municipios urbanos. Por su parte, la población rural y en transición se encuentra atendida prácticamente por las EACP, con 0.34 y 0.46 sucursales por cada 10 mil habitantes adultos, respectivamente.

**Tabla 4. Correlaciones entre número de sucursales y porcentaje de localidades de cada tipo**

|                     | % rurales | % semiurbanas | % urbanas |
|---------------------|-----------|---------------|-----------|
| Banca comercial     | -0.15     | -0.07         | 0.32      |
| Banca de desarrollo | -0.06     | 0.07          | 0.001     |
| Socap               | 0.03      | -0.02         | -0.03     |
| Sofipo              | 0.23      | -0.01         | 0.05      |

Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019

Al respecto, en la tabla anterior también se observan las correlaciones entre el porcentaje de localidades rurales, mixtas y urbanas, y el número de sucursales por cada 10 mil adultos. Se aprecia que existe una correlación positiva entre el porcentaje de localidades urbanas en un municipio y el número de sucursales de la banca comercial; al contrario, en los porcentajes de semiurbanas y rurales, la correlación es negativa.

**Tabla 5. Infraestructura por cada 10 mil adultos**

|                | Corresponsales | Cajeros | TPV    | Establecimientos TPV |
|----------------|----------------|---------|--------|----------------------|
| Metrópolis     | 5.20           | 8.02    | 199.49 | 112.77               |
| Semimetrópolis | 6.34           | 8.64    | 217.76 | 112.71               |
| Urbano         | 4.31           | 4.15    | 69.03  | 43.36                |
| Semiurbano     | 3.24           | 2.14    | 21.45  | 15.89                |
| En transición  | 2.78           | 1.43    | 11.14  | 8.54                 |
| Rural          | 2.40           | 0.66    | 5.04   | 4.15                 |

Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019



La oferta de canales de acceso a servicios financieros está relacionada con el tipo de municipio. Es notorio que las diferencias no solo se ven en la atención de los diferentes tipos de instituciones financieras, sino también en la infraestructura física que permite adquirir y utilizar los servicios y productos de los tres sectores mencionados (banca comercial, banca de desarrollo y EACP). Ante ello, los municipios catalogados como semimetropolitanos tienen casi cinco veces más sucursales y casi siete veces más cajeros de la banca comercial que los municipios rurales (de acuerdo con el gráfico 20 y la tabla 5, respectivamente). Adicionalmente, las brechas de disparidad se acentúan si se toma en cuenta la infraestructura digital. Por ejemplo, si se pondera por el tamaño de la población, **los municipios semimetropolitanos tienen siete veces más contratos de banca móvil que los municipios rurales**. Asimismo, se observa que las metrópolis poseen casi treinta veces más establecimientos con TPV que los municipios rurales, y diez veces más que los semiurbanos.

**Tabla 6. Contratos de banca móvil por cada 10 mil personas adultas, por región**

|               | Contratos de banca móvil por cada 10 mil personas adultas | TPV por cada 10 mil personas adultas | Establecimientos con TPV por cada 10 mil personas adultas |
|---------------|---|--------------------------------------|---|
| Metrópoli     | 4,829.00  | 211.70                               | 118.38  |
| Semimetrópoli | 6,808.14  | 185.34                               | 119.27  |
| Urbano        | 3,257.28  | 66.54                                | 48.56   |
| Semiurbano    | 1,999.57  | 25.88                                | 19.81   |
| En transición | 1,395.63  | 12.98                                | 10.71   |
| Rural         | 1,033.85  | 6.94                                 | 5.51  |

Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a diciembre de 2019

### 2.3.ii. Tenencia, aceptación y uso de productos financieros

Los indicadores de uso de los servicios financieros son considerados clave para evaluar la inclusión financiera. Es fundamental conocer la tenencia, aceptación y uso de los productos financieros por parte de la población a fin de conocer la dinámica del mercado. Para el PNUD, la inclusión financiera va más allá de solo la tenencia de productos financieros; incorpora también su aceptación y (buen) uso. De hecho, desde el PNUD se cree que es un proceso continuo que comienza con la tenencia de un producto financiero, continúa con su aceptación y termina con su uso cotidiano. La tenencia se puede medir con la apertura de cuentas de cualquier producto financiero, mientras que la aceptación y el uso se pueden medir con las acciones (de ahorro, por ejemplo), transacciones o transferencias<sup>23</sup> y los saldos que se realicen con estos productos.



Figura 5. Ciclo de la Inclusión Financiera



Fuente: elaboración propia

#### a) Brechas municipales en la tenencia, aceptación y uso de productos financieros

La brecha sobre tenencia y uso de servicios financieros está correlacionada positivamente con el acceso a estos y, por lo tanto, con el tipo de comunidad. Como se puede observar en los gráficos 20 y 21, además del acceso a la infraestructura física y digital, existe una brecha de desigualdad en la tenencia y uso de productos financieros respecto del tipo de municipio donde habite la población.

En relación con la tenencia de tarjetas de débito (TDD), si bien en México existen 1.23 tarjetas por persona (gráfico 7), un análisis sobre la distribución de dicho producto financiero en el ámbito municipal (gráfico 21) permite observar lo siguiente:

- (1) Existe una brecha entre la cantidad de TDD existentes en los municipios con mayor población (semiurbanos, urbanos, semimetrópolis y metrópolis) y los municipios en transición y rurales. Hay casi 5,000 tarjetas de débito más en los primeros municipios que en los rurales. Con una explicación inicial se puede inferir la correlación positiva con la oferta de canales de acceso (infraestructura financiera) y el número de habitantes por municipio. No obstante, factores como el nivel de ingreso, los niveles de pobreza, desempleo, informalidad económica, educación de los habitantes no deben ser omitidos como posibles inhibidores de la demanda de servicios financieros.

<sup>23</sup> Se entiende como transacción o transferencia los envíos de dinero realizados a la orden de un/a usuario/a desde su cuenta financiera a otra cuenta financiera.

**Tabla 7. Contratos de tarjetas de débito por cada 10 mil personas adultas, por región**

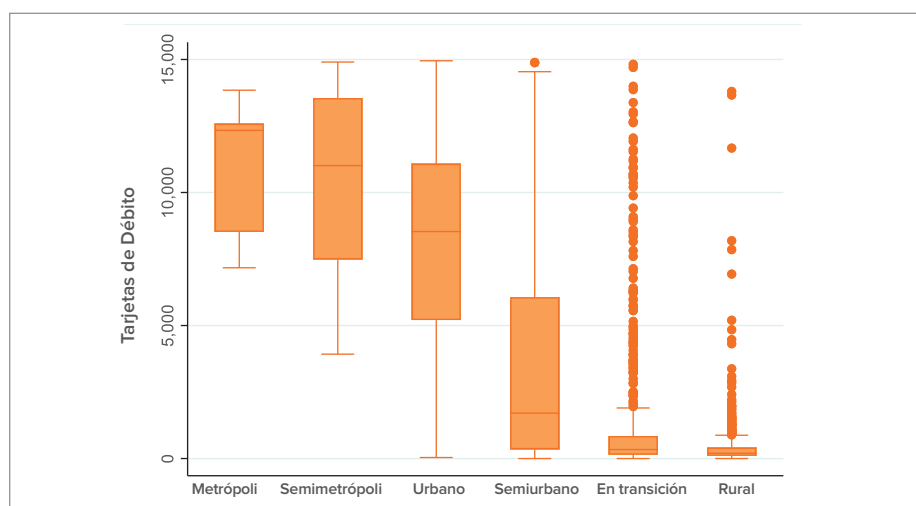
|                | Contratos de tarjetas de débito por cada 10 mil personas adultas |
|----------------|--|
| Metrópolis     | 15,927.83  |
| Semimetrópolis | 20,578.41  |
| Urbano         | 10,933.17  |
| Semiurbano     | 4,778.66   |
| En transición  | 1,894.47   |
| Rural          | 627.51   |

*Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a diciembre de 2019*

(2) Existe una amplia dispersión de tenencia en municipios con la misma clasificación, en específico en los municipios urbanos y semiurbanos, donde se registran casos con niveles propios de municipios rurales o metrópoli. Lo anterior puede ser explicado por la variedad de localidades que componen los municipios.

Asimismo, el uso de productos, analizado a través del volumen de transacciones tradicionales<sup>24</sup> por cada 10 mil habitantes (gráfico 22) refleja una brecha sobre el tipo de comunidad en la que se habita, así como un comportamiento directo entre la tenencia de TDD y la realización de transacciones; las semimetrópolis son las que registran una cantidad mayor en el ámbito nacional.

**Gráfico 21. Tarjetas de débito por cada 10 mil adultos por municipio**



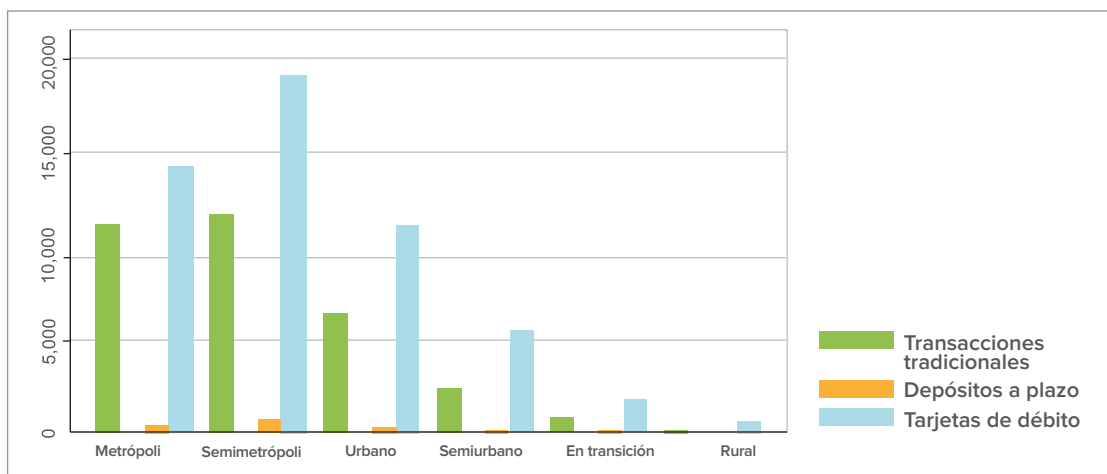
*Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019*

<sup>24</sup> Datos al tercer trimestre de 2019.





**Gráfico 22. Tenencia, aceptación y uso de productos por cada 10 mil habitantes**



Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019

*b) Brechas regionales en la tenencia, aceptación y uso de productos financieros*

Posteriormente, se realizará un análisis regional de la tenencia, aceptación y uso de productos financieros. Se contemplan seis regiones en el país: Noroeste, Noreste, Occidente y Bajío, Ciudad de México, Centro, Sur y Oriente y Sur<sup>25</sup>. Cada una incluye diferentes entidades federativas, como se muestra en la Figura 6.

**Tabla 8. Tenencia general de productos financieros por región**

| Región               | Tenencia general de productos financieros, % |
|----------------------|--|
| Noroeste             | 71.89  |
| Noreste              | 66.17  |
| Occidente y Bajío    | 56.78  |
| CDMX                 | 64.12  |
| Centro Sur y Oriente | 53.61  |
| Sur                  | 61.27  |

Fuente: elaboración propia con información de la ENIF 2018

<sup>25</sup> **Noroeste** (Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Durango, Sinaloa, Sonora).

**Noreste** (Coahuila, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas).

**Occidente y Bajío** (Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, Zacatecas, Colima).

**Ciudad de México** (Ciudad de México).

**Centro Sur y Oriente** (Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla, Tlaxcala, Veracruz).

**Sur** (Campeche, Chiapas, Guerrero, Quintana Roo, Tabasco, Yucatán, Oaxaca).



**Figura 6. Tenencia general de productos financieros por región, %**



Fuente: elaboración propia con información de la ENIF 2018

El análisis regional del país permite focalizar las brechas existentes en los servicios financieros. La región cuya población tiene más productos financieros es el Noroeste, seguido del Noreste, la Ciudad de México y el Sur; y las regiones más rezagadas en la tenencia de productos financieros son el Occidente y Bajío, y el Centro, Sur y Oriente.

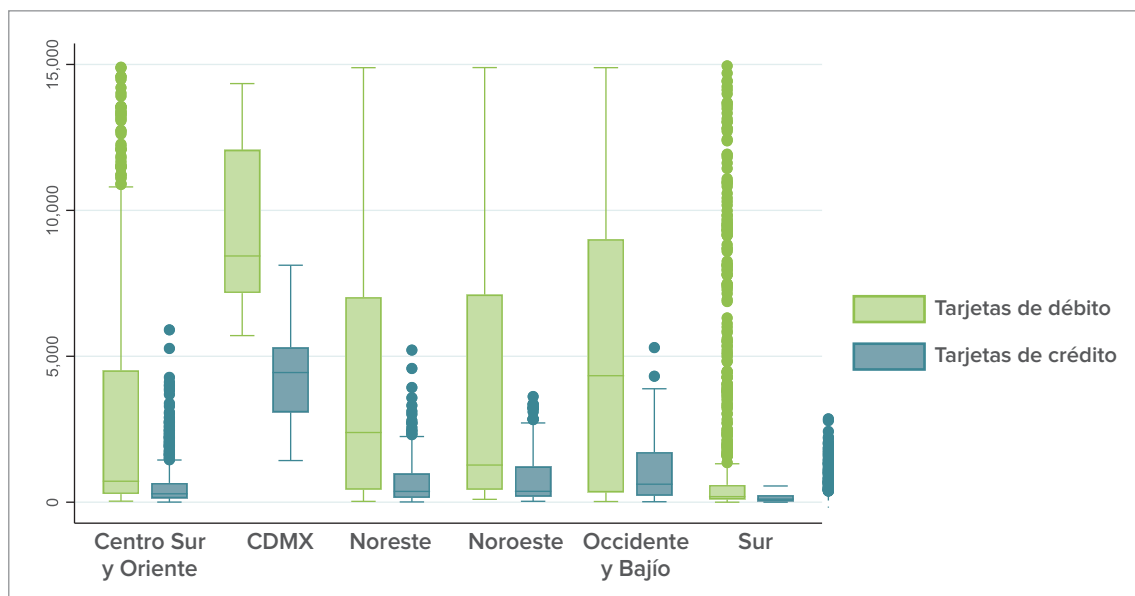
**Figura 7. Regiones con más inclusión financiera**



Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019

Estas brechas también se relacionan con la penetración desagregada en el acceso y la infraestructura de los tres tipos de instituciones financieras: banca comercial, banca de desarrollo y las EACP.

**Gráfico 23. Tenencia de productos de ahorro y crédito de la banca comercial por región**



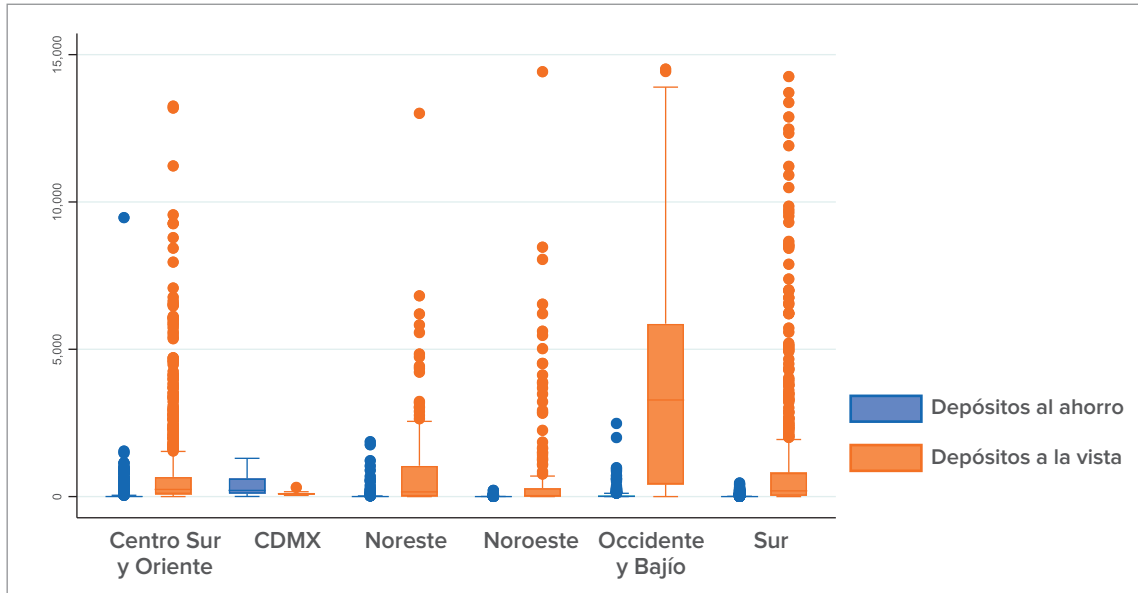
Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019

Las brechas en el ámbito regional conservan una relación positiva entre la tenencia de productos financieros básicos y el acceso e infraestructura que ofrecen las entidades financieras. La banca comercial en Ciudad de México cuenta con el mayor número de tarjetas de crédito y de débito por cada 10 mil habitantes, mientras que la región Sur tiene —en promedio— cerca de cero tarjetas de la banca comercial por cada 10 mil habitantes. Lo anterior también se relaciona con el hecho de que los municipios metropolitanos, semimetropolitanos y urbanos poseen una mayor infraestructura y acceso de los tres tipos de instituciones financieras en general y de la banca comercial, en particular, tal como se demostró en la sección anterior.

La presencia de las EACP permite una distribución más igualitaria de los servicios y productos financieros. Dada la naturaleza de las EACP, estas proveen de canales de acceso a municipios menos poblados y a las regiones más desatendidas por la banca comercial. En este tenor, como se aprecia en el gráfico 25, la región Occidente y Bajío es la más atendida en términos proporcionales por las EACP, pero la menos atendida por la banca comercial.

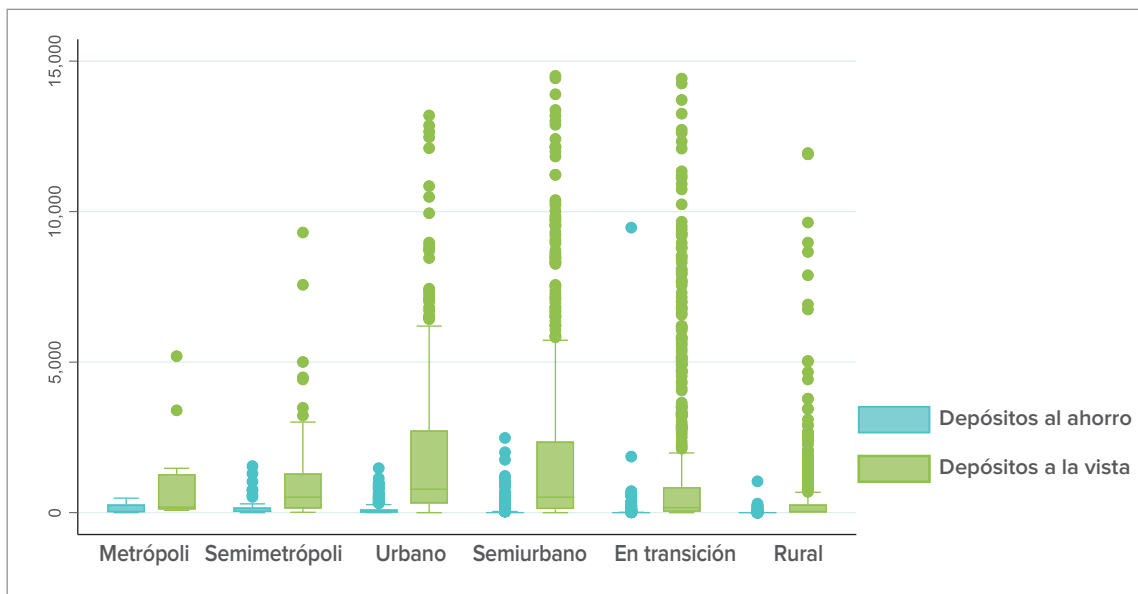


**Gráfico 24. Tenencia de productos de ahorro de EACP por tipo de región**



Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019

**Gráfico 24. Tenencia de productos de ahorro de EACP por tipo de región**



Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019



En cuanto al uso de productos financieros, medido con acciones de ahorro en este caso, existe también una disparidad o brechas regionales. Cabe destacar que se considera el ahorro como un buen indicador, ya que —además de denotar el uso del producto financiero— puede dar cuenta de la vulnerabilidad financiera<sup>26</sup> de la población.

El análisis regional arroja diferencias en la prevalencia del ahorro por región. Mientras que en el Noroeste 83.29% de la población ahorra, en la región Occidente y Bajío sólo 75.66% de los habitantes practica el hábito del ahorro. Si el análisis se traslada al tipo de localidad, es posible observar que el ahorro es más frecuente entre la población en localidades grandes de más de 100 mil habitantes (80.87%) y menos frecuente en las localidades de menos de 2,500 habitantes (74.33%).

**Tabla 9. Ahorro por región**

|                  | Noroeste  | Noreste   | Occidente y Bajío | CDMX      | Centro Sur y Oriente | Sur        |
|------------------|-----------|-----------|-------------------|-----------|----------------------|------------|
| <b>No ahorra</b> | 1,709,539 | 1,984,677 | 3,922,048         | 1,151,501 | 5,696,178            | 2,556,162  |
|                  | 16.71%    | 20.96%    | 24.34%            | 18.82%    | 23.18%               | 20.31%     |
| <b>Ahorra</b>    | 8,523,934 | 7,481,966 | 12,193,794        | 4,968,588 | 18,879,464           | 10,029,120 |
|                  | 83.29%    | 79.04%    | 75.66%            | 81.18%    | 76.82%               | 79.69%     |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

Estas acciones de ahorro pueden hacerse a través de medios formales (como cuentas de ahorro bancarias) o por medios informales (como tandas o préstamos a personas conocidas). En México, un elevado porcentaje de la población (63.25%) ahorra mediante mecanismos informales, mientras que sólo 47.09% de la población ahorra mediante productos ofrecidos por bancos e instituciones financieras. Cabe destacar que la región con menos ahorro informal es la Ciudad de México, mientras que la región con más ahorro informal es el Noreste, con cerca de ocho puntos porcentuales de diferencia. Por otro lado, la comparativa por tipo de localidad arroja que en aquellas con población de entre 2500 y 15 mil, un mayor porcentaje de personas ahorra informalmente. Sin embargo, es importante mencionar que 50.38% de las personas que ahorran informalmente también cuentan con mecanismos de ahorro formal en bancos o instituciones financieras reguladas.

<sup>26</sup> La vulnerabilidad financiera se define como la poca o nula habilidad de recuperarse de un impacto financiero, como la pérdida de ingreso o un incremento incontrolable de gastos. Puede medirse con la cantidad de tiempo en que una persona puede seguir cubriendo sus gastos normales tras el impacto negativo, sin solicitar dinero prestado (Arellano, A. Cámara, N. Mejía, D, 2019).



### c) Otras brechas

La brecha financiera existente puede exacerbarse por otro tipo de exclusiones. Las brechas de inclusión financiera en materia regional y municipal se pueden acentuar si se toma en cuenta la interseccionalidad con otras brechas de desigualdad o discriminación que existen entre grupos poblacionales específicos, en particular aquellos que sufren exclusiones duras<sup>27</sup>, como las comunidades indígenas, las personas con discapacidad y/o las mujeres, quienes tradicionalmente han sido dejados fuera por el sector financiero.

**Tabla 10. Brechas generales en la tenencia de productos financieros**

|                      | Tenencia General, % | Hombres, % | Mujeres, % | Brecha por sexo  H-M |
|----------------------|---------------------|------------|------------|----------------------|
| Noroeste             | 71.89               | 72.33      | 71.47      | 0.86                 |
| Noreste              | 66.17               | 71.14      | 61.42      | 9.72                 |
| Occidente y Bajío    | 56.78               | 60.22      | 53.70      | 6.52                 |
| CDMX                 | 64.12               | 62.76      | 65.36      | 2.6                  |
| Centro Sur y Oriente | 53.61               | 54.70      | 52.65      | 2.05                 |
| Sur                  | 61.27               | 57.05      | 65.04      | 7.99                 |

Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019

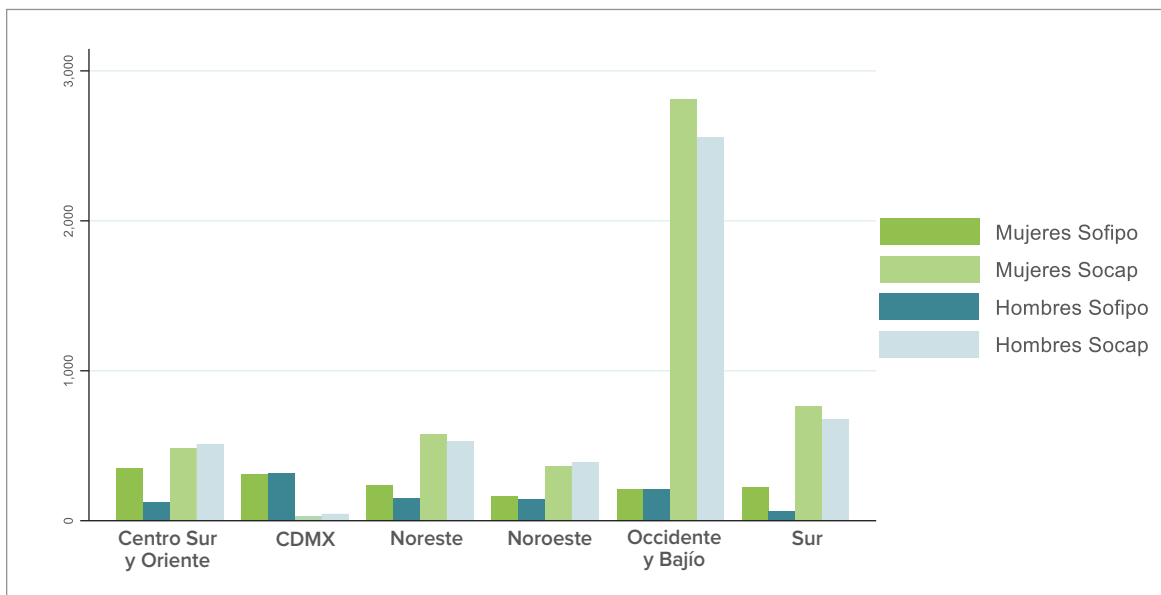
Mayor tenencia de productos financieros no implica una tenencia igualitaria entre hombres y mujeres. En ese sentido, y considerando a las mujeres como un grupo poblacional que ha sufrido exclusiones duras, las brechas por sexo en la tenencia de productos financieros es mayor en el Noreste, aun cuando dicha región es la segunda con mayor nivel de inclusión financiera en el país, seguida del Sur y el Occidente y Bajío.

Las EACP orientan productos y servicios financieros que han permitido cerrar la brecha por sexo. Además de las brechas municipales y regionales, las EACP también permiten aminorar estas brechas por sexo, ya que las instituciones financieras que constituyen las EACP permiten que las mujeres tengan acceso a un sector que tradicionalmente las había excluido.

<sup>27</sup> Aquellas exclusiones que van más allá del ingreso y están asociadas al trato desigual, a la violencia o a la estigmatización por condición de género, raza, etnia, orientación sexual, discapacidad, entre otros.



**Gráfico 26. Participación en el sector popular por sexo**



Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019

Derivado de lo anterior, en general existe una mayor proporción de mujeres que participan en Sofipo y Socap, como se muestra en el gráfico 26. Estas cifras son especialmente altas en la región Occidente y Bajío, y en la región Sur, que son también las regiones más rezagadas en cuestión de inclusión financiera para mujeres.

*En variables relacionadas a la aceptación y uso de productos y servicios financieros, las mujeres muestran menos porcentaje de participación que los hombres. Como se comentó anteriormente, se necesita tomar en cuenta no solo la tenencia de productos financieros, sino también su aceptación y uso. Estas dos últimas cuestiones se pueden medir con base en las acciones de ahorro, transacciones o transferencias que se realicen y/o el saldo<sup>28</sup> que presentan los productos financieros. Si es que existen brechas de desigualdad en la tenencia de productos financieros, se pueden apreciar más pronunciadas cuando se considera su aceptación y uso. Por ejemplo, como se muestra a continuación, los saldos promedios de las mujeres son muy inferiores a los de los hombres, lo que da cuenta de la vulnerabilidad financiera y/o baja aceptación o uso de productos financieros por parte de este grupo poblacional.*

<sup>28</sup> El saldo es el "resultado que se obtiene de la suma de todos los ingresos menos la suma de todos los egresos. Puede originarse una cantidad positiva o negativa, dependiendo de cuál de los dos sea el más grande" (Comité de Educación Financiera). El saldo promedio, por lo tanto, es la suma de los saldos de las personas entre el número de personas con una cuenta

**Tabla 11. Saldos por sexo**

| Saldo promedio de transacciones tradicionales |                 |
|---|-----------------|
| Hombres                                       | Mujeres         |
| \$21,297.68 MXN                               | \$ 14,886.7 MXN |

*Fuente: elaboración propia con información de las bases de datos de inclusión financiera de la CNBV a septiembre de 2019*

Es probable que la diferencia en los montos de los saldos esté asociada a varios factores, entre otros:

- La menor participación de las mujeres en el mercado laboral y en la vida económica del país, dados los papeles de género que asignan a las mujeres responsabilidades de crianza y de cuidado.
- Los menores ingresos asociados a discriminación y/o menor escolaridad.
- La mayor participación de las mujeres en el mercado informal, lo que conlleva una mayor volatilidad de ingresos.
- Una mayor desconfianza del sistema financiero, que favorece el uso paralelo de modalidades de ahorro de carácter informal y con mayor riesgo asociado.

Todas estas cuestiones se retomarán más adelante.

*En México, las mujeres utilizan en una proporción ligeramente menor los mecanismos de ahorro (formales o informales) pero las brechas no son significativas, con excepción de los productos de nómina.* En general, las mujeres mexicanas tienden a ahorrar menos en mecanismos informales. No obstante, la revisión por tipo de mecanismos no indica que existan brechas amplias por sexo (tabla 10). En el mismo tenor, cuando se traslada el ahorro a mecanismos formales (gráfico 27) tampoco existen importantes diferencias a partir del sexo de las personas en el uso de estos productos, con excepción de los productos de nómina y de apoyo gubernamental. En relación con los productos de nómina, la brecha negativa es de 21pp, y se explica más por la brecha laboral entre hombres y mujeres; es decir, por la menor participación de las mujeres en el mercado formal laboral. Por su parte, la brecha de productos ligados a las transferencias gubernamentales es positiva hacia las mujeres en 20pp y estaría explicada por la naturaleza de las políticas públicas que destinan más transferencias monetarias a mujeres que a hombres.



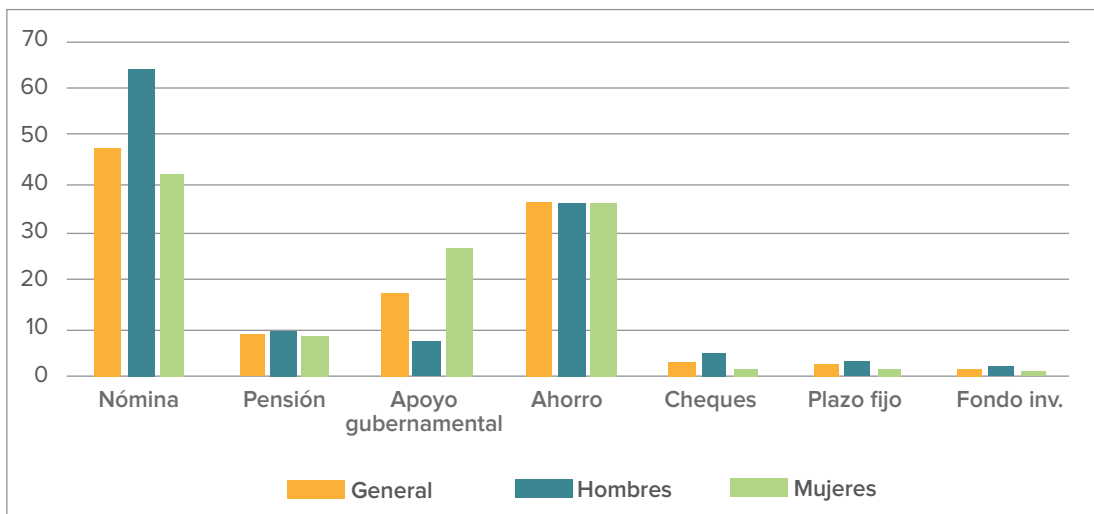


**Tabla 12. Mecanismos de ahorro informal**

|  | Hombres, % | Mujeres, % |
|--|------------|------------|
| Ahorró prestando                       | 7.05       | 6.51       |
| Compró animales/bienes                 | 11.87      | 7.32       |
| Cajas de ahorro de conocidos           | 15.55      | 13.37      |
| Guardó dinero con familiares/conocidos | 11.62      | 9.80       |
| Participó en una tanda                 | 19.12      | 24.83      |
| Guardó dinero en casa                  | 42.77      | 40.46      |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

**Gráfico 27. Porcentaje con productos de ahorro formal por sexo**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

Una vez que se accede a los productos formales de ahorro, hombres y mujeres no se comportan de manera distinta. Si acaso, un mayor porcentaje de mujeres utiliza ciertos productos. Por ejemplo, los hombres tienen un mayor acceso a cuentas de cheques (tres veces superior al que tienen las mujeres). Sin embargo, ocho de cada 10 mujeres con cuenta de cheques la utilizan, contra cinco de cada 10 hombres.



En relación con lo anterior, también existen diferencias en el uso del dinero ahorrado por parte de las mujeres y de los hombres, cuestión que se retomará más adelante. De hecho, se tiene evidencia de que, cuando los ingresos bajan en un hogar, las mujeres generalmente tienden a recortar los gastos, mientras que los hombres prefieren encontrar maneras de ganar dinero extra (CAF, 2018).

## 2.4. Demanda de los servicios financieros en México

Si bien en anteriores secciones se han mencionado los factores que determinan la demanda de los servicios financieros, en este apartado se realiza una descripción más focalizada en aquellos que pueden disminuirla. Ahora bien, es importante considerar varios factores que obstaculizan o influyen en la demanda de productos y servicios financieros y, por tanto, en la inclusión financiera de la población; lo anterior, para su debida atención.

### Factores que inhiben la demanda de servicios financieros

#### a) Ocupación e ingreso

Una alta tasa de desempleo y una población con bajos ingresos frenan la demanda de servicios financieros. El primer factor por considerar es la condición de ocupación y el ingreso de las personas. Para la población ocupada es más sencillo acceder, tener y usar productos financieros, ya que posee un ingreso fijo o variable, mientras que ocurre lo contrario para la población desocupada. Lo anterior se puede notar, por ejemplo, si se contrasta la población ocupada que ahorra con la población no económicamente activa. Mientras que el 82% de los y las trabajadoras tienen hábitos de ahorro, solamente el 47% de la población categorizada con incapacidad permanente ahorra, seguida de la población que no trabaja con un 62%.

**Tabla 13. Porcentaje de la población que ahorra, por ocupación**

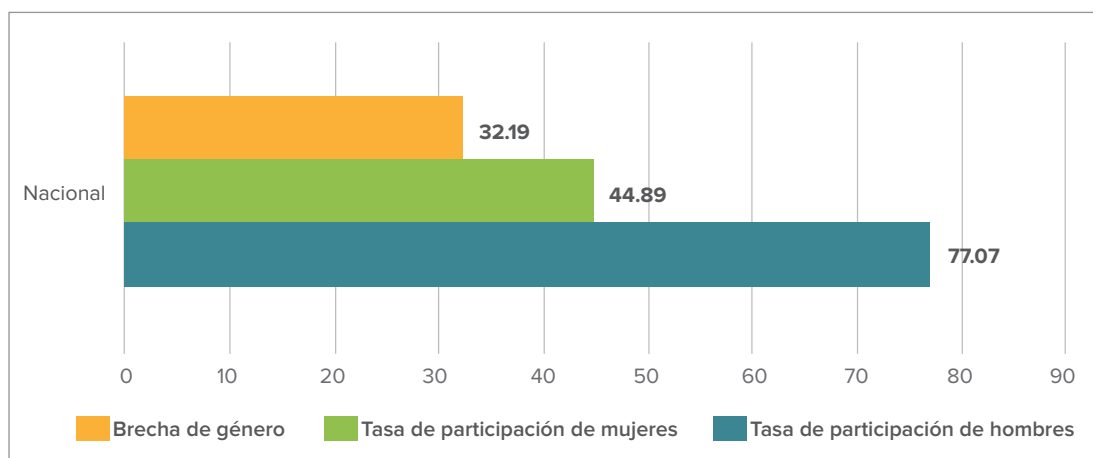
|        | Población económicamente activa |                                |               | Población no económicamente activa |       |                       |                        |            |
|--------|---------------------------------|--------------------------------|---------------|------------------------------------|-------|-----------------------|------------------------|------------|
|        | Ocupada                         | No ocupada                     |               | Estudiante                         | Hogar | Jubilado / pensionado | Incapacidad permanente | No trabaja |
|        | Trabaja                         | Tiene trabajo, pero no trabaja | Busca trabajo |                                    |       |                       |                        |            |
| Ahorra | 82.60                           | 76.33                          | 70.18         | 75.80                              | 68.46 | 96.84                 | 47.06                  | 62.64      |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018



Esta diferencia, además, se ve acentuada si se traslapan las disparidades en la participación laboral y económica de las mujeres. Como se puede ver en el gráfico 28, las mujeres tienen tres veces menos participación económica que los hombres, lo que puede inhibir o disminuir el ingreso que posee este grupo poblacional y, por lo tanto, su demanda de servicios financieros.

**Gráfico 28. Tasa de participación económica estatal de la población de 15 años o más**



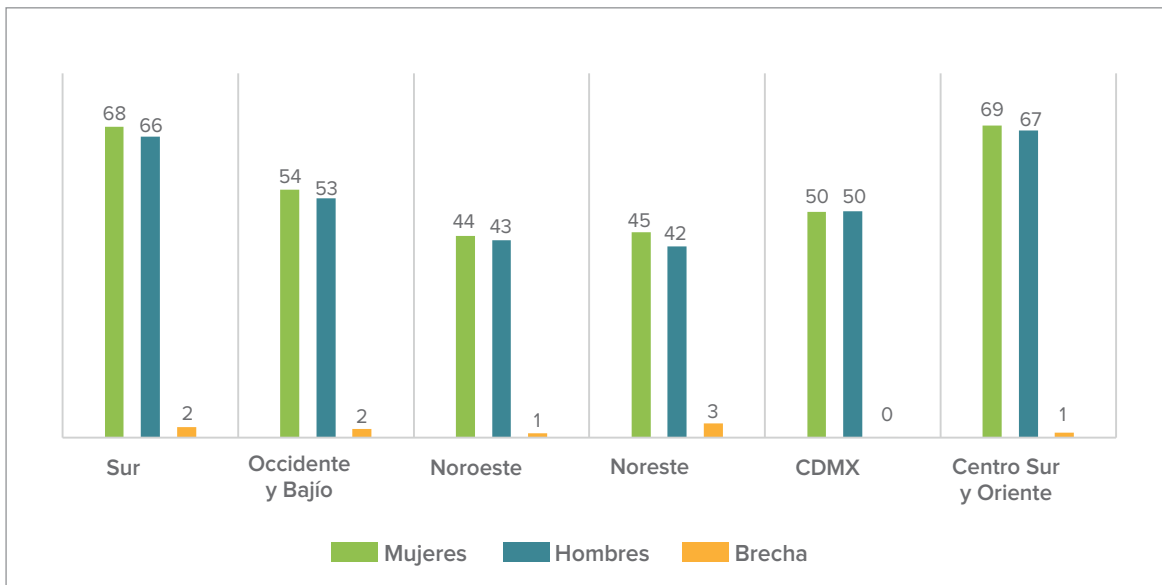
Fuente: Atlas de Género, INEGI, 2019

### b) Economía informal

La economía informal impacta negativamente en la demanda de productos financieros y fomenta el uso de mecanismos informales. Por su naturaleza, la economía informal y el empleo informal tienen preferencia por el efectivo, y en este sentido la población que forma parte de dichos sectores puede optar por autoexcluirse de los servicios o productos financieros, o bien, al carecer de comprobantes de ingresos, su acceso a préstamos, créditos, seguros y/o inversiones en mecanismos formales puede verse comprometido y limitarse a los servicios financieros informales.



**Gráfico 29. Tasa de informalidad laboral por región, población de 15 años y más, segundo trimestre de 2019**



Fuente: INEGI, ENOE, 2019

Las tasas de informalidad laboral también muestran una brecha por sexo, donde las mujeres en casi todas las regiones y en el ámbito nacional tienen una tasa más alta de informalidad que los hombres. Asimismo, se puede observar cómo la región con más tasas de informalidad laboral es el Centro Sur y Oriente, la cual también es la región con menos inclusión financiera en el país.

Adicionalmente, es importante recalcar que en México el 94.51% de las compras de menos de 500 pesos se realizan con efectivo. De la misma manera, el 84.92% de las compras con más de 500 pesos se realiza con efectivo. (ENIF 2018). Esta preferencia por el uso de efectivo inhibe la demanda y, por lo tanto, la oferta de productos financieros.

**Tabla 14. Porcentaje de la población que ahorra, por derechohabencia**

|        | IMSS  | ISSSTE | PEMEX / SEDENA / SEMAR | Privado | Otra  | Sin derechohabencia |
|--------|-------|--------|------------------------|---------|-------|---------------------|
| AHORRA | 93.00 | 97.56  | 100.00                 | 97.45   | 91.27 | 75.15               |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

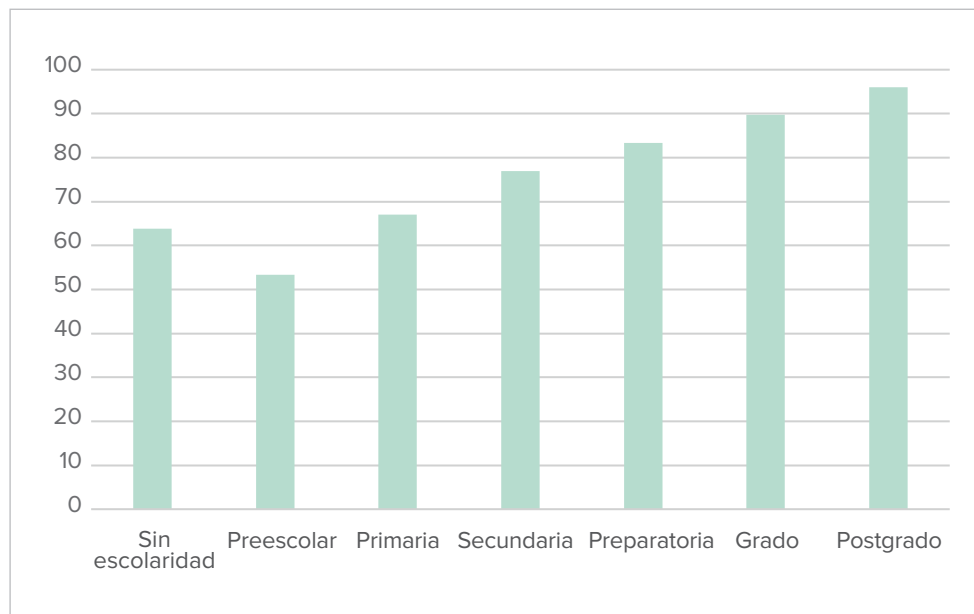


La población mexicana en la informalidad laboral tiene menos probabilidad de ahorrar y, en consecuencia, menos probabilidad de demandar mecanismos formales de ahorro. Siguiendo el análisis de formalidad (por condición de derechohabiente a servicios médicos) y uso de productos financieros (en este caso, de ahorro), como se espera, la población sin acceso a servicios de salud (es decir, aquella que trabaja en la informalidad) ahorra menos respecto de las y los derechohabientes. Lo anterior es relevante si se considera que 57.53% de las y los mexicanos no es derechohabiente.

### c) Nivel educativo

Por su parte, el tercer factor que obstaculiza la demanda de productos financieros se relaciona con los niveles de escolaridad en la población mexicana.

**Gráfico 30. Porcentaje de personas que ahorran, por nivel de escolaridad**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

Como se observa en el gráfico 30, la tendencia indica que conforme aumenta la escolaridad, aumenta el porcentaje de personas que ahorran a través de un producto financiero. La diferencia entre el porcentaje de ahorradores entre la población con posgrado es más de 40 puntos porcentuales mayor respecto de la población con educación preescolar.



#### d) Baja confianza en el sistema financiero (formal)

El no demandar servicios de ahorro o crédito radica principalmente en el alto costo o en la baja confianza en estos. El cuarto factor para considerar es la (poca) confianza que tiene la población en el sector financiero. La ENIF reporta que, en su mayoría, las personas no se incorporan al sistema financiero de ahorro y de crédito, pues no les alcanza, no lo consideran necesario o no les gusta endeudarse (en el caso del crédito). Estas dos últimas razones se hallan directamente relacionadas con no confiar en la utilidad del sector y en la asimetría de información existente entre los excluidos.

Por otro lado, en general, no se observan diferencias significativas en las razones detrás de la no inclusión entre hombres y mujeres.

**Tabla 15. Razones por las que no poseen cuentas de ahorro formales**

|   | Hombres, % | Mujeres, % |
|---|------------|------------|
| La sucursal está lejos o no hay                               | 1.45       | 2.13       |
| Los intereses son altos o las comisiones altas                | 5.86       | 4.41       |
| No confía en las instituciones financieras o dan mal servicio | 7.51       | 6.68       |
| Piden requisitos que no cumple                                | 10.48      | 10.46      |
| Prefiere otras formas de ahorro                               | 7.07       | 6.75       |
| <b>No la necesita</b>   | 26.06      | 27.72      |
| <b>No le alcanza</b>  | 33.65      | 31.96      |
| No sabe qué es o cómo usarlo                                  | 5.13       | 5.61       |
| Otra  | 2.80       | 4.30       |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018



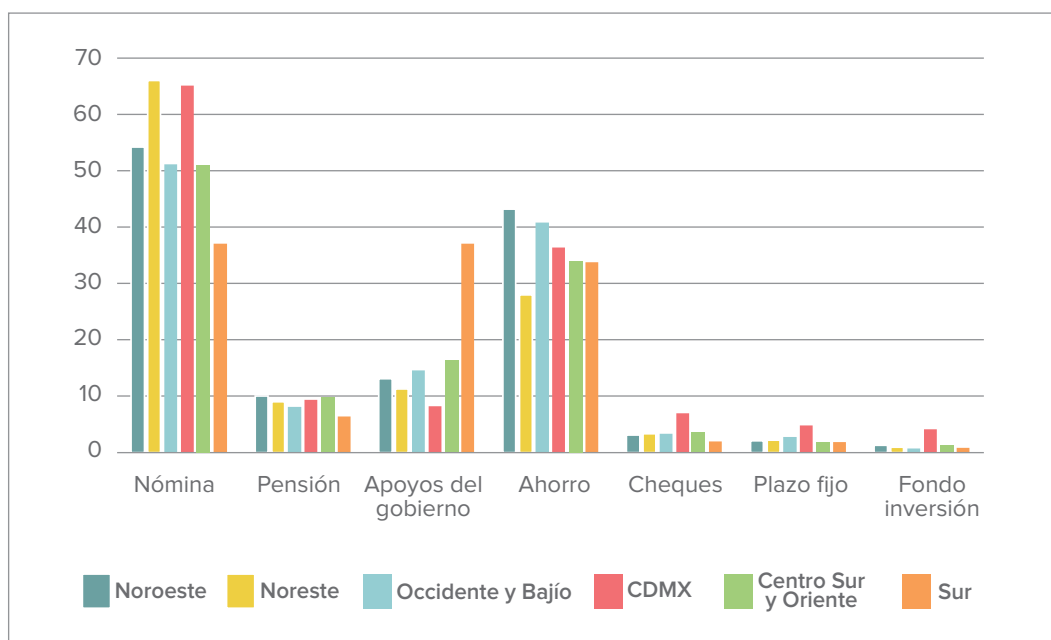
**Tabla 16. Principales razones por las que no tiene crédito**

|  | Hombres, % | Mujeres, % |
|--|------------|------------|
| <b>No le gusta endeudarse</b>  | 30.83      | 32.59      |
| <b>No le interesa o no lo necesita</b>                               | 25.87      | 26.53      |
| No cumple con requisitos   | 22.98      | 23.15      |
| Los intereses y las comisiones son muy altos                         | 10.46      | 9.90       |
| No confía en las instituciones bancarias o cree que dan mal servicio | 5.00       | 3.91       |
| Cree que lo van a rechazar   | 2.05       | 1.29       |
| Otro   | 1.65       | 1.57       |
| La sucursal está lejos o no hay                                      | 1.15       | 1.07       |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

No obstante estos cuatro factores que determinan la demanda de servicios financieros en México, es importante tomar en cuenta los productos financieros demandados por región, aun cuando se profundice en lo anterior en el siguiente capítulo.

**Tabla 16. Principales razones por las que no tiene crédito, %**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018



Si se observa el porcentaje de personas de cada región por tipo de producto, es posible observar que los servicios más demandados son de ahorro y la nómina, particularmente en el noroeste y noreste del país, lo que puede relacionarse con las bajas tasas de informalidad (gráfico 31) y las altas tasas de ocupación y de escolaridad.

El Sur —pese a que no tiene una alta penetración de servicios financieros— es la región con mayor prevalencia de cuentas para recibir apoyos del gobierno, tradicionalmente a través de cuentas de ahorro del Banco del Bienestar. Lo anterior refleja los esfuerzos gubernamentales por asignar recursos en las zonas más vulnerables y excluidas desde el punto de vista financiero.





### 3. La inclusión financiera de mujeres en México

*La inclusión financiera de mujeres no es solo deseable desde el punto de vista de la dignidad de la mujer y su desarrollo, sino también por las externalidades positivas que implica para las economías. Se estima que —de cerrarse la brecha de género mundial en inclusión financiera— se generarían 40 mil millones de dólares de ingresos adicionales (UN & Mellon, 2018, pág. 9).*

Sin embargo, las instituciones financieras y las políticas públicas pocas veces se enfocan en analizar la correspondencia entre las dimensiones y necesidades según el sexo, lo que lleva generalmente a soluciones o productos homogéneos (o mejor conocidos como de tipo “one-size-fit-all”) poco adaptados, que hacen que las mujeres se autoexcluyan de utilizar tales servicios financieros y mantener sus prácticas financieras (en particular, de ahorro y crédito) en el terreno de la informalidad o sin poder utilizarlos en su beneficio.

Entender el comportamiento de la demanda por servicios financieros y, en especial, de las mujeres, es importante para tener políticas más asertivas, productos mejor adaptados a sus necesidades y para que la oferta de servicios financieros incorpore un enfoque de inclusión financiera transformador de las condiciones de género.

En este sentido, en la presente sección se analiza el acceso y el uso de servicios financieros en mujeres, específicamente para el ahorro, el crédito y los servicios de banca por celular. Se utilizan básicamente las estadísticas generadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI) en la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) de 2012 y 2018, toda vez que se encuentra el mayor número de tabulados comparables entre ambas; en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), así como en la Encuesta Nacional de Financiamiento a la Empresa Mexicana (ENAFIM).

#### 3.1. Cuentas transaccionales para mujeres y construcción del mercado de microfinanzas

*La influencia de organismos internacionales (como el Banco Mundial, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, ONU Mujeres, entre otros) para incrementar la apertura de cuentas transaccionales como la puerta de acceso a servicios financieros forma parte de una agenda multilateral de inclusión financiera. Lo anterior ha sido determinante para México, ya que la agenda internacional ha acelerado el acceso a cuentas transaccionales.*

En tal sentido, para cumplir o avanzar en dicha agenda de inclusión financiera universal, las políticas del Estado mexicano, en los últimos años, se han concentrado en la financiación de programas sociales. Un ejemplo de esto fue el Programa Integral de Inclusión Financiera para beneficiarios de programas sociales (PROIIF-Bansefi-Sedesol) que operó de 2015 a 2018. A partir de dicho programa, se distribuyeron tarjetas de débito ligadas a una cuenta de ahorro en el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI, ahora Banco del Bienestar) a una gran parte de las titulares del programa de transferencias



condicionadas Prospera. Cabe destacar que para la entrega de los apoyos de Prospera, se identificaba a la titular del hogar; es decir, los apoyos se canalizaban a través de mujeres, lo que contribuyó a cerrar las brechas de inclusión financiera basadas en el sexo. Entre 2015 y 2018, Bansefi entregó tarjetas de débito ligadas a una cuenta de ahorro a 1 millón 212 mil 317 titulares<sup>29</sup>, lo que incrementó extraordinariamente el indicador global de número de cuentas transaccionales.

*El pago digital de programas de subsidios es un medio eficaz para reducir el costo de dichos programas.* El riesgo y el tiempo de distribución de ayudas sociales (Morvant-Roux & Carmona , 2019, pág. 70), también acelera la implementación de la agenda de inclusión financiera, mediante la apertura de cuentas transaccionales en forma masiva (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018, pág. 60).

*Sin embargo, la economía de las mujeres que reciben apoyos gubernamentales digitales sigue operando, en gran medida, con dinero en efectivo; lo anterior, por diversas razones; entre ellas:*

- Las tarjetas de débito o el dinero electrónico no se aceptan en gran cantidad de establecimientos donde realizan las compras (tianguis o establecimientos informales).
- En las mujeres de menores ingresos prevalece la desconfianza hacia las instituciones financieras (Njuki , y otros, 2019, pág. 63).
- El propio programa gubernamental “castiga” a los beneficiarios si no utilizan la totalidad del recurso entregado, lo que genera un gran número de cuentas durmientes<sup>30</sup> .

Además, el uso de los apoyos o programas sociales como una puerta de entrada a los servicios financieros no implica la existencia de una oferta de productos financieros adaptada, ni el crecimiento en alguna actividad productiva, ni que se puedan disfrutar los beneficios sociales y económicos de los activos financieros (Njuki , y otros, 2019, pág. 58).

*El hecho de que haya un avance en la inclusión financiera de las mujeres no significa que exista una perspectiva de género en el sector financiero.* En un estudio realizado con mujeres rurales socias de cooperativas de ahorro y crédito dentro del Programa Patmir<sup>31</sup> del Banco de Bienestar en los estados de Querétaro, Oaxaca y Veracruz, se tuvieron hallazgos interesantes en relación con la inclusión financiera de mujeres rurales. En principio, se observa un éxito en la cantidad de socias y clientas de EACP (Sofipos y Socaps) en zonas rurales, datos que se corroboran en el capítulo anterior.

<sup>29</sup> Información obtenida mediante solicitud de transparencia INAI.

<sup>30</sup> Se considera cuenta durmiente a la que está inactiva la mayor parte del tiempo.

<sup>31</sup> PATMIR es un programa del Banco de Bienestar que brinda asistencia técnica especializada enfocado a la inclusión financiera, sostenible e integral, basada en el ahorro y orientada a la población predominantemente rural, marginada y con escaso acceso a servicios financieros en México. Para mayor información, ver <https://www.gob.mx/bancodelbienestar/acciones-y-programas/patmir-28242>



No obstante, al investigar más a fondo si las instituciones contaban con más clientes porque tenían un enfoque de género, Morvant Roux S. y Crucifix C. (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018) encontraron más bien un pragmatismo de los intermediarios financieros para construir y abrir mercado a partir de mujeres, debido a ciertas características que las hacen más atractivas, pero que en el fondo refuerzan papeles patriarcales de género que profundizan o perpetúan la desigualdad. Entre las características por las cuales los intermediarios “prefieren” clientas, se encuentra su mayor *disponibilidad* (el hombre trabaja fuera de su hogar, mientras que la mujer generalmente está acotada a desempeñar tareas en su casa, lo que la convierte en un sujeto ideal para los promotores de microfinanzas, ya que pueden encontrarlas en su hogar cada vez que visitan una comunidad, favoreciendo la cobranza y la colocación de créditos).

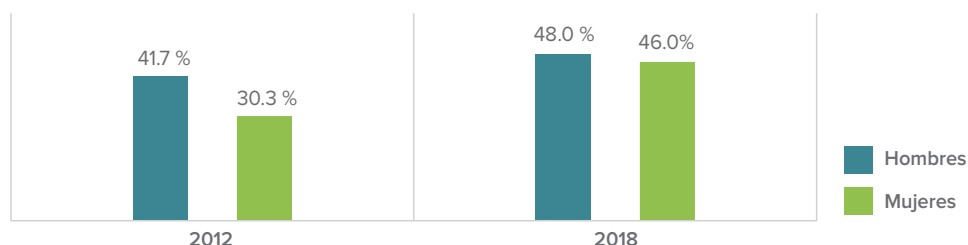
Otra característica de la preferencia por parte de los intermediarios financieros consiste en identificar mujeres que pueden *movilizar* a otras para formar parte de un grupo solidario o de abrir una cuenta en la institución, y además, mujeres que pueden movilizar y “filtrar” la demanda, es decir, autoseleccionar mujeres que puedan tomar préstamos de forma responsable y, por ende, paguen el préstamo con mayor grado de certeza. Lo anterior implica el uso no remunerado del tiempo de las mujeres y una forma de prolongar esta desigualdad, en la que el tiempo de mujeres no tiene un costo de oportunidad monetizable, mientras que el tiempo de los hombres sí.

Todo lo anterior lleva a concluir que, aun cuando haya un incremento en la inclusión financiera de las mujeres por parte de las EACP, no necesariamente se tiene una perspectiva de género en esta estrategia o acción.

### 3.2. Acceso y uso del ahorro en mujeres mexicanas

Para reforzar lo establecido al final del capítulo pasado, se detallará a continuación el acceso, uso y aceptación de las mujeres mexicanas en producto de ahorro. Cabe destacar que esta sección presenta únicamente las prácticas de ahorro formales. Sin embargo, vale la pena señalar que el ahorro informal puede ser un sustituto o complemento del ahorro formal, dependiendo de aspectos de interés para las mujeres, como seguridad, privacidad, disponibilidad o liquidez. Por ejemplo, en el estudio de (Doss, y otros, 2019, pág. 8) se observó que en la India, los grupos de ahorro comunitario generan una forma conveniente y segura de ahorro, lo que lleva a las mujeres a no aceptar una cuenta formal. En Ecuador, sucede lo opuesto: los grupos de mujeres de ahorro local contribuyeron a incrementar el acceso en instituciones bancarias formales.

**Gráfico 32. Tenencia de cuentas transaccionales, desglosada por sexo**

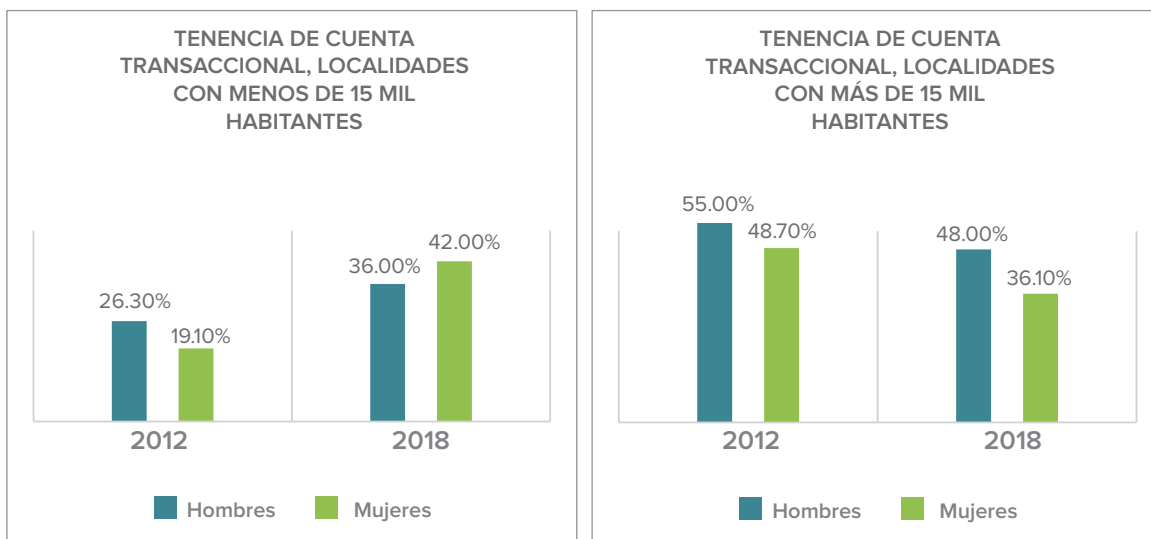


Fuente: elaboración propia con datos de ENIF 2012 y 2018



En cuanto al indicador más general de acceso a una cuenta transaccional formal de ahorro, entre 2012 y 2018<sup>32</sup> la brecha por sexo prácticamente se cerró, al estar a sólo dos puntos porcentuales de igualarse entre hombres y mujeres. Asimismo, el acceso de mujeres pasó de 30.3% a 46% en esos años.

**Gráfico 33. Tenencia de cuentas transaccionales, desglosada por sexo y localidad**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2012 y 2018

Sin embargo, si se separa el acceso a cuentas transaccionales por el tamaño de la localidad, se puede observar que la brecha por sexo<sup>33</sup> en ciudades con más de 15 mil habitantes no se ha cerrado, mientras que en zonas rurales o semiurbanas la brecha de género se cerró entre 2012 y 2018.

La brecha de sexo sobre de acceso a cuentas en zonas rurales ha decrecido, lo cual puede deberse a los programas de transferencias gubernamentales. La evidencia cualitativa encontrada en el estudio de (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018) podría ser una explicación del crecimiento en el acceso a cuentas formales en zonas rurales. El crecimiento entre 2012 y 2018, en que la tenencia de una cuenta formal en mujeres pasó de 19.1% a 42% puede ser resultado de la convergencia entre los pagos digitales de transferencias gubernamentales (G2P<sup>34</sup>) y/o la creación de un mercado de microfinanzas rurales, en el que las instituciones financieras (particularmente, las EACP) abren camino entre las mujeres debido a sus “características idóneas” como clientas, y no necesariamente (o no únicamente) como una demanda neutra de las mujeres al percibir una oferta de cuentas transaccionales ideal para sus necesidades.

<sup>32</sup> Cabe señalar que la ENIF entrevista a personas adultas entre 18 y 70 años de edad.

<sup>33</sup> La brecha por sexo siempre se refiere a una desventaja para las mujeres. De hecho, en los estudios de género no existe una brecha de género masculina.

<sup>34</sup> Government to Person (G2P) a través de la digitalización o financialización de programas sociales.

**Tabla 17. Tenencia de cuentas formales de ahorro, desglosadas por sexo y región**

| Tenencia de cuenta formal por región, 2018 | Hombres | Mujeres |
|--|---------|---------|
| Noreste                                    | 60%     | 60%     |
| Ciudad de México                           | 55%     | 57%     |
| Noreste                                    | 58%     | 44%     |
| Sur  | 45%     | 52%     |
| Occidente y Bajío                          | 47%     | 40%     |
| Centro sur y Occidente                     | 41%     | 39%     |

Fuente: tomado del Informe de Resultados de la ENIF, 2018

De acuerdo con la distribución regional del acceso a cuentas transaccionales en 2018, las mujeres de la región Noroeste tienen un mayor acceso frente al promedio nacional, seguida por la Ciudad de México y el Sur. Esta última región (sur) cerró la brecha por sexo, debido a que existe una mayor prevalencia de cuentas para recibir apoyos del gobierno, como ya se mencionó. Finalmente, las regiones Noreste, Occidente y Bajío, Centro-sur y Oriente siguen mostrando mayores brechas por sexo en cuentas transaccionales.

Además de la distribución regional, otro indicador importante es el tipo de cuentas más utilizadas por mujeres y las diferencias con los hombres. El tipo de cuenta más frecuente es la de nómina, ligada a quienes tienen un empleo asalariado.

**Tabla 18. Uso de los tipos de cuentas formales, desglosados por sexo**

| Tipo de cuenta formal                    | 2012    |         | 2018    |         |
|--|---------|---------|---------|---------|
|  | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Cuenta de nómina                         | 66.7%   | 53.30%  | 51.50%  | 51.40%  |
| Cuenta de cheques                        | 8.5%    | 3.4%    | 3.4%    | 2.8%    |
| Fondo de inversión                       | 3.10%   | 1.70%   | 1.6%    | 1.1%    |
| Cuenta de ahorro                         | 43.7%   | 50%     | 36.1%   | 36.2%   |
| Tarjeta para recibir apoyos del gobierno | n/d     | n/d     | 7.2%    | 27.1%   |
| Depósito a plazo fijo                    | n/d     | n/d     | 3.4%    | 1.3%    |
| Tarjeta de débito                        | 75.9%   | 71.7%   | 82.7%   | 82.9%   |

Fuente: tomado del Informe de Resultados de la ENIF, 2018



*En el ámbito nacional, no hay brecha de sexo en la tenencia de cuenta de nómina.* En la cuenta de nómina prácticamente se ha cerrado la brecha de género y se ha igualado lo que puede ser un indicador (proxy) de una participación más equitativa de mujeres en el trabajo formal entre 2012 y 2018.

*El siguiente producto más frecuente es la cuenta de ahorros.* Estas cuentas eran más utilizadas por las mujeres que por los hombres en 2012; sin embargo, ya en 2018 se ha igualado el uso de este tipo de cuenta. Por su parte, el porcentaje de cuentas de cheques va en descenso, en parte porque el cheque es un documento en vías de desuso; aun con lo anterior, menos mujeres utilizan las chequeras.

*Ante productos sin o con baja liquidez, la brecha de sexo aumenta.* De la tabla anterior también sobresale que, tanto en fondos de inversión como en depósitos a plazo, son menos mujeres las que utilizan estos productos, a lo que subyacen otros determinantes que pueden estar frenando la acumulación de activos en las mujeres o que son más propensas a los ahorros con liquidez. Lo anterior, dado que la mujer realiza constantemente gastos que conciernen a necesidades de los hijos o del hogar.

Al mismo tiempo, se resalta la alta frecuencia de mujeres que tienen una cuenta con tarjeta para recibir apoyos del gobierno en relación con la proporción de hombres (indicador sólo disponible para 2018). Lo anterior, hasta cierto punto, es un resultado trivial, ya que las mujeres son más frecuentes como titulares de los apoyos sociales, independientemente de si son recursos para ellas o para la familia. El principal ejemplo de esto fue el extinto programa Prospera, con el que los recursos para beneficio de los niños se entregaban directamente a las madres de familia.

Finalmente, las cuentas que tienen una tarjeta de débito vinculada tampoco presentan una brecha de género.

Es importante conocer los motivos que encuentran las mujeres para autoexcluirse de tener una cuenta formal en el sistema formal. Lo anterior, para que las organizaciones/ instituciones del sector lo puedan tomar en cuenta y actuar en consecuencia.

**Tabla 19. Razones de las mujeres para no tener una cuenta formal**

| Razones                         | 2012  | 2018  |
|---------------------------------|-------|-------|
| Sucursal lejana                 | 2.8%  | 2.3%  |
| No cumple requisitos            | 4%    | 10.3% |
| Prefiere ahorro informal        | 4.4%  | 6.8%  |
| No le interesa / no la necesita | 15.5% | 25.1% |
| Ingresos insuficientes          | 75.7% | 34.4% |

Fuente: tomado del Informe de Resultados de la ENIF, 2018



La principal razón por la que una mujer no tiene una cuenta transaccional de ahorro son los ingresos insuficientes, cuestión que se analizó en el capítulo anterior. Por lo tanto, si los ingresos de las mujeres son inestables, intermitentes o bajos y esto constituye un motivo para no tener una cuenta, es necesario estudiar (sobre todo cuando se trata del diseño de nuevos productos) que la barrera puede estar en los productos que solicitan depósitos con cantidad y frecuencia fija, o bien, en las cuentas de ahorro que demandan un saldo promedio mínimo.

*Ingresos insuficientes también puede ser un motivo para preferir el ahorro informal.* Los ingresos de las mujeres, y más si no están trabajando con un empleo fijo, pueden ser un motivo para preferir mecanismos informales de ahorro (alcancía, tandas, etc.), ya que los productos de ahorro informal carecen de las restricciones de saldo mínimo o frecuencia. En el caso de las tandas, las mujeres acuerdan la cantidad mínima con la que pueden comprometerse en el tiempo en que la puedan reunir.

*La falta de educación financiera o la falta de información sobre las ventajas de los servicios financieros pueden derivar en la autoexclusión.* La segunda razón más frecuente por la cual las mujeres carecen de una cuenta formal es la percepción de no necesitarla, cuestión que también ya se delimitó en el capítulo anterior. Sin embargo, esta variable ha sido poco estudiada en el país, y es de gran relevancia, porque a pesar de una creciente oferta de instituciones financieras, una cuarta parte de las mujeres no encuentra necesidad o utilidad para tener una cuenta de ahorro formal.

*Que la tercera razón más frecuente sea no poder cumplir los requisitos solicitados habla de que se requiere una adecuada oferta e información sobre los productos básicos.* Cabe destacar que dicha razón se incrementó en casi 6 puntos porcentuales. Esto podría indicar que las instituciones financieras no están tomando en cuenta los contextos socioeconómicos de las mujeres para otorgar productos o servicios financieros, o bien, no han informado de manera eficiente sobre la existencia de cuentas básicas, como las cuentas de expediente simplificado.

*La lejanía de la sucursal es la razón menos frecuente para no tener una cuenta,* contrario a la postura cuasi-absoluta que atribuye la falta de acceso a la falta de sucursales bancarias o ventanillas con proximidad. Sin embargo, también ocurre que una larga distancia al punto de acceso (ventanilla, sucursal o corresponsal) está ligada a no tener una cuenta de ahorro, dados los ingresos insuficientes, ya que, cuando el monto de lo que se quiere ahorrar es menor a los costos de traslado (en tiempo y dinero), las mujeres prefieren el ahorro informal.

*Conforme se acerquen servicios financieros digitales a zonas sin cobertura de sucursales, se aumentarán los incentivos de las mujeres para tener una cuenta formal,* debido a que se eleva la posibilidad de ahorrar o depositar en cantidades muy pequeñas, a pesar de la distancia.

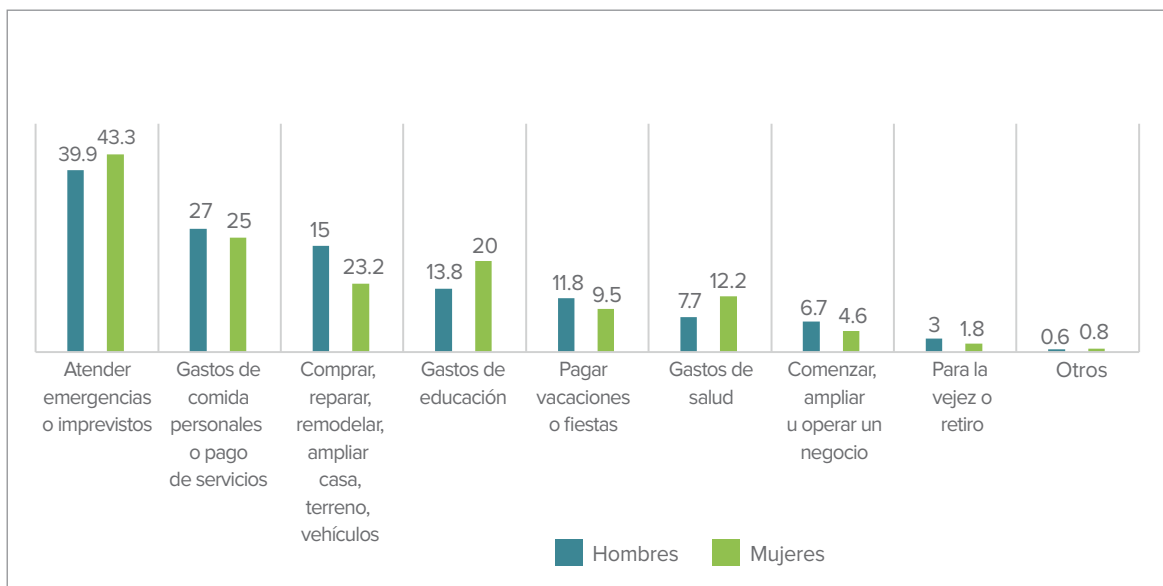


De hecho, las mujeres —sobre todo en zonas rurales del Sur-sureste estudiadas por (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018); (Carmona , 2016)— buscan seguridad y menor liquidez para poder acumular sumas de dinero de mayor envergadura. Estas mujeres han manifestado que cuando tienen el dinero en casa, invariablemente lo gastan, y cuando lo tienen depositado sin poder tocarlo fácilmente, logran acumular cantidades mayores que posteriormente les permiten adquirir bienes durables o incluso ampliar su casa o terreno.

Una alta proporción de mujeres con una cuenta formal maneja simultáneamente otros productos (formales e informales) y esta diversificación tiende a ser mayor conforme los ingresos son menores. En los Diarios Financieros de México (Zapata, 2016) se encontró que los hogares de bajos ingresos, urbanos y rurales, tienen un portafolio de hasta tres diferentes productos de ahorro y hasta cuatro productos de crédito simultáneamente. En el mismo sentido, Carmona y González en (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018, pág. 66) encontraron que el 58.4% de las mujeres rurales con una cuenta formal tiene simultáneamente hasta dos productos de ahorro informal.

En el capítulo anterior, se indicó la relevancia de estudiar en qué se utiliza el ahorro porque es una pista importante para el diseño de productos adaptados.

**Gráfico 34. Destino del ahorro formal, desglosado por sexo**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF, 2018





De acuerdo con el tipo de ahorro de las mujeres, se infiere que está dirigido a gastos más inmediatos. En este caso, el gráfico anterior —y lo mencionado en el capítulo pasado— muestra que las mujeres usan con más frecuencia su ahorro para atender emergencias, imprevistos, sufragar gastos de educación y de salud; en cambio, los hombres utilizan más sus ahorros para gastos de comida, personales, pago de servicios, comprar o remodelar casas o terrenos, pagar vacaciones, comenzar o ampliar un negocio y para el retiro. El comportamiento de las mujeres en este sentido es más a corto plazo o vinculado a sus papeles de género en el cuidado de la familia.

Sin embargo, es importante puntualizar que las mujeres no son una categoría homogénea, ni tampoco sus necesidades permanecen constantes en el tiempo. **El ciclo de vida de las mujeres influye en el tipo de dinámicas financieras y decisiones que toman**, en función de los instrumentos que tienen disponibles. Entre los determinantes para tener una cuenta de ahorro en mujeres rurales, Carmona y González en (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018, págs. 62-63) realizaron una regresión Probit en la que se encontró que la edad, el nivel de escolaridad y el tamaño de la localidad se relacionan con la decisión de tener una cuenta formal.

Para la variable edad, el modelo Probit mostró que en mujeres jóvenes que alcanzan la mayoría de edad, la probabilidad de abrir una cuenta formal es de 44.7%. La probabilidad se incrementa a 50% en mujeres de casi 40 años y vuelve a aumentar a 53% en mujeres a partir de los 50 años. Estos resultados fueron consistentes con los hallazgos de las entrevistas con profundidad a mujeres, ya que las madres con hijos pequeños tienen gastos fuertes y hacen mayor uso de servicios informales de ahorro y crédito, mientras que las mujeres que han superado la etapa de crianza de hijos pequeños, o bien, que tienen alguna actividad económica, muestran mayor interés en usar servicios formales.

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, otro factor que afecta en la demanda de los productos por parte de las mujeres es la escolaridad.

**Tabla 20. Tenencia por parte de mujeres de cuentas transaccionales en instituciones formales, según el nivel de escolaridad**

|                      | Sí    | No    |
|----------------------|-------|-------|
| Ninguna escolaridad  | 13.4% | 86.6% |
| Preescolar           | 36.8% | 62.3% |
| Primaria             | 24.4% | 75.6% |
| Secundaria           | 36.7% | 63.3% |
| Secundaria técnica   | 53.1% | 46.9% |
| Normal               | 84.6% | 15.4% |
| Preparatoria         | 47.8% | 52.2% |
| Preparatoria técnica | 51.6% | 48.4% |
| Licenciatura         | 72.1% | 27.9% |
| Posgrado             | 87%   | 13%   |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF y SPSS



Cuanto menor sea nivel de escolaridad, habrá un menor porcentaje de mujeres con una cuenta transaccional formal. Lo anterior, ya que hay menor educación financiera y, por tanto, desconfianza o reticencia a tener una cuenta bancaria, considerando que puede parecer incomprensible o inasequible, aunque sea en beneficio de la construcción de un capital financiero.

El porcentaje de mujeres con cuenta formal se incrementa conforme hay mayor nivel de escolaridad. Este resultado es un tanto obvio, puesto que, a mayor nivel de estudios, las mujeres tienen más posibilidad de insertarse en el mercado laboral formal y recibir pagos de nómina bancarizados que abren la puerta a otros servicios financieros. En tal sentido, y considerando que hay una relación entre el nivel de escolaridad y los ingresos, es importante tomar en cuenta la tenencia de cuentas transaccionales a partir de los ingresos de las mujeres.

**Tabla 21. Tenencia por parte de mujeres de cuentas transaccionales en instituciones formales, según nivel de ingreso anual (pesos mexicanos)**

|                   | Sí    | No    |
|-------------------|-------|-------|
| 0 a 99,000        | 43.2% | 56.8% |
| 99,001 a 199,000  | 73.8% | 26.2% |
| 199,001 a 299,000 | 87.9% | 12.1% |
| 299,001 a 399,000 | 87.3% | 12.7% |
| 399,001 a 500,000 | 86.7% | 13.3% |
| Más de 500,000    | 81.3% | 18.8% |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF y SPSS

A partir de 199,001 pesos el aumento de tenencia de cuenta transaccional no es significativo. En las mujeres con muy bajos ingresos anuales, en el primer nivel (0 a 99 mil) se observa que únicamente el 43.2% tiene una cuenta transaccional formal, y el porcentaje aumenta conforme los ingresos se incrementan, pero con una tendencia que frena después de los \$500,000 pesos donde de hecho hay un decremento en el porcentaje de tenencia.

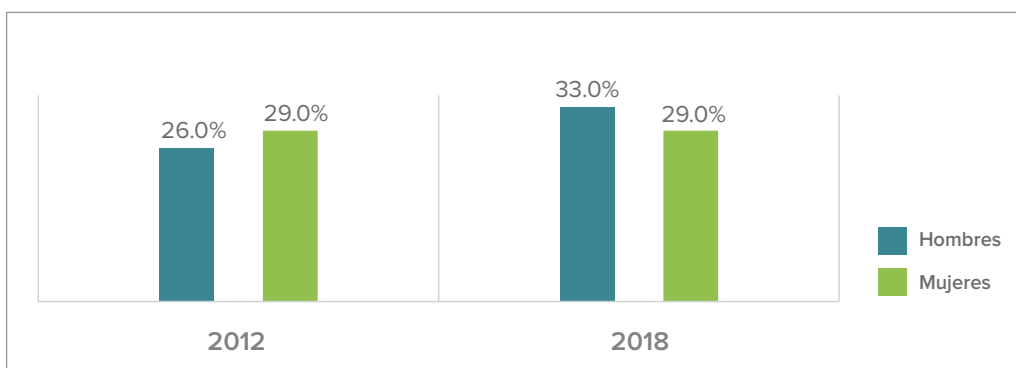
### 3.3. Acceso y uso de servicios de crédito

En esta sección se describirá el acceso y uso de crédito formal. A partir de los datos de la ENIF 2012 y 2018, se puede apreciar el cambio —un tanto drástico— entre el porcentaje de personas con acceso a cuentas transaccionales (de ahorro, nómina, plazo fijo, etc.) y la



tenencia de crédito. De un porcentaje cercano al 50% de hombres y mujeres con una cuenta formal de ahorro (véase el gráfico 32), en el caso del crédito se reduce a una tercera parte (29% y 28% para hombres y mujeres respectivamente).

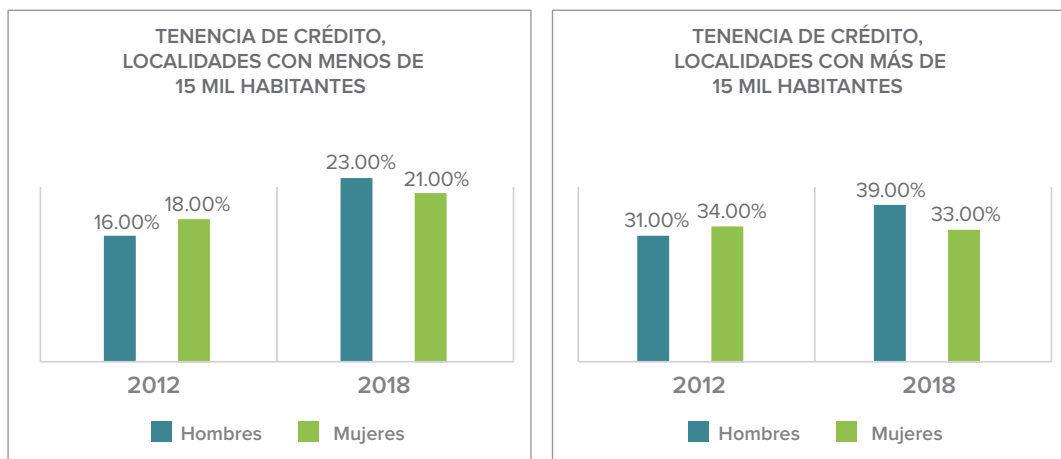
**Gráfico 35. Tenencia de créditos formales, desglosados por sexo**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2012 y 2018

En 2012, más mujeres tenían un crédito formal, situación que para 2018 cambió y son más los hombres que toman préstamos.

**Gráfico 36. Tenencia de créditos formales, desglosados por sexo y tamaño de localidad**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2012 y 2018

La toma de crédito muestra un cambio en la brecha de género entre 2012 y 2018. Si se observa la tenencia de crédito formal por tamaño de la localidad y género (gráficos 36) en



2012, en las zonas urbanas, más mujeres tenían un crédito, situación que cambió en 2018, cuando surgió una brecha por sexo. En zonas rurales ocurrió un escenario similar pero además resalta que el porcentaje de mujeres rurales con crédito cae prácticamente a la mitad (de 42% a 21%) frente a las que tienen una cuenta de ahorro. Una idea preliminar es que en años más recientes, las mujeres se han convertido en ahorradoras y los hombres en tomadores de riesgos (créditos). Pero también esto puede estar ligado a una menor participación de mujeres en actividades que requieren crédito, es decir, menor participación en actividades generadoras de ingresos.

**Tabla 22. Tenencia de créditos formales, desglosados por sexo y región**

| Tenencia de crédito por región, 2018 | Hombres | Mujeres |
|--------------------------------------|---------|---------|
| Noroeste                             | 41%     | 38%     |
| Ciudad de México                     | 30%     | 29%     |
| Noreste                              | 43%     | 36%     |
| Sur                                  | 30%     | 29%     |
| Occidente y Bajío                    | 31%     | 26%     |
| Centro sur y Occidente               | 30%     | 26%     |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

Por otro lado, si se analiza *la tenencia de créditos regionalmente, la brecha de género se presenta en todas las regiones del país*, pero la mayor brecha por sexo está presente en la región Noreste, aun cuando dicha región es la segunda con mayor inclusión financiera en el país.

#### *a) Tipos de productos de crédito*

*La mayor parte de la cartera de crédito de los tres tipos de instituciones financieras (banca comercial, banca de desarrollo y banca social) se encuentra en el crédito de consumo. Los bancos y las tiendas departamentales o de autoservicio colocan buena parte de su cartera a través de tarjetas de crédito utilizadas para bienes de consumo, aunque también en muchas ocasiones son usadas para comprar bienes, mercancías y equipos que se utilizan en negocios (solo que con un interés más alto que un crédito dirigido). Coincidentemente, el producto que más utilizan las mujeres es la tarjeta de crédito, del cual hubo un aumento de 2012 a 2018 en un 2.5%.*

*El crédito individual utilizado por mujeres ha aumentado en los últimos años, al contrario de lo que ocurre con los hombres, cuyo crédito utilizado ha disminuido en casi todos los rubros.*



Por ejemplo, el crédito de nómina en las mujeres aumentó 1.6% de 2012 a 2018, mientras que en los hombres descendió 4.6%. En este rubro, también de 2012 a 2018, hubo una reducción en la brecha por género. En 2012, la brecha era de 6.8%, y en 2018 de 0.6%.

**Tabla 23. Tipos de créditos utilizados, desglosados por sexo**

| Tipo de crédito                                     | 2012    |         | 2018    |         |
|---|---------|---------|---------|---------|
|   | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Tarjeta de crédito, departamental o de autoservicio | 68.9%   | 73.2%   | 60.9%   | 60.5%   |
| Tarjeta de crédito bancaria                         | 37.7%   | 28%     | 33%     | 30%     |
| Crédito de nómina                                   | 12.9%   | 6.1%    | 8.3%    | 7.7%    |
| Crédito de vivienda                                 | 9.40%   | 5.8%    | 25.3%   | 24.3%   |
| Crédito grupal                                      | 3.8%    | 16.3%   | 4.8%    | 5.2%    |
| Otro tipo de crédito formal                         | 0.4%    | 0.8%    | 0.1%    | 0.2%    |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

En un periodo de 6 años, las mujeres aumentaron el crédito a la vivienda. Se trata de un porcentaje que aumentó de 6% a 24%, y actualmente tiene una mínima brecha por sexo. Este crédito es importante y llama particularmente la atención, ya que implica que la propiedad está a nombre de la mujer, lo que es un indicador de que ella tiene un activo y, en consecuencia, un mayor empoderamiento económico. Lo anterior se puede explicar por una reorientación por parte de la oferta de crédito de vivienda en la banca comercial, pero también cabe señalar que en años anteriores (entre 2012 y 2018), la Comisión Nacional de Vivienda (Conavi) implementó un exitoso programa de vivienda popular llamado Esta es Tu Casa, con el que se lograba una mezcla de recursos que potenciaba el acceso de mujeres a la autoconstrucción, mejoramiento o ampliación de vivienda social y rural. Dicha mezcla de recursos incorporaba subsidios directos de Conavi que se entregaban cuando se demostraba que la persona beneficiaria había adquirido un crédito de vivienda (otorgado por intermediarios de banca social o de otro tipo, acreditados ante la Conavi como Entidades Ejecutoras) y un porcentaje mínimo de ahorro en especie o numerario aportado por la persona beneficiaria/ acreditada. Este programa fomentó la bancarización, incentivó el ahorro e impulsó a los intermediarios financieros a diseñar productos de crédito para vivienda de mediano plazo adaptados a las características de sus socios y socias, sobre todo si se trataba de cooperativas de ahorro y crédito o de sociedades financieras comunitarias.



*El crédito grupal orientado a mujeres desdibuja su relevancia y reportó una baja de más de once pp. Otro dato relevante por considerar es la evolución inversa en el crédito grupal<sup>35</sup> por parte de mujeres, el cual descendió entre 2012 y 2018 más de tres veces, pasando de 16.3% a 5.2%. En años anteriores, el crédito grupal se había convertido en una metodología única y masiva para colocar crédito entre mujeres sin ingresos comprobables o sin activos que otorgar como garantía. Como se refirió en el estudio de Morvant-Roux S. y Crucifix C. (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018), una característica atractiva para los intermediarios financieros al buscar clientas es la capacidad “para movilizar y filtrar” a mujeres, lo que en otras palabras significa “formar grupos solidarios en favor del intermediario” con implicaciones sobre el uso no remunerado del tiempo y la construcción de un mercado que no tiene una perspectiva de género, sino que utiliza hábitos o conductas estereotipadas en las mujeres para crear una demanda por servicios financieros.*

En este mismo estudio, Carmona M. y González J.C. analizaron el comportamiento financiero de las mujeres rurales con una actividad económica en la que el crédito solidario es la opción menos preferida por ellas, pero la que única que se les ofrece. De hecho, en las entrevistas, las mujeres manifiestan que prefieren autoexcluirse de solicitar un préstamo grupal, debido a experiencias negativas propias o conocidas en su comunidad, en las que se tuvieron que cubrir deudas de personas incumplidas creando una situación de rechazo ante este tipo de metodologías. En el mismo sentido, en tres estudios de caso en la Sierra Norte de Puebla, Yecapixtla, Morelos, e Ixpantepec Nieves, en la Mixteca Oaxaqueña, en general hombres y mujeres manifiestan preferir créditos individuales por malas experiencias propias o de personas conocidas en que además de pagar su deuda con dificultades, tuvieron que cubrir las de otros miembros del grupo solidario que incumplieron (AMUCSS, 2018). Asimismo, dado que estas metodologías trabajan con pagos fijos semanales o quincenales, algunas mujeres manifiestan que el crédito se convierte en una carga financiera cuando no logran generar el flujo de efectivo con la frecuencia requerida y tienen que extraer todas las ganancias del negocio para cubrir las cuotas, de tal manera que al final del crédito quedan en una condición al menos similar a la que tenían antes de pedir el préstamo, esto es, sin capital para reponer insumos (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018, págs. 79-80).

En ese sentido, se infiere que, derivado de estas preferencias y experiencias, y aunado a un aumento en la oferta de crédito individual, el crédito grupal descendió entre las mujeres.

#### *b) Razones para no solicitar crédito*

Aunado a lo antes mencionado, es necesario considerar las razones por las que las mujeres deciden no tomar un préstamo, lo que reduce la demanda por crédito en este grupo poblacional.

<sup>35</sup> El crédito solidario o grupal consiste en un total de entre 10 ay 40 mujeres que toman un préstamo y las mujeres en grupo se avalan entre sí, de tal suerte que, si una de ellas incumple, el resto debe cubrir la deuda. El historial crediticio del grupo influye en el historial individual de cada participante y, por ello, existe presión social interna para no incurrir en incumplimiento



**Tabla 24. Razones por las que las mujeres afirmaron no tener un crédito**

| Razones  | 2012 | 2018 |
|--|------|------|
| No cumple con los requisitos                   | 25%  | 24%  |
| Las sucursales están lejos                     | 3%   | 2%   |
| No solicita porque cree que la pueden rechazar | 1%   | 1%   |
| No confía en los bancos                        | 3%   | 4%   |
| Los intereses son altos                        | 15%  | 9%   |
| No le interesa / no la necesita                | 47%  | 26%  |
| No le gusta endeudarse                         | 22%  | 33%  |
| Tiene otros motivos                            | 1%   | 1%   |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2012 y 2018

*Hay dos razones por las que las mujeres no solicitan crédito, las cuales se intercambian el primero y segundo lugar entre 2012 y 2018:*

- i) no hay interés por contraer una deuda y
- ii) no le gusta contraer deudas.

Estos dos motivos se relacionan con lo mencionado al final del capítulo anterior, sobre la falta de confianza en el sector financiero formal por parte de grupos poblacionales en específico; en este caso, las mujeres. Lo anterior es de especial relevancia, ya que en las políticas públicas sobre inclusión financiera y desarrollo subyace constantemente la idea de la **Ley de Say**; esto es, que “la oferta de fondos en préstamo crea su propia demanda”. Los datos de la tabla anterior más bien generan un indicio de que no necesariamente más fondos en préstamo son aceptados por las mujeres cuando no hay necesidad o no hay interés por tomar riesgos.

Asimismo, es importante resaltar que otra barrera de entrada o un tercer motivo para no adquirir crédito por parte de las mujeres es no cumplir con los requisitos solicitados. Lo anterior es importante, pues las instituciones financieras pudieran incorporar perspectiva de género en sus políticas y procedimientos internos a fin de evaluar las necesidades y recursos actuales de las mujeres y “relajar” o cambiar los requisitos para que sean acordes con la realidad de las mujeres y que ellas, en consecuencia, puedan acceder con mayor facilidad a productos de crédito.



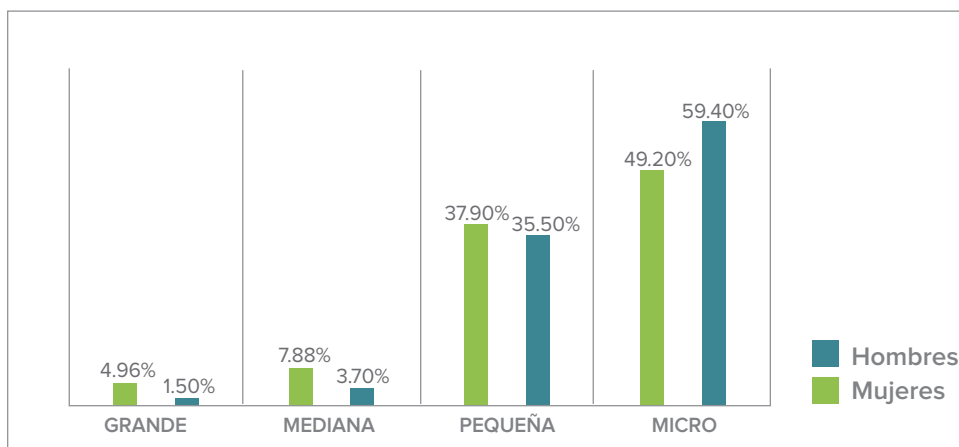
### 3.4. Los servicios financieros y el emprendimiento de mujeres

La inclusión financiera y el emprendimiento de mujeres es una cuestión que merece la pena de ser revisada; sin embargo, existen pocos estudios exploratorios que aborden este tema específico en el caso de México. La investigación de (Fareed, Gabriel, Lenain, & Reynaud, 2017) ha aportado a la literatura más información sobre la relación entre inclusión financiera y empresarialidad de mujeres en México. Esta sección se remite, en particular, a los resultados de dicho análisis por ser reciente, complementado con enfoques cualitativos realizados en el estudio de (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018).

En México, existe una importante brecha por sexo en cuanto al emprendimiento y a la empresarialidad se refiere. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas del INEGI (ENAFIN 2018), sólo 1 de cada 4 empresas formales en el país tienen a la cabeza o en la mayoría de las personas socias a mujeres. De las 273 mil 909 empresas formales que existen, solamente 67 mil 969 tienen socias mayoritarias<sup>36</sup>.

Sin embargo, esta brecha cambia dependiendo del tamaño de las empresas.

**Gráfico 37. Empresa con socios y socias mayoritarias, desglosado por sexo**



Fuente: elaboración propia con datos de ENIF, 2018

Tal como se muestra en el gráfico, las grandes y medianas empresas tienen una mayor brecha por sexo, la cual se reduce en las pequeñas empresas y cambia a la inversa en las microempresas. Se puede concluir que independientemente del tamaño de la empresa, las mujeres poseen menor presencia como dueñas de empresas, salvo por las microempresas.

<sup>36</sup> Se omite repetir que pueden ser dueñas o mayoría de socias en la persona moral o personas físicas con actividad empresarial.



No obstante, la estadística de mujeres al frente de un negocio o actividad económica informal escapa a la estadística de la ENAFIN. Asimismo, es conocido que existen mujeres trabajadoras independientes en el autoempleo, entre las cuales, casi la totalidad se ubica en el sector informal. Ya en el cuarto trimestre de 2019, del total de la población ocupada (55.68 millones de personas), el 27.3% eran trabajadores o trabajadoras independientes<sup>37</sup>; esto es, 15.18 millones de personas. De ese total, 2.67 millones de personas eran empleadores o empleadoras, ya sea en empresas formales o informales, de las cuales el 20.6% eran mujeres (ENOE<sup>38</sup>, 2019).

Por otra parte, del total de población ocupada que trabaja por cuenta propia (12.5 millones de personas), el 41% fueron mujeres. Entre las mujeres en autoempleo (5.14 millones), casi el 90% (4.59 millones) trabaja en negocios en el sector informal de la economía (comercio, servicios, agricultura de subsistencia, empleo doméstico remunerado).

**Tabla 25. Proporción de mujeres en autoempleo informal, según grado de escolaridad**

| Nivel de escolaridad      | Mujeres   | Porcentaje |
|---------------------------|-----------|------------|
| Primaria incompleta       | 830,290   | 18%        |
| Primaria completa         | 1,030,666 | 22%        |
| Secundaria                | 1,622,540 | 35%        |
| Media superior y superior | 1,100,948 | 24%        |
| No especificado           | 2,680     | 0%         |

Fuente: ENOE, 2019

Del total de mujeres autoempleadas en el sector informal (4.59 millones), el 76% tiene educación básica (primaria y secundaria) y menos de una quinta parte educación media superior o educación superior:

Es relevante resaltar lo siguiente:

- Dentro de la población ocupada, hay más mujeres en el autoempleo que mujeres patrones.
- De los 5.14 millones de mujeres en el autoempleo, el 89% lo hace en la economía informal.
- El autoempleo de mujeres en la economía informal es más frecuente entre mujeres con baja instrucción.

Sin embargo, las estadísticas de la ENOE no incorporan otro tipo de barreras para el emprendimiento de mujeres, como las socioculturales; es decir, los papeles reproductivos



<sup>37</sup> Trabajador independiente puede ser empleador (patrón) o trabajador por cuenta propia (autoempleado).

<sup>38</sup> Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del INEGI.

de género (crianza y cuidado de la familia) que generan tensiones intrafamiliares o las constriñen a las actividades de tiempo parcial, en la economía informal. En otras palabras, dichos papeles reproductivos orillan a que las mujeres lleven a cabo actividades en que puedan combinar sus “responsabilidades” reproductivas con la generación de ingresos, a lo que se añade el factor de la instrucción escolar.

*Existe una relación entre la inclusión financiera y el emprendimiento de mujeres en México, y esta relación también se determina con base en diferentes aspectos, como los demográficos.* Por su parte, el estudio de (Fareed, Gabriel, Lenain, & Reynaud, 2017 )<sup>39</sup> ofrece evidencia empírica sobre la relación entre la inclusión financiera y el emprendimiento de mujeres en México; uno de los principales hallazgos es que una mayor diversidad en los puntos de acceso financieros en las comunidades (sucursales, corresponsalía, puntos de venta, agentes o promotores/as, etc.) tiene una relación directa positiva en el emprendimiento de mujeres, además de que estos puntos de acceso funcionan como puerta de entrada para el uso de otros y más servicios financieros. Dicho de otro modo, cuanto más diversidad de puntos de acceso, más emprendimiento de mujeres en el país.

Respecto del mayor acceso o disponibilidad de puntos de acceso, sólo se encontró una relación estadística positiva en las zonas urbanas y en el sector formal. En cambio, en zonas rurales y en el sector informal, no hay relación positiva entre más puntos de acceso y emprendimiento. En otras palabras, solamente en las zonas urbanas, a mayor disponibilidad de puntos de acceso financieros, mayores tasas de emprendimiento formal.

Varios factores pueden explicar el hecho de que en las zonas rurales y/o en la economía informal, una mayor disponibilidad de puntos de acceso financieros no necesariamente conlleve decisiones de emprender por parte de las mujeres. Entre estos factores, se encuentra que las mujeres rurales y en la informalidad 1) no pueden cumplir con todo el papeleo y requisitos de un crédito formal para negocio; 2) tienen una baja educación financiera, y 3) no son parte del mercado o población objetivo para las instituciones financieras (sobre todo las de banca múltiple y las dispersoras de crédito). Sin embargo, sí existe una relación positiva entre acceso y emprendimiento para los hombres dentro de la economía informal en comunidades urbanas y rurales. Las siguientes son algunas variables que pueden explicar el hecho de que exista una correlación positiva entre acceso a servicio financieros y decisiones de emprendimiento para los hombres aún en el sector informal y no así para las mujeres:

- El bajo empoderamiento de mujeres que se demuestra con la necesidad de solicitar permiso a sus parejas u otros hombres para realizar alguna transacción.
- Menor educación financiera.
- Menores activos e ingresos en las mujeres, lo que significa menor posibilidad para ofrecer garantías o colaterales al solicitar un financiamiento.

<sup>39</sup> En este estudio se realizó un modelo econométrico que relacionó un índice de cobertura de servicios financieros con datos del Consejo Nacional de Inclusión Financiera (Conaif) , más la información de la ENIF y la ENOA en un panel de datos.



Adicionalmente a lo señalado por el estudio, en la investigación de (Morvant-Roux, Angulo, Carmona, Crucifix, & Gonzalez, 2018) con mujeres rurales socias de cooperativas de ahorro y crédito, se observó que las mujeres no adquieren créditos empresariales para sus negocios, sino créditos de consumo que utilizan para sus actividades productivas. En ese sentido, la banca social no reporta esto como un crédito empresarial.

Ante ello, es importante recalcar que las mujeres rurales revelaron en entrevistas que es complicado solicitar y cumplir requisitos para un crédito empresarial (cuando siquiera está disponible), así como demostrar que son propietarias o arrendatarias del terreno o establecimiento donde desempeñan su actividad. Además, manifiestan que cuando se tiene un crédito empresarial, la supervisión de su negocio es muy minuciosa y constante, lo que las somete a mucho estrés. Por consiguiente, prefieren tomar un crédito de consumo que puedan usar con libertad.

De nuevo, lo anterior es relevante para que las instituciones financieras tomen en cuenta las necesidades y recursos específicos de las mujeres en sus contextos, a fin de que adapten los productos a su propia realidad.

### 3.5. Digitalización financiera y medios de pago digitales

*Un tema importante en la dinámica y demanda financieras es la posibilidad de realizar transacciones digitales, así como recibir y enviar depósitos de dinero, hacer pagos y compras través de medios electrónicos.* La tendencia para reducir el uso de efectivo no es solamente conveniente para las y las usuarias finales, ya que aumenta seguridad personal y eficacia o rapidez en las transacciones, sino también representa una ventaja para las instituciones financieras y reguladoras, ya que existe 1) una reducción de costos por el (no) manejo de efectivo, 2) una mayor transparencia y rastreo de transacciones, 3) un mayor combate al lavado de dinero y a la evasión fiscal, entre otros beneficios.

*Los medios digitales de pago se enfrentan a las ventajas del efectivo.* Para quienes están del lado de la demanda (es decir, los y las usuarias finales) poseer una tarjeta de débito o crédito, CoDi, banca electrónica, etc. no siempre representa una ventaja frente al efectivo cuando el entorno o ecosistema en que se realizan estas transacciones no está incorporado a los sistemas de dinero electrónico. Por la razón anterior, gran cantidad de mujeres —principalmente rurales o de localidades de baja densidad poblacional— que tienen una tarjeta de débito prefieren retirar el dinero en efectivo y usarlo de esa manera, dado que el entorno donde realizan sus operaciones no está digitalizado.

*La generación de un ecosistema amigable para el uso digital de productos financieros (tarjetas de débito o crédito, productos financieros digitales u otros) significaría una importante ventaja para el sector financiero, tanto en su oferta como en su demanda, que se traduciría en la posibilidad de hacer llegar los servicios financieros de forma continua con menores costos de operación para las instituciones y para las personas, ampliando entonces el acceso y uso (y por tanto, la inclusión financiera de la población) de manera importante.*



*El sector de microfinanzas puede beneficiarse del uso de medios de pago digitales.* El sector de microfinanzas<sup>40</sup> en México trabaja con ventas directas realizadas por personas promotoras de ahorro y crédito. Dicho proceso que es muy costoso si se considera que los montos captados en ahorro y colocados en préstamos son pequeños, y que rentabilizar una sucursal requiere un gran volumen de socios o socias y operaciones, de tal suerte que el personal de promoción en campo tiene que abrir mercado a través de una desesperada carrera por la colocación de microcréditos. Asimismo, los productos de pago de remesas y otros servicios que se ofrecen, aunque generan comisiones, imponen costos de administración de liquidez y no suelen ser tan rentables cuando no hay economías de escala. Por ello, un ecosistema digital podría reducir la presión sobre las instituciones de microfinanzas, ya que podrían generar ingresos y ofrecer una mayor cantidad de servicio a sus socios y socias, y no únicamente la colocación de microcréditos.

Siguiendo a (Barnard & Henson Gric, 2020, pág. 10), la inclusión financiera digital permite llegar a clientes que no fueron previamente considerados por su lejanía y/o sus bajos ingresos, ya que la tecnología permite ser costo-eficiente con población excluida por considerársele económicamente inviable. La mayoría de las aplicaciones Fintech<sup>41</sup> son muy amigables, a tal grado que incluso aquellos con baja educación digital pueden familiarizarse y beneficiarse de sus servicios y productos.

*Un mecanismo para avanzar en un ecosistema financiero digital son las corresponsalías.* En la reforma financiera de 2014, se abrió la posibilidad para que las instituciones de la banca social pudieran establecer contratos de corresponsalías. Sin embargo, y pese a la reforma financiera, sólo una Sofipo (Caja Libertad) cuenta con contrato de corresponsalía a través de tiendas Oxxo (Conaif, 2018, pág. 33). Cabe señalar que los intermediarios de banca social tienen una barrera de entrada para establecer convenios o contratos de corresponsalías que recaen en la regulación, ya que las normas que debe cumplir un corresponsal para la banca social exige características de infraestructura, historial financiero y tecnologías de la información que difícilmente los pequeños comercios o establecimientos en zonas semiurbanas o rurales pueden cumplir por sí mismos. Además, estos establecimientos no encuentran incentivos suficientes para realizar este tipo de inversiones, o bien no tienen la capacidad financiera para llevarlos a cabo.

En ese sentido, de 2014 (reforma financiera) a la fecha, no ha habido una política pública que aborde dicha problemática, de ahí que haya menos puntos de “cash-in”; por ejemplo, para hacer depósitos de efectivo a cuentas digitales. Tampoco ha habido una política pública que coadyuve a elevar las capacidades de pequeños establecimientos con objeto de que logren incrementar sus estándares y convertirse en corresponsales bancarios, lo que —al mismo tiempo— frena los incentivos de las instituciones de banca social para acelerar su digitalización.

<sup>40</sup> Se ha presentado en el caso de la oferta de banca múltiple, que no hay presencia en poblaciones de baja densidad poblacional, por lo que al hablar de la necesidad de un entorno digital, se refiere a la población y territorios atendidos por microfinanzas.

<sup>41</sup> FINTECH hace referencia a las empresas que proveen servicios financieros mediante bases tecnológicas.



Finalmente, y si bien existe una brecha por sexo en el uso de productos financieros digitales, esta es relativamente pequeña.

**Tabla 26. Tenencia de banca por celular, desglosado por sexo**

| Tiene banca por celular | 2012 | 2018  |
|-------------------------|------|-------|
| Hombres                 | 6.3% | 11.6% |
| Mujeres                 | 4.5% | 11%   |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2012 y 2018

**Tabla 27. Uso de puntos de acceso bancarios, desglosado por sexo**

|  | 2012    |         | 2018    |         |
|--|---------|---------|---------|---------|
|  | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Usó sucursal bancaria en el último año   | 42.5%   | 37.7%   | 42.7%   | 42.2%   |
| Usó cajeros automáticos en el último año | 42.2%   | 31.7%   | 46.8%   | 47.6%   |
| Usó corresponsales en el último año      | 29%     | 31.7%   | 42.4%   | 41.4%   |

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2012 y 2018

De hecho, en las tablas 24 y 25 se observa que entre 2012 y 2018, aumentó el uso de banca por celular y cajeros automáticos, y en 2018 no hay ya una brecha por sexo en estos medios. Pese a lo anterior, la utilización de banca por celular sigue siendo baja si la comparamos con los promedios mundiales y países de ingresos altos, aunque México está dentro de los porcentajes de Latinoamérica y el Caribe, tal como se muestra en la tabla a continuación:

**Tabla 28. Utilización de Internet para realizar pagos, 2017<sup>42</sup>**

| Nivel de escolaridad      | Total | Hombres | Mujeres |
|---------------------------|-------|---------|---------|
| Australia                 | 68    | 69      | 67      |
| Bélgica                   | 67    | 70      | 65      |
| Brasil                    | 11    | 13      | 10      |
| Canadá                    | 72    | 75      | 69      |
| Europa                    | 41    | 43      | 38      |
| Latinoamérica y el Caribe | 10    | 12      | 9       |
| Mundo                     | 22    | 24      | 21      |

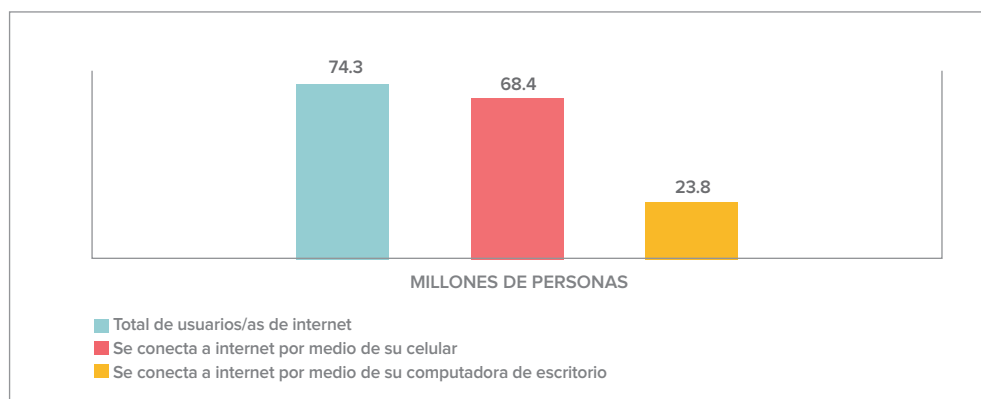
Fuente: Global Findex Data. Porcentajes de la población adulta

<sup>42</sup> Este no es un indicador equivalente a banca por celular, pero es un proxy, puesto que para usar la banca por celular se requiere la transferencia de datos. Puede usarse desde el proveedor de telefonía celular hasta una conexión a Internet WiFi.



Una de las barreras para la digitalización financiera de la población y de las mujeres en particular es el acceso a Internet y al teléfono celular en el país. Por ello, es necesario conocer cuántos usuarios y usuarias de Internet hay en México, así como cuál es el porcentaje de la población en las diferentes localidades que cuenta con dispositivos móviles.

**Gráfico 38. Total de usuarios/as de Internet y medios por los que se conectan**

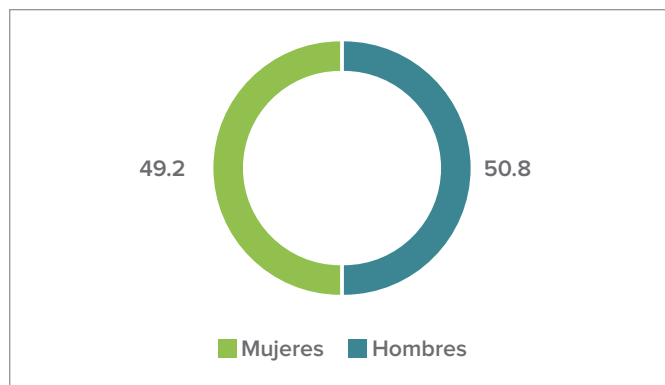


Fuente: elaboración propia con datos de ENDUTIH, 2018

La tenencia de teléfonos celulares con acceso a Internet en México es alta y puede ser el canal de acceso a los servicios financieros digitales. La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2018, elaborada por el INEGI, establece que en México hay 74.3 millones de personas usuarias de Internet, de las cuales 93% se conecta a Internet por medio de su teléfono celular, mientras que sólo 32% lo hace en computadoras de escritorio. En ese sentido, los servicios financieros digitales tendrían que ofrecer y operarse mayoritariamente a través de los aparatos celulares.

Asimismo, entre 2015 y 2018 hubo un incremento de 12 millones de internautas, de los cuales 51.5% son mujeres y 48.5% hombres. La mayoría, de entre 25 y 34 años. El uso del Internet es un fenómeno urbano con 73.1%, lo que contrasta con el 40.6% de la población conectada en zonas rurales.

**Gráfico 39. Usuarios de Internet, desglosados por sexo**



Fuente: elaboración propia con datos de ENDUTIH, 2018



Del total de usuarios de Internet, el 50.8% son mujeres y 49.2% hombres, y la mayor proporción de internautas se ubica entre los 18 y 34 años de edad. Además, la principal actividad en Internet es acceder a redes sociales, seguida del envío y recepción de correos electrónicos, mientras que la banca por Internet cae al décimo lugar, con el 53% de los usuarios de Internet.

*Los servicios digitales financieros se podrían enfocar en la inclusión financiera de mujeres jóvenes en zonas urbanas primero y después en zonas rurales, lo que reduciría las brechas por sexo; lo anterior, considerando también que las mujeres mayores de 54 años de edad son el segmento poblacional con menor penetración de Internet, y a ellas se les puede ofrecer servicios financieros físicos o tradicionales.*

### 3.6. De finanzas incluyentes a finanzas transformadoras de las condiciones de género

*La expansión de las finanzas digitales podría dar acceso a 880 millones de mujeres en el mundo (UN & Mellon, 2018, pág. 3). Sin embargo, y a pesar del potencial, los retos para enfrentar la exclusión son de la oferta y de los aspectos relacionados con las barreras sociales que limitan la participación de la mujer y refuerzan papeles discriminatorios que ensanchan la desigualdad entre hombres y mujeres.*

*En un primer paso, el enfoque de género para la inclusión financiera entonces debería centrarse en adaptar la oferta, dado que son pocos los productos en el mercado que empatan con las necesidades de los distintos perfiles de mujeres y/o porque los productos financieros no son comercializados o asignados de forma efectiva entre este grupo poblacional.*

Es importante que *la oferta de servicios sea atractiva a los distintos perfiles de mujeres* (de zonas urbanas, rurales, con distintos niveles de ingreso, de educación, de ocupación, etc.). No obstante, como lo señala N. Kabeer en (Njuki y otros, 2019, pág. 67): “el mayor acceso a nuevos productos financieros provee posibilidades, más que un conjunto predeterminado de resultados”, de ahí que también sea interesante pensar en **finanzas transformadoras de las condiciones de género**, lo que significa una inclusión financiera explícitamente dirigida a crear sistemas financieros equitativos; esto es, con acceso y uso de servicios que permitan a todas las personas (hombres y mujeres) superar limitaciones, mejorar medios de vida y circunstancias.

Las finanzas transformadoras de las condiciones de género tienen como punto de partida definir lo que un hombre y una mujer *poseen* (activos, recursos, ingresos), *realizan* (acciones y decisiones) y *son* (papeles y posiciones), a fin de desafiar las desigualdades inherentes a los sistemas sociales, y dentro de estos, a los financieros (Njuki y otros, 2019, pág. 67).

Lo anterior implica sin duda un cambio de visión: pasar del énfasis únicamente centrado en resolver cómo los productos y servicios financieros habilitan el acceso financiero de mujeres, a otro enfoque en el que se aborda: ¿cómo la inclusión financiera afecta o



transforma las vidas de las mujeres en términos de su empoderamiento, equidad y otros objetivos (p.ej.: emprendimiento)? Lo anterior implica también pasar de la inclusión financiera a una salud financiera, y luego al crecimiento financiero.

**Figura 8. Finanzas transformadoras de las condiciones de género**



Fuente: adaptación propia tomada de (UN & Mellon, 2018)

*Tener una cuenta formal o recibir transferencias digitales es un paso importante; es adquirir los medios para un fin.* La habilidad y capacidad para desplegar pagos, ahorros o activos financieros de manera que se eviten riesgos, mitiguen choques, aprovechen recursos y se tomen decisiones financieras que respondan a preferencias y aspiraciones en las mujeres, se convierte en la clave de las finanzas transformadoras de género.

En esta misma tesitura, a continuación se establecen algunas acciones concretas<sup>43</sup> para que los sectores privado, público y social (UN & Mellon, 2018, pág. 4) puedan dar un enfoque de finanzas transformadoras. Esta lista es meramente enunciativa y no limitativa.

#### a) Acciones dentro del Sector Privado

- Instituciones intermediarias u oferentes que se colocan lentes de género<sup>44</sup> para estructurar nuevos productos, estrategias de inversión, fondos e indicadores hacia clientas mujeres.
- Expansión del mercado con un entendimiento previo de las disparidades o desigualdades de género, que se manifiestan en las brechas por sexo en el uso y satisfacción de los productos y servicios que ofrecen.
- Aunado a lo anterior, atender los factores que frenan o desaniman a las mujeres a usar los productos y servicios que se ofrecen.

<sup>43</sup> Algunas de estas acciones están inspiradas en publicaciones de ONU Mujeres.

<sup>44</sup> Los lentes de género y/o gafas violetas es una metáfora inspirada en la escritora Gemma Lienas sobre comenzar a ver la realidad a través de la realidad de las mujeres, considerando sus gustos, necesidades, acciones, etc.

<sup>45</sup> Los dos casos más emblemáticos de esta estrategia fueron 1) el programa “Mujer PYME” de NAFIN, que consistía en otorgar créditos para mujeres mexicanas con algún negocio y 2) la incorporación de la perspectiva de género en el programa PATMIR de BANSEFI, que consiste en la asistencia técnica especializada enfocada en el ahorro y orientada a la población predominantemente rural y con escaso acceso a servicios financieros en México. Entre las acciones para incorporar la perspectiva de género en este programa, se encontraron: la focalización prioritaria a las mujeres en el objetivo general del programa y la alineación del programa a los mandatos internacionales y nacionales en materia de igualdad de género, así como el reporte de información desagregado por sexo y con características particulares de la población.





### *b) Acciones dentro del Sector Público*

- Monitorear y desincentivar comportamientos del sector privado que sean desiguales o discriminatorios de las mujeres, ya sea para acceder o al utilizar productos o servicios financieros.
- Dirigir capital (o apoyos) a la oferta que provea productos y servicios con las características descritas.

*Para el caso de México, los órganos reguladores han buscado incidir en la materia, pero los esfuerzos siguen siendo tímidos.* Por ejemplo, el CONAIF ha sido propositivo y ha avanzado en generar estadísticas cada vez más desagregadas por sexo; no obstante, no tiene en sus atribuciones incidir o favorecer la orientación de género en el sistema financiero. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por su parte, en años anteriores impulsó la adhesión de la banca de desarrollo a la campaña de ONU Mujeres *HeForShe*. Esta adhesión conllevó los siguientes compromisos adquiridos por parte de las nueve entidades de la banca de desarrollo: 1) Hacer pública la composición de género en los órganos de gobierno y cuerpos colegiados de la Banca de Desarrollo, así como adecuar los mecanismos para elevar la representatividad de las mujeres en ellos; 2) crear y, en su caso, fortalecer los productos y programas de la Banca de Desarrollo, con el fin de atender necesidades específicas de las mujeres<sup>45</sup>, y 3) promover una cultura de igualdad de oportunidades de desarrollo profesional en el interior de las entidades de banca de desarrollo. Sin embargo, lo cierto es que no se profundizó para generar cambios de mayor envergadura. Esto, aunado a que hubo cambio de administración pública, que cortó de tajo con muchas iniciativas de género en marcha.

A pesar de ello y en general, *el sector público ha diseñado estrategias para habilitar el acceso de mujeres a crédito y servicios financieros, pero con base en criterios de cuotas y montos.*

### *c) Acciones de Actores Sociales*

- Evaluar el impacto de los productos y políticas financieras existentes para identificar aquellas que tienen o destacan por sus avances en la inclusión financiera de mujeres, así como experimentar con nuevos enfoques y
- compartir las lecciones aprendidas.  
Identificar, apoyar y promover aquellas iniciativas financieras que desempeñen un papel protagónico o destacado en finanzas transformadoras de género.

Asimismo, existen obstáculos de tipo social, cultural o normativo en los que hay discriminación de género que son una barrera que frena o impide el acceso y uso de productos y servicios financieros para las mujeres. Si bien esto difícilmente compete a las organizaciones e intermediarios financieros, existen otros actores (como organismos internacionales, organizaciones de la sociedad civil, etc.) que pueden trabajar conjuntamente con estrategias financieras para promover, favorecer y trabajar en favor de actitudes de mayor equidad de género.



#### d) Finanzas transformadoras de las condiciones de género y Agenda 2030

Una agenda de inclusión financiera transformadora contribuye directamente en, por lo menos, siete de los 17 objetivos de la Agenda para el Desarrollo Sostenible 2030:

|  |  |
|--|--|
|  <p>1 FIN DE LA POBREZA</p>                         | <p>Se puede aumentar la protección social para las mujeres, así como contribuir a lograr una amplia cobertura.</p> <p>Las finanzas transformadoras pueden ayudar a que las mujeres tengan los mismos derechos a los recursos económicos, al acceso a servicios básicos, a la propiedad y al control de la tierra, y a otros bienes; a la herencia, a los recursos naturales, a las nuevas tecnologías apropiadas y a los servicios financieros, incluida la microfinanciación.</p> |
|  <p>2 HAMBRE CERO</p>                               | <p>La libertad financiera permite tomar libremente otras decisiones, como reducir la carencia por alimentación.</p> <p>El ahorro y el acceso a seguros pueden amortiguar los choques y gastos catastróficos en salud, así como prevenir y contar con mecanismos para disipar el impacto en caso de una enfermedad.</p>   |
|  <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>                        | <p>El ahorro y el acceso a seguros pueden amortiguar los choques y gastos catastróficos en salud, así como prevenir y contar con mecanismos para disipar el impacto en caso de una enfermedad.</p>   |
|  <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>                    | <p>Los instrumentos financieros ayudan a aumentar la inversión en la educación de las mujeres. En particular, interesa la formación para contar con las competencias necesarias, especialmente las técnicas y profesionales, a fin de acceder al empleo, al trabajo decente y al emprendimiento</p>  |
|  <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>                      | <p>Incrementa las oportunidades de las mujeres para invertir en su futuro, aumentando —a la vez— sus ingresos y capacidades; por tanto, la autonomía para tomar decisiones en su favor. Además, las finanzas transformadoras pueden asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo en todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.</p>  |
|  <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> | <p>Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales significa fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todas las personas, incluidas las mujeres. La inclusión financiera apunta a la creación de fuentes de trabajo, a la participación en el mercado laboral y al emprendimiento de las mujeres</p>  |
|  <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>     | <p>Una digitalización del sector puede contribuir a aumentar la utilización de tecnologías instrumentales; en especial, la tecnología de la información y las comunicaciones.</p>  |



## 4. Benchmark para la inclusión financiera digital de mujeres

Este capítulo tiene como objetivo exponer tres casos relevantes en América Latina que —desde distintos enfoques— han puesto en el centro de su modelo de negocio la inclusión financiera de las mujeres.

El primer caso es una institución boliviana con más de dos décadas en el terreno del microcrédito y la educación financiera, con especial atención y misión para trabajar con mujeres, y que amplía sus servicios más allá de lo financiero a lo empresarial, formativo y hasta en el terreno del cuidado de la salud. El segundo es un caso brasileño de una *start up*<sup>46</sup> de banca 100% digital que se dirigirá sólo a mujeres, con productos financieros adaptados a cada cliente; se sitúa en un enfoque totalmente innovador de finanzas descentralizadas basadas en la tecnología. El último caso es un banco comercial —en Costa Rica— con un programa dirigido a mujeres.

En las tres experiencias existe una característica transversal: adaptarse y diseñar productos lo más ajustados posible a las necesidades de mujeres, en los que puedan desplegar un potencial más allá del simple acceso a los servicios.

Estos casos, además de contrastar desde el punto de vista institucional, tecnológico y de productos, muestran que no existen soluciones únicas, ni perspectivas universales. Cada una tiene una propuesta de valor en que el elemento diferenciador es la población objetivo al que se enfocan.

Los casos y las experiencias de medición de desempeño permiten combinarse con el fin de hacer una propuesta de *benchmark* para la inclusión financiera de mujeres. Dicha propuesta necesariamente tendría que discutirse más a fondo entre las instituciones oferentes y/o financieras, las mujeres objetivo, así como lograr un consenso costo-eficiente adaptado a los objetivos específicos que se busquen.

### 4.1. CRECER (Bolivia)

El caso más conocido en términos de atención microfinanciera de las mujeres en la región es CRECER-Crédito con Educación Rural, que se desarrolla en Bolivia. Este programa cuenta con 23 años de experiencia, ya que fue fundado en 1999. Al cierre del mes de marzo de 2020, la institución tenía 215,804 personas socias activas, de las cuales 77% eran mujeres<sup>47</sup> y 38% clientes que habitan en zonas rurales. Asimismo, otro dato interesante es que el 59% de las clientas de CRECER tiene entre 20 y 40 años.

Se trata de un caso paradigmático porque trabaja con población en situación de vulnerabilidad y pobreza, y ha sido una institución financiera que, desde su origen, se



<sup>46</sup> Start up se define como una empresa de reciente creación, casi siempre con base tecnológica o de innovación.

<sup>47</sup> Aunque ha ido disminuyendo porque en 2011, la proporción de socias era 87%.

enfocó no solo en otorgar microcrédito, sino también en una paralela educación financiera, instituyendo —por lo tanto— una visión transformadora de las deficiencias estructurales que pudieran frenar el desarrollo de sus socias. Además, la institución ha demostrado sostenibilidad a lo largo del tiempo, ofreciendo sus productos y servicios a mujeres bolivianas con bajos niveles de ingresos, y principalmente de áreas rurales.

Todos sus productos son de crédito, ya que —por su figura legal— no pueden captar ahorro, aunque lo promueven de manera informal a través de los grupos de banca comunal.

**Tabla 29. Productos y Servicios de CRECER**

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Banca comunal</b></p>  | <p>Financiamiento de los sectores de menores ingresos, principalmente mujeres organizadas en grupos de entre 8 y 30 personas. El crédito es otorgado con garantía solidaria, mancomunada e indivisible de todas las asociadas. Este producto promueve el ahorro en el interior del grupo. En estos grupos se aprovecha la concurrencia para proporcionar cursos de capacitación en las actividades económicas de las mujeres y otros temas de interés de las beneficiarias.</p> |
| <p><b>Crédito oportuno</b></p>   | <p>Producto complementario a la banca comunal para socias que requieren financiamiento adicional. Se otorga individualmente.</p>  |
| <p><b>Crédito individual</b></p>   | <p>Producto de libre disponibilidad que privilegia a las mujeres que lo necesitan para la inversión productiva, compra de bienes y/o desarrollo de proyectos.</p>   |
| <p><b>Crédito rural productivo</b></p>   | <p>Es un producto que responde a la demanda de socias para inversiones productivas, pero en el medio rural.</p>   |
| <p><b>Crédito de salud</b></p>   | <p>Es un producto que se ofrece para emergencias y necesidades de salud de las socias de la banca comunal y sus familiares.</p>   |
| <p><b>Microseguro</b></p>  | <p>Es un servicio de deuda y de desgravamen hipotecario. Estos seguros son sin costo para todos los que obtienen un crédito.</p>  |
| <p><b>Medios de pago, depósitos, cobro de remesas en ventanillas y a través de corresponsales.</b></p> |   |

*Fuente: elaboración propia*



Además, CRECER trabaja actualmente en el diseño de nuevos productos de ahorro.

Desde su fundación, CRECER trabaja con sesiones educativas para que las socias desarrollen habilidades específicas. Estas sesiones educativas van desde la gestión del grupo de banca comunal, salud integral, administración de negocios, educación financiera, liderazgo de mujeres, hasta la información sobre derechos como ciudadanas. Y aunque algunos talleres de capacitación que promueven se quedan encasillados en actividades económicas que normalmente se han conceptualizado como “de mujeres” (cocina, repostería, costura, bordado, etc.), esta sigue siendo una institución que tiene un enfoque de género, ya que no ha construido su mercado aprovechando ventajas en las actividades estereotipadas de las mujeres, sino buscándolas como clientas para apoyar su desarrollo integral.

CRECER promueve las actividades productivas de sus mujeres socias mediante ferias en comunidades, ciudades o espacios que gestiona para que las mujeres comercialicen los productos que elaboran. Adicionalmente, organizan jornadas de salud en las comunidades, estableciendo convenios con hospitales y centros de salud que otorgan atención médica especializada a mujeres; particularmente, en la prevención de cáncer cervicouterino.

Desde 2019, CRECER participa en el Programa de Transformación Digital para Microfinancieras, mediante el cual busca fortalecer y digitalizar sus procesos, productos y servicios. De la misma manera, desarrolla un producto de crédito para la educación y un programa para la equidad de género. Con lo anterior buscan seguir siendo estratégicos y diferenciadores y acercarse más a lo realizado por un banco de desarrollo.

CRECER es un caso emblemático no solamente por llevar más de dos décadas trabajando con mujeres, sino porque ha sido una experiencia innovadora en el terreno del microcrédito con educación. Fue reconocido en 24 ocasiones por organismos internacionales como el *BID/Fomin*, *Latin American Quality Institution*, *Global Business Corporation* y *Oikocredit*.

De 2014 a 2019 se han constituido más de 15 mil bancos comunales con más de 100 mil sesiones educativas por año, como se muestra en la tabla 30

**Tabla 30. Resultados históricos de CRECER**

|                                  | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Clientes activos                 | 154,369 | 165,126 | 178,621 | 185,147 | 200,948 | 215,726 |
| Sesiones educativas              | 135,533 | 136,253 | 150,233 | 160,049 | 176,403 | 185,760 |
| Exámenes<br>prevención de cáncer | 28,489  | 26,429  | 34,590  | 43,125  | 51,432  | 59,842  |
| Cartera bruta<br>(miles de USD)  | 181,076 | 198,942 | 211,858 | 247,211 | 284,444 | 313,474 |

Fuente: Elaboración propia con datos de Crecer IFD “Servicios de Desarrollo” Disponible en: [http://www.crecerifd.bo:8080/BoliviaCrecerJforms/faces/indicadores\\_serv\\_desarrollo.xhtml](http://www.crecerifd.bo:8080/BoliviaCrecerJforms/faces/indicadores_serv_desarrollo.xhtml)



## 4.2. ElasBank (Brasil)

ElasBank es una start up brasileña en fase de prueba que será un banco digital dirigido a mujeres. Su lema es “Construyendo riqueza, juntas”. No es un caso paradigmático histórico, pero resulta innovador su modelo de negocios. La líder de este proyecto es Hanna Schiuma, historiadora argentina dedicada al empoderamiento femenino, con particular énfasis en el área financiera, FINTECH y *start ups*. Al mismo tiempo que Elasbank, su líder lanza una ONG llamada Red Iberoamericana de Mujeres en Fintech, en 15 países de Latinoamérica.

La primera fase de ElasBank será una plataforma de inversión y gestión de fondos con su socia, Christian Zimmer, matemática financiera doctorada de la Universidad de São Paulo que trabajaba en el desarrollo de algoritmos para gestoras de fondos brasileñas. Esta plataforma aconsejará a las mujeres sobre decisiones de inversión, gestión de cartera y ahorro para lograr objetivos financieros. El monto mínimo de inversión no ha sido definido, pero se cree que podría comenzar con 100 reales (alrededor de 17.89 dólares estadounidenses).

Posteriormente, ElasBank contará con más productos digitales, como:

- Cartera de crédito
- Préstamos P2P (persona a persona)
- Cuenta corriente de ahorro
- Cartera de criptomonedas
- Productos diseñados específicamente para emprendedoras.

La intención y el valor agregado de esta organización es que busca adaptar sus productos y servicios a las necesidades de las mujeres, y se enfoca en los diferentes momentos de su ciclo de vida. Además, todos sus productos y servicios son 100% digitales, lo que hace de la operación mucho más costo-eficiente.

La decisión de crear un banco digital para mujeres surgió de conversar con ellas y descubrir que no sentían que hubiera opciones de mercado ajustadas. Entonces se llegó a la conclusión de que este alejamiento se centraba en que los bancos no estudian, analizan o comprenden cómo cambia la dinámica y las necesidades financieras de las mujeres, según la etapa del ciclo de vida en que se encuentren. Por ejemplo, una mujer que estudia *versus* otra con hijos o hijas pequeñas tienen necesidades financieras completamente distintas y, por lo tanto, necesitan diferentes productos financieros. Este banco digital posibilitará el ofrecimiento de soluciones personalizadas, adaptadas para las necesidades y deseos de cada mujer, incluidas las emprendedoras.

Finalmente, mediante este banco digital será posible que las clientas puedan modificar en cualquier momento sus objetivos financieros conforme vayan cambiando sus intereses, preferencias o necesidades. Dicha flexibilidad logrará una sostenibilidad y una perdurabilidad de sus clientas, haciendo el modelo de negocio exitoso con el paso del tiempo.



El caso anterior muestra cómo una opción financiera y homogénea no es la ideal para atacar la brecha por sexo en materia de inclusión. Se deben estudiar las características y necesidades reales de las mujeres para ofrecer productos hechos a la medida, que aumenten su aceptación, confianza y uso de los productos para, así, elevar su salud financiera.

### 4.3. Banca Mujer del Banco Nacional (Costa Rica)

Este es un caso distinto de los dos anteriores porque se refiere a un banco comercial que otorga programas de crédito para mujeres empresarias, con asesoría para el desarrollo de negocios y educación financiera. Dicho programa, además de ser reconocido por organismos internacionales como ONU Mujeres, incrementó la cartera de crédito empresarial del banco a un 48%, otorgando préstamos a mujeres empresarias. El programa de crédito empresarial que otorga capacitación, acompañamiento y facilita la exposición del producto o servicio, así como el desarrollo de misiones comerciales, es exclusivo para mujeres. El crédito a micro, pequeñas y medianas empresas puede ser usado para la inversión u operación, a lo que se añade una tarjeta de crédito para las necesidades inmediatas de capital de trabajo. Este producto, además, permite generar el acceso a un programa de garantías y se puede vincular con otros productos y servicios que ofrezca el banco y sean de interés de las clientas. El programa de mujeres también cuenta con acceso a productos de ahorro tradicionales y de ahorro programado.

Para acceder a este programa, las mujeres deben demostrar que el negocio está en operación, presentar un plan de negocios y cumplir con los requisitos, cuyo objetivo es evaluar si son sujetos de crédito.

**Figura 9. Programa de crédito empresarial para mujeres, Banco Nacional de Costa Rica**



Fuente: elaboración propia



Se trata de un caso ortodoxo y estandarizado de productos financieros específicos para mujeres, los cuales son, de hecho, habituales en los bancos comerciales regulados por Basilea III. Sin embargo, este programa es destacado porque en su modelo de negocio se contempla la intención de asegurar el éxito de sus clientas empresarias, lo que eleva la recuperación de la cartera. Dicha intención se materializa con asistencia técnica como asesorías, promoción y acompañamientos personalizados. Se trata de una apuesta por que las empresas de mujeres se consoliden, lo que influye directamente en eliminar los estigmas financieros de las mujeres, como el que “las mujeres no toman riesgos”, “las mujeres no son confiables para dirigir una empresa”, “las mujeres no pueden llevar las finanzas de una empresa”, etc. En tal sentido, este programa se posiciona como un mecanismo indirecto y sutil para romper con barreras sociales de discriminación; tanto así que casi la mitad de la cartera del banco se ha enfocado solamente en mujeres empresarias. Ejemplos de otros bancos que siguen la misma línea son el Banco de Desarrollo de El Salvador, con el fondo de garantías con asistencia técnica para mujeres empresarias; la Corporación de Fomento de la Producción de Chile; el caso de Nacional Financiera, y el Banco W (Banco WWB) de Colombia (Banco de Desarrollo, 2018).

#### 4.4. Modelo de Inclusión Financiera (PNUD, México)

Por su parte, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en México está desarrollando un proyecto piloto en materia de inclusión financiera para mujeres. El objetivo es aumentar la resiliencia de 250 mujeres en comunidades semiurbanas de dos entidades federativas de la República Mexicana: Estado de México e Hidalgo<sup>48</sup>. Lo anterior, a través de dos componentes:

1. La proveeduría de un producto digital de ahorro con condiciones especiales para satisfacer las necesidades y los contextos de las mujeres participantes.
2. Capacitaciones en materia de educación financiera.

**Figura 10. Entidades federativas de implementación para el Modelo de Inclusión Financiera**



Fuente: elaboración propia

<sup>48</sup> Estas dos entidades federativas se decidieron a partir de la penetración de servicios financieros en México. En ese sentido, ambas entidades se encuentran en la zona Centro Sur y Oriente, la cual cuenta con la más baja inclusión financiera regional en el país.

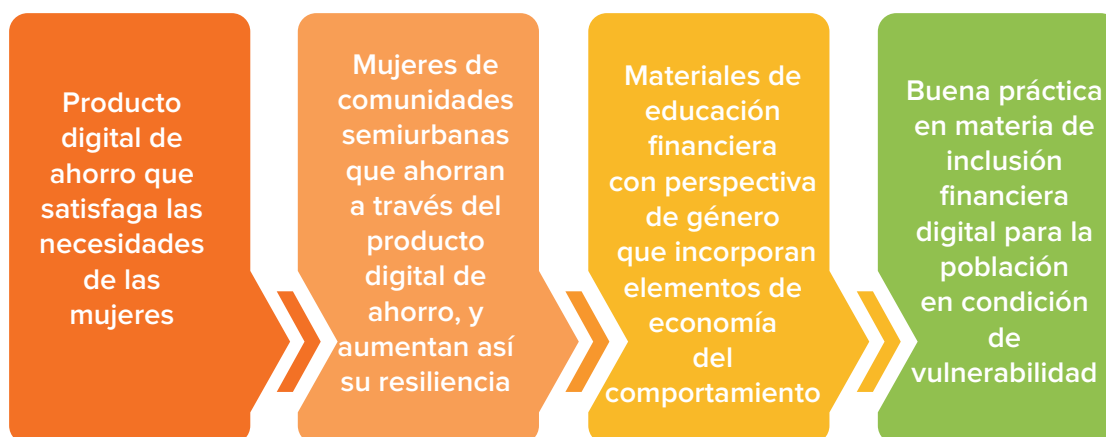


Para ambos componentes, el PNUD incorporó elementos de economía del comportamiento y transversalizó la perspectiva de género. En ese sentido, para la proveeduría del producto digital de ahorro, PNUD se alió con Kubo Financiero, una SOFIPO regulada que, además, pertenece a la industria FINTECH. Esta alianza permitió ajustar el producto de ahorro, que consiste en 1) una cuenta de débito con su respectiva tarjeta física y 2) una cuenta de ahorro/inversión digital a plazo fijo. De tal manera, el acceso, los plazos y las tasas de rendimiento se acomodarán a la realidad y al contexto de las mujeres.

Asimismo, se creó un Grupo de Trabajo de Educación Financiera, compuesto por diversas organizaciones<sup>49</sup> que aportaron diferentes perspectivas en su área de experiencia y que tuvieron como objetivo desarrollar los materiales de educación financiera que serían impartidos a las mujeres participantes en el Modelo. El valor agregado de dichos materiales es que 1) cuentan con elementos de economía del comportamiento para que las mujeres participantes se apropien de mejor manera del conocimiento y puedan realmente cambiar sus hábitos financieros; y 2) cuentan con una transversalización de la perspectiva de género, haciendo hincapié en la importancia de reconocer necesidades, recursos y metas específicas de las mujeres, dependiendo de su ciclo de vida y su contexto socioeconómico.

Además, el Modelo contempla un acompañamiento personalizado a las mujeres participantes, a fin de medir —de manera cualitativa— los avances y mejoras en sus hábitos financieros.

Los resultados esperados de este proyecto piloto son los siguientes:



La innovación del Modelo de Inclusión Financiera es la incorporación de la perspectiva de género tanto en el producto digital de ahorro como en los materiales de capacitación, así como el seguimiento personalizado para ajustar metas y perspectivas financieras a su ciclo de vida y a su contexto socioeconómico. De la misma manera, se combinan elementos



<sup>49</sup> Citibanamex, Cajas de Ahorro Alemanas (Finanzgruppe Sparkassenstiftung für international Kooperation), la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la organización de la sociedad civil “yo quiero, yo puedo”, El Buen Socio, CAF, ProMujer, Kubo Financiero y el Banco del Bienestar.

digitales con elementos físicos para tener una mayor aceptación y uso del producto de ahorro. Lo anterior, considerando la falta de acceso a infraestructura financiera y con el objetivo de que las mujeres participantes mejoren sus hábitos financieros y reduzcan su vulnerabilidad financiera.

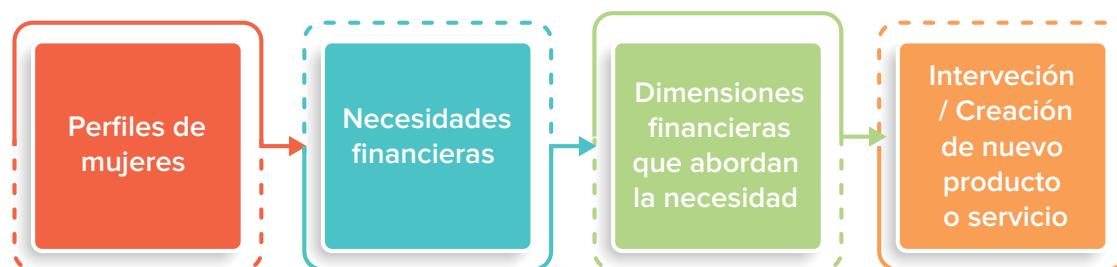
#### 4.5. Un *benchmark* para la inclusión financiera digital de mujeres

Un *benchmark* es un conjunto de estándares y puntos de referencia para evaluar el desempeño o nivel de calidad de un producto, servicio, empresa o sector de actividad económica, que puede obtenerse de la experiencia en una empresa, de un conjunto de experiencias en una industria y/o de la regulación y exigencias normativas. Dichos *benchmarks* coadyuvan en el análisis y diseño de nuevos productos financieros, si se considera lo que ya ha funcionado en el mercado y lo que no.

Por ello, los estándares que se buscan en este documento requieren orientarse a propiciar una mayor inclusión financiera transformadora de las condiciones de discriminación que actualmente existen por género. Esto significa no solo asumir que existe una necesidad para otorgar a las mujeres acceso a productos, sino que es relevante que estos tengan —en su diseño y distribución en el mercado— un impacto transformador en la realidad de las usuarias finales; es decir, que impacten realmente en lo que las mujeres tienen, hacen y deciden.

Para una metodología que aborde los estándares y el *benchmarking* con esa perspectiva, se propone el siguiente proceso:

**Figura 11. Proceso para lograr una inclusión financiera transformadora de las mujeres**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF 2018

Asimismo, para abordar o estudiar un *benchmark* (como el desarrollado anteriormente) con base en esta perspectiva que permita el diseño de nuevos productos o servicios financieros con una verdadera perspectiva de género, es necesario contemplar:

1. Los estándares para orientar el diseño de productos, servicios y metodologías de acercamiento con clientes mujeres.
2. Los estándares para orientar o evaluar el desempeño de las instituciones que proveen los productos y servicios financieros.



*Estándares de la oferta de productos, servicios y metodologías para el acercamiento con mujeres.*

|  | Estándares  | Conceptualización  |
|--|---|--|
| <b>DISEÑO DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y METODOLOGÍAS</b> | <b>Inclusión financiera que genera cambios en la mujer</b>          | Los productos y servicios financieros (incluida la educación financiera) transforman: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lo que las mujeres tienen, como sus activos.</li> <li>2. Lo que pueden hacer, como emprender, protegerse de choques externos, invertir en la salud y educación, y en los y las hijas.</li> <li>3. Lo que pueden ser, como tomar sus propias decisiones sobre el dinero.</li> </ol>                           |
|  | <b>Inclusión financiera que incrementa el patrimonio financiero</b> | El acceso, aceptación y uso de productos y servicios financieros evoluciona a una salud financiera y en acumulación de riqueza financiera. Es importante mencionar que no todas las mujeres tienen que seguir esta gradualidad; simplemente algunas están en una etapa de salud financiera y lo deseable es escalarlas a la acumulación.   |
|  | <b>Innovación FINTECH con lentes de género o gafas violetas</b>     | Las innovaciones (particularmente, las FINTECH) que 1) transforman el mercado (se conocen como <i>lift-all-boats</i> <sup>50</sup> ) y 2) están especialmente dirigidas a mujeres <sup>51</sup> .  |
|  | <b>Análisis de mercado con “inteligencia de género”</b>             | El diseño de productos y servicios financieros con perspectiva de género parte de conocer al cliente, segmentar sus perfiles, entender sus necesidades y, entonces, ubicar las dimensiones financieras que pueden dar respuesta. Conocer al cliente no es equivalente a saber que hay exclusión y falta de acceso, sino entender segmentos, etapas, dinámicas, restricciones, aspiraciones, etc., tal como es el caso de Elasbank en Brasil. |
|  | <b>Canales de comercialización con lentes de género</b>             | La debida diligencia para la entrega o comercialización de servicios y productos financieros implica entender el contexto socioeconómico de la población objetivo. En ese sentido, se necesita conocer cuál es el entorno más cercano de las mujeres, lo que permite diseñar modelos de negocio, estrategias de mercadotecnia, campañas que involucran cambios socioculturales, de actitudes y de relaciones, etc.                           |

<sup>50</sup> Lift-all-boats significa que beneficia a todas las personas.

<sup>51</sup> En este caso, un ejemplo concreto sería lo realizado por CARE International y Post Bank en Uganda, donde se crea una billetera digital (lift-all-boat) con productos para todo tipo de cliente, pero en el caso de las mujeres se creó una sub-billetera que permite priorizar el tipo de ahorros que quiere hacer una mujer, como un ahorro meta para la salud y la educación, que se acompaña de sesiones informativas a fin de evitar conflictos intramaritales.



INSTITUCIONALES

|  | Estándares   | Conceptualización   |
|--|--|---|
|  | <p><b>Mediciones con perspectiva de género</b></p>   | <p>Evaluar y medir impactos en términos comerciales de los bienes y servicios financieros con perspectiva de género no es suficiente, sino también es necesario saber la transformación y/o el impacto que tienen estos en otros aspectos de la vida de las mujeres, como en lo social, empresarial, político, etc.</p>   |
|  | <p><b>Intermediarios o instituciones financieras con modelos de negocio orientados a mujeres</b></p> | <p>El modelo de negocio del intermediario o las instituciones financieras, así como su arreglo organizacional proveen elementos claves para analizar si la inclusión financiera se realiza con perspectiva de género o no. Es importante mencionar, en este aspecto, que tener clientes mujeres no es tener orientación de género.</p> <p>Ejemplos como Elasbank o el Banco de Costa Rica tienen, ya sea todo el diseño de la organización basado en un modelo de atención exclusiva de mujeres, o bien líneas de negocio, áreas de atención y programas internos diseñados organizacionalmente para atender exclusivamente a este segmento.</p> <p>Sobre el desempeño institucional, se recomienda retomar los estándares internacionales en favor de la protección de clientes, concretamente de Smart Campaign (Campaign, 2016) y las auditorías de calidad de Cerise (Cerise, 2010), ya que proporcionan un marco elaborado en el ámbito internacional con objeto de proteger a los clientes de microfinanzas con segmentos de evaluación sobre el desempeño en las mujeres. Los estándares se diseñaron para auditar el desempeño de las instituciones de microfinanzas y sus productos financieros. Con estas auditorías, los intermediarios de microfinanzas pueden obtener certificaciones de responsabilidad social.</p> |



## Conclusiones

México cuenta con un sistema financiero consolidado en términos de volumen de recursos y nivel de sofisticación; sin embargo, no se puede afirmar que se tiene un mercado de competencia, ya que hay un alto concentrado de activos, cartera y captación en una decena de entidades. De tal forma, en el mercado mexicano hay agentes preponderantes y otras instituciones que se van acomodando en nichos de mercado y clientes. En cuanto a las EACP, tampoco se puede decir que el mercado sea competitivo porque está concentrado en pocas grandes cooperativas, mientras que el resto posee un alcance muy reducido.

Por otra parte, el mercado financiero mexicano también se halla concentrado en materia demográfica y territorial, ya que se disputa los segmentos de población en territorios urbanos y metropolitanos, de ahí que el porcentaje de personas con acceso a servicios financieros formales básicos (como el ahorro) sea ligeramente inferior al 50%. Lo anterior, en un país de renta media que se compara con estándares de la OCDE, donde el porcentaje promedio es superior al 80%. Lo mismo puede señalarse en el caso de los productos financieros de crédito, en los que —a nivel agregado— la utilización de las fuentes de financiamiento sigue siendo baja como proporción del PIB, frente a otras economías avanzadas y emergentes.

En este sentido, la inclusión financiera de la población se dificulta por una diversidad de intermediarios orientados al mismo segmento de mercado, sin interés por atender a otras poblaciones en zonas rurales, remotas, con menos densidad de población o con altos índices de pobreza.

Esta baja inclusión financiera se ve exacerbada por las brechas que existen en diferentes cuestiones, como las regionales, municipales y/o por sexo. En particular, la desigualdad entre mujeres y hombres es un problema que aqueja la economía del país, considerando que la inclusión financiera de mujeres no es sólo deseable desde el punto de vista de la dignidad de la mujer y su desarrollo, sino por las externalidades positivas que implica para las economías. Se estima que —de cerrarse la brecha de género mundial en inclusión financiera— se generarían 40 mil millones de dólares de ingresos adicionales (UN & Mellon, 2018, pág. 9).

En cuanto al indicador más general de acceso a una cuenta transaccional formal de ahorro, entre 2012 y 2018 la brecha por sexo prácticamente se cerró, al estar a sólo dos puntos porcentuales de igualarse entre hombres y mujeres. Asimismo, el acceso de mujeres pasó de 30.3% a 46% en esos años. Sin embargo, si se separa el acceso a cuentas transaccionales por tamaño de la localidad, se puede observar que la brecha por sexo en ciudades con más de 15 mil habitantes no se ha cerrado, mientras que en zonas rurales o semiurbanas la brecha de género se cerró entre 2012 y 2018.

El crecimiento en el acceso a cuentas formales en zonas rurales puede ser resultado de la convergencia entre los pagos digitales de transferencias gubernamentales y/o la creación



de un mercado de microfinanzas rurales donde las instituciones financieras (en especial, las EACP) abran camino entre las mujeres debido a sus “características idóneas” como clientas, lo que reforzaría papeles patriarcales de género que profundizan o perpetúan la desigualdad. En conclusión, aun cuando haya un incremento en la inclusión financiera de las mujeres por parte de las EACP, no necesariamente se tiene una perspectiva de género en esta estrategia o acción.

Por su parte, se puede apreciar el cambio drástico entre el porcentaje de personas con acceso a cuentas transaccionales de ahorro y la tenencia de una cuenta de crédito. De un porcentaje cercano al 50% de hombres y mujeres con una cuenta formal de ahorro, en el caso del crédito, se reduce a una tercera parte (29% y 28% para hombres y mujeres respectivamente). En cuanto a la tenencia de crédito formal por tamaño de la localidad en 2012, en las zonas urbanas, más mujeres tenían un crédito, situación que cambió en 2018 cuando encontramos una brecha por sexo en estas zonas. En el caso de las zonas rurales ocurrió un escenario similar pero además resalta que el porcentaje de mujeres rurales con crédito cae prácticamente a la mitad (de 42% a 21%) frente a las que tienen una cuenta de ahorro. Una idea preliminar es que en años más recientes, las mujeres se han convertido en ahorradoras y los hombres en tomadores de riesgos (créditos). Lo anterior también puede estar ligado a una menor participación de mujeres en actividades que requieren crédito, es decir, menor participación en actividades generadoras de ingresos.

Además de los datos de acceso, es necesario tomar en cuenta cuál es el tipo de cuentas formales, tanto de ahorro como de crédito, más utilizadas por mujeres y las diferencias con los hombres. En ese sentido, el tipo de cuenta transaccional de ahorro que se usa con más frecuencia es la cuenta de nómina, ligada a quienes cuentan con un empleo asalariado. Por ello, se infiere que lo anterior puede ser un indicador (proxy) de una participación más equitativa de mujeres en el trabajo formal entre 2012 y 2018. Por otro lado, la mayor parte de la cartera de crédito de los tres tipos de instituciones financieras analizadas (banca comercial, banca de desarrollo y banca social) se encuentra en el crédito de consumo. Coincidentemente, el producto más utilizado por las mujeres es la tarjeta de crédito, del cual hubo un aumento de 2012 a 2018 en un 2.5%. No obstante, en general, el crédito individual utilizado por mujeres ha aumentado en los últimos años, al contrario de lo que ocurre con los hombres, que ha disminuido en casi todos los rubros. Un dato que llama la atención es el aumento en el crédito a la vivienda por parte de las mujeres, el cual significa la propiedad de un activo por parte de las mujeres y, en consecuencia, un mayor empoderamiento económico. Otro dato relevante por considerar es la evolución inversa en el crédito grupal por parte de las mujeres, el cual descendió entre 2012 y 2018 más de tres veces.

De la misma manera, es relevante estudiar en qué se utiliza el ahorro, tomando en cuenta las diferencias por sexo, ya que se trata de un determinante importante para diseñar productos adecuados a cada sexo. Las mujeres usan con más frecuencia su ahorro para atender emergencias, imprevistos, sufragar gastos de educación y de salud; en cambio, los hombres utilizan más sus ahorros para gastos de comida, personales, pago de servicios, comprar o remodelar casas o terrenos, pagar vacaciones, comenzar o ampliar un negocio,



así como para el retiro. El comportamiento de las mujeres en este sentido es más de corto plazo o vinculado a sus papeles de género en el cuidado de la familia.

Por otro lado, es importante recalcar que las políticas del Estado mexicano, en los últimos años, se han concentrado en la financiación de programas sociales. Por ejemplo, la entrega de los apoyos de Prospera se identificaba a la titular del hogar; es decir, los apoyos se canalizaban a través de mujeres, lo que contribuyó a cerrar las brechas de inclusión financiera basadas en el sexo, sobre todo en la región sur del país. No obstante, la economía de las mujeres que reciben apoyos gubernamentales digitales sigue operando, en gran medida, con dinero en efectivo.

Asimismo, algunas variables que afectan la tenencia y el uso de productos o servicios financieros por parte de las mujeres son los niveles de ingreso, las ocupaciones económicas o de empleo, su escolaridad o su falta de confianza en las instituciones financieras (demostrada como falta de interés o miedo por obtener productos o servicios financieros). La principal razón por la que una mujer no tiene una cuenta transaccional de ahorro son los ingresos insuficientes; por lo tanto, si los ingresos de las mujeres son inestables, intermitentes o bajos, esto constituye un motivo para no adquirir una cuenta. Asimismo, la principal razón por la que las mujeres no cuentan con créditos es porque no les interesa endeudarse o no les gusta contraer deudas.

Ahora bien, cotidianamente se percibe a las mujeres como una categoría homogénea, sin necesidades propias ni cambiantes en el tiempo. Sin embargo, **el ciclo de vida de las mujeres influye en el tipo de dinámicas financieras y decisiones que toman** en función de los instrumentos que tienen disponibles, cuestión que ha sido poco o nada estudiada por la oferta.

Por ello, el presente documento sugiere que el enfoque de género en la inclusión financiera debe tener una aspiración más alta, buscando transformar las condiciones socioeconómicas de las mujeres, a fin de que se construya un sistema financiero con enfoque transformador de las condiciones de género.

Otro tema es lo que respecta a la mujer emprendedora o empresaria, para quien no existen tampoco productos personalizados, asequibles y transformadores. En la materia, se encontró una relación positiva entre el mayor acceso a los servicios financieros y el emprendimiento entre mujeres de zonas urbanas y empleos formales, mientras que en las mujeres de zonas menos urbanizadas y que forman parte de la economía informal no hubo una correlación estadísticamente significativa, lo que implica que un incremento de la oferta no ha tenido alcance en proveer crédito productivo o empresarial. De forma no tácita, las mujeres en estas condiciones (informalidad o ruralidad) —cuando obtienen servicios financieros formales de banca social o de programas gubernamentales— optan por microcréditos de consumo, aunque sean utilizados con fines empresariales. Lo anterior resulta a todas luces un signo de ineficiencia del sistema, si se considera que los créditos



de consumo son por lo regular de una mayor tasa de interés, plazo corto y no se hallan diseñados para esos fines. Otro desafío de la oferta es atender la demanda de financiamiento de mujeres empresarias de forma más integral y educativa —sobre todo en segmentos de rezago educativo o en condiciones de marginación—, como es el caso de CRECER o del Banco de Costa Rica, en los que el modelo de negocio posee una orientación institucional dirigida a mujeres que contempla no sólo en el financiamiento sino también un acompañamiento.

En lo referente a FINTECH, México, se trata de una industria que ha crecido de manera exponencial en los últimos años, de tal suerte que incluso se creó un marco regulatorio para ordenar y dar certidumbre al mercado. Se considera que esta industria podría enfrentar el rezago en inclusión financiera de las mujeres en el país, tomando en cuenta que ya se tiene una asociación y cada vez hay un mayor número de participantes. La inclusión financiera vía FINTECH se centra en la provisión de crédito, en el fondeo colectivo (*crowdfunding*) y en los medios digitales de pago. Existen pocas o nulas opciones para lograr insertar a las mujeres por la vía del ahorro (que es el primer paso en el eslabón de inclusión financiera).

Esta oferta tecnológica, además, escapa a los perfiles de mujeres excluidas del sistema financiero, sobre todo en materia de ahorro y crédito. Lo anterior, considerando 1) que la inserción por la vía del crédito no es lo más atractivo para las mujeres que se encuentran excluidas del sector financiero formal, ya que normalmente se ubican en la informalidad, con bajos ingresos y con rezagos educativos, y 2) que no existe una oferta financiera digital con acompañamiento y educación, lo que destina al producto o servicio a no generar efectos de red (volumen de usuarios y transaccionalidad) que los hagan atractivos para el desarrollador y para las mujeres (usuarias finales). De tal forma, se considera que una oferta digital debe iniciarse con una visión de acompañamiento, de formación y de cierre de la brecha digital en mujeres, ya que no sólo es cuestión de tener el teléfono celular inteligente, sino aprovecharlo al máximo.

Otra conclusión relevante derivada de la bancarización masiva de mujeres para la dispersión de programas sociales fue que la digitalización de servicios financieros por sí sola no genera externalidades o efectos de derrame (*spillover effects*) en el uso de más servicios financieros y el desarrollo económico de personas y comunidades. Para que esto suceda, se necesita invertir esfuerzos adicionales para crear un ecosistema digital, puntos de aceptación de tarjetas, puntos de aceptación CoDi, transacciones P2P, etc.

En concordancia con lo anterior, el ecosistema digital se aceleraría si los corresponsales bancarios para las zonas rurales o en transición contaran con un marco normativo mucho más flexible y que gradualmente fuera elevando las exigencias, a la par de generar incentivos para ser un corresponsal.





## Referencias

- Campaign, S. (Mayo de 2016). *Estándares de Protección al Consumidor 2.0*. Obtenido de <http://smartcampaign.org/tools-a-resources/1206>
- Carmona, M. (2016). Evaluation Report "*Broadening and Strengthening savings and communitarian financial educational services for the rural poor in Altos, Chiapas State*. Mexico: Evaluation Report for W.K. Kellogg Foundation.
- Cerise (Febrero de 2010). *Auditing the Social Performance of Microfinance Institutions, Operational Guide 3.1*. Obtenido de <http://www.cerise-microfinance.org>
- CGAP (2012 ). *Early insights into rural adoption to mobile payments*. CGAP.
- CIDE (2007). *Evaluación de Resultados del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario*. CIDE.
- Creceer IFD (n/d) "Servicios de Desarrollo" Disponible en [http://www.creecerifd.bo:8080/BoliviaCreceerJforms/faces/indicadores\\_serv\\_desarrollo.xhtml](http://www.creecerifd.bo:8080/BoliviaCreceerJforms/faces/indicadores_serv_desarrollo.xhtml)
- Conaif (2018). *Reporte de Inclusión Financiera 9* . Ciudad de México: Conaif, CNBV.
- AMUCSS (2018). *Autonomía financiera y desarrollo territorial, iniciativas campesinas 1988-2018*. México: Indesol .
- Anjugam, M., y Ramasamy, C. (2007). Determinants of Women's Participation in Self-Help Groups (SHG) Led Microfinance Programme in Tamil Nadu. *Agricultural Economics Research Review*, 20, 283-298.
- Antonopolous M., A. (2017). *Mastering Bitcoin: Programming the open blockchain*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Banco de Desarrollo, d. A. (2018). *Inclusión Financiera de las Mujeres en América Latina*. Obtenido de [scioteca.caf.com](http://scioteca.caf.com)
- Banxico. (2019). Obtenido de CoDi: la nueva forma de pagar en México, en <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/presentaciones/%7B1CA33D18-A38C-EE29-41BF-6302A641D617%7D.pdf>
- Banxico. (8 de Abril de 2020). *Información sobre CoDi Cobro Digital*. Obtenido de <https://www.banxico.org.mx/sistemas-de-pago/codi-cobro-digital-banco-me.html>
- Barnard , B., & Henson Gric, J. (2020). Ensuring that everyone benefits from innovative financial services. Obtenido de Policy Exchange Fintech for All, en [www.policyexchange.org.uk](http://www.policyexchange.org.uk)



- Bateman , M., & Chang , H.-J. (2012). *Microfinance and the Illusion of Development: from Hubris to Nemesis in Thirty Years*. *World Economic Review*, Vol 1, 13-36.
- DAI, M. C. (2011). *Estudio Microfinanzas en México*. Ciudad de México.
- Delechat, C., Newiak, M., Xu, R., Yang, F., y Aslan, G. (Marzo 2018). *What is Driving Women's Financial Inclusion Across Countries?* *International Monetary Fund Working Paper 18/38*.
- Doss, C., Swaminathan, H., Suchitra, J., D. Oduro, A., Deere, C. D., y Anglade, B. (2019). *Women, assets, and formal savings: A comparative analysis of Ecuador, Ghana and India*. *Development Policy Review*, Overseas Development Institute, 1-26.
- Fareed, F., Gabriel, M., Lenain, P., y Reynaud, J. (27 de September de 2017 ). *Financial Inclusion and Women Entrepreneurship: Evidence from Mexico* . Obtenido de OECD Economics Department Working Papers No. 1411. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/2fbd0f35-en>
- Husain, M., & Pistelli , M. (15 de Agosto de 2016). *Where Good intentions Meet Good Business Practice. A correlation analysis of social, operational and financial performance in microfinance*. Obtenido de Mix Market. [https://static1.square space.com/static/5db8891e058ab7204b4e9088/t/5dea89dfe711c857b990b2e2 /1575651810646/where\\_good\\_intentions\\_meet\\_good\\_business\\_practice\\_mix \\_august\\_2016\\_final.pdf](https://static1.square space.com/static/5db8891e058ab7204b4e9088/t/5dea89dfe711c857b990b2e2 /1575651810646/where_good_intentions_meet_good_business_practice_mix _august_2016_final.pdf)
- Kraft, C., y Carmona , M. (Abril de 2020). *How Blockchain spells the end of corruption in public sector procurement*. Obtenido de LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/how-blockchain-spells-end-corruption-public-sector-mariana-carmona/>
- Morvant-Roux, S., y Carmona , M. (2019). *Mondes en développement* No 188, 69-84.
- Morvant-Roux, S., Angulo, L., Carmona, M., Crucifix, C., y Gonzalez, J. (2018). *Inclusión Financiera y Transferencias Condicionadas: ¿desafiar o reproducir relaciones de género?* Guadalajara : Universidad de Guadalajara.
- Njuki, J., Melesse, M., Ng'weno, A., Rappoldt, A., Phelane, C., D'Anjou, J. . . , Vossenber, S. (2019). *Beyond access: gender transformative financial inclusion in agriculture and entrepreneurship*. En I. F. Institute, *2019 Annual trends and outlook report: Gender equality in rural Africa: From commitments to outcomes* (pág. 324). Washington, D.C. <http://ebrary.ifpri.org/cdm/ref/collection/p15738coll2/id/133470>
- Pilar, C. B. (2017). *Inclusión Financiera de Pequeños Productores Rurales: estudio de caso en México*. CEPAL-FIDA/LC/MEX/TS.2017/Rev. 1. Octubre.



- UN, & Mellon, B. (2018). Powering Potential Increasing Women's Access to Financial Products and Services. NY: The Bank of New York Mellon Corp.
- Yglesias, C. d. (2017). El Sistema Financiero Mexicano, Diagnóstico y recomendaciones. Ciudad de México : Centro de Estudios Espinosa Yglesias AC.
- Zapata, G. (2016). Estirando el gasto: estudio de los diarios financieros en México. México: Bankable Frontier Associates .
- Tello, C. (2010). Estancamiento económico, desigualdad y pobreza: 1982-2009. Economía UNAM.
- Hernández F. y Villagómez A. (2012) El enigmático sistema bancario mexicano contemporáneo. Centro de Estudios Espinosa Yglesias AC.
- DAI, M.C. (2011), Estudio Microfinanzas en México. Calmeadow-CAF-FOMIN, Marzo 2011 Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Microfinanzas-en-México-Estudio.pdf>
- Karlan, D., A. Ratan y J. Zinman. (2013) Savings by and for the Poor: A Re- search Review and Agenda. Yale University Economic Growth Center Discussion Paper No. 1027.
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer D., Ansar S., & Hess, J. (2018). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. World Bank: Washington, DC.
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2010). Primer Reporte de Inclusión Financiera. Recuperado de <https://www.cnbv.gob.mx/Inclusión/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%201.pdf>
- Micheli, J. & Valle, J., (2018). La brecha digital y la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación en las economías regionales de México. Realidad, Datos y Espacio – Revista Internacional de Estadística y Geografía. Recuperado de [https://www.inegi.org.mx/rde/rde\\_26/RDE25\\_art04.pdf](https://www.inegi.org.mx/rde/rde_26/RDE25_art04.pdf)
- INEGI (2019). Estadísticas sobre la disponibilidad y uso de tecnologías de la información y la comunicación en hogares, Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/ticshogares/>
- INEGI (2012 y 2018) Encuesta de Inclusión Financiera, recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enif/2018/>
- INEGI (n/d) Atlas de Género, recuperado de [http://gaia.inegi.org.mx/atlas\\_genero/](http://gaia.inegi.org.mx/atlas_genero/)



Comisión Nacional Bancaria y de Valores (n/d) *Reportes de Análisis*, recuperados de <https://www.gob.mx/cnbv/documentos/reportes-de-analisis>

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2010). *El ahorro financiero y su intermediación en México (2000-2010)*. Estudios Económicos CNBV.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2019). *Ahorro financiero y financiamiento en México*. Estudios Económicos CNBV.



# LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN MÉXICO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: AVANCES Y ÁREAS DE OPORTUNIDAD



Derechos Reservados © 2020

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo  
Montes Urales 440, Col. Lomas de Chapultepec, Miguel Hidalgo.  
C.P. 11000, Ciudad de México.

[www.mx.undp.org](http://www.mx.undp.org)

