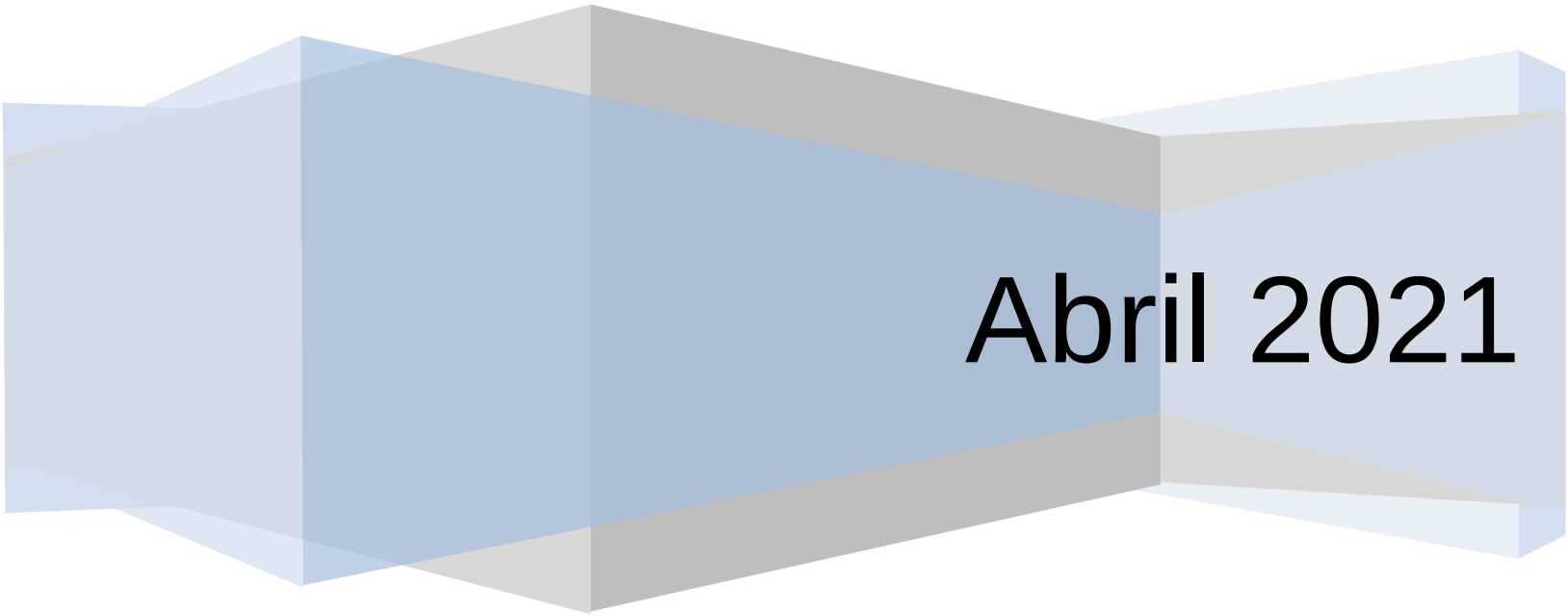
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

“Productos financieros que prefieren las mujeres en México”

Paulina Lomelí García.



Abril 2021

Contenido

I.- Introducción 4
II.- Justificación de la realización de la investigación 6
III.- Objetivo 7
IV.- Planteamiento y delimitación del problema..... 8
V.- Problemática abordada y posibles soluciones 9
VI.- Marco teórico y conceptual de referencia 10
VII.- Hipótesis 13
VIII.- Pruebas empíricas o cualitativas de la hipótesis 14
IX.- Conclusiones y nueva agenda de investigación 40
X.- Bibliografía 42

Resumen: En el presente documento se analizará qué instrumentos financieros que prefieren las mujeres en México y los factores que influyen en ello (mercado laboral formal y programas sociales), asimismo, se harán propuestas para aumentar el grado de bancarización de las mujeres.

I.- Introducción

En la actualidad, todavía persiste en el país un bajo nivel de participación dentro del sistema financiero, en términos generales, si bien, dentro de lagunas regiones del país si existe una participación más destacada.

Es necesario que se instrumenten más medidas y políticas en coordinación entre el sector público y el privado, para fortalecer dicha participación. En particular, es necesario estimular la participación de las mujeres dentro del tema, porque en la mayor parte de los aspectos relacionados con el tema financiero en México, se identifican algunas brechas que resultan desfavorables a las mujeres del país, si bien, han ido disminuyendo tales brechas en los últimos años.

El objetivo de la presente investigación es analizar qué productos financieros prefieren las mujeres en México, la importancia de que ellas participen en el sector financiero y se señalarán algunas opciones para que cada vez más mujeres tengan acceso a más productos financieros.

Las preguntas de investigación son las siguientes:

¿Cuáles son las características principales de las finanzas personales en México?

¿Por qué es tan importante identificar esto?

¿Cuáles son las características particulares de las finanzas de las mujeres en México?

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta una política que busque impulsar una mayor participación de las mujeres en el tema?

¿Qué propuestas se dan al respecto?

El presente documento tiene una metodología descriptiva a partir del análisis de datos cualitativos y cuantitativos proporcionados por la CNBV, SHCP, INEGI, etc.

El orden por seguir en el documento es el siguiente:

En el primer apartado se analizarán las características de las finanzas de las mujeres a partir de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2018, así como el acceso de ellas a productos financieros. En esta misma sección se señalarán algunos factores que explican la renuencia al uso de productos financieros por parte de las mujeres y se señalan los estados en donde hay un mayor acceso a productos financieros.

A continuación, se describen las características de las finanzas de las mujeres y se muestran qué productos financieros prefieren ellas, de acuerdo con sus gastos en general y las eventualidades, asimismo, se señala la forma en que ellas deciden ahorrar.

Más adelante se explica el tipo de política pública existente para impulsar el uso de productos financieros por parte de las mujeres.

Por último, se dan algunas propuestas, las conclusiones en donde se señala si hubo elementos para respaldar la hipótesis o no, asimismo se describe la nueva agenda de investigación.

II.- Justificación de la realización de la investigación

Es importante realizar el presente documento dado que las mujeres al tener un mayor acceso a los productos financieros reflejan una mayor cultura financiera y un mayor grado de posibilidades de desarrollo y construcción de un patrimonio propio.

La relevancia radica en que, si las mujeres acceden a más productos financieros, ellas tendrán más posibilidades de inversión y esto las llevará a un mayor desarrollo individual y familiar.

Las soluciones estarán enfocadas en la educación financiera y a una estrategia que permita que más mujeres accedan al trabajo formal.

Los beneficios esperados son los siguientes:

Se contará con un diagnóstico breve sobre las características de los instrumentos financieros que prefieren las mujeres.

Se señalarán los factores que contribuyen a que exista una brecha entre hombres y mujeres en cuanto a la inclusión financiera,

Se brindará un panorama general sobre lo que se está haciendo para extender la cultura financiera.

Se darán algunas propuestas para que más mujeres tengan acceso a más instrumentos financieros.

La relevancia social consiste en vislumbrar una estrategia de incorporación de las mujeres a la banca con la finalidad de darles más opciones para emprender proyectos y planear más a largo plazo.

III.- Objetivo

El objetivo del presente documento es analizar qué productos financieros prefieren las mujeres en México, la importancia de que ellas participen en el sector financiero y se señalarán algunas opciones para que cada vez más mujeres tengan acceso a más productos financieros.

IV.- Planteamiento y delimitación del problema

El problema que se señala en el presente documento es que México es uno de los países en donde las mujeres tienen menos acceso a los productos financieros, lo cual limita el margen de acción de las mujeres en cuanto a su capacidad para invertir y para formar su propio patrimonio.

Las preguntas por resolver son:

¿Cuál es el nivel de acceso de productos financieros de las mujeres en México?

¿Por qué es importante avanzar en el acceso de las mujeres a productos financieros?

¿Cuáles son los factores que detienen el acceso de productos financieros de las mujeres y que factores favorecen dicho acceso?

¿Cuáles son los retos que existen en México para que más mujeres tengan acceso a más productos financieros?

¿Qué se está haciendo para extender la cultura financiera?

El presente documento posee una metodología descriptiva basada en métodos cuantitativos y cualitativos, a partir de los últimos datos de INEGI y CNBV.

V.- Problemática abordada y posibles soluciones

La problemática abordada en el presente documento se centra en el hecho de que México es uno de los países en donde las mujeres tienen menos acceso a los productos financieros, lo cual limita el margen de acción de las mujeres en cuanto a su capacidad para invertir y para formar su propio patrimonio.

Las soluciones estarán enfocadas a la creación de condiciones para el empleo formal y permanente, la creación de nuevos instrumentos bancarios para llegar a poblaciones que hoy no se consideran sujetas de crédito, no solamente basar esa bancarización en el otorgamiento de transferencias a partir de los programas sociales.

VI.- Marco teórico y conceptual de referencia

El nivel de utilización de los diferentes productos financieros y servicios bancarios por parte de la población femenina del país, permite ver qué tan bancarizada se encuentra dicha población. Es decir, la intensidad y la constancia que presenta esta población en el uso del sistema financiero revela el grado de penetración que las instituciones financieras del país tienen al menos sobre esta población.[1]

Este nivel de bancarización influye de manera positiva sobre la economía dado el dinamismo que provoca en los mercados financieros y de trabajo, por el uso de productos financieros, desde los más tradicionales como son el crédito y el ahorro, hasta aquellos un poco más complejos como son los fondos y planes de pensiones, entre otros. En general, el término de bancarización permite ver:

¿Qué tan fácil es acceder a las instituciones financieras y productos generados?

¿Cuál es el nivel de penetración que tienen las instituciones financieras en la economía?, y

¿Cuál es el nivel de utilización de los recursos por parte de la población?

El nivel de bancarización ha crecido en forma acelerada en los últimos años del siglo XXI, incluyendo el avance de servicios online de instituciones financieras, con la posibilidad de efectuar operaciones de manera casi automática en cualquier lugar del mundo.[2] Pero este avance no es del todo homogéneo en la totalidad de los países del mundo.

Al respecto, una investigación efectuada por la firma británica Merchant Machine, afirma que México, junto con Marruecos, Vietnam, Egipto y Filipinas, se encuentra

[1] Ver en https://economipedia.com/definiciones/bancarizacion.html
[2] Ibid.

entre las cinco naciones en donde es más elevada la población no bancarizada.[3] Por tanto, es en estos países donde más esfuerzos en materia de inclusión financiera se deben realizar, en virtud de que la mayor parte de la población del país está excluida del sistema bancario. Dicha afirmación se corrobora con la información de la Asociación Mexicana de Bancos (AMB), en donde se señala que 53% de los adultos del país carece de una cuenta bancaria y 7 de cada 10 no tienen acceso al crédito.[4] La importancia de bancarizar a la nación mexicana no radica solamente en que la población sea usuaria de los servicios bancarios o que cuente con al menos un producto financiero, sino por lo que sostiene el Banco Mundial sobre la inclusión financiera; ya que la misma, permite el uso de créditos, o de seguros o de inversiones entre las personas, cuyo propósito es mejorar su calidad de vida o el brindarles apoyos en diversas actividades.

En el caso concreto de las mujeres, se reconoce que el planteamiento del entonces director del Banco Grameen de Bangladesh, Mohammad Yunus, de proporcionar créditos a las mujeres de ese país tras un análisis de la situación económica del mismo. Dicho análisis arrojó la conclusión de que las mujeres deberían tener acceso al capital, a través de créditos colectivos para mejorar su situación; ya que, al ser ellas las responsables en el manejo del dinero, podrían destinarlo en forma más segura que los hombres al bienestar familiar y de sus hijos. Asimismo, los créditos se extendieron en grupo, para presionar a las participantes en caso de que alguien incurriera en algún incumplimiento financiero o, en caso de incapacidad de pago, saliera a luz la solidaridad para el apoyo mutuo entre mujeres, y así se evitaran las consecuencias negativas del no pago.[5] La posibilidad de que las mujeres acudan a

[3] GUERRA, R. (2021), "¿Por qué es importante la Bancarización para México?", en *Blog de Zarate Abogados* del 9 de agosto de 2021, disponible en https://zarateabogados.com/2021/08/09/por-que-es-importante-la-bancarizacion-para-mexico/
[4] SANDOVAL MEZA, M. G. (2021), "México en el top 5 de países menos bancarizados", en *Forbes* del 17 de marzo de 2021, disponible en https://www.forbes.com.mx/mexico-en-el-top-5-de-paises-menos-bancarizados/
[5] PROTEJA SU DINERO (2021), "Productos financieros sólo para mujeres. Un paso hacia su independencia económica y empoderamiento", en *Proteja su dinero* del 1º de marzo de 2021, disponible en https://revista.condusef.gob.mx/2021/03/productos-financieros-solo-para-mujeres/

más productos financieros se puede volver una realidad si las instituciones financieras y el gobierno actual, hacen lo pertinente, además de unir esfuerzos y volverse creativos para generar políticas público – privadas que busquen el beneficio de ellas y no deje de significar una buena oportunidad para dichas instituciones.

VII.- Hipótesis

El acceso a productos financieros de las mujeres tiene que ver directamente con estar dentro de una nómina y con estar inscrito en los programas sociales.

VIII.- Pruebas empíricas o cualitativas de la hipótesis

Las finanzas personales en México y características de las finanzas de las mujeres.

Las finanzas personales en México se adecuan a los productos que presenta el mercado financiero del país, por lo que de acuerdo con tales productos la población elige cuál se ajusta a sus necesidades.

Por tanto, un producto financiero hace referencia a la posesión o uso de una cuenta con alguna institución bancaria o financiera. Dicha cuenta puede ser de nómina o de ahorro. Asimismo, incluye cuentas donde se abonan apoyos provenientes de la administración gubernamental en turno, entre otras modalidades. De igual modo, tales productos incluyen lo que se considera como un crédito formal, que puede manejarse a través de una tarjeta de crédito convencional, o mediante un crédito de vivienda, o quizás un crédito personal, entre otras modalidades; así como productos cuyo propósito es el cuidar las finanzas de las personas a un cierto futuro, como es el caso de los seguros o cuentas de ahorro para el retiro (AFORE). De acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) de 2018, para este último año, 54 millones de personas en México contaban con por lo menos algún producto de tipo financiero de los antes mencionados, o lo que es lo mismo, 68% de la población del país contaba con ese producto;[6] y como parte de sus metas a 2024, la Política Nacional de Inclusión Financiera – PNIF, plantea la posibilidad de que el 77% de la población de México maneje al menos un producto financiero.[7]

Sin embargo, la misma ENIF (2018) asienta que sólo el 65% de las mujeres del país de 18 a 70 años que fueron encuestadas, manejaban al menos un producto

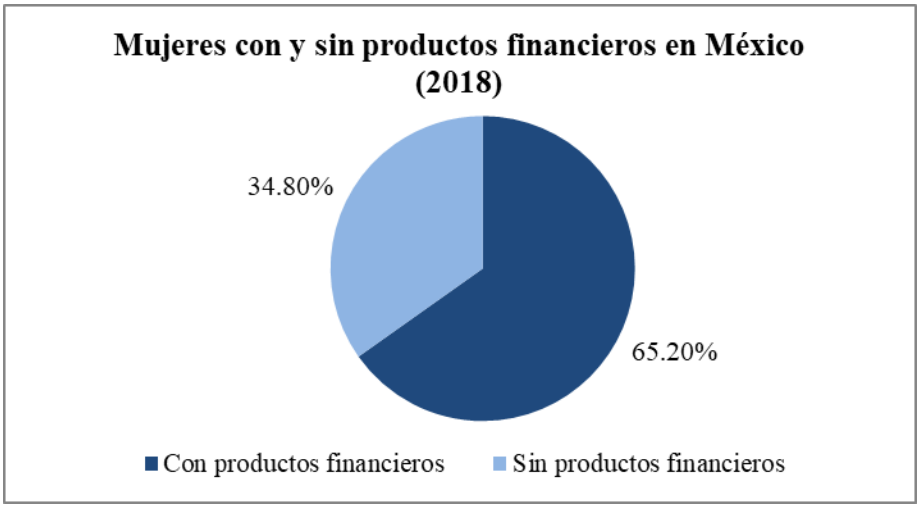
[6] COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES – CNBV – INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA – INEGI (2018), *Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2018. Presentación de resultados*, 23 p.

[7] Cf. en GOBIERNO DE MÉXICO – SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO – SHCP - COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES – CNBV (2020), *Inclusión Financiera en México, Semana Nacional de Educación Financiera 2020*, 49 p.

financiero, en tanto que el 34.8% de las mismas, carecían de algún producto financiero hasta el momento de la aplicación de dicha encuesta; esto es, eran personas que no tenían o nunca habían tenido hasta ese momento una cuenta o un crédito con un banco u otra institución financiera, o que tampoco tenían o habían tenido un seguro privado o cuenta de ahorro para el retiro. En el caso de los hombres, este dato sólo llega a 28.2%, pero los que sí a casi 72%.[8] Este 65.2% que detectó la ENIF (2018) de mujeres encuestadas con al menos un producto financiero, aún está lejos del 94% de mujeres europeas en la misma situación.[9] Es indudable que falta avanzar mucho en el país sobre el tema, pero no puede dejar de reconocerse que entre 2012 y 2018, el número de mujeres con al menos un producto aumentó considerablemente, al pasar de un 35% a un 65%.[10] Las políticas encargadas de fomentar una mayor inclusión financiera para las mujeres deben poner especial énfasis en el mayor empoderamiento que les brinda a las mujeres al contar con al menos un producto financiero.

Ahora bien, en la gráfica que se presenta a continuación se aprecia esta condición de vulnerabilidad entre las mujeres del país o, en otras palabras, la falta de empoderamiento por carecer de productos financieros, manifestada como una importante brecha a resolver en materia de finanzas personales.

[8] INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES – INMUJERES – SISTEMA DE INDICADORES DE GÉNERO – SIG (2020), "Acceso a productos y servicios financieros", 3 p.
[9] Cf. en BLOG DE LA BOLSA MEXICANA DE VALORES – BMV (2020), "Mujeres e inclusión financiera", en Hablemos de Bolsa del 8 de marzo de 2021, disponible en https://blog.bmv.com.mx/2021/03/mujeres-e-inclusion-financiera/
[10] Cf por ANDRADE, S.G. y M. BUVINIC (2019) "Fomentar la inclusión financiera de las mujeres a través de datos: El caso de México", Washington, D.C., BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO – BID y Data 2X, 9 p.



FUENTE: Elaboración propia con datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores tomados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

Según la PNIF, con las políticas que plantea, se pretende reducir a cero la brecha de tenencia de al menos un producto financiero entre hombres y mujeres.[11] Es una meta ambiciosa el logro de la misma, no sólo depende de la intervención del Estado a través de políticas públicas que estimulen a poco más de un tercio de la población femenina, y a poco menos de un tercio en el caso de los hombres, a participar dentro del mercado financiero del país, sino sobre todo, a emprender campañas público – privadas que le brinden, o le devuelvan la confianza perdida en las instituciones financieras a estas personas. Ello a pesar de que entre el tiempo de la aplicación de la primera ENIF, que fue 2012, y la tercera edición (2018), se identifica un incremento en el acceso y uso de productos financieros de hasta 14.6 millones de personas con al menos un producto financiero formal.[12] No obstante, algunos estudios revelan que “lo más probable es que en los próximos años el proceso de Inclusión [Financiera] va a mantener un ritmo de crecimiento limitado [por lo] que las intervenciones de política pública para mejorar la Inclusión tendrán que ser

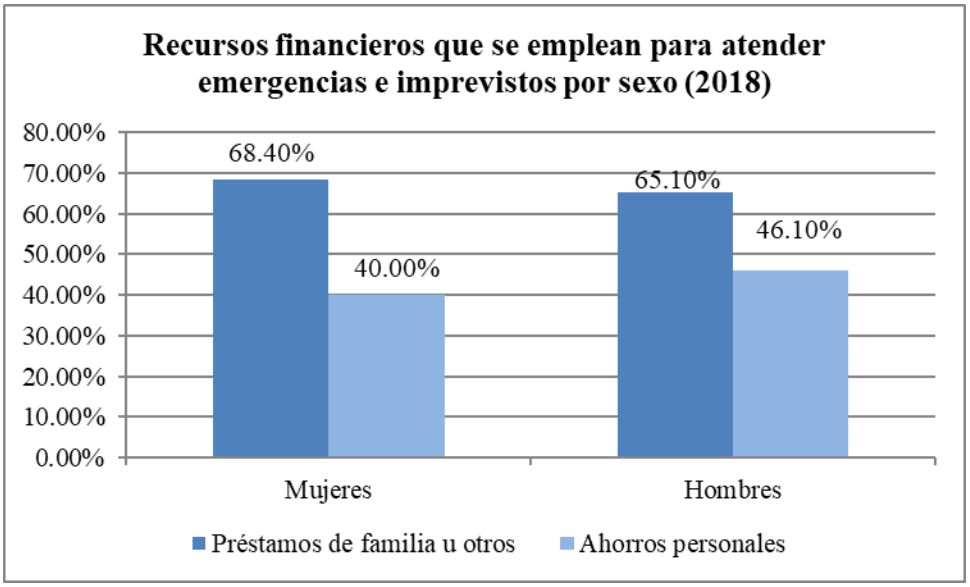
[11] Cf. en GOBIERNO DE MÉXICO –SHCP – CNBV (2020), op cit, p. 37.
[12] INMUJERES – SIG (2020), op cit.

específicas para que se logre impacto. Ya no podrán ser tan generales".[13] Por tanto, la PNIF del país deberá estar abierta a acciones más específicas o a corregir sus metas hacia 2024.

Prueba palpable de que aún falta mucho por hacer en materia de inclusión financiera, es lo que hace la población adulta a la hora de atender una emergencia de tipo económico, sea por motivos de salud, o por un gasto urgente relacionado con la educación de sus hijos o para adquirir algún enser o producto doméstico, cuando recurre a préstamos entre la familia, o incluso entre amigos y/o conocidos; antes que acudir a una institución bancaria o de crédito.

El porcentaje de personas que recurre a este tipo de soluciones, según la ENIF (2018), es de 68.4% en el caso de las mujeres y de 65.1% en el de los hombres. Como segunda opción para resolver ese tipo de asuntos, lo constituyen los ahorros personales, con un 46.1% en el caso de los hombres y un 40.0% en el de las mujeres.[14] Al instrumentar esta categoría de *soluciones financieras*, todavía se aprecia muy complicado el mayor uso de productos financieros *formales* en el país. Sin embargo, la aparición de nuevas encuestas del tipo ENIF, indicará de manera concreta cuánto realmente se ha puesto en boga la utilización de dichos productos. En la siguiente gráfica se observa el uso de alternativas financieras de respuesta que utiliza la población, antes que los productos financieros formales, frente a la aparición de problemáticas o emergencias de orden económico que deben ser atendidas. La propia PNIF deja ver esto al mencionar que existe un "baja tenencia y bajo uso de servicios financieros en el que México está rezagado con respecto a otros países con un nivel de ingreso similar", por lo que se requiere otorgar más herramientas a la población, dotarla de infraestructura financiera adecuada (oficinas bancarias, cajeros, oficinas de quejas), entre otras acciones en la materia.

[13] FUNDACIÓN DE ESTUDIOS FINANCIEROS – FUNDEF (2019), *Inclusión Financiera en México I*, 38 p.
[14] INMUJERES – SIG (2020), op cit.

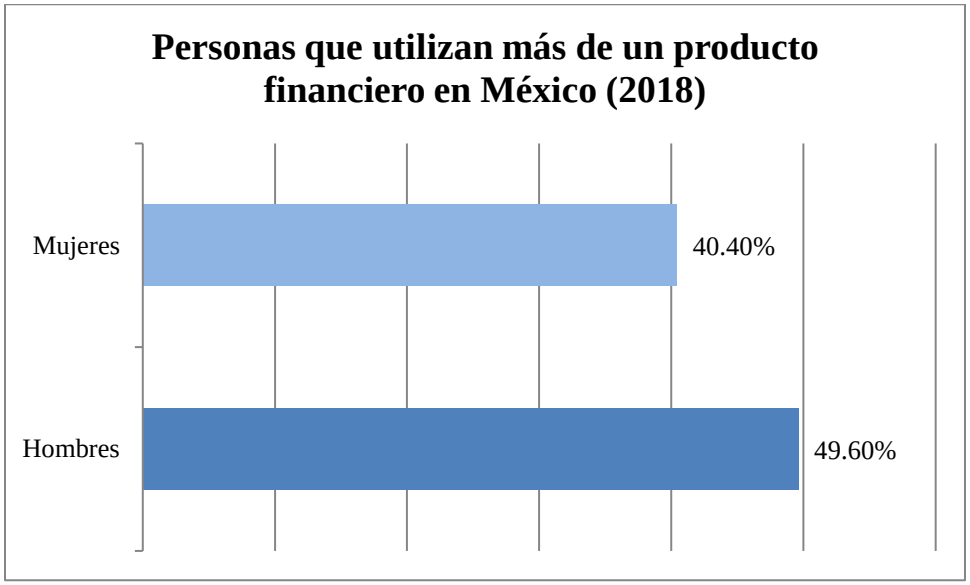


FUENTE: Elaboración propia con datos de INMUJERES – SIG (2020), "Acceso a productos y servicios financieros".

Como se puede apreciar en dicha gráfica, las mujeres tienen la costumbre de recurrir al préstamo con familiares y conocidos, antes de optar por instituciones formales, por lo que se reitera la necesidad de trabajar más en la confianza de los clientes, y en especial, en ellas.

A pesar de todo, es posible identificar un mayor nivel de inclusión financiera en el país al advertir que un porcentaje relevante de la población nacional, aunque sin ser la mayoría todavía, utiliza más de un producto financiero. Según la ENIF (2018), el 40.4% de las encuestadas y el 49.6% de los encuestados,[15] ya cuentan con más de un producto financiero, como se aprecia en la siguiente gráfica:

[15] COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES – CNBV – INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA – INEGI (2018), *ENIF 2018. Encuesta Nacional de Inclusión Financiera. México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales. Presentación de resultados,* 298 p.



FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

El porcentaje de 40.4% es la diferencia surgida al restar 24.7% de 65.20%.[16] Este último porcentaje representa a la población encuestada de mujeres con al menos un producto financiero; y la de 24.7%, representa a la población de mujeres encuestadas que exclusivamente cuenta con un solo producto financiero, por lo es muy relevante que el 40.4% de las mujeres encuestadas cuente con más de un producto financiero. En la siguiente sección se verán las especificidades de los productos financieros con que cuentan estas mujeres.

Solamente resta señalar dentro de esta sección que, de acuerdo también con la ENIF (2018), la región Noroeste del país compuesta por los estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Chihuahua y Durango, es la que presenta el porcentaje más alto con presencia, tanto de al menos un producto financiero, como de más de un producto financiero; con 80.0% de encuestadas en el primer caso, y de poco más de 59.0% en el segundo caso. En tanto que la región

[16] Ibid, p, 9.

con el menor porcentaje de mujeres con al menos un producto financiero, es la Centro Sur y Oriente del país que se compone de los estados de México, Puebla, Veracruz, Morelos, Tlaxcala e Hidalgo con un porcentaje de 58.0%; y esta zona es, asimismo, la que concentra el porcentaje más reducido de mujeres encuestadas con más de un producto, con el 32.7% de ellas.[17] Por tanto, las políticas públicas del Estado deben alentar la inclusión financiera de las mujeres del país, no sólo a nivel nacional, sino también centrar sus esfuerzos a nivel regional, corrigiendo los rezagos que se presenten en la materia.

Características de las finanzas y productos más empleados por las mujeres.

Uno de los aspectos peculiares de las finanzas de las mujeres, no es el buen o mal diseño que tengan los productos financieros que utilizan, sino estar realmente convencidas de la utilidad el mismo. Para las mujeres, aun en cuestión de finanzas, es esencial poder manejar opciones basadas en su realidad y que se apliquen a su vida o al momento particular por el que atraviesan, ya sea ante el inicio de su matrimonio, por ejemplo, o por la llegada de un hijo, entre otros.[18] Éste y otros comportamientos femeninos son retomados por la última ENIF que data de 2018. Al respecto, existe un listado de preguntas que se les practicó a las mujeres encuestadas, acerca del manejo financiero que tienen de sus cuentas personales, con preguntas como las que se presentan a continuación, si bien, en el caso de los cuestionamientos número dos, siete y nueve, se realizaron adaptaciones de lo señalado en forma original. Por lo que las preguntas quedaron de la siguiente forma:

1.- ¿Usted lleva un presupuesto o un registro de sus ingresos y gastos?

2.- ¿Qué hizo usted la última vez que no pudo cubrir sus gastos?

[17] Ibid, p, 10.
[18] PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR – PROFECO (2013), *Productos financieros para mujeres: Un mundo de opciones*, México, 29 p.

3.- ¿Considera cuidadosamente si puede pagar algo antes de comprarlo?

4.- ¿Paga sus cuentas a tiempo (tarjeta de crédito, servicios, crédito, etcétera)?

5.- ¿Se pone metas económicas a largo plazo y se esfuerza alcanzarlas (comprar casa, ahorrar para el retiro, pagar vacaciones o fiestas, comenzar un negocio, etcétera)?

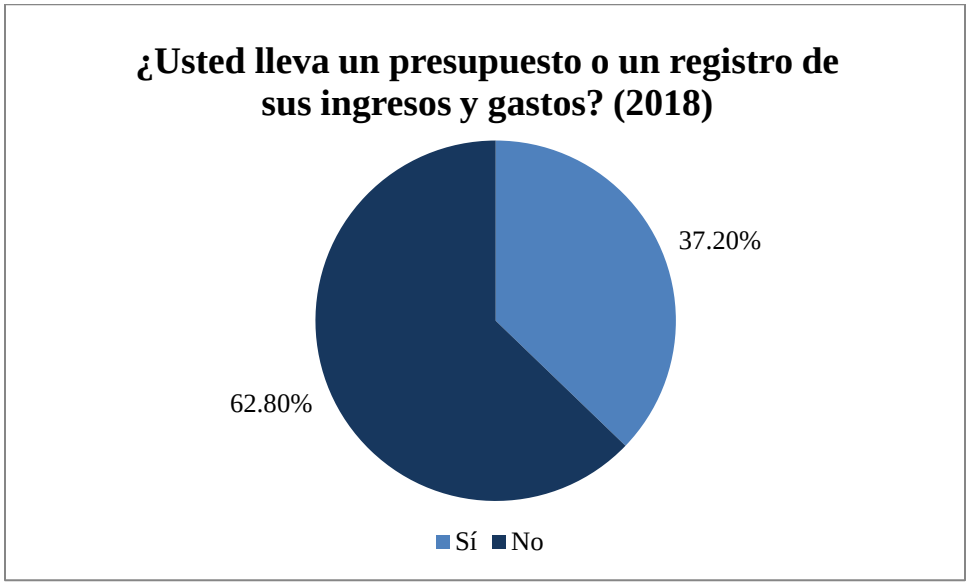
6.- ¿Prefiere gastar dinero que ahorrarlo para el futuro?

7.- ¿Qué modalidades de ahorro y/o formas de guardar dinero utiliza?

8. ¿Usted tiene alguna cuenta o tarjeta de nómina, ahorro o pensión en algún banco o institución financiera?

9. ¿Qué tipo de instrumento financiero utiliza?

En las gráficas que se presentan a continuación, se ofrecen las distintas opciones de respuesta a cada una de las preguntas antecedentes. En cada gráfica se observa el comportamiento y características financieras de la mujer, por lo que la ENIF (2018) aporta una perspectiva de género para obtener resultados lo más precisos posibles, y a partir de esto, se establezcan o proponga políticas de Estado que fortalezcan la inclusión financiera de las mujeres y la equidad de género en la materia.



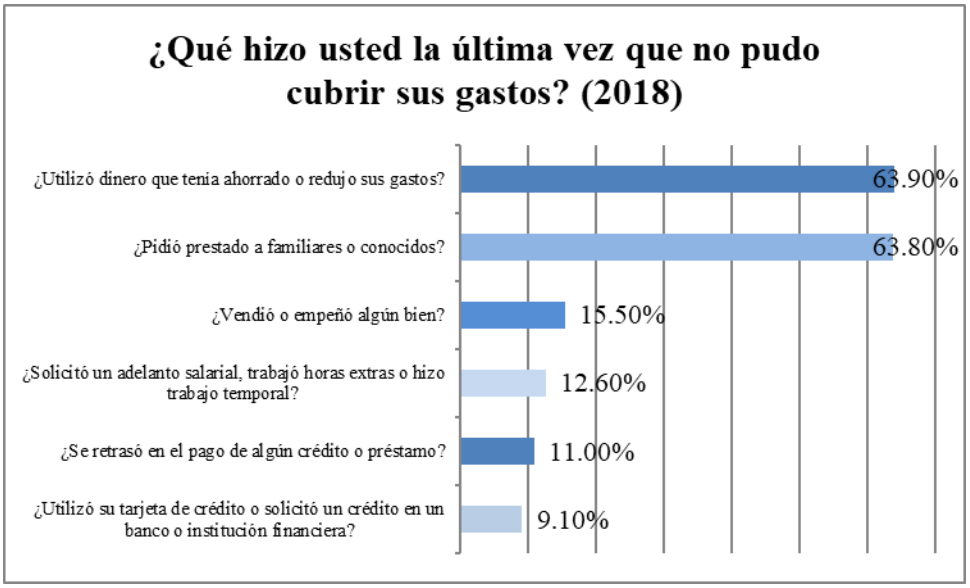
FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

Con respecto a esta última gráfica se pueden hacer múltiples consideraciones, pero la conclusión más inmediata que se puede señalar es que el registro de ingresos y/o gastos no es una práctica muy común entre la población del país; dado el alto porcentaje de mujeres que, de acuerdo con la encuesta consultada, se identifica. Dicha conclusión se fortalece cuando al revisar los datos referidos a los varones, dentro de la misma ENIF (2018), que muestran un porcentaje todavía más alto de encuestados varones (67.7%) que no recurren a esta práctica,[19] por lo que la educación financiera y las políticas de inclusión financiera en el país deben hacerse extensivas para ambos géneros.

En la siguiente gráfica se distingue un rasgo muy particular de las mujeres, como es el destinar sus ahorros para resolver necesidades familiares o requerimientos del hogar. No obstante, el recurrir a préstamos entre familiares y/o conocidos también es muy frecuente entre las mujeres y está muy cercano, en cuanto a porcentaje

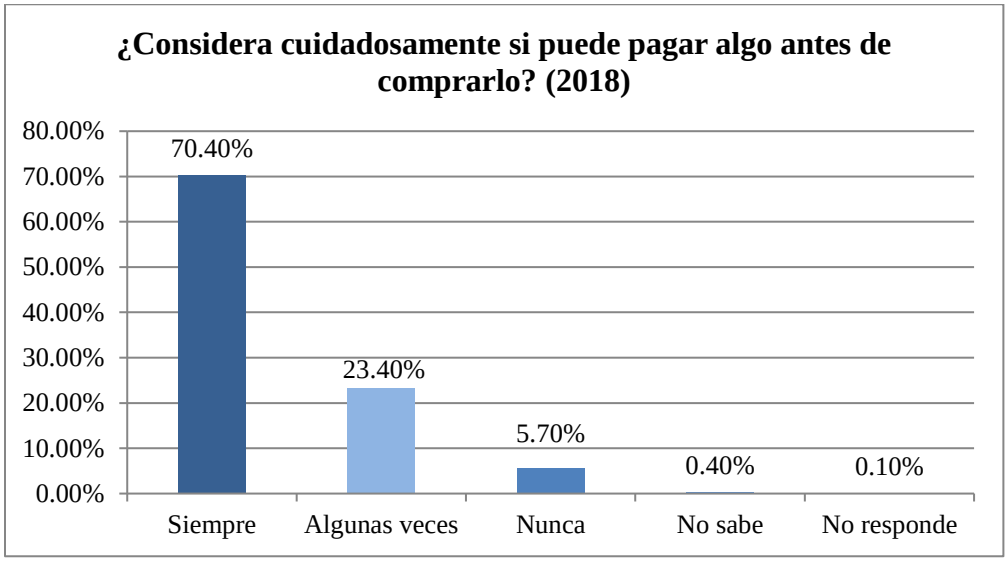
[19] Ibid, p. 29.

(63.8%), con la primera opción (63.9%). Asimismo, se advierte que lo que tienen en común ambas acciones es su carácter informal, por lo que también se reconoce que todavía existe cierta desconfianza hacia las instituciones y procedimientos financieros de tipo formal.



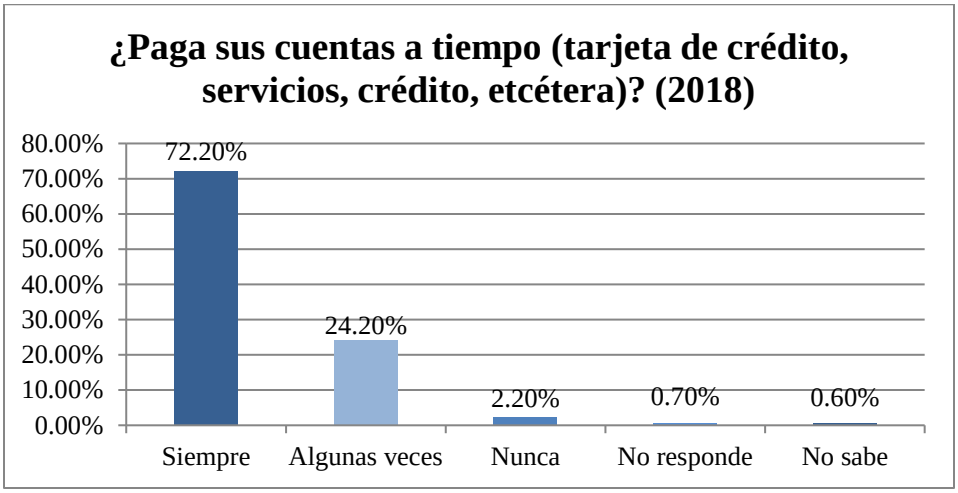
FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

Otra de las prácticas frecuentes de las mujeres en materia financiera es prever si le alcanzarán o no los recursos monetarios con que cuenta, en la comprar o adquisición de algún artículo, independientemente de que le agrade mucho *gastar*. El riesgo de no poder pagar o de endeudarse sin realmente tener capacidad para ello, es algo que a muy pocas mujeres les gusta llevar a cabo.



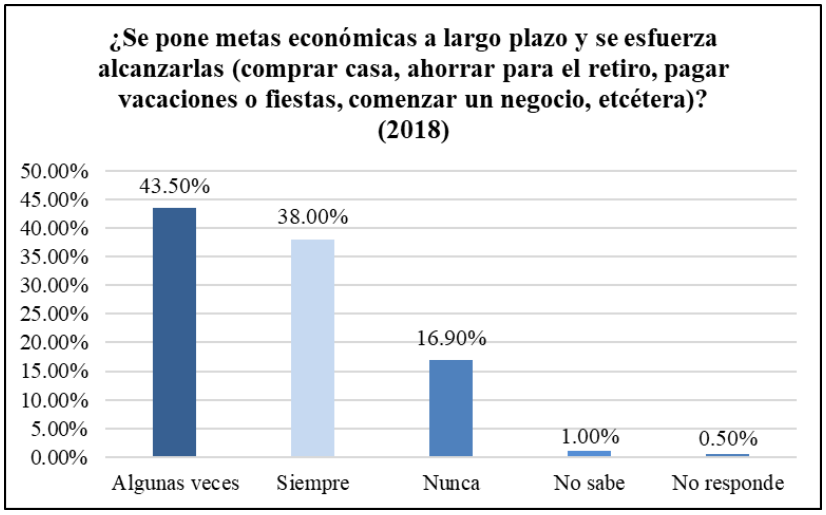
FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

La siguiente gráfica respalda la anterior afirmación de prever las posibilidades de gastar o no, cuando una mayoría de encuestadas manifiesta el cuidado que tiene para pagar deudas u otros compromisos en tiempo. Esta visión se desarrolla en función de las necesidades del hogar, primordialmente, y no por necesidades personales únicamente; ya que, si no se pagan a tiempo los servicios o deudas, se ve afectado el hogar y padecen todos sus miembros.



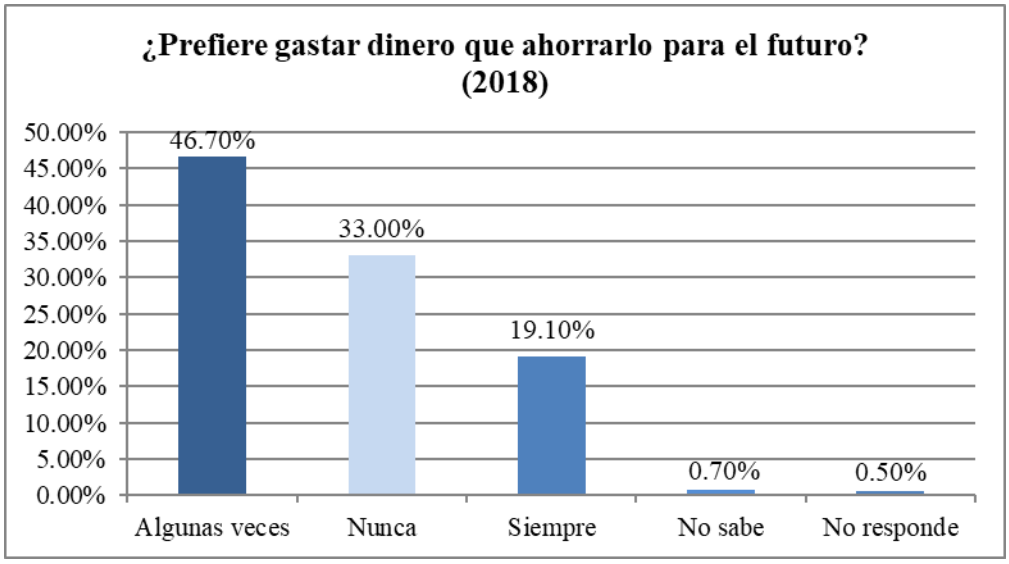
FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

El resultado que muestra la siguiente gráfica es muy importante porque el porcentaje de mujeres que presentan la opción de plantearse metas económicas y de esforzarse en llevarlas a cabo, es considerable. Sea en su opción de “algunas veces” o “siempre”, en virtud de que existe una visión a futuro que trasciende el inmediatismo.



FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

La siguiente gráfica muestra una práctica muy común no sólo entre las mujeres del país, sino entre toda la población mexicana. Sólo un tercio de las mujeres encuestadas (33%) reconoció preferir ahorrar su dinero antes que gastarlo, y al identificar este comportamiento entre los varones encuestados, éste es todavía más bajo (30.1%); con lo que, en promedio, la ENIF (2018) revela que sólo el 31.6% de la población encuestada optó por no gastar su dinero, al señalar la opción "nunca", antes que ahorrarlo para utilizarlo a futuro.[20] Ello revela una débil cultura del ahorro en el país. Al respecto, es necesario instrumentar más políticas públicas de educación financiera que fortalezcan dicha cultura y que lleven a acrecentar el interés de las mujeres para asegurar su futuro financiero y el de su familia.

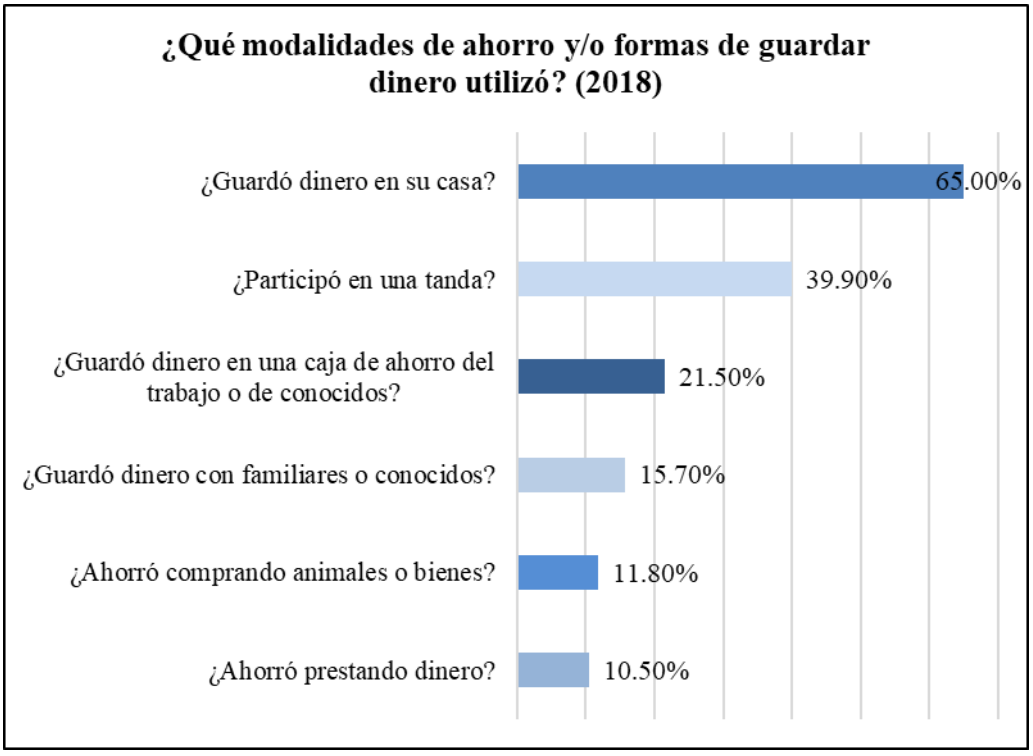


FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

Entre otros factores, la desconfianza que tienen las mujeres hacia instituciones financieras formales les sigue llevando a acudir al ahorro, cuando así lo hacen, de

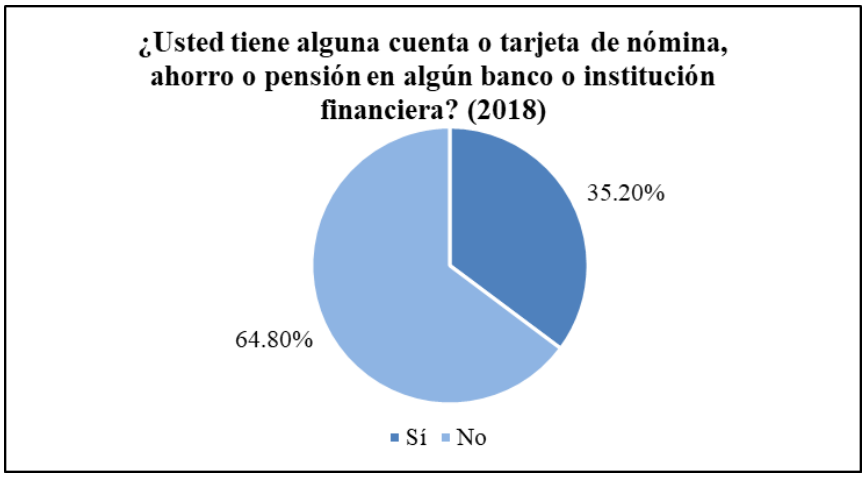
[20] Ibid, p. 38.

manera más informal. Pero también es por el factor accesibilidad, dado que la comodidad de *tenerlo a la mano* es preferible que en otro sitio. El desconocimiento acerca de que existen cuentas que pueden abrirse y no cobran comisiones o que se puede llegar a ahorrar, aunque sea poco dinero, no es menos importante para persuadir a muchas mujeres para *no poner un pie* dentro de alguna institución financiera o bancaria. Por tanto, mucho queda por hacer en la materia, como ya se afirmaba, tanto a las instituciones públicas como a las privadas para construir confianza entre las mujeres o para restaurar la que se perdió o para fortalecer los conocimientos al respecto y no estar ajenas a los instrumentos, mecanismos y/o productos financieros que ya existen.



FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

No es por ello difícil entender que por desconfianza (de sufrir robos o engaños), además de otros factores, la mayoría de las mujeres encuestadas hayan dicho que no poseen alguno de los productos que se señalan en la gráfica que sigue, y sólo poco más de una tercera parte haya contestado de manera afirmativa. Inclusive, nuevas aplicaciones y digitales para el uso de productos financieros aun no logran penetrar del todo en el interés de la mayor parte de las mujeres. La introducción de las denominadas Fintech[21], como una innovación tecnológica para acceder a productos financieros con teléfono celular, todavía está restringida a la banda ancha (sólo 6 de cada 10 mexicanos tienen acceso a ella), por lo que aún falta esperar más avances en la materia para ampliar la inclusión financiera a través de este medio.[22]

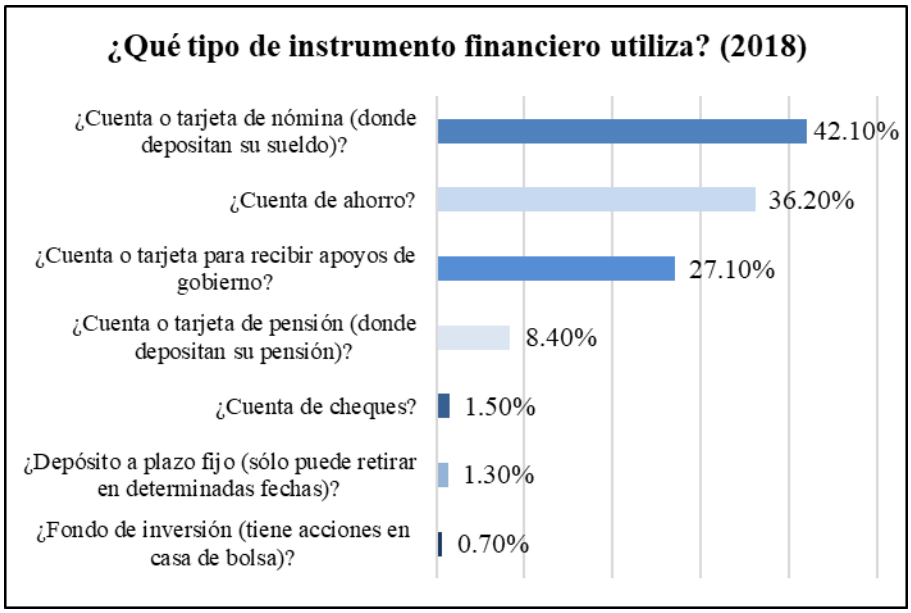


FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

[21] "El término "Fintech" deriva de las palabras "finance technology" y se utiliza para denominar a las empresas que ofrecen productos y servicios financieros, haciendo uso de tecnologías de la información y comunicación, como páginas de internet, redes sociales y aplicaciones para celulares. De esta manera prometen que sus servicios sean menos costosos y más eficientes que los que ofrecen la banca tradicional. https://revista.condusef.gob.mx/2017/02/que-son-las-fintech/

[22] MEDRANO, S. (2021), "El reto de las fintech frente a la inclusión financiera en México", en Expansión del 27 de agosto de 2021, disponible en https://expansion.mx/opinion/2021/08/26/reto-fintech-inclusion-financiera-mexico

Ahora bien, aquellas mujeres que contestaron en forma afirmativa a la ENIF (2018) con relación a si poseen una cuenta o tarjeta de nómina, etcétera; **en la siguiente gráfica se identifica el principal producto financiero manejado por las mujeres encuestadas**, que en este caso es la cuenta o tarjeta de nómina donde le depositan su sueldo.[23] Sin embargo, no es muy común que las mujeres utilicen la tarjeta de nómina, en caso de contar con ella, antes que el efectivo. Ello generalmente por desconfianza u otras razones como es el desconocimiento de las ventajas que tiene el utilizar una tarjeta: como es la mayor seguridad de no exponerse a posibles pérdidas o hurtos de efectivo, entre otros.



FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

[23] Cf. en BLOG DE LA BMV (2020), op cit.

Ciertamente es necesario formular una serie de políticas que respondan a las necesidades y peculiaridades de las mujeres en materia de accesibilidad y oferta de productos financieros, para que se registre una verdadera inclusión dentro del tema. Al respecto, a continuación, se mencionan algunos aspectos relacionados con ello.

Políticas públicas para fomentar el uso de productos financieros entre las mujeres

Se estima que, durante 2018, hasta un 81% de las compras que se realizaron de manera física (en tiendas u otros locales) en la región de América Latina y el Caribe (ALC), incluido México, fueron pagadas en efectivo. Sin embargo, a raíz de la pandemia por COVID-19, en los últimos cincos meses de 2020 se generaron algunas modificaciones en el panorama financiero de ALC porque lograron bancarizarse unos cuarenta millones de personas. Ello, en especial por la inyección de subsidios de parte de algunos gobiernos de la región para enfrentar las necesidades de la población durante esta etapa. No obstante, el efectivo sigue muy arraigado en dicha región, puesto que apenas reciben su salario o subsidios del gobierno, las personas retiran el efectivo de sus cuentas bancaria para *esconderlo debajo del colchón*, casi siempre. Algunos expertos del medio financiero opinan que terminar con el predominio del efectivo en la región de ALC sólo será posible mediante una creciente inclusión digital.[24] Por su parte, el actual gobierno mexicano le ha apostado a la bancarización en la entrega de apoyos sociales, como una de sus principales políticas públicas; incluyendo la apertura de cuentas bancarias por primera vez, así como la reducción en la brecha de género en el sistema financiero

[24] Inclusión digital significa contar con acceso a servicios de internet fuertes y económicos, así como dispositivos habilitados para internet que resulten accesibles para el público en general, además de capacitación en alfabetización digital y los suficientes soportes técnicos, aplicaciones y contenido en línea diseñados para permitir y fomentar la autosuficiencia, la participación y la colaboración de los usuarios. Cf en AMERICAS MARKET INTELLIGENCE (2020), *La aceleración de la inclusión financiera durante la pandemia de COVID-19: Oportunidades ocultas que salen a relucir*, por encargo de Mastercard, 24 p.

y la reducción en el uso de efectivo, entre otros aspectos.[25] De tal manera que de 7 millones de cuentas abiertas por los últimos gobiernos para recibir apoyos sociales, el 80% corresponden a mujeres beneficiarias.

Sin duda, el mercado global financiero actual requiere de más usuarios y la inclusión financiera y digital puede ayudar para alcanzar esto, pero las mujeres del país, y los varones también, requieren que se fortalezca su confianza. ¿Quién no va a querer prosperar? Mas, si no se fomentan o profundizan los conocimientos financieros entre la población, ni las mujeres ni los hombres de México dejarán de *guardar el dinero debajo del colchón*, y mucho menos, por supuesto, desearán llevar a cabo inversiones, hacer crecer al país o crear riqueza, no por egoísmo o ignorancia, sino por esa desconfianza.

La Política Nacional de Inclusión Financiera – PNIF 2024 incluye como objetivo general el poder "fortalecer la salud financiera de la población mexicana, a través del incremento en el acceso y uso eficiente del sistema financiero, del desarrollo de las competencias económico-financieras, y del empoderamiento del usuario", señalando a la Estrategia 6.2 de dicha PNIF como eje principal de inclusión financiera de las mujeres, porque pretende "utilizar (o continuar utilizando) la dispersión de programas sociales como herramienta para fortalecer los mecanismos de resiliencia de la población vulnerable",[26] incluyendo en esta última a las mujeres. Sin embargo, cabe hacer la pregunta: ¿y los demás segmentos de la población de mujeres mexicanas que no reciben apoyos sociales?, pero que salen adelante, día a día, con su esfuerzo personal. ¿Cómo le van a hacer?

Es evidente que se deben fortalecer los empleos de las mujeres, no mermándolos en cuanto a salarios y prestaciones, ni tampoco rebajándolos con relación a los empleos de los varones, sino asegurando la equidad financiera entre los dos sexos,

[25] GOBIERNO DE MÉXICO – SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO – SHCP – SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA – SEP, et al (2020), *Política Nacional de Inclusión Financiera*, México, 158 p.
[26] Ibid, p. 81.

estimulando la confianza de las mujeres en los instituciones financieras y garantizando la aparición de más productos financieros, pero en especial, productos que hablan a las necesidades particulares de una ama de casa, o de una mujer empresaria o de una mujer en retiro o pensionada, entre otras facetas. Pero bajo la garantía que fomentarán su empoderamiento y alcanzando las posibilidades de desarrollo a las que aspira, utilizando, si así lo desea, créditos más blandos que los usuales. Claro que para ello es necesario que el mercado cambie su visión y genere estos y otros productos financieros, con una perspectiva lo más amplia posible. No buscando el beneficio sólo como institución financiera sino mejorando las condiciones de pago, por ejemplo, y buscando el beneficio para sus clientes. En ese sentido, las mujeres suelen ser más leales a la hora de pagar.

Por otra parte, la población necesita más educación y alfabetización financieras. Entendiendo a la primera como aquella herramienta que permite "transformar las decisiones sobre el ahorro y el crédito, sobre cómo reducir los riesgos a los que los individuos están expuestos, cómo seleccionar los productos y servicios financieros que se ajusten mejor a las necesidades de los usuarios y cómo construir el patrimonio, presente y futuro"; en tanto que la segunda acepción se refiere a la "habilidad esencial para mejorar la administración de los recursos; adquirir los productos que se adecuen a sus necesidades y conocer las características de los productos, servicios y esquemas de protección. Es una piedra angular para el bienestar, el espíritu empresarial, la movilidad social y el crecimiento inclusivo".[27]

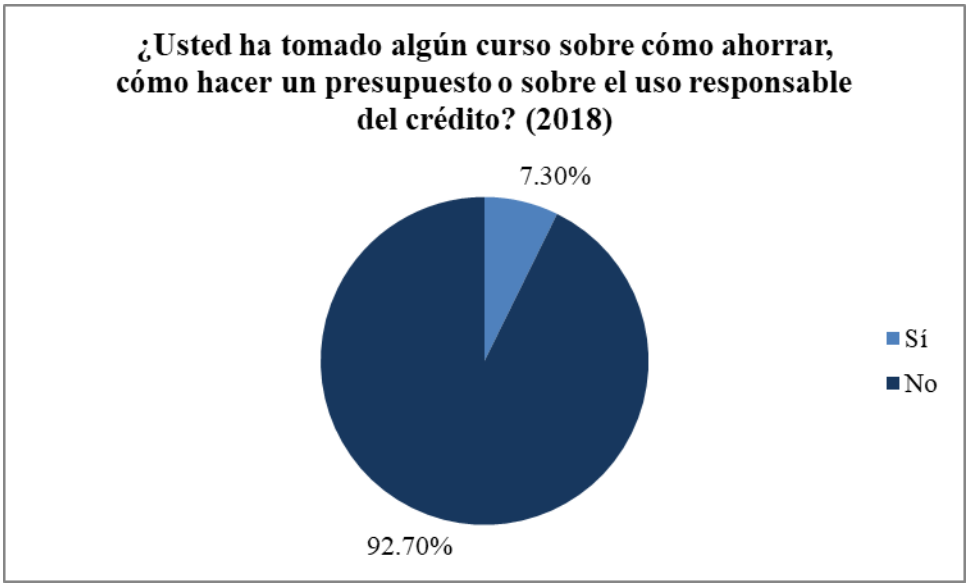
A nivel internacional, existe un indicador denominado índice de alfabetización financiera (IAF) mediante el cual México registra 58.2 puntos, donde el máximo es 71.0 y el mínimo 45.7. En realidad, el IAF de México se mantiene en una posición intermedia, al situarse antes que el país, naciones como Francia con 71 puntos; Canadá (69.5); China (67.1); Corea (65.7); Polonia (63.8), Inglaterra (62.4) y Turquía

[27] CNBV – INEGI (2018), op cit, p. 219.

(59.5).[28] Dicho índice se compone de tres diferentes subíndices: de conocimientos financieros, de comportamientos financieros y de actitudes financieras.[29] Información específica sobre el IAF en México revela que los varones cuentan con más conocimientos sobre aspectos financieros y comportamientos más dirigidos a la prosperidad financiera. En cambio, las mujeres presentan mayores actitudes para ahorrar dinero más que para gastarlo, por lo menos en forma inmediata. También se observa, a través de dicha información, que, a mayor escolaridad mayor posesión de productos financieros, por lo tanto, el puntaje de alfabetización financiera suele ser mayor.[30] Así que las políticas públicas en la materia, a reserva de mencionar propuestas específicas más adelante, deben centrarse en fortalecer los conocimientos y los comportamientos financieros de las mujeres.

Lo cierto es que es necesario fortalecer el citado tema a nivel nacional, como se puede ver en la siguiente gráfica existe una baja atención concedida a los aspectos de educación y alfabetización financiera entre la población del país, no sólo entre las mujeres, donde la ENIF (2018) revela una baja participación en el aspecto señalado por dicha gráfica (7.3%); y al revisar el mismo tema a nivel nacional (8.3%), así como la participación de los varones (9.4%), es indiscutible que el tema sufre de un importante descuido. Es quizás, la política más descuidada dentro del tema de inclusión financiera, por lo que deberá generarse una estrategia que la aborde de manera más clara y definida.

[28] JUÁREZ, E. (2019), "En alfabetización financiera, México está por arriba de Brasil y Argentina", en *El Economista* del 15 de abril de 2019, disponible en https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/En-alfabetizacion-financiera-Mexico-esta-por-arriba-de-Brasil-y-Argentina-20190415-0102.html
[29] FUNDEF (2019), op cit, p. 8.
[30] COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES – CNBV (2019), "CNBV presenta el Índice de Alfabetización Financiera en México", disponible en https://www.gob.mx/cnbv/articulos/cnbv-presenta-el-indice-de-alfabetizacion-financiera-en-mexico?idiom=es



FUENTE: Elaboración propia con datos de CNBV – INEGI (2018), *México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales*, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera

Es urgente que las mujeres se fortalezcan en temas de educación y alfabetización financiera, y de ser posible toda la población nacional, porque es necesario conocer cómo se calcula la tasa de interés para contratar un crédito, por ejemplo, debido a que la tasa de interés es el costo total que el deudor paga con quien asumió una deuda, o en otros casos, qué ganancias recibirá eventualmente en caso de ahorrar.[31] La realidad financiera es una constante en las mujeres del país y la necesidad de incrementar sus conocimientos, así como sus habilidades y capacidades, además de encauzar sus comportamientos en la materia, es un aspecto que debe realizarse de manera oportuna. Al respecto, se insiste en la necesidad de emprender políticas públicas, pero con la participación del sector privado para fortalecer o resolver estos aspectos, debido a que el sector público no cuenta con la infraestructura suficiente para ello. En la siguiente sección se

[31] CNBV – INEGI (2018), op cit, p. 219.

efectuarán una serie de recomendaciones para fortalecer la materia, pero también se brinda a continuación un listado de lugares donde las mujeres pueden fortalecer

estos temas y obtener una mejor formación en materia financiera, para un mejor manejo de sus finanzas y saber cuál es el mejor o los mejores productos financieros que pueden emplear. Aunado a que "la economía y finanzas de las mujeres [se han visto] más golpeada[s] por la crisis provocada por la pandemia del COVID-19, en comparación con la de los hombres".[32] En virtud de ello, se recomienda revisar los siguientes sitios, tanto públicos como privados, para apoyo de las mujeres en materia de finanzas.

Minerva educación financiera: proyecto en línea a cargo de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (**CONDUSEF**) y la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (**AMIS**). A través de esta plataforma 100% gratuita, se imparten diversos cursos en línea relacionados con las finanzas personales de las mujeres sobre temas presupuestarios, de ahorro, crédito e inversión, entre otros. Se puede obtener una formación muy completa en estos temas y se puede ingresar al proyecto mediante la liga: **https://minervaeducacionfinanciera.mx/course/index.php?categoryid=5**

Diplomado en Educación Financiera: también es un proyecto 100 % gratuito y en línea, además de estar abierto a todo el público desde el nivel bachillerato. Es de interés para las mujeres porque permite adquirir conocimientos y competencias para una mejor utilización de los servicios y productos financieros, así como al

[32] PROTEJA SU DINERO (2021), op cit.

fortalecimiento de sus capacidades para el uso del dinero, fomentando su bienestar y el de su familia. Esta a cargo del CONDUSEF, además de la Bolsa Institucional

de Valores (BIVA), el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) y el Banco de México. Se puede acceder al mismo a través de la página **https://diplomado.condusef.gob.mx/**

Reportes de inclusión financiera: mediante estos reportes de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (**CNBV**) se pueden identificar estadísticas relacionadas con el uso y aprovechamiento de servicios y productos financieros ofrecidos por las diferentes instituciones financieras formales del país, por lo que dicha información puede resultar atractiva para las mujeres interesadas en el tema financiero. Se pueden localizar en la página web de la CNBV **https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/divulgacion-de-inclusion-financiera-26625**

Portal BBVA de Educación Financiera: de acceso libre, con múltiples opciones para adquirir la suficiente capacitación y conocimientos financieros para las mujeres interesadas en la materia y sin comprometerse de manera obligatoria con dicha institución para adquirir sus productos. En la página web **https://www.bbva.mx/educacion-financiera.html**

Museo Interactivo de Economía (MIDE): institución que brinda una oferta académica en la materia con dos diplomados que pueden ser de interés para las mujeres. Uno es el **Diplomado en Gestión del Dinero**, que es impartido en línea y puede dotar de herramientas a las mujeres interesadas en mejorar la gestión de su dinero al presente y al futuro. Otro es el **Diplomado de Finanzas**, también impartido

en línea y que puede resultar asimismo de interés para las mujeres porque ayuda a comprender y analizar de forma práctica los principales conceptos manejados en el área de finanzas y como se aplican en la toma de decisiones a la hora de ahorrar o invertir. Ambos diplomados tienen un costo. En la página web siguiente hay más información al respecto: **https://www.mide.org.mx/aprende-mas/**

La realidad en la materia es que la población femenina del país necesita los mejores canales informativos en materia de finanzas para poder lograr el manejo más adecuado de su economía y las herramientas que le permitan empoderarse de con relación a este tema. En la siguiente sección se insertan algunas propuestas que pueden favorecer esto, además de las alternativas de educación y alfabetización financiera ya mencionadas; las cuales son opciones magníficas para personas que cuentan con el tiempo y recursos necesarios para llevarlas a cabo. Se requiere, entonces, algún tipo de políticas públicas en la materia de amplia difusión, por lo que a continuación se sugieren algunas propuestas al respecto.

Propuestas

- Instrumentar talleres de educación financiera desde los niveles educativos medio y básico en el país, para contribuir a la formación de los educandos, mujeres y varones, para que tengan los conocimientos mínimos en la materia y garanticen su futuro en el manejo de sus finanzas. Para el nivel medio básico se recomienda incluirla como materia obligatoria, agregando elementos de alfabetización financiera;
- Reproducir el ejercicio de Encuesta Nacional de Inclusión Financiera en los años siguientes, de ser posible 2022 o 2023, y no antes, por toda la logística y preparación que implica el llevarla a cabo, con el propósito de identificar las variaciones y los cambios que se hayan registrado con relación al comportamiento y actitudes de las mujeres en cuestiones de materia financiera;

- Promover la semana den educación financiera en el país dos veces al año con eventos en línea y presenciales, bajo medidas de seguridad, y sesiones especiales dirigidas a las mujeres;
- Instrumentar políticas de cultura financiera entre la población en general, y en particular para mujeres, que permitan instrumentar cursos, talleres, diplomados o consejos dirigidos a resolver problemáticas cotidianas en la materia. Para ello, se recomienda hacer uso de las casas de cultura barriales (con el debido distanciamiento social por razones de COVID-19) para instrumentar este tipo de herramientas educativas y de servicios de educación financiera por internet para todas aquellas personas que tengan una cuenta bancaria, tarjeta de crédito o de débito, con especial énfasis en propuestas para mujeres;
- Promover, por parte de más instituciones bancarias formales, el diseño de tarjetas de nómina con posibilidades de préstamos de nómina “adelantados” para mujeres y tarjetas de crédito también para mujeres que al usarlas les “devuelvan” cantidades mensuales y les exenten del pago de su anualidad, así como posibilidades de pagar a meses sin intereses, más servicios de salud, óptica y odontología;
- Fomentar el uso de los seguros (de vida y salud) para mujeres con hijos, generando mecanismos que estimulen la adquisición de estos, mediante promociones, ofertas y mecanismos de apoyo, que permitan adquirir tales productos a menores precios mientras más miembros de familia sean. Es decir, el primer hijo pagaría un seguro completo, en tanto que el segundo sólo la mitad y el tercero únicamente un tercio de su costo;
- Fortalecer los mecanismos de ahorro a futuro para las mujeres, mediante campañas promocionales por parte de las AFORES y el gobierno federal, para estimular la adquisición de estos instrumentos financieros, preparando su futuro y el de su familia.

- Hacer más masivos y abiertos los nuevos productos financieros que se generen para las mujeres, ofreciéndoles las mejores condiciones posibles para obtener la lealtad de tales clientes.

IX.- Conclusiones y nueva agenda de investigación

A partir de la información proporcionada en el presente documento se puede concluir que el acceso a productos financieros de las mujeres tiene que ver directamente con estar dentro de una nómina y con estar inscrito en los programas sociales.

Todo ello se puede constatar a partir del hecho que el principal producto financiero que manejan es la tarjeta de nómina; asimismo, a lo largo del documento se enfatizó la desconfianza que existe respecto a las instituciones bancarias y a su preferencia por acudir a los ahorros o a la familia antes de recurrir a un préstamo. Por otra parte, con la pandemia, ha crecido esa inclusión financiera vía los programas sociales, dado que estos funcionan a partir de una tarjeta.

La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2018 y sus ejercicios precedentes, 2012 y 2015, arrojan muchas luces sobre el comportamiento financiero de la población mexicana, y es una herramienta invaluable para identificar este mismo tema en el caso específico de las mujeres. Seguramente ha habido algunos cambios en materia de inclusión financiera en los últimos años, pero las fuentes que hablan de este aspecto, que fueron o han sido publicadas en forma previa a la pandemia, calculaban que la inclusión financiera no crecería realmente tanto o más allá de lo que ya ha crecido. Indagar esto es parte de nuevas investigaciones, además de la necesidad de impulsar nuevas encuestas en la materia.

No obstante, la pandemia por el COVID-19 y las condiciones de distanciamiento social que propició también ésta, han favorecido la inyección de fondos a más mujeres a través de tarjetas de débito, especialmente en condiciones de rezago social o por ser personas adultas mayores. Todo ello habla de una mayor bancarización de la población. Este mecanismo se ha visto reforzado con la pandemia y seguramente se extenderá.

Lo que se puede inferir es que al haber una mayor canalización de recursos por medio de programas sociales vía tarjetas de débito, la bancarización seguirá creciendo, sin embargo, al haber también una mayor fiscalización hacendaría, muy probablemente el sector informal irá reduciéndose y por ende, también habrá una mayor bancarización. Esta afirmación sería idónea, pero es importante decir que el surgimiento de criptomonedas es una alternativa para aquellos que se rehúsen a ser fiscalizados o incorporados a la banca en México.

En ese sentido, un nuevo tema de investigación será: las criptomonedas como medio alternativo a la banca en México, con perspectiva de género.

X.- Bibliografía

AMERICAS MARKET INTELLIGENCE (2020), La aceleración de la inclusión financiera durante la pandemia de COVID-19: Oportunidades ocultas que salen a relucir, por encargo de Mastercard, 24 p.

ANDRADE, S.G. y M. BUVINIC (2019) “Fomentar la inclusión financiera de las mujeres a través de datos: El caso de México”, Washington, D.C., BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO – BID y Data 2X, 9 p.

BLOG DE LA BOLSA MEXICANA DE VALORES – BMV (2020), “Mujeres e inclusión financiera”, en Hablemos de Bolsa del 8 de marzo de 2021, disponible en https://blog.bmv.com.mx/2021/03/mujeres-e-inclusion-financiera/

COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES – CNBV (2019), “CNBV presenta el Índice de Alfabetización Financiera en México”, disponible en https://www.gob.mx/cnbv/articulos/cnbv-presenta-el-indice-de-alfabetizacion-financiera-en-mexico?idiom=es

COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES – CNBV – INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA – INEGI (2018), Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2018. Presentación de resultados, 23 p.

_____ (2018), ENIF 2018. Encuesta Nacional de Inclusión Financiera. México: Inclusión Financiera, principales hallazgos nacionales y regionales. Presentación de resultados, 298 p.

FUNDACIÓN DE ESTUDIOS FINANCIEROS – FUNDEF (2019), Inclusión Financiera en México I, 38 p.

GOBIERNO DE MÉXICO – SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO – SHCP - COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES – CNBV (2020), Inclusión Financiera en México, Semana Nacional de Educación Financiera 2020, 49 p.

GOBIERNO DE MÉXICO – SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO – SHCP – SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA – SEP, et al (2020), Política Nacional de Inclusión Financiera, México, 158 p.

GUERRA, R. (2021), "¿Por qué es importante la Bancarización para México?", en *Blog de Zarate Abogados* del 9 de agosto de 2021, disponible en https://zarateabogados.com/2021/08/09/por-que-es-importante-la-bancarizacion-para-mexico/

INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES – INMUJERES – SISTEMA DE INDICADORES DE GÉNERO – SIG (2020), "Acceso a productos y servicios financieros", 3 p.

JUÁREZ, E. (2019), "En alfabetización financiera, México está por arriba de Brasil y Argentina", en El Economista del 15 de abril de 2019, disponible en https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/En-alfabetizacion-financiera-Mexico-esta-por-arriba-de-Brasil-y-Argentina-20190415-0102.html

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR – PROFECO (2013), Productos financieros para mujeres: Un mundo de opciones, México, 29 p.

PROTEJA SU DINERO (2021), "Productos financieros sólo para mujeres. Un paso hacia su independencia económica y empoderamiento", en Proteja su dinero del 1º de marzo de 2021, disponible en https://revista.condusef.gob.mx/2021/03/productos-financieros-solo-para-mujeres/

SANDOVAL MEZA, M. G. (2021), "México en el top 5 de países menos bancarizados", en *Forbes* del 17 de marzo de 2021, disponible en https://www.forbes.com.mx/mexico-en-el-top-5-de-paises-menos-bancarizados/

Sitios web

https://diplomado.condusef.gob.mx/

https://economipedia.com/definiciones/bancarizacion.html

https://minervaeducacionfinanciera.mx/course/index.php?categoryid=5

https://www.bbva.mx/educacion-financiera.html

https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/divulgacion-de-inclusion-financiera-26625

https://www.mide.org.mx/aprende-mas/