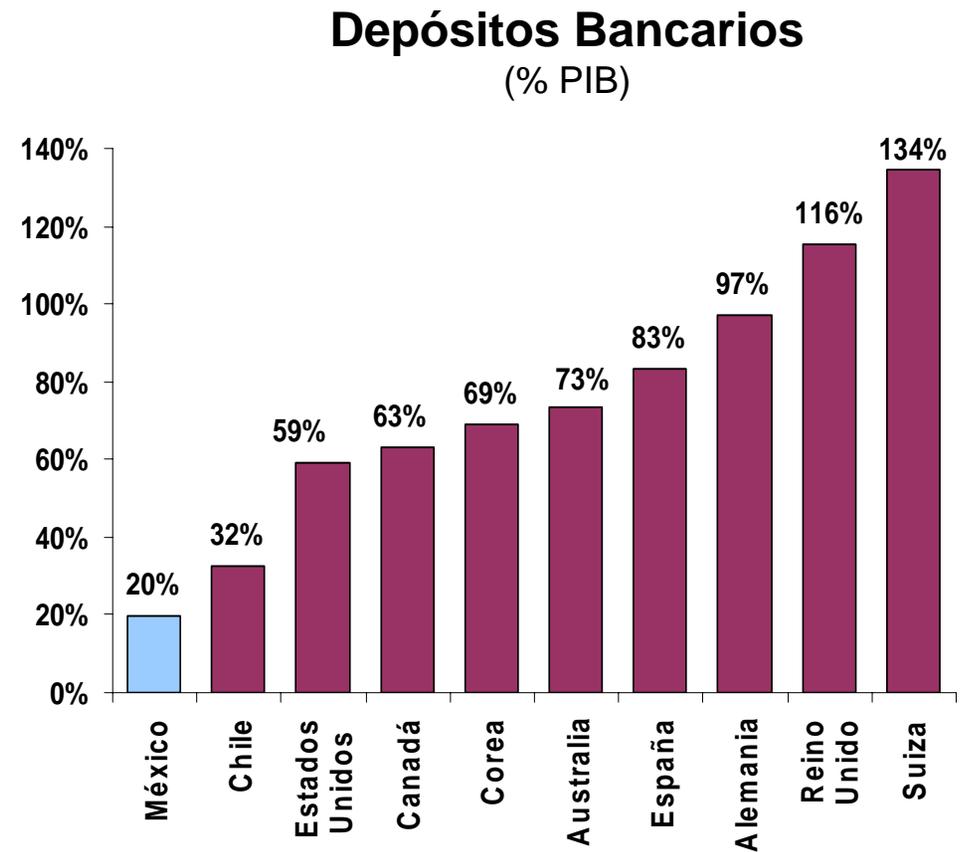
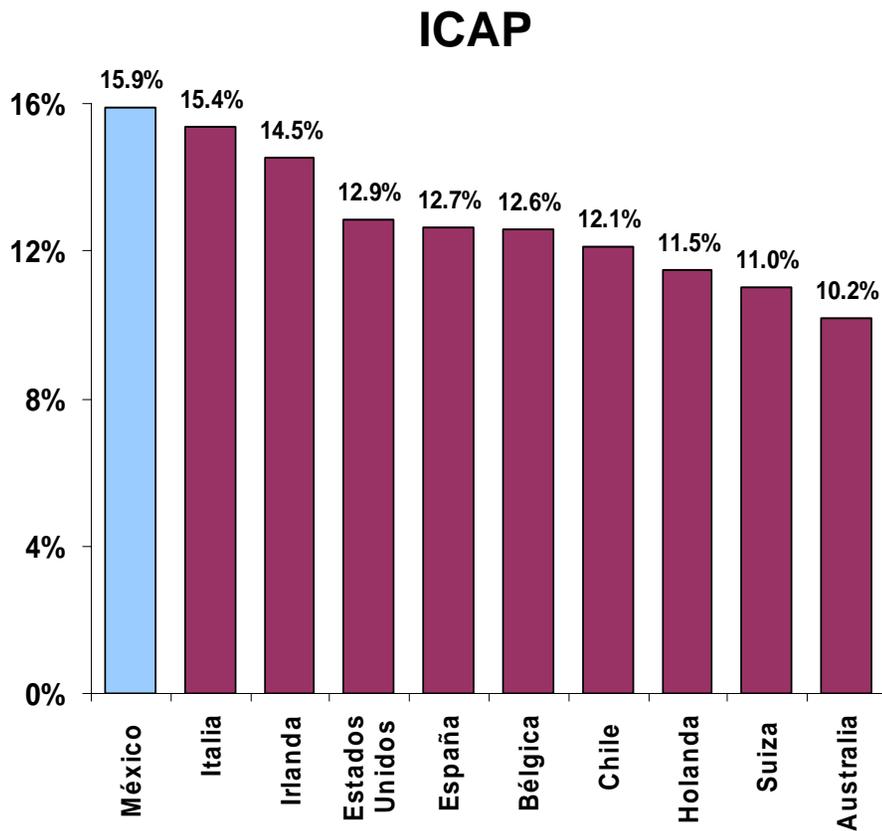




Encuentro Nacional de Educación Financiera

Octubre 2007

El sistema financiero mexicano contrasta como uno de los más solventes del mundo pero de los de menor tamaño relativo al de su economía.

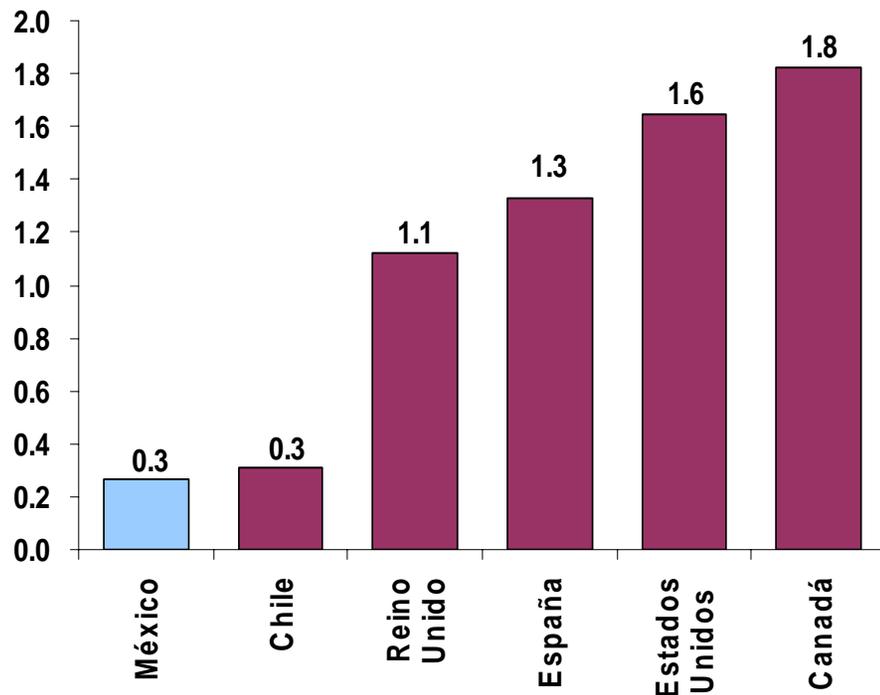


Fuente: México; CNBV, cifras a junio de 2007. Chile; Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, cifras a junio de 2007. Estados Unidos, Federal Deposit Insurance Corporation, cifras a junio de 2007. El resto de los países; Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, las cifras de Australia y Holanda corresponden a 2003 y Bélgica, Irlanda, Italia, España y Suiza corresponden a 2004.

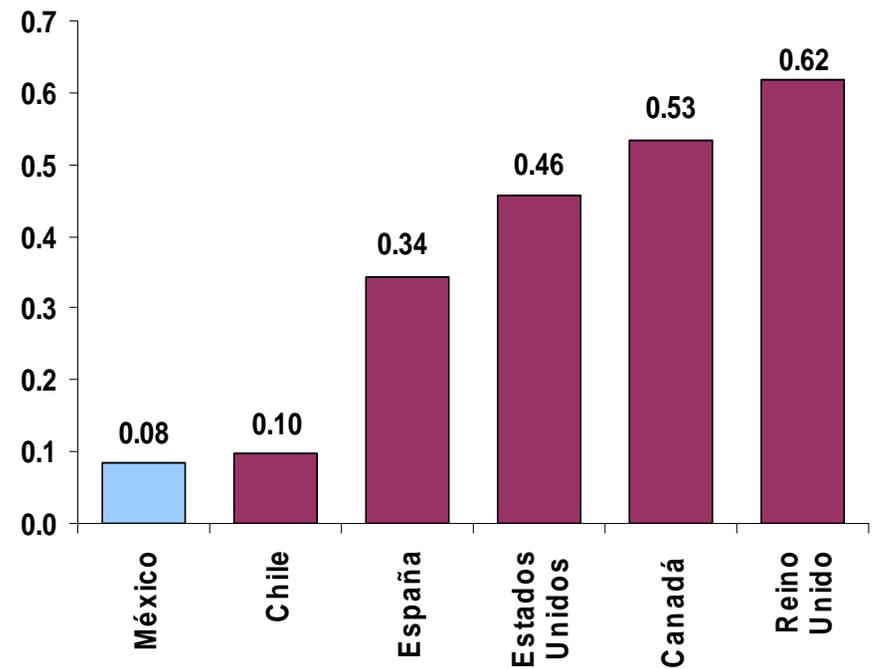
Fuente: SHCP, CNBV, Banco de México, INEGI y Banco Mundial; A new database on Financial Development and Structure; Thorsten Beck, Asli Demirgüç-Kunt y Ross Eric Levine. Las cifras de México corresponden a junio de 2007 y las cifras del resto de los países al cierre de 2005. Los depósitos bancarios de México incluyen la captación tradicional, obligaciones subordinadas y reportos.

Esto se confirma por una infraestructura financiera limitada en términos poblacionales.

Número de ATM's por cada mil habitantes



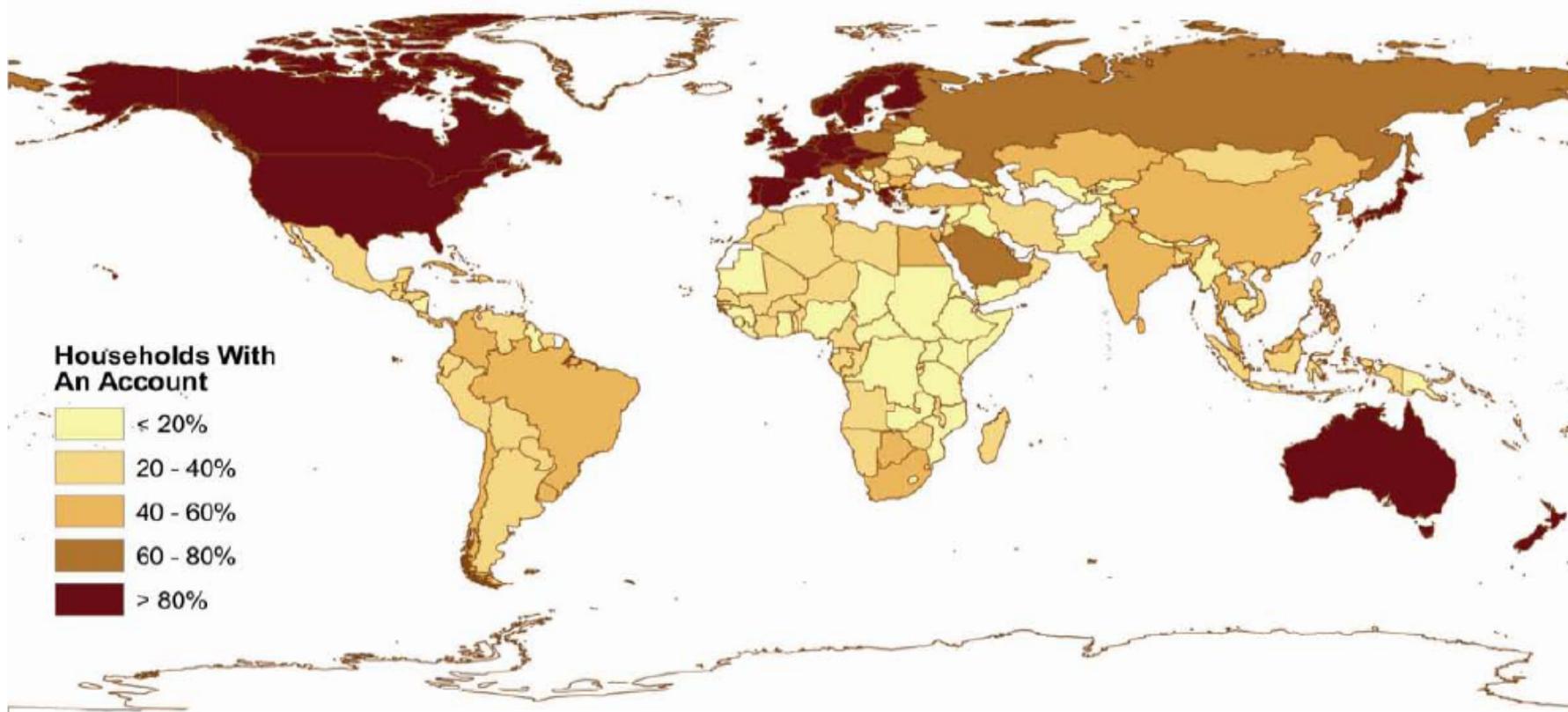
Número de Sucursales Bancarias por cada mil habitantes



Fuente: México (Banco de México) cifras a junio de 2007. Chile (Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile), España (Banco de España), cifras a septiembre de 2006. Reino Unido, Estados Unidos y Canadá (CONDUSEF; Comportamiento reciente de la infraestructura y de las transacciones a través de diversos medios de pago con usuarios de la banca), cifras a marzo de 2006. Datos de población: INEGI y Banco Mundial.

La baja penetración de servicios financieros en México se confirma al ubicarlo en el grupo de países con un nivel de acceso de entre 20% y 40% de la población.

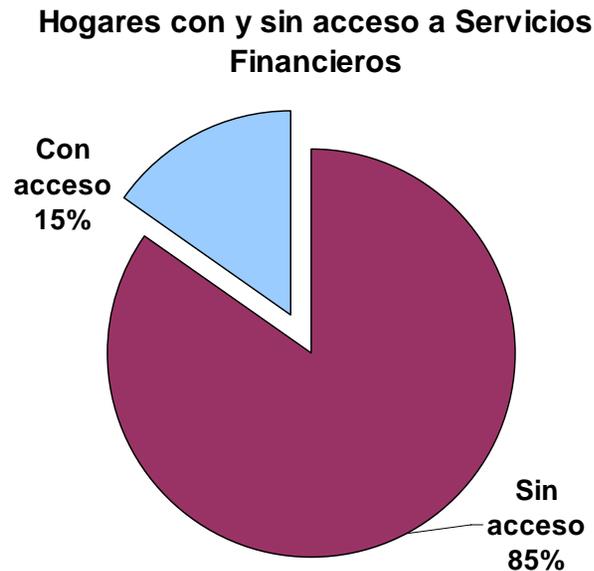
Acceso a Servicios Financieros



Nota: Porcentaje de hogares con una cuenta de ahorro o un préstamo en una Entidad Financiera (bancos, cajas de ahorro e instituciones de microfinanzas). La información se obtuvo de encuestas a hogares; en caso de no estar disponible, la información son valores estimados de una regresión utilizando datos agregados de depósitos.

Fuente: International Finance Corporation: Demirguc-Kunt, Beck and Honohan, 2007, *Policy Research Report on Access to Finance*, World Bank.

La población que aún no accede a servicios financieros tiene características distintas de aquella que ya los tiene. Por ello el proceso de bancarización implica que los intermediarios desarrollen mejores modelos y que los reguladores adopten medidas para evitar una asunción excesiva de riesgo.



Fuente: ENIGH 2006

Diferencias entre hogares con acceso y sin acceso a servicios financieros

	Sin acceso	Con acceso
Tamaño del hogar	4.0	3.7
Edad del jefe(a) del hogar	47.1	46.3
Jefe del hogar con secundaria o menos (%)	34.2	16.5
Jefe del hogar con profesional, maestría o doctorado (%)	13.8	38.4
Jefes de hogar que trabajan por su cuenta (%)	22.7	13.9
Jefes de hogar que son patronos(%)	4.3	11.2
Jefes de hogar empleados sin contrato (%)	48.9	17.6
Ingreso corriente monetario trimestral (\$/hogar)	19,936.3	64,286.8
Hogares en población rural (%) ^{1/}	39.1	9.1
Hogares en el Distrito Federal (%)	7.8	16.9
Hogares en el Sur-sureste (%)	24.0	16.3
Total de hogares	22,472,281	4,069,046

^{1/} Corresponde a las poblaciones con menos de 15,000 habitantes.

Fuente: ENIGH 2006

Los hogares también difieren en términos del destino de sus recursos, lo que obliga a los intermediarios a desarrollar productos y servicios acordes con las necesidades particulares de los diferentes segmentos de la población.

Diferencias entre hogares con acceso y sin acceso a servicios financieros

	Sin acceso	Con acceso
Gasto en alimentos (% del gasto total)	29.0	20.1
Gasto en recreación (% del gasto total)	2.4	5.8
Hogares sin auto (%)	78.2	35.0
Hogares con casa propia (%)	69.4	72.6
Hogares con internet (%)	4.3	30.5
Hogares con televisión de paga (%)	15.3	54.4
Hogares con celular (%)	42.3	85.7
Hogares con línea telefónica (%)	45.4	83.4
Gasto corriente a crédito o fiado (%) 1/	1.7	6.4

1/ Corresponde a gastos realizados con tarjeta de crédito bancaria para los hogares que la tienen y a lo reportado como fiado para los que no tienen.

Fuente: ENIGH 2006

Uno de los factores que pueden explicar la baja penetración de servicios financieros en México es la falta de una cultura financiera.

La Secretaría asume que uno de los principales retos del Sistema Financiero es dar acceso a toda la población; por ello, está realizando un diagnóstico integral sobre la penetración y conocimiento de los servicios financieros en México.

PBM

1. Estudio Cualitativo: **FOCUS GROUPS**

Objetivo: Conocer la percepción de la población acerca de las instituciones, servicios y educación financiera en México.

2. Estudio Cuantitativo: **Encuesta nacional sobre la penetración y conocimiento de servicios financieros**

Principales Objetivos:

- i. Cuantificar la penetración de los productos y servicios que ofrecen las Instituciones Financieras.
- ii. Conocer el nivel de conocimiento y entendimiento que tiene la población sobre los productos y servicios financieros disponibles en el mercado.
- iii. Conocer las necesidades de información de la población en esta materia.

Diapositiva 7

PBM1

Priscila Blasco Magaldi, 06/10/2007

Los resultados de los Focus Groups nos hacen notar que la población de los NSE más bajos tiene conocimiento de los principales conceptos financieros.

FOCUS GROUPS

- En los Focus Groups participaron hombres y mujeres de entre 19 y 44 años y de los niveles socioeconómicos D y D+; Bancarizados y No bancarizados; residentes de las zonas urbana y rural de las 3 ciudades más grandes del país, respectivamente.
- Los resultados de los Grupos marcan una diferencia importante entre la población que ya cuenta con servicios financieros y aquella que aún no lo hace. Las diferencias más relevantes consisten en:
 - La población No bancarizada asume que las instituciones financieras están en su contra; percibe al crédito como un tema de endeudamiento familiar; teme perder su dinero (al utilizar un banco).
 - La población Bancarizada entiende que la magnitud de sus deudas depende de cómo se administren; conoce los beneficios de utilizar servicios financieros (seguridad, acceso a financiamiento, entre otros).
- Otro resultado importante es que la población de este estrato socioeconómico conoce los principales conceptos financieros (tasa de interés, comisiones, plazos)¹: *conocen, mas no entienden*.

1/ Esto mismo se observa en los resultados del Estudio Cuantitativo.

La población con poca cultura financiera está inmersa en un círculo vicioso de desinformación y desconocimiento que refuerza las generalizaciones sobre el Sistema Financiero.

Desinformación- desconocimiento

Te explican lo bonito de la tarjeta, pero no te dicen realmente o no preguntas si no pago cuánto interés me genera. Mujeres, 19-26 años, Bancarizadas, rural, Toluca. (Lo malo de los servicios financieros)

Voy a meter un préstamo de esos y lo voy a pagar, a lo mejor me muero y no termino de pagar y la deuda se la dejo a los hijos. Hombres, 26-44 años, No Bancarizados, urbana, D.F. (Percepción de servicios financieros)

Dinero, deudas, colas. Mujeres, 19-26 años, Bancarizadas, rural, Toluca. (Percepción de los bancos)

No trabajas intereses en la tanda y si lo necesitas en el momento vas a poderlo utilizar ... y a la vez es un poco más seguro. Hombres, 26-44 años, No bancarizados, urbana, D.F. (Actividades relacionadas con el manejo de dinero)

Círculo vicioso de
desinformación y
desconocimiento

Es la desconfianza que tenemos entre los bancos porque a la larga perdemos, lo poquito que tenemos.. Hombres, 26-44 años, No bancarizados, urbana, D.F. (Uso de la Banca)

Conocimiento, mucha gente no sabemos lo que es un banco, cómo se manejan los préstamos, los plazos. Mujeres, 19-26 años, Bancarizadas, rural, Toluca. (Percepción de Cultura Financiera)

Así como que pierde la bolsa yo también pierdo, cosas así, y sin embargo el banco sigue ganando.. Hombres, 26-44 años, No bancarizados, urbana, D.F. (Percepción de los bancos)

Los resultados de la Encuesta nacional sobre la penetración y conocimiento de servicios financieros reafirman que la población No Bancarizada se concentra en los niveles socioeconómicos más bajos, con menores niveles de educación y en las zonas rurales del país.

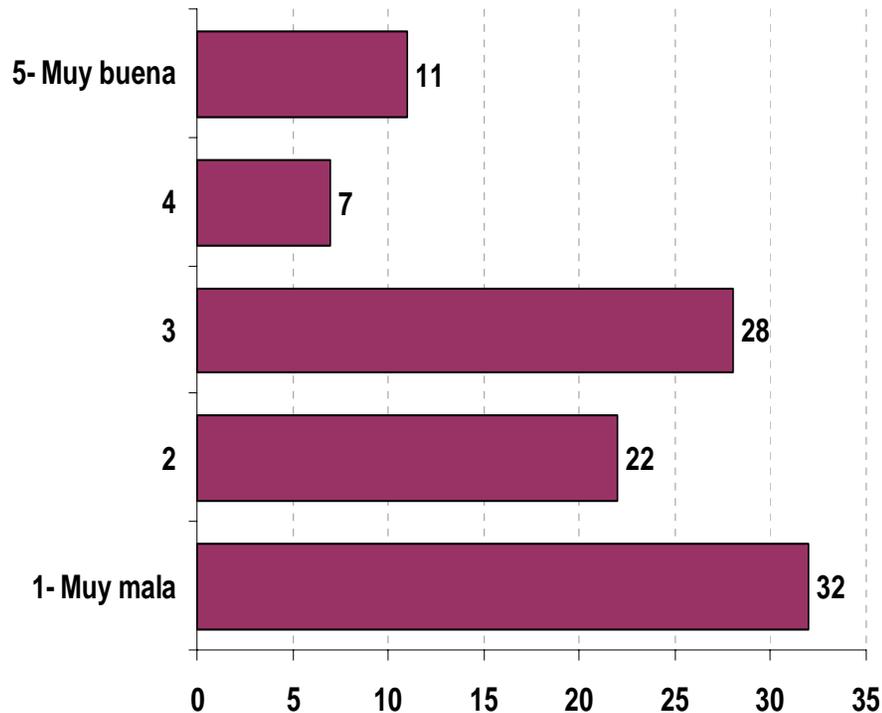
		Total (100%)	Usuarios Actuales (45%)	Exusuarios (8%)	No Usuarios (47%)
NSE	A/B /C+	20.5	30.2	22.1	10.7
	C	16.8	20.0	18.3	13.5
	D+	31.6	32.0	33.6	30.9
	D	17.8	12.1	10.7	24.5
	E	13.4	5.7	15.3	20.5
Nivel de Estudios	No estudió	4.7	1.6	3.2	7.9
	Primaria	26.6	16.7	24.0	36.6
	Secundaria	23.5	19.6	31.2	25.9
	Preparatoria	26.5	34.6	21.6	19.6
	Licenciatura +	18.7	27.6	20.0	10.0
Estrato	Urbano	76.0	88.0	78.0	65.0
	Rural	24.0	12.0	22.0	35.0

La desinformación financiera se acentúa en los niveles socioeconómicos más bajos de la población, coincidente con la poca penetración de servicios en este segmento.

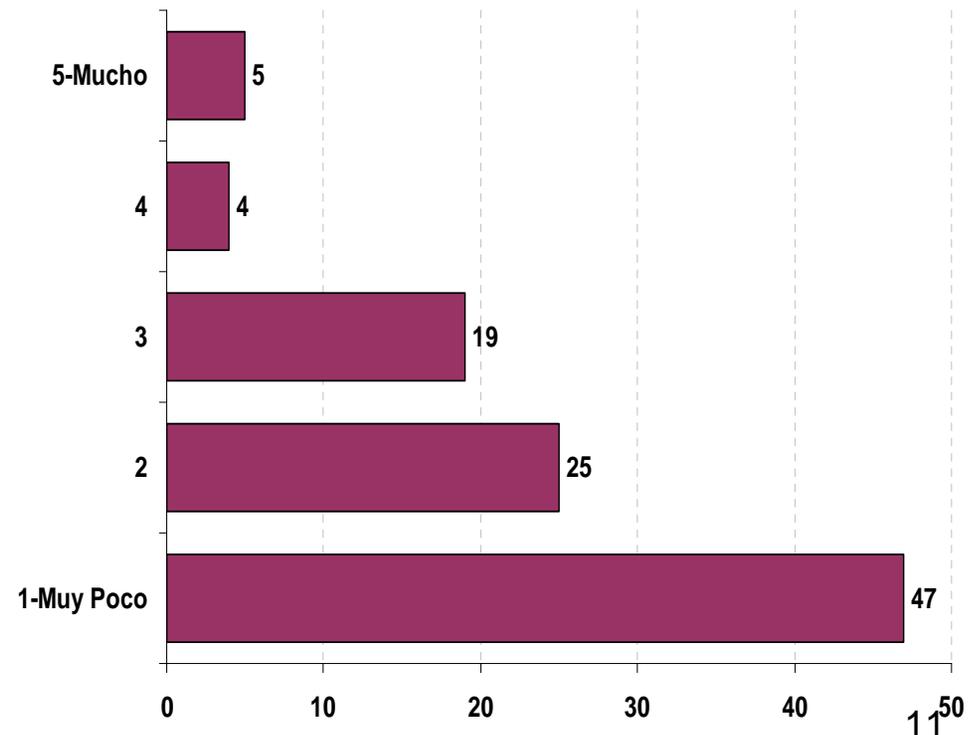
En una escala del 1 al 5 ¿cómo califica la claridad y suficiencia de la información que está a su alcance, sobre los productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras?

En una escala del 1 al 5, ¿qué tanto conoce y entiende sobre productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras?

Porcentaje de Encuestados:
Población No Bancarizada



Porcentaje de Encuestados:
Población No Bancarizada



A través de los resultados de la ENIGH y de la encuesta nacional sobre la penetración y conocimiento de servicios financieros es posible caracterizar a la población objetivo de bancarizar.

- Caracterización de la población objetivo de bancarizar:
 - Hombres y Mujeres
 - 19 a 44 años: *Edad productiva de la población*
 - NSE menor a C: *75% de la población No Bancarizada corresponde a un nivel socioeconómico inferior a D+; y 90% inferior a C.*
 - Nivel escolar de secundaria y menor: *3 de cada 4 personas No Bancarizadas estudió hasta el nivel de secundaria o menor; sólo el 1.6% de las personas Bancarizadas no tiene estudios.*
 - Zona rural: *Sólo el 12% de la población Bancarizada habita en un área rural del país.*

El acceso a los servicios financieros constituye un elemento de democratización económica que contribuye a la igualdad de oportunidades.

- Además de canalizar recursos a sectores y proyectos productivos, los mercados financieros permiten que los individuos:
 - Accedan a un sistema de pagos acorde a sus necesidades.
 - Transfieran recursos a través del tiempo:
 - Del presente al futuro: *Por ejemplo, el ahorro para el retiro.*
 - Del futuro al presente: *Por ejemplo, los créditos educativos o a MiPymes que igualan las oportunidades de los individuos.*
 - De situaciones favorables a situaciones adversas: *Por ejemplo, los seguros contra daños que permiten transferir recursos hacia contingencias negativa.*
- Un mayor desarrollo del sistema financiero significa mayor flexibilidad para los individuos.
- La educación financiera es la herramienta más importante que tenemos para que los individuos hagan uso o aprovechen mejor los servicios financieros, lo que se traducirá en una mejora de sus circunstancias de vida.

A nivel internacional, la cultura financiera es reconocida como un factor para el desarrollo humano de la población y del sistema financiero ...



Reino Unido:

National Strategy for Financial Capability

Visión: "We share a vision of better informed, educated and more confident citizens, able to take greater responsibility for their financial affairs and play a more active role in the market for financial services."

- El NSFC reúne a los diferentes actores de la industria de servicios financieros, del gobierno, de asociaciones de consumo, de organizaciones voluntarias y de los medios, interesados en encontrar mecanismos para mejorar el conocimiento y entendimiento de los individuos sobre sus finanzas personales.
- La estrategia consiste en hacer llegar educación, información y asesoría a toda la población del Reino Unido a través del apoyo a:
 - Escuelas
 - Lugares de trabajo
 - Universidades
 - Nuevos padres de familia
 - Trabajadores sociales
 - Agencias consultoras/Internet
- La NSFC creó un fondo –*Financial Capability Innovation Fund*- para financiar proyectos que promuevan la educación financiera.

... y que debe tener estrategias que cubran todos los servicios financieros y ser incluyentes de toda la población.



Estados Unidos:

U.S. Financial Literacy and Education Commission

- A través del “*Fair and Accurate Credit Transaction Act*” se creó una Comisión especializada (*Financial Literacy and Education Commission*) cuyo propósito es mejorar el conocimiento y entendimiento de los estadounidenses en materia financiera.
- La Comisión, que concentra a 19 agencias federales (FED, FDIC, Federal Trade Commission, etc) es responsable de coordinar los esfuerzos que el Gobierno destine a temas de educación financiera; brindar apoyo a los programas de cultura financiera impartidos por el sector privado; y promover la sincronización de esfuerzos entre el sector público y privado.
- La estrategia abarca 13 temas: ahorro, vivienda, retiro, crédito, protección al consumidor y al inversionista, derechos de los consumidores, población multicultural, entre otros.
- El Gobierno Federal ha instaurado una página de Internet y un centro de atención telefónica (Mymoney) que agrupa toda la información relevante en términos de educación financiera (cursos, becas, información, etc).



La literatura económica sugiere que la educación financiera tiene efectos positivos sobre la penetración de servicios financieros.

- Los individuos que en 1997 recibieron asesoría crediticia por parte del National Foundation for Credit Counseling, para el año 2000 tuvieron mayores mejorías en su historial crediticio que aquellos que no recibieron dicha asesoría. *Staten, Elliehausen y Lundquist (2002)*
- Las tasas de ahorro, tanto corriente como para el retiro, son mayores en aquellos individuos que trabajan en empresas que imparten programas educativos sobre el retiro. *Bernheim y Garrett (2003)*
- Los individuos que asisten a escuelas que como parte de su currícula imparten cursos de educación financiera, reportan tasas de ahorro y acumulación de activos significativamente superiores a aquellos alistados a escuelas que no cuentan con dichos cursos. *Berjheim, Garrett y Maki (2001)*
- El incremento en el ahorro mensual de los individuos está estrechamente relacionado con el número de horas que dichos individuos destinan a programas educativos en materia financiera. *Schreiner y Sherraden*

Para facilitar el acceso, primero se tiene que lograr que exista información clara, transparente y sencilla para los usuarios de productos financieros.

Acciones para facilitar la oferta de productos financieros: [Ley de Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros](#)

Principales medidas orientadas a dar información:

- La banca deberá ofrecer el “producto bancario básico”, el cual está exento de comisiones por apertura, retiros y consultas.
- Todos los otorgantes de crédito tendrán la obligación de reportar el CAT de sus productos, lo que permitirá que los individuos conozcan su costo real y con ello, comparen y elijan el producto más barato.
- Los contratos de adhesión deberán tener una carátula donde se incluya un resumen de los términos, condiciones y costos de los servicios financieros.
- Los estados de cuenta deberán informar al usuario los costos relacionados con el producto o servicio financiero.

Por el lado de la demanda, se debe promover una mayor cultura financiera para que los usuarios puedan entender la información disponible.

Acciones para impulsar la demanda por productos financieros: Cultura Financiera

Es necesario poner en marcha una **estrategia** de cultura financiera basada en:

1. Una campaña informativa de largo plazo con presencia en los medios, que abarque temas de Crédito, Ahorro, Seguros y Retiros; esta campaña podría servir como base para fortalecer la imagen de la CONDUSEF como órgano de asesoría y protección.
2. Mecanismos de cooperación y coordinación continua entre las distintas entidades gubernamentales para implementar programas de educación financiera en todos los segmentos de la población. Por ejemplo, la Secretaría de Educación Pública (escuelas), Secretaría del Trabajo (lugares de trabajo), Secretaría de Economía (zonas rurales), entre otras.
3. El trabajo conjunto del sector público y privado para que los individuos de todos los sectores amplíen su conocimiento y entendimiento sobre sus finanzas personales: asociaciones de consumo, asociaciones de servicios, etc.