



INCLUSIÓN FINANCIERA
EN LATINOAMÉRICA
2019

ÍNDICE

- 02** **Acerca de:**
ANDE, MetLife Foundation y Laboratorios de Aprendizaje
- 03** **Panorama de la Inclusión Financiera**
en México
- 04** **Panorama de la Inclusión Financiera**
en Brasil
- 05** **Infraestructura necesaria para el acceso a servicios financieros**
 - En la voz de los expertos
 - Casos de estudio
- 09** **Educación Financiera**
 - En la voz de los expertos
 - Casos de estudio
- 12** **Diseño de productos y servicios centrados en el usuario**
 - En la voz de los expertos
 - Casos de estudio
- 16** **Mapa de actores de Inclusión Financiera**
- 17** **Agradecimientos**

Acerca de ANDE

La Red Aspen de Emprendedores para el Desarrollo (ANDE, por sus siglas en inglés) es una red global de organizaciones que impulsan el emprendimiento en mercados emergentes.



Los miembros de ANDE proveen servicios fundamentales de soporte financiero, educativo y desarrollo de negocio a Pequeñas Empresas en Crecimiento (PECs) basados en la convicción de que éstas generan empleos, estimulan el crecimiento económico a largo plazo y producen beneficios sociales y ambientales. Ultimadamente, ANDE cree que las PECs pueden ayudar a los países a superar la pobreza.

Creado en 2009 con 34 miembros, hoy ANDE está compuesto por más de 290 miembros que operan colectivamente en más de 150 países.

Acerca de MetLife Foundation

En MetLife Foundation, creemos que la salud financiera corresponde a todos. Reunimos soluciones audaces, una profunda experiencia financiera y significativos donativos para



desarrollar la salud financiera en personas y comunidades marginadas que aspiran a más. Apoyamos organizaciones sociales de todo el mundo a fin de crear soluciones de salud financiera y desarrollar comunidades más fuertes. A la vez, motivamos a los colaboradores de MetLife para ayudar a generar un impacto positivo, a través del voluntariado corporativo. Al día de hoy, nuestro trabajo en salud financiera ha ayudado a 9.9 millones de personas de bajos ingresos en 42 países.

Para obtener más información sobre MetLife Foundation, visita www.metlife.org.

Acerca del Laboratorio de Aprendizaje sobre Inclusión Financiera

Los Laboratorios de Aprendizaje de ANDE son espacios neutrales de encuentro para que los participantes compartan sus mejores prácticas y nuevas investigaciones, discutan tendencias y aprendan unos de otros. Los Laboratorios también ofrecen un lugar propicio para la investigación o acción conjuntas sobre los temas que nos ocupan.



En alianza con MetLife Foundation, los Capítulos de ANDE Centroamérica y México y Brasil crearon un grupo de organizaciones en el sector de inclusión financiera que se reunió durante 2018 con el objetivo comprender el escenario de inclusión financiera en México y Brasil, compartir conocimiento y experiencias entre las organizaciones y facilitar proyectos colaborativos que apoyen a las Pequeñas Empresas en Crecimiento que contribuyen en este sector.

Este reporte recoge los datos más relevantes en ambos países que se dieron a conocer en el marco del Laboratorio de Aprendizaje, así como las voces de los expertos y una serie de casos de estudio de diversas organizaciones en Latinoamérica enfocados en tres temáticas: Infraestructura necesaria para el acceso a servicios financieros, Educación Financiera y Diseño de productos y servicios centrados en el usuario.

Panorama de la Inclusión Financiera en México

Los datos aquí presentados fueron tomados de las presentaciones que se realizaron durante el Laboratorio de Aprendizaje y que incluyen algunas de las fuentes mencionadas.⁷

Las familias en México tienen en promedio **7.3 fuentes de ingreso** en el transcurso de un año

Los instrumentos financieros más utilizados por familias de bajos recursos para el ahorro son:



En 2012, entre 20 y 35 millones de personas no tenían acceso a infraestructura financiera.

Los instrumentos financieros más utilizados por familias de bajos recursos para el ahorro son:



Hay aproximadamente **40 mil corresponsales en el país**, es decir, 2.8 por cada 10 mil adultos. A nivel global la mediana es de 7 corresponsales por cada 10 mil adultos.



Principalmente en localidades de difícil acceso y baja densidad. **Esta situación los hace comercialmente poco viables con la tecnología actual.**



La Educación Financiera explica sólo el 0.1 % de la variación en comportamientos financieros.

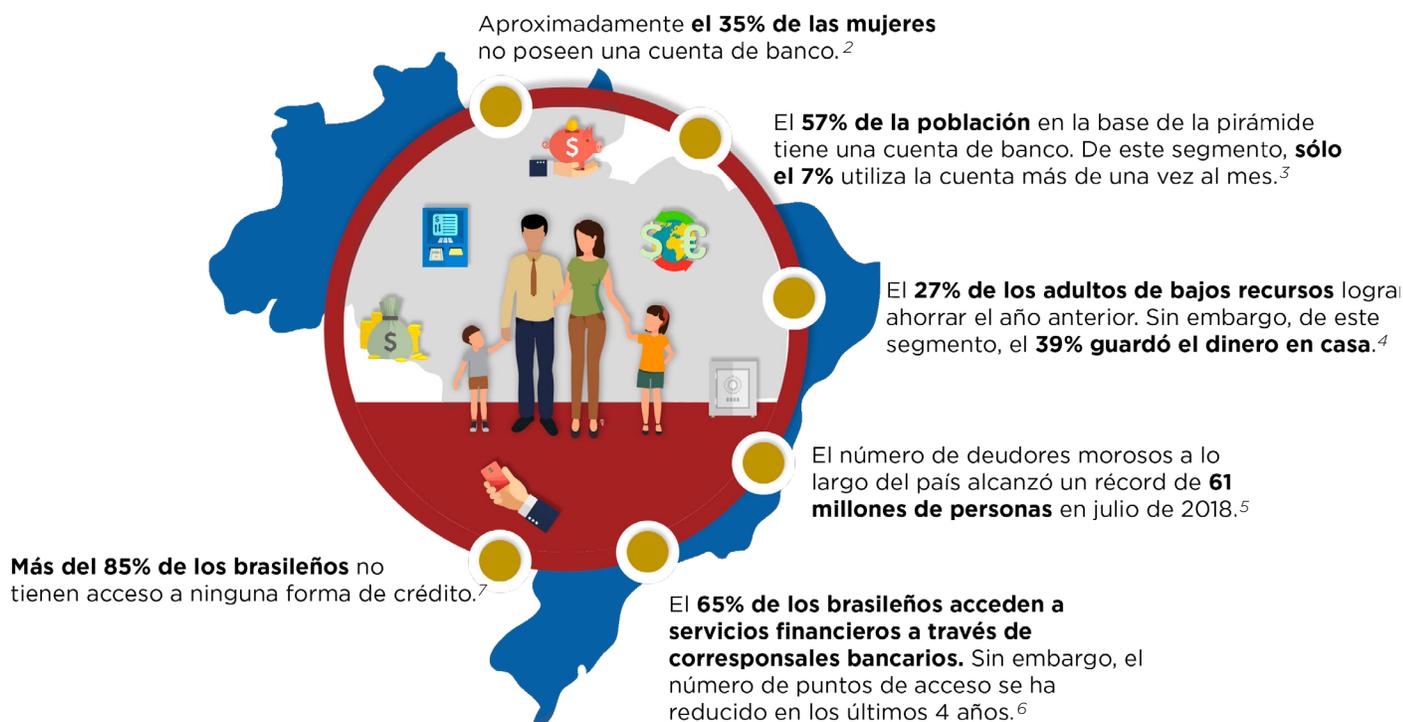
¿Qué funciona en Educación Financiera?

- 1) Educar en el momento propicio (*teachable moments*)
- 2) Empujones (*nudges*), recordatorios y opciones predeterminadas
- 3) Personalización
- 4) Hacerlo divertido y social

Para resolver el problema de inclusión financiera es necesaria una estrategia que sea:

- 1) Segmentada
- 2) Georreferenciada
- 3) Estratificada

Panorama de la Inclusión Financiera en Brasil



1. BFA, serie de Diarios Financieros mexicanos, 2016.

Reporte Inclusión Financiera (marzo 2012), CNBV

Fondo Monetario Internacional, Financial Access Survey, 2015

2. World Bank (2017). The Global Findex Database. Disponible en: <https://globalfindex.worldbank.org/>

3. GVCemif, JP Morgan, Plano CDE (2017). Segmentação em Inclusão Financeira no Brasil. São Paulo, FGV cemif, p.11.

Disponible en: https://cemif.fgv.br/sites/cemif.fgv.br/files/planocde_fgv_jpmcf_segmentacaofinanceira.pdf

4. GVCemif, JP Morgan, Plano CDE (2017). Segmentação em Inclusão Financeira no Brasil. São Paulo, FGV cemif, p.11.

Disponible en: https://cemif.fgv.br/sites/cemif.fgv.br/files/planocde_fgv_jpmcf_segmentacaofinanceira.pdf

5. Serasa Experian (2018). Inadimplência do consumidor atinge 61,6 milhões, revela Serasa. [Blog] Blog Serasa Experian.

Disponible en: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/inadimplencia-do-consumidor-atinge-616-milhoes-revela-serasa>

6. Artemisia (2018). Tese de impacto social em serviços financeiros. Disponible en <https://artemisia.org.br/servicosfinanceiros/>

7. Artemisia (2018). Tese de impacto social em serviços financeiros. Disponible en <https://artemisia.org.br/servicosfinanceiros/>

Infraestructura necesaria para el acceso a servicios financieros

En la voz de los expertos

*Irina Alberro, especialista en temas de Inclusión
Financiera e Instrumentos Financieros de Innovación Social*

En la visión de Irina Alberro de la consultora Henderson Alberro, el 2010 estuvo marcado por la tendencia internacional de generar propuestas alternativas a la banca tradicional. El marco legal mexicano respondió permitiendo la creación de corresponsables bancarios. Su propósito fue diseñar más puntos de acceso a servicios financieros con un modelo de menor costo en su operación, comparado con las sucursales bancarias. Como resultado de esta medida, los corresponsales bancarios crecieron siete veces su número desde finales del 2010; hoy en día existen más de 40 mil en todo el país. Adicionalmente, en 2017, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) creó una base de datos con la ubicación de sucursales y corresponsales en México. Esta base fue georreferenciada y arrojó datos relevantes. Por ejemplo, el 87% de adultos viven a 4 kilómetros o menos, de algún punto de acceso a servicios financieros. Todos estos datos nos dan una idea clara de lo que se ha avanzado la infraestructura necesaria para la inclusión financiera y lo que nos falta por conseguir.

Gilberto Ribeiro, Socio, Vox Capital

A pesar de los retos, en Brasil se observan tendencias que sugieren que hay terreno fértil para nuevas soluciones de inclusión financiera. Gracias a la mejora en infraestructura de telecomunicaciones, el 80.1% de los hogares en zonas urbanas de Brasil ya cuentan con acceso a internet, lo que genera oportunidades para nuevos canales de interacción con grupos de clientes que previamente eran de difícil acceso.

Más allá de la tecnología, el panorama regulatorio en el país está experimentando cambios que ayudan a reducir la concentración del sector bancario y permiten el surgimiento de más startups en el mercado. Existen esfuerzos para simplificar las estructuras legales para las instituciones financieras a través del establecimiento de sociedades de crédito directo (SCD, por sus siglas en portugués), préstamos entre pares (SEP) y sociedades de crédito simple (ESC), lo que facilita la introducción de nuevas compañías al mercado. Tanto la Iniciativa de Banca Abierta (Open Banking Initiative), que transfiere la posesión de datos al usuario, y permite a diferentes instituciones acceder a dichos datos con el consentimiento del usuario, como la creación de un registro de historial crédito positivo, proveen mayor transparencia acerca del comportamiento de un sector de la población que solía ser casi invisible para los bancos.



Caso de estudio

ViviendAPP: Empoderando a las familias de sectores vulnerables para resolver sus necesidades de vivienda.

Alejandro Máximo, Gerente de Operaciones, Centro de Innovación a la Vivienda (CIV)

La Fundación lleva ya dos años desarrollando ViviendAPP, una aplicación en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo, desde un proyecto de ciudades resilientes y la vivienda como parte importante de esas urbes.

Considerando que la población en la base de la pirámide no tiene acceso a los mecanismos tradicionales para adquirir una vivienda, CIV desarrolló modelos financieros diseñados especialmente para ese sector. La aplicación que diseñaron está enfocada mayormente al mejoramiento de vivienda y acerca al usuario a instituciones que ofrezcan financiamientos con sentido social. Su propuesta responde a las necesidades de fondeo de la entidad financiera y a la familia que busca bajas tasas de interés. Los usuarios



pueden cotizar el costo de materiales para mejorar su vivienda con diversos proveedores y —si no tienen liquidez— la misma plataforma los orienta sobre los productos a los que pueden acceder para financiar el proyecto.

Cabe la posibilidad de que la aplicación se use para vivienda productiva, financiando la separación entre los espacios de vivienda y negocio. El proyecto propone que las familias vean en la aplicación una forma de solucionar las mejoras de su vivienda y de acceso a crédito; en el fondo, se trata de empoderar a este segmento en la toma de decisiones sobre sus viviendas.

Alejandro Máximo explica: El proyecto se va a pilotear en ocho municipios del Estado de México. La aplicación está disponible desde inicios del 2019, y esperamos que en los próximos dos años 15,600 usuarios descarguen la app y llegar a 3,800 créditos otorgados.

Caso de estudio

La billetera móvil que hizo de la inclusión financiera una realidad: el caso Perú

Iván Aguado, Senior Consultant, Nimmök

Nimmök es una consultora internacional especializada en desarrollar proyectos de inclusión financiera a través de herramientas digitales para la población no bancarizada. La consultora asesoró un proyecto para la Asociación de Bancos de Perú que salió al mercado en 2015. Se trata de una plataforma de inclusión financiera a nivel nacional montada por los principales bancos de ese país, a través del Centro de Estudios Financieros de Perú. Se creó la empresa Pagos de Perú que contrató una plataforma electrónica para ofrecer billeteras móviles. Esta opción permite al usuario registrarse y abrir su cuenta con los datos de su identificación. Entonces se le puede depositar desde sucursales bancarias, corresponsales bancarios y tiendas de barrio; también puede hacer retiros en esos canales e incluso, en cajeros automáticos.



La billetera (diseñada para la población de zonas marginadas y que sufre exclusión financiera) permite hacer transferencias, recargas de celular y pagos de servicios; prácticamente acerca los servicios de un banco tradicional a las personas no bancarizadas con mucha facilidad y comisiones mínimas.

“Ahora ya hay más de 35 bancos conectados a la plataforma y se pueden hacer operaciones de cuentas de un banco a otro, sin costo adicional. Además,



el servicio funciona en celulares básicos... la plataforma tiene más de 400 mil usuarios”.

Nimmök se ha propuesto llegar a tener dos millones de usuarios para el 2021 en Perú y seguirán desarrollando proyectos similares en Colombia, Panamá y México. Uno de sus mayores desafíos es implementar correctamente la tecnología para acomodarlas al contexto de cada lugar.

Caso de estudio

Utilizando la tecnología para expandir el microcrédito en áreas rurales.

Clecio Lima, CEO, Avante

Avante es una compañía de tecnología financiera enfocada en microempresarios - gente como Esiel, un vendedor de plátanos en el estado de Maranhão - que difícilmente encuentran oportunidades de trabajo fuera de los centros urbanos, y necesitan apoyo para operar sus negocios y mantener a sus familias. Es ahí donde entra Avante, ofreciendo crédito en un periodo de dos días, así como otras soluciones financieras que empoderan a microempresarios. Actualmente Avante está en crecimiento y opera en más de 200 ciudades al interior de Brasil, principalmente lugares donde las instituciones financieras tradicionales no ofrecen suficiente cobertura. Avante cuenta con equipos comerciales formados por habitantes de las mismas comunidades, y ya ha aprobado más de 500,000 solicitudes de préstamo que suman un total aproximado de 500 millones de Reales brasileños. La compañía enfrenta el reto continuo de escalar sus operaciones crediticias mientras mantiene los costos bajos, para incrementar su impacto social sin perder viabilidad financiera.



Avante ha aprendido mucho durante sus siete años de operaciones. Contrario a lo que se predecía, los microempresarios han demostrado ser buenos deudores, necesitando sólo una oportunidad práctica, rápida y justa para crecer sus negocios. La compañía trata a sus trabajadores con la misma atención que a sus clientes, invierte en crear un ambiente de trabajo ameno, y ofrece masajes y sesiones de meditación para los empleados. Un trabajador contento es el secreto para obtener resultados eficientes.

Educación Financiera

En la voz de los expertos

*Juan Navarrete, VP Business and Partnership Development,
Fundación Capital*

Desde la perspectiva de Fundación Capital, la educación financiera ha tenido un impacto realmente muy modesto. A lo largo de décadas se ha invertido mucho en programas que han tenido resultados limitados. Esto ha invitado a las organizaciones a repensar los programas desde una óptica distinta: la creación de capacidades.

Hay tres elementos fundamentales. Es necesario que cualquier esfuerzo para crear capacidades tenga muy claro cuál es el objetivo: qué comportamiento se quiere cambiar o qué práctica financiera se desea detonar. Asimismo, los programas deben acoplarse a las condiciones del entorno, entender la infraestructura, la geografía, la experiencia del usuario, entre otros y ser consecuentes con ese entorno. Lo anterior, porque la creación de capacidades es una condición necesaria para la inclusión y salud financiera pero no es una condición suficiente. Finalmente, comprender que la creación de capacidades es algo que puede formar parte de las actividades de diversos actores. Los proveedores de servicios financieros privados también lo pueden integrar en su modelo de negocios y beneficiarse del acercamiento con su propia demanda.



*Lauro Gonzalez, Profesor de la Escuela de Negocios de la Fundación
Getulio Vargas (FGV), Coordinador del Centro de Estudios en
Microfinanzas e Inclusión financiera de la FGV*

Casi dos tercios de la población en Brasil desconocen conceptos financieros básicos. A pesar de esto, ha habido avances significativos en años recientes. Sobre todo, el acceso a educación formal ha mejorado sustancialmente, lo cual tiene efectos colaterales positivos, debido a que es mucho más sencillo discutir educación financiera con personas que tienen la capacidad de leer y realizar cálculos matemáticos básicos. Adicionalmente, investigaciones recientes señalan que en Brasil, en 2018, existieron 1,393 iniciativas para la educación financiera. Entre ellas, destaca la Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF), la cual promueve la educación financiera en escuelas secundarias.

Es importante reconocer que los esfuerzos de educación financiera no deben limitarse a iniciativas dirigidas a los usuarios de servicios financieros, sino considerar otros actores. Bancos, compañías de tecnología financiera y otras deben ser más precisas y claras al explicar las características de los productos y servicios que proveen. También deben desarrollar una comunicación apropiada con segmentos de mayor edad, que suelen tener un perfil más conservador y están menos familiarizados con las redes sociales y las nuevas tecnologías. Sobre todo, la educación financiera debe estar combinada con principios éticos guiados por el objetivo de la inclusión social y la promoción del desarrollo.



Caso de estudio

NEO: invirtiendo en la educación financiera de jóvenes estudiantes en Nuevo León.

Fabiola Armendariz, Educación Financiera, Citibanamex

NEO es una iniciativa que reúne a empresas, gobiernos y sociedad civil en América Latina y el Caribe para mejorar las oportunidades de empleo de un millón de jóvenes. Entre las alianzas que tienen, destaca



la celebrada con Citibanamex para crear un proyecto que tiene como objetivo rescatar a los jóvenes de la delincuencia en Nuevo León insertándolos al campo laboral. Esto, a través de una capacitación que se insertó en la currícula formal del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP) e impartida en 17 planteles. El material comprende información básica para incrementar la cultura financiera en jóvenes, incluyendo el contenido del índice de alfabetización financiera de la OCDE y en general, los prepara para tomar decisiones financieras más razonadas reconociéndose a sí mismos como el mejor recurso que pueden tener. El material está diseñado para que los jóvenes vean claramente su utilidad e incluye el diseño de un plan de vida que impulse su empleabilidad.

Fabiola Armendariz comparte:

“Ya vamos en la tercera generación de CONALEP. El programa se ha implementado dentro de la materia de Formación Empresarial. Nosotros capacitamos a los docentes y ellos mismos exponen el contenido a los estudiantes.”

El histórico de beneficiarios de este programa en el 2015 fue de 4,550 estudiantes; en 2016, 4,406; en 2017, 5,226 y para 2018 esperan tener un alcance de 6 mil.

Caso de estudio

Una solución móvil para mejorar las decisiones financieras.

Rafael Vivolo, Socio-Director, Movva

Poupe+ es un programa automatizado (nudgebot) creado por la startup Movva para mejorar la educación financiera y reducir el endeudamiento a través de avisos o “empujones” semanales vía SMS con actividades sugeridas. Estos “empujones” promueven cambios en el comportamiento a través de una toma más consciente de decisiones. MGov ha desarrollado un sistema de miles de mensajes basados en contenido validado por instituciones financieras reconocidas y una metodología propia para estructurar la secuencia de los mensajes.

Movva está en su segundo año de servicio a Natura, una empresa grande de cosmética. En el primer año de su colaboración 10,750 distribuidores de Natura recibieron educación financiera a través del sistema de nudgebots, con los siguientes resultados:

- Reducción del 5% en riesgo de endeudamiento (hasta 10% en algunos grupos)
- El 95% de los distribuidores confirmaron que los mensajes fueron de apoyo en el aspecto financiero de sus vidas

El impacto fue medido utilizando un ensayo controlado y aleatorizado.

En este ciclo, el principal reto ha sido mantener las tasas de involucramiento de los usuarios, mismas que pueden caer hasta en un 70%. Los mayores aprendizajes de Movva han sido abordar temas sensibles, (como el repago de deudas y la salud financiera) con un tono amigable y casual, así como la importancia de mantener una frecuencia ideal de envío de mensajes para mantener a los distribuidores involucrados.



Diseño de productos y servicios centrados en el usuario

En la voz de los expertos

Maure Pessanha, Directora Ejecutiva, ARTEMISIA

La bancarización de la población no necesariamente lleva al uso de servicios financieros, y mucho menos a un uso positivo de los mismos, lo que resulta en un grupo de ciudadanos que no son adecuadamente atendidos por el sector financiero. Actualmente, el 80% de la población en la base de la pirámide en Brasil tiene acceso a tecnología móvil, sin embargo, hay una resistencia generalizada a realizar transacciones financieras en línea, principalmente debido a la desconfianza hacia los canales digitales. El reto se agudiza por la reducción en el número de bancos corresponsables, la falta de acceso a créditos y la poca propensión al ahorro.

Negocios de todos los tamaños deben buscar entender al ser humano detrás del usuario, asegurando que sus soluciones atienden retos reales y toman en cuenta preferencias y comportamientos relevantes. De acuerdo con nuestra experiencia acelerando negocios de impacto, las alternativas para cambiar el panorama actual incluyen la simplificación de información compleja a través de la tecnología, y la creación de soluciones que generen confianza, empoderen a los usuarios y promuevan decisiones informadas. Únicamente de este modo podemos garantizar una inclusión financiera, con un uso adecuado de los servicios, que sea capaz de transformar las vidas de millones de brasileños.



Caso de estudio

Guíabolso: una solución de administración de finanzas personales para la base de la pirámide en Brasil.

Juan Navarrete, VP Business and Partnership Development, Fundación Capital

Guíabolso —aplicación desarrollada por una empresa privada en Brasil— fue diseñada para clientes bancarios de clase media con el objetivo de darles información financiera y alternativas de crédito.

Por su parte, Fundación Capital tiene como misión institucional trabajar con población en situación de pobreza, no incluida en el sistema financiero formal. Así que, cuando tuvieron conocimiento del proyecto, propusieron adaptaciones dirigidas a ese segmento. La Fundación trabajó en el prototipo y lo piloteó para evaluar su funcionamiento, con lo que lograron incluir al sector más vulnerable. Como la aplicación forma parte del programa Bolsa Familia, ahora se han planteado el reto de escalarlo a un mayor número de personas de escasos



recursos para que adquieran salud financiera. Esperan que los clientes tengan un comportamiento más prudente en relación con el crédito y fomentar la toma de decisiones informadas.

La aplicación tiene herramientas como el comparador de crédito para evaluar las alternativas que mejor se acoplan a las necesidades del usuario, con información de mercado en tiempo real.

Actualmente, Guíabolso atiende a miles de usuarios en aquel país; además, la experiencia ha servido de aprendizaje para desarrollar propuestas en el mercado mexicano.



Juan Navarrete comenta: “Desde el punto de vista del usuario, una dificultad importante es la generación de confianza: una persona que no ha sido usuaria de servicios y productos bancarios no tiene confianza porque las instituciones no la han considerado nunca como cliente... Los segmentos con los que trabajamos necesitan empoderarse para ser protagonistas de su salida de una situación de pobreza”.

Caso de estudio

Impulsando a emprendedores sociales y ambientales a través de préstamos repagables con un porcentaje sobre ventas.

Rafael Alonso, Ex gerente VIWALA

En New Ventures se plantearon el reto de impulsar a pequeñas empresas con impacto social o ambiental que no tuvieran acceso a servicios financieros. Entonces, desarrollaron New Ventures Capital que otorga préstamos repagables con un porcentaje sobre ventas, que van de entre 500,000 a 3 millones de pesos por préstamo.

Rafael Alonso nos comparte: “Dentro de los logros que hemos obtenido con este proyecto, el primero es haber conseguido el apoyo de actores como ANDE... Un segundo logro fue el primer crédito que otorgamos en nuestro programa piloto; y el tercero, la consolidación de nuestro equipo interno”.

De esta forma, New Ventures impulsa a pequeñas empresas con préstamos que no obtendrían de alguna otra manera. El impacto del proyecto es medido en montos otorgados y número de empresas participantes.

Los emprendedores son previamente evaluados por los programas de aceleración de New Ventures, para comprobar que se encuentran en la fase de desarrollo apropiada que les permita enfrentar con éxito el compromiso financiero. Deben tener ventas por \$1,200,000 de pesos anuales, un equipo de trabajo consolidado y un modelo de negocio innovador y sostenible.

Para 2019 quieren beneficiar a veinte empresas con impacto social o ambiental, incluyendo proyectos relevantes para la vida de las mujeres.

Rafael Alonso comenta: “Las pequeñas empresas en crecimiento merecen este tipo de apoyos porque son el motor de la economía... Pensamos que ayudar a los emprendedores cuyos proyectos impactan social y ambientalmente debería ser la manera normal de hacer negocios”.



Caso de estudio

Servicios financieros diseñados específicamente para comunidades de baja renta.

Banco Maré es una empresa social que ofrece servicios financieros básicos a través de una aplicación de teléfono celular. Comenzó en el Complejo de Maré, una de las favelas más grandes de Río de Janeiro, y desde sus inicios ha empleado a personas de la localidad, para asegurarse que los servicios responden a las necesidades reales de la población objetivo.

Sabiendo que muchos de los habitantes del Complejo de Maré deben balancear diariamente la operación de sus negocios con las actividades domésticas y el cuidado de sus familias, la aplicación permite a los usuarios pagar cuentas, transferir dinero, hacer recargas de crédito para sus teléfonos celulares y hacer compras en los comercios locales. Esto elimina la necesidad de visitar sucursales bancarias en otras localidades, lo cual, además de consumir una cantidad importante de tiempo (viajes redondos de hasta cuatro horas), expone a las personas al riesgo de ser víctimas de robo al transportar grandes cantidades de efectivo.

La aplicación utiliza tecnología blockchain, para añadir seguridad en la transacción, y una criptomoneda llamada “Palafita”, nombre que fue elegido por los mismos habitantes del Complejo de Maré, para añadir facilidad puesto que los beneficiarios no tienen que intercambiar ningún tipo de ticket o nota, únicamente información virtual. Esto ha fortalecido su vínculo con el negocio. En sus primeros dos años, Banco Maré alcanzó un total de 23,000 cuentahabientes y ahora tiene planes para expandir sus servicios a otras ciudades en Brasil y América Latina.



8. Un libro de contabilidad compartido por los usuarios a través de una red peer to peer (red de ordenadores conectados entre sí para intercambiar información sin necesidad de un servidor fijo), que se actualiza constantemente y en el que todas las transacciones quedan grabadas. Fuente: PWC

9. Un medio de intercambio, como el dólar, que es digital y utiliza técnicas de encriptación para controlar la creación de unidades monetarias y verificar la transferencia de fondos. Fuente PWC

ACADEMIA

ESADE
ITAM Centro de Investigación Financiera
UIA
ITESM
UNAM

ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

Value 4 Women
Mercy Corps
Fedrural
CREA
Value 4 Women
Mercy Corps
Fedrural
Fundación Capital
UNIFIMEX
Pro Desarrollo
McKinsey
BID | Fomin
CGAP
bfa
MIDE

Henderson & Alberro
Monte de piedad
Swisscontact
Heiffer Mexico
Pro Mujer
FUNDES

ACELERADORAS

StartUp México
Village Capital
NIMMÖK
Agora Partnerships
Startup Bootcamp de Finnovista
New Ventures
I3 Latam (programa de New Ventures)
MassChallenge
Colaborativo
Vision F México
iLab
Endeavor
Unreasonable México

START UPS

Destácame
El buen socio
Kubo financiero
Afluenta
e-Pesos
Comunidad 4 Uno
Openpay
Conekta
Weex
Linio
Ezuzza
Yabit
Destácame
El buen socio
Kubo financiero

CORPORATIVOS

MasterCard WorldWide
Genera
Mercado Libre
OXXO
Telcel
Monte de piedad
MetLife

SECTOR DE INCLUSIÓN FINANCIERA EN MÉXICO

FINANCIAMIENTO

PSM
Accion
Adobe Capital
AILVP
Variv Capital
Kubo Financiero
Vision F México

BANCA PRIVADA

Asociación de Bancos de México
N-Frnds (Asia / África)
Caja Popular Mexicana
Cajas Alemanas (DGRV / FAS)
UNIFIMEX
Caja Zongolica
Banorte
Santander
Citibanamex
BBVA Bancomer
Bank of America Merrill Lynch

SECTOR PÚBLICO

PONAFIM
SHCP
CNEV
Condusef
Consejo Nacional de Inclusión Financiera CONAIF
Bansefi

AGRADECIMIENTOS

Este reporte es posible gracias al apoyo de MetLife Foundation. A través de una colaboración con la Fundación, ANDE pudo llevar a cabo 8 reuniones del Laboratorio de Aprendizaje sobre Inclusión Financiera en Ciudad de México y São Paulo bajo las temáticas que se exponen a lo largo del texto. Así mismo, realizamos dos eventos especiales de debate en los que logramos un intercambio de conocimiento entre ambos países, sumando a Canadá, para presentar las iniciativas ganadoras del ANDE Latam Catalyst Fund.

Agradecemos principalmente el apoyo de Nalleli García, Gerente de Responsabilidad Social y Fundación MetLife México, Thais Catucci, Líder de Comunicación Interna y Externa LatAm en MetLife Brasil y las personas que co-lideraron el Laboratorio de Aprendizaje con nosotros, Rafael Alonso de New Ventures en México, Camille Bermeguy (Fundacion Capital anteriormente) y Ruy Camargo de Impact HUB en Brasil; los expertos que contribuyeron aportando datos y contenido en las reuniones: Gabriela Zapata, Consultora; Irina Alberro, Henderson Alberro; Juan Navarrete, Fundación Capital; Vicente Fenoll, Kubo Financiero; Francisco Cordero, Laudex; Frederic de Mariz, UBS; Breno Barlach, Plano CDE; Alexandre Darzé, IFC; Lauro Gonzalez, FGV y Guilherme Prado, Konkero.

Agradecemos mucho a los participantes de las reuniones quienes permitieron un intercambio de conocimiento, retar las soluciones actuales y generar colaboraciones:

| | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| Adobe Capital | Instituto Quintessa |
| Aliança Empreendedora | International Finance Corporation |
| Análise Econômica Consultoria | Jeitto |
| Artemisia | Kaeté Investimentos |
| Asociación de Bancos de México | Konkero |
| Aspen Institute México | Mais Fácil |
| Associate Operations | Mass Challenge |
| AZ Quest | MasterCard Worldwide |
| B2US | Mei Fácil |
| Banco Maré | Mgov |
| Bank of America Merrill Lynch | Micromentor |
| Basílio Advogados | Nacional Monte de Piedad |
| BBVA Educación Financiera | NESsT |
| Blu 365 | New Ventures |
| Bo Consultoria | NIMMÖK |
| Bravia Capital | Paypal |
| Caixa Econômica Federal | PF Negócios |
| Caixa Seguridade | Plano CDE |
| Cartão Mais Fácil | Pro Mujer |
| Catholic Relief Services | Produtora Social Cultural A Banca |
| Centro de Innovación a la Vivienda | Progression Capital Africa |
| Citibanamex | Quod |
| Dalberg Global Development Advisors | Reforestamos México |
| Derraik & Menezes Advogados | Sitawi |
| Din-Din Kids | SPC Brasil |
| El Buen Socio | Synthase Ventures |
| Endeavor | Tigre |
| Enjoy Alimentação Orgânica, Ewally | UBS |
| Firgun | Unifimex |
| Fundação Arymax | University of São Paulo |
| Fundação Getúlio Vargas | Value for Women |
| Fundación Capita | Village Capital |
| Fundación Capital | Visa |
| FUNDES | Vox Capital |
| ICE | World Vision |
| Impact Hub | Yunus Social Business |

Desde ANDE, esperamos que este reporte sirva como inspiración para desarrollar más y mejores prácticas, herramientas y programas que sirvan para avanzar significativamente el estado de inclusión financiera en América Latina.

Reporte producido por



Patrocinador del Laboratorio de
Aprendizaje de Inclusión Financiera



2019