

Finanzas Digitales 2.0

Acelerando el potencial de crecimiento económico de América Latina



Una nueva ola de innovación digital dará acceso a 200 millones de personas en Latinoamérica a servicios financieros de bajo coste por primera vez

Resumen ejecutivo

Mejorar el acceso al sistema financiero para los 1.700 millones de personas de todo el mundo que se encuentran excluidos del sistema bancario general tendrá beneficios económicos y sociales relevantes.

Santander tiene como objetivo la inclusión financiera de 10 millones de personas de aquí a 2025.

Lo hará mejorando el acceso a los servicios básicos y apoyando al mismo tiempo a familias con rentas bajas y colectivos vulnerables, principalmente en Brasil, Argentina, México, Chile y Uruguay. También cuenta con programas para mejorar los conocimientos financieros y la toma de decisiones de las personas en Europa y América.

- La innovación en banca digital podría liberar como mínimo 49.000 millones de dólares en nuevos préstamos y otros servicios financieros para los 200 millones de personas que no tienen

acceso a los bancos en Latinoamérica.

- Santander cree que la tecnología desempeñará un papel relevante en el empoderamiento de este grupo de personas no bancarizadas y ha sido testigo del impacto positivo de numerosas iniciativas, como Superdigital, una plataforma móvil que ofrece servicios financieros a personas no bancarizadas.

- El crecimiento de la microfinanciación (pequeños préstamos que pueden generar importantes cambios) a través de plataformas digitales se traduce en una mayor prosperidad para los negocios comunitarios, así como para las personas que trabajan en ellos.

- Unida a la educación financiera, los individuos construirán su propia resiliencia financiera, garantizando su acceso a suficiente dinero y fuentes de crédito para mejorar su nivel de vida, tanto en el presente como en el futuro.

Una transformación digital

Mientras Latinoamérica lucha por despojarse de la crisis económica del pasado, se ha desarrollado un ecosistema fascinante repleto de nuevas ideas y tecnología innovadora para acoger a millones de personas que antes estaban excluidas del sistema financiero.

Santander tiene como objetivo la inclusión financiera de 10 millones de personas de aquí a 2025, mejorando el acceso a servicios básicos y apoyando al mismo tiempo a familias de rentas bajas y colectivos vulnerables, principalmente en Brasil, Argentina, México, Chile y Uruguay. También cuenta con programas para mejorar los conocimientos financieros y la toma de decisiones de las personas en Europa y América.

El nivel de vida está aumentando en todo el espectro socioeconómico. Ha surgido una nueva clase media con más aspiraciones que las generaciones anteriores y sus integrantes

están impacientes por lograr más avances. Por otro lado, en las favelas de las grandes aglomeraciones urbanas y en áreas rurales remotas, algunos “microemprendedores” han creado negocios pujantes que atienden a las necesidades específicas de sus comunidades locales y que están financiados por préstamos muy pequeños con un breve periodo de vencimiento, lo que se denomina microfinanciación.



Las Finanzas Digitales 2.0 podrían incrementar los préstamos bancarios en **\$49bn**

Fuente: EY

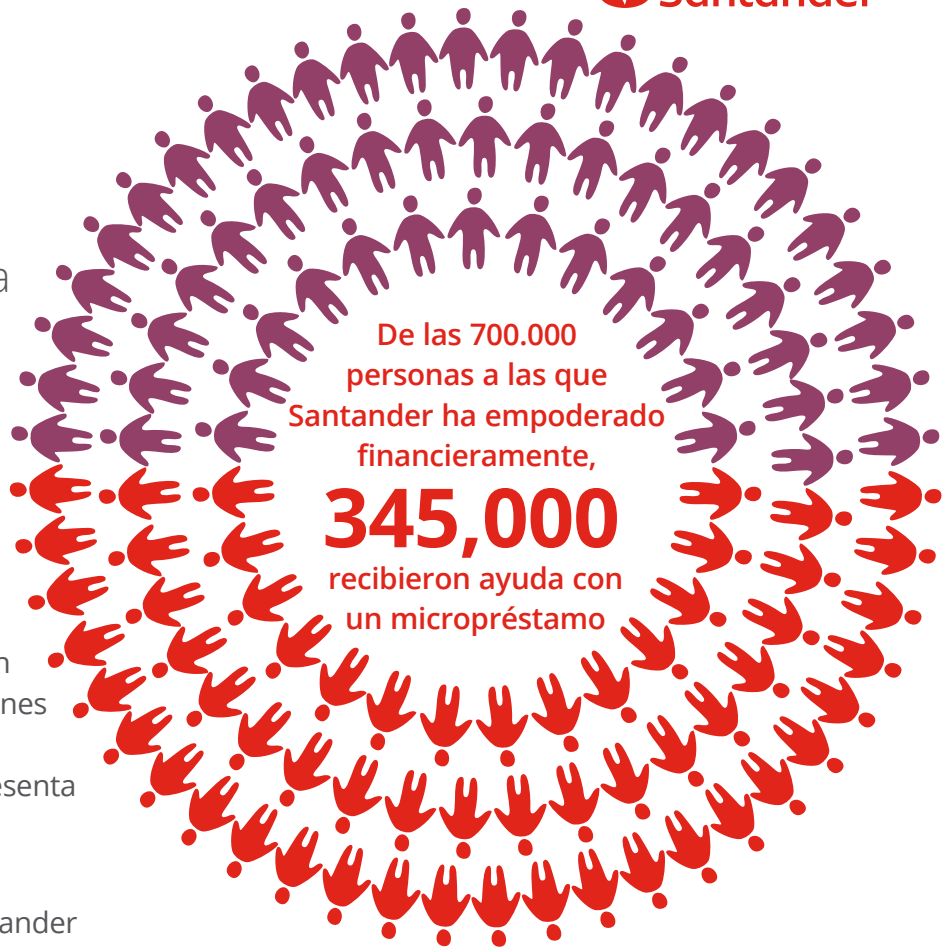
La microfinanciación se ha convertido en una de las formas más fiables y con más éxito para incorporar al sistema a quienes no tienen acceso a servicios bancarios.

Ahora es un sector en expansión con un valor global de casi 114.000 millones de dólares y ha conseguido un éxito notable en Latinoamérica, que representa casi la mitad del total de la cartera de crédito.

En el primer trimestre de 2019, Santander ha dado acceso a servicios financieros a 700.000 personas; casi la mitad de ellas se han beneficiado de préstamos de microfinanciación.

Aunque el éxito ha sido enorme hasta ahora, el futuro crecimiento usando medios tradicionales será más difícil de lograr, puesto que requiere niveles altísimos de contacto personal directo, lo que unido a la ausencia de revisiones de los antecedentes, algo esencial para su éxito, limita los riesgos que los bancos pueden permitirse.

El elevado nivel de mantenimiento de cuentas que se requiere aumenta la base de costes



de los bancos en un momento en que están sometidos a la presión de reguladores y políticos para desarrollar líneas de productos a un coste muy inferior.

Aquí es donde la tecnología jugará un papel decisivo. Casi 1.200 empresas de software financiero se pusieron en marcha en 2018, casi tantas como en los dos años anteriores, según un estudio de consultoría realizado por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y Finnovista, organización que promueve la innovación tecnológica en finanzas.

La innovación en tecnología financiera puede...



reducir los costes de operaciones y servicios, y fomentar la inclusión financiera y el desarrollo



aumentar la competitividad del sector financiero y mejorar la intermediación, lo cual es esencial para aumentar la actividad crediticia



apoyar el crecimiento y reducir la pobreza en la región

Fuente: Fondo Monetario Internacional

Alrededor de la cuarta parte de estas empresas se han centrado en los pagos digitales y en los servicios de transferencias.

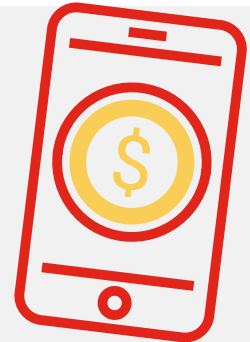
Se ha identificado como un mercado con gran potencial, ya que el año pasado algo más del 40% de los compradores online en Latinoamérica pagaron sus productos contra reembolso, mientras que aproximadamente uno de cada diez trabajadores sigue recibiendo su salario en efectivo.

“Estamos trabajando hacia un modelo más digital porque podemos llegar a más personas y ofrecerles mejores servicios, mediante un acceso más sencillo y menores costes operativos”, afirma Federico Gómez Sánchez, responsable de Sostenibilidad de Grupo Santander. “La gran pregunta para todos los bancos es cómo combinar la conversión digital con permanecer en contacto con los clientes porque, en el caso de la microfinanciación, la relación personal es vital”.

El cambio se está produciendo rápidamente: casi siete de cada diez bancos encuestados por The Economist Intelligence Unit creen que el efectivo representará menos del 5% de las operaciones de comercios minoristas en 2020. Una proporción similar cree que los clientes estarían dispuestos a prescindir del contacto humano si los servicios fueran baratos o gratuitos.

El abandono del efectivo

Los pagos digitales tendrán enormes beneficios en inclusión para Latinoamérica.



7% envía o recibe remesas nacionales en efectivo

8% recibe salarios gubernamentales o transferencias en efectivo

15% recibe salarios del sector privado en efectivo

Fuente: Economist Intelligence Unit

Además de estas presiones regulatorias y de la necesidad de los bancos de reducir sus costes, la revolución digital también está motivada por la oportunidad. Según el Banco Mundial, el 55% de los latinoamericanos tienen una cuenta bancaria, el 45% realizaron o recibieron pagos digitales el año pasado, el 21% pidieron préstamos o utilizaron una tarjeta de crédito y solo el 12% depositaron sus ahorros en una entidad financiera.





Un estudio del Fondo Monetario Internacional publicado a principios de este año dejó claro que la innovación en tecnología financiera puede:

- reducir los costes de operaciones y servicios y fomentar la inclusión financiera y el desarrollo.
- aumentar la competitividad del sector financiero y mejorar la intermediación, lo que es crucial para aumentar la actividad crediticia.
- apoyar el crecimiento y reducir la pobreza en la región.

A nivel macroeconómico, la microfinanciación impulsada por la tecnología puede jugar un papel crucial a la hora de promover una cultura de emprendimiento mediante la financiación de

empresas emergentes y empresas con mentalidad de crecimiento. Estas, a su vez, fomentarán la demanda interna y generarán riqueza y empleo más allá de las industrias de procesamiento y manufactura, intensivas en mano de obra, que actualmente dominan las mayores economías de la región.

Sin embargo, los beneficios quizá sean aún más profundos en el nivel de la calle. Las nuevas iniciativas digitales ofrecen oportunidades a personas que nunca habían tenido acceso al dinero (aparte de lo que pudieran reunir por sí mismos) para abrir cuentas bancarias, ahorrar para el futuro y solicitar tarjetas de crédito e hipotecas, así como formación en cómo gastar e invertir sensatamente.

Por tanto, es hora de realizar una completa actualización del sistema a las Finanzas Digitales 2.0.

Finanzas Digitales 2.0: Redefiniendo la banca

Los bancos de Latinoamérica deben redefinir su propuesta de valor en el cambio a las Finanzas Digitales 2.0 y aprender a personalizar la oferta de productos, buscar formas innovadoras para interactuar con los clientes y adoptar un enfoque creativo para la mitigación de riesgos.

Una revisión interna realizada por Santander llegó a la conclusión de que los bancos tendrían que orientar activamente sus esfuerzos hacia:

- soluciones simplificadas y asequibles adaptadas a públicos objetivo específicos. Entre las ideas figuran cuentas de ahorro de grupo, microseguros y créditos solo para mujeres.
- un enfoque de dos vías usando canales digitales para complementar el servicio cara a cara con el cliente. Tanto los agentes basados en la comunidad como las sucursales móviles conectadas mediante WiFi han demostrado tener potencial y ambos deben estar en el mix.
- buscar fuentes de datos alternativas para evaluar la solvencia del cliente, como examinar el perfil de las redes sociales de los clientes, pruebas psicológicas y conversaciones con los habitantes de su comunidad.

Margen para crecer

Cuentas

54%

94%

% de adultos que poseen una cuenta

Pagos digitales

45%

91%

% de adultos que enviaron o recibieron pagos digitales en el último año

Ahorro

12%

55%

% de adultos que ahorraron en una entidad financiera en el último año

Crédito

45%

55%

% de adultos que recibieron dinero prestado de una entidad financiera o usaron una tarjeta de crédito en el último año

Fuente: World Bank Group 2017



Las empresas financieras han acumulado una gran cantidad de datos sobre los nuevos clientes que han conseguido en la periferia del sistema, de modo que pueden tener una visión mucho más amplia y fundamentada de sus circunstancias.

Los clientes de microfinanciación representan tasas de riesgos excelentes, con una tasa media de impago de solo el 5%, según Santander, y la naturaleza hiperlocal del préstamo es tal que sus propias comunidades les animarán a su amortización.

Los bancos están invirtiendo en nuevos perfiles de riesgo y procedimientos de investigación, conjuntamente con herramientas de elaboración

de presupuestos para ayudar a los clientes a mantener sus finanzas en orden. Normalmente, los agentes de los bancos tienen que salir cada semana a encontrarse con los clientes para coger dinero y realizar análisis de riesgos.

Online es más eficaz

Comparativa de los costes de la atención a los clientes a través de diferentes canales



Móvil: 10¢

Cajero: 65¢

Sucursal: \$3

Fuente: Value Partners

Si los clientes usan tecnología financiera o fintech, los agentes pueden reducir enormemente la frecuencia de esas visitas; seguirán manteniendo el contacto personal pero las operaciones diarias serán más eficientes para todo el mundo.

“Las rentas bajas y las economías de mercados emergentes pueden beneficiarse muchísimo de la innovación en fintech”, según la conclusión

de un documento del Fondo Monetario Internacional sobre la tecnología financiera en Latinoamérica. “Proporcionan oportunidades para muchos, incluso para los países menos desarrollados financieramente, ya que permiten saltar etapas tecnológicas”.

No obstante, los autores del estudio también hacen una advertencia: a medida que las tecnologías financieras se desarrollan a un ritmo acelerado en la región, se sabe muy poco de cómo afectarán a las estructuras del mercado financiero y cómo podrían y deberían responder los responsables políticos.

Caso práctico: Inclusión financiera

Latinoamérica está siendo testigo de un enorme aumento del número de empresas de software financiero, o fintechs, que se están creando o expandiendo para reaccionar al nuevo panorama digital. El año pasado se pusieron en marcha casi 1.200 empresas y se calcula que el 60% de las fintech emergentes que operan actualmente se crearon entre 2014 y 2016.

Más del 50% de esas empresas de reciente creación se centran en los pagos y en plataformas financieras alternativas. El envío de remesas constituye una parte considerable del ecosistema financiero, con millones de migrantes que desean encontrar maneras más rápidas y económicas de enviar dinero a casa. Los envíos de remesas familiares a Latinoamérica y al Caribe experimentaron un crecimiento de casi el 10% en 2018, uno de los índices más elevados de los últimos 10 años.

Y es fácil encontrar el motivo. La cantidad de adultos en Latinoamérica que tienen cuentas bancarias, hacen y reciben pagos digitales, solicitan préstamos y

utilizan tarjetas de crédito es aproximadamente la mitad del nivel existente en las economías de rentas altas. El porcentaje de ahorro de dinero es solo el 12%, en comparación con el 55%.

Un estudio realizado por la empresa de servicios profesionales EY, *Innovación en la inclusión financiera*, calculó que los bancos de Latinoamérica podrían generar un aumento de los ingresos de 49.000 millones de dólares, con 11.000 millones de dólares procedentes de clientes

particulares y 38.000 millones de dólares procedentes de empresas, mejorando el servicio a las personas que están excluidas financieramente.

El informe de EY, que examina la situación en los principales mercados del mundo, llega a la siguiente conclusión: “Las entidades que actúen ahora para aumentar la inclusión financiera estarán bien posicionadas para dominar la banca minorista y de las Pymes en los mercados emergentes en los próximos años”.

Las fintechs se centran en plataformas financieras alternativas



24%

de los pagos

18%

de los préstamos

8%

de la gestión de las finanzas personales

Fuente: IDB/Finnovista 2018



70%

de los ingresos generados por las empresas que reciben ayuda de Prosera circulan en comunidades locales

Fuente: Santander



Empoderar a 10 millones de personas

Santander ha convertido la inclusión social y financiera en una de sus principales prioridades estratégicas, centrándose en particular en Latinoamérica porque es una región en la que el Grupo considera que puede ayudar mucho en un plazo corto.

Ha anunciado el objetivo de ayudar a 10 millones de personas financieramente excluidas a entrar en el sistema financiero tradicional. Son tres las principales iniciativas con las que pretende lograr este objetivo:

- garantizar el acceso a productos y servicios financieros de calidad;
- adaptando esos productos y servicios a las necesidades de las diversas comunidades y grupos;

- promover la educación financiera de forma que las personas puedan hacer mejor uso de sus recursos financieros.

Santander's financial education programmes have been central to its financial empowerment plans. Digital Finance 2.0 means that microfinance can now play a more tangible role in bringing financial empowerment at the same time as growing business in those regions: in short, it is profit with purpose.

El Grupo invierte en numerosos programas sociales para dar soporte a las comunidades y, desde 2015, ha ayudado a aproximadamente 5 millones de personas.

Las iniciativas en otras partes del mundo incluyen sucursales para dar servicio en zonas escasamente pobladas de España, programas de vivienda asequible en Estados Unidos y equipos de apoyo especializados para clientes vulnerables en Reino Unido.



En Latinoamérica, Santander participa actualmente en el desarrollo de nuevos productos digitales para satisfacer las necesidades cotidianas de comunidades de un amplio espectro social.

También está muy involucrado en formar a las personas sobre cómo utilizar el dinero y los servicios financieros: solo en 2018, más de 360.000 personas se han beneficiado de sus programas de educación financiera.

Existen cursos básicos y avanzados para empresas pequeñas y medianas, así como conferencias y clases magistrales, tanto online como presenciales. Estos están diseñados para potenciar sus capacidades de gestión financiera y enseñarles a usar herramientas financieras con el fin de promover y hacer crecer sus negocios de forma sostenible.

Es uno de los principales participantes en la microfinanciación en Latinoamérica y el mayor proveedor privado de microcréditos en Brasil. Aparte de centrarse en el mayor país del continente, también hay en marcha iniciativas importantes en México, Argentina y Chile.

Superdigital



Superdigital es una plataforma móvil para hacer depósitos, retiradas de efectivo y pagos que no requiere que los usuarios tengan una cuenta bancaria.

Desarrollada con tecnología propia de Santander, se diseñó como una aplicación mobile-first y se ha convertido

en el principal canal de servicios financieros para muchos clientes.

Ahora tiene más de 500.000 clientes.

“Superdigital proporciona a las personas una experiencia totalmente distinta de la que ofrece el mercado financiero

tradicional”, explica Fernando Oliveira, responsable de desarrollo del software.

Por ejemplo, los usuarios pueden chatear entre ellos, como si fuera una aplicación de mensajería.

Otra funcionalidad muy práctica es poder dividir los gastos entre grupos.

Nuestras principales iniciativas

Brazil

Desde 2002, su filial Prospera ha proporcionado préstamos de 130 a 16.000 dólares para contribuir al crecimiento de las pequeñas empresas. Alrededor del 70% de los ingresos generados por las empresas que reciben ayuda circula en comunidades locales. Hoy en día, Prospera tiene aproximadamente 430.000 clientes activos y 250 millones de dólares activos en su cartera. El dinero se ofrece a menudo acompañado de orientación financiera y empresarial en general, y gran parte de esa formación la llevan a cabo agentes de Prospera que a la vez son miembros de las comunidades a las que prestan servicio. Los agentes son esenciales para el éxito del programa de micropréstamos, ya que conocen las calles y las personas a quienes conceden préstamos.

Por ejemplo, el análisis crediticio se basa con frecuencia en conversaciones cara a cara y en el conocimiento local acerca de la capacidad de pago del solicitante. Por su proximidad, los agentes también pueden hacer un seguimiento amistoso de los clientes para detectar problemas con celeridad y, a la inversa, oportunidades para conceder más préstamos.

Mexico

Tuiio, puesto en marcha en octubre de 2017, es un programa de inclusión financiera para personas de rentas bajas que ofrece un abanico de productos interconectados, desde microcréditos hasta microseguros, pagos y otros servicios. Cuenta con el apoyo de sus propias sucursales, agentes, cajeros automáticos, terminales de punto de venta y banca electrónica. La iniciativa incluye un programa de formación y educación financiera a sus clientes, con el objetivo de maximizar sus destrezas, desarrollando su potencial y optimizando el uso que hacen de los recursos. En México, Santander permite a los clientes realizar operaciones básicas a través de más de 19.000 tiendas, como Oxxo y 7-Eleven.

Con más de 3.000 entidades para la microfinanciación solo en México, Santander destaca por ser el único que ofrece una cuenta de ahorros, además de crédito, por lo que los clientes pueden ahorrar en el banco en vez de "debajo del colchón".

Esto está ayudando a cambiar los hábitos. En la primera fase de implementación de Tuiio, los clientes retiraban el dinero tan pronto como lo recibían; ahora empiezan a generar depósitos y crear ahorro en sus cuentas. Se trata de una cuestión de confianza, no solo para Santander sino para la banca en general.

Argentina

Santander lleva ofreciendo microcréditos a los clientes de sus sucursales de inclusión financiera desde 2015 en regiones desfavorecidas. A los microemprendedores se les conceden préstamos siempre que tengan experiencia previa con los microcréditos y un proyecto sólido. Es importante que estén respaldados por figuras bien valoradas en la comunidad local.



▶ **\$700**
Crédito medio



▶ **7 meses**
Duración media



▶ **65%**
Mujeres



▶ **\$300**
Crédito medio



▶ **91%**
Mujeres



▶ **46%**
Nunca había usado un cajero hasta hoy



▶ **\$700**
Crédito medio



▶ **9 meses**
Duración media

La microfinanciación materializa sueños y ambiciones

La microfinanciación es a la vez un motor de crecimiento y una forma muy práctica de liberar el potencial de 200 millones de personas en Latinoamérica que no tienen acceso a los servicios financieros más básicos.

Lo que ahora llamamos microfinanciación surgió en la década de 1970 cuando el Grameen Bank de Bangladés comenzó a facilitar pequeños préstamos a personas pobres sin necesidad de aval. Estos anticipos se conocieron como microcrédito o “grameen crédito”.

La figura destacada de este movimiento no fue un banquero sino un académico, Muhammad Yunus, de la Universidad de Chittagong, que prestó 27 dólares a un grupo de 42 mujeres para que pudieran hacer artículos para la venta durante la hambruna de Bangladés de 1974.

Aunque nació de la compasión, la microfinanciación también fue un éxito financiero y demostró que los pequeños préstamos podrían tener un impacto desproporcionadamente positivo en las vidas de los pobres.

“Es importante entender que la

microfinanciación no es filantropía, sino una línea de negocio que necesita tener un rendimiento financiero”, dice Federico Gómez Sánchez, responsable de Sostenibilidad de Grupo Santander. No obstante, los beneficios generales para la sociedad son amplios y variados.

En toda Latinoamérica actualmente hay alrededor de 17 millones de microempresas y pequeñas y medianas empresas, según el Banco Mundial, pero muchos de estos emprendedores no tienen acceso a las fuentes tradicionales de capital. En su lugar, han puesto en marcha sus empresas pidiendo prestadas pequeñas cantidades, tal vez solo 130 dólares, a tipos de interés relativamente bajos, para comprar una pieza de maquinaria o un vehículo necesarios para transportar productos al mercado.



El primer microcrédito fue concebido por el académico Muhammad Yunus en Bangladesh

Los clientes son con frecuencia emprendedores autónomos que trabajan en sus hogares. Entre sus diversas “microempresas” se incluyen la venta callejera, la fabricación artesanal y la oferta de servicios hiperlocales. En las zonas rurales, los microemprendedores a menudo se dedican a la preparación de alimentos y al comercio dentro de la comunidad.

El ámbito se ha ampliado mucho más allá del concepto original y la evolución de hoy en día incluye un abanico de servicios financieros como créditos, ahorros, seguros y transferencias de dinero dirigidos a personas con rentas bajas.

El resultado es que a finales de 2017 casi 140 millones de personas en todo el mundo estaban en el sistema de microfinanciación con préstamos que ascendían a un total de 114.000 millones de dólares, según el último barómetro de microfinanciación. Latinoamérica y el Caribe representan casi la mitad de la cartera total de préstamos.

Santander adapta sus servicios a las necesidades de cada mercado

Programa de inclusión financiera en México
Nuevo programa de inclusión financiera que ofrecerá a los grupos de rentas más bajas productos y servicios financieros.

Microfinanciación de Santander en Argentina
Desde 2015, Santander ofrece microcréditos a los clientes de sus sucursales de inclusión financiera.

Cuenta Life Chile
An “account for everyone” offering current accounts and a credit card, regardless of salary level

Microcréditos Santander en Brasil
Banco Santander está reconocido como el proveedor líder de microcréditos entre los bancos privados en Brasil.

Microfinanciación de Santander en Uruguay
Programa piloto lanzado en mayo de 2019.

Potencial de crecimiento

Proporción de población no bancarizada en los principales países de Latinoamérica en los que opera Santander



Aunque esta expansión ha sido impresionante, las cifras de las personas excluidas financieramente siguen siendo altas y hay una corriente de opinión creciente que considera que la microfinanciación necesita evolucionar una vez más.

Las pymes utilizan en gran parte el sistema financiero para hacer depósitos y como medio de pago. Utilizan poco los productos de crédito, lo que ejerce presión sobre el flujo de caja y los balances contables y limita la capacidad de las

empresas para expandirse y crecer.

Es necesaria una microfinanciación más inteligente que haga uso de la tecnología para reducir costes tanto para los bancos como para los clientes y que permita la introducción de productos más sofisticados que aumenten la eficacia y animen a los clientes a llevar sus empresas de nueva creación a la siguiente etapa.

En Brasil, el negocio Prospera de Santander nos muestra el camino al haber promovido el crecimiento de 70.000 microempresas hasta convertirse en entidades lo suficientemente grandes como para pasar al sistema bancario general del Grupo.





73%
de
microemprendedores
a los que Santander
ayudó fueron
mujeres

Fuente: Santander
1T 2019

Ayudando a las mujeres y a los trabajadores del futuro

Latinoamérica es un hervidero de innovación con productos y servicios creados para satisfacer las necesidades específicas de las diversas poblaciones de la región. Sin embargo, hay constancia de que las mujeres y los jóvenes son los que más se beneficiarán de la inclusión financiera.

Muchas entidades se dirigen a las mujeres por diversas razones que son buenas tanto para el negocio como para la sociedad. A nivel práctico, la experiencia demuestra que ellas suelen devolver más los préstamos tal como se haya acordado, mientras que las razones ideológicas incluyen darles apoyo para que sean menos dependientes económicamente de los hombres.

Los estudios también han demostrado que las mujeres suelen invertir más en ámbitos como la nutrición y la educación, mejorando así la salud y el bienestar general de los miembros de la familia.

En el primer trimestre de 2019, Santander calculó que el 73% de los microemprendedores que recibieron su ayuda fueron mujeres. En el programa Tuiio de México, la cifra es del 91%.

Los economistas dicen que corregir la desigualdad de género es fundamental para mejorar la tasa de crecimiento económico general de Latinoamérica. El Instituto Global McKinsey ha calculado que cerrar la brecha de género en las empresas podría aumentar hasta en 2,6 billones de dólares el producto interior bruto (PIB) en Latinoamérica en 2025.

Todavía queda mucho camino por recorrer hasta lograr un mayor equilibrio, según un informe reciente de Mastercard, empresa de tarjetas de crédito y pagos radicada en EE.UU. Existe una brecha media de ocho puntos porcentuales en cuanto a titularidad de cuentas (el 67% de los hombres tienen una cuenta, en comparación con el 59% de las mujeres). El resultado es que las mujeres tienen muchas menos



probabilidades de hacer o de recibir un pago digital, es más probable que hayan utilizado formas de financiación no tradicionales y tienen menos capacidad para encontrar fondos en caso de emergencia.

Los jóvenes se enfrentan a sus propias dificultades de exclusión de los servicios financieros tradicionales, pero como la mayoría disponen de teléfono móvil, tienen mucho que ganar en las Finanzas Digitales 2.0.



2.6

billones de dólares de PIB adicional podrían generarse de aquí al 2025 al reducir la brecha de género

Fuente: McKinsey Global Institute

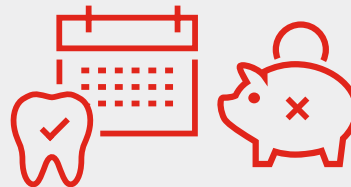
Para los adolescentes y adultos más jóvenes latinoamericanos no se trata tanto de recaudar dinero para una nueva empresa sino más de las sencillas operaciones financieras cotidianas.

De media, dice Santander, menos de la mitad de las personas mayores de 15 años de Latinoamérica y el Caribe tienen acceso al sistema financiero. Este nivel está por debajo de la media global del 61% y muy por detrás de las regiones más desarrolladas. Además de ser comparativamente bajo, el acceso financiero es muy desigual.

“La inclusión financiera es una herramienta para romper el círculo de la pobreza para la juventud y es el primer paso hacia la inclusión social, económica y política”, afirman los autores de *Financial inclusion among youth in Latin America (Inclusión financiera entre los jóvenes de Latinoamérica)*, antes de explicar: “En una encuesta descubrimos que el 71% preferiría ir al dentista antes que a su banco y que el 33% están abiertos a cambiar de banco en los próximos 90 días”.

El estudio, publicado por Proyecto Capital, un proyecto de inclusión social financiado parcialmente por la Ford Foundation, llegó a la conclusión de que hay dos tipos de personas

El **71%** de los jóvenes prefiere ir al dentista antes que a su banco



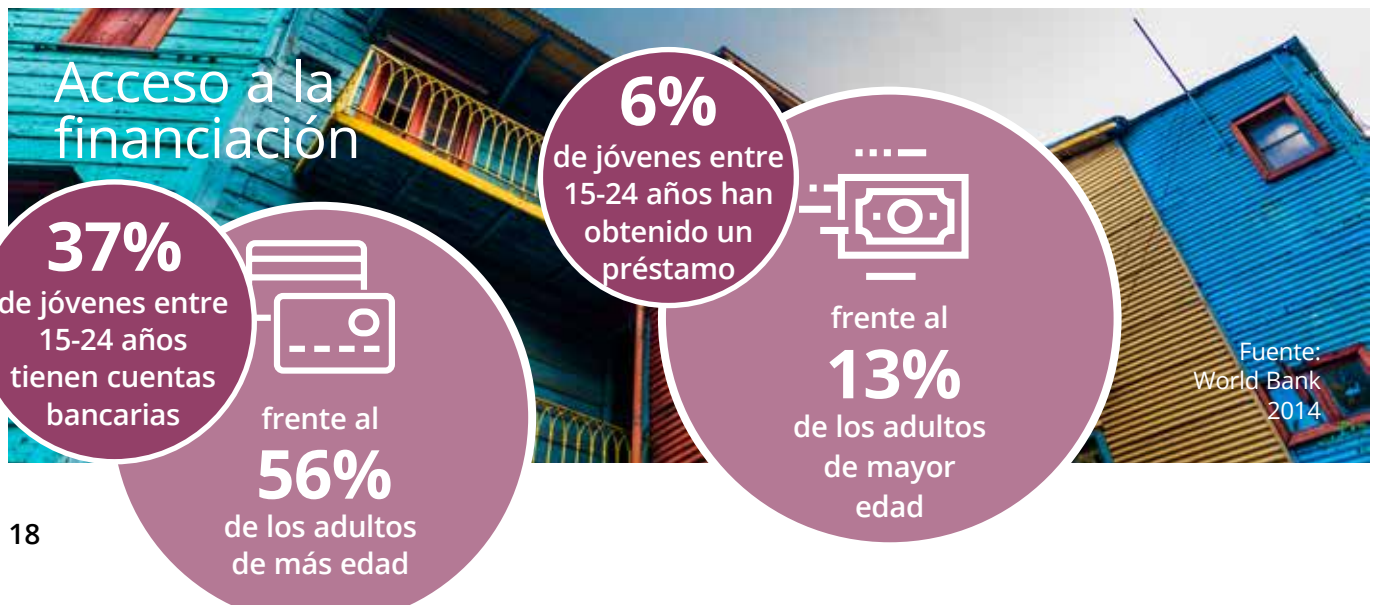
Fuente: Proyecto Capital

financieramente excluidas entre los jóvenes: los involuntarios y los voluntarios.

Los excluidos involuntariamente no tienen acceso a servicios financieros porque los productos no son apropiados, no son asequibles o son difíciles de entender.

Los jóvenes que se autoexcluyen voluntariamente tienen acceso a las finanzas tradicionales pero optan por no aprovecharlas. Normalmente, se han incorporado al mundo laboral en una de las numerosas crisis económicas de la región y han vivido una lenta recuperación que les ha hecho perder la confianza en el sistema bancario.

Además, no desean ser consumidores pasivos, sino que esperan poder participar en el desarrollo de los productos financieros dirigidos a ellos.





Banco Santander (SAN SM, STD US, BNC LN) es un banco comercial fundado en 1857 y con sede en España. Tiene una presencia relevante en 10 mercados clave de Europa y América, y es el mayor banco de la zona euro por capitalización bursátil. A finales de junio de 2019, tenía 1,03 billones de euros en recursos de clientes (depósitos y fondos de inversión), 142 millones de clientes, 13.000 oficinas y 200.000 empleados. En el primer semestre de 2019, Santander obtuvo un beneficio ordinario de 4.045 millones de euros, un 2% más en euros constantes que en el mismo periodo del año anterior.