



**EDUCACIÓN**  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO  
NACIONAL DE MÉXICO®

Instituto Tecnológico de la Zona Maya  
División de Estudios Profesionales

# DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN LA COMUNIDAD DE ÁLVARO OBREGÓN, QUINTANA ROO

Trabajo de titulación que presenta la C.

**ROSA MATILDE SÁNCHEZ ARRIAGA**

Para obtener el Título de Ingeniera en Gestión  
Empresarial de Acuerdo a la Titulación Integral  
(Tesis)

Juan Sarabia, Quintana Roo

Noviembre 2021



**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA**

El presente trabajo recepcional titulado: **DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN LA COMUNIDAD DE ÁLVARO OBREGÓN, QUINTANA ROO**, realizado por la C. **ROSA MATILDE SANCHEZ ARRIAGA**, bajo la dirección del Comité indicado y con apego al esquema de Titulación Integral (Tesis), ha sido aprobado por el mismo y aceptado como requisito parcial para obtener el Título de **INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**.

**ATENTAMENTE**

**COMITÉ DE REVISIÓN PARA TITULACIÓN**

**Presidente**

  
\_\_\_\_\_  
**MPP. Mario Manzanero Salazar**

**Secretaria**

  
\_\_\_\_\_  
**MC. Alicia Avitia Deras**

**Vocal**

  
\_\_\_\_\_  
**M en E. Candita del Carmen Kim Barrera**

Juan Sarabia, Quintana Roo

Noviembre 2021

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi esposo Julio Cesar por acompañarme en este viaje, por ayudarme a realizar mi sueño, por su apoyo incondicional y paciencia. Gracias amor.

A mi hijo Ángel Gabriel por todo su amor sincero e incondicional y por soportar mi ausencia. Hijo esto es por ti. Te amo.

A mi madre, padre y hermanos que creyeron en mí. Muchas gracias por enseñarme a no rendirme. Los amo.

A mi suegra Cecilia por apoyarme con mi hijo todo este tiempo.

A mis asesores Mario Manzanero Salazar, Alicia Avitia Deras, por su apoyo en este tiempo difícil de Covid, no pudimos vernos, pero el apoyo ahí estaba. Gracias por eso.

A mi profesora Candita del Carmen Kim Barrera por su apoyo, paciencia y colaboración.

Agradezco infinitamente a mis amistades que me tendieron la mano en toda la carrera. Mil gracias Azucena, Amairany, Rogelio, Hugo, y Alicia.

A MI DIOS LE DOY INFINITAS GRACIAS POR PERMITIRME CONCLUIR CON SALUD Y AMOR UN SUEÑO MAS.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico especialmente a mi madre Ricarda quien nunca dudo de mí y que siempre estuvo pendiente de mis necesidades y a mi hijo Ángel para que él se sienta orgulloso y se dé cuenta que nada es imposible, que todo se puede lograr con esfuerzo y dedicación.

Hijo, lo que siembres cosecharás.

## ÍNDICE

<b>ÍNDICE</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>vi</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>II. ANTECEDENTES</b> .....	<b>3</b>
<b>III. OBJETIVOS</b> .....	<b>11</b>
3.1 General .....	11
3.2 Específicos .....	11
<b>IV. HIPÓTESIS</b> .....	<b>12</b>
<b>V. MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	<b>13</b>
5.1 Diseño de la investigación .....	14
5.2 Investigación de campo .....	14
5.3 Tipo de muestreo .....	15
5.4 Análisis y procesamiento de los datos .....	15
<b>VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>16</b>
6.1 Datos generales .....	18
6.2 Hábitos financieros .....	21
6.3 Ingreso .....	31
6.4 Necesidades .....	38
<b>VII. CONCLUSIONES</b> .....	<b>43</b>
<b>VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>45</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Porcentaje de personas con algún producto financiero.....	4
Figura 2. Población de menos de 15 mil habitantes que tienen al menos un crédito.....	4
Figura 3. Localización de la comunidad de Álvaro Obregón Quintana Roo....	13
Figura 4. Género.....	18
Figura 5. Edad.....	19
Figura 6. Grado de estudio .....	20
Figura 7. Conocimiento de productos financieros.....	21
Figura 8. Tipos de productos financieros conocidos .....	22
Figura 9. Utilización de productos financieros.....	23
Figura 10. Razón de no adquirir productos financieros.....	24
Figura 11. Institución Bancaria preferida.....	25
Figura 12. Uso de productos financieros.....	26
Figura 13. comparación antes de obtener un producto financiero.....	27
Figura 14. Rechazo o aceptación de solicitudes de productos financieros ....	28
Figura 15. Razones por las que se rechaza una solicitud.....	29
Figura 16. Apoyo para los usuarios de productos financieros.....	30
Figura 17. Tipo de fuente de Ingreso .....	31
Figura 18. Total de fuentes de ingreso .....	32
Figura 19. Periodicidad del ingreso.....	33
Figura 20. Total de ingreso mensual .....	34
Figura 21. Modo de pago .....	35
Figura 22. Destino del ingreso recibido .....	36
Figura 23. Compras mayores al ingreso.....	37
Figura 24. Necesidad de adquirir un producto financiero actualmente.....	38
Figura 25. Producto que cubre su necesidad financiera actual.....	39
Figura 26. Reconocimiento de banco o institución financiera.....	40
Figura 27. Nombre de la Institución Bancaria que reconoce .....	41
Figura 28. Característica de posicionamiento de la institución financiera.....	42

## RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación de mercado es determinar los gustos y preferencias sobre productos financieros de los habitantes de la comunidad de Álvaro Obregón, Municipio de Othón P. Blanco. La metodología utilizada en esta investigación de diseño no experimental, transversal y de alcance descriptivo, fue seleccionada con especial cuidado para la veracidad de los resultados. En primera instancia fue necesario conocer el lugar de estudio y el tamaño de población para la selección de la muestra, la cual fue por muestreo no probabilístico por conveniencia para poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95%. En primer lugar, se definió el marco teórico y de acuerdo con los recursos disponibles se aplicó una encuesta dirigida a la población objetivo de 170 personas, mediante el diseño de un cuestionario semiestructurado como instrumento utilizado para la recolección de datos. Después de la recolección, se procesaron los datos y el resultado permitió conocer con qué frecuencia utilizan los productos financieros y cuáles son las instituciones con más presencia en la comunidad; así como también el sexo y rango de edad en que se encuentran los usuarios de dichos productos, cuáles son sus hábitos financieros, como obtiene sus ingresos y de qué forma se presentan sus gastos; además de conocer sus principales necesidades financieras. Con base a los resultados obtenidos se determinó que los habitantes de la comunidad si conocen y utilizan los productos financieros que en su mayoría son mujeres de 30 a 45 años de edad con un trabajo estable, estos hacen uso de una cuenta bancaria de nómina y créditos grupales para satisfacer sus necesidades financieras y esto a través de las instituciones que son Banamex, Bancomer y compartamos Banco por su seguridad y confianza. También se identificó con los resultados de la existencia de una demanda de los productos financieros que ofrecen las Instituciones Financieras, por lo que se acepta la hipótesis de investigación.

**Palabras clave:** productos financieros, demanda, necesidades financieras, entidades financieras.

## **ABSTRACT**

The main objective of this market research is to determine the tastes and preferences regarding financial products of the inhabitants of the community of Álvaro Obregón, Municipality of Othón P. Blanco. The methodology used in this research of non-experimental, cross-sectional and descriptive design was selected with special care for the veracity of the results. In the first instance, it was necessary to know the place of study and the size of the population for the selection of the sample, which was by non-probabilistic convenience sampling for finite populations with a confidence level of 95%. First, the theoretical framework was defined and, according to the available resources, a survey was applied to the target population of 170 people, through the design of a semi-structured questionnaire as an instrument used for data collection. After collection, the data were processed and the result allowed to know how often they use financial products and which are the institutions with the most presence in the community; as well as the sex and age range in which the users of said products are, what are their financial habits, how they obtain their income and how them. Based on the results obtained, it was determined that the inhabitants of the community do know and use the financial products that are mostly women between 30 and 45 years of age with a stable job, they make use of a bank account for payroll and loans groups to meet your financial needs and this through the institutions that are Banamex, Bancomer and Compartamos Banco for their safety and trust. It was also identified with the results of the existence of a demand for financial products offered by Financial Institutions, for which the research hypothesis is accepted.

**Keywords:** financial products, demand, financial needs, financial entities.



## I. INTRODUCCIÓN

El término financiero ha ido adquiriendo mayor importancia en los últimos años, sobre todo entre las personas responsables de estos servicios en correlación de los beneficios sociales y privados que se obtienen al momento de obtener un producto financiero, especialmente en apoyo para la disminución de la pobreza de las comunidades.

Para entender a fondo esta situación, se debe identificar la relación entre las personas y las instituciones financieras que ofrecen sus productos a la comunidad, para ello, se necesita determinar la influencia específica de las instituciones financieras en las personas y evaluar por medio de investigaciones que contribuyan a generar mayor información sobre la demanda de estos tipos de productos.

El presente trabajo tiene como objetivo realizar una investigación de mercado con la finalidad de conocer usos, gustos y preferencias de productos financieros de los habitantes de la comunidad de Álvaro Obregón perteneciente al municipio de Othón P. Blanco, Quintana Roo. El motivo para realizar esta investigación parte de la necesidad de saber qué productos financieros se conocen y adquieren en la comunidad, ya que cada vez hay más personas que utilizan alguno de estos apoyos, al igual que determinar la existencia de una demanda de dichos productos.

Los efectos se centran en que este sector de población cuenta con algunas características similares que los hacen clientes potenciales para estas instituciones, por lo que, a la población de la comunidad se le aplicó una encuesta para obtener información sobre las el conocimiento, usos, gustos y preferencias de las instituciones financieras y sus productos, al igual que la identificación de las características generales de la población y su nivel de ingreso, de tal forma que con la información obtenida se pueda determinar la aceptación de la hipótesis planteada respecto a la existencia de una demanda de los productos financieros por parte de la población de la comunidad, o en su caso, el rechazo de la misma.

En la primera parte de la investigación, fue necesario recolectar información documental sobre los referentes teóricos, así como para la contextualización del poblado. En una segunda etapa se realizó la investigación de campo aplicando un cuestionario diseñado para la recolecta de los datos correspondiente a la encuesta.

Las personas encuestadas fueron 170 personas entre hombres y mujeres, quienes proporcionaron información relevante sobre sus gustos y preferencias de los productos, teniendo una participación activa en la investigación y contribuyendo a la identificación de la demanda al igual que la oportunidad de que las Instituciones Financieras puedan fortalecer los mecanismos de apoyo en beneficio de la comunidad de Álvaro Obregón.

## II. ANTECEDENTES

La falta de conocimiento de la población con respecto a los productos financieros que operan en México, propicia que la gente no tenga la oportunidad de acceder a ellos ni saber cuáles son sus beneficios ni su finalidad.

Al cierre del 2019 México tiene mil 432 municipios con índices muy bajos de inclusión financiera lo que es igual a un 58.1% del total, esto se traduce a un escaso o nulo acceso a servicios financieros tradicional. Por otra parte, la gran mayoría de la población ignora el tema de los servicios financieros como son cuentas de ahorro, créditos, seguros, cuentas de ahorro para el retiro por mencionar algunas (Hernández, 2020).

México es un país en donde un alto porcentaje de personas viven en condiciones de pobreza, con ingresos limitados; otros más son adultos mayores o pequeños empresarios. Todos ellos requieren productos financieros que se adapten a sus necesidades particulares y que puedan utilizarse de la manera más redituable (Alberro, 2016).

Según los datos recabados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), en el sur del país existen niveles bajos de población de entre 18 y 70 años de edad con tendencia a algún tipo de producto financiero (Figura 1) (INEGI, 2018).

## Tenencia de producto financiero

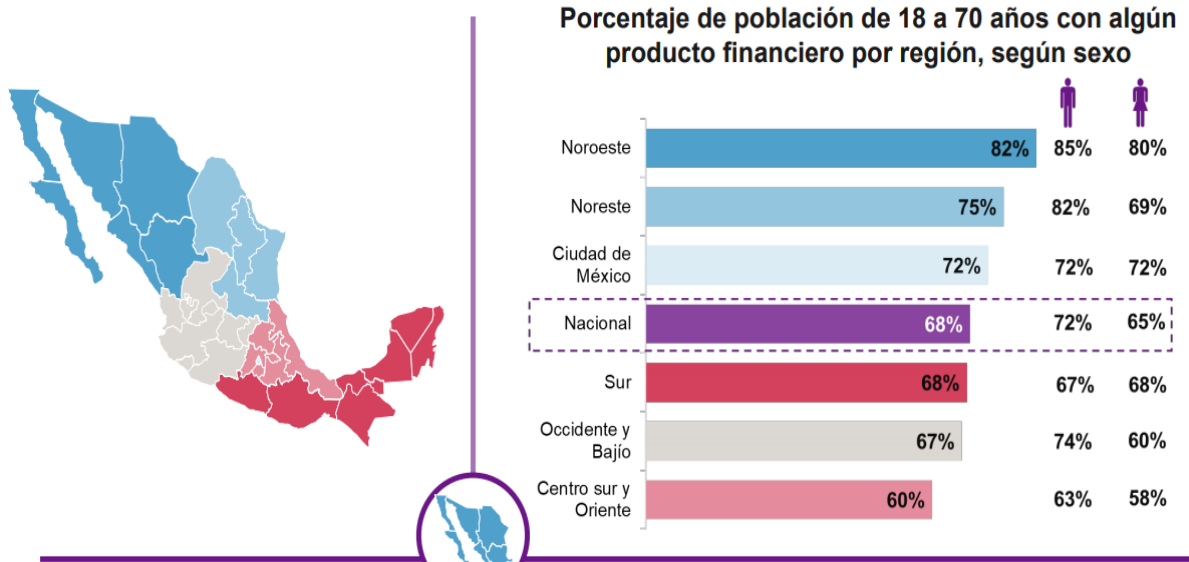


Figura 1. Porcentaje de personas con algún producto financiero

Fuente: INEGI

Como se puede observar en la figura 2, según los datos recabados por la ENIF del 2018, en las localidades de menos de 15 mil habitantes se cuentan con menos adquisición de servicios crediticios.



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2015 y 2018.

Nota: cada barra presenta la estimación por intervalo de confianza de 90 por ciento.

ENIF 2018: 36% de la población de 18 a 70 años tiene al menos un crédito formal en localidades de 15 mil y más habitantes y 22% en localidades de menos de 15 mil habitantes.

Figura 2. Población de menos de 15 mil habitantes que tienen al menos un crédito.

Fuente: INEGI

Cabe señalar que existe una estrecha relación entre los servicios financieros y las oportunidades para reducir la pobreza en los hogares con menores ingresos derivado de los múltiples beneficios que estos conllevan

En el año 2012 surge un proyecto llamado “consolidación del ahorro y crédito e inclusión financiera” por parte del Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI) entre las actividades estuvieron: ayudar a entidades de ahorro y crédito no autorizadas a obtener la certificación, crear alianzas con el sector privado con el fin de ampliar el acceso a los servicios financieros en áreas rurales, de la misma manera se realiza la impartición de educación financiera en México particularmente a mujeres para que puedan tomar mejores decisiones en la gestión de sus bajos recursos (Banco Mundial, 2018) .

Es importante saber que las mujeres reciben este tipo de apoyo ya que se considera son ellas las que conocen mejor las necesidades y administran los recursos del hogar. Sin embargo, parece ser que esta inclusión financiera no está rindiendo los frutos esperados, se conoce que en las comunidades rurales las familias no tienen la costumbre de obtener algún tipo de producto financiero pese a que si reconocen el término. La incógnita está en por qué las personas no quieren o se reúsan a utilizar a su favor estos productos que ofrecen las instituciones financieras.

Con base a lo anterior, se puede concluir que los productos financieros en las comunidades son escasamente utilizados. Esto, incluye a todas las personas que cuenten con algún tipo de ingreso, desde una persona dedicada a las labores del hogar hasta quien tiene un negocio. Cabe mencionar que estos necesitan de alguno de los productos financieros, pero desconocen el beneficio de estos, por lo que organizar tandas y/o acudir a cajas de ahorro comunitarios podría ser mejores para cubrir sus necesidades y de esta manera evitarse vueltas para conseguir un crédito y los “riesgos” que trae consigo.

Por lo que es necesario determinar las opiniones, necesidades y deseos de los habitantes de la comunidad a efecto de que las empresas que ofrecen servicios financieros puedan mejorar sus estrategias de oferta y de comunicación.

Las personas de bajos recursos recurren a ingeniosos esquemas financieros, destaca que entre los mecanismos financieros que manejan son las llamadas tandas o pirámides y las cajas de ahorro. En cuanto al crédito estas personas recurren a los conocidos agiotistas, pues en su mayoría no tienen acceso a bancos comerciales. Todos estos mecanismos a los que las personas acuden deberían estar reguladas pues de lo contrario representan un gran riesgo para el patrimonio de las personas fue (Mansell, 1992)

Por su parte Stuart (2002) en su trabajo “Los pobres y su dinero” menciona que la disminución de pobreza es primordial para la agenda gubernamental de todos los países en vías de desarrollo, y para lograr esto es necesario adoptar las políticas de e instrumentos apropiados. Considera que las finanzas populares y servicios financieros para los pobres es una forma de hacerlo. Stuart cuestiona el ¿Cómo consiguen los pobres las grandes cantidades de dinero que con frecuencia necesitan? Y encuentra que para los pobres existen tres formas más comunes de encontrar ese monto; vender activos, empeñar, o convertir sus ahorros en grandes montos.

El autor Bouquet (2007) en la Revista Estudios Agrarios en el apartado que lleva por nombre “construir un sistema financiero para el desarrollo rural en México” menciona que existe una nueva fase en finanzas rurales que concierne la construcción del sector de las finanzas populares, definido entorno a la misión de atender a los segmentos de la población que se encuentren excluidos de la banca comercial. El sector de las finanzas rurales comparte los mismos ejes rectores que el de las finanzas populares tal es el caso del marco legal y regulatorio con la promulgación en 2001 de la Ley de Ahorro y Crédito Popular que rige todas las instituciones financieras que captan ahorro del público en general. Del mismo modo

Aguilar (2011) reitera que BANSEFI conserva su misión de primer piso que consiste en ofrecer cuentas de ahorro a hogares de mediano y bajo ingreso. Con respecto a las instituciones financieras y a los productos que ofrecen se puede observar que existe desinterés en incursionar por los mercados en zonas rurales aún quedan enormes vacíos en cobertura para este sector.

En el trabajo "Política Pública de Inclusión Financiera" Saldívar (2011) comparte la misma idea y menciona que en los últimos años el nivel de inclusión financiera se ha incrementado de forma significativa (59.9%). Al comparar este nivel con el publicado por el banco mundial paso de 25 % a 48%. En primer lugar, menciona la cuenta de ahorro con un 25%, cuenta de cheques con un 6%, tarjeta de débito y cuenta de nómina con un 36% estos se refieren a los usuarios de servicios tradicionales de captación con un total de 48%. La segunda parte se clasifica en usuarios de servicios tradicionales de colocación con un total de 27% se desglosa de la siguiente manera: crédito personal o nomina con un 11%, tarjeta de credito 17%, crédito hipotecario 9% y crédito automotriz con un 4%. La tercera parte se clasifica usuarios de seguros con un total de 12%. los cuales se desglosa de la siguiente manera: seguro contratado por el mismo con un 9% seguro contratado por un tercero con un 4%, servicio de banca electrónica 3%. AFORE con un 26%. Por lo anterior menciona que es importante trabajar en dos vertientes para lograr que estos segmentos de la población accedan a productos de ahorro ya que se identifica que la inclusión financiera se ha incrementado debido a que la población ahorra más. De manera que se puede extender la oferta de productos (incrementar y complementar la infraestructura bancaria) por otro lado generar una mayor demanda de productos y servicios financieros (informar educar y proteger a los usuarios). El autor Germán Saldívar menciona que los usuarios no atendidos por el sistema financiero formal tienen acceso a, entre otras: tandas, prestamos familiares, prestamos de proveedores sin embargo se sabe que estos instrumentos financieros no otorgan ningún tipo de protección al usuario y se está convencido de que para fortalecer la protección se debe migrar al sector financiero formal.

Por su parte Bansefi (2011) señala que la falta de servicios financieros formales entre la población más pobre y dispersa se consideran ya en el Programa de Asistencia Técnica a las Micro finanzas Rurales (PATMIR). El PATMIR es un proyecto de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). El programa es ejecutado por medio de la Dirección de Fomento de Organizaciones Financieras (DFOF), el cual se orienta a la inclusión financiera de la población con menor disponibilidad de servicios financieros en nuestro país y que de acuerdo a esta fuente afecta a la mitad de la población. En el documento de planeación de PATMIR establece que, cuanto menor es el estrato económico de la población mayor es la dificultad de acceso a los productos y servicios financieros formales. El desarrollo de este programa consideró desde la primera fase las experiencias nacionales e internacionales en el desarrollo del sector financiero y la expansión del micro financiamiento con base en el ahorro, estas experiencias muestran las necesidades financieras de la población marginada.

La inclusión financiera es un importante mecanismo que permite a la población incrementar el bienestar así mismo da pauta para un mejor flujo de ingreso y consumo en el tiempo por medio del ahorro y crédito, así como la acumulación de activos y la creación de un fondo para la vejez. Raccanello (2014) comenta en la Revista Latinoamericana de Estudios Educativos México que solo se contempla al 50% de las personas adultas que tienen una cuenta en alguna institución financiera y uno de los factores es la falta de educación financiera. Sin embargo, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2018) dio a conocer los resultados de la ENIF 2018 mediante José Antonio González Anaya secretario de la secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el presidente de INEGI Julio Santaella y el presidente de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) Bernardo Gonzales Rosas. Dichos resultados arrojan grado de adquisición de cuentas, créditos, seguros, cuentas de ahorro para el retiro o afores. Entre los principales hallazgos de la ENIF 2018 se encuentra que la inclusión financiera creció en el periodo de 2012-2018 dado que el número de adultos con al menos un producto financiero paso del 14.6



millones al 39.4 a 54 millones lo que equivale al 68% del total de los adultos, en las zonas rurales el porcentaje de mujeres con alguna cuenta aumento del 19% al 42%, el número de adultos con algún crédito creció en 5.3 millones al pasar por los 19.3 a 24.6 millones, la población adulta con algún seguro privado aumento en 4.6, el número de adultos con alguna cuenta individual de ahorro para el retiro creció el 11.7 millones de adultos. Cabe señalar que la falta de información financiera se traduce en que la población con más bajos recursos no utiliza servicios financieros ya que estos no conocen o entienden muy poco a cerca de los productos y servicios que ofrecen las instituciones.

Por otra parte, el Banco Mundial (2018) en el “Pequeño Libro de Datos de Inclusión Financiera” establece que México este clasificado como un país de ingresos medios-altos con un ingreso nacional bruto per cápita de 9040 dólares. sin embargo, México se encuentra por la media de América latina y el caribe en prácticamente en todos los indicadores de inclusión financiera, tales como números de cuentas abiertas en instituciones financieras, cuentas de ahorro, a través de dispositivos móviles, pagos por medios digitales, contratación de créditos y seguros. Consistente con lo anterior de acuerdo a las ENIF 2018 existe una población del 53% de los adultos que no están bancarizados, esta misma información muestra la necesidad de los diversos grupos en particular de las mujeres, en estos avances de los productos financieros se ha notado un gran avance en la emisión de tarjetas de crédito las cuales pasaron de 22 a 33 millones y de 75 a 145 millones respectivamente. Sin embargo, estos avances de productos financieros en México son inestables debido a que se encuentran sujetos a cambios como el crecimiento económico, el mercado laboral, a los costos de productos financieros y en cierta desconfianza del consumidos hacia las instituciones financieras y a las autoridades encargadas del control y vigilancia. Asimismo, para poder avanzar en la inclusión financiera en México es de vital importancia fortalecer las capacidades de supervisión, establecer estrategias, programas y políticas de educación de esa manera se mejorará la confianza y fomentará la inclusión financiera.

De acuerdo a Pérez (2018) en su trabajo “La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo”, la posibilidad y/o facilidad de usar productos y servicios financieros tiene que ver con el acceso a la inclusión financiera, el uso se refiere a la utilización efectiva de los productos financieros formales, menciona que la calidad se especifica como la adaptabilidad del producto a las necesidades del cliente, la variedad de los servicios, la regulación y la supervisión de los productos y la del consumidos. Como lo menciona BANXICO (2019), de acuerdo a la última Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) de 2018, tres de cada diez adultos comparan antes de contratar un producto de crédito. Existen sitios de comparación pero que muchas veces muestran información desactualizada y puede confundir a las personas tomando una decisión errónea.

El autor Aparicio (2021) menciona en el diario EL ECONOMISTA, que la inclusión financiera en México ha avanzado en los últimos años. En marzo del 2020 fue implantada la política nacional de inclusión financiera entre cuyas acciones se encuentra la posibilidad de que jóvenes de 15 años puedan abrir una cuenta bancaria. Lo anterior se traduce en que la población adulta de entre 18 a 70 años que tienen un producto financiero ya sea una cuenta, un crédito, algún seguro o ahorro tiende a asignarle poco valor a los servicios financieros formales debido a que la segunda razón para no contar con estos es el desinterés o la falta de “necesidad”.

Con toda la información presentada se comprueba que en México se necesita una verdadera educación financiera aun cuando existe suficiente información sobre el tema, considerando también de acuerdo a la encuesta nacional de educación financiera, que una de cada cuatro personas no comprende el concepto de riesgo; menos de la mitad sabe calcular el interés simple y dos de cada tres no saben realizar operaciones de interés compuesto, lo que determina la importancia de continuar realizando proyectos e investigaciones que contribuyan a ampliar la información sobre la temática presentada.

### **III. OBJETIVOS**

#### **3.1 General**

Determinar los gustos y preferencias sobre productos financieros de los habitantes de la comunidad de Álvaro Obregón, municipio de Othón P. Blanco.

#### **3.2 Específicos**

- Describir los productos financieros conocidos por los habitantes de la comunidad.
- Identificar a los proveedores de productos financieros preferidos en la comunidad.
- Determinar cuáles son los productos financieros con mayor demanda.

#### **IV. HIPÓTESIS**

Hi: En la comunidad de Álvaro Obregón existe una demanda de productos financieros

Ho: En la comunidad de Álvaro Obregón no existe una demanda de productos financieros

## V. MATERIALES Y MÉTODOS

Este proyecto se realizó en la localidad de Álvaro Obregón, comunidad ubicada en el municipio de Othón P. Blanco al sur del Estado mexicano de Quintana Roo. Se localiza a 58 kilómetros al sur-oeste de la comunidad de Chetumal, capital del estado y cabecera municipal. Las coordenadas geográficas de Álvaro Obregón son de longitud: -88.655833 y de latitud:18.294167.

La localidad se encuentra a una mediana altura sobre el nivel del mar, su principal vía de comunicación, es la Carretera Federal 186. La localidad colinda con el poblado Álvaro Obregón Viejo y Javier Rojo Gómez, en Quintana Roo (Figura 3).

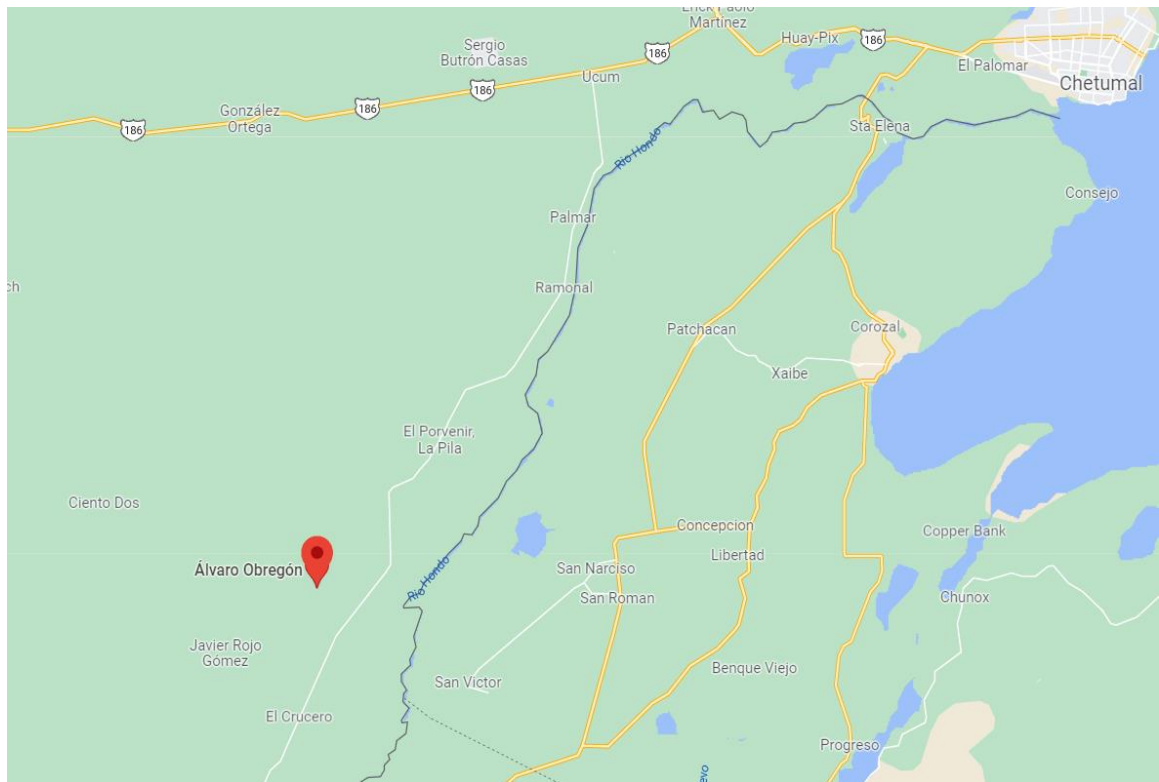


Figura 3. Localización de la comunidad de Álvaro Obregón, Quintana Roo

Fuente: Google maps

De acuerdo a los resultados del Censo de Población y Vivienda realizado en 2010 por el instituto nacional de estadística y geografía (INEGI), Álvaro Obregón cuenta con 2825 habitantes (Sedesol, 2013). De ellos 1471 son hombres y 1398 son mujeres. La ratio mujeres/hombres es de 0,950, y el índice de fecundidad es de 2.77 hijos por mujer. Del total de la población, el 39,7% proviene de fuera del estado de Quintana Roo. El 9,06% de la población es analfabeta (el 8,16% de los hombres y el 10,01% de las mujeres). El grado de escolaridad es del 6,20% (6,18% en hombres y 6,22% en mujeres) (pueblosamerica.com, 2015).

Entre las actividades económicas que se desarrollan en la localidad se encuentra la agricultura como son: la siembra de maíz, frijol, tomate, y chile habanero; así mismo se encuentra la ganadería: ganado bovino, caprino y porcino. Es importante señalar que como actividad económica principal se identifica el cultivo de caña de azúcar, siendo uno de los principales centros dedicados a esta actividad en Quintana Roo. En el comercio no se cuenta con grandes almacenes, por el contrario, existen tiendas de abarrotes, de ropa y carnicerías. Todo lo anterior es con lo que se sustenta económicamente la gente de la comunidad.

### **5.1 Diseño de la investigación**

Para el desarrollo de la investigación de mercado de productos financieros, se realizó una investigación documental y de campo mediante el método de recolección de información y análisis de datos. El proyecto tiene un diseño no experimental, de alcance descriptivo y presenta una transversalidad al haberse recolectado datos en un solo momento.

### **5.2 Investigación de campo**

Los insumos utilizados en la investigación de campo corresponden a materiales, equipos y herramientas de procesamiento de información, equipos móviles y material de oficina. Para la obtención de información, se aplicó una encuesta, para la cual se diseñó un cuestionario conformado por 23 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas, con la finalidad de identificar los gustos y preferencias sobre

productos financieros de la comunidad, considerando la medición de las variables: conocimiento y tipos de productos financieros que adquieren, las instituciones financieras de preferencia, los motivos y necesidades de solicitud de los productos, así como datos sobre ingresos, gastos y características personales de los encuestados.

### **5.3 Tipo de muestreo**

Para la determinación de la muestra, se utilizó muestreo no probabilístico por conveniencia para poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95%, por lo que el total de la población a encuestar fue de 170 personas, entre hombres y mujeres que trabajan.

### **5.4 Análisis y procesamiento de los datos**

Los datos recopilados que se obtuvieron de la aplicación del cuestionario se registraron en una base de datos y analizaron mediante Microsoft Excel. Posteriormente se obtuvieron las frecuencias de respuesta y porcentajes para la presentación de los resultados mediante gráficas, de las cuales se tomaron los datos para las conclusiones.

## VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación realizada en la comunidad de Álvaro Obregón municipio de Othón P. Blanco sobre los gustos y preferencias de los productos financieros, arrojó los siguientes resultados:

De acuerdo al resultado general de las gráficas, podemos señalar que la mayoría de las personas encuestadas son las mujeres con más participación, quienes confirman que son ellas las que administran con mayor frecuencia la parte económica de los hogares; estas se encuentran en el rango de edad de entre 30 y 45 años, con un grado de estudio de secundaria terminada.

El 51.3% de la población manifiesta no saber que son los productos financieros, sin embargo, después de que se le mencionaron, el 76.1% tiene conocimiento de los créditos, le sigue un 63.4% con las cuentas bancarias y un 54.2% que conoce las tarjetas de crédito. De esta población, el 80.6% utiliza o ha utilizado algún producto financiero, el 40.3% utiliza o ha utilizado una cuenta bancaria de nómina seguida de los créditos grupales con un 38.8%. Las instituciones financieras con más presencia en la comunidad son: Banamex con 36%, Bancomer con un 32%, Compartamos banco con un 19% y con un 14% la casa financiera con el nombre de Fin sol.

También se observa que de la población que menciona no haber utilizado algún producto, el 30.3% no confía en las instituciones financieras y con un porcentaje menor del 12.1% hay quienes no cumplen con los requisitos que piden, sin embargo, los datos arrojados muestran que hay más solicitudes aprobadas con un porcentaje del 59% y solo a una población del 23% se le ha rechazado la solicitud; las razones de este rechazo son que no pueden comprobar ingresos o piden documentos que no tienen.

De la población que si ha adquirido un producto financiero el 76.9% manifiesta no hacer algún tipo de comparación con las competencias y no se percatan de los



demás beneficios. Solo el 23.1% si se toma el tiempo de investigar que Institución le puede ofrecer más y mejores productos financieros. Al momento de cuestionarles acerca de a que institución acudiría si presentara algún problema con el producto adquirido el 48.9% menciona que conveniente ir al Banco o Institución financiera, mientras que el 33.6% no sabe y solo el 16.8% acudiría a la CONDUSEF la cual es la institución en cargada de la defensa de los usuarios de los servicios que otorgan estas Instituciones financieras.

El total de la población encuestada tiene como fuente de ingreso única un trabajo estable, en el cual recibe su pago cada semana; en total con un ingreso mensual de tres mil a cuatro mil pesos recibidos en efectivo. Este ingreso es destinado con mayor frecuencia en alimentación con un 31.8% y en salud con un 21.6%; también se observa que rara vez la población realiza compras mayores a lo que ganan.

Se pudo observar en los resultados que el 70.4% de la población manifiesta no tener alguna necesidad que amerite el uso de algún producto financiero y el 29 % afirma tener una necesidad de algún producto entre los cuales se destacan: los créditos personales con un 13.2%, el crédito personal y de vivienda ambos con un 8.8% y los fondos para el retiro AFORE junto con el crédito automotriz con un 7.70%; la mayoría no conoce que Institución le pueda ofrecer el servicio y mientras que el 47.4% si reconoce la Institución y la mencionan como Bancomer, la cual de acuerdo a los resultados se eligió por sugerencia.

## 6.1 Datos generales

De acuerdo con los resultados, el 48.6% de los encuestados son mujeres, el 45.1% son hombres y el 6.3% prefirió omitir su género.

Por lo que se puede concluir que son las mujeres con mayor participación al momento de proporcionar información.

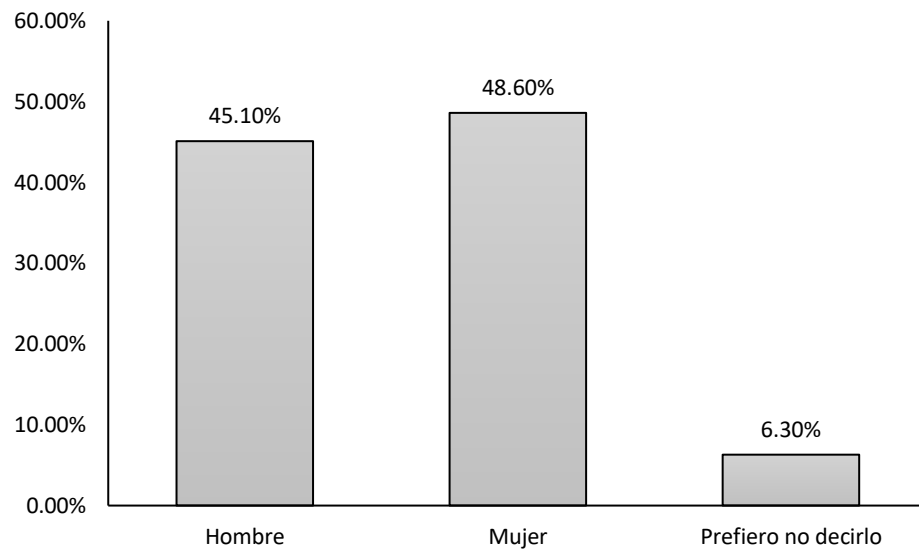


Figura 4. Género

Se observa de la población encuestada, que el 46.2% corresponde a la edad de 30 a 45 años, el 36.6% representa la edad de 45 a 65 años y el 17.2% de 18 a 29 años.

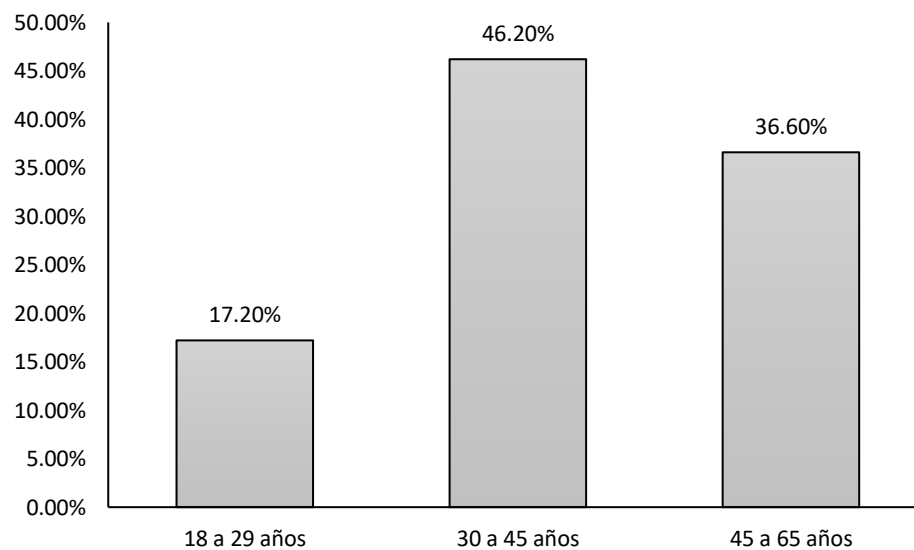


Figura 5. Edad

Respecto al grado de estudios, el 41.7% cuenta con un nivel de estudio de secundaria, el 35.4% estudios de preparatoria, el 13.9% universidad y el 9% primaria.

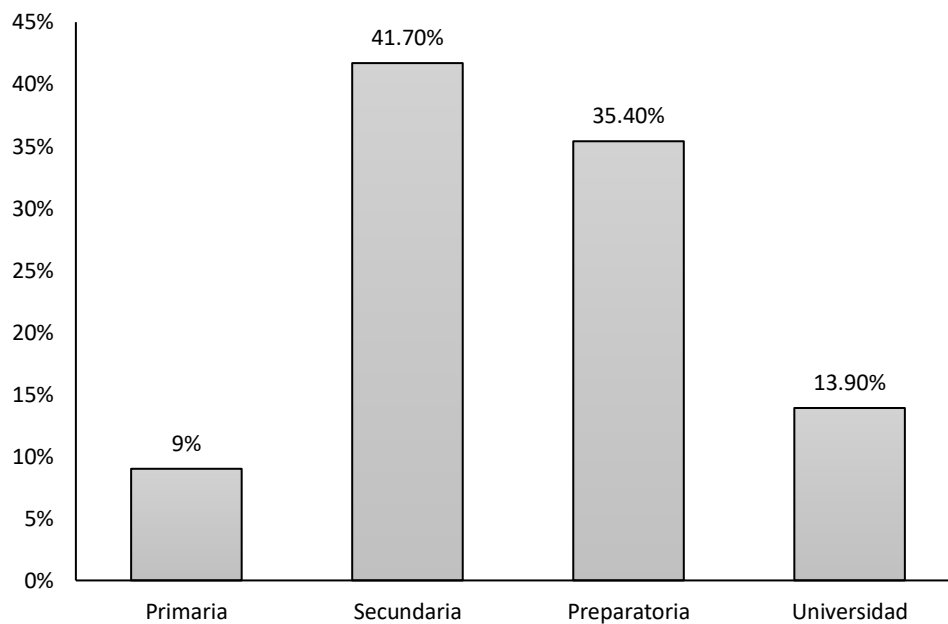


Figura 6. Grado de estudios

## 6.2 Hábitos financieros

Acorde a los resultados, el 51.3% desconoce que el término “producto financiero”, mientras que el 48.7% afirma conocerlo, por lo que, la mayoría de la población no tiene conocimiento del término.

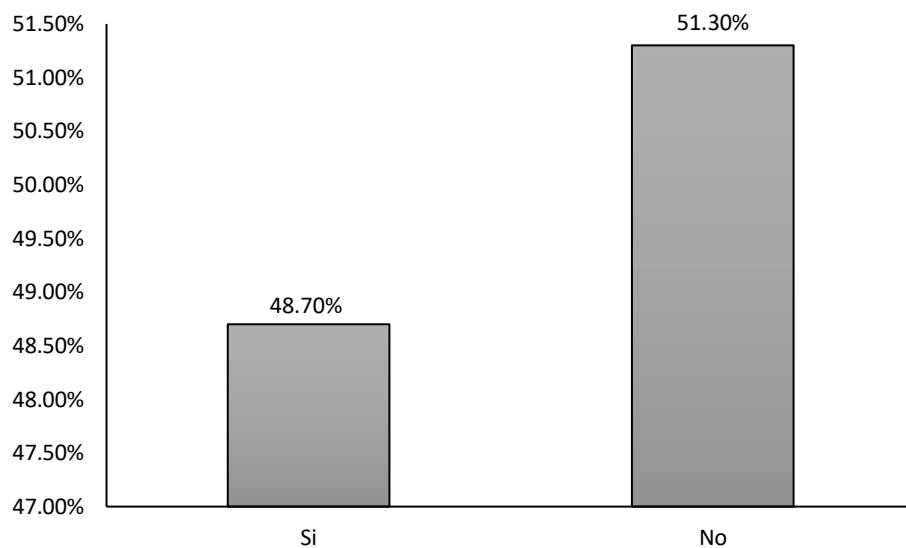


Figura 7. Conocimiento de productos financieros

En cuanto a los tipos de productos financieros que conocen los encuestados, se observó que el 76.1% conoce los créditos, el 63.4% las cuentas bancarias, el 54.2% las tarjetas de crédito, el 49.3% las tarjetas de débito, el 43.7% los seguros, el 36.6% los fondos para el retiro y el 23.2% los financiamientos. Lo que lleva a concluir que la mayoría de la población hace uso de los créditos y por eso conoce los productos financieros, aunque no sepa el término.

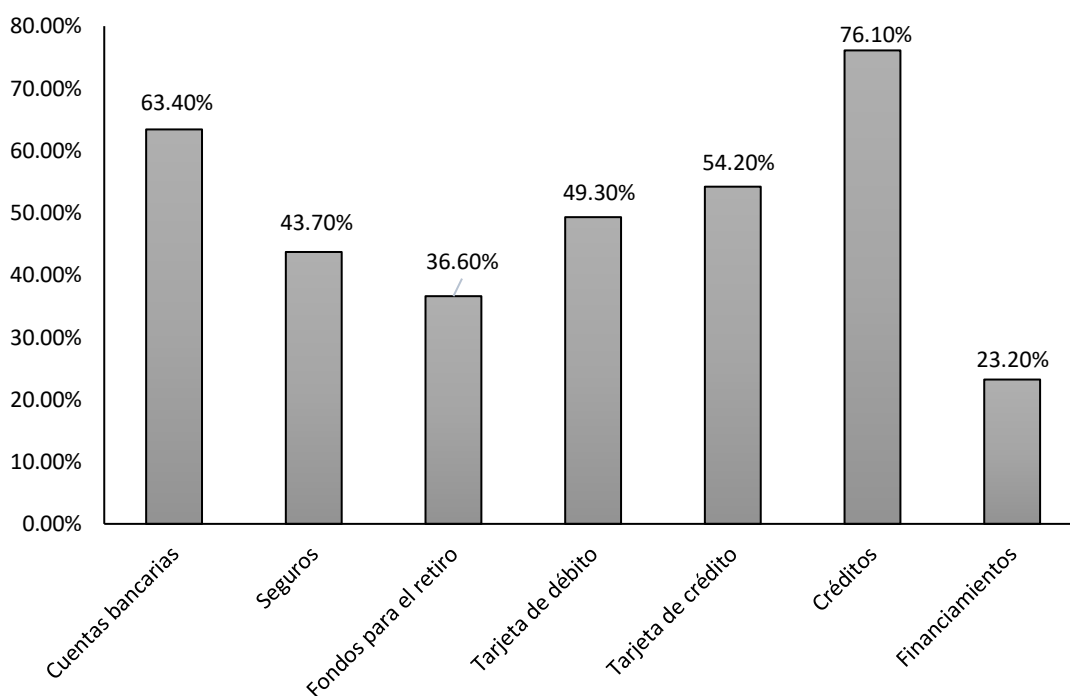


Figura 8. Tipos de productos financieros conocidos

En los resultados se observa que el 80.6% confirma haber adquirido algún producto financiero, mientras que el 19.4% manifiesta que no hace uso de los mismos.

Con este resultado se puede concluir que la gran mayoría de la población si adquiere los productos financieros.

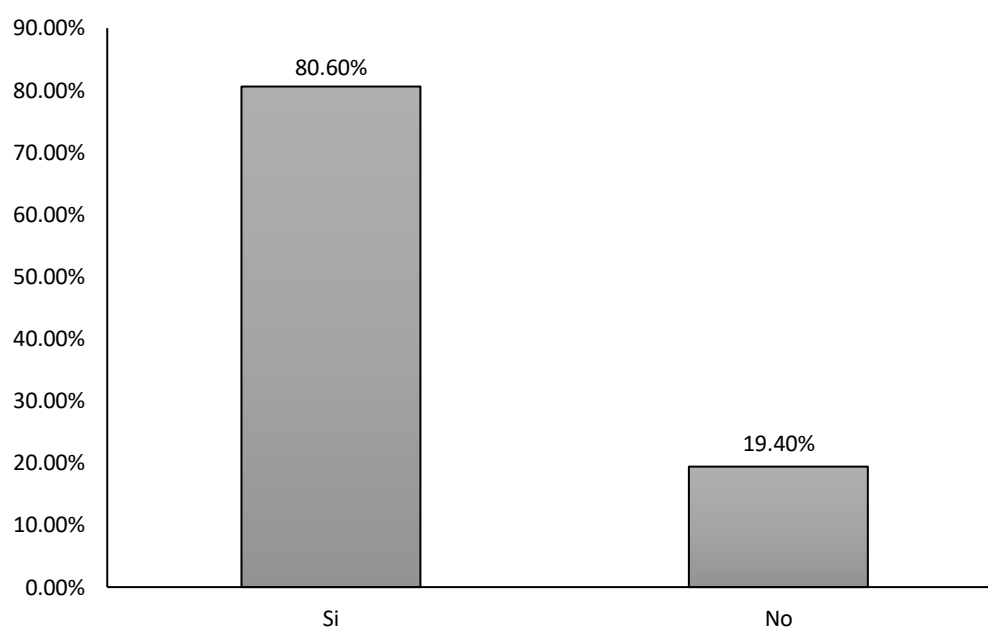


Figura 9. Utilización de productos financieros

De los encuestados que dijeron nunca haber utilizado un producto financiero (19.4%), se identificaron las razones de tal situación y son las siguientes:

El 30.3% no confía en las instituciones financieras, el 21.2% concuerda de que no le gusta hacer uso de los productos financieros, el 15.2% tiene alguna otra razón en especifica por la cual no han utilizado un producto financiero, un 12.1% no tiene gusto por adquirir un producto financiero y otro 12.1% por no cumplir con los requisitos que piden, al final con un porcentaje del 9.1% la población indica que los intereses son altos.

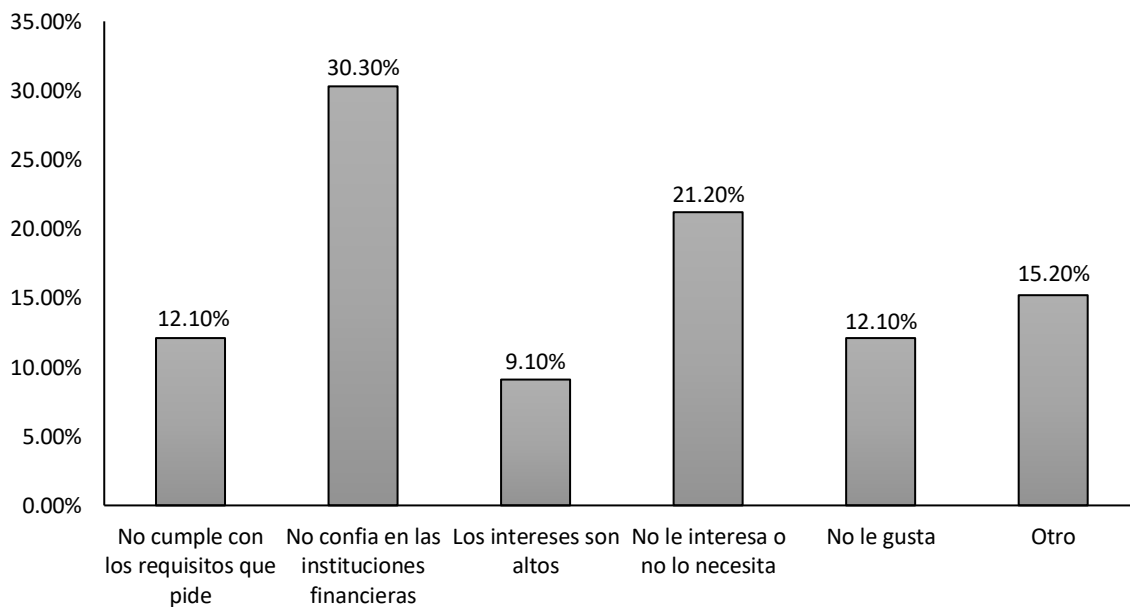


Figura 10. Razón de no adquirir productos financieros



De los encuestados que han adquirido algún producto financiero (80.6%), las instituciones bancarias de su preferencia son:

De acuerdo a la gráfica el 36% de la población tiene preferencia por el Banco Banamex, le sigue con un 32% Bancomer, el 19% hace uso de la institución financiera conocida como Compartamos Banco, el 14% ha adquirido algún producto en el Banco Santander, el 8.2% se relaciona con el Banco Azteca, mientras que el 8% utiliza productos financieros en BanCoppel; el 7.1% en Banorte, el 7% marca el uso de la institución financiera conocida como Fin sol, el 6.4% con el Banco HSBC y solo un 2.3% con Bansefi

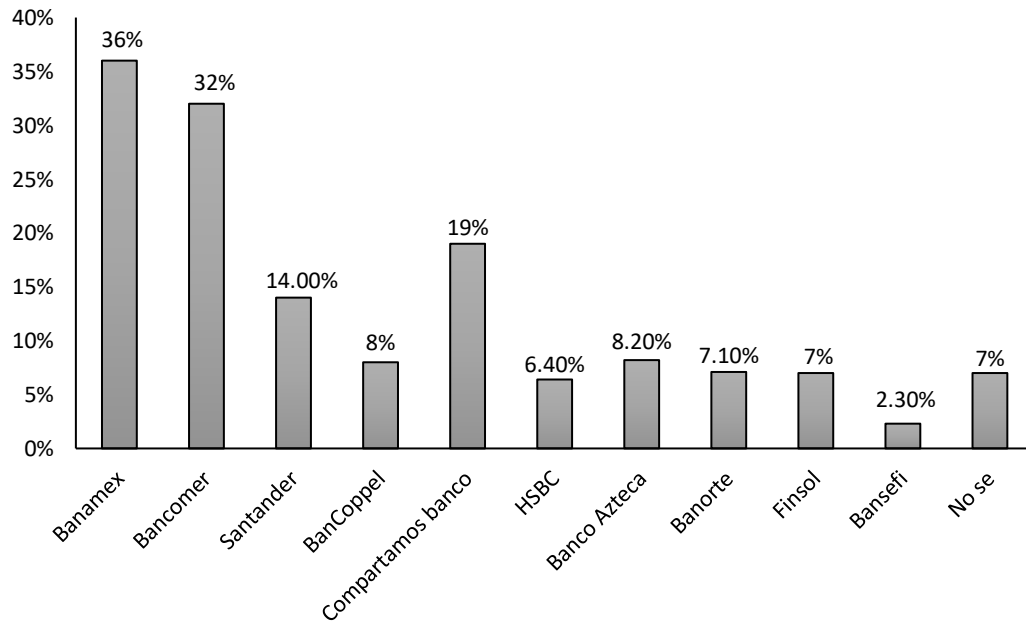


Figura 11. Institución Bancaria preferida

Del total de encuestados, se identificó que el 40.3% de la población hace uso de cuenta bancaria de nómina, el 38.8% hace uso de los créditos grupales, el 32.1% hace uso de tarjetas de crédito, el 31.3% hace uso de tarjeta de débito, el 30.6% hace uso de cuentas personales, el 29.9% hace uso de créditos personales, el 21.6% hace uso de fondo para el retiro (AFORE), el 18.7% hace uso de un seguro de auto, el 16.4% hace uso de un seguro de vida, el 12.7% no utiliza ningún tipo de estos productos financieros, el 9.7%, hace uso de créditos de vivienda, el 7.7% hace uso de un crédito automotriz, el 5.2% hace uso de ahorro para el retiro personal y seguros de daños.

Con este resultado se observa que la gran mayoría de la población tiene una cuenta bancaria de nómina y solo una minoría se preocupa por ahorrar para su retiro y asegurar sus bienes contra daños.

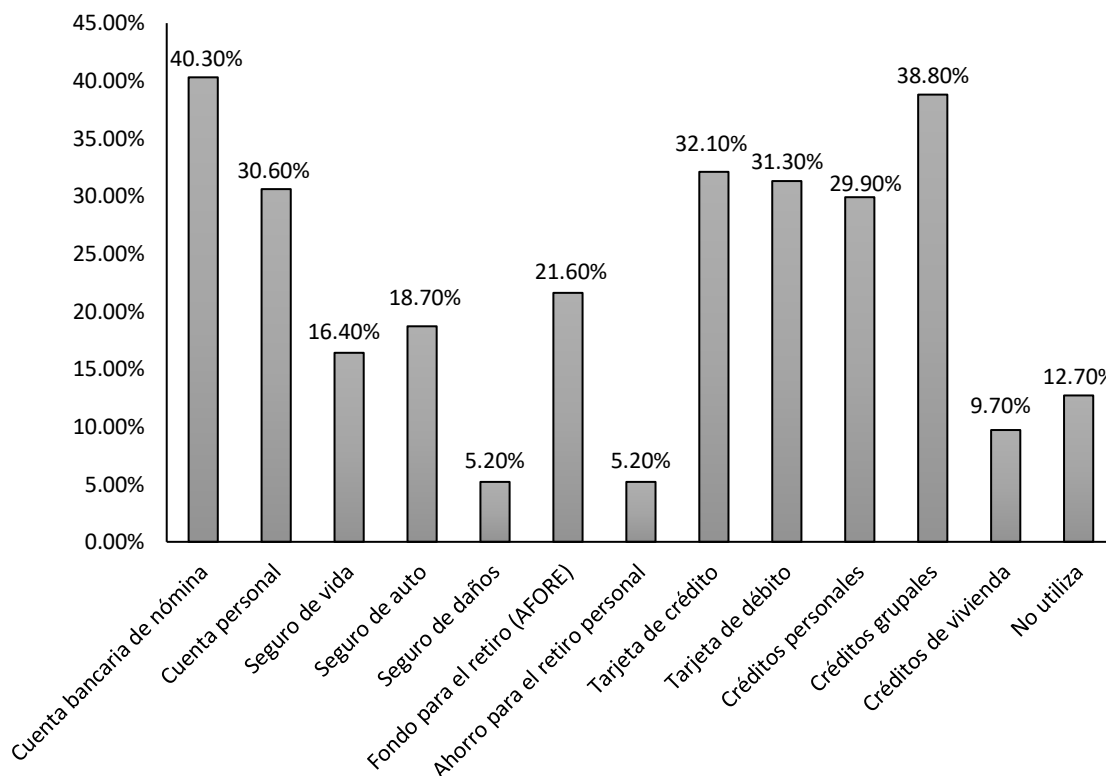


Figura 12. Uso de productos financieros

El 23.1% de los encuestados menciona que antes de adquirir un producto financiero realiza una comparación entre las instituciones bancarias y el 76.9% reconoce no hacer ningún tipo de comparación.

Con este resultado que se aprecia en la gráfica, se concluye que la mayoría de la población no tiene esa costumbre de hacer comparaciones antes de recibir el producto y solo una parte pequeña se preocupa por buscar una institución que le otorgue más beneficios.

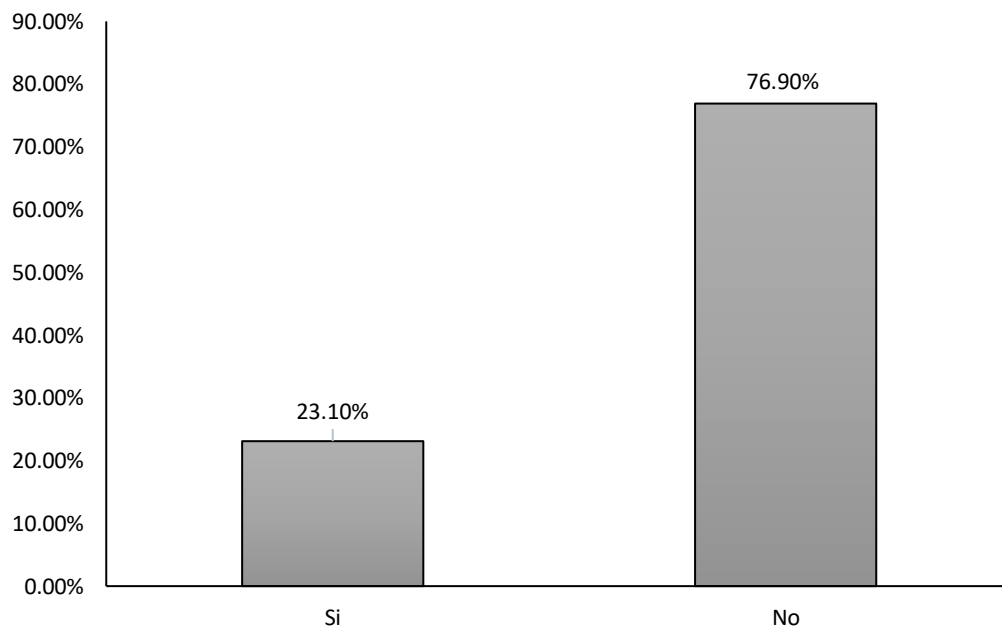


Figura 13. comparación antes de obtener un producto financiero

En cuanto al rechazo o aceptación de solicitudes de algún producto financiero por parte de las instituciones bancarias, el 59% no ha sufrido el rechazo, el 23% si le han rechazado la solicitud y el 18% restante de la población afirma no haber solicitado.

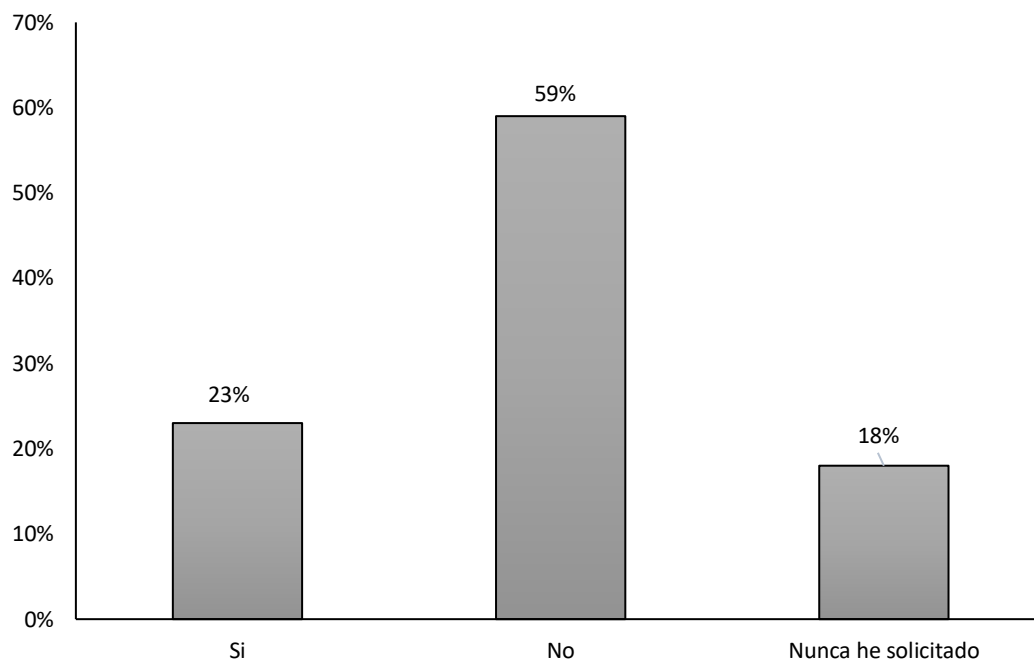


Figura 14. Rechazo o aceptación de solicitudes de productos financieros

Del 23% de los encuestados que han tenido un rechazo de una solicitud por una institución bancaria sobre algún producto financiero, los motivos que dieron son los siguientes:

El 31.04% desconoce el motivo por el cual le rechazaron el servicio, el 28.0% mencionó que fue por no poder comprobar ingresos, el 20% porque le pidieron documentos que no tenía y otro 20% más dijo que sus ingresos fueron insuficientes.

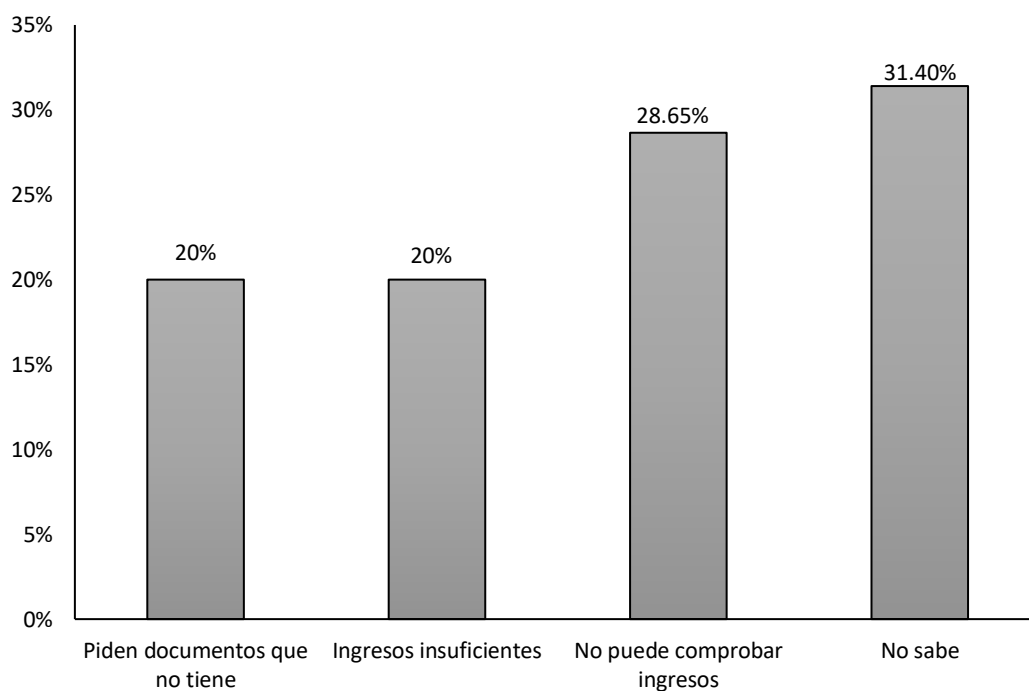


Figura 15. Razones por las que se rechaza una solicitud

En caso de tener un problema con algún producto financiero, los encuestados mencionaron que acudirían a las siguientes instituciones para buscar resolverlo:

El 48.9% indicó que acudiría al Banco o Institución financiera que le otorgó el producto financiero, el 33% desconoce quién le puede apoyar, el 16% acudiría a la CONDUSEF y solo el 1.2% iría a otro lugar que no precisó.

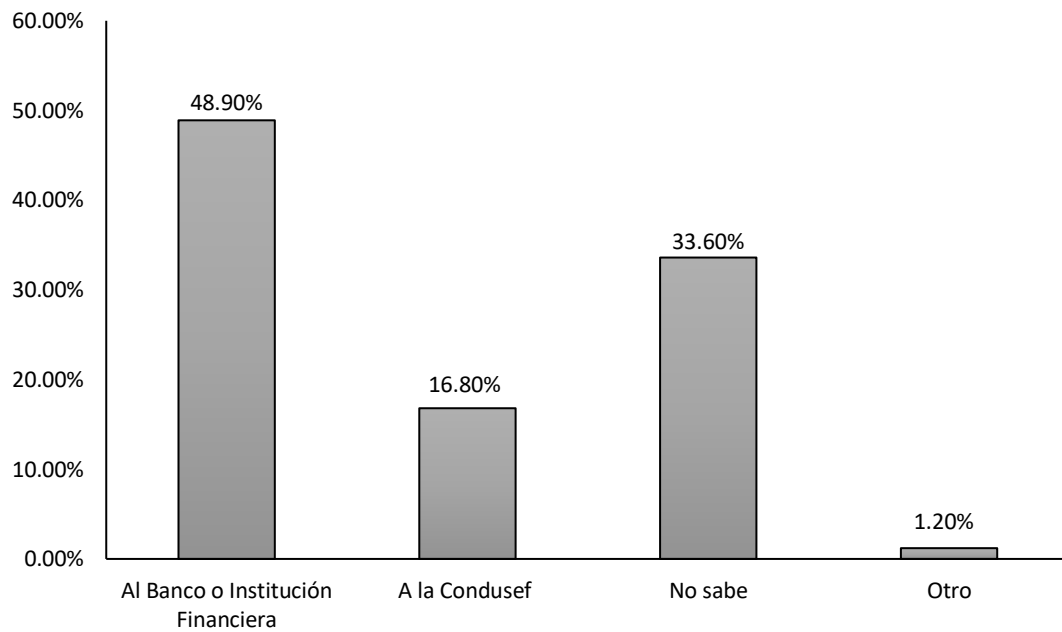


Figura 16. Apoyo para los usuarios de productos financieros

### 6.3 Ingreso

De acuerdo a los resultados, el 39.9% de la población encuestada comentó que sus ingresos son por un empleo estable, el 23% dijo ser por un negocio propio, el 15.5% es por jornal, el 12.8% por el apoyo de su pareja y un 8.8% de su pensión.

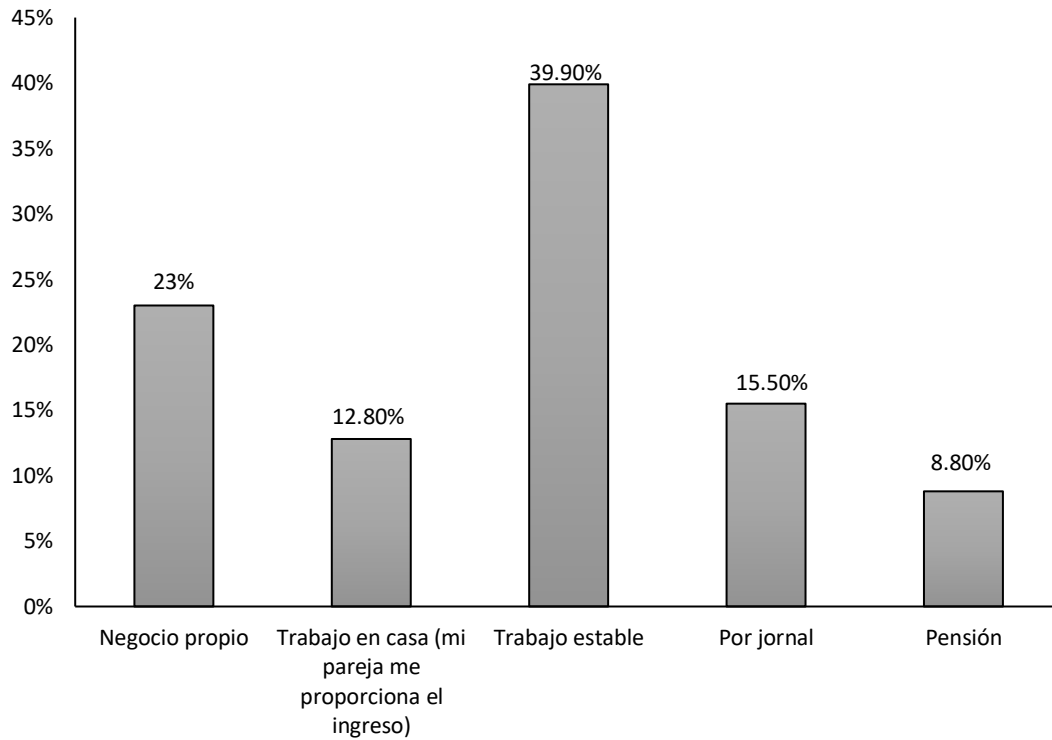


Figura 17. Tipo de fuente de Ingreso

De acuerdo a los datos obtenidos, el 78.6% de la población cuenta con una sola fuente de ingreso, mientras que el 21.4% tiene dos o más.

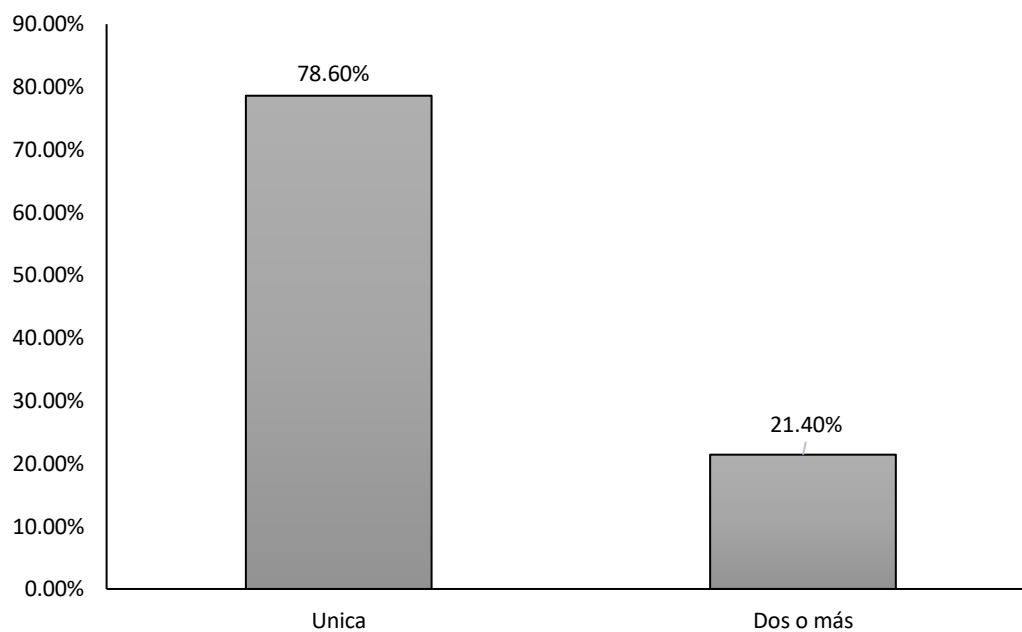


Figura 18. Total de fuentes de ingreso



De acuerdo a la gráfica el 39.6% recibe su ingreso semanal, el 32.4% quincenalmente, el 14.4% de la población recibe un ingreso diario y el 13.7% mensual.

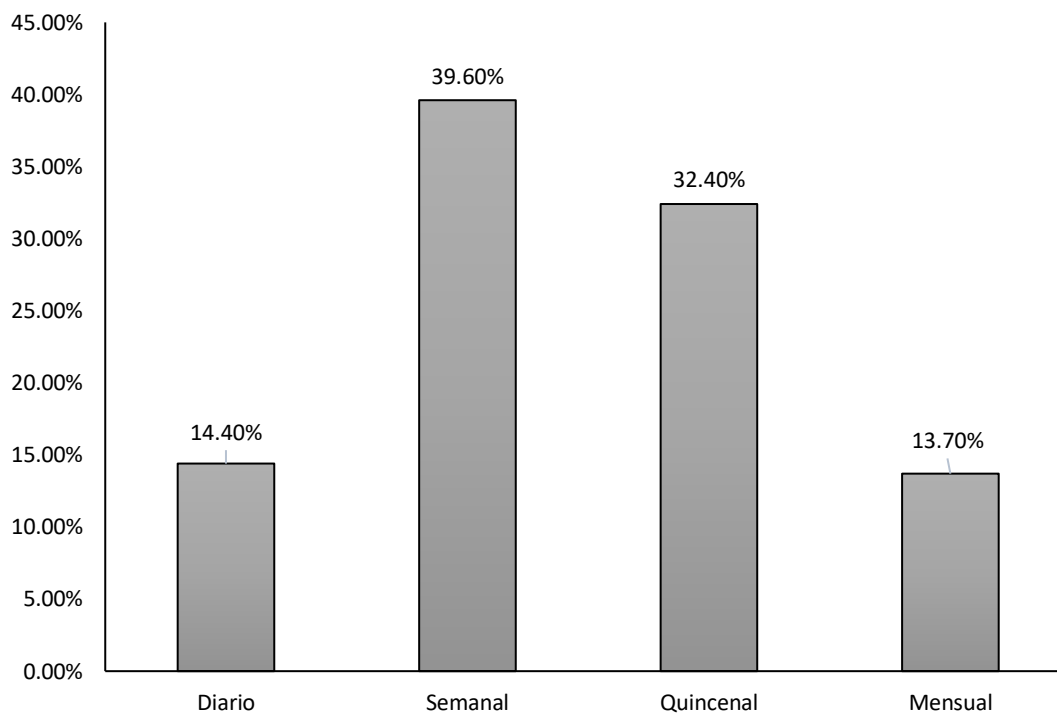


Figura 19. Periodicidad del ingreso

En la gráfica se observa que, el ingreso del 52.9% de la población oscila entre los tres mil y cuatro mil pesos mensuales, el 23.6% está entre cuatro mil y cinco mil pesos mensuales y el otro 23.6 % de cinco mil o más.

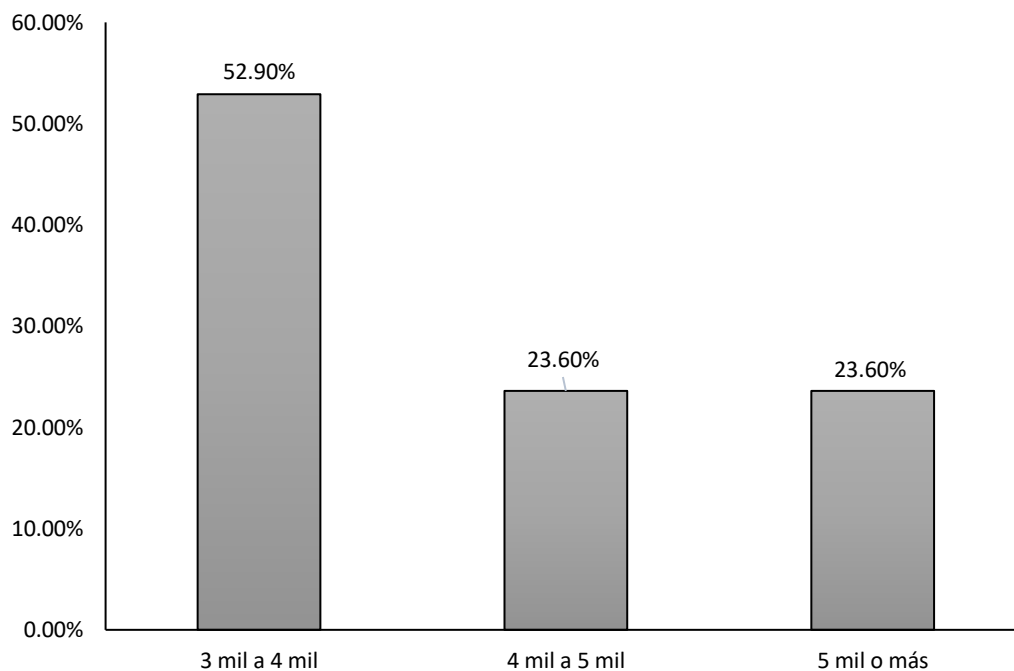


Figura 20. Total de ingreso mensual

De acuerdo a los datos, el 65% recibe el pago de su salario en efectivo, el 32.1% en tarjeta de nómina, el 2.1% de otra forma de pago y el 0.07% manifiesta que recibe vales o tarjeta de despensa.

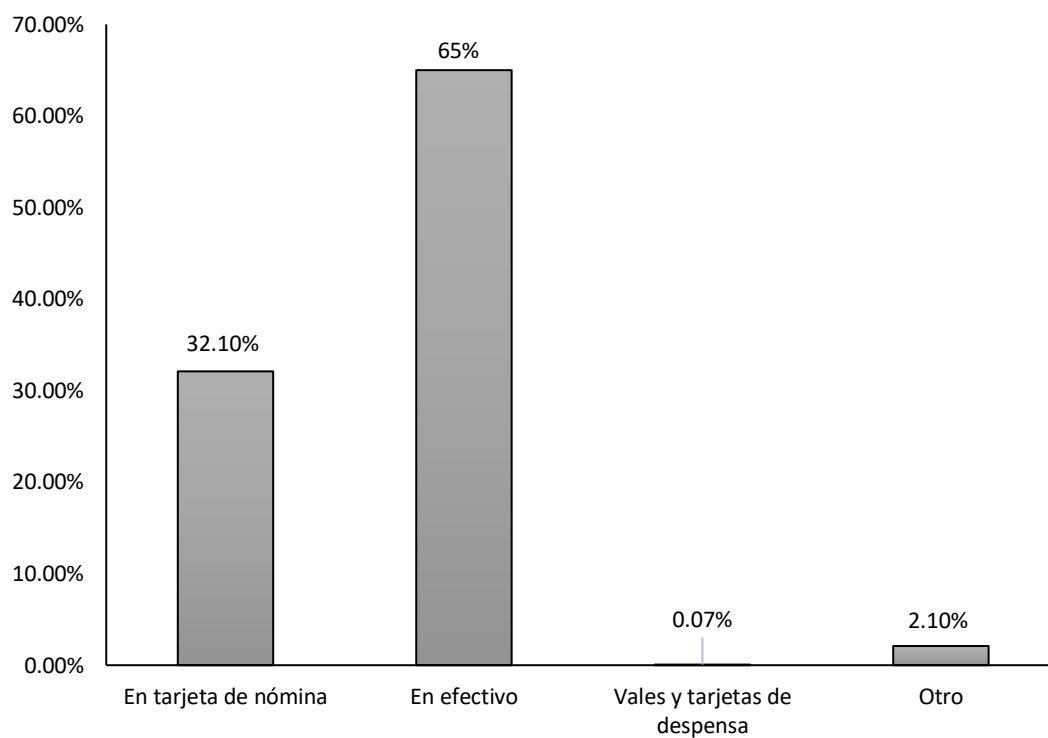


Figura 21. Modo de pago

Del total de encuestados, el 31.8% destina su ingreso para la alimentación, el 21.6% para cuestiones de salud, el 19.1% en educación, el 14.1% en vestimenta, el 11.2% lo invierte y el 2.3% restante lo utiliza para otras actividades.

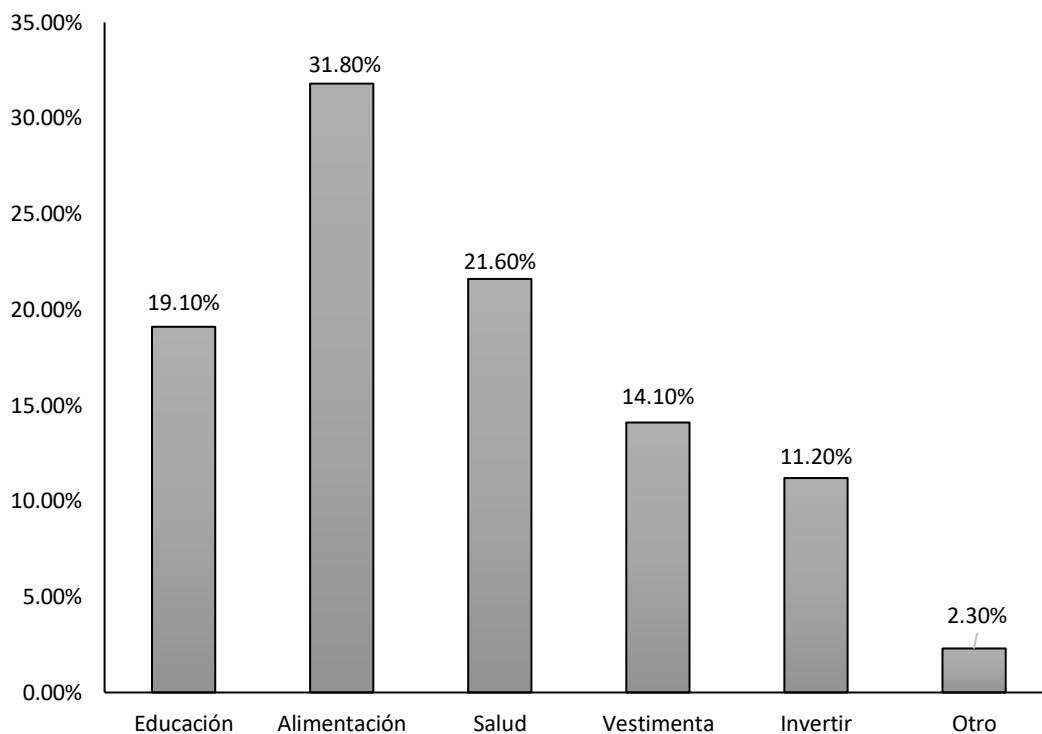


Figura 22. Destino del ingreso recibido

De acuerdo a los datos, el 43.7% de los encuestados rara vez realiza compras fuera de su presupuesto, el 32.4% algunas veces, el 17.6% manifiesta nunca realizar compras que rebasen su ingreso, el 3.5% casi siempre y el 2.8% siempre.

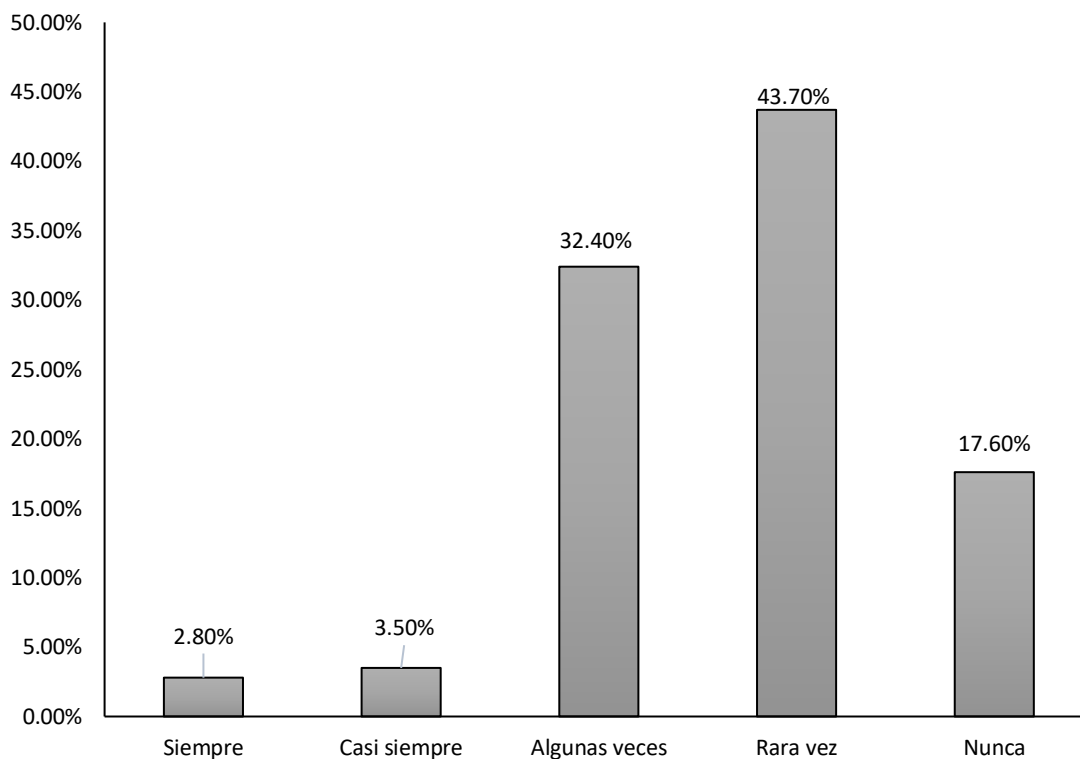


Figura 23. Compras mayores al ingreso

## 6.4 Necesidades

De acuerdo a los resultados, el 70.4% de los encuestados manifestaron que al momento de la aplicación del cuestionario no tiene ninguna necesidad que amerite el uso de algún producto financiero y el 29.4% si necesita de los servicios.

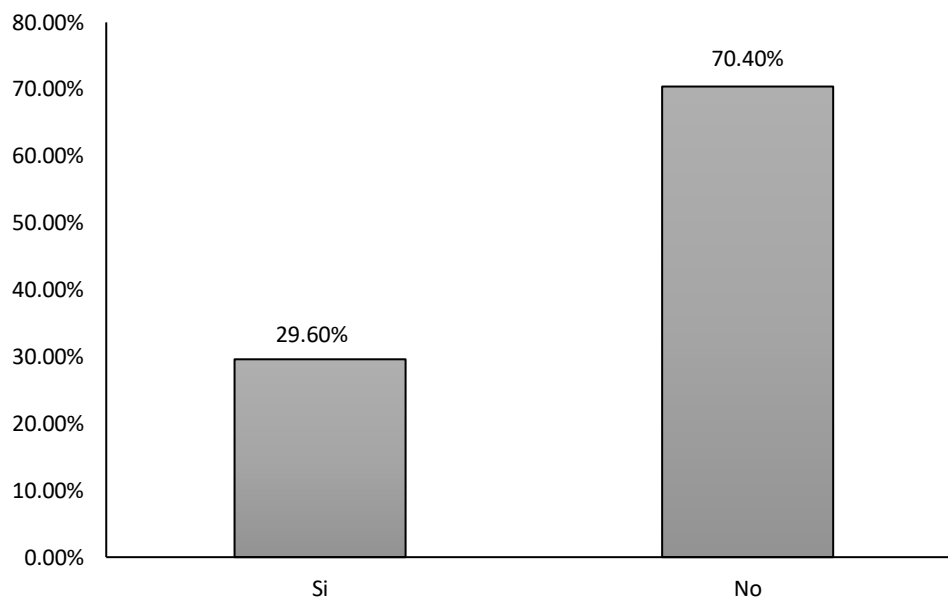


Figura 24. Necesidad de adquirir un producto financiero actualmente

Del total de encuestados que sí requieren actualmente algún producto financiero (29.65), el 13.2% manifestó que para cubrir sus necesidades financieras requiere los créditos personales, el 8.8% crédito de vivienda, el 8.8% Fondos para el retiro AFORE, el 7.7% crédito automotriz, el 7.7% seguro de vida, el 4.4% cuenta personal, el 2.2% seguro de daños, el 1.1% seguro de autos, otro 1.1% tarjeta de débito; mientras que el 52.7% de la población manifiesta que al momento no tiene ninguno en particular.

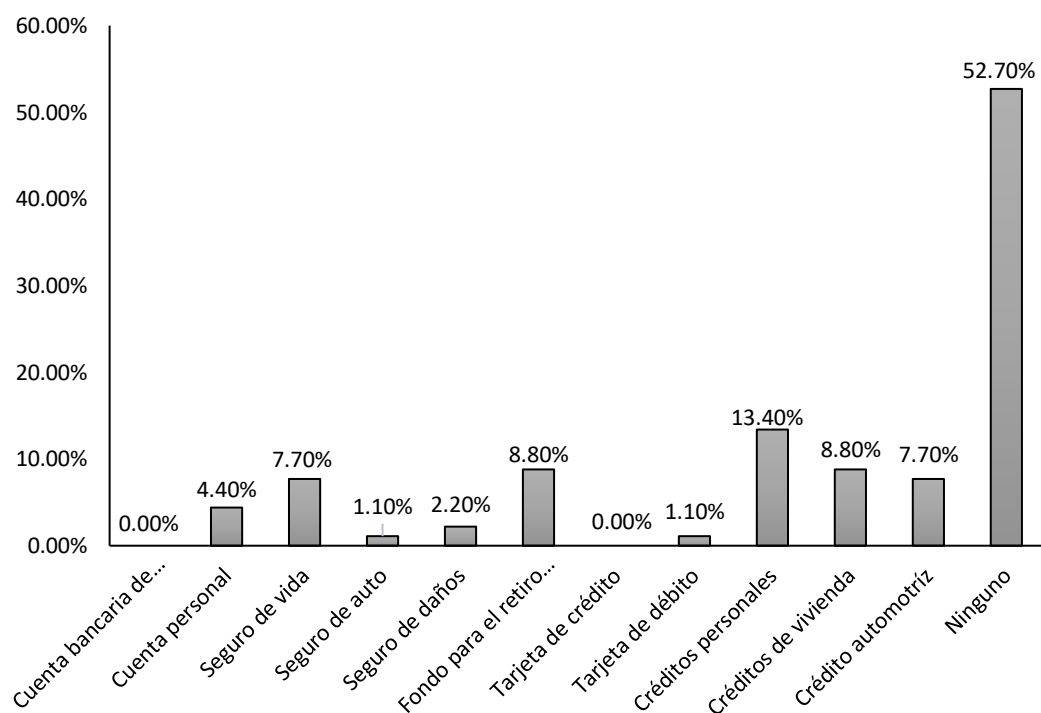


Figura 25. Producto que cubre su necesidad financiera actual

De acuerdo a los datos de la gráfica, el 52.6% no conoce algún Banco o Institución que le brinde el producto financiero que necesita actualmente y el 47.4% afirma conocer un Banco o Institución Financiera.

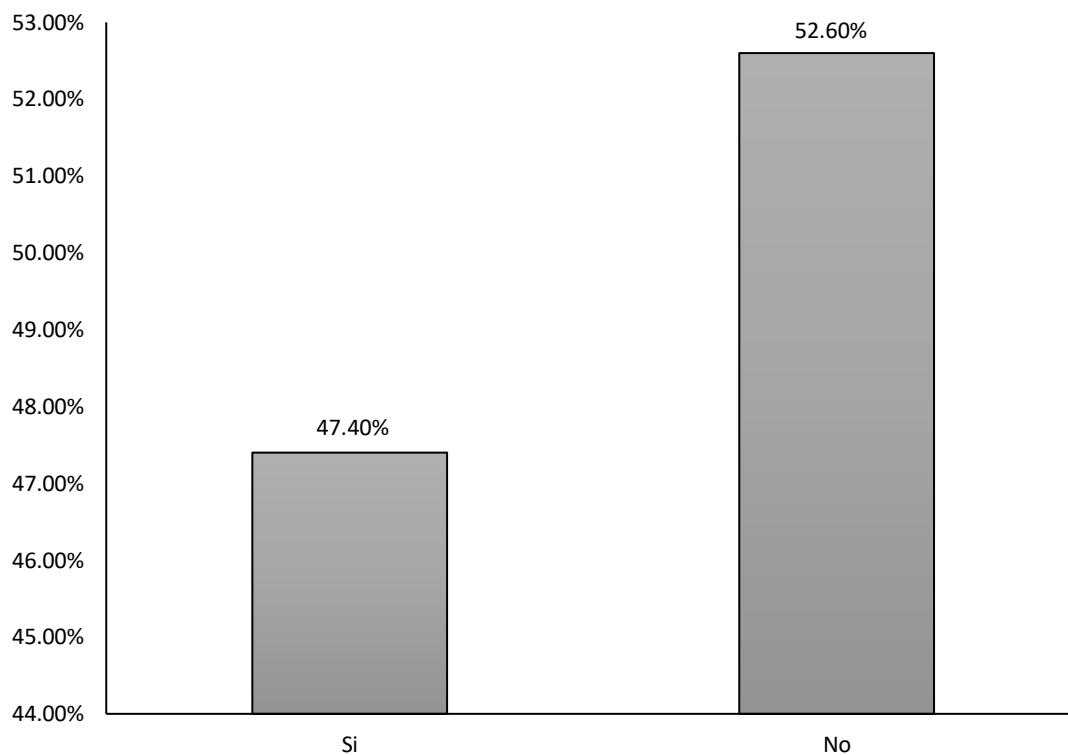


Figura 26. Reconocimiento de banco o institución



El 19.3% de los encuestados que necesita un producto financiero, identifica al banco Bancomer, el 18.4% no conoce ningún Banco o Institución financiera que ofrezca el servicio, el 14.9% menciona a Banamex, el 6.1% a Santander, el 5.2% a Compartamos banco, el 4.4% a HSBC, el 2.6% a Fin sol, el 2.6% a Banorte, el 2.6 menciona a Abaco, el 0.88% a Banco Azteca, el 0.88% a BanCoppel y Bansefi con un porcentaje de 0.88%.

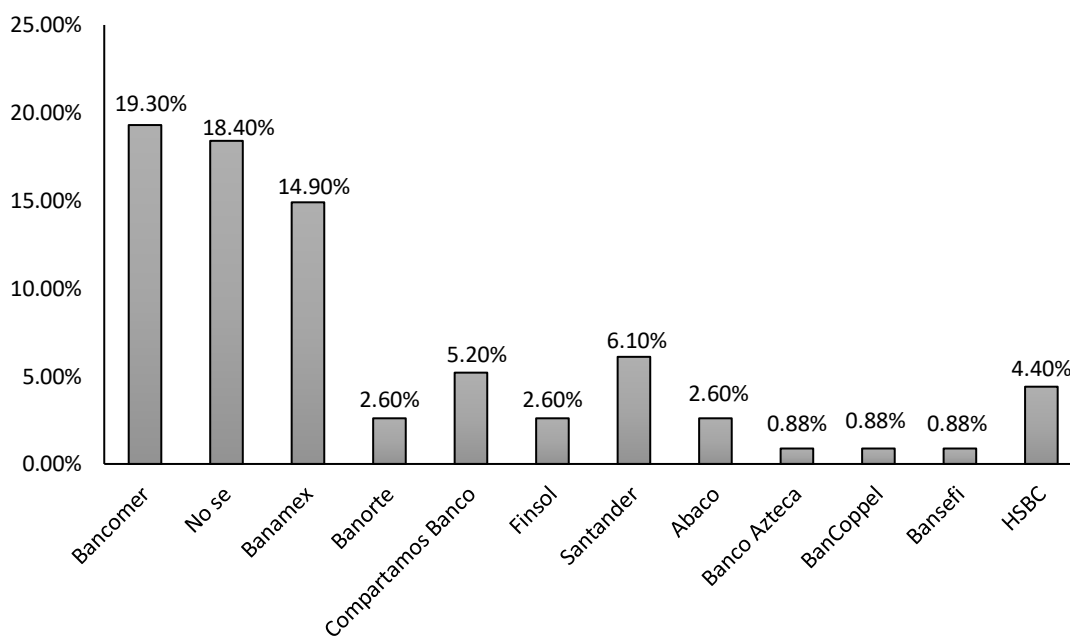


Figura 27. Nombre de la Institución Bancaria que reconoce

De acuerdo a los resultados, el 32.7% de los encuestados recuerda a la institución financiera que mencionó en la pregunta anterior, por una sugerencia, el 20.6% por otros motivos, el 18.7% por seguridad y confianza, el 12.1% por su calidad en el servicio, el 11.2% por que la institución realiza menos tramites y el 10.3% por la rapidez en el servicio.

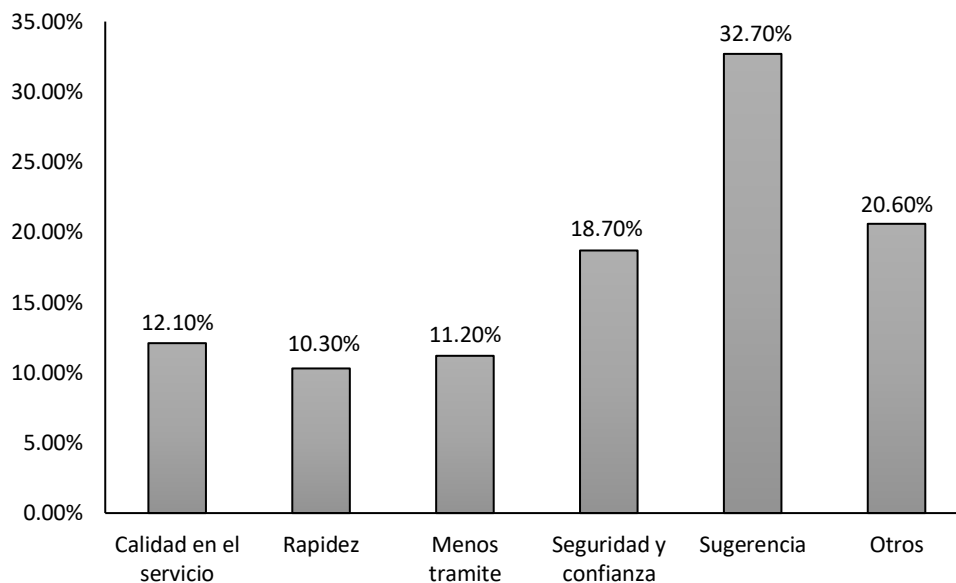


Figura 28. Característica de posicionamiento de la institución financiera

## VII. CONCLUSIONES

De acuerdo al resultado de la investigación de mercado realizada en la comunidad de Álvaro Obregón Quintana Roo, podemos señalar que la mayoría de las personas encuestadas son mujeres, quienes confirman que son las que administran con mayor frecuencia la parte económica de los hogares; estas se encuentran en el rango de edad de entre 30 y 45 años, con un grado de estudio de secundaria terminada. La población manifiesta en primera estancia falta de conocimiento sobre los productos financieros, sin embargo, después de que se le mencionaron los productos financieros, manifiestan que tienen conocimiento de los créditos, las cuentas bancarias y las tarjetas de crédito.

Esta población utiliza o ha utilizado algún producto financiero, una cuenta bancaria de nómina y créditos grupales. Se pudo observar que las instituciones financieras con más presencia en la comunidad son: Banamex, Bancomer, Compartamos Banco y la casa financiera con el nombre de Fin Sol.

Quienes han adquirido un producto financiero, manifiestan no hacer algún tipo de comparación con las competencias y no se percatan de los demás beneficios. Y solo algunos, se toman el tiempo de investigar que Institución le puede ofrecer más y mejores productos financieros. Por otra parte, la población que no utiliza productos financieros es debido a la nula confianza en las instituciones financieras, además de que no cumplen con los requisitos que piden, existe una parte de la población a las que se le ha rechazado una solicitud, las razones de este rechazo tienen que ver con la comprobación de sus ingresos o piden documentos que no tienen.

Es importante mencionar que la población expresa que al momento de tener algún problema sería conveniente ir al Banco o Institución Financiera, mientras una minoría tiene conocimiento de que la CONDUSEF es la institución responsable de la defensa a los usuarios de servicios que otorgan estas Instituciones financieras.

El total de la población encuestada tiene como única fuente ingreso un trabajo estable en el cual percibe su sueldo cada semana, en total con un ingreso mensual de tres mil a cuatro mil pesos en efectivo, este ingreso es destinado con mayor frecuencia a la alimentación y salud. Con esta información se puede concluir que hay un escaso recurso económico y se reafirma el por qué hay más uso de las cuentas bancarias y créditos grupales, por lo que, considerando todo lo anterior, se determina que existe una demanda de los productos financieros, al identificar que existe una necesidad latente por parte de la población para solicitar a las financieras alguno de sus productos y eso se puede ver en la cantidad de rechazos de solicitud de créditos, que de regularizarse los documentos que presentan, una mayor cantidad de personas podrían adquirir estos productos, en consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación planteada de la existencia de la demanda en la comunidad de Álvaro Obregón.

Esto resulta ser bueno ya esta información marca una pauta para la toma de decisiones de quienes adquieren este tipo de productos financieros y de la misma manera beneficia a los proveedores quienes pueden tener punto de partida para desarrollar nuevas estrategias de mercado de acuerdo a las necesidades de cada cliente.

Es importante tomar los resultados como base para la toma de decisiones en general para quienes prestan y para quienes adquieren los productos financieros, gestionando y equilibrando las finanzas mediante una inclusión financiera adecuada y continua, y que a futuro las investigaciones sobre el tema se amplíen y puntualicen, siendo posible realizar múltiples aportaciones de carácter científico que ayude a la implementación de estrategias de mercado de productos financieros; beneficiando tanto el cliente como la empresa con servicios que se ajusten a las necesidades de cada individuo, por lo que mejorar las habilidades y estrategias aplicadas a esta área es de suma importancia.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, P. (25 de Julio de 2011). *Evaluación en materia de diseño del programa de asistencia técnica al microfinanciamiento rural*. Obtenido de PATMIR- CONEVAL: <http://www.coneval.org.mx>
- Alberro, I. (2016). *Grandes problemas inclusión financiera en México retos y expectativas*. México: Colmex.
- Andrade, P. J. (2009). *Productos financieros y alternativas de financiación*. Zaragoza: Asociación de jóvenes empresarios de Zaragoza, Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza,.
- Aparicio, G. (19 de Noviembre de 2021). El Economista. *Los Retos de la Inclusión Financiera en México*.
- Bansefi. (2011). Obtenido de <http://www.bansefi.gob.mx/>
- Banco Mundial. (02 de julio de 2018). *Profundizar la inclusión financiera en México*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org>
- Banxico. (2019). *Reporte de inclusión financiera*. Obtenido de <https://www.banxico.org.mx>
- Bouquet, E. (2007). Construir un sistema financiero para el desarrollo rural en Mexico. *TRACE, Red de revistas científicas de de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 37-38.
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (31 de Mayo de 2016). *Normatividad aplicable a las sociedades financieras populares y sociedad financieras comunitarias*. Obtenido de <https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/normatividad-aplicable-a-las-sociedades-financieras-populares-y-sociedades-financieras-comunitarias>

- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (23 de Noviembre de 2018). *Resultados de la encuesta de inclusión financiera ENIF 2018*. Obtenido de <https://www.gob.mx/cnbv>
- Economista. (27 de octubre de 2018). Inclusión financiera para zonas rurales , desafío para nuevos gobiernos. págs. 8-10.
- Enciclopedia Municipios y delegaciones de México. (2018). <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM23quintanaroo/mediofisico.html>.
- Estrada, R. (27 de Enero de 2020). *El Financiero*. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/>
- Financieras, I. (8 de Noviembre de 2020). *Economía para financieros*. Obtenido de <https://hoyfinanzas.com/economia/instituciones-financieras/>
- Hernández, A. (11 de Diciembre de 2020). Mil 432 municipios del país, con muy baja inclusión financiera: Citibanamex. *El Universal*, págs. 1-12.
- INEGI. (23 de Noviembre de 2018). *Tercera Encuesta Nacional de Inclusión Financiera*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx>
- Luna, N. (2018). Tasa de interes, ¿que es y como se calcula? *Entrepreneur*, 6-15.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). (P. Guerrero Rosas, F. Hernández Carrasco, Edits., & M. E. ORTIZ SALINAS, Trad.) México: Pearson Educación.
- Mansell, C. (1992). *Las nuevas finanzas de México*. México: Milenio.
- Ortiz L. Z. O. (2001). *El Dinero, La teoría, la política y las instituciones*. UNAM: Facultad de Economía, UNAM.
- Pérez, E. (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la Banca de Desarrollo*. Santiago: Naciones Unidas.
- PueblosAmérica.com (07 de noviembre de 2020). *Álvaro Obregón, Othón P. Blanco* Obtenido de <https://mexico.pueblosamerica.com/privacidad.php>

- Quintero, A. (21 de junio de 2018). *Economía Simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/banca-privada>
- Raccanello, K. G. (2014). Educación e inclusión financiera. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos Mexico*, 120-121.
- Saldivar, O. G. (11 de Marzo de 2011). *Política Pública de inclusión financiera*. Obtenido de [www.docplayer.es](http://www.docplayer.es)
- Sedesol. (2013). Situación actual y perspectiva en México 2000-2005. Recuperado el 04 de 07 de 2020, [www.microrregiones.gob.mx](http://www.microrregiones.gob.mx)
- Solano, E. R. (2007). *Moneda, Banca y Mercados Financieros*. Universidad Nacional Autónoma de México: Pearson Education.
- Stuart, R. (2002). *Los pobres y su dinero*. Mexico: La colmena Milenaria.