

mercado han estado consistentemente por encima de nuestros propios pronósticos”, añadió.

Dos momentos clave en su gestión

Irene Espinosa llegó al banco central en 2018 y se convirtió en la primera mujer dentro de la Junta de Gobierno y en los ocho años que estuvo en el banco menciona dos momentos favoritos: el diseño de los billetes de la familia G y algunas monedas conmemorativas, así como la inauguración del Museo del Banco de México. La subgobernadora destaca el furor que

hubo en la sociedad mexicana por las piezas que incluyeron momentos históricos y ecosistemas mexicanos, pero el caso más famoso fue el del ajolote. “Se revalorizó algo que es endémico, que está en extinción y se logró una imagen muy realista pero muy simpática”, destacó.

“Otro proyecto en el que me encantó participar es el del Museo del Banco de México. La idea de abrir las puertas del banco, la idea de acercar el quehacer de una institución que hace cosas, digamos, desde un punto de vista intelectualmente no accesible para mucho público, pero abrir las puertas y explicar desde qué es el dinero, abrir las puertas de este edificio maravilloso, histórico, arquitectónicamente excepcional, fue un proyecto increíble”, recuerda.



Mercado Pago busca impulsar acceso del crédito a mujeres empresarias

En México sólo 13 de cada 100 mujeres que poseen una pequeña o mediana empresa (Pymes) tienen acceso al crédito; esto representa una brecha ante otros países y también una oportunidad, ya que el acceso a financiamiento puede incrementar sus ventas hasta un 30%; todo ello es algo que Mercado Pago impulsa en el país. De acuerdo con el análisis

“Incrementando el acceso al crédito digital para mujeres empresarias”, 29% de las empresarias tienen negocios unipersonales, mientras que el 56% declaran tener ventas en efectivo superiores al 50%; en tanto que para el 61%, tener acceso al crédito es un punto clave para ampliar su negocio. Según Alejandra Ríos, líder de Proyectos en Women’s World Banking, para tener un crédito de capital de inversión, las mujeres necesitan montos más altos y plazos más largos.

Ante este panorama, Mercado Pago hizo un análisis piloto para poder incrementar el acceso a crédito en sus usuarias, las cuales representan el 40% de sus clientes y donde 18% tiene algún préstamo, por encima del promedio nacional que ofrece el sistema financiero mexicano. La estrategia de la fintech va encaminada

Recopilado por el Staff de El Inversionista

En México sólo 13 de cada 100 mujeres que poseen una pequeña o mediana empresa (Pymes) tienen acceso al crédito

en dos flancos, por un lado ofrecer créditos con una intención de género y por el otro, enfocar la comunicación de acuerdo con las necesidades de las mujeres empresarias.

Alejandra Ríos comentó que realizaron un test para incrementar el acceso al crédito, del que destacó que un 19% de las mujeres que recibieron una oferta anticipada de crédito la aceptaron en comparación con el 7% de las personas que no la recibieron, mientras que 8% de las que recibieron un recordatorio de la oferta, contrataron con un mensaje personalizado versus el 4% de los hombres.

La líder de Créditos para Pymes en Mercado Pago, Brigitte Brousset, recordó que estudios indican que en México para alrededor del 85% de las pequeñas y medianas empresas, 90% de sus

transacciones aún se realizan en efectivo. Aunque esto es reflejo de la informalidad, también genera oportunidades para las herramientas financieras y el acceso a crédito, porque para tomar una decisión las instituciones necesitan información de ese negocio.

Las Pymes que utilizan nuestros métodos de pago –afirmó Brousset– no

reemplazan sus ventas en efectivo por las digitales, sino que al implementarlas crecen al menos en un 30%, entonces eso hace que la proporción del efectivo disminuya.

La directiva de Mercado Pago resaltó que también estas pequeñas y medianas empresas comienzan a ver las ventajas de las herramientas digitales y profesionalizan sus negocios, dos factores que influyen en una menor dependencia del efectivo.

También destacó que digitalizar sus negocios, les permite tener acceso a financiamiento, debido a que las empresas de servicios financieros pueden tener mayor visibilidad del comportamiento de la empresa y así otorgarles mejores oportunidades de créditos.

