



Universidad de Navarra

Documento de Investigación

DI nº 712

Septiembre, 2007

MEJORES PRACTICAS EN BANCARIZACION DE INMIGRANTES LATINOAMERICANOS EN ESTADOS UNIDOS

Francesc Prior

Javier Santomá

IESE Business School – Universidad de Navarra

Avda. Pearson, 21 – 08034 Barcelona, España. Tel.: (+34) 93 253 42 00 Fax: (+34) 93 253 43 43

Camino del Cerro del Águila, 3 (Ctra. de Castilla, km 5,180) – 28023 Madrid, España. Tel.: (+34) 91 357 08 09 Fax: (+34) 91 357 29 13

Copyright © 2007 IESE Business School.

MEJORES PRACTICAS EN BANCARIZACION DE INMIGRANTES LATINOAMERICANOS EN ESTADOS UNIDOS

Francesc Prior¹

Javier Santomá²

Resumen

Este trabajo analiza los factores que explican el bajo nivel de bancarización de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos. Los factores ligados a la oferta de servicios financieros y el contexto regulatorio son los que principalmente explican el problema de la baja bancarización de inmigrantes en Estados Unidos. Los factores ligados a la demanda, como la falta de educación financiera, aunque son relevantes, se consideran menos importantes, ya que no explican el diferencial existente en la bancarización de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos y otros países como España.

Los problemas de oferta se analizan individualmente considerando la adaptación de los productos a la clientela, la capilaridad de la red de distribución y las metodologías de gestión del riesgo utilizadas por las entidades bancarias norteamericanas. Posteriormente, este trabajo ha presentado las mejores prácticas observadas en el sector bancario norteamericano para resolver estos problemas de oferta. La revisión de estas mejores prácticas muestra cómo las estrategias más exitosas combinan el desarrollo de productos adaptados, redes y estrategias de marketing de proximidad, metodologías de análisis de crédito inclusivas, procesos de identificación claros y seguros, y programas de educación financiera que permiten potenciar los lazos con las comunidades de inmigrantes. Las entidades que aplican estas mejores prácticas consideran al segmento de inmigrantes como su segmento objetivo y, por tanto, desarrollan estrategias específicas para servir a dicho segmento.

¹ Investigador, IESE

² Profesor de Dirección Financiera, IESE

Palabras clave: bancarización, inmigración, servicios financieros.

MEJORES PRACTICAS EN BANCARIZACION DE INMIGRANTES LATINOAMERICANOS EN ESTADOS UNIDOS

Introducción

Los inmigrantes latinoamericanos constituyen el segmento de población que más ha crecido en Estados Unidos en los últimos años, siendo actualmente la mayor minoría que vive en este país. En el año 2005¹ residían en Estados Unidos 36,4 millones de personas de origen hispano, estimándose que en el año 2050 este segmento de población podría llegar a los 81 millones². Según el Banco Interamericano de Desarrollo, en el año 2006, de los aproximadamente 37 millones de hispanos que residían en Estados Unidos, más de 17 millones habían nacido en países de América Latina. Se trata, por tanto, de inmigrantes de primera generación, residentes no sólo en las áreas urbanas tradicionales, tales como Los Angeles, Chicago o Nueva York, sino también en otras zonas geográficas de Estados Unidos. Según la encuesta realizada por esta entidad, el estado con mayor presencia de inmigrantes de primera generación era California (5,8 millones), seguido de Texas (2,8 millones), Nueva York (1,4 millones) y Florida (1,3 millones). Sin embargo, la presencia de inmigrantes de primera generación procedentes de América Latina es importante en casi todos los estados de la Unión.

La importancia económica de los inmigrantes latinoamericanos, especialmente de los inmigrantes de primera generación, se observa por el monto de las remesas enviadas a sus países de origen. Según el Banco Interamericano de Desarrollo, en el año 2006 las remesas enviadas desde Estados Unidos a América Latina alcanzaron los 45.276 millones de dólares, lo que supone un aumento del 51% respecto de las remesas enviadas en el año 2004. Según el mismo estudio, la contribución a la economía de Estados Unidos de estos inmigrantes de primera generación fue, en el año 2006, de 457.746 millones de dólares. A pesar de que en los últimos años la inmigración latinoamericana ha encontrado otros países de acogida, tales como España o Japón, la importancia de Estados Unidos sigue siendo capital como destino de la inmigración procedente de la región y origen de las remesas enviadas a sus países de origen.

La comunidad latina, como tal, ha aumentado significativamente su peso económico en los últimos años, estimándose que su capacidad de compra pudiera llegar a los 926.000 millones de

¹ Current Population Survey, 2005.

² Passel (Pew Hispanic Center), 2007.

dólares en 2007³. Otro estudio realizado por la Universidad de Georgia⁴ estima que en el año 2010 el ingreso disponible de los hispanos, tanto de primera generación como de posteriores generaciones, excederá los 1,08 trillones de dólares, es decir, el 9,2% de la capacidad de compra de todo el país. La importancia económica de los hispanos en Estados Unidos es especialmente relevante en el segmento de pequeñas empresas. Los negocios iniciados por inmigrantes hispanos representan un segmento de extraordinario dinamismo, creciendo tres veces más rápido que el resto de las empresas en Estados Unidos entre los años 1997 y 2002⁵. En términos de propiedad de hogares, se estima que en el año 2010 los hispanos comprarán un tercio de los hogares vendidos en Estados Unidos.

³ Working Group of the Nacional Community Tax Coalition, 2006.

⁴ Selig Center for Economic Growth, University of Georgia, 16 de marzo de 2006, <http://www.selig.uga.edu/>

⁵ US Census Bureau, 2006.

Tabla 1

Inmigración y remesas entre Estados Unidos y América Latina⁶

State	LAC-Born Adults	% That Send Regularly	Remittances	% Increase since 2004	Contribution to Local Economy
California	5,829,226	63%	13,191	37%	133,365
Texas	2,832,784	47%	5,222	64%	52,792
New York	1,444,224	77%	3,714	4%	37,547
Florida	1,370,345	70%	3,083	26%	31,171
Illinois	935,656	73%	2,583	69%	26,110
New Jersey	712,207	79%	1,869	36%	18,898
Georgia	465,786	85%	1,736	83%	17,555
Arizona	701,863	57%	1,378	127%	13,930
North Carolina	376,272	84%	1,221	47%	12,340
Virginia	318,436	88%	1,110	89%	11,219
Maryland	264,193	88%	921	84%	9,308
Colorado	328,960	57%	646	19%	6,529
Nevada	314,722	57%	618	38%	6,246
Massachusetts	307,158	74%	579	10%	5,849
Pennsylvania	148,452	88%	517	187%	5,230
Washington	233,272	70%	504	43%	5,092
Tennessee	140,611	78%	407	151%	4,113
Indiana	147,652	68%	386	103%	3,906
Oregon	177,190	70%	383	75%	3,868
New Mexico	188,698	57%	370	260%	3,745
Michigan	125,709	71%	337	75%	3,404
Wisconsin	125,174	71%	335	121%	3,389
South Carolina	111,211	78%	322	117%	3,253
Connecticut	159,753	74%	301	133%	3,042
Minnesota	108,912	71%	292	98%	2,949
Utah	131,650	57%	258	58%	2,613
Arkansas	87,573	78%	253	122%	2,562
Oklahoma	115,340	57%	226	45%	2,289
Alabama	75,654	78%	219	47%	2,213
Kansas	81,999	68%	215	128%	2,169
Ohio	79,881	71%	214	98%	2,163
Louisiana	71,861	78%	208	241%	2,102
Missouri	63,392	68%	166	58%	1,677
Kentucky	55,501	78%	161	203%	1,623
D.C.	44,148	88%	154	64%	1,555
Nebraska	58,748	68%	154	92%	1,554
Idaho	65,752	70%	142	48%	1,435
Iowa	52,690	68%	138	100%	1,394
Rhode Island	69,279	74%	130	n/a	1,319
Delaware	30,240	88%	105	n/a	1,065
Mississippi	34,428	78%	100	n/a	1,007
Hawaii	15,974	70%	34	n/a	349
Wyoming	15,244	70%	33	n/a	333
Alaska	15,184	70%	33	n/a	331
New Hampshire	16,998	74%	32	n/a	324
South Dakota	8,795	68%	23	n/a	233
Maine	11,530	74%	22	n/a	220
North Dakota	5,821	68%	15	n/a	154
Vermont	4,969	74%	9	n/a	95
Total 48 States and D.C.	17,228,349	73%	45,276	51%	457,746

⁶ Banco Interamericano de Desarrollo (FOMIN), 2006.

El rango migratorio es el elemento común que define de forma más clara las relaciones bancarias que tienen los inmigrantes latinoamericanos, con independencia de su país de origen. Existe una alta correlación entre el estrato económico del que proceden los inmigrantes y su rango migratorio. Según el Banco Interamericano de Desarrollo, un 74% de los inmigrantes de primera generación con ciudadanía americana tenían cuenta bancaria en el año 2006, y un 61% de los inmigrantes de primera generación con residencia legal tenían cuenta bancaria en el país. Sin embargo, un 68% de los inmigrantes ilegales latinoamericanos residentes en Estados Unidos no tenían cuenta bancaria en ese mismo año⁷. Aproximadamente un 78% del total de los hispanos residentes en Estados Unidos no se encuentran en situación legal.

Un segundo factor que determina las relaciones bancarias de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos es su país de origen. A pesar de que la mayor parte de los inmigrantes procedentes de esta región son de habla hispana, las diferencias culturales existentes entre sus países de origen requieren una aproximación diferenciada de aquellas entidades que quieran prestarles servicios financieros. Del total de la población de Estados Unidos, un 7,3% es de origen mexicano, un 1,2% de origen puertorriqueño, un 0,4% de origen cubano y un 3,6% de otros países⁸. La importancia de la población mexicana es todavía más relevante cuando consideramos sólo la población latinoamericana nacida en sus países de origen.

Adicionalmente, los inmigrantes latinoamericanos provenientes de un mismo país pueden tener diferencias culturales relevantes. Como en cualquier sociedad, las diferencias raciales, de clase, cultura, y en algunos casos lingüística, son fuerzas diferenciales que conforman identidades colectivas independientes. Estas diferencias son de especial relevancia entre las primeras y segundas generaciones de inmigrantes latinoamericanos ya nacidos en Estados Unidos. Finalmente, y dadas las extremas diferencias de ingreso que se dan en los países latinoamericanos, las diferencias culturales y económicas entre los inmigrantes provenientes de los segmentos más afluentes de esos países, y el resto de inmigrantes, es muy relevante. De hecho, los inmigrantes provenientes de segmentos adinerados, así como los inmigrantes de segunda generación, tienden a comportarse de forma muy similar a los norteamericanos en la mayor parte de aspectos de su vida, especialmente en lo que se refiere a la gestión de sus finanzas y de sus relaciones bancarias.

1. Acceso a servicios financieros de los inmigrantes latinoamericanos residentes en Estados Unidos

La participación en el sistema financiero formal es necesaria para asegurar la integración social y el desarrollo económico de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos. Sin embargo, en este país aproximadamente 22 millones de hogares (10% de la población) no tienen cuenta corriente o cuenta de ahorro en una institución bancaria⁹. Se trata de un porcentaje superior al de otros países desarrollados, como por ejemplo España, cuyo grado de bancarización es del 98,8%¹⁰. Este bajo nivel de bancarización frena por tanto el desarrollo económico y social de un segmento de población importante de Estados Unidos.

⁷ Bendixen and Associates, 2006.

⁸ CPS, 2005.

⁹ The Center For Financial Services Innovation, 2005.

¹⁰ BBVA, 2007.

El porcentaje de desbancarizados es muy superior entre el segmento de población inmigrante. Los estudios realizados para medir el grado de bancarización de la población latinoamericana residente en Estados Unidos estiman que entre un 33% y un 44%¹¹ de este segmento de población no tiene cuentas corrientes o cuentas de ahorro. Este porcentaje aumenta cuando sólo consideramos los inmigrantes latinoamericanos de primera generación que envían remesas, estimándose que un 51% de este segmento de población no tiene acceso a dichos servicios financieros básicos¹².

El porcentaje de bancarización de los inmigrantes en Estados Unidos es también muy inferior al de otros países desarrollados. En España, por ejemplo, el porcentaje de inmigrantes con empleo y con cuentas bancarias era del 82,5%, mientras que el porcentaje total de bancarización de todos los inmigrantes latinoamericanos residentes en España era del 70%¹³. El porcentaje de bancarización de los emisores de remesas en España (76% del total de inmigrantes), es también mucho más elevado que en Estados Unidos, estimándose en un 77% del total de inmigrantes que envían remesas a sus países de origen. Este porcentaje es superior, según el mismo estudio, al de los inmigrantes que no envían remesas, cuyo grado de bancarización era del 63% en España¹⁴.

A pesar de que la población inmigrante latinoamericana tiene un acceso muy limitado a los servicios financieros bancarios, sí utilizan servicios financieros provistos por una importante red de proveedores de servicios alternativos¹⁵. La disposición en efectivo de cheques es el servicio financiero básico más utilizado por prácticamente todos los inmigrantes de forma regular, ya que la mayor parte de los sueldos en Estados Unidos se pagan por cheque. En segundo lugar, la compra de “*Money Orders*”, o equivalente de cheques no bancarios, es también muy común para el pago de servicios básicos como la electricidad o el teléfono. Tanto el cobro de cheques como la compra de “*Money Orders*” son servicios financieros disponibles en casi la mayor parte de supermercados y comercios de Estados Unidos.

Aunque una gran parte de los inmigrantes latinoamericanos no tiene cuentas de ahorro, dichos inmigrantes ahorran guardando efectivo en sus hogares. Los ahorros en efectivo pueden llegar a ser importantes, pudiendo alcanzar montos de entre 18.000 y 34.000 dólares por hogar¹⁶. Otra forma de ahorrar utilizada por los inmigrantes sin cuenta bancaria es la inversión de sus ingresos vía remesas en sus países de origen mediante compras de casas o inversión en pequeños negocios y educación de sus familiares.

El tercer tipo de servicio financiero de mayor importancia ofrecido por operadores alternativos no regulados es el envío de remesas. A pesar de los volúmenes, y de la importancia económica de estos flujos, tanto en Estados Unidos como especialmente en los países de destino, las entidades bancarias han tenido poco éxito en la gestión de dichos flujos¹⁷. El sector de las remesas está todavía dominado por operadores especializados no bancarios, tales como Western Union o Money Gram. Estos operadores ofrecen servicios de envíos de remesas que a pesar de ser más caros que sus competidores bancarios, son más atractivos para los inmigrantes latinoamericanos que hacen uso de ellos. Los horarios de apertura de sus locales, su

¹¹ Wiles, 2006; National Community Tax Coalition, 2006.

¹² Bendixen and Associates, 2007.

¹³ BBVA, 2007.

¹⁴ Bendixen and Associates, 2007.

¹⁵ Caskey, 1994, denomina esta red de proveedores no regulados “*fringe banking industry*”.

¹⁶ Kelderhouse, 2002.

¹⁷ Bansefi, 2007.

proximidad, la rapidez del envío y la mayor confianza que generan estas instituciones no bancarias, explican el porqué los inmigrantes deciden hacer uso de ellas a pesar de su mayor coste.

El crédito es el cuarto servicio financiero en importancia ofrecido por los proveedores de servicios financieros alternativos no bancarios. Los créditos al consumo ofrecidos directamente por los distribuidores de productos para el hogar y automóviles son muy populares entre los inmigrantes a pesar de sus altas tasas de interés. Fuentes adicionales de crédito son también las casas de empeño y los denominados “*Pay Day lenders*”, que permiten cobrar anticipadamente sueldos y salarios. El crédito hipotecario al que acceden los inmigrantes latinoamericanos es normalmente proveído por intermediarios financieros, denominados en Estados Unidos “*sub prime lenders*”. Estos intermediarios utilizan metodologías de análisis de riesgo mucho más agresivas que sus competidores bancarios. Se trata de intermediarios que aseguran la financiación del 100% del valor del activo comprado, sin analizar la capacidad de pago del comprador ni su historial crediticio.

El sector de proveedores de servicios financieros no regulados¹⁸ se ha convertido en uno de los más dinámicos del país, y su crecimiento muestra el escaso éxito que las instituciones financieras bancarias reguladas han tenido sirviendo a los inmigrantes latinoamericanos. Adicionalmente, este sector está aprovechando las innovaciones tecnológicas proporcionadas por los medios de pago electrónicos para ofrecer paquetes de servicios financieros con servicios de ahorro¹⁹. Los comercios generalistas y alimentarios se están convirtiendo en los distribuidores principales de servicios financieros a la comunidad de inmigrantes latinoamericanos.

Los productos y servicios financieros ofrecidos por los intermediarios financieros no regulados son percibidos por los inmigrantes latinoamericanos llegados recientemente a Estados Unidos como más accesibles, más fáciles de usar, e incluso de más confianza que los proveídos por las entidades financieras reguladas. Estos tres factores explican su uso masivo por parte de la población a pesar de su mayor coste.

La expansión del sector de proveedores alternativos de servicios financieros muestra el escaso éxito comercial que han tenido las entidades reguladas en el segmento de población inmigrante. Las entidades reguladas deberían aprender las técnicas comerciales de proximidad utilizadas por estos proveedores para ofrecer servicios financieros a una población que ha mostrado cómo servirla puede ser muy rentable. También deberían diseñar su oferta de valor no sólo en base a servicios financieros menos costosos, sino más adecuados a sus perfiles de riesgo.

La adecuación al perfil de riesgo del cliente es un elemento fundamental de la actividad de intermediación financiera, y es necesaria no sólo para asegurar la estabilidad financiera del cliente, sino también para asegurar la estabilidad del sistema financiero del país. En efecto, el desarrollo del sector de proveedores alternativos de servicios financieros no regulados ha puesto en situación de riesgo no sólo a la seguridad nacional del país (financiación de los atentados terroristas del 11 de septiembre 2001 a través de *Money Transmitters*), sino también la estabilidad financiera del sistema regulado (crisis actual en el segmento *subprime*).

¹⁸ Denominada en inglés “*Financial service centers*”, cuya web asociativa es www.fisca.org

¹⁹ Net Spend ofrece tarjetas de prepago que pagan intereses sobre los saldos no utilizados.

2. Causas del bajo nivel de bancarización de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos

Las entidades bancarias norteamericanas han sido incapaces de reconocer el potencial del mercado latinoamericano, especialmente en las zonas geográficas en las que la inmigración latinoamericana es reciente. Existe una percepción común entre los empleados de las entidades bancarias norteamericanas de que la demanda de servicios financieros por parte de los inmigrantes latinoamericanos no justifica la inversión necesaria para servirlos. Esta percepción se generaliza a niveles ejecutivos en zonas donde el proceso de llegada de inmigrantes es reciente.

Adicionalmente, el escaso conocimiento y adaptación de los productos bancarios a las necesidades financieras de los inmigrantes no facilita su bancarización. El perfil financiero del inmigrante es claramente diferente del perfil del cliente habitual de las entidades bancarias norteamericanas. Mientras los inmigrantes, especialmente los recién llegados, no tienen hogar en propiedad y reciben sueldos bajos, los clientes tradicionales de las entidades bancarias son individuos con elevados ingresos y con hogar en propiedad que pueden utilizar como garantía colateral al solicitar créditos.

El personal de las entidades bancarias, por lo general, no pertenece a la comunidad latina, por lo que no tiene relaciones personales ni está presente en las redes sociales latinoamericanas. Esta distancia genera desconfianza y, por tanto, dificulta el acceso de los inmigrantes a las entidades bancarias. Un segundo factor cultural si cabe aún más importante es el desconocimiento del inglés por parte de los inmigrantes, y el desconocimiento del español por parte de un gran número de empleados de entidades bancarias. Si a ello le añadimos las diferencias culturales que existen entre los latinoamericanos y los norteamericanos, incluso hablando el mismo idioma, podemos entender mejor la dificultad y los obstáculos que tienen los inmigrantes al relacionarse con las entidades bancarias.

La falta de experiencia bancaria y de educación financiera de la mayor parte de inmigrantes latinoamericanos es el factor de demanda más importante que explica la baja bancarización de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos. Esta falta de educación financiera está directamente relacionada con el hecho de que en sus países de origen estos inmigrantes no tenían cuentas bancarias. Esta falta de experiencia bancaria les hace desconfiar de las entidades bancarias, a las que ven como instituciones que sólo sirven a los individuos afluentes (en base a la experiencia de sus países de origen). Sin embargo, esta falta de educación financiera también se aplica a los inmigrantes latinoamericanos llegados a España, donde su nivel de bancarización es muy superior. Por tanto, este trabajo argumenta que a pesar de que los factores de demanda son relevantes, son los factores ligados a la oferta de servicios financieros y el contexto regulatorio los que verdaderamente explican el problema de la baja bancarización de inmigrantes en Estados Unidos.

Los problemas de oferta se pueden descomponer en la adaptación de los productos a la clientela, la capilaridad de la red de distribución y la metodología de gestión del riesgo utilizada por las entidades bancarias norteamericanas. La negativa satisfacción con el trato de los inmigrantes latinoamericanos respecto de las entidades bancarias norteamericanas refleja la falta de adaptación de los productos y servicios bancarios a sus necesidades²⁰. Esta imagen

²⁰ Gensler, 2000.

negativa contrasta con el elevado nivel de satisfacción que muestran los inmigrantes latinoamericanos en su trato con las entidades bancarias españolas²¹. Una parte del diferencial entre el grado de bancarización de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos y España se debe al diseño de sus productos.

El inadecuado diseño de los productos financieros es el primer elemento relevante de oferta que explica la baja bancarización de los inmigrantes en Estados Unidos. Las entidades bancarias norteamericanas obligan a la mayor parte de sus clientes a mantener saldos mínimos elevados. La falta de ahorro de los inmigrantes latinoamericanos recién llegados a Estados Unidos les impide cumplir este requisito. Los niveles de pobreza de los inmigrantes latinoamericanos en sus primeros años de residencia en Estados Unidos son muy superiores a los del resto de residentes en el país²². La capacidad de ahorro, cuando existe, en los primeros años normalmente se envía en forma de remesas para la mejora de la educación y de los hogares de los familiares en los países de origen.

Por tanto, la falta de liquidez inicial explica la incapacidad de los inmigrantes latinoamericanos para mantener los balances mínimos exigidos en las cuentas bancarias en Estados Unidos²³. Adicionalmente, la cultura del cheque y su utilización masiva para el pago de salarios agrava la falta de interés en la apertura de cuentas bancarias de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos²⁴. El 40% de los inmigrantes que no tienen cuenta bancaria argumentan que no la necesita, ya que pueden hacer efectivos sus cheques en cualquier centro de servicios financiero no regulado. Adicionalmente, estos centros permiten el cobro anticipado de sus cheques (*payday lenders*), aunque sea a un coste abusivo.

Las barreras culturales e idiomáticas muestran también la inadecuación de las estrategias de marketing de las entidades bancarias. Estas barreras idiomáticas, que no se presentan en el caso español en la bancarización de los inmigrantes latinoamericanos, puede ser otro factor relevante que explica el diferencial entre la bancarización de dichos inmigrantes en España y Estados Unidos. Sin embargo, las barreras culturales no se limitan al desconocimiento del inglés. La percepción de que los inmigrantes son tratados de forma discriminatoria en las entidades bancarias estadounidenses explica también en gran medida el porqué deciden no utilizar servicios bancarios.

El éxito de los proveedores alternativos se basa en la relación de familiaridad y confianza que los comercios que distribuyen dichos servicios tienen con los inmigrantes. Esta relación de confianza se basa en el conocimiento prolongado en el tiempo entre comerciante e inmigrante. Esta relación no se produce entre los empleados de las entidades bancarias y los inmigrantes, incluso cuando están bancarizados, debido a la constante rotación de personal en las agencias bancarias. Este conocimiento mutuo no sólo aumenta la confianza, sino que también mitiga el factor intimidador que generan los productos financieros en los inmigrantes latinoamericanos.

La dificultad en el acceso a las agencias bancarias es el segundo elemento que explica la inadecuación de los modelos de negocio utilizados por las entidades bancarias norteamericanas para servir a los inmigrantes latinoamericanos. La localización geográfica de las agencias bancarias, sus horarios de apertura, y la necesidad de utilizar transporte privado para acceder a dichas oficinas, explican las dificultades que sufren los inmigrantes recién llegados para acceder

²¹ Caja Madrid, 2007.

²² US Census, 2000.

²³ Reserva Federal de Chicago, 2006.

²⁴ Reserva Federal de Chicago, 2001.

a dichas agencias bancarias. Se trata de inmigrantes que mayoritariamente no han podido todavía adquirir un automóvil y que trabajan horarios largos que les impiden acceder a las oficinas bancarias cuando están abiertas. La falta de conocimiento de los productos bancarios, así como el deseo de transaccionar cara a cara con una persona, hace que tampoco se sientan motivados para utilizar cajeros automáticos, Internet o banca telefónica.

La Tabla 2 muestra la capilaridad de agencias bancarias en Estados Unidos comparada con otros países desarrollados. Como se observa, la densidad de agencias bancarias es claramente inferior en Estados Unidos a la media de los países considerados. La densidad de la red de distribución de servicios financieros en Estados Unidos sólo destaca por el número de cajeros automáticos por 100.000 habitantes. Esta ratio, aunque inferior a la canadiense y a la española, es superior a la del resto de los países analizados. Adicionalmente, las oficinas bancarias tienden a estar localizadas en zonas de mayor ingreso, mientras que en las zonas marginales donde los inmigrantes recién llegados viven, se encuentran muy pocas oficinas bancarias.

Tabla 2

Densidad de agencias bancarias comparada entre Estados Unidos y otros países desarrollados²⁵

Países desarrollados	Oficinas bancarias por cada 100.000 habitantes	Oficinas bancarias por 1.000 km ²	Número de cajeros automáticos por cada 100.000 habitantes	Número de cajeros automáticos por 1.000 km ²
Austria	53,87	52,47	87,21	84,95
Bélgica	53,15	181,65	67,09	229,28
Dinamarca	37,63	47,77	52,39	66,51
Finlandia	19,06	3,26	79,21	13,55
Francia	43,23	46,94	70,30	76,33
Grecia	30,81	25,53	47,55	39,39
Italia	52,07	102,05	67,20	131,71
Noruega	22,92	3,41	.	.
España	95,87	78,90	126,60	104,18
Suiza	37,99	70,54	70,60	131,10
Reino Unido	18,35	45,16	42,45	104,46
Australia	29,86	0,77	64,18	1,66
Canadá	45,60	1,56	135,23	4,64
Estados Unidos	30,86	9,81	120,94	38,43
Media	40,80	47,84	73,64	73,30

La inadecuación de las metodologías de análisis de riesgo crediticio es el tercer factor de oferta que explica la inadaptación de los modelos de negocio de las entidades bancarias norteamericanas a las necesidades de los inmigrantes norteamericanos. En Estados Unidos, la mayor parte de entidades bancarias utiliza las centrales de crédito como fuente básica de información para realizar el dictamen crediticio. A pesar de que según el Banco Mundial, el 100% de la población norteamericana tiene historial de crédito²⁶, la cobertura de la población inmigrante es nula. Al requerirse el número de seguridad social para su identificación, y este número está sólo a disposición de los inmigrantes legalizados, los inmigrantes ilegales (la gran mayoría) no tienen historial de crédito.

²⁵ Beck, T., A. Demirgüç-Kunt y M. Martínez Peira, 2005.

²⁶ Banco Mundial, 2007.

En España, sin embargo, las entidades bancarias han desarrollado metodologías de análisis de riesgo crediticio propias denominadas “*scoring*”. Estas metodologías se basan en el análisis de los flujos de caja en base a sus movimientos sobre sus cuentas corrientes. Al contar la mayor parte de inmigrantes con cuenta bancaria, éstos pueden probar sus ingresos a pesar de que provengan de la economía informal y, por tanto, obtener crédito.

El contexto regulatorio y político²⁷ es en Estados Unidos un factor que explica de manera muy relevante la baja bancarización de los inmigrantes. El factor regulatorio que más dificulta la bancarización de los inmigrantes es la vaguedad del supervisor/supervisores sobre los documentos aceptados para la identificación del cliente²⁸. Además de la ambigüedad sobre las formas de identificación aceptables para abrir una cuenta bancaria, el actual contexto político referente al debate sobre la política migratoria hace que los bancos tomen una aproximación muy conservadora respecto al proceso de identificación de clientes y a la verificación de su situación migratoria.

No hay ninguna restricción regulatoria que impida a individuos sin ciudadanía norteamericana la apertura de cuentas bancarias. Adicionalmente, la regulación norteamericana²⁹ no obliga a las instituciones bancarias norteamericanas a verificar la situación migratoria de los clientes cuando abren una cuenta bancaria. Sin embargo, como la identificación de los clientes está directamente relacionada con la validación de su situación migratoria, el proceso de identificación de los clientes es uno de los mayores obstáculos que explican la baja bancarización de los inmigrantes en Estados Unidos. Los empleados bancarios, y en general las instituciones para las que trabajan, se sienten profundamente incómodos abriendo cuentas para clientes que pueden potencialmente ser inmigrantes ilegales.

A pesar de que algunos documentos como los números de la seguridad social son indicativos de residencia legal en el país, mientras que otros como el TIN (*Tax Identification Number*) son sujetos de ser utilizados por individuos en situación irregular, no existe ninguna ley que determine cuáles son los documentos requeridos para abrir cuentas bancarias. Se trata, por tanto, de decisiones que el supervisor bancario deja en manos de la entidad, siempre que ésta asegure mediante la recopilación de los documentos que crea necesarios que el individuo que abre una cuenta es quien dice ser. Incluso cuando la cuentas son abiertas por la entidad, los empleados de ésta tienen potestad para limitar su funcionalidad (cajeros automáticos...), en el caso en el que la situación migratoria no sea clara. La discrecionalidad otorgada a las instituciones financieras para interpretar la política en términos de identificación de los clientes, permite a estas entidades libertad para tomar posiciones muy restrictivas. Este trato, que se percibe como discriminatorio por los inmigrantes, incrementa aún más si cabe su desconfianza de las entidades bancarias norteamericanas.

El actual contexto político norteamericano con respecto a la reforma migratoria ha contribuido a que las instituciones financieras duden sobre la rentabilidad de sus políticas de expansión en las comunidades latinoamericanas. La amenaza de boicot por parte de grupos neoconservadores a entidades financieras que presten servicios a inmigrantes ilegales ha obligado a determinadas

²⁷ La reforma migratoria que hubiera permitido la legalización de un gran número de inmigrantes ilegales en Estados Unidos fue finalmente rechazada en junio de 2007.

²⁸ En Estados Unidos, la supervisión de entidades con capacidad de depósitos es responsabilidad de un amplísimo número de instituciones diferentes.

²⁹ US Patriot Act, Section 326.

entidades bancarias³⁰ a retirar del mercado productos que hubieran satisfecho las necesidades básicas de éstos. Esta presión se realiza a pesar de que las entidades financieras con políticas más expansivas en el segmento latino no incumplen ninguna ley. Sin embargo, el mero hecho de ser acusadas de promover la integración de inmigrantes ilegales genera un riesgo reputacional demasiado elevado.

Esta política restrictiva por parte de las entidades bancarias genera desconfianza e incluso miedo a la deportación. Los inmigrantes latinoamericanos asumen que las entidades bancarias son entidades gubernamentales, tal y como pasa en algunos países de origen de los inmigrantes, y por tanto que su información será automáticamente transmitida a la agencia de inmigración. Los inmigrantes asumen incluso que la información financiera y bancaria de sus cuentas puede servir de base al gobierno norteamericano para gestionar su expulsión. Adicionalmente, dichos inmigrantes consideran también un riesgo importante el hecho de no poder disponer de los fondos depositados en sus cuentas en caso de expulsión.

La falta de incentivos regulatorios por parte de las entidades supervisoras del sistema bancario norteamericano es una causa adicional que explica el bajo índice de bancarización de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos. Hasta el año 2004, los servicios de envío de remesas no contabilizaban dentro de la evaluación que los supervisores realizan del cumplimiento de las obligaciones asumidas bajo el CRA³¹ por las entidades bancarias. Actualmente, los supervisores norteamericanos no consideran la bancarización de inmigrantes como una de las prioridades a exigir a las entidades bancarias dentro de la evaluación de sus políticas de CRA.

Finalmente, la falta de educación financiera es un factor que también explica el problema de la bancarización de los inmigrantes. La educación financiera en un sentido amplio puede entenderse como la gestión del dinero, la planificación financiera, la toma de decisiones y la búsqueda de asesoría financiera cuando se requiere. La falta de educación financiera de la mayor parte de los inmigrantes les impide realizar estas funciones adecuadamente. Además, el desconocimiento de cómo realizar estas funciones les impide beneficiarse de los servicios que las entidades bancarias ofrecen en términos de medios de pago, creación de historial de crédito, seguridad, capacidad de ahorro, historial documentado de ingresos y gastos en Estados Unidos, acceso a sistemas de envío de remesas menos costosos y acceso al crédito tanto hipotecario como empresarial. Por tanto, los esfuerzos en términos de educación financiera deben, en primer lugar, explicar a los inmigrantes las funciones básicas de la gestión y planificación financiera. En segundo lugar, los beneficios de la utilización de productos bancarios. En tercer y último lugar, la descripción de los productos bancarios y la explicación de su funcionalidad, así como de los beneficios obtenidos por los usuarios al utilizarlos.

³⁰ Bank of America retiró en el año 2007 una tarjeta de crédito destinada al segmento de inmigrantes por presión de la opinión pública.

³¹ Community Reinvestment Act: ley que obliga a las entidades bancarias a reinvertir parte de sus beneficios en las comunidades donde operan vía generación de crédito.

3. Mejores prácticas en la resolución de los problemas que explican la baja bancarización de los inmigrantes en Estados Unidos

Los problemas detectados en el capítulo anterior muestran dificultades de oferta, regulatorias y de demanda que explican la baja bancarización de los inmigrantes en Estados Unidos. En este apartado se presentarán las mejores prácticas observadas que permiten resolver estos problemas. En primer lugar, la presentación de las mejores prácticas de resolución de problemas de oferta se estructura en: productos transaccionales y de ahorro, servicios de crédito, red de distribución y marketing. En segundo lugar, se describirá cómo las instituciones analizadas resuelven los problemas regulatorios y de identificación del cliente. Finalmente, se presentarán los programas de educación financiera que pretenden comunicar a los inmigrantes los beneficios de utilizar productos financieros bancarios.

3.1. Mejores prácticas en productos transaccionales y de ahorro

Las remesas son el primer servicio financiero que los inmigrantes demandan cuando llegan a Estados Unidos. Se trata de un servicio que las entidades bancarias ven como iniciador de la relación financiera con el inmigrante. Normalmente, las entidades bancarias ofrecen servicios de remesas para motivar al inmigrante a abrir una cuenta corriente o de ahorro. Según un reciente estudio de la agencia federal Office of the Comptroller of the Currency³², entre septiembre del año 2002 y marzo de 2004 se abrieron 400.000 nuevas cuentas bancarias con funcionalidad de envío de remesas. Wells Fargo fue una de las entidades bancarias pioneras en ofrecer cuentas que permitían el envío de remesas a bajo coste. Los resultados han sido muy beneficiosos, no sólo por el número de cuentas abiertas, sino también por la venta cruzada de otros productos que esta entidad ha conseguido de sus nuevos clientes. Según Wells Fargo, los emisores de remesas contratan una media de 5,7 productos bancarios, mientras que la media de los clientes de la misma entidad sólo contratan 4,3 productos³³.

Sin embargo, el éxito de las entidades bancarias en la captación de clientes que envían remesas ha sido muy limitado³⁴. A pesar de que los costes son mayores, incluso los clientes que abren cuentas bancarias prefieren utilizar los servicios de operadores especializados (conocidos como *Money Transmitters* en inglés) para el envío de dinero. Según ejecutivos de Western Union³⁵, el 75% de sus clientes tienen cuenta bancaria. Este hecho se explica parcialmente por la imagen negativa que tienen las entidades bancarias (costosas y poco flexibles), lo que implica que los inmigrantes no las perciben como instituciones desde las cuales enviar dinero. Adicionalmente, las características particulares de las agencias de envío de dinero, tales como los horarios de apertura, localización –tanto en Estados Unidos como en el país receptor–, servicios anexos, familiaridad del trato... explican la utilización masiva de estos agentes.

Wells Fargo “Inter Cuenta Express” es una mejor práctica en el desarrollo de funcionalidades de envío de dinero ligadas a una cuenta bancaria. Esta entidad permite enviar dinero mediante los mecanismos: efectivo a efectivo; efectivo a cuenta, cuenta/tarjeta de crédito a efectivo; cuenta a cuenta; permitiendo la utilización en el país de destino de cajeros automáticos mediante el envío de tarjetas prepagadas desde Estados Unidos, o bien para los clientes bancarizados en

³² Frumkin, 2004.

³³ Samuels, 2001.

³⁴ Bansefi, 2007.

³⁵ Entrevistas con Tom Jahmes, responsable de desarrollo de negocio de Western Union Latinoamérica en Fort Lauderdale, 2005-2006.

el país destino de tarjetas de débito de su entidad. Citibank es otra mejor práctica en la utilización de medios de pago electrónicos para el envío de remesas. Su tarjeta “Tricolor” permite al emisor de la remesa obtener una tarjeta de débito adicional que es enviada al receptor de la remesa, quien tiene acceso a la cuenta bancaria del emisor en Citibank en Estados Unidos.

Las cuentas de ahorro son el segundo producto que precisan los inmigrantes latinoamericanos que llegan a Estados Unidos. El 32% de los latinoamericanos no tienen ahorros disponibles en caso de emergencias³⁶. Las cuentas de ahorro básicas son por tanto un elemento necesario para la seguridad financiera y el desarrollo económico de los hogares de inmigrantes latinoamericanos en el país. Se trata, además, de un producto que las entidades bancarias ven como el segundo escalón en la cadena de integración financiera de los inmigrantes, tras las remesas. Cumplidas estas dos etapas con éxito, los inmigrantes pueden obtener productos que generan más riesgo para la entidad financiera, tales como cuentas corrientes, tarjetas de crédito y préstamos.

Citibank vuelve a presentar mejores prácticas en el desarrollo de cuentas de ahorro destinadas a los segmentos no bancarizados. Su cuenta “Citibank Access Account”, lanzada en el año 2003, no requiere saldos mínimos y tiene un coste de mantenimiento de 3 dólares que es eliminado si se realiza un depósito al mes. Esta cuenta incluye una tarjeta de débito que puede ser utilizada para compras en terminales punto de venta y cajeros automáticos. Tras cuatro meses de operativa con esta cuenta, la entidad ofrece una tarjeta de crédito asegurada (*Secured Credit Card*). Este producto se utiliza para permitir al cliente desarrollar historial de crédito, mediante depósito de una cantidad que se utiliza como garantía para pago del crédito otorgado que es igual a dicho depósito.

Otra exitosa estrategia para la captación de ahorro de los inmigrantes es ligar la preparación de las declaraciones de impuestos con la apertura de dichas cuentas. Un gran número de inmigrantes deben preparar declaraciones de impuestos para obtener las devoluciones sobre las retenciones efectuadas por sus empleadores, independientemente de que sus trabajadores estén legal o ilegalmente en el país. En el año 2000, la entidad bancaria ShoreBank, en Chicago, empezó a ofrecer cuentas de ahorro gratuitas denominadas “*Extra Credit Savings*”. Estas cuentas de ahorro permiten el depósito de las devoluciones de impuestos que la misma entidad ayudaba a obtener. Las cantidades medias retornadas por retenciones superiores al pago final del impuesto eran de 1.700 dólares, llegando en algunos casos hasta los 4.000 dólares³⁷. Aunque un alto porcentaje de las familias que reciben devoluciones utilizan este dinero para pagar los gastos corrientes, una parte relevante puede ahorrar parte de estas devoluciones. Tras la experiencia exitosa de ShoreBank, otras entidades, como J.P. Morgan, ofrecen servicios similares de asesoría fiscal y cuentas de ahorro. Esta entidad utiliza una tarjeta de prepago cuyos saldos remunera como alternativa de bajo coste a la cuenta de ahorro.

Otra estrategia utilizada para la captación de ahorro de inmigrantes latinoamericanos es la apertura de cuentas de ahorro para los segmentos jóvenes. Los proveedores de servicios financieros alternativos están utilizando tarjetas de prepago para proveer a los segmentos jóvenes de mecanismos de ahorro de fácil utilización y bajo coste. Gracias a la facilidad para segmentar a la clientela que los medios de pago electrónicos ofrecen mediante el diseño, y los sistemas utilización, esta tarjeta de prepago ha tenido mucho éxito entre la población juvenil.

³⁶ Tescher, 2006.

³⁷ American Banker Online, 2005.

Estas tarjetas tienen diseño, imagen y descuentos ligados con la industria musical y las estrellas del pop. La entidad cooperativa Latino Community Credit Union lanzó la denominada “cuenta joven”, dirigida al segmento de población de entre los 13 y los 17 años. Esta cuenta requiere de un depósito mínimo de 10 dólares y presta un número importante de funcionalidades no sólo financieras, sino también educativas. HarborOne Credit Union de Brockton (Massachusetts) también ha dedicado importantes recursos al desarrollo de productos especialmente dirigidos a los segmentos jóvenes.

Las tarjetas de prepago son el producto transaccional con capacidad de ofrecer ahorro que más está creciendo entre la población inmigrante no bancarizada en Estados Unidos. Los consumidores pertenecientes a segmentos de bajos ingresos son un 45% más propensos a utilizar tarjetas de prepago que los consumidores pertenecientes a segmentos de mayor ingreso³⁸. El atractivo de las tarjetas de prepago no sólo es la facilidad con la que se puede contratar en cualquier comercio, sino el hecho de que su contratación no requiere cumplir los requisitos establecidos para las cuentas bancarias. Los bancos especializados en servir a segmentos de inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos están comercializando de forma masiva estos productos, que anteriormente eran principalmente distribuidos por comercios generalistas.

Banco Central de Kansas City ofrece la “Tarjeta Segura”³⁹, que se comercializa como una tarjeta que permite beneficiarse de la seguridad de las tarjetas de débito sin necesidad de abrir una cuenta bancaria. Las tarjetas de prepago son también ampliamente utilizadas por entidades no financieras tales como corporaciones, entidades gubernamentales u ONG. La funcionalidad que más beneficios ofrece a los no bancarizados de las tarjetas de prepago en el entorno de entidades no reguladas es el abono de sueldos⁴⁰. Esta funcionalidad es especialmente interesante para los empleados sin cuenta bancaria, que tienen que pagar altas comisiones por la disposición de efectivo sobre los cheques nómina.

El número de funcionalidades que permite una tarjeta de prepago es equivalente al de una cuenta corriente con una tarjeta de débito asociada. Incluso la emisión de cheques, hasta ahora reservada a este tipo de productos bancarios, puede realizarse mediante la emisión de órdenes de pago autorizadas por el emisor de la tarjeta de prepago. La entidad Morgan Beaumont ofrece la emisión de órdenes de pago en papel “*Money Orders*”, el equivalente de los cheques bancarios para los no bancarizados, mediante su plataforma de prepago.

Las cuentas corrientes son el producto de ahorro que más riesgo genera a las entidades bancarias, por su capacidad de disponer en efectivo mediante la utilización de cheques. Los riesgos de utilizar incorrectamente los cheques bancarios pueden no sólo generar gastos importantes al inmigrante, sino también crearle un historial de crédito negativo. Por estas razones, y dada la escasa educación financiera que la mayor parte de inmigrantes latinoamericanos tienen, las entidades bancarias prefieren comercializar cuentas de ahorro, antes de ofrecer cuentas corrientes. Sobre estas cuentas de ahorro, las entidades bancarias hacen gravitar productos transaccionales como las tarjetas de débito, tarjetas de prepago y remesas. Las cuentas corrientes se ofrecen posteriormente a los clientes con experiencia bancaria que conocen los costes e implicaciones de un mal uso de los cheques bancarios.

³⁸ Chakravorti S. y V. Lubasim, 2006.

³⁹ www.centralbankkc.com/stored_value.htm

⁴⁰ Frumkin, Reeves y Wides, 2005.

3.2. Mejores prácticas en productos de crédito

La tarjeta de crédito es un producto financiero de creciente importancia en la gestión financiera de los hogares de menor ingreso, debido a la disminución de los salarios reales y, por tanto, a la disminución de la capacidad de compra de este segmento de población⁴¹. Adicionalmente, la liberalización del sector de las tarjetas de crédito ha llevado consigo una banalización de este producto, generado por el aumento de campañas y promociones comerciales.

Como hemos mencionado en el caso de las cuentas corrientes, los inmigrantes latinoamericanos residentes en Estados Unidos piensan que las tarjetas de crédito no se ajustan a sus necesidades. La preferencia por realizar transacciones en efectivo, y su sana resistencia a endeudarse, reduce la demanda de tarjetas de crédito. Además, las entidades bancarias no ofrecen este producto a los inmigrantes que no tengan historial de crédito.

Los patrones de consumo, las necesidades de gestión de efectivo y la construcción de un historial de crédito motivan en muchos casos a los inmigrantes a demandar tarjetas de crédito. Para este tipo de clientes, con un historial mínimo de seis meses de correcta utilización de cuentas de ahorro o cuentas corrientes, el sector bancario norteamericano ha desarrollado las tarjetas de crédito aseguradas (*Secure Credit Cards*). Estas tarjetas, con límite de 500 dólares, requieren de un depósito de esta misma cantidad como garantía colateral del pago de la deuda. Tras un período de 18 meses de utilización correcta de este producto, el cliente acaba consiguiendo un historial de crédito suficiente como para obtener tarjetas de crédito normales. Se trata, por tanto, de un producto puente, que permite a los inmigrantes latinoamericanos conocer la funcionalidad de las tarjetas de crédito con un riesgo limitado.

Los créditos personales y de compra de automóviles son el siguiente eslabón en la cadena de acceso al crédito al que los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos pueden acceder. Las instituciones bancarias se diferencian en este producto, como también en las tarjetas de crédito, en los tipos de interés cobrados, normalmente menores que los tipos de interés abusivos comunes en el sector. El acceso a este tipo de crédito ofrecido por entidades bancarias reguladas es fundamental para sanear las finanzas de los inmigrantes, que hasta ese momento sólo han tenido acceso a créditos ofrecidos por proveedores alternativos, tales como las casas de empeño y los “*payday lenders*”.

La experiencia de pagos referentes a préstamos personales es un factor relevante en la construcción de un historial de crédito que permita posteriormente acceder al crédito hipotecario a tasas competitivas. Se trata, por tanto, de un producto muy interesante para los inmigrantes latinoamericanos, no sólo porque les permite refinanciarse a un coste mucho menor del que pagaban a los proveedores alternativos, sino también porque les permite continuar la construcción de un historial de crédito robusto. Para facilitar el acceso a estos créditos personales, algunas entidades financieras, como la entidad cooperativa Latino Community Credit Union, ofrecen créditos personales asegurados. Este tipo de créditos siguen una operativa similar a la de las tarjetas de crédito aseguradas, con la diferencia de que el crédito no es revolvente, sino que se paga en los plazos establecidos.

El crédito hipotecario es el producto de crédito más deseado por los inmigrantes latinoamericanos, ya que la propiedad del hogar es una prioridad para este segmento de

⁴¹ Bureau of Labor Statistics, 2006. Center for responsible lending, 2005.

población⁴². En el año 2002, el 45% de los hogares latinoamericanos eran propietarios de su vivienda, mientras que entre los años 1990 y 2003 los latinoamericanos representaban el 20% del crecimiento en hogares ocupados de propiedad en todo Estados Unidos⁴³. La obtención de un crédito hipotecario es el factor más importante que promueve la bancarización entre los inmigrantes latinoamericanos. En una primera fase, los inmigrantes normalmente acceden al crédito hipotecario a través de proveedores financieros alternativos a tasas muy elevadas. Por tanto, la refinanciación a menores tasas de interés de estos créditos hipotecarios por entidades bancarias es uno de los principales objetivos que estos clientes tienen al entrar en relación con instituciones bancarias.

Uno de los principales obstáculos para la obtención de créditos hipotecarios es la no tenencia de números de seguridad social. La alternativa es la utilización de números de identificación fiscales (ITIN), aceptada por algunas entidades bancarias. La entidad cooperativa Latino Community Credit Union de Durham (Carolina del Norte), ha sido una de las más activas del país en ofrecer créditos hipotecarios con este tipo de identificación. Adicionalmente, su oferta se complementa con una financiación que puede llegar hasta el 100% del valor del activo, y sin requerir la contratación de seguros adicionales. Programas estatales como el gestionado por el estado de Illinois pueden también ofrecer garantías adicionales a entidades bancarias deseosas de ofrecer créditos hipotecarios a clientes con números de identificación fiscal.

La inclusión de variables adicionales de ahorro y pago en el dictamen de crédito es otra mejor práctica utilizada por Latino Community Credit Union de Durham (Carolina del Norte). Esta entidad analiza no sólo los ingresos provenientes del trabajo, sino también las remesas enviadas, el pago de servicios básicos como la electricidad y el teléfono, para analizar la capacidad de pago del cliente. Esta metodología de análisis crediticio le permite no sólo tener tasas de morosidad más bajas que el resto de entidades, sino también potenciar la venta cruzada de productos. Otras entidades, como la Second Federal Savings of Chicago, North Shore Bank o Texas Bank, utilizan también estas variables para los denominados créditos hipotecarios ITIN. Los resultados son muy positivos, observándose tasas de morosidad muy inferiores a las del resto del mercado hipotecario norteamericano.

Sin embargo, a pesar de los buenos resultados obtenidos en este segmento hipotecario, la oferta es limitada debido a la inexistencia de mercado secundario para este tipo de créditos. La presión política actual dificulta el desarrollo de mercados de titulación hipotecaria para clientes sin número de seguridad social. Dada la estructura del mercado hipotecario norteamericano, este problema limita extraordinariamente el desarrollo del crédito hipotecario para los inmigrantes latinoamericanos residentes en este país.

3.3. Mejores prácticas en accesibilidad de los servicios financieros entre los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos

El concepto de accesibilidad normalmente se refiere a la localización y horas de operación de las agencias bancarias y cajeros automáticos. Por tanto, las agencias situadas fuera de las áreas donde los inmigrantes latinoamericanos trabajan y/o viven son menos efectivas para asegurar el acceso a los servicios financieros de esta población. La dificultad de acceso es especialmente relevante si la localización de las agencias bancarias no se encuentra servida por transporte público (algo muy común en Estados Unidos).

⁴² Tornatzky y Torres, 2004.

⁴³ Paral, 2004.

Los horarios de apertura son importantes para los inmigrantes, que normalmente sólo pueden pasar por las agencias bancarias a primera hora de la mañana, a última hora de la tarde y durante el fin de semana. En particular, dado que los sueldos se pagan normalmente en Estados Unidos semanalmente y en forma de cheque, los viernes por las tardes los servicios de disposición de efectivo de cheque suelen ser muy concurridos. Paralelamente, los lunes por la mañana suelen ser los días en los que los inmigrantes envían sus remesas.

Los inmigrantes latinoamericanos de reciente llegada a Estados Unidos son particularmente sensibles a la facilidad de acceso a las agencias bancarias. Estos clientes requieren de interacciones cara a cara para realizar cualquier tipo de transacción financiera. Por ello, desconfían de los cajeros automáticos, en especial para el depósito de efectivo. Una vez los inmigrantes se van asentando en Estados Unidos, esta desconfianza disminuye. La importancia de la cercanía a la red de distribución del proveedor de servicios financieros disminuye también, ya que la utilización de cajeros automáticos y de otros canales directos (tales como la banca telefónica o Internet) aumentan.

La mayor parte de las instituciones financieras que sirven con éxito al mercado de inmigrantes latinoamericanos tienen agencias localizadas en zonas cercanas a las áreas de residencia de este segmento de población. Otras han abierto oficinas en zonas de paso o tránsito de dichos inmigrantes (supermercados, lugares de trabajo, hospitales, ONG...). La entidad cooperativa Latino Community Credit Union, por ejemplo, estableció su primera agencia al lado de una organización no gubernamental de apoyo a inmigrantes situada en el centro de la ciudad de Durham. Una segunda estrategia es la implementada por entidades como HarborOne Credit Union, quienes trabajan conjuntamente con los empleadores de los inmigrantes. Estas entidades ofrecen servicios de pago de nómina, remesas, cuentas de ahorro y otros servicios básicos de ahorro/transaccional a los empleados de una determinada compañía. Una tercera estrategia es la creación de miniagencias localizadas en supermercados o gasolineras. Esta red de distribución bancaria alternativa es la utilizada por entidades como Citibank y Union Bank of California.

Finalmente, el concepto de accesibilidad no sólo se refiere a la localización de las agencias y cajeros automáticos, así como a sus horarios de apertura. Accesibilidad es un concepto que incluye también el entorno y la atmósfera en la que se presta el servicio financiero. En este sentido, los esfuerzos para reconocer la nacionalidad de origen de los inmigrantes refuerza la confianza y, por tanto, la accesibilidad. La oficina central de la entidad cooperativa Latino Community Credit Union tiene por ejemplo banderas de todos los países con socios miembros de esta entidad. El Banco de Nuestra Comunidad (Georgia), por su parte, crea este contexto de confianza mediante la prestación de servicios en agencias sin cristales antibalas ni condiciones de seguridad intimidantes. En su lugar, estas agencias cuentan con televisores, servicios de Internet gratuitos, juguetes para los niños, que crean atmósferas cálidas y confortables.

El Banco de Nuestra Comunidad es también una mejor práctica en la provisión de servicios de disposición de efectivo de cheques y de envío de remesas. A pesar de que ofrece cuentas de ahorro básicas, esta entidad comprende la inicial tendencia de los inmigrantes a buscar servicios no bancarios, por lo que también los ofrece a precios mucho menores que sus competidores no regulados. La estrategia de esta entidad, cuya exitosa expansión no se limita al estado de Georgia, implica acompañar al cliente en el desarrollo de sus necesidades financieras en Estados Unidos.

Marketing y estrategia comercial

El personal de la red de distribución es el elemento clave en el éxito o fracaso de una determinada entidad financiera en el segmento de inmigrantes latinoamericanos. No sólo el personal debe hablar español, sino que también debe conocer o ser parte de la cultura latina. Adicionalmente, las mejores prácticas muestran cómo el personal más eficaz comercialmente es parte de la comunidad que pretende servir, ya sea por la escuela de sus hijos, su iglesia o su lugar de residencia. Las mejores prácticas muestran también cómo el personal de habla hispana debe estar en toda la cadena de relaciones que el cliente tiene con la entidad, no sólo a nivel de agencia. Incluso para que la proximidad cultural se mantenga, es importante tener ejecutivos latinos, que entiendan las especificidades del segmento y puedan asegurar su correcta gestión.

La continuidad del personal en las agencias que tratan con inmigrantes recién llegados a Estados Unidos es fundamental para su éxito comercial. Los inmigrantes valoran especialmente las relaciones de confianza que establecen con dichos empleados, por lo que su rotación a agencias diferentes puede provocar la pérdida de la clientela obtenida.

Los materiales de marketing que presentan los productos financieros deben ser también producidos tanto en inglés como en español. Adicionalmente, las mejores prácticas muestran cómo no sólo el material comercial, sino toda la documentación relevante, debe ser traducida al español para asegurar la comprensión del producto por parte del inmigrante. Este tipo de documentación incluye desde recibos de depósitos y retirada de efectivo, hasta acuerdos de concesión de crédito. Información accesible a través de canales alternativos tales como la banca telefónica, Internet y los cajeros automáticos, debe ser también accesible en español. El servicio de banca telefónica de la Latino Community Credit Union, denominado "*Latino Direct*", es accesible las 24 horas y permite obtener información sobre las cuentas bancarias, remesas, precios y cualquier otro servicio contratado.

Para las instituciones financieras no especializadas en el segmento de inmigrantes latinoamericanos, las campañas de comunicación, y especialmente el marketing, juegan un rol fundamental en su éxito comercial en este segmento. Las campañas de marketing, segmentadas apropiadamente, pueden inducir a los inmigrantes no bancarizados a visitar una agencia para abrir una cuenta o enviar remesas.

La publicidad en medios latinos (prensa, radio, televisión) es una parte fundamental del éxito de las campañas de marketing. Algunas instituciones financieras también utilizan las ofertas por correo para llegar a su clientela objetivo. Los materiales escritos parecen ser especialmente efectivos cuando incluyen direcciones de agencias, así como nombres e incluso fotografías de gestores de clientela de habla hispana.

Aunque la publicidad en medios es muy poderosa, la experiencia de individuos de una comunidad con una determinada entidad financiera juega un rol determinante en la comunicación boca a oreja. Este tipo de comunicación es tan poderosa, que aun en el caso en el que un individuo haya recibido educación financiera y comprenda las ventajas de una entidad bancaria respecto de una entidad no regulada, escogerá trabajar con la entidad no regulada si viene recomendada por alguna persona de su confianza. Las referencias por parte de abogados, contables y otros proveedores de servicios técnicos son también de gran importancia⁴⁴. La publicidad y comunicación en centros comunales, consulados y otros grupos o entidades en que

⁴⁴ McManus, 2006.

los inmigrantes latinoamericanos depositan su confianza, es una estrategia todavía no utilizada plenamente.

3.4. Mejores prácticas en la identificación de clientes

Las políticas de identificación de la clientela en Estados Unidos son uno de los principales problemas que explican su bajo nivel de bancarización. Para asegurar el cumplimiento con la sección 326 del Patriot Act, un banco tiene que verificar la identidad del cliente y disponer de un procedimiento de auditoría para validarlo. Las agencias supervisoras tienen que asegurar que las políticas de identificación de la clientela de una entidad bancaria incluyen sistemas de control que verifiquen la identidad del cliente en la medida de lo posible. Las instituciones bancarias deben recopilar la fecha de nacimiento y lugar de residencia de cualquier cliente nacional o extranjero, y estar razonablemente seguros de que la identidad del cliente es la que dice ser. Las políticas gubernamentales, tanto a nivel federal como estatal, promueven que las instituciones financieras no confíen exclusivamente en una sola forma de identificación.

La poca claridad de la regulación permite la adaptación de las políticas de identificación de la clientela en función de la estrategia de cada entidad con referencia a los segmentos de población objetivo. Si el segmento objetivo es el de inmigrantes, la entidad financiera adaptará sus políticas de identificación de la clientela a sus objetivos comerciales. Las auditorías internas deben asegurar que estas políticas no ponen en riesgo a la entidad, cumpliendo en todo momento los requisitos adecuados de identificación de los clientes.

Las formas de identificación emitidas por el gobierno norteamericano son las comúnmente aceptadas por las entidades bancarias. Dichas entidades confían más en formas de identificación nacionales que en extranjeras, a pesar de que las nuevas tecnologías permiten la falsificación de casi cualquier forma de identificación, sea nacional o extranjera. Los números de la seguridad social son las formas más comunes de identificación utilizadas por entidades bancarias, aunque la sección 326 acepta otras formas de identificación⁴⁵. La mayor parte de entidades bancarias no requieren la presentación de la tarjeta física con el número de la seguridad social.

La validez de los números de la seguridad social se ha puesto en tela de juicio en los últimos años. El sistema de la seguridad social recibe aproximadamente 7.000 millones de dólares anuales de contribuciones realizadas por inmigrantes ilegales⁴⁶. Estas contribuciones, materializadas a través de números de seguridad social falsos, muestran hasta qué punto el sistema de identificación basado en estos documentos es poco fiable.

Los números de identificación fiscal individuales (ITIN) se crearon el año 1996 para hacer posible que un individuo sin número de la seguridad social pudiera hacer una declaración fiscal en Estados Unidos. Los ITIN son emitidos independientemente de la situación migratoria, ya que tanto residentes como no residentes pueden tener obligaciones fiscales. Entre los años 1996 y 2003, se emitieron 7,2 millones de ITIN⁴⁷. Bajo la sección 326, los ITIN no son formas válidas de identificación para las entidades bancarias.

⁴⁵ Interagency Interpretive Guidance on Customer Identification Program Requirements under Section 326 of the USA Patriot Act (FinCEN, Federal Reserve, FDIC, NCUA, OCC, OTS, Treasury), abril de 2005.

⁴⁶ Porter, 2005.

⁴⁷ Bauman, 2004.

La regulación norteamericana no determina con claridad si las formas de identificación extranjeras pueden ser aceptadas como formas de identificación válidas. La regulación no prohíbe ni valida la aceptación de ningún tipo de identificación individual emitida por gobiernos extranjeros⁴⁸. Cada entidad debe decidir en función de su modelo de riesgo operativo si la identificación es susceptible de ser aceptada o no. De las múltiples formas de identificación extranjera, los pasaportes son las más comúnmente aceptadas.

Las matrículas consulares son tarjetas de identificación emitidas por embajadas o consulados en Estados Unidos. Las matrículas no contienen información sobre la situación migratoria, pero permiten verificar la nacionalidad, identidad y prueba de residencia en un distrito consular. Los requerimientos para la obtención de matrículas son determinados por cada gobierno y las tarjetas tienen diferente forma y características según la nacionalidad. A pesar de que las matrículas consulares no ofrecen las mismas condiciones de seguridad que los pasaportes, tienen la ventaja de reflejar la dirección actual del inmigrante.

Actualmente, los consulados de México, Guatemala y Colombia emiten matrículas consulares consideradas por los mayores bancos como formas de identificación válida. La matrícula consular mexicana es la forma de identificación de este tipo más ampliamente aceptada, con validez en más de 178 instituciones financieras en Estados Unidos. Las matrículas consulares de Guatemala y Colombia son de más reciente creación y todavía menos difundidas, aunque según los expertos contienen características que las hacen más seguras que las mexicanas⁴⁹. Otros países latinoamericanos están estudiando la creación de sistemas de emisión de matrículas consulares en Estados Unidos, aunque su coste es en muchos casos un obstáculo difícil de salvar.

Otras formas de identificación extranjeras, tales como los permisos de conducir, tarjetas de identificación militar y documentos nacionales de identidad, son aceptados por algunas entidades bancarias. Sin embargo, su aceptación depende de los criterios de cada entidad, que debe valorar la fiabilidad de estos documentos según el país de emisión.

Además de las formas de identificación nacionales y extranjeras mencionadas, las entidades bancarias tienen la obligación de validar la información presentada con otras fuentes. Un gran número de instituciones utilizan facturas de servicios básicos, como la electricidad o el teléfono, para verificar la dirección del cliente. Esta documentación se considera también como una validación secundaria de la identidad. Referencias personales son también aceptables como formas de identificación. Algunas entidades han desarrollado cartas a referencia estandarizadas, en las que un cliente presenta a otro cliente potencial a su entidad bancaria.

3.5. Mejores prácticas en la promoción de educación financiera

La educación financiera es otro de los componentes de una estrategia exitosa para servir a la comunidad inmigrante latinoamericana. El conocimiento de los beneficios de los servicios bancarios es importante para fortalecer la oferta de valor de las entidades bancarias sobre los proveedores alternativos. Las entidades bancarias líderes en la prestación de servicios financieros a inmigrantes, utilizan las campañas de educación como instrumentos de marketing para fortalecer su oferta de valor y sus lazos con las comunidades de inmigrantes.

⁴⁸ Frumkin, 2004.

⁴⁹ Pew Hispanic Center, 2006.

Estas campañas de educación financiera se realizan mediante la organización de cursos y seminarios. Entidades públicas, privadas y organizaciones sin ánimo de lucro desarrollan cursos de educación financiera para los individuos no bancarizados. La agencia Federal Deposit Insurance Company (FDIC) promueve el curso Money Smart Program, disponible tanto en inglés como en español. La entidad cooperativa Latino Community Credit Union también ha desarrollado un curso de seis semanas que cubre no sólo los productos financieros básicos transaccionales y de ahorro, sino que además presenta productos de inversión, crédito hipotecario y seguros.

Algunas entidades cooperativas y bancos (especialmente pequeños bancos locales) ofrecen programas de educación financiera en sus propias instalaciones. Otras instituciones financian programas de educación en asociaciones comunitarias, escuelas, iglesias... La financiación de estos programas es un excelente instrumento de marketing, que permite a estas instituciones desarrollar relaciones con la comunidad inmigrante. Por ejemplo, la entidad cooperativa HarborOne Credit Union (Brockton, MA) ha desarrollado con éxito un programa de educación financiera en colaboración con la asociación de inmigrantes de Cabo Verde. Citibank, por su parte, colabora con un amplio número de asociaciones de inmigrantes, tales como la asociación mexicana Tepeyac (Nueva York) o la asociación de desarrollo económico del valle San Fernando en California. Algunas entidades, como Bank of America y J.P Morgan Chase, colaboran con asociaciones en programas que van más allá de la educación financiera y que pretenden fortalecer sus vínculos con las comunidades de inmigrantes respectivas.

La experiencia muestra que los programas de educación financiera realizados en colaboración con asociaciones comunales son más efectivos que los realizados en entidades financieras⁵⁰. Este diferencial de efectividad se explica por el mayor conocimiento que tienen estas asociaciones de las necesidades financieras de los inmigrantes. Adicionalmente, las asociaciones comunales pueden contribuir también a incluir a las mujeres en estos programas gracias a horarios adaptados de sus cursos, la localización de sus asociaciones y los servicios de guardería de niños que prestan. Las asociaciones comunales tienen también más experiencia en la educación a personas que no saben leer ni escribir, característica común entre una parte importante de los inmigrantes latinoamericanos de menor ingreso.

Además, las entidades bancarias líderes en la prestación de servicios financieros a emigrantes invierten una gran parte del tiempo y esfuerzos de sus agentes comerciales en explicar las características de sus productos. Estos esfuerzos se pueden considerar como educación financiera individualizada, en la que se hace especial énfasis en la utilización de canales transaccionales tales como los cajeros automáticos, la banca telefónica o Internet.

4. Conclusiones

Este trabajo ha analizado los factores que explican el bajo nivel de bancarización de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos. Los factores ligados a la oferta de servicios financieros, y el contexto regulatorio, son los que principalmente explican el problema de la baja bancarización de inmigrantes en Estados Unidos. Los factores ligados a la demanda, como la falta de educación financiera, aunque son relevantes, se consideran menos importantes, ya

⁵⁰ Comerford, 2006.

que no explican el diferencial existente en la bancarización de los inmigrantes latinoamericanos en Estados Unidos y otros países como España.

Los problemas de oferta se han analizado individualmente considerando la adaptación de los productos a la clientela, la capilaridad de la red de distribución y las metodologías de gestión del riesgo utilizadas por las entidades bancarias norteamericanas. Posteriormente, este trabajo ha presentado las mejores prácticas observadas en el sector bancario norteamericano para resolver estos problemas de oferta. La revisión de estas mejores prácticas muestra cómo las estrategias más exitosas combinan el desarrollo de productos adaptados, redes y estrategias de marketing de proximidad, metodologías de análisis de crédito inclusivas, procesos de identificación claros y seguros, y programas de educación financiera que permiten potenciar los lazos con las comunidades de inmigrantes. Las entidades que aplican estas mejores prácticas, consideran al segmento de inmigrantes como su segmento objetivo, y por tanto desarrollan estrategias específicas para darle servicio.

El proceso de desarrollo de la estrategia para servir al segmento de inmigrantes requiere de la construcción de la capacidad institucional para atraer y servir eficientemente a estos clientes. El desarrollo de la capacidad institucional para materializar estrategias en este segmento es un desafío importante para un gran número de entidades bancarias norteamericanas, ya que implica cambios organizacionales, culturales y en los procesos de relación con la clientela. El proceso de capacitación institucional exige la implicación directa de la alta dirección, que debe apoyar los procesos de aprendizaje, colaboración y adaptación a las necesidades de este segmento. La decisión estratégica de servir al segmento de inmigrantes implica por tanto un plan estratégico que defina claramente las inversiones que el banco está dispuesto a realizar.

La entidad cooperativa Latino Community Credit Union, cuyas prácticas han sido presentadas como referencias en este trabajo, tiene, gracias a su compromiso con la comunidad inmigrante, una estrategia claramente definida en este segmento. Este compromiso le permite tener una visión a largo plazo fundamental para realizar las inversiones necesarias. Este compromiso a largo plazo es un elemento fundamental en la generación de ingresos que permitan obtener beneficios de las inversiones necesarias. La rentabilidad de estas instituciones muestra cómo la generación de beneficios permite rentabilizar las inversiones gracias a las economías de escala que se obtienen a largo plazo.

En general, se observa que los bancos de pequeño tamaño y las entidades cooperativas son aquellas cuya estructura y organización más fácilmente se adapta a servir al segmento de inmigrantes. Algunas de las grandes entidades bancarias del país, como Bank of America, Wells Fargo y Citibank, con grandes presupuestos de marketing, densas redes de distribución y relaciones internacionales que facilitan el envío de remesas, han creado también divisiones especializadas para servir al segmento de inmigrantes. Sin embargo, estas instituciones tienen dificultades para adaptar su estructura y organización conforme requiere el segmento.

A pesar de que el compromiso de las instituciones es vital para el desarrollo con éxito de sus planes estratégicos en este segmento, el problema de la baja bancarización de los inmigrantes en Estados Unidos no puede resolverse sin políticas públicas específicas. La poca claridad de los procesos de identificación de los clientes es una fuente de riesgo para las entidades bancarias, de especial relevancia en el contexto político actual sobre la reforma migratoria. Se necesita, por tanto, clarificar los procesos y documentos aceptables para la identificación de clientes, por lo que las agencias supervisoras deben reforzar tanto la comunicación como la clarificación de las reglas.

Una segunda iniciativa de política pública que pudiera reforzar los incentivos de las entidades bancarias a prestar servicios financieros a los inmigrantes latinoamericanos residentes en Estados Unidos es la reorientación de las políticas de reinversión comunitaria (Community Reinvestment Act). Actualmente, la agencia federal de seguros de depósitos (FDIC) es responsable de auditar el cumplimiento de dicha regulación en lo que se refiere a la bancarización en Estados Unidos. Esta auditoría, actualmente bianual, debería ser reforzada y extendida no sólo a los productos de crédito actualmente revisados, sino también a servicios transaccionales y de ahorro.

La solución planteada en este trabajo para resolver los problemas de acceso a los servicios financieros ofrecidos por entidades reguladas que los inmigrantes latinoamericanos tienen en Estados Unidos implica aceptar la importancia de este segmento de población. En España, las entidades financieras han reconocido la importancia de este segmento y han desarrollado estrategias que les permitan servirlo eficazmente. En Estados Unidos, tanto las entidades bancarias como los reguladores del sector, deben afrontar los retos para servir eficazmente a un segmento de población que cada día es más relevante en este país.

Referencias

- The Center for Financial Services Innovation (2005), «Making Financial Services Work for Everyone», a Report from a Convening Held at the Ford Foundation on Financial Services for Low Income Customers, octubre.
- BBVA (2007), «El acceso a los servicios financieros de los inmigrantes en España», presentación preparada para el Seminario sobre remesas y acceso a servicios financieros: mejores prácticas iberoamericanas, organizado por el Ministerio de Economía y Hacienda, Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Multilateral de Inversiones en Madrid, España, 6 de junio.
- Caja Madrid (2007), «Clientes inmigrantes, remesas y bancarización en España», presentación preparada para el Seminario sobre remesas y acceso a servicios financieros: mejores prácticas iberoamericanas, organizado por el Ministerio de Economía y Hacienda, Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Multilateral de Inversiones en Madrid, España, 6 de junio.
- Group of the National Community Tax Coalition (2006), «Fact Sheet on ITINs and Financial Services», Immigrant Taxpayer Working, abril.
- Bendixen and Associates (2007), «Remesas de España a Latinoamérica», presentación preparada para el Seminario sobre remesas y acceso a servicios financieros: mejores prácticas iberoamericanas, organizado por el Ministerio de Economía y Hacienda, Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Multilateral de Inversiones en Madrid, España, 6 de junio.
- US Census, «Current Population Survey», www.uscensus.gov
- Passel, J. (2007), «Demographic & Labor Trends in the U.S.2005-2050», Pew Hispanic Center. Powerpoint Presentation, Washington, D.C., presentado en la conferencia «Demographic Trends, Immigration Policy and Remittances», Migration Policy Institute & Inter-American Development Bank, Washington, D.C., 16 de mayo.
- InterAmerican Development Bank-MIF (2006), «Sending Money Home. Leveraging the Development Impact of Remittances. Research Study of Latin American Remittance Senders in the United States», Washington, D.C., octubre.
- Wiles, R. (2006), «Some institutions tailor services», [Azcentral.com.](http://Azcentral.com), 18 de marzo.
- Caskey, J. (1994), «Fringe banking: check-cashing outlets, pawnshops and the poor», Russell Sage Foundation, Nueva York.
- Kelderhouse, E.R. (2002), «Banking Latino Immigrants», The Federal Reserve, Bridges.
- BANSEFI (2007), «La red de la gente», presentación en 4ª Convención Nacional, Documento Interno Bansefi, 17 de marzo.
- Gensler, G. (2000), «LS-736: Treasury Under Secretary for Domestic Finance. Testimony before the House Committee on Banking and Financial Institutions», 27 de junio, [http:// www.treasury.gov/press/releases/ls736.htm](http://www.treasury.gov/press/releases/ls736.htm).
- Beck, T., A. Demirgüç-Kunt y A. Martínez Peira (2005), «Reaching Out: Access and Use of banking services across countries», Banco Mundial, Washington D.C.

- Doing Business (2007), «Getting Credit», Banco Mundial, información obtenida en julio, <http://www.doingbusiness.org/ExploreTopics/GettingCredit/>
- Frumkin, S. (2004), «Remittances: A Gateway to Banking for Unbanked Immigrants», Community Developments, Community Affairs Department, Comptroller of the Currency, septiembre.
- Samuels, G. (2001), «Banking Unbanked Immigrants Through Remittances», Federal Reserve Bank of Boston.
- Tescher, J. (2006), «Viewpoint: Products for Unbanked Need Relationship Value; Industry Overview», *American Banker*, 24 de marzo, pág. 11.
- American Banker (2005), «Tax Refund Services Can Attract the Unbanked», *American Banker Online*, 26 de agosto.
- Chakravorti S. y V. Lubasim (2006), «Payment instrument choice: the case of prepaid cards», Federal Reserve of Chicago.
- Frumkin, S., W. Reeves y B. Wides (2005), «Payroll Cards: An innovative product for reaching the unbanked and underbanked», Community Development Insights. Office of the Comptroller of the Currency, junio.
- Bureau of labor statistics: www.bls.gov
- The center for responsible lending (2005), «The Plastic Safety Net: The Reality Behind Debt in America», octubre.
- Tornatzky, L. y C. Torre (2004), «El sueño de su casa: The homeownership potential of Mexican-Heritage families», The Tomás Rivera Policy Institute, University of Southern California.
- Paral, R. (2004), «The potential for new Latino homeownership among undocumented Latino immigrants», The National Association of Hispanic Real State Professionals.
- Mcmanus, C. (2006), «Culture, not just language», Fort Collins Coloradoan, 26 de febrero.
- «Interagency Interpretive Guidance on Customer Identification Program Requirements under Section 326 of the USA Patriot Act» (FinCEN, Federal Reserve, FDIC, NCUA, OCC, OTS, Treasury), abril de 2005.
- Porter, E. (2005), «Illegal Immigrants are bolstering social security with billions», *The New York Times*, abril.
- Bauman, C. (2004), «ITINs- exceptions and questions», *AllBusiness*, julio.
- Pew Hispanic Center (2006), «Modes of entry for the unauthorized migrant population», Fact Sheet, 22 de mayo.
- Comerford, M. (2006), «Banking on Hispanics Goals to bring immigrants into mainstream of financial sector», *Chicago Daily Herald*, 24 de marzo.