

# Observatorio Económico

## México

México, D.F. agosto de 2013  
Análisis Económico

Unidad de Inclusión  
Financiera

Carmen Hoyo  
consuelodelc.hoyo@bbva.com

David Tuesta  
david.tuesta@bbva.com

## Analizando el desarrollo potencial de la Banca Móvil en México

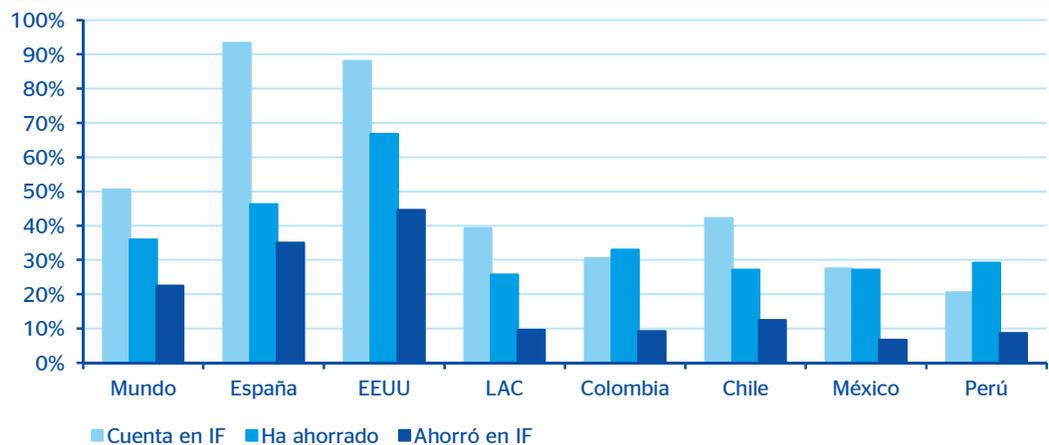
- **En 2011, el 27.1% de la población en México realizó algún tipo de ahorro, sin embargo sólo 7% lo hizo en instituciones financieras.** Esto evidencia las limitaciones de la oferta actual de servicios financieros formales para satisfacer las necesidades de la demanda.
- **Sólo el 55% de municipios en México cuenta con al menos un punto de acceso de instituciones bancarias,** donde se pueden realizar retiros y depósitos de efectivo.
- **En algunas áreas rurales no hay presencia de bancos,** ya que el volumen de transacciones puede no compensar los costos de abrir y mantener una sucursal, por lo que otros intermediarios -como las cajas populares- han atendido la demanda de servicios financieros.
- **Las cuentas simplificadas de la mano del desarrollo de la Banca Móvil pueden ayudar a recortar las brechas de exclusión financiera.** Es posible abrir una cuenta bancaria sin tener que presentar documentación y sin mantener un saldo promedio mínimo, contando con la opción de la amplia disponibilidad de la telefonía móvil.
- **Estas estrategias de inclusión financiera pueden ayudar a cerrar la brecha de demanda potencial de banca móvil, que estimamos asciende a 40% de la población,** medida como la diferencia entre el número de cuentas actuales y la tenencia de telefonía celular.

## La inclusión financiera en México: una comparación internacional

La Encuesta de Inclusión Financiera Global (Global Findex), del Banco Mundial, realizada a adultos mayores de 15 años durante 2011 en 148 países, permite realizar un seguimiento de los efectos de las políticas de inclusión financiera, así como entender en mayor profundidad y detalle la manera en que la población ahorra, se endeuda, efectúa pagos y gestiona los riesgos.

Las estadísticas de esta encuesta muestra que el 50.5% de la población mundial mayor de 15 años tiene una cuenta en institución financiera (banco, unión de crédito, cooperativa) y un 22% realizó algún tipo de ahorro en alguna institución financiera (IF) durante 2011. En contraste, en México estos porcentajes se reducen a 27.4% y 7% respectivamente, niveles inferiores a los observados en la región de Latinoamérica y el Caribe<sup>1</sup>, donde los porcentajes respectivos son 39.2% y 9.5%, como se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfico 1  
Población con cuenta en IF, con ahorros y con ahorros en IF, 2011



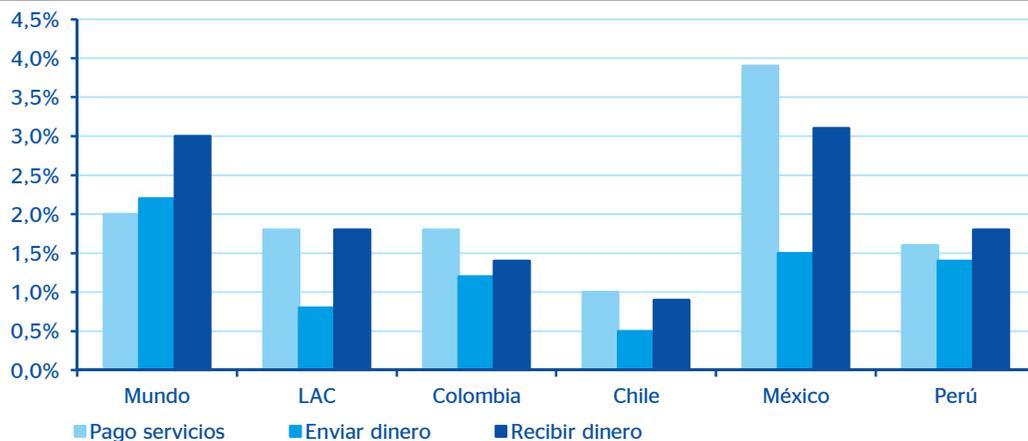
Fuente: BBVA Research con datos de Global Findex 2011

Si bien sólo 7% de los mexicanos encuestados respondieron haber ahorrado en una institución financiera formal en el último año, 27.1% indicaron haber realizado ahorros monetarios. La brecha entre los ahorros realizados y el porcentaje que se canaliza a las instituciones financieras evidencia que la falta de acceso a servicios financieros formales en México no se debe a una ausencia de demanda por los mismos, sino a la incapacidad de la oferta actual para satisfacer las necesidades de dicha demanda<sup>2</sup>. Con relación a la población que hace uso de teléfonos celulares para transacciones monetarias en los últimos 12 meses, en México el 3.9% de la población lo ha usado para pagar cuentas, 1.5% para enviar dinero y el 3.1% para recibir dinero. La utilización del teléfono móvil para transacciones monetarias en México es alta, comparado con otros países:

<sup>1</sup> Incluye a Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela

<sup>2</sup> Ver López-Moctezuma (2012)

Gráfico 2  
Población que usa el teléfono móvil para transacciones monetarias, 2011 (% total)



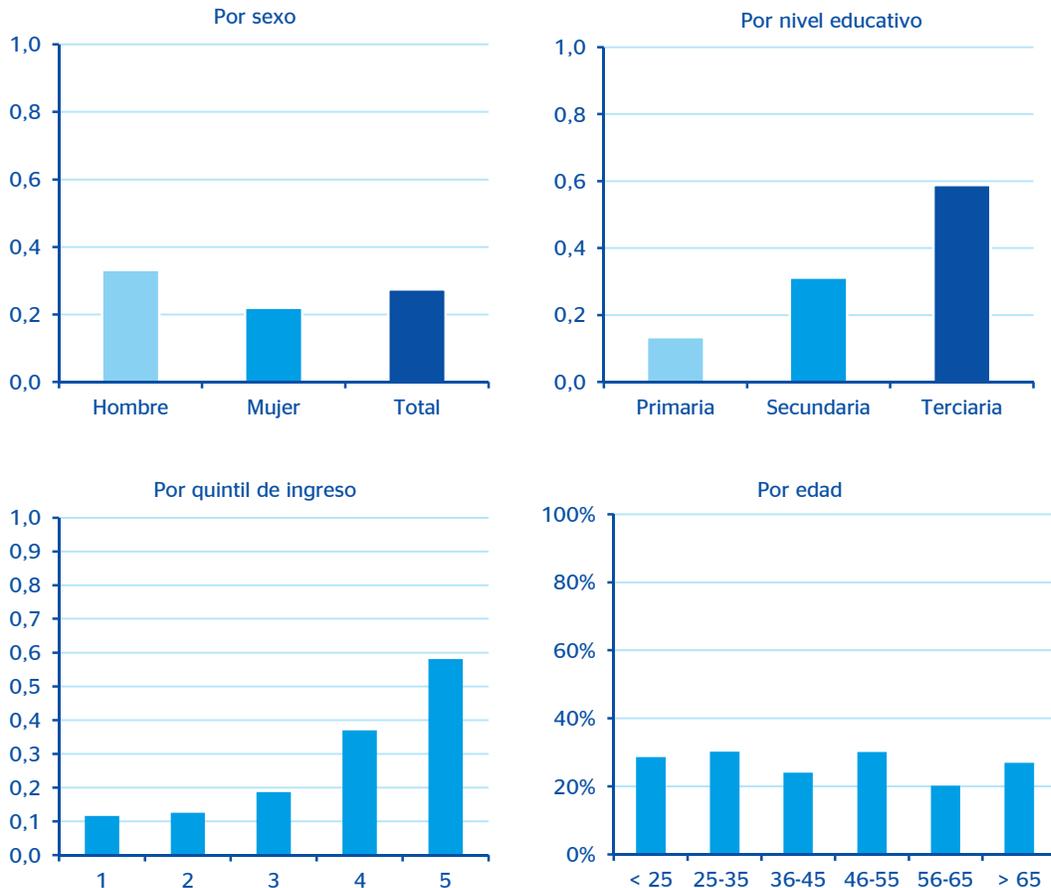
Fuente: BBVA Research con datos de Global Findex 2011

## Las características socio-demográficas: determinantes de la inclusión financiera

A fin de analizar con mayor detalle a la población bancarizada, a continuación se presenta un desglose considerando las características de edad, sexo, nivel educativo y socioeconómico:

- El 33% de los hombres tiene una cuenta en IF, en comparación con sólo el 22% de las mujeres.
- Por nivel socioeconómico, sólo el 12% de los individuos pertenecientes al primer quintil de ingresos tienen cuenta en IF, 13% del segundo quintil, 19% del tercer quintil, 37% del cuarto quintil y 58% de los individuos con mayores ingresos (último quintil).
- Por nivel educativo, 13% de individuos con educación primaria, 31% con educación secundaria y 59% con educación terciaria tienen una cuenta.

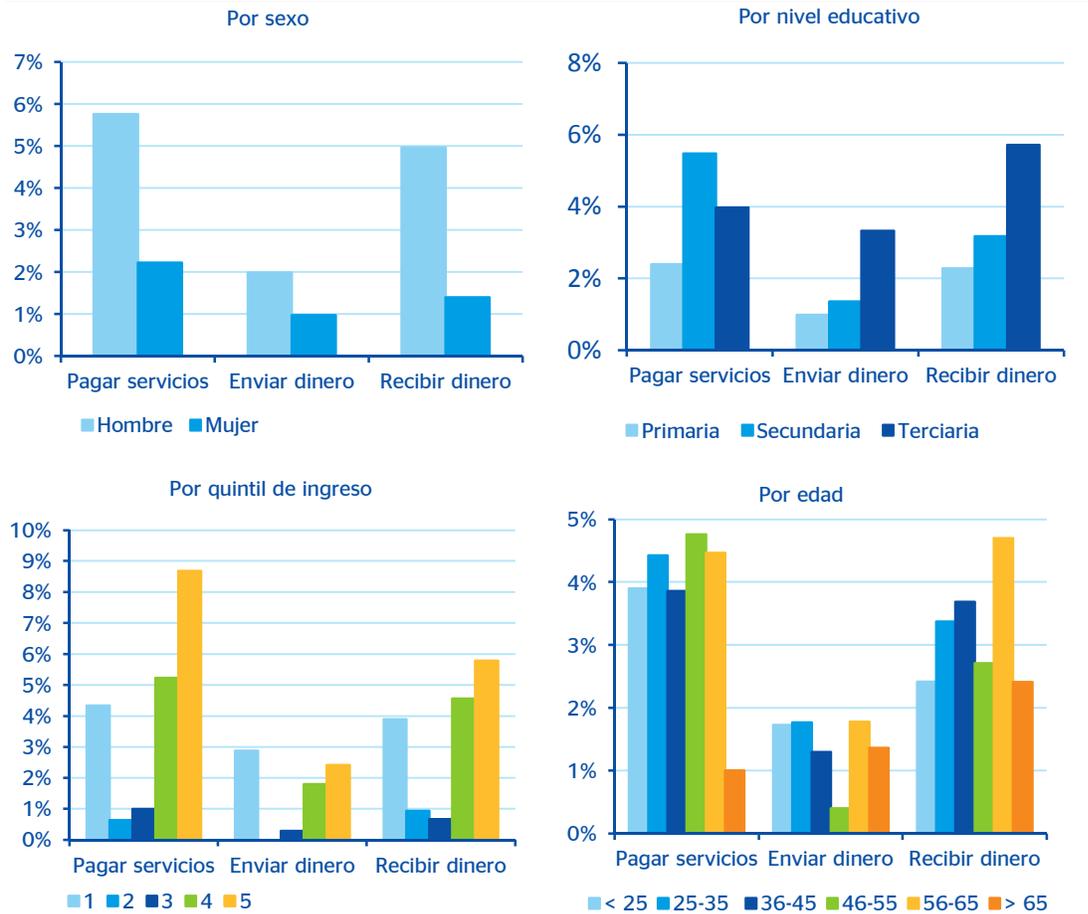
Gráfico 3  
Población en México que tiene cuenta en institución financiera (% total), 2011



Fuente: BBVA Research con datos de Global Findex 2011

Respecto al uso del celular para transacciones monetarias, los hombres hacen un mayor uso (6% pago servicios, 2% envío dinero, 5% recibir dinero) que las mujeres (2% pago servicios, 1% envío dinero, 1% recibir dinero). Por nivel educativo, la población con educación primaria utiliza menos los servicios de banca móvil (2% pagos, 1% envía dinero, 1% recibe dinero) que los individuos con educación secundaria (5% pagos, 1% envío dinero, 3% recibe dinero) o educación terciaria (4% pagos, 3% envía dinero, 6% recibe dinero). Por nivel socioeconómico, la población del quintil más alto de ingresos es la que más realiza pago de servicios (9%) y recibe dinero (6%), mientras que los individuos del primer quintil de ingresos son quienes tienen un mayor porcentaje de envío de dinero (3%), como puede observarse en la gráfica siguiente:

Gráfico 4  
Población que usa el teléfono móvil para transacciones monetarias (% total), 2011



Fuente: BBVA Research con datos de Global Findex 2011

Las diferencias observadas en las clasificaciones anteriores, permiten tener una idea más clara de cuáles grupos constituyen el mercado actual del sector bancario y de usuarios de teléfonos móviles para transacciones monetarias, y por tanto, en qué grupos debería enfocarse una estrategia de inclusión financiera.

## La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera: una medición de la demanda

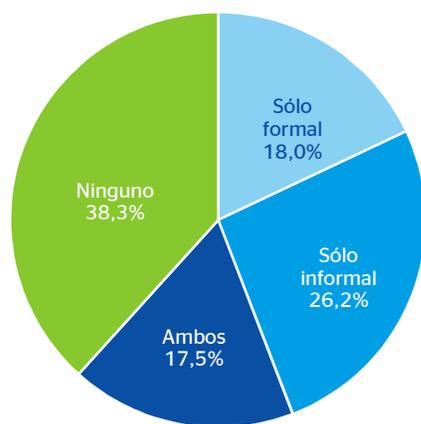
Por otra parte, la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2012, elaborada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), permite identificar las necesidades de la población respecto al acceso y uso de los servicios financieros, así como las principales barreras para los no usuarios. Por primera vez se obtienen resultados a nivel nacional

relacionados con la demanda de los productos financieros, ya que anteriormente la medición de la inclusión financiera utilizaba información relacionada con la oferta.

Algunos de sus principales resultados son los siguientes:

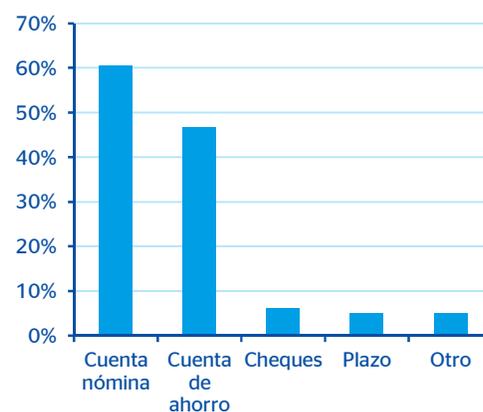
- En México, el 97 % de la población adulta (77.6 millones de personas) tiene acceso al sistema financiero; sin embargo, sólo 56% usan algún producto financiero.
- A nivel nacional, 35.5% de los adultos (25 millones) ahorran a través de una institución financiera. Los dos productos más importantes para hacerlo son la cuenta de nómina y la cuenta de ahorro, con el 60.5% y el 46.6% respectivamente.
- El 43.7% de la población adulta ahorra a través de mecanismos informales: los mexicanos prefieren guardar el dinero en su casa (64.8%), en tandas (31.7%) o prestarlo a familiares
- Los canales de acceso al sistema financiero más utilizados siguen siendo las sucursales (40%) y los cajeros automáticos (38%), los cuales se usan principalmente para la realización de tres operaciones: retiro de efectivo, depósitos y consulta de saldo
- En promedio, el tiempo para trasladarse a una sucursal bancaria es de 26 minutos y el costo es de \$28, mientras que el traslado a un ATM toma 20 minutos y tiene un costo de \$21. En este contexto, cobran relevancia los corresponsales bancarios (30% de la población los utiliza), así como la posibilidad de contar con canales como la banca móvil, que permite ahorrar en tiempo y costos de trasladarse hasta un ATM o corresponsal bancario para realizar envíos de dinero.

Gráfico 5  
**Uso del ahorro (% adultos)**



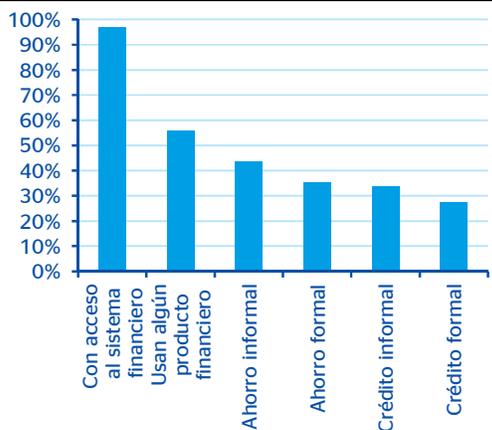
Fuente: BBVA Research con datos de ENIF 2012

Gráfico 6  
**Mecanismos ahorro formal (% usuarios)**



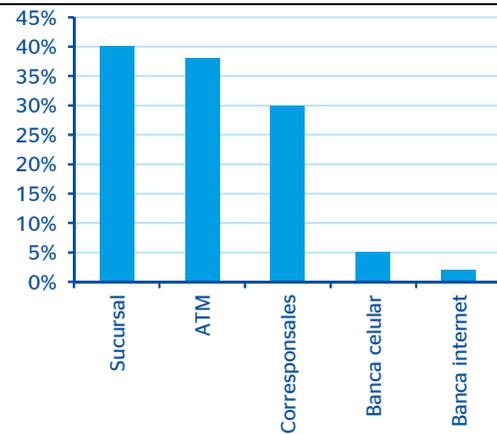
Fuente: BBVA Research con datos de ENIF 2012

Gráfico 7  
Acceso al sistema financiero,  
uso del ahorro y del crédito



Fuente: BBVA Research con datos de ENIF 2012

Gráfico 8  
Uso de canales de acceso al sistema financiero



Fuente: BBVA Research con datos de ENIF 2012

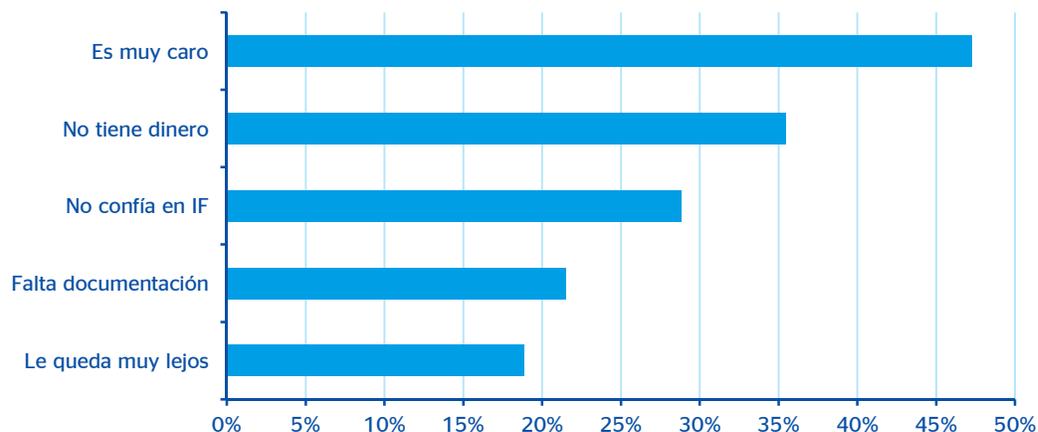
## El mercado potencial de la Banca Móvil

Para poder cuantificar el mercado potencial de servicios financieros a través de la banca móvil, es necesario conocer las razones por las que los individuos no tienen cuenta en una IF, así como el mercado actual de usuarios de telefonía móvil. A continuación se presentan los resultados obtenidos de la explotación de encuestas referentes a estos temas:

### a. Razones por las que los individuos no tienen cuenta en una IF

De acuerdo a la encuesta Global Findex México, la razón más frecuentemente citada de no tener una cuenta formal es el alto costo de mantenimiento de una cuenta. Esta respuesta la da el 47% de los adultos sin cuenta bancaria, con 21% citando ésta como la única razón (se permiten respuestas múltiples). Las siguientes razones más citadas para no tener una cuenta son la falta de dinero (35%), no confía en las IF (29%), falta de documentación necesaria para abrir una cuenta (21%), o considera que los bancos están demasiado alejados (19%).

Gráfico 9

**Razón por la que no tiene una cuenta bancaria (% adultos sin cuenta), México 2012**

Fuente: BBVA Research con datos de Global Findex 2011

**b. Mercado actual de usuarios de telefonía móvil**

En México, la encuesta denominada Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH)<sup>3</sup>, realizada en 2012, que permite conocer el uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares, particularmente en cuanto al uso de computadoras, internet, teléfonos celulares y tipo de transacciones electrónicas realizadas por la población mayor de 6 años. Dicha encuesta se realiza mediante un muestreo probabilístico<sup>4</sup> de viviendas, que garantiza una cobertura a nivel nacional y estatal.

La información contenida en el MODUTIH permite desglosar las variables mencionadas por características como edad, sexo y nivel educativo, tanto en individuos como en hogares. Considerando únicamente la población mayor a 15 años de edad, se presentan los resultados de la pregunta "¿Usó un teléfono móvil en los últimos 12 meses?":

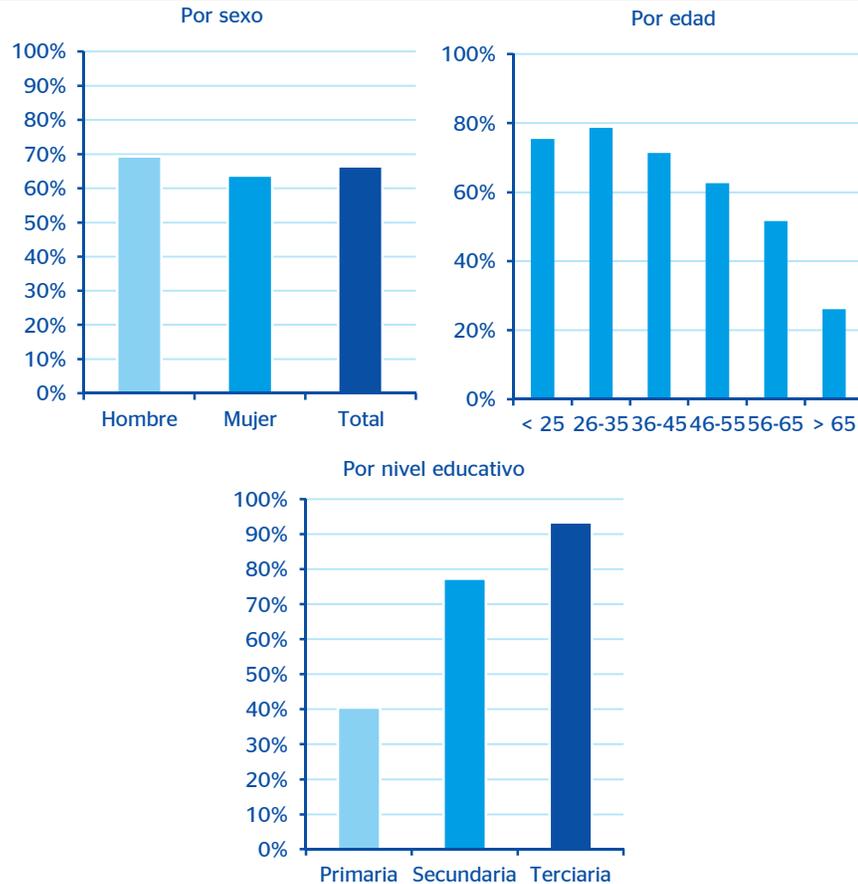
- El 66% de la población usó un teléfono móvil en los últimos 12 meses; el porcentaje de uso es mayor en los hombres (69%) que en las mujeres (64%).
- Por grupo de edad, la población entre 26 y 35 años muestra un mayor uso de teléfono móvil (79%), mientras que sólo el 26% de los adultos mayores a 65 años lo usan.
- Por nivel educativo, usa celular el 93% de la población con educación terciaria, el 77% con nivel secundario y 40% con nivel primario.

<sup>3</sup>: Realizada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

<sup>4</sup>: Encuesta aplicada en todos los Estados del país a 38,426 viviendas, bajo un esquema de muestreo probabilístico, trietápico, estratificado y por conglomerados.

Gráfico 10

**Población que usó un teléfono móvil en los últimos 12 meses, 2012 (% total)**



Fuente: BBVA Research con datos de MODUTIH 2012

**c. Mercado potencial banca móvil**

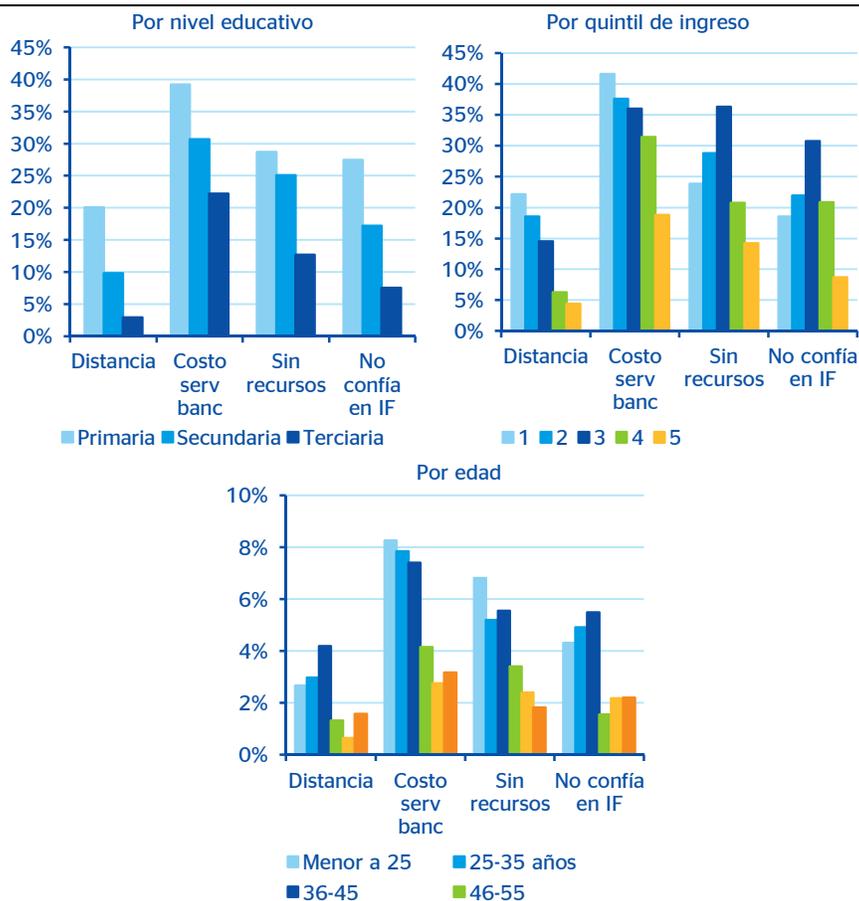
Finalmente, si comparamos el porcentaje de usuarios de teléfono móvil desagregados por sexo, edad y nivel educativo, con la población que tiene una cuenta en IF, podemos tener una aproximación de la demanda potencial de banca móvil. Sin embargo es necesario tomar en cuenta la disposición de los individuos para bancarizarse, pues aún con el uso de banca móvil, algunas de las principales razones manifestadas por los individuos para no tener una cuenta en IF podrían prevalecer, como es la falta de confianza en las IF y la falta de dinero. Una barrera que podría ser eliminada a través de la banca móvil -y el uso de corresponsales bancarios- es la lejanía de las sucursales bancarias, mientras que la barrera del alto costo de los servicios financieros dependerá en gran medida de los precios que cobren los bancos por el servicio de banca móvil (comisiones, costo de apertura de cuenta, costo por transacción).

En la gráfica 11 se analizan las razones para no tener una cuenta en una IF, desglosando los resultados según el nivel educativo y el quintil de ingresos de la población encuestada en Global Findex, se observa que el costo de los servicios bancarios es una de las razones más comúnmente citadas para no estar bancarizado, independientemente del nivel

educativo y del quintil de ingresos a que pertenezcan los individuos, pero aún mayor entre el quintil más bajo de ingreso, individuos con educación primaria y menores a 25 años de edad. La razón de la distancia (no tener una sucursal bancaria cerca) es las razón más frecuentemente citada por individuos con educación primaria, el 20% más pobre de la población y edades entre 36 y 45 años. La falta de confianza en las IF es mayor en la población con educación primaria, en el tercer quintil de ingreso o con edades de 36 a 45 años.

El análisis pormenorizado de los obstáculos a la bancarización, por características socio-demográficas como nivel de ingresos, nivel de educación y edad, es muy importante para poder diseñar productos de banca móvil que puedan cubrir las necesidades específicas de la población objetivo. El desarrollo de productos específicos para cada nicho de mercado puede ser de gran relevancia para lograr una estrategia comercial adecuada, que permita tener una mayor penetración y aceptación por parte de los clientes potenciales.

Gráfico 11  
Razones para no tener una cuenta en IF

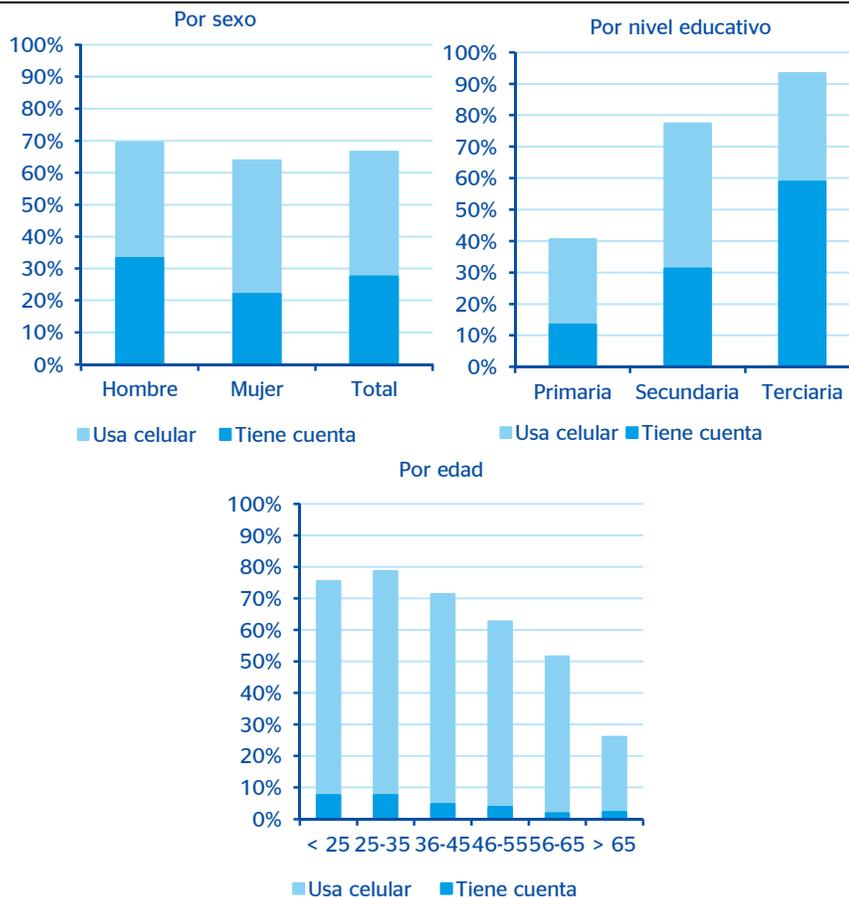


Fuente: BBVA Research con datos de Global Findex 2011

Por otra parte, con la finalidad de obtener una estimación del mercado potencial de banca móvil, medido como la diferencia entre la población usuaria de teléfono celular y la población bancarizada, en la siguiente gráfica se utilizan los datos de Global Findex y la

información de MODUTIH de manera combinada, sin embargo los resultados deben tomarse solamente como una aproximación<sup>5</sup>.

Gráfico 12  
Incremento potencial en bancarización con el modelo de pagos móviles (% población)



Fuente: BBVA Research con datos de MODUTIH 2012 y Global Findex 2011

Se puede observar que la brecha total de demanda potencial de banca móvil, podría estar cerca del 40% de la población, que es la diferencia entre el número de cuentas actuales y la tenencia de telefonía celular, entendiendo este último como una vía de acceso al sistema financiero. A nivel de género se observa que los hombres tienen un número de cuentas mayor que las mujeres, y que la brecha de demanda respecto a la tenencia de celulares es menor. En términos de nivel educativo, la brecha de demanda de la población, aquellos con educación secundaria presentan un mayor porcentaje. Finalmente al realizar la segmentación por edades a partir de los veinticinco años en 6 grupos de cinco años cada uno, se encuentran brechas de demanda bastante similares. En general, el espacio para desarrollar la banca móvil tiene un amplio potencial.

<sup>5</sup>: Los datos de inclusión financiera corresponden a 2011, mientras que los usuarios de telefonía móvil son los observados a 2012.

## Conclusiones

En la experiencia internacional se presentan casos en los que los modelos basados en la oferta de servicios financieros a través del teléfono móvil han tenido un gran éxito en la inclusión financiera de población no bancarizada.

En México existen características geográficas y socio-demográficas que pueden catalizar un mayor nivel de adopción de la banca móvil, potencializando su viabilidad y su capacidad para brindar acceso a servicios financieros a la población no atendida por los canales tradicionales, como es el caso de habitantes de localidades alejadas y de difícil acceso, donde no se tienen sucursales bancarias o el mercado potencial de envío de remesas a través de banca móvil, que implicaría para los usuarios un costo mucho menor al actual.

Estimamos que la demanda potencial de banca móvil, podría ser cercana a 40% de la población, que es la diferencia entre el número de cuentas actuales y la tenencia de telefonía celular, entendiendo este último como una vía de acceso al sistema financiero.

### Aviso Legal

Este documento ha sido preparado por el Servicio de Estudios Económicos del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) y del BBVA Bancomer S. A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero BBVA Bancomer en su propio nombre y se facilita exclusivamente a efectos informativos. La información, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en este documento hacen referencia a su fecha específica y están sujetos a cambios que pueden producirse sin previo aviso en función de las fluctuaciones del mercado. La información, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en este documento están basadas en la información disponible al público obtenida a partir de fuentes consideradas fiables. No obstante, dichas informaciones no han sido objeto de verificación independiente por BBVA Bancomer, por lo que no se ofrece ninguna garantía, expresa ni implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección. Este documento no constituye una oferta de venta ni una incitación a adquirir o disponer de interés alguno en valores.