

Reporte de Inclusión Financiera **5**





Reporte de Inclusión Financiera **5**

2013

2013

CONSEJO NACIONAL DE INCLUSIÓN FINANCIERA

Luis Videgaray Caso, Secretario de Hacienda y Crédito Público (SHCP)
Fernando Aportela Rodríguez, Subsecretario de Hacienda y Crédito Público (SHCP)
Mario Alberto Di Costanzo Armenta, Presidente de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)
Jaime González Aguadé, Presidente de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
Manuel Aguilera Verduzco, Presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF)
Carlos Ramírez Fuentes, Presidente de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR)
Lorenzo Meade Kuribreña, Secretario Ejecutivo del Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB)
Irene Espinosa Cantellano, Tesorera de la Federación (TESOFE)
Agustín Guillermo Carstens Carstens, Gobernador del Banco de México (BANXICO)
Manuel Sánchez González, Subgobernador del Banco de México (BANXICO)
José Bernardo González Rosas, Secretario Ejecutivo del Consejo Nacional de Inclusión Financiera

GRUPO DE TRABAJO DE MEDICIÓN, DIAGNÓSTICO Y DIVULGACIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE INCLUSIÓN FINANCIERA

María Fernanda Trigo Alegre (CNBV – Líder del Grupo de Trabajo)
David Esau López Campos (SHCP)
Sara Gutiérrez López Portillo (CONDUSEF)
Gabriela Basurto Lizaola (CNSF)
Carlos Arturo Marmolejo Trujillo (CONSAR)
Raúl Castro Montiel (IPAB)
Galia Borja Gómez (TESOFE)
José Luis Negrín Muñoz (BANXICO)

EQUIPO DE TRABAJO

La coordinación, edición, diseño y publicación ha estado a cargo de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores – Vicepresidencia de Política Regulatoria – Dirección General para el Acceso a Servicios Financieros.

Zaira Viviana Badillo Luna, Alberto López Pacheco, Lucio López Rincón, Francisco Martínez Zárate, Patricia Medina Barrera, Laura Karina Ramos Torres, Sarahi Reyes González, Luis Treviño Garza y Rafael Alexander Valencia Sánchez.

Creatividad y diseño: Manuel Schutte Zúñiga, Noemi Tecanhuey Sánchez y Bernabé Zamora García.

AGRADECIMIENTOS

De igual manera se extiende el agradecimiento a quienes apoyaron a los miembros del Grupo de Trabajo para hacer posible esta obra: Ramiro Álvarez Hernández, Marco Ariel Álvarez Miranda, Juan Manuel Andrade Hernández, Luis Arias Osoyo, Yolanda Cué López, Gerardo Escobedo García, José Antonio González Carranca, Laura Isabel León Ochoa, Alejandro Maldonado Viveros, Héctor Mancera Reynoso, Alberto Mendoza Hernández, Beatriz Monroy Noriega, Alfonso Ordiales Bassols, Alejandro Osorio Carranza, Lorenzo Reinoso Dueñas, Roberto Rodríguez Hernández, Mónica Patricia Rodríguez Quintero, Héctor Romero Gatica, Saidé Aranzazú Salazar Altamirano, Francisco Mier Sainz Trápaga, Alejandro Soto Benítez y Yearim Valles Arellano.

Finalmente, se agradece el apoyo de la Alianza para la Inclusión Financiera, que hizo posible la publicación de este quinto Reporte de Inclusión Financiera.

CONTENIDO

Nota metodológica
p.15

Introducción
p.17

Compromiso con la Inclusión Financiera p. 18
Política Nacional de Inclusión Financiera p. 18
Encuesta Nacional de Inclusión Financiera p. 19
Secciones del 5° Reporte de Inclusión Financiera p. 21

Capítulo 1 Canales de Acceso
p. 23

Indicadores básicos de acceso p. 24
Indicadores de acceso a nivel nacional p. 26
 Puntos de acceso p. 27
 Sucursales p. 27
 Cajeros automáticos p. 27
 Terminales punto de venta p. 28
 Corresponsales bancarios p. 29
 Banca móvil p. 32
 Banca por Internet p. 32
 Cobertura p. 35
 Presencia de cada uno de los canales de acceso p. 35
 Integración de los canales de acceso p. 36
Indicadores de acceso a nivel estatal p. 37
 Puntos de acceso p. 37
 Sucursales p. 37
 Cajeros automáticos p. 38
 Terminales punto de venta p. 38
 Corresponsales bancarios p. 38
 Banca móvil p. 38
 Cobertura p. 42
Indicadores de acceso a nivel municipal p. 44
 Puntos de acceso p. 44
 Sucursales p. 44
 Cajeros automáticos p. 45
 Terminales punto de venta p. 46
 Corresponsales bancarios p. 47
 Cobertura p. 48
Resultados de la ENIF respecto al uso de canales p. 50
 Sucursales y cajeros automáticos p. 50
 Corresponsales bancarios p. 50

Banca móvil y Banca por Internet p. 51
 Operaciones realizadas en los principales
 canales de acceso p. 51
 Principales cruces de oferta y demanda de los
 diferentes canales de acceso p. 51

Capítulo 2 Captación p. 53

Indicadores básicos de captación p. 54
 Productos de captación p. 55
 Indicadores de captación a nivel nacional p. 57
 Productos de captación de la Banca p. 59
 Tarjetas de débito bancarias p. 60
 Productos de captación de las EACP p. 61
 Tarjetas de débito de las EACP p. 61
 Indicadores de captación a nivel estatal p. 62
 Banca p. 62
 Entidades de Ahorro y Crédito Popular p. 65
 Cobertura p. 68
 Resultados de la ENIF respecto al uso de productos
 de captación p. 70
 Seguro de depósito p. 71
 Indicadores a nivel nacional para el seguro de
 depósitos p. 72
 Resultados de la ENIF respecto al conocimiento del
 seguro de depósitos p. 73

Capítulo 3 Crédito p.75

Indicadores básicos de crédito p.76
 Indicadores de uso de crédito a individuos p.77
 Productos de crédito de la Banca p.80
 Tarjetas de crédito p.80
 Créditos personales p.81
 Créditos de nómina p.81
 Créditos grupales p.85
 Créditos automotrices p.85
 Créditos hipotecarios p.85
 Productos de crédito de las EACP p.88
 Indicadores de crédito a nivel estatal p.88
 Banca p.88
 Entidades de Ahorro y Crédito Popular p.91
 Cobertura p.93
 Indicadores de crédito a empresas y a Mipymes p.95
 Créditos bancarios a empresas p.97
 Crédito comercial de las EACP p.98
 Resultados de la ENIF respecto al uso de productos
 de crédito p.99

Capítulo 4 Transacciones p. 103

- Esquema general de las transacciones p. 104
- Indicadores básicos de transacciones p. 106
- Indicadores de transacciones a nivel nacional p. 107
 - Operaciones reportadas con cheques p. 107
 - Operaciones en cajeros automáticos p. 108
 - Pagos en terminales punto de venta p. 110
 - Transferencias electrónicas de fondos p. 113
 - Transacciones a través de corresponsales bancarios p. 114
 - Remesas del exterior p. 117
- Resultados ENIF respecto a transacciones p. 118
 - Transacciones en cajeros automáticos p. 118
 - Pagos con tarjetas en comercios p. 119
 - Remesas p. 120

Capítulo 5 Seguros p. 121

- Indicadores básicos de seguros p. 122
- Indicadores del seguro a nivel nacional p. 123
- Indicadores del seguro a nivel estatal p. 126
- Canales de comercialización de seguros a nivel nacional p. 134
- Principal canal de distribución de seguros a nivel estatal p. 138
- Micro-seguros p. 141
- Resultados de la ENIF respecto a seguros p. 144

Capítulo 6 Sistema de Ahorro p. 149

- Indicadores básicos de ahorro para el retiro p. 150
- Indicadores de ahorro para el retiro a nivel nacional p. 152
 - Cuentas individuales p. 152
 - Ahorro voluntario y solidario para el retiro p. 157
- Resultados de la ENIF respecto a las cuentas de ahorro para el retiro p. 160

Capítulo 7 Pagos gubernamentales G2P p. 163

- Indicadores básicos de pagos gubernamentales p. 164
- Indicadores de pagos gubernamentales a nivel nacional p. 165
 - Nómina p. 167
 - Pensiones p. 168
 - Programas Sociales p. 168
- Pago de apoyos de programas gubernamentales a beneficiarios de programas sociales p. 169
 - Dispersión electrónica de apoyos gubernamentales p. 170

Capítulo 8 Educación Financiera p.173

Importancia de la Educación Financiera p. 174
Educación Financiera: Tu Ganancia p. 175
Semana Nacional de Educación Financiera
(SNEF) p. 176
Esfuerzos en materia de Educación Financiera
de instituciones públicas y privadas en México
p. 178
Resultados de la ENIF respecto a la Educación
Financiera p. 181

Capítulo 9 Protección al Consumidor p. 185

La CONDUSEF p. 186
Indicador básico de protección al consumidor p. 186
Acciones de defensa p. 188
Indicador a nivel nacional p. 190
Indicador a nivel estatal p. 190
Reclamaciones con impacto monetario presentadas
por clientes de la Banca múltiple en México p. 192
Productos financieros reclamados p. 192
Canales transaccionales reclamados p. 193
Causas de reclamación p. 194
Resultado de las reclamaciones y tiempo
promedio de respuesta p. 195
Monto reclamado y abonado al cliente p. 196
Resultados de la ENIF respecto a la protección al
consumidor p. 196

Capítulo 10 Servicios Financieros Móviles en México p. 199

Antecedentes internacionales p. 201
Servicios financieros móviles en Latinoamérica y el
Caribe p. 201
Los servicios financieros móviles en México p. 202
Regulación de servicios financieros móviles p. 202
Desarrollo reciente de productos vinculados a
servicios financieros móviles p. 203
Indicadores de servicios financieros móviles p. 207
Cobertura de telefonía móvil p. 208
Puntos de acceso a efectivo vinculados a
un servicio financiero móvil p. 209
Contratos vinculados con servicios
financieros móviles p. 211
Próximos pasos en el desarrollo de los servicios
financieros móviles en México p. 212

Comentarios Finales

p.213

Bibliografía

p.217

Anexo 1.

p. 219

Infografías por entidad federativa

Anexo 2.

p. 253

SOFOM E.N.R.

- Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM)** p. 254
 - Universo de las SOFOM E.N.R.** p. 255
- Distribución de las SOFOM E.N.R. por entidad federativa** p. 256
 - Indicadores básicos de acceso** p. 257
 - Cobertura de municipios con acceso** p. 259
 - Población adulta con posibilidad de acceso** p. 259
- Regulación de las SOFOM E.N.R. por CONDUSEF** p. 260



Indicadores de Inclusión Financiera de México

Diciembre 2012

Acceso

Indicador	Definición	Valor
Puntos de acceso por cada 10,000 adultos	Puntos de acceso regulados en donde se puede hacer retiros y depósitos (<i>cash in, cash out</i>) por cada 10,000 adultos.	9.66
Porcentaje de municipios con al menos un punto de acceso	Municipios con al menos un punto de acceso regulado en donde se puede hacer retiros y depósitos (<i>cash in, cash out</i>).	68%
Porcentaje de adultos que viven en un municipio con al menos un punto de acceso	Proporción de la población adulta que habita en un municipio con un punto de acceso regulado en donde se puede hacer retiros y depósitos (<i>cash in, cash out</i>).	97%

Uso

	Indicador	Definición	Valor
Captación	Productos de captación por cada 10,000 adultos (contratos de depósito)	Número total de contratos de cuentas de ahorro, cuentas transaccionales y depósitos a plazo de la Banca y los depósitos al ahorro, a la vista y a plazo de las EACP por cada 10,000 adultos.	11,544
	TDD por cada 10,000 adultos	Número de contratos de tarjeta de débito de la Banca y el número de tarjetas de débito de las EACP por cada 10,000 adultos.	11,326
Crédito	Productos de crédito por cada 10,000 adultos (contratos de crédito)	Número total de tarjetas de crédito, créditos grupales, hipotecarios, de consumo y vivienda que se otorgan por cada 10,000 adultos.	5,407
Transacciones	Retiros de efectivo en cajeros automáticos por cada 10,000 adultos	Retiros de efectivo que se llevan a cabo con tarjetas bancarias en cajeros automáticos (ATM) por cada 10,000 adultos en el último trimestre de 2012.	45,062
	Pagos en comercios por cada 10,000 adultos	Número de pagos con tarjetas bancarias que se llevan a cabo en las terminales punto de venta de los comercios, ya sea con tarjetas de débito o con tarjetas de crédito por cada 10,000 adultos en el último trimestre de 2012.	49,684
	Transferencias electrónicas de fondos por cada 10,000 adultos	Transferencias de dinero enviadas desde una cuenta bancaria hacia otras cuentas en un mismo banco ó a cuentas en otros bancos por cada 10,000 adultos, en el último trimestre de 2012.	34,001
	Ingreso promedio por remesas (dólares americanos)	Monto promedio proveniente del exterior, originado por un remitente en el extranjero para ser entregado en territorio nacional a un beneficiario.	269 USD
Seguros	Prima <i>per cápita</i> del mercado total	Prima <i>per cápita</i> del mercado de seguros (vida, accidentes y enfermedades y daños) en pesos mexicanos.	2,703 pesos
Ahorro para el retiro	Cuentas de ahorro para el retiro por cada 10,000 adultos	Número de cuentas únicas y personales de cada trabajador que son administradas por las AFORES por cada 10,000 adultos.	5,821

Protección al consumidor

Indicador	Definición	Valor
Acciones de atención de la CONDUSEF por cada 10,000 adultos	Número de asesorías, controversias, dictámenes, arbitrajes y solicitudes de defensoría que la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros realiza por cada 10,000 adultos.	155

La información utilizada para el cálculo de los indicadores demográficos corresponde a la proyección de la población adulta para 2012. Esta ha sido obtenida del Consejo Nacional de Población (CONAPO) y consiste en los individuos de 15 años y más de edad.

Las cifras para la construcción de los indicadores han sido obtenidas como sigue: las cifras de acceso (sucursales, corresponsales, cajeros automáticos, terminales punto de venta), productos de captación y productos de crédito han sido obtenidas de los reportes 040-4A-R1, 26A-R8 de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y de los reportes que las EACP autorizadas entregan a la misma; los indicadores básicos de seguros han sido proporcionados por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF); las cifras relacionadas con los sistemas de ahorro para el retiro han sido proporcionadas por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAAR) y la información para el indicador de protección al consumidor ha sido proporcionada por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).

SIGLAS Y ABREVIATURAS

ABM	Asociación de Bancos de México.
AFI	Alianza para la Inclusión Financiera.
AFORE	Administradora de Fondos para el Retiro.
AMAFORE	Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro.
AMASFAC	Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas.
AMIPCI	Asociación Mexicana de Internet.
AMIS	Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros.
BAJÉRCITO	Banco Nacional del Ejército Fuerza Aérea y Armada.
BANSEFI	Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros.
BANXICO	Banco de México.
CECOBAN	Centro de Cómputo Bancario.
CGAP	Consultative Group to Assist to the Poor.
CLABE	Clave Bancaria Estandarizada.
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores.
CNSF	Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.
COFETEL	Comisión Federal de Telecomunicaciones.
CONAIF	Consejo Nacional de Inclusión Financiera.
CONAPO	Consejo Nacional de Población.
CONDUSEF	Comisión Nacional para la Defensa para los Usuarios de las Instituciones Bancarias.
CONEVAL	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.
CONSAR	Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro.
CUT	Cuenta Única de Tesorería.
DICONSA	Sistema de Distribuidoras CONASUPO.
EACP	Entidades de Ahorro y Crédito Popular.
ENIF	Encuesta Nacional de Inclusión Financiera.
ENIGH	Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares.
ENR	Entidades No Reguladas
ER	Entidades Reguladas
G2P	Gobierno a Personas

GPFI	Global Partnership for Financial Inclusion.
GSMA	Global System for Mobile Communications Association.
IFC	Corporación Financiera Internacional.
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social.
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
INFONACOT	Instituto de Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.
INFONAVIT	Instituto del Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores.
IPAB	Instituto de Protección al Ahorro Bancario.
ISSSTE	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado.
LFPRH	Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.
NIP	Número de Identificación Personal.
P2P	Personas a Personas.
PEMEX	Petróleos Mexicanos.
PIB	Producto Interno Bruto.
SAR	Sistema de Ahorro para el Retiro.
SFM	Servicios Financieros Móviles.
SIC	Sociedad de Información Crediticia.
SIEFORE	Sociedad de Inversión Especializada en Fondos para el Retiro.
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
SHF	Sociedad Hipotecaria Federal.
SMS	Short Message Service.
SNEF	Semana Nacional de Educación Financiera.
SOFIPO	Sociedades Financieras Populares.
SOFOL	Sociedades Financieras de Objeto Limitado.
SPEI	Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios.
TELECOMM	Telecomunicaciones de México.
TCA	Tasa de Crecimiento Anual
TDC	Tarjeta de crédito
TDD	Tarjeta de débito.
TEF	Transferencia Electrónica de Fondos.
TESOFE	Tesorería de la Federación.
TPV	Terminal punto de venta.
UDI	Unidades de Inversión.
WOCCU	Consejo Mundial de Uniones de Crédito.
ZMCM	Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

NOTA METODOLÓGICA

La información utilizada para la formulación de los indicadores básicos para la Inclusión Financiera proviene de la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI). La información sobre la población adulta utilizada para el cálculo de los indicadores corresponde a la proyección de población del Consejo Nacional de Población (CONAPO). Además, este año, se incorpora información proveniente de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera realizada por el INEGI, en coordinación con la CNBV.

Para el Capítulo 1, la información sobre sucursales bancarias, cajeros automáticos, terminales punto de venta y contratos que afectan por celular proviene de los reportes regulatorios que el Padrón de Entidades Supervisadas (PES) proporciona a la CNBV, en particular de la serie (catálogo mínimo) R01. La información de las Entidades de Ahorro y Crédito Popular (EACP) fue proporcionada a la CNBV por las mismas Sociedades Cooperativas y las Sociedades Financieras Populares. El análisis de las cooperativas se realiza sólo para las que han obtenido autorización de la Comisión. Los datos de los corresponsales bancarios provienen de la serie (información por comisionistas) R26. La información de suscripciones a teléfonos celulares móviles ha sido obtenida del Sistema de Información Estadística de Mercados de Telecomunicaciones (SIEMT) de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL). Por otra parte, la información del número de usuarios de Banca por Internet ha sido proporcionada por Banco de México y las cifras acerca del uso de la Banca por Internet corresponden al Estudio sobre la Banca por Internet en México realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en 2012.

Para el Capítulo 2, las cifras son obtenidas de diversas fuentes; la información relacionada con los productos de captación bancarios provienen de la serie R01, así como de la serie de información operativa R24 que reporta la CNBV; la información de las EACP fue proporcionada por las mismas; los indicadores sobre el seguro de depósito fueron proporcionados por el Instituto para la Protección de Ahorro Bancario (IPAB).

En el Capítulo 3, la información de productos de crédito bancarios proviene de la serie R01 y la serie de cartera de crédito R04 reportadas por la CNBV. La información de las EACP fue proporcionada por las mismas. Los datos referentes a los créditos grupales fueron proporcionados por Compartamos Banco. La información de créditos hipotecarios del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT) proviene de la página web del Instituto. La información de los créditos del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT) ha sido proporcionada por el mismo Instituto. Los datos relacionados con el número de Mipymes se tomaron de los Censos Económicos que realizó el INEGI en 2009.

Para el Capítulo 4, la información de los indicadores básicos de transacciones y remesas fue tomada del Banco de México. Además, la información de corresponsales bancarios proviene de la serie R26.

Referente al Capítulo 5, la información utilizada para la construcción de los indicadores básicos para la medición y análisis del comportamiento del mercado asegurador

proviene de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) e INEGI. La SHCP brindó la delimitación conceptual del mercado potencial de micro-seguros. También se tomó información de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH, 2010) para definir el mercado potencial de micro-seguros.

Para el Capítulo 6, la información sobre el Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR), así como los indicadores básicos correspondientes fueron proporcionados por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR).

Acerca del Capítulo 7, los indicadores básicos para los pagos gubernamentales provienen de la Tesorería de la Federación (TESOFE). La sección de pago de apoyos de programas gubernamentales a beneficiarios de programas sociales ha sido proporcionada por (Bansefi).

Para el Capítulo 8, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) brindó información sobre las actividades que realiza en cumplimiento con la Ley de Protección y Defensa de Usuarios de Servicios Financieros. También apoyó con información sobre las diversas acciones que realizan dependencias gubernamentales, instituciones financieras y asociaciones gremiales en materia de Educación Financiera.

Para el Capítulo 9, la CONDUSEF proporcionó los datos utilizados en esta sección, así como los necesarios para construir el indicador básico de atención a usuarios. El número de contratos vigentes de productos financieros fueron tomados de la CONSAR, la CNBV y la CNSF.

En cuanto al Capítulo 10, la información relacionada a la estructura de los servicios financieros móviles a nivel mundial fue tomada de AFI. El número de suscripciones a servicios móviles en México se tomaron de la COFETEL. La información referente a los servicios financieros móviles de México proviene tanto del Banco de México como de la CNBV.

Por último, los datos de la ENIF que complementan cada capítulo, se tomaron del INEGI.

Los datos de las infografías por entidad federativa en el Anexo 1 provienen de las fuentes correspondientes a cada sector.

Los mapas presentados en el reporte se realizaron con la herramienta Información Referenciada Geoespacialmente Integrada en un Sistema (IRIS) versión 4.2, desarrollada por la Dirección de Edición y Aplicaciones de Sistemas de Información del INEGI.

INTRODUCCIÓN

En México, la inclusión financiera se define como el acceso y uso de servicios financieros formales en el marco de una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población¹.

1. Acuerdo por el que se crea el Consejo Nacional de Inclusión Financiera, Diario Oficial de la Federación, México, 3 de octubre de 2011.

INTRODUCCIÓN

Compromiso con la inclusión financiera

La inclusión financiera tiene cuatro dimensiones fundamentales: i) acceso, que se refiere a la infraestructura financiera disponible para brindar servicios y productos financieros, tales como sucursales, cajeros automáticos, terminales puntos de venta, banca móvil y banca por Internet; ii) uso, relativo al número de productos financieros accesibles a las personas, tales como, cuentas de ahorro, de cheques y de nómina, depósitos a plazo, tarjetas de crédito, créditos hipotecarios, automotrices y personales, seguros de vida, de auto, de daños y de gastos médicos, cuentas de ahorro para el retiro, entre otros; iii) educación financiera, que se refiere al conocimiento y uso responsable de los servicios y productos financieros y, iv) protección al consumidor, que busca la creación de condiciones más equitativas entre proveedores y consumidores de servicios financieros.

Como muestra del compromiso al más alto nivel por parte del Gobierno de México con la inclusión financiera, y a fin de fortalecer y facilitar la coordinación entre autoridades, así como con el sector privado y otros actores relevantes, el 3 de octubre de 2011 se creó, por decreto presidencial, el Consejo Nacional de Inclusión Financiera (CONAIF) como una instancia de consulta, asesoría y coordinación. El CONAIF tiene por objeto proponer medidas para la planeación, formulación, instrumentación, ejecución y seguimiento de una Política Nacional de Inclusión Financiera.

Asimismo, el CONAIF, a través de su grupo de trabajo de medición y divulgación, liderado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, coordina los esfuerzos entre las autoridades financieras para recopilar y generar información y estadísticas a fin de realizar un diagnóstico de la situación actual de la inclusión financiera en México. Uno de los objetivos del grupo de trabajo de medición y divulgación es generar información que guíe el diseño de políticas públicas y que contribuya a generar indicadores a nivel nacional que permitan a las dependencias públicas el establecimiento y la medición de metas en materia de inclusión financiera.

Es así que, en el 2012, se diseñó y aplicó la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2012) como uno de los esfuerzos para generar información que permita caracterizar a los usuarios de servicios financieros y obtener información respecto a las barreras de acceso y uso del sistema financiero.

A su vez, por segunda ocasión, los miembros del Consejo colaboraron en la elaboración de la 5ª edición del reporte de Inclusión Financiera, a fin de dar continuidad a la divulgación

de información detallada respecto al acceso, uso y situación actual del sistema financiero en relación a la inclusión financiera.

Política Nacional de Inclusión Financiera

El Consejo Nacional de Inclusión Financiera tiene, como una de sus prioridades, la definición de la Política Nacional de Inclusión Financiera (Política). En específico, la definición de una Política Nacional busca promover el diseño de productos adecuados a las características y necesidades de quienes se encuentran actualmente excluidos, es decir, quienes no cuentan con acceso y/o no utilizan el sistema financiero formal, así como quienes lo utilizan pero que, por distintas cuestiones, no aprovechan o no entienden los diferentes productos y servicios.

La Política es un instrumento de acción colectiva diseñado para orientar las decisiones, acciones e interacciones, tanto del CONAIF como de sus integrantes en lo individual, en relación con su ámbito de competencia. Asimismo, es también una herramienta para consolidar los mecanismos de compromiso y coordinación entre autoridades y establecer prioridades comunes, así como para guiar los esfuerzos de otros participantes interesados en la materia tales como entidades financieras y organismos no gubernamentales. La Política reafirma la intención de implementar mejores prácticas en inclusión y educación financiera.

El propósito primordial de la Política es lograr que el sistema financiero mexicano tenga mayor penetración y brinde servicios a segmentos de la población actualmente sub-atendidos o no atendidos, con la finalidad de promover un mayor acceso y uso de servicios y productos financieros. Lo anterior, para favorecer el desarrollo económico del país, incrementar la productividad y el empleo, y coadyuvar a elevar el bienestar de la población al ampliar las oportunidades de desarrollo de las familias en un marco de solidez y estabilidad del sistema financiero. Con la definición de la Política, se busca cumplir los siguientes objetivos:

- Guiar la actuación del Consejo para favorecer la consolidación de sus tareas de consulta y asesoría.
- Establecer las líneas de política pública en materia de inclusión financiera del Gobierno Federal.
- Orientar la coordinación de esfuerzos de los distintos actores del Gobierno Federal que pueden incidir en la inclusión financiera.

- Establecer prioridades para la ejecución de las políticas públicas en materia de inclusión financiera.
- Proporcionar una referencia sobre las políticas públicas del Gobierno Federal en materia de inclusión financiera para los intermediarios financieros y la población en general.

Encuesta Nacional de Inclusión Financiera

El Gobierno Federal, comprometido con el desarrollo de mejores instrumentos y programas para brindar servicios financieros a toda la población, está realizando tareas en varios frentes; entre ellos, crear una nueva metodología de medición de inclusión financiera.

Es por ello que, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sumaron esfuerzos y capacidades técnicas para desarrollar la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), la cual surge en respuesta al requerimiento de las autoridades financieras de contar con información

proveniente de las personas adultas, tanto usuarios como no usuarias de servicios financieros regulados o formales, para tener una visión completa del alcance, los retos y las oportunidades que tiene el sistema financiero para brindarles servicios adecuados a sus necesidades.

De esta manera, entre los objetivos generales de la encuesta destacan el servir como un instrumento de medición que permita evaluar el avance de las acciones realizadas en la materia; generar información para diseñar políticas públicas dirigidas a mejorar la inclusión financiera; generar indicadores oficiales a nivel nacional que permitan a las autoridades financieras realizar un diagnóstico y establecer metas de corto y largo plazo, así como proporcionar elementos objetivos para que las instituciones financieras incrementen y orienten sus esfuerzos en materia de inclusión financiera. Todo lo anterior, para ayudar a profundizar y hacer más incluyente al sistema financiero mexicano, salvaguardando su estabilidad e integridad.

La ENIF incorpora ocho temas principales: características sociodemográficas de la población encuestada; administración de gastos; ahorro; crédito; seguros; cuenta de ahorro para el retiro; remesas y uso de canales financieros.

Gráfica A. Temática de la ENIF



La elaboración del marco conceptual fue una tarea compartida entre la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía. La temática se basa en las necesidades de información de la CNBV con fundamento en los requerimientos del Consejo Nacional de Inclusión Financiera. A continuación se presenta el sustento metodológico que acompaña el proyecto estadístico.

Las principales referencias metodológicas asociadas a los objetivos y metas del proyecto son:

Población objetivo: la encuesta está dirigida a la población de 18 a 70 años que reside permanentemente en viviendas particulares dentro del territorio nacional.

Unidades de selección: unidades primarias de muestreo, viviendas y personas de 18 a 70 años.

Cobertura geográfica: el proyecto fue diseñado para obtener información de poco más de siete mil viviendas distribuidas en todo el país, tanto en localidades urbanas como rurales, lo que permite generar resultados con representatividad nacional desagregada por localidades de 15 mil y más habitantes y menores de 15 mil habitantes.

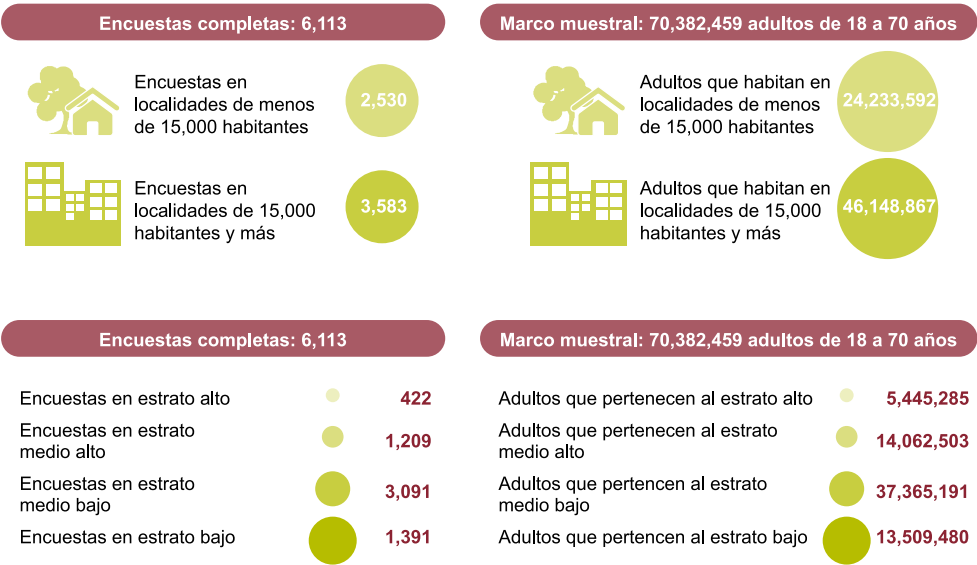
Periodo de referencia: en las diferentes secciones del cuestionario las preguntas están referidas a situaciones que corresponden al momento de la entrevista. Adicionalmente, en las secciones sobre ahorro, crédito y uso de canales financieros, se investiga sobre situaciones ocurridas entre el mes de abril de 2011 y la fecha de la entrevista.

Periodo de levantamiento: del 3 al 31 de mayo de 2012.

Método de recolección: entrevista directa por medio de un cuestionario electrónico en mini laptop, estructurado con preguntas que se plantean al informante de manera ordenada, con opciones de respuestas cerradas, en su mayoría, y abiertas en algunos temas.

Informante adecuado: persona de 15 o más años, residente habitual de la vivienda, que conozca los datos de los integrantes del hogar, quien respondió a las preguntas de las primeras dos secciones. El resto de la información la proporcionó el informante seleccionado de 18 a 70 años de edad.

Gráfica B. Diseño muestral de la encuesta



Secciones del 5º Reporte de inclusión financiera

En esta quinta entrega del Reporte de Inclusión Financiera, se presenta una actualización de las cifras estadísticas de los diversos canales de acceso, así como de los diferentes productos financieros. El reporte se divide, básicamente, en cinco secciones; las primeras cuatro, corresponden a las dimensiones de la inclusión financiera: acceso, uso, educación financiera y protección al consumidor. La quinta parte aborda los servicios financieros móviles y se aborda con especial interés, por su novedad y su reciente incorporación como un canal de acceso cuyo potencial es ilimitado, especialmente, para los lugares donde la infraestructura financiera es escasa o, incluso, carente.

En este reporte, se presentan datos, tanto del lado de la oferta como desde la demanda, es decir, se presentan reportes provenientes de cada institución gubernamental reguladora de productos financieros y el análisis se complementa con los resultados generales de la ENIF.

El reporte se compone de las siguiente secciones:

I. Acceso

Incluye un análisis, a nivel nacional y estatal de los principales canales de acceso: sucursales, cajeros automáticos, terminales punto de venta, corresponsales, banca por Internet y banca móvil, así como de la población adulta con cobertura a través de ellos.

II. Uso

Presenta un análisis de diversos productos financieros. Cada producto se expone en un capítulo independiente.

Así, se tiene que el capítulo 2 presenta los productos de captación, complementados con información del seguro de depósito; el capítulo 3, los productos de crédito; el capítulo 4, las principales transacciones (retiros de efectivo, pagos en comercios, transferencias electrónicas de fondos), así como información de remesas del exterior; el capítulo 5, los seguros; el capítulo 6, el sistema de ahorro para el retiro; y el capítulo 7, los pagos gubernamentales.

III. Educación Financiera

En el capítulo 8, se abordan los esfuerzos nacionales que la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) ha realizado en materia de educación financiera, así como todos los programas vigentes que han elaborado en coordinación con otras instituciones interesadas en la materia.

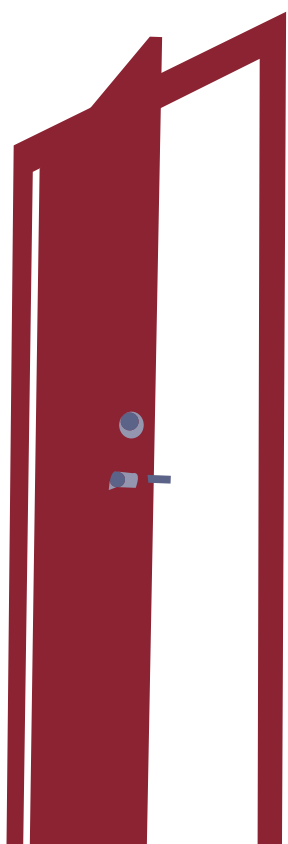
IV. Protección al Consumidor

En el capítulo 9, expone estadísticas sobre la atención a usuarios de servicios financieros y ofrece un panorama sobre las resoluciones a favor o en contra de los usuarios.

V. Sistemas Financieros Móviles

Finalmente, el capítulo 10 presenta el tema de los servicios financieros móviles, incluyendo una breve descripción de la regulación, indicadores de uso y recientes desarrollos de productos financieros móviles.

CANALES DE ACCESO



El acceso se refiere a la penetración del sistema financiero en cuanto a la infraestructura disponible para ofrecer servicios y productos financieros, esto es, los puntos de contacto entre las instituciones financieras (canales de acceso) y la población, desde una perspectiva de oferta.

CANALES DE
ACCESO 1

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) ha participado activamente con diversas autoridades y organismos internacionales, para definir un conjunto de indicadores¹ que sirvan para medir el nivel de infraestructura en un país, así como el nivel de cobertura que tiene la población. Estos indicadores son la base para evaluar los avances, detectar áreas de oportunidad y orientar la toma de decisiones.

Indicadores básicos de acceso

En los últimos años, la CNBV ha trabajado junto con otras autoridades y organismos internacionales para el adecuado diseño de indicadores que permitan identificar el grado de inclusión financiera a nivel nacional.

La CNBV utiliza una serie de indicadores básicos (Core Indicators), definidos por la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI), para la medición y diagnóstico del acceso como primer componente de la inclusión financiera.

Estos indicadores representan una línea basal de medición que permite comparar la Inclusión Financiera a nivel

internacional y generar un diagnóstico sobre el estado del acceso a los servicios financieros a nivel nacional con el fin de apoyar el desarrollo, implementación y evaluación de políticas públicas relacionadas con esta materia. Los tres indicadores básicos de acceso se muestran en el cuadro 1.1.

La información por parte de la oferta de la presente sección proviene de los reportes regulatorios que periódicamente entregan las instituciones financieras supervisadas a la CNBV. La información del lado de la demanda proviene los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) que se realizó en mayo del 2012.

Se presenta información del sector bancario (banca múltiple o comercial y banca de desarrollo), de las uniones de crédito, de las sociedades financiera de objeto limitado (Sofol), de las entidades de ahorro y crédito popular (cooperativas y sociedades financieras populares, Sofipos) y la información de los corresponsales bancarios, que son terceros contratados por una institución bancaria, para llevar a nombre de ésta el manejo de servicios financieros en ubicaciones donde no hay presencia de sucursales bancarias.

Cuadro 1.1 Conjunto de indicadores básicos de acceso definidos por la AFI

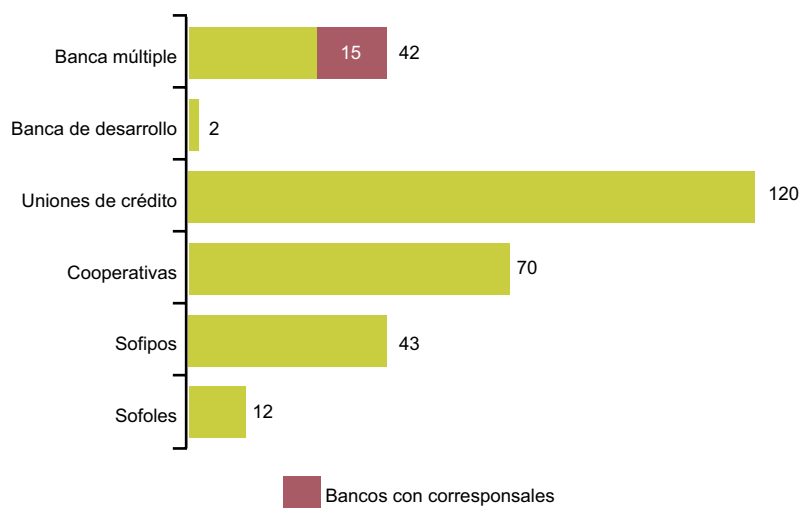


Fuente: AFI, 2011

1. Alliance for Financial Inclusion: Financial Inclusion Data Working Group, Measuring Financial Inclusion: Core Set of Financial Inclusion Indicators, 2011. G-20: Global Partnership for Financial Inclusion, Sub-Group on Data and Measurement.

Los puntos de acceso a servicios financieros que hay en México son las sucursales, los cajeros automáticos, las terminales punto de venta, los corresponsales bancarios, la banca móvil y la banca por Internet.

Gráfica 1.2 Número de instituciones financieras



Fuente: CNBV, diciembre 2012

La gráfica 1.2 presenta el número de instituciones financieras supervisadas autorizadas y operando a diciembre 2012. De las 42 instituciones de banca múltiple, 15 de ellas operan con corresponsales bancarios. Al cierre de 2012, las sociedades financieras de objeto limitado (Sofol²) suman doce entidades y las uniones de crédito cuentan con 120 entidades.

Por otro lado, la banca de desarrollo permanece con dos instituciones con atención directa al público: Bansefi y Banjército, mientras que las cooperativas cuentan con 70 instituciones y las Sofipos con 43.

2. Las sociedades financieras de objeto limitado (Sofol), anteriormente contempladas en la Ley de Instituciones de Crédito, quedaron desreguladas en julio de 2013, a excepción de aquellas entidades vinculadas patrimonialmente con algún banco, las cuales deberán transformarse en sociedades financieras de objeto múltiple - entidad regulada (Sofom ER), con lo que deberán cumplir la regulación bancaria y seguirán sujetas a la supervisión de la CNBV.

Cuadro 1.3 Conjunto de indicadores básicos de acceso definidos por la AFI

Indicadores de los principales puntos de acceso	Sucursales	Al cuarto trimestre de 2012 (4T12), el número de sucursales se ubicó en 16,097. Esto significa, 1.93 sucursales por cada 10,000 adultos, lo que representa una tasa de crecimiento anual del 6.5% respecto al 4T09.
	Cajeros automáticos	El número de cajeros automáticos se mantuvo estable, ubicándose en 40,770 es decir, un indicador al mes de diciembre de 2012 de 4.89 cajeros automáticos por cada 10,000 adultos.
	Terminales punto de venta	A diciembre de 2012, el indicador demográfico de las terminales punto de venta es de 66.73 por cada 10,000 adultos. En los últimos tres años, han presentado una tasa de crecimiento anual del 7.6%.
	Corresponsales bancarios	El número de corresponsales se ubica en 23,626 módulos al cierre de diciembre de 2012. Lo anterior, representa una tasa de crecimiento anual a partir de su implementación en el 3T10 de 97.6%.
	Banca móvil	Las cuentas ligadas a un teléfono celular son el canal más reciente y, por lo tanto, el que más ha crecido actualmente. A diciembre de 2012, se tienen 883,657 contratos para transacciones a través de teléfono celular, lo que representa una tasa de crecimiento anual del 182% a partir del 2T11.
	Banca por Internet	En el cuarto trimestre de 2009 había 1,440 usuarios de banca por Internet por cada 10,000 adultos. Para el cuarto trimestre de 2012, esta cifra aumentó a 2,370 usuarios de banca por Internet por cada 10,000 adultos.

Fuente: CNBV, diciembre 2012

A continuación se presenta la situación del país en materia de acceso a servicios financieros para cada uno de los canales disponibles y su evolución a partir de diciembre de 2009 (4T09) al cierre de diciembre de 2012 (4T12), de acuerdo con los datos disponibles.

Puntos de acceso

Sucursales

Al analizar el comportamiento del número de sucursales, se observa un crecimiento continuo durante los tres últimos años.

La gráfica 1.4 muestra la evolución de la infraestructura de sucursales y el indicador demográfico por cada 10,000

adultos. Del 4T09 al 4T12, la tasa anual de crecimiento de las sucursales ha sido del 6.5%, es decir, ha habido un aumento de 2,773 sucursales. Cabe mencionar que el indicador demográfico por cada 10,000 adultos al cierre del 2012, es menor en relación al reportado al 3T12, ya que se actualizó la población, siendo 83.4 millones el número de adultos³.

Gráfica 1.4 Evolución histórica de las sucursales



Fuente: CNBV, diciembre 2012

Del total de sucursales del país, al cierre de 2012, el 80.1% corresponden a la banca múltiple (12,896), el 3.5% corresponde a la banca de desarrollo (554), 9.1% a las cooperativas (1,467) y el restante 7.3% a las microfinancieras (1,180).

Cajeros automáticos

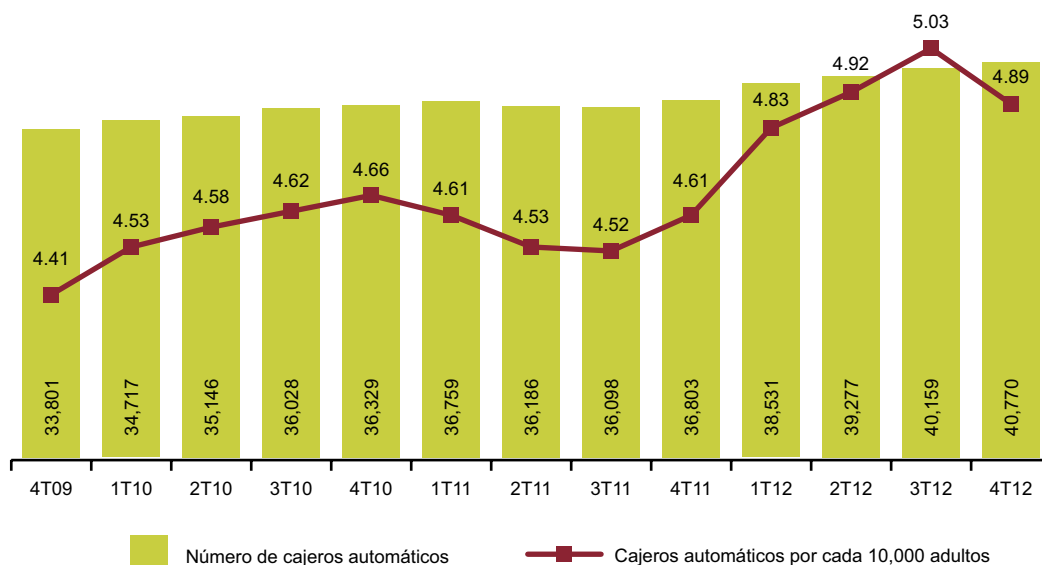
El número de cajeros automáticos, al igual que las sucursales, se ha mantenido estable en los últimos dos años. Del 4T09

al 4T12, se observa una tasa de crecimiento anual del 6.5% en la red de cajeros automáticos, es decir, han pasado de 33,801 a 40,770 cajeros a nivel nacional.

El indicador de cajeros automáticos por cada 10,000 adultos para el 4T09 era de 4.41, mientras que para el cierre de 2012 ascendió a 4.89. En la gráfica 1.5 se muestra la evolución de los cajeros automáticos en números absolutos y el indicador demográfico por cada 10,000 adultos.

3. Proyección de población para el 2013 según el Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Gráfica 1.5 Evolución histórica de los cajeros automáticos

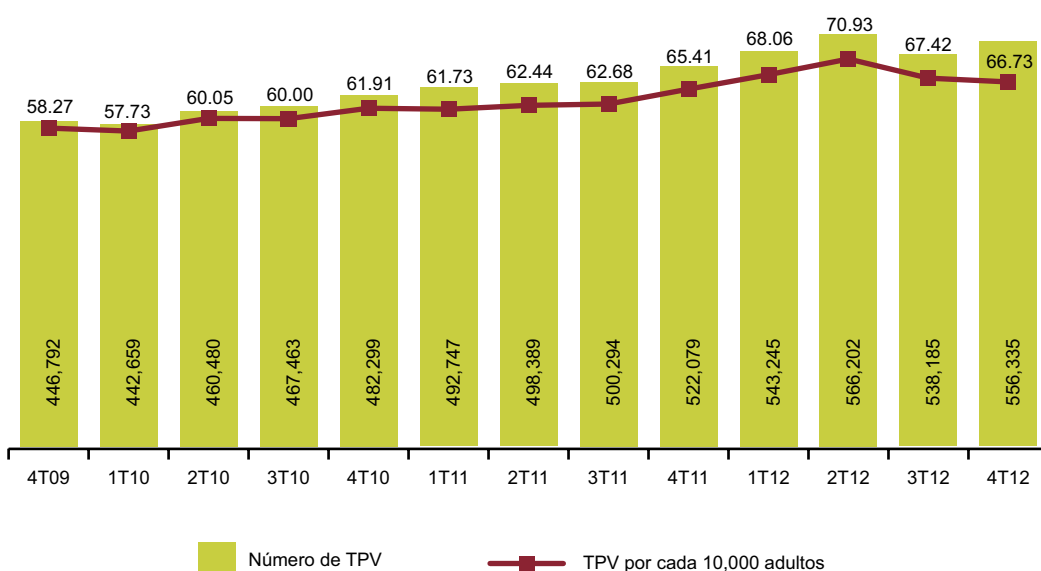


Fuente: CNBV, diciembre 2012

Terminales punto de venta

El número de TPV pasó de 446,792 en el 4T09 a 556,335 en el 4T12, lo que significa una tasa de crecimiento anual de 7.6% (109,543 TPV). El indicador de terminales punto de venta por cada 10,000 adultos para el 4T09 era de 58.27, mientras que para el cierre de 2012, se ubicó en 66.73. La gráfica 1.6 muestra la evolución histórica de este canal de acceso.

Gráfica 1.6 Evolución histórica de las terminales punto de venta



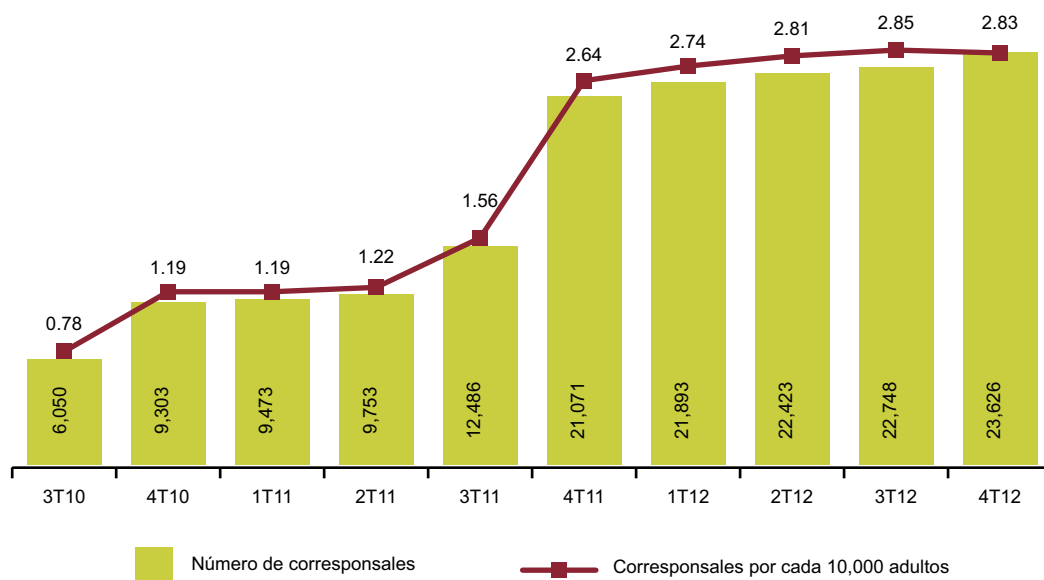
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Corresponsales bancarios

De todos los canales de acceso, los corresponsales bancarios son aquellos que han presentado el mayor incremento porcentual, iniciaron operaciones en el último trimestre de 2010 y, al 4T12, cuentan con 23,626 módulos. Los corresponsales presentan una tasa de crecimiento anual de 97.6%.

La evolución de este canal se pueden apreciar en la gráfica 1.7.

Gráfica 1.7 Evolución histórica de los corresponsales bancarios

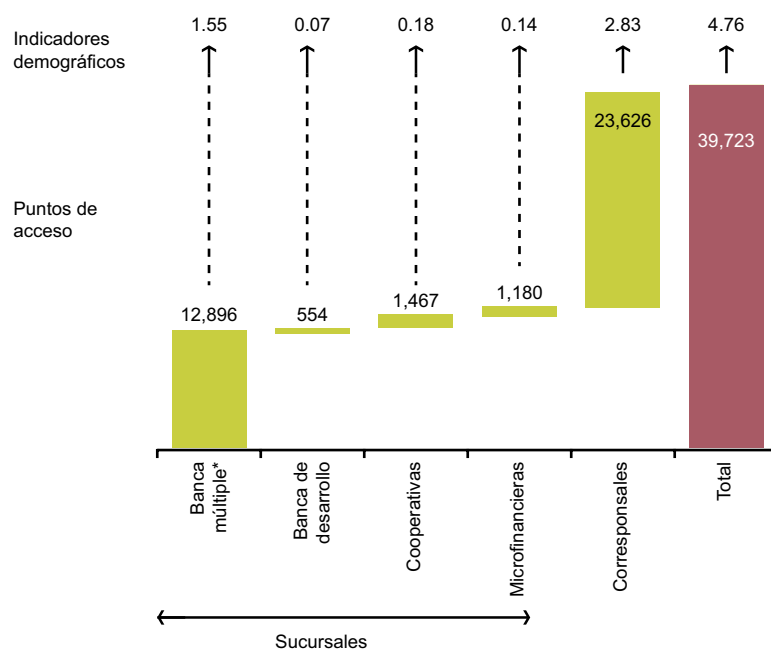


Fuente: CNBV, diciembre 2012

El indicador del número de sucursales por cada 10,000 adultos a nivel nacional se ubicó en 1.93 sucursales. Al incorporar los corresponsales bancarios como punto de acceso, este indicador aumenta a 4.76 puntos de acceso por cada 10,000

adultos, dando como resultado un total de 39,723 puntos de acceso, tal como se muestra en la gráfica 1.8. Es decir, un incremento del 47% respecto al número de puntos de acceso, si sólo se considera sucursales.

Gráfica 1.8 Indicadores demográficos por tipo de institución



Nota: Incluye las oficinas de Compartamos Banco

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Corresponsales bancarios

Las instituciones bancarias que operan con corresponsales son: Afirme, American Express, Banamex, Banco WalMart, BanCoppel, Banorte, Bansefi, BBVA Bancomer, Compartamos Banco, HSBC, Inbursa, Invex, Monex, Santander y Scotiabank.

Al cierre del año 2012, la red de corresponsales o administradores de las instituciones bancarias se ubicó en 24, llegando a los 749 comercios, con 23,626 puntos de acceso para la oferta de servicios financieros en el país.

Los administradores de redes de corresponsales son los siguientes:

- | | |
|-------------------------|----------------|
| • 7 Eleven | • Oxxo |
| • Afirme | • Oxxo Express |
| • Banamex Aquí | • Pítico |
| • Blockbuster | • Radio Shack |
| • Chedraui | • Sanborns |
| • Comercial Mexicana | • Sears |
| • Coppel | • Soriana |
| • Diconsa | • Suburbia |
| • Farmacias Benavides | • Surtifirme |
| • Farmacias Guadalajara | • Telecomm |
| • Grameen | • Vips |
| • Operadora Merco | • WalMart |

Las operaciones que pueden realizarse en dichos corresponsales, las determina cada institución bancaria y son autorizadas por la CNBV. Para cada corresponsal, pueden autorizarse diferentes operaciones, independientemente del banco al cual estén asociados.

Las operaciones que pueden realizarse en dichos corresponsales son: pago de servicios, retiros, depósitos, pago de créditos, situaciones de fondos, circulación de medios de pago, pago de cheques consulta de saldos y apertura de cuentas.

La oferta de los servicios ofrecidos por los corresponsales, es limitada ya que la mayoría (76%) de los corresponsales ofrecen 4 ó menos servicios, siendo los más ofertados, el cobro de créditos (98%) y depósitos (92%).

Fuente: CNBV, diciembre 2012

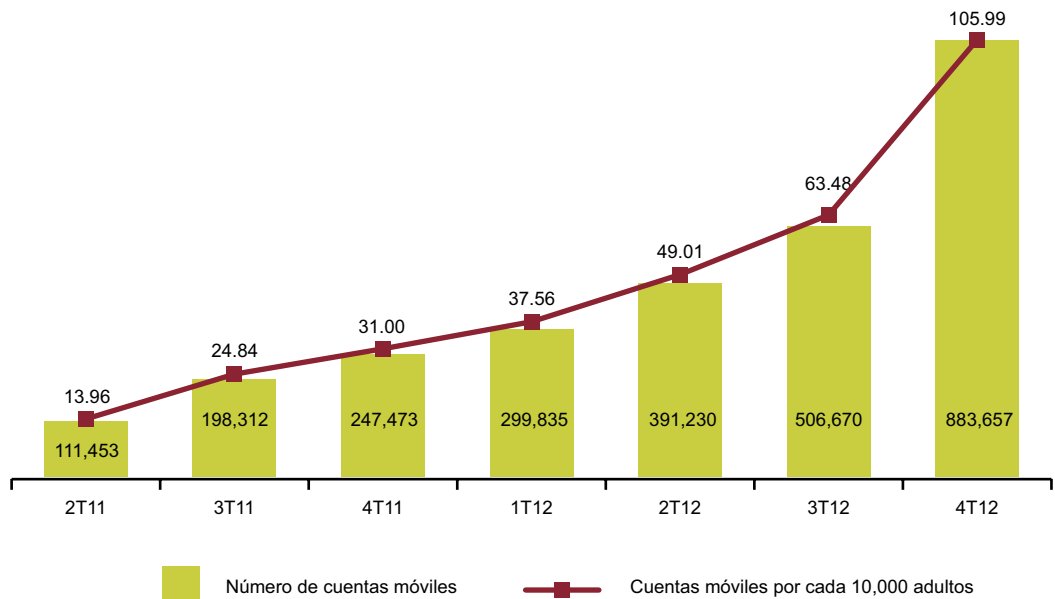
Banca móvil

En México existen productos de banca móvil, que se utilizan como canal de acceso mediante un dispositivo de telefonía móvil. El número de contratos que utiliza la banca por celular ha tenido el máximo crecimiento de los canales de acceso, presentando una tasa de crecimiento anual de 182% desde que se comenzó a reportar⁴, es decir, a partir del segundo trimestre de 2011. Al mes de diciembre de 2012, el indicador demográfico es de 105.99 contratos que utilizan

la banca móvil por cada 10,000 adultos. Su comportamiento histórico se puede apreciar en la gráfica 1.9. Aunque se ha incrementado el uso de la banca móvil, aún sigue por debajo de su potencial.

Actualmente, sólo se tienen tres productos de banca móvil en el mercado impulsados por cuatro bancos, lo que demuestra la necesidad de impulsar el desarrollo de más productos.

Gráfica 1.9 Evolución histórica de los contratos que utilizan banca móvil



Fuente: CNBV, diciembre 2012

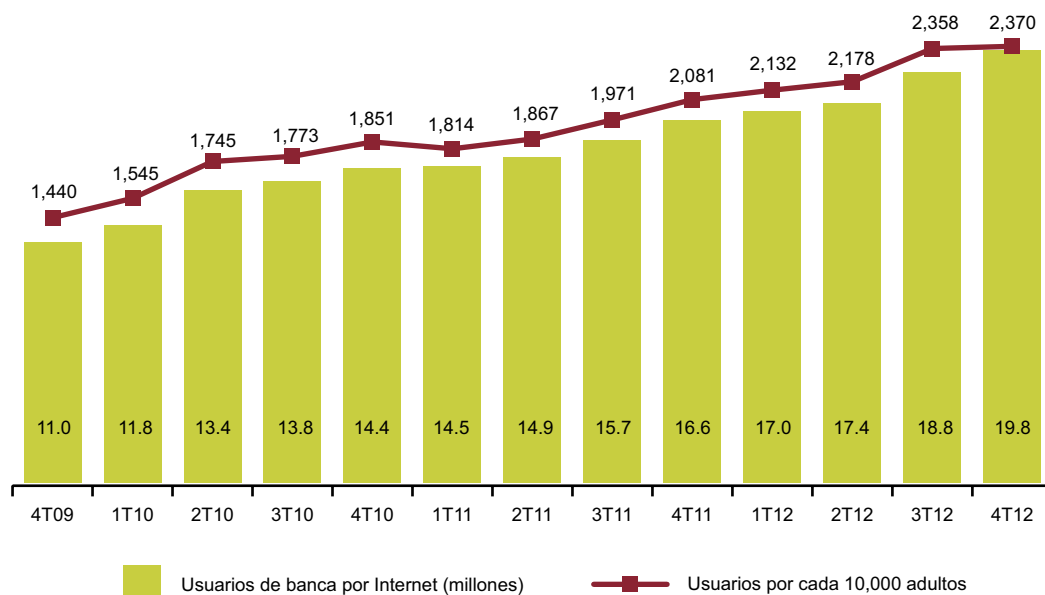
Por otra parte, al cierre de diciembre de 2012, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) reporta 100.7 millones de suscripciones a teléfonos celulares móviles⁵. Si se obtiene la proporción del número de usuarios que utilizan la banca móvil del total de suscripciones a celulares, se puede apreciar que estos contratos tan sólo representan aproximadamente el 1% del total de suscripciones.

la red mundial de Internet. El número de usuarios de Banca por Internet se ha incrementado 21.4% en los últimos tres años, pasando de 1,440 usuarios por cada 10,000 adultos (11 millones de usuarios en total) en el 4T09 a 2,370 usuarios por cada 10,000 adultos (19.8 millones de usuarios en total) en el 4T12. La gráfica 1.10 muestra la evolución histórica de este canal de acceso.

Banca por Internet

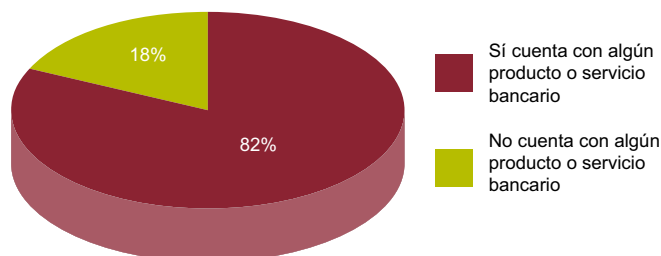
Al igual que la Banca móvil, la Banca por Internet se considera un producto que se utiliza como canal de acceso mediante

4. El número de contratos de banca móvil para los tres trimestres reportados en 2011 cambió respecto a lo reportado en el Reporte de Inclusión Financiera 4, debido a reclasificaciones en este tipo de cuentas.
5. Las suscripciones a teléfonos celulares son reportadas para la población total.

Gráfica 1.10 Evolución histórica del número de usuarios de banca por Internet


Fuente: Banco de México, diciembre 2012

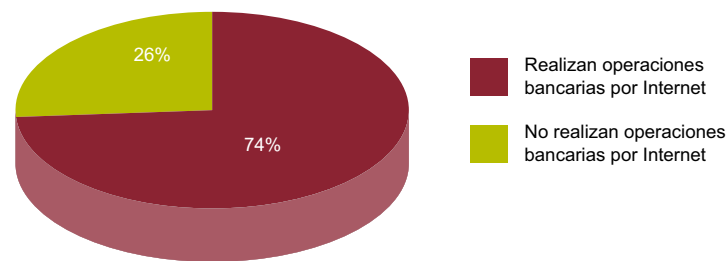
Al 31 de diciembre de 2012, del total de usuarios de Internet en México (40.6 millones), el 82% cuenta con algún producto o servicio bancario (tarjeta de crédito o débito, cuenta de cheques, nómina, seguro automotriz, seguro médico, etc.), como se observa en la gráfica 1.11. Lo anterior representa un incremento del 5% respecto al 2011. La mitad de los usuarios llevan 5 años o más con este tipo de producto o servicio.

Gráfica 1.11 Usuarios de Internet que cuentan con productos o servicios bancarios


Fuente: Estudio sobre la Banca por Internet en México, AMIPCI, 2012

De los usuarios que sí cuentan con algún producto o servicio bancario y visitan portales bancarios, el 74% realiza operaciones dentro de la banca por Internet (gráfica 1.12).

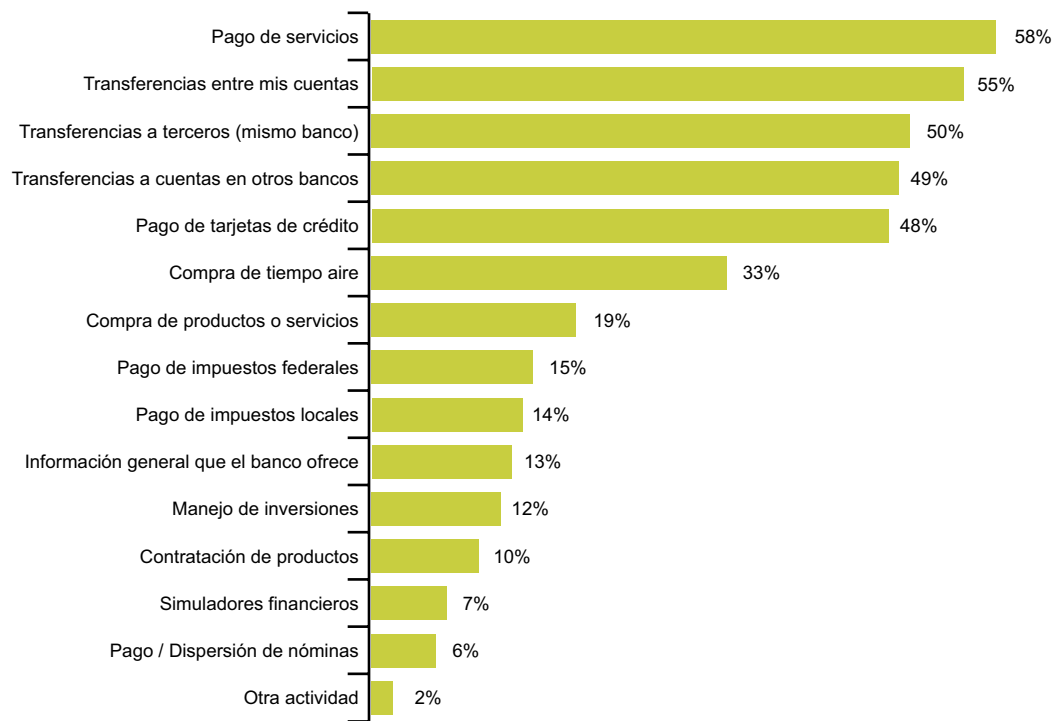
Gráfica 1.12 Usuarios que realizan operaciones bancarias por Internet



Fuente: Estudio sobre la Banca por Internet en México, AMIPCI, 2012

En la gráfica 1.13 se observan las actividades que se realizan al usar la banca por Internet; el pago de servicios resulta ser la operación más frecuente entre los usuarios (58%); le siguen las transferencias entre cuentas personales con el 55% y las transferencias a terceros dentro del mismo banco (50%).

Gráfica 1.13 Operaciones realizadas mediante la banca por Internet



Fuente: Estudio sobre la Banca por Internet en México, AMIPCI, 2012

Cobertura

Con base en los indicadores establecidos por la AFI, se ha definido la medición de la cobertura de los servicios financieros mediante dos indicadores, que se muestran en el cuadro 1.14. A partir de estos indicadores, es posible estudiar la cobertura por canal y en conjunto, y así poder realizar comparativos.

Cuadro 1.14 Indicadores de cobertura de los servicios financieros

Municipios con acceso	Número o porcentaje de municipios que cuentan con al menos un canal de acceso a los servicios financieros.
Población adulta con posibilidad de acceso	Número o porcentaje de adultos que viven en un municipio con al menos un canal de acceso a los servicios financieros.

Fuente: Financial Inclusion Data Working Group, AFI, diciembre 2011

Presencia de cada uno de los canales de acceso

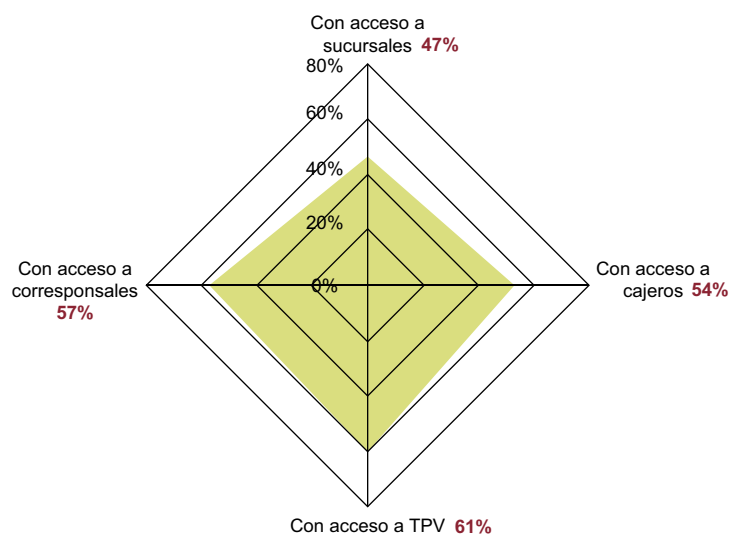
Analizando la presencia en los municipios de cada uno de los canales de acceso a servicios financieros por separado, se puede observar de manera histórica⁶ que las sucursales cuentan con presencia en el 47% de los municipios (1,152). Por otro lado, el número de municipios con acceso a cajeros automáticos se ha incrementado en 23% (de 1,078 municipios en el 4T09 a 1,329 en el 4T12). Las terminales

punto de venta cuentan con presencia en el 61% de los municipios (1,497). Finalmente, los corresponsales bancarios han presentado una tasa de crecimiento anual en cuanto a su presencia en municipios del 23%, ubicándose en 1,410 municipios al cierre del 4T12 respecto a los 1,142 que había en el 3T10. La información detallada por canal de acceso de manera trimestral se presenta en la tabla 1.15.

Tabla 1.15 Número de municipios que cuentan con canales de acceso

Cobertura Número de municipios	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12	3T12	4T12	Variación (%) al 4T12
Con acceso a sucursales	1,050	1,046	1,049	1,051	1,074	1,071	1,095	1,116	1,128	1,148	1,152	9%
Con acceso a cajeros	1,093	1,083	1,096	1,098	1,232	1,250	1,273	1,289	1,301	1,317	1,329	23%
Con acceso a TPV	1,502	1,502	1,502	1,502	1,462	1,474	1,482	1,491	1,509	1,488	1,497	-0.3%
Con acceso a corresponsales	-	1,142	1,168	1,248	1,250	1,265	1,351	1,371	1,386	1,388	1,410	23%

6. Desde el 4T09 al 1T11, no se contaba con información de TPV a nivel municipal, por lo que la tabla 1.14 y las gráficas subsecuentes no muestran cambios en la cobertura para ese canal de acceso.

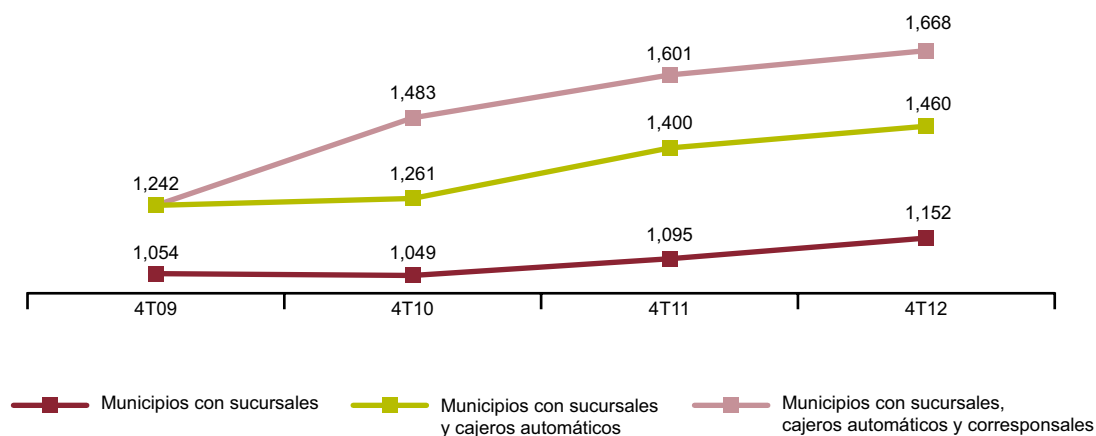


Fuente: CNBV, diciembre 2012

Integración de los canales de acceso

La cobertura de municipios por medio de puntos de acceso⁷ en donde se puede disponer de efectivo, es decir, sucursales, cajeros automáticos y corresponsales, es del 68% (1,668) de los municipios, en donde habita el 97% (80.7 millones) de la población adulta. La gráfica 1.16 ilustra el impacto de los corresponsales en los municipios de manera histórica.

Gráfica 1.16 Cobertura de las sucursales, cajeros automáticos y corresponsales

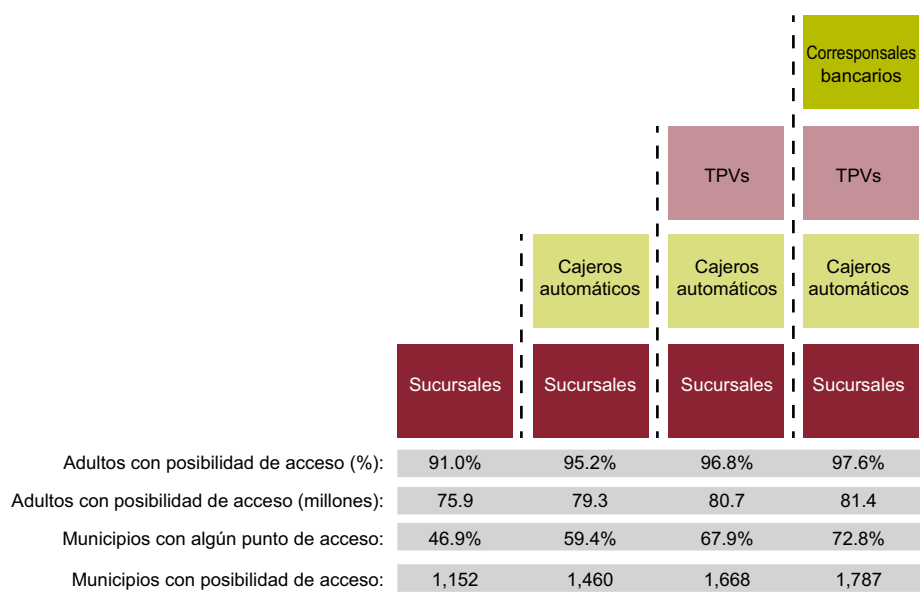


Fuente: CNBV, diciembre 2012

7. Puntos de acceso regulados en donde se pueden realizar retiros y depósitos (cash in, cash out).

Considerando la totalidad de los canales⁸ a diciembre de 2012, el 73% de los municipios del país (1,787) tiene al menos un punto de acceso. Esto implica que 81.4 millones de adultos tienen la posibilidad de acceder al sistema financiero, lo cual equivale al 97.6% de los adultos del país. La aportación de cada uno de los canales se puede observar en la gráfica 1.17.

Gráfica 1.17 Cobertura de los diferentes canales de acceso



Fuente: CNBV, diciembre 2012

Indicadores de acceso a nivel estatal

A continuación se presenta la información a diciembre de 2012, de cada una de las entidades federativas del país.

En términos de valores absolutos, el Distrito Federal es la entidad con más sucursales, cajeros automáticos, terminales punto de venta y contratos que utilizan celular. Sin embargo, Nuevo León es la entidad federativa con más corresponsales. En la tabla 1.18 se presentan los puntos de acceso por entidad federativa.

Puntos de acceso

Sucursales

En términos de indicadores demográficos, al cierre de diciembre de 2012, Colima es la entidad federativa con el mayor indicador de sucursales, seguida por el Distrito Federal y Sinaloa.

8. Sucursales, cajeros automáticos, terminales punto de venta y corresponsales bancarios.

Cajeros automáticos

Quintana Roo es el estado con el indicador demográfico más alto de cajeros automáticos, seguido por Nuevo León y el Distrito Federal.

Terminales punto de venta

Nuevamente Quintana Roo, tiene el indicador demográfico más alto de terminales punto de venta, seguido por Baja California Sur y el Distrito Federal.

Corresponsales bancarios

En términos de puntos de acceso mediante un corresponsal bancario, son Nuevo León (con un indicador de 6.76 corresponsales bancarios por cada 10,000 adultos), Tamaulipas (6.22), Coahuila (5.31), Sonora (5.24) y Baja California (5.11).

Banca móvil

Por último, el Distrito Federal cuenta con el mayor indicador demográfico de contratos que utilizan celular, seguido por Aguascalientes y Tabasco.

Tabla 1.18 Puntos de acceso por entidad federativa (sucursales, cajeros, TPV, corresponsales y contratos que utilizan celular)

Estado	Población adulta	Sucursales	Cajeros Auto-máticos	TPV	Corres-ponsales bancarios	Contratos que utilizan celular	Indicador Demográfico por cada 10,000 adultos				
							Sucursales	Cajeros Auto-máticos	TPV's	Corres-ponsales bancarios	Contratos que utilizan celular
Aguascalientes	851,594	146	493	7,214	304	14,837	1.7	5.79	84.71	3.57	174.23
Baja California	2,400,848	393	1,788	18,691	1,227	14,086	1.6	7.45	77.85	5.11	58.67
Baja California Sur	497,222	117	414	9,688	216	6,301	2.4	8.33	194.84	4.34	126.72
Campeche	620,951	119	314	3,531	112	8,393	1.9	5.06	56.86	1.80	135.16
Coahuila	2,036,983	401	1,429	16,114	1,081	11,591	2.0	7.02	79.11	5.31	56.90
Colima	498,134	170	311	4,255	156	2,722	3.4	6.24	85.42	3.13	54.64
Chiapas	3,346,082	398	665	7,674	472	21,231	1.2	1.99	22.93	1.41	63.45
Chihuahua	2,553,891	465	1,416	18,615	740	18,007	1.8	5.54	72.89	2.90	70.51
Distrito Federal	6,914,961	2,090	6,148	98,380	1,937	233,771	3.0	8.89	142.27	2.80	338.07
Durango	1,195,885	166	407	5,139	336	5,230	1.4	3.40	42.97	2.81	43.73
Guanajuato	3,936,449	920	1,423	21,659	882	41,228	2.3	3.61	55.02	2.24	104.73
Guerrero	2,363,270	324	684	7,719	470	23,833	1.4	2.89	32.66	1.99	100.85
Hidalgo	1,953,353	269	585	6,300	378	24,704	1.4	2.99	32.25	1.94	126.47
Jalisco	5,435,085	1,393	2,946	48,602	1,767	70,086	2.6	5.42	89.42	3.25	128.95
México	11,505,586	1,688	3,999	47,554	2,058	87,437	1.5	3.48	41.33	1.79	76.00
Michoacán	3,161,520	602	874	14,830	600	34,497	1.9	2.76	46.91	1.90	109.12
Morelos	1,338,771	290	606	9,088	352	13,476	2.2	4.53	67.88	2.63	100.66
Nayarit	819,274	155	360	4,529	223	10,851	1.9	4.39	55.28	2.72	132.45
Nuevo León	3,553,713	987	3,447	38,367	2,404	33,078	2.8	9.70	107.96	6.76	93.08
Oaxaca	2,714,324	365	590	6,824	353	8,475	1.3	2.17	25.14	1.30	31.22
Puebla	4,140,520	667	1,243	17,981	763	29,560	1.6	3.00	43.43	1.84	71.39
Querétaro	1,348,771	347	876	13,520	467	13,221	2.6	6.49	100.24	3.46	98.02
Quintana Roo	1,030,866	217	1,144	24,797	408	9,303	2.1	11.10	240.55	3.96	90.24
San Luis Potosí	1,868,257	299	716	9,311	395	9,681	1.6	3.83	49.84	2.11	51.82
Sinaloa	2,087,253	599	963	15,725	854	14,992	2.9	4.61	75.34	4.09	71.83
Sonora	2,006,264	395	1,244	18,516	1,051	15,057	2.0	6.20	92.29	5.24	75.05
Tabasco	1,629,051	244	644	6,824	332	22,510	1.5	3.95	41.89	2.04	138.18
Tamaulipas	2,470,067	472	1,762	15,255	1,537	11,855	1.9	7.13	61.76	6.22	47.99
Tlaxcala	850,560	102	236	2,462	137	3,583	1.2	2.77	28.95	1.61	42.13
Veracruz	5,684,865	864	2,008	22,480	1,014	54,025	1.5	3.53	39.54	1.78	95.03
Yucatán	1,479,160	269	711	11,065	358	10,641	1.8	4.81	74.81	2.42	71.94
Zacatecas	1,074,572	164	324	3,626	242	5,395	1.5	3.02	33.74	2.25	50.21
Nacional	83,368,102	16,097	40,770	556,335	23,626	883,657	1.93	4.89	66.73	2.83	105.99
Nacional sin DF	76,453,141	14,007	34,622	457,955	21,689	649,886	1.83	4.53	59.90	2.84	85.00

Fuente: CNBV, diciembre 2012

En la tabla 1.19 se presentan las entidades federativas con el mayor y menor número de sucursales y corresponsales, de acuerdo al tipo de institución financiera.

En ella se observa que cinco estados (Baja California, Baja California Sur, Distrito Federal, Sinaloa y Tabasco) cuentan con presencia de sucursales de Banca múltiple en el 100% de sus municipios, mientras que Oaxaca es el estado con menor presencia (7.5%).

En cuanto a la presencia de la banca de desarrollo, destaca el Estado de México con presencia de sucursales en el 44% de sus 125 municipios. Los estados con menor presencia de sucursales de banca de desarrollo en sus municipios son Durango, Oaxaca y Coahuila (2.6%, 5.8% y 7.9%, respectivamente).

Referente a la presencia de cooperativas, Colima cuenta con presencia en el 100% de sus municipios seguido por Guanajuato con el 97.8%. Baja California Sur se mantiene sin presencia de cooperativas en sus municipios. Sin embargo, esta última cuenta con presencia de microfinancieras en el 100% de ellos. Oaxaca sólo tiene presencia de microfinancieras en el 1.1% de sus municipios.

La presencia de corresponsales bancarios tuvo el mayor incremento en el 2012, ya que alcanzó el 100% de los municipios en 11 estados del país (Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Colima, Distrito Federal, Guanajuato, Querétaro, Quintana Roo, Sinaloa y Tabasco). Oaxaca es el estado con menor presencia de corresponsales bancarios en sus municipios (24.7%).

Tabla 1.19 Estados con mayor y menor presencia de puntos de acceso por tipo de institución

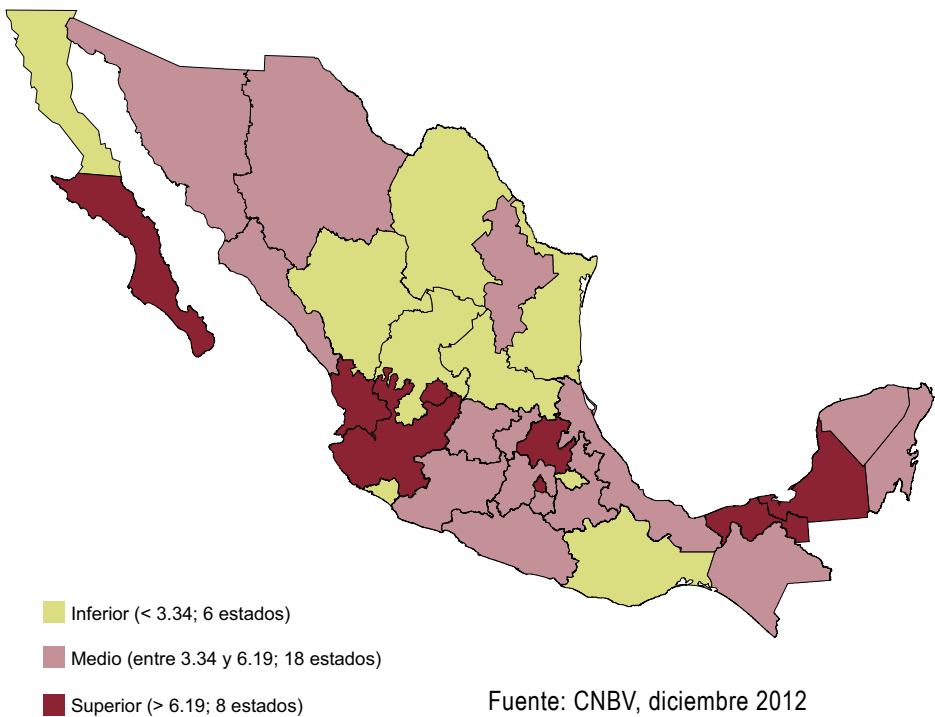
	Estados con mayor presencia		Estados con menor presencia	
Banca múltiple	Baja California	100.0%	Chihuahua	34.3%
	Baja California Sur	100.0%	Tlaxcala	23.3%
	Distrito Federal	100.0%	Yucatán	21.7%
	Sinaloa	100.0%	Puebla	20.7%
	Tabasco	100.0%	Oaxaca	7.5%
Banca de desarrollo	Distrito Federal	93.8%	Chihuahua	9.0%
	Baja California	60.0%	Sonora	8.3%
	Quintana Roo	44.4%	Coahuila	7.9%
	México	44.0%	Oaxaca	5.8%
	Colima	40.0%	Durango	2.6%
Cooperativas	Colima	100.0%	Oaxaca	7.4%
	Guanajuato	97.8%	Sonora	4.2%
	Querétaro	94.4%	Chiapas	1.7%
	Jalisco	76.8%	Tlaxcala	1.7%
	Nayarit	65.0%	Baja California Sur	0.0%
Microfinancieras	Baja California Sur	100.0%	Puebla	11.1%
	Distrito Federal	81.3%	Zacatecas	6.9%
	Baja California	80.0%	Guerrero	6.2%
	Guanajuato	63.0%	Yucatán	3.8%
	Colima	60.0%	Oaxaca	1.1%
Corresponsales bancarios⁹	Aguascalientes	100.0%	Chihuahua	53.7%
	Baja California	100.0%	Tlaxcala	51.7%
	Baja California Sur	100.0%	Puebla	40.6%
	Campeche	100.0%	Yucatán	38.7%
	Colima	100.0%	Oaxaca	24.7%

Fuente: CNBV, diciembre 2012

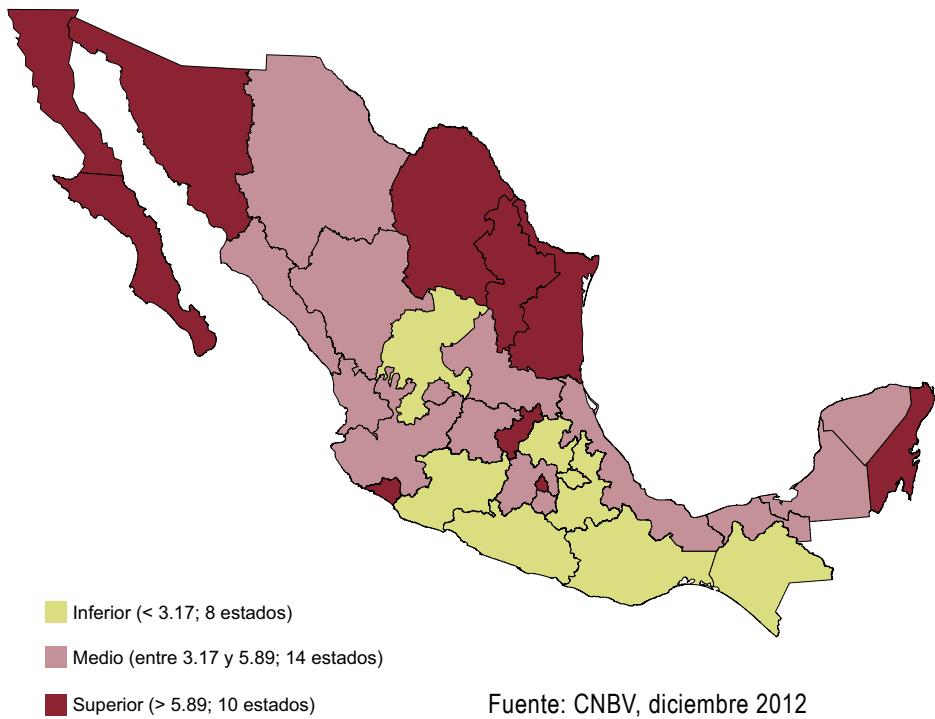
9. En la tabla 1.19 solo se presentan los primeros cinco estados con el 100% de cobertura en sus municipios, en orden alfabético.

Los mapas siguientes muestran los indicadores estatales por cada canal de acceso.

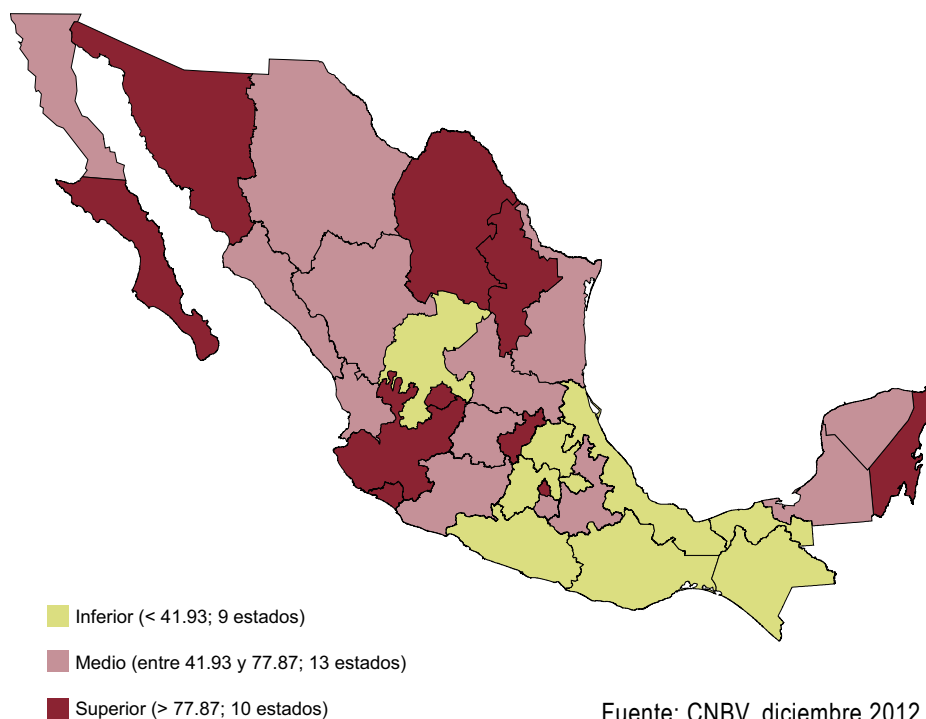
Mapa 1.20 Indicador demográfico de sucursales y corresponsales por entidad federativa



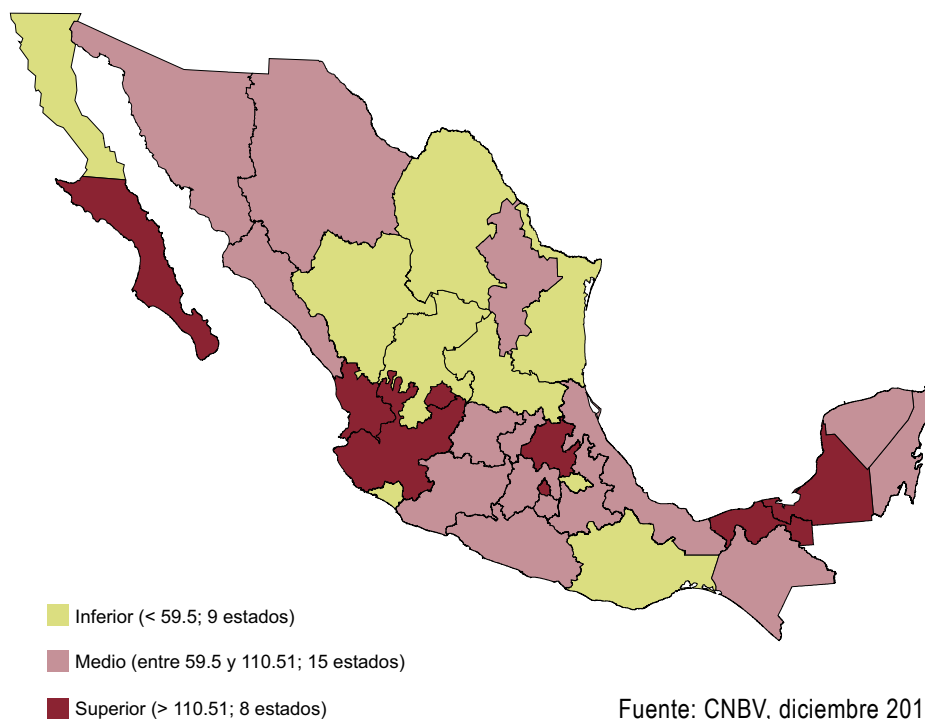
Mapa 1.21 Indicador demográfico de cajeros automáticos por entidad federativa



Mapa 1.22 Indicador demográfico de terminales punto de venta por entidad federativa



Mapa 1.23 Indicador demográfico de contratos que utilizan celular por entidad federativa



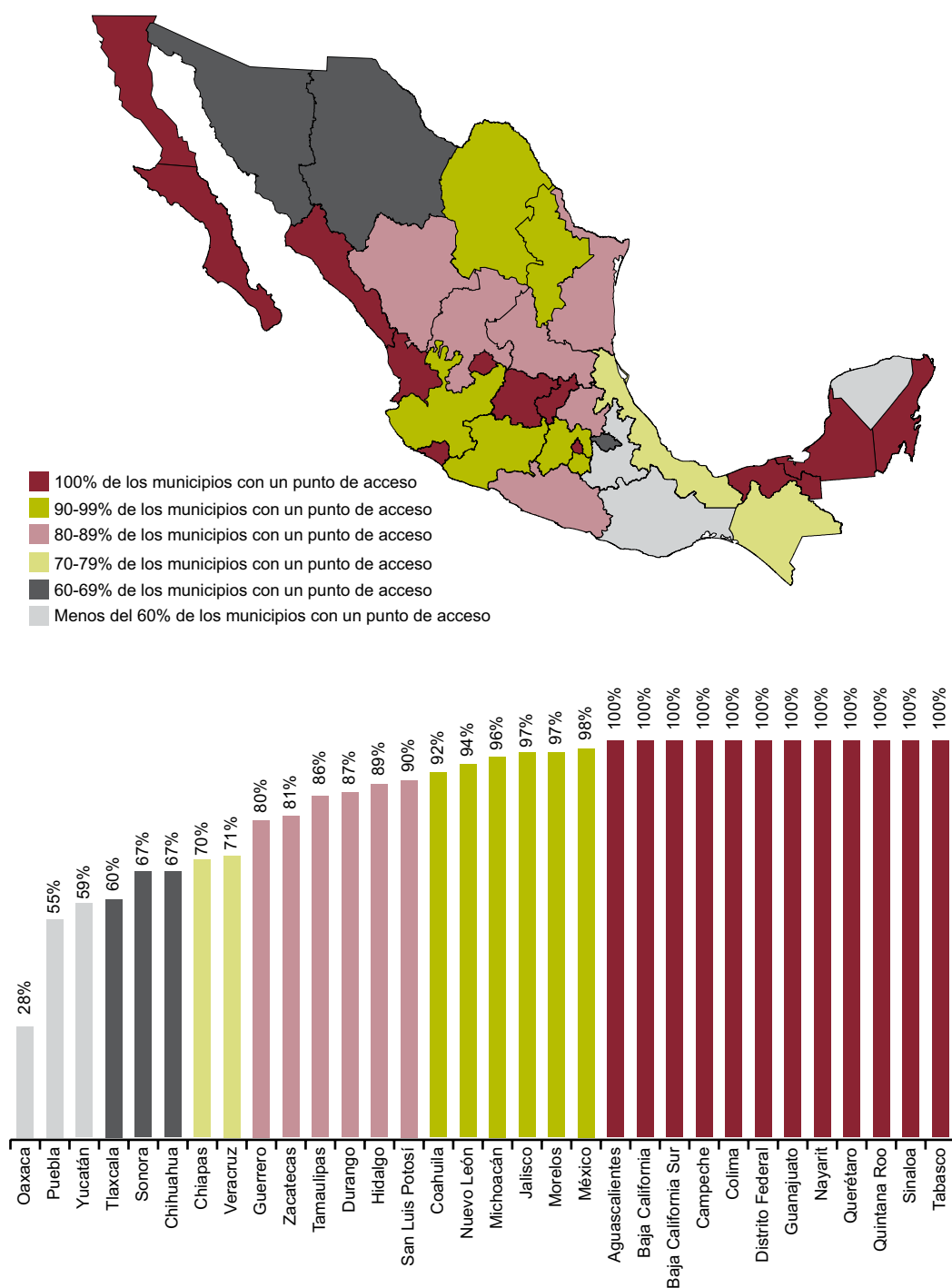
Cobertura

De los 32 estados que integran la República, sólo nueve tienen presencia de sucursales en el total de sus municipios: Baja California, Baja California Sur, Campeche, Colima, Distrito Federal, Querétaro, Quintana Roo, Sinaloa y Tabasco. Al agregar el efecto de los cajeros automáticos, el número de estados con cobertura de al menos uno de estos dos canales, aumenta a once, sumándose a éstos, los estados de Aguascalientes y Guanajuato.

Al agregar el efecto de los corresponsales, el número de estados con cobertura total por medio de estos tres canales aumenta a doce, incluyendo a Nayarit. Sin embargo, hay estados como Oaxaca (28.2%), Puebla (54.8%) y Yucatán (59.4%), que presentan una cobertura de municipios muy limitada por medio de estos canales.

El mapa 1.24 muestra, para las entidades federativas del país, el porcentaje de municipios que cuenta con al menos un punto de acceso.

Mapa 1.24 Porcentaje de municipios con al menos un canal de acceso por entidad federativa



Indicador nacional: 67.9% de los municipios a nivel nacional tienen al menos un punto de acceso (sucursal, cajero automático, ó corresponsal).

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Indicadores de acceso a nivel municipal

Para esta sección se utiliza la clasificación de municipios de acuerdo al tamaño de la población. El cuadro 1.25 presenta la clasificación de los 2,456 municipios del país, con el respectivo número de municipios para cada una de las categorías, así como la población adulta que habita en ellos.



Fuente: CNBV, diciembre 2012

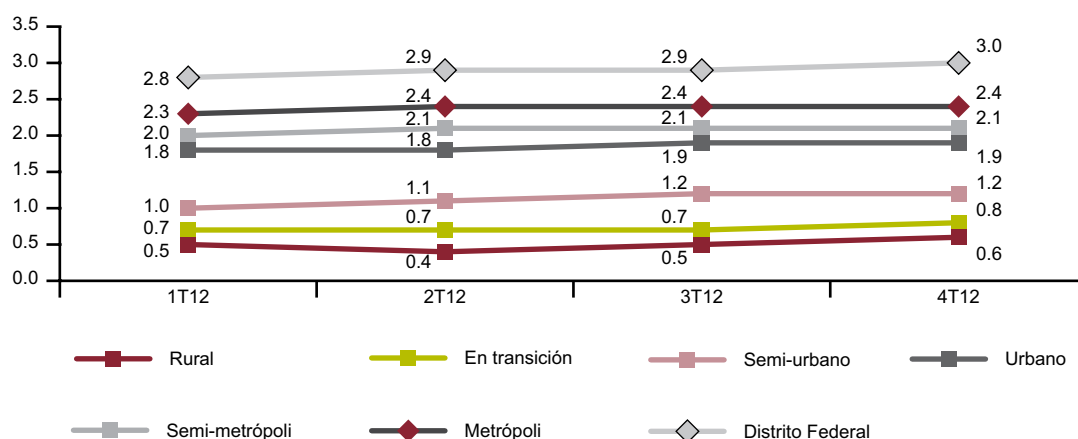
Puntos de acceso

Sucursales

El indicador demográfico para el número de sucursales por cada tipo de población se mantuvo prácticamente sin cambio durante todo el año, presentándose una mayor concentración a partir de poblaciones urbanas. Para eliminar el efecto de concentración del número de sucursales en el Distrito Federal, se separó de los otros municipios. Considerando lo anterior, son las poblaciones metrópoli, semi-metrópolis y urbanas, las que presentan el indicador más alto para todos

los periodos, alcanzando, 2.4, 2.1 y 1.9 sucursales por cada 10,000 adultos para el 4T12, respectivamente, mientras que el menor indicador es para los municipios rurales, con 0.6 sucursales por cada 10,000 adultos al cierre del año. En la gráfica 1.26, se presenta la evolución trimestral del indicador demográfico de sucursales para cada tipo de población.

Gráfica 1.26 Indicador demográfico por tipo de población: sucursales



Fuente: CNBV, diciembre 2012

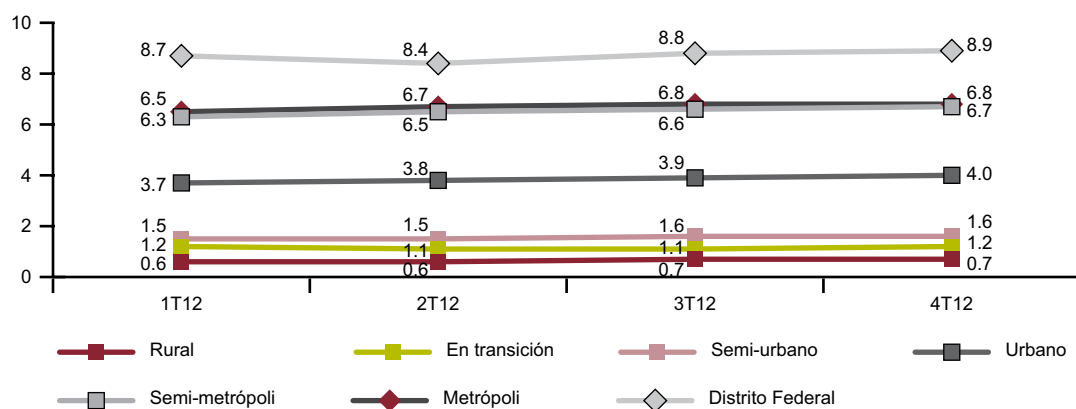
Cajeros automáticos

En el caso de los cajeros automáticos, se observa una baja presencia de éstos en las poblaciones con menos de 50,000 habitantes (rural, en transición y semi-urbano). En todos los tipos de población se mantuvo constante el indicador demográfico siendo, al igual que con los indicadores demográficos de sucursales, las poblaciones urbanas las que presentan un mayor número de cajeros automáticos.

En la gráfica 1.27, se observa que, la primera diferencia importante, se encuentra entre las poblaciones semi-urbanas

y urbanas, al pasar de 1.6 a 4.0 cajeros automáticos por cada 10,000 adultos. Los siguientes indicadores muestran que las poblaciones semi-metrópolis y metrópoli, se encuentran prácticamente al mismo nivel con 6.7 y 6.8 cajeros automáticos por cada 10,000 adultos. Finalmente, el Distrito Federal es el que presenta el indicador demográfico más alto de cajeros automáticos, al ubicarse en 8.9 cajeros por cada 10,000 adultos al cierre de 2012

Gráfica 1.27 Indicador demográfico por tipo de población: cajeros automáticos



Fuente: CNBV, diciembre 2012

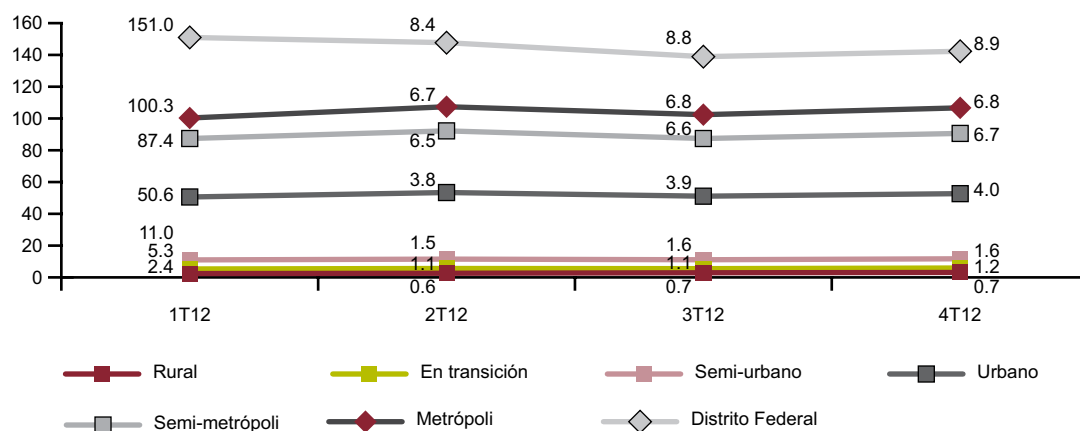
Terminales punto de venta

Las terminales punto de venta presentan indicadores demográficos considerablemente mayores, en la medida que aumenta la población en los municipios. En este caso, el indicador demográfico de los municipios rurales y en transición se ubica en 3.1 y 5.9 TPV por cada 10,000 adultos, respectivamente. El municipio semi-urbano, tiene un indicador demográfico de 11.7 TPV por cada 10,000 adultos.

urbanas, semi-metrópolis y metrópoli, presentan indicadores de 52.7, 90.6 y 106.7 TPV por cada 10,000 adultos, respectivamente. Al igual que en los canales de acceso anteriores, el Distrito Federal, presenta el indicador demográfico más alto, con 142.3 TPV por cada 10,000 adultos al 4T12. Estos resultados pueden apreciarse en la gráfica 1.28.

A partir de poblaciones con más de 50,000 habitantes se observa una mayor concentración de TPV. Las poblaciones

**Gráfica 1.28 Indicador demográfico por tipo de población:
terminales punto de venta**

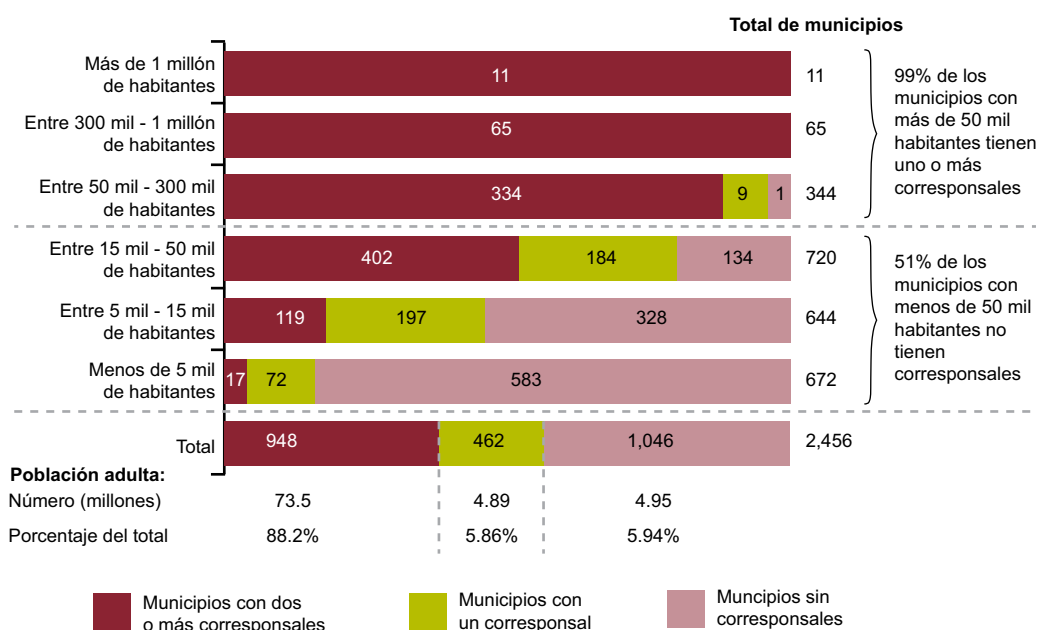


Fuente: CNBV, diciembre 2012

Corresponsales bancarios

Aunque los corresponsales han contribuido a la expansión de la infraestructura financiera, éstos se encuentran concentrados en zonas urbanas. En la gráfica 1.29 se observa que, el 51% de los municipios con menos de 50 mil habitantes, no tienen corresponsales.

Gráfica 1.29 Concentración de corresponsales por tipo de población

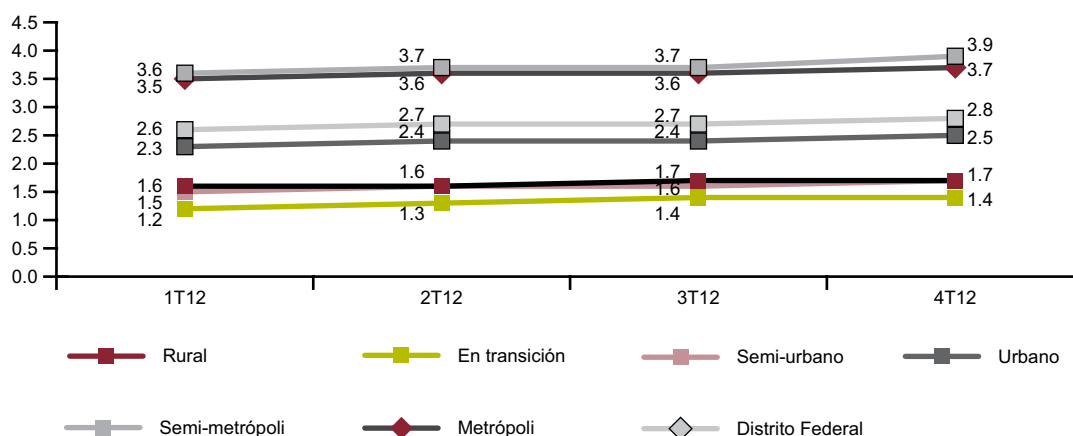


Fuente: CNBV, diciembre 2012

En la gráfica 1.30 se observa el número de corresponsales bancarios por cada 10,000 adultos, segmentado por tipo de municipio.

Los municipios semi-metrópoli y metrópoli, presentan el indicador demográfico más alto, con 3.9 y 3.7 corresponsales por cada 10,000 adultos a diciembre de 2012, respectivamente, mientras que los municipios en transición presentan el menor indicador demográfico, con 1.4 corresponsales por cada 10,000 adultos en este mismo periodo.

Gráfica 1.30 Indicador demográfico por tipo de población: corresponsales bancarios



Fuente: CNBV, diciembre 2012

Cobertura

La presencia de puntos de acceso por tipo de institución, segmentada por tipo de municipio, se muestra en la gráfica 1.31.

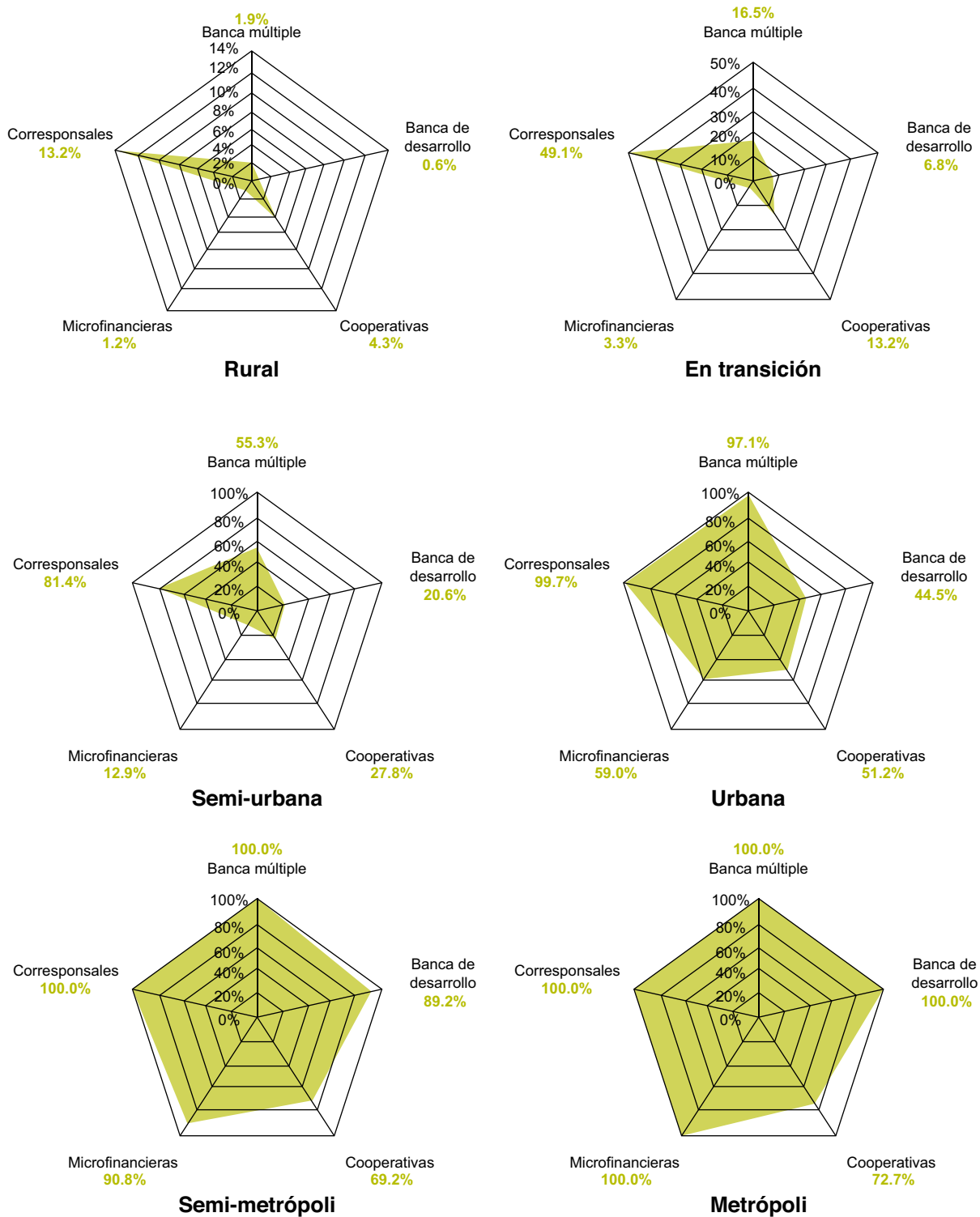
Tanto en los municipios rurales (672 municipios a nivel nacional) como los que están en transición (644 municipios en el país), se aprecia la relevancia que los corresponsales bancarios han tenido al llevar servicios financieros a más municipios en esta categoría. Destaca la baja presencia de sucursales de las microfinancieras y cooperativas, cuyos productos están diseñados para estos segmentos de la población.

Los municipios semi-urbanos están cubiertos casi en su totalidad por corresponsales (81.4%) y se observa una presencia importante de la banca múltiple (55.3%).

En los municipios considerados urbanos (344 municipios a nivel nacional) destaca que no haya cobertura por parte de los corresponsales en la totalidad de ellos, a pesar de que son poblaciones con más de 50,000 y hasta 300,000 habitantes. Sin embargo, sí se observa fuerte presencia de instituciones de banca múltiple. Las microfinancieras y cooperativas apenas tienen presencia en menos del 60% de ellos.

Los municipios semi-metrópolis y metrópolis muestran una distribución de puntos de acceso muy similar.

Gráfica 1.31 Porcentaje de municipios con puntos de acceso por tipo de institución y por tipo de municipio



Fuente: CNBV, diciembre 2012

Resultados ENIF respecto al uso de canales

En los últimos tres años, se ha observado un gran avance tanto en el tipo como en el número de puntos de acceso a los productos y servicios financieros, así como en la cobertura a nivel nacional, estatal y municipal. Sin embargo, era necesario el contar con una herramienta que permitiera contar con información del lado de la demanda para lograr identificar si los esfuerzos llevados a cabo, estaban realmente siendo utilizados por la población anteriormente excluida, o solamente se están generando nuevas opciones para la población previamente incluida en el sistema financiero formal.

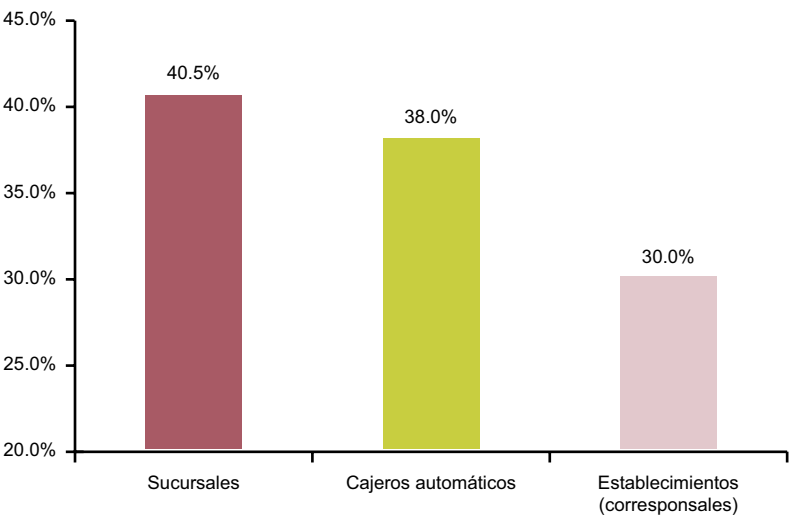
Sucursales y cajeros automáticos

De acuerdo con los resultados de la ENIF, se identificó que el canal que la mayoría de la población utiliza con el 40.5% (28.5 millones de personas) de los encuestados, son las sucursales bancarias, seguido por los cajeros automáticos con el 38% (26.7 millones de personas).

Corresponsales bancarios

El 30% de la población (21.1 millones de personas) mencionó utilizar corresponsales bancarios, siendo mayor la proporción de su uso en localidades de 15,000 habitantes y más (37%) que en localidades de menos de 15,000 habitantes (16%). En la gráfica 1.32 se puede apreciar el porcentaje de la población que utiliza los diferentes canales de acceso.

Gráfica 1.32 Uso de canales de acceso



Fuente: CNBV, con datos del INEGI

Banca móvil y Banca por Internet

De la población que cuenta con alguna cuenta de ahorro formal (24.9 millones de personas), solamente el 13% (3.3 millones de personas) tienen banca por Internet y el 6% (1.4 millones de personas) tienen banca móvil.

Operaciones realizadas en los principales canales de acceso

Del 40.5% de los encuestados (28.5 millones de personas) que indicaron utilizar sucursales bancarias, más de la mitad (55.5%) las utiliza para realizar retiros de efectivo y el 49.4% para hacer depósitos, seguido de pago de servicios y de tarjetas de crédito o créditos. Al igual que en las sucursales, la principal operación que realizan los usuarios de cajeros automáticos (26.7 millones de personas), son retiros de efectivo (98.6%) seguido de consultas de saldo (76.3%).

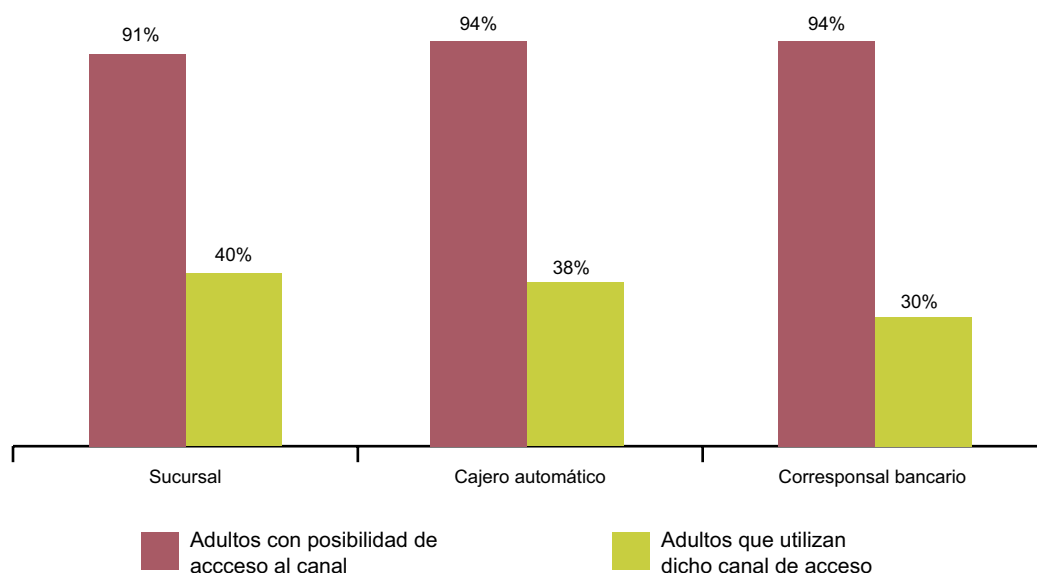
Principales cruces de oferta y demanda de los diferentes canales de acceso

La cobertura municipal a través de sucursales bancarias alcanza el 47% de los municipios (1,152), donde el 91% de la población adulta habita, es decir, tiene la posibilidad de acceder a este canal. No obstante, tan sólo el 40% de los adultos mencionó utilizar las sucursales.

La cobertura de los cajeros automáticos es del 54% de los municipios (1,329), en los que habita el 94% de la población, donde tan sólo el 38% de los adultos, indicó utilizarlos.

Finalmente, los corresponsales bancarios tienen presencia en el 57% de los municipios (1,410), en los que habita el 94% de la población adulta. No obstante lo anterior, estos registran el menor porcentaje de uso, con tan sólo el 30% de los adultos. En la gráfica 1.33 se puede observar la diferencia entre la población que tiene la posibilidad de acceder a algún canal y la población que actualmente los está utilizando.

Gráfica 1.33 Acceso y uso de canales



Fuente: CNBV, con datos del INEGI





El uso se refiere a la adquisición o contratación, por parte de la población, de productos o servicios financieros y la frecuencia con que se utilizan. Por vez primera, el Reporte de Inclusión Financiera presenta información obtenida de la ENIF acerca de la población que cuenta con productos de captación y el uso que le da a los mismos.

CAPTACIÓN 2

Con los resultados de la ENIF, se puede obtener una mejor aproximación sobre la población que utiliza productos de ahorro provenientes del sistema financiero formal, así como su comportamiento, necesidades y las barreras que enfrenta para acceder a éstos.

Indicadores básicos de captación

El uso es considerado el segundo componente de la Inclusión Financiera y, al igual que con el componente de acceso, la CNBV utiliza un grupo de indicadores básicos para medir el uso de los productos y servicios financieros. El primer nivel de estos indicadores se definió internacionalmente por la Alianza para la Inclusión Financiera y se espera que gradualmente se incorporen nuevos indicadores que proporcionen mayor información para apoyar el diseño de productos financieros adecuados a las necesidades de la población.

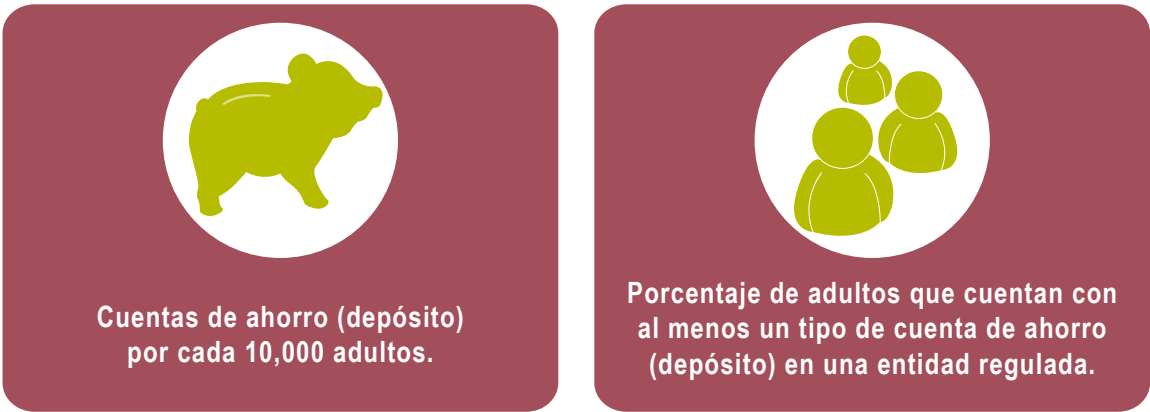
A nivel internacional se han llevado a cabo diversos esfuerzos con el fin de obtener indicadores de Inclusión Financiera

entre países de manera periódica. El objetivo de generar estos indicadores es proporcionar una base sólida a las autoridades para la elaboración y evaluación de sus políticas públicas.

Anteriormente, se utilizaba únicamente el número de cuentas por cada 10,000 adultos como un indicador proxy, es decir, aproximado: Esta información, al igual que la que se tiene por parte de la oferta, proviene de los reportes regulatorios que periódicamente entregan a la CNBV las instituciones financieras supervisadas.

A partir del 2012, este indicador se ha complementado con los resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, lo que permite contar con información más detallada de la situación del país desde el punto de vista de la demanda. La gráfica 2.1 muestra este par de indicadores.

Gráfica 2.1 Conjunto de indicadores básicos de uso definidos por la AFI



Fuente: Financial Inclusion Data Working Group, AFI, diciembre 2011

El contar con esta información permite planear de manera estratégica las políticas públicas para fomentar el uso de nuevos productos o servicios financieros e identificar las principales barreras que la población enfrenta para acercarse al sistema financiero a fin de lograr su disminución o eliminación.

Productos de captación

Los productos de captación se pueden clasificar conforme al tipo de institución financiera de la cual provengan. El cuadro 2.2 muestra la clasificación de los productos de captación en México.

Cuadro 2.2 Productos de captación por tipo de institución

Banca	Banca múltiple Banca de desarrollo	Cuentas de ahorro Depósitos a plazo Cuentas nivel 1 Cuentas nivel 2 Cuentas nivel 3 Cuentas tradicionales
EACP	Sofipos Cooperativas	Depósito a la vista Depósito al ahorro Depósito a plazo

Fuente: CNBV

Con la finalidad de ampliar las opciones para que la población tenga acceso a los productos bancarios, así como para disminuir el costo de estos productos para las instituciones de crédito, a partir de agosto de 2011, se modificaron diferentes disposiciones legales y regulatorias¹ aplicables a las instituciones de crédito para crear una nueva clasificación de las cuentas de captación.

El objetivo de las modificaciones al marco regulatorio tuvieron como objetivo que la apertura de las cuentas de captación

fuera más eficiente y expedita pero considerando el riesgo asociado a la información del expediente vinculado al cliente de dichas cuentas.

Conforme a lo anterior, los requisitos de apertura y límites para la realización de operaciones, varía en función del nivel de cuenta, tipo de operación y canal que se utiliza para la realización de las operaciones.

1. Destacan las reformas realizadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a las disposiciones de carácter general a las que se refiere el Artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito publicadas en el Diario Oficial de la Federación, el 12 de agosto de 2011; las modificaciones del Banco de México para determinar las características de las operaciones pasivas, activas y de servicios de las instituciones de crédito, considerando los niveles de operación de las cuentas de depósito a la vista, así como a los medios de disposición que se indican en la Circular 2019-95 modificada por la Circular 14/2011; a los cambios de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores sobre las disposiciones de carácter general aplicables a las instituciones de crédito dentro del Título Quinto, Capítulo X, relativo a la contratación para el uso de la banca electrónica, y dentro del Capítulo XI en materia de contratación de terceros para la realización de las operaciones reservadas a las instituciones de crédito.

En la tabla 2.3 se muestra información para cada nivel de cuenta.

Tabla 2.3 Características por tipo de cuenta

Características	Nivel 1 Tarjeta Prepago	Nivel 2 Baja transaccionalidad	Nivel 3 Bajo riesgo	Nivel 4 Tradicionales
Datos requeridos	Ninguno (anónima)	Nombre completo Fecha de nacimiento Género Domicilio Entidad federativa	Nombre completo Fecha de nacimiento Género Domicilio Entidad federativa País de nacimiento Nacionalidad Ocupación Teléfono Correo electrónico CURP RFC	Nombre completo Fecha de nacimiento Género Domicilio Entidad federativa País de nacimiento Nacionalidad Ocupación Teléfono Correo electrónico CURP RFC
Requisitos de apertura	No presencial	No presencial Sólo datos, sin copias	Esquema presencial y no presencial. Sólo datos, sin copias	Apertura presencial Copias de documentación
Canal de apertura	Sucursales Comisionistas Medios electrónicos Comercios	Sucursales Comisionistas Medios electrónicos	Sucursales Comisionistas Internet	Sucursales
Límites (UDI¹)	750 depósito mensual 1,000 saldo máximo	1,500 depósito mensual 1,500 adicionales para depósito de apoyos	10,000 depósito mensual Saldo máximo sin límite	Depósito mensual y saldo máximo sin límite (Determinado por la institución bancaria)
Medios de acceso	Sucursales Cajeros TPV Comisionistas	Sucursales Cajeros TPV Comisionistas Banca electrónica Teléfono celular	Sucursales Cajeros TPV Comisionistas Banca electrónica Teléfono celular	Sucursales Cajeros TPV Comisionistas Banca electrónica Teléfono celular Cheques

1. Valor UDI (Unidad de Inversión) al 31 de diciembre de 2012 = 4.874624 pesos.

Fuente: CNBV, Banco de México

Con base en los indicadores establecidos por la AFI, se ha definido la medición de la cobertura de los servicios financieros mediante los indicadores básicos mostrados en el cuadro 2.4. A partir de estos indicadores, es posible estudiar la cobertura por canal y en conjunto, y así poder realizar un análisis comparativo.

Cuadro 2.4 Indicadores básicos de los productos de captación

Productos de captación por cada 10,000 adultos

Número total de contratos de cuentas de ahorro, depósitos a plazo y cuentas transaccionales de la Banca y, los depósitos al ahorro, a la vista y a plazo de las EACP, por cada 10,000 adultos.

TDD por cada 10,000 adultos

Número de contratos de tarjeta de débito de la Banca y de las EACP por cada 10,000 adultos.

Fuente: CNBV

La presente sección mide el uso de los productos de captación por medio de este conjunto de indicadores.

Banca múltiple y de la Banca de desarrollo a partir del 4T09 y de las EACP, a partir del 2T10.

Indicadores de captación a nivel nacional

Considerando la disponibilidad de la información sobre los principales indicadores a nivel nacional para los productos financieros de captación, se presenta la información de la

Para calcular el indicador básico de captación a nivel nacional, al cierre de diciembre de 2012, se integra la información de la totalidad de los productos de captación de la Banca y EACP en un solo indicador. El indicador básico de captación a nivel nacional y la información desagregada por sector, se muestra en la tabla 2.5.

Tabla 2.5 Indicadores básicos de captación

Sector	Contratos de captación	Indicador demográfico
Banca Múltiple	80,317,195	9,634
Banca de Desarrollo	5,892,674	707
Subtotal Banca	83,368,102	10,341
Sofipos	2,377,197	285
Cooperativas	7,650,760	918
Subtotal EACP	10,027,957	1,203
Total	96,237,826	11,544

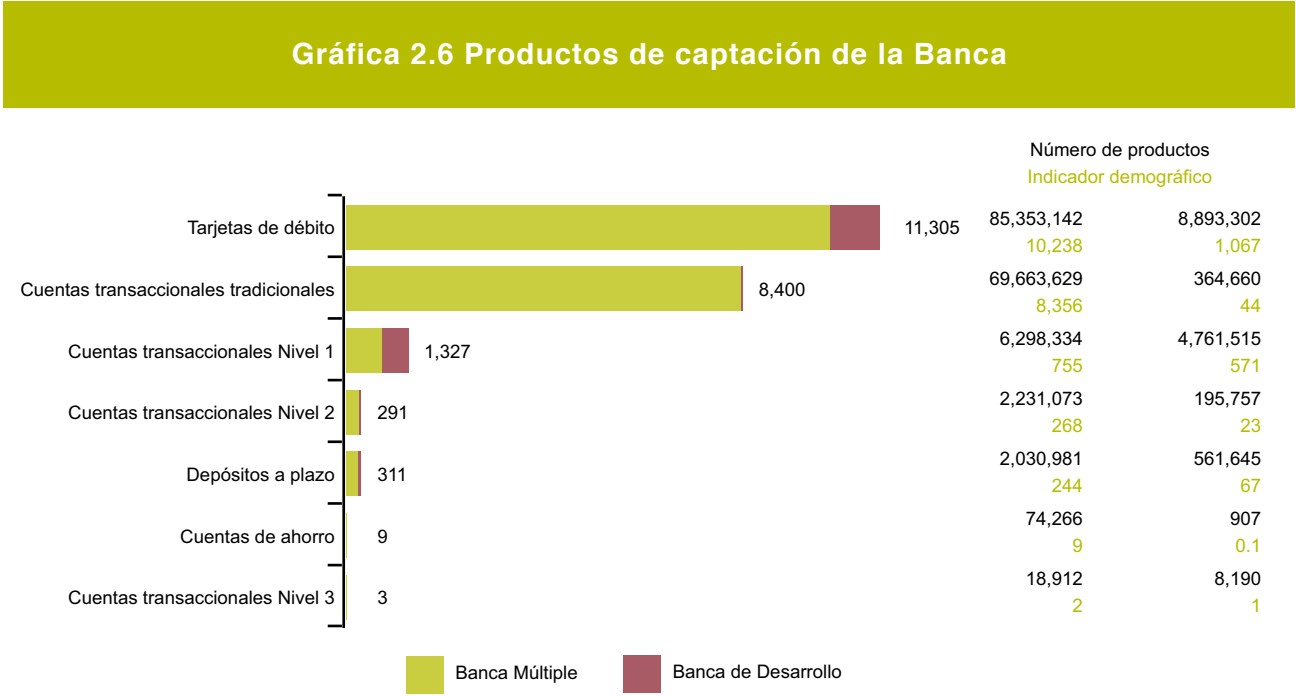
Fuente: CNBV, diciembre 2012

El indicador básico de captación total al mes de diciembre de 2012, es de 11,544 contratos de captación por cada 10,000 adultos, sumando en total 96.2 millones de contratos de captación².

La Banca múltiple predomina con 80.3 millones de contratos de captación al cierre de diciembre de 2012, mientras que la Banca de desarrollo aporta 5.9 millones de contratos de captación.

Para la Banca, los productos de captación del sector de Banca múltiple representan el 93.2% (80.3 millones de contratos), mientras que las Cooperativas son las que más aportan (76.3%) al indicador de captación por parte del sector de las EACP (7.7 millones de contratos).

A continuación se presenta información detallada del número de contratos e indicadores para cada tipo de producto. La gráfica 2.6 muestra el número de productos de captación para la Banca múltiple y Banca de desarrollo (Banjército y Bansefi).



Nota: La Banca incluye cuentas de ahorro, depósitos a plazo y cuentas transaccionales nivel 1, nivel 2, nivel 3 y tradicionales.
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Para el sector de Banca múltiple, las cuentas transaccionales tradicionales (80.8% del total de productos de captación de la Banca) junto con las cuentas transaccionales nivel 1 (7.3%), representan la mayor parte de los productos, mientras que las cuentas de ahorro y las cuentas transaccionales nivel 3, representan la menor parte (0.09% y 0.02%, respectivamente).

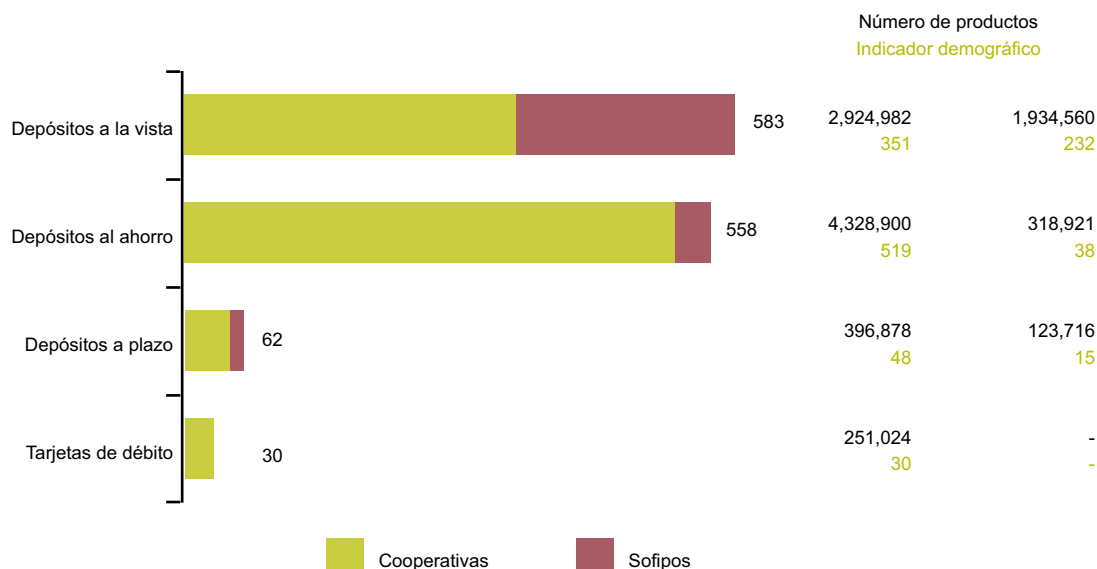
Para la Banca de desarrollo, las cuentas transaccionales nivel 1 (5.5% del total de productos de captación de la Banca)

representan la parte más importante de los productos, mientras que, de forma análoga a la Banca múltiple, las cuentas transaccionales nivel 3 y las cuentas de ahorro, no tienen representación significativa dentro de los productos de captación.

En el caso de las EACP, el número de productos de captación por tipo e institución se muestran en la gráfica 2.7.

2. En el presente reporte, las cifras utilizadas reflejan el número de contratos para cada uno de los productos financieros de captación y de crédito. Sin embargo, se referirá a ellos de forma indistinta como número de productos o número de contratos.

Gráfica 2.7 Productos de captación de las EACP



Nota: Las EACP incluye cuentas de depósito al ahorro, depósitos a la vista y depósitos a plazo.
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Para las Cooperativas, los depósitos al ahorro representan la mayor parte de los productos (43.2% del total de productos de captación de las EACP), seguido de los depósitos a la vista (29.2%) en tanto que los depósitos a plazo representan la menor parte (3.9%).

Por lo que respecta a las Sofipos, son los depósitos a la vista los que representan la mayor parte de los productos (19.3% del total de productos de captación de las EACP), seguidos de los depósitos al ahorro y los depósitos a plazo, (3.2% y 1.2%, respectivamente).

Productos de captación de la Banca

A partir de agosto de 2011, se modificó la regulación que establece cuatro niveles de cuentas de acuerdo a los

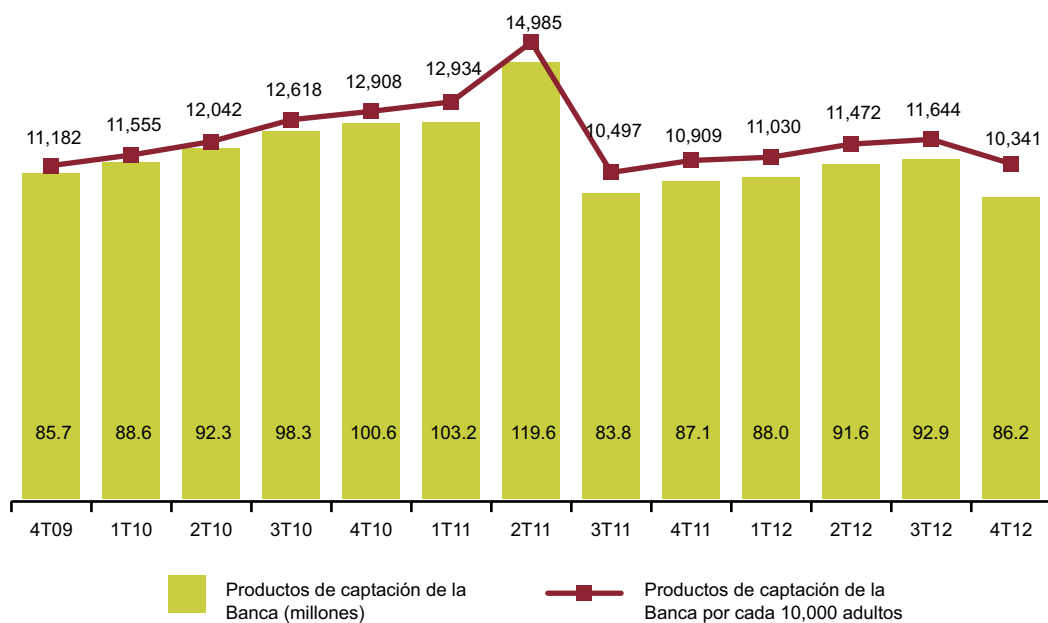
potenciales niveles de riesgo de lavado de dinero y fraude. Es por ello que, en el 2012, la Banca reportó los productos de captación conforme a esta nueva clasificación.

A diciembre de 2012, los productos de captación de la Banca incluyen las cuentas de ahorro, depósitos a plazo, y las cuentas transaccionales (Nivel 1, 2, 3 y tradicionales o de expediente completo), que anteriormente eran las cuentas de nómina y de mercado abierto.

El número de productos de captación de la Banca alcanzó los 86.2 millones (10,341 por cada 10,000 adultos) al cierre de 2012.

En la gráfica 2.8 se puede observar la evolución histórica de los productos de captación bancarios.

Gráfica 2.8 Evolución histórica de los productos de captación bancarios



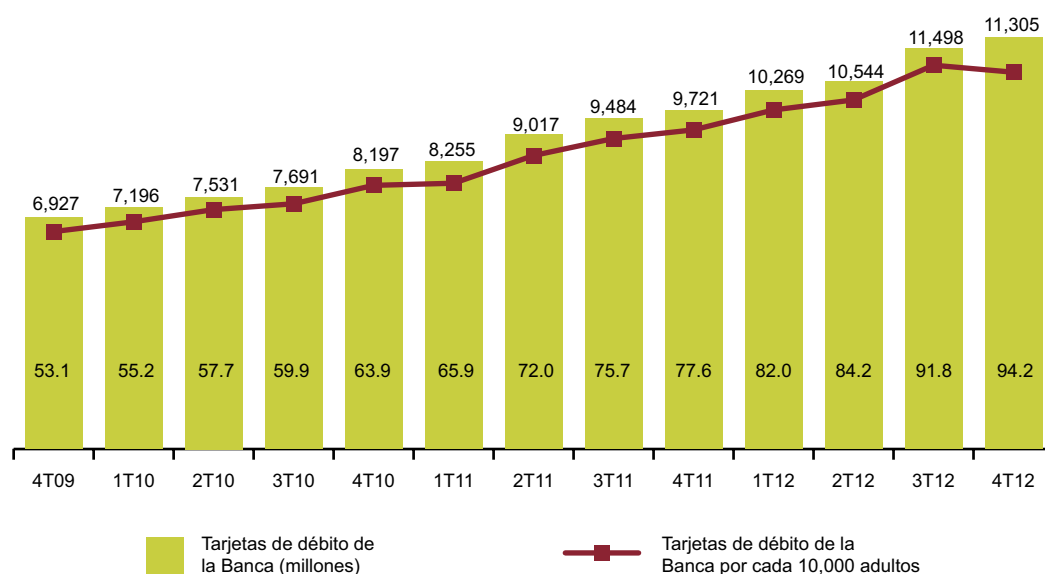
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Tarjetas de débito bancarias

Desde diciembre de 2009 (4T09) hasta diciembre de 2012 (4T11), el número contratos de tarjetas de débito ha tenido una tasa media anual de crecimiento de 21.1%, es decir, poco más de 40 millones de contratos adicionales, pasando

de 53.1 millones (6,927 TDD por cada 10,000 adultos) a 94.2 millones (11,305 TDD por cada 10,000 adultos) en un periodo de tres años. Estos resultados se pueden apreciar en la gráfica 2.9.

Gráfica 2.9 Evolución histórica de las tarjetas de débito (TDD) de la Banca



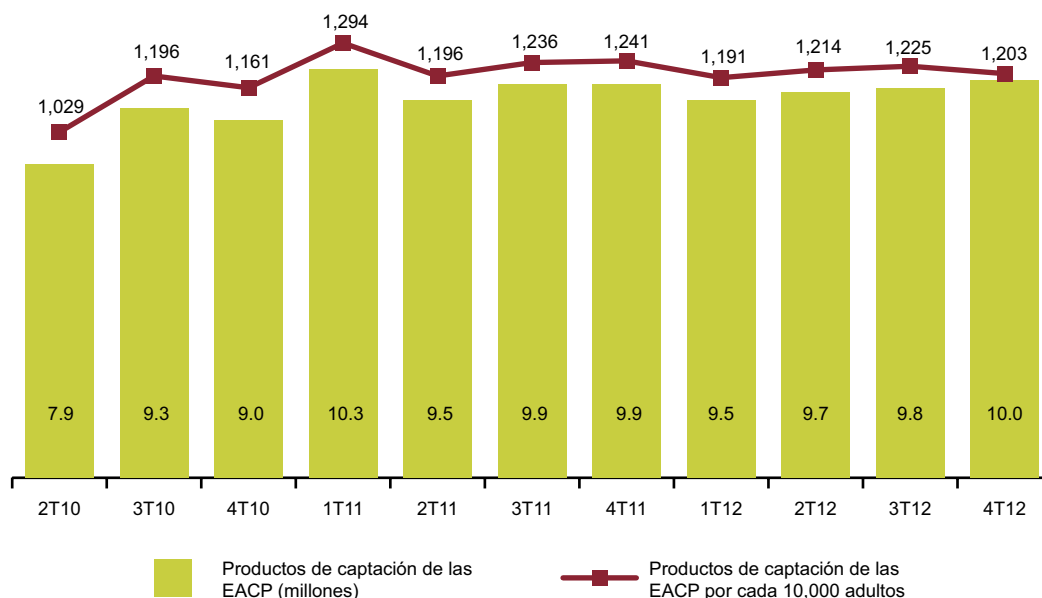
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Productos de captación de las EACP

Los productos de captación de las Entidades de Ahorro y Crédito Popular incluyen los depósitos al ahorro, a la vista y a plazo. Desde junio de 2010 (2T10) al cierre de 2012 (4T12), estos productos han mostrado una tasa media anual de crecimiento de 8.3%, es decir, poco más de 2 millones

de productos de captación adicionales en un periodo de dos años y medio, alcanzando los 10 millones de productos de captación al mes de diciembre de 2012, lo que equivale a 1,203 productos de captación por cada 10,000 adultos. En la gráfica 2.10 se puede apreciar la evolución histórica de estos productos.

Gráfica 2.10 Evolución histórica de los productos de captación de las EACP



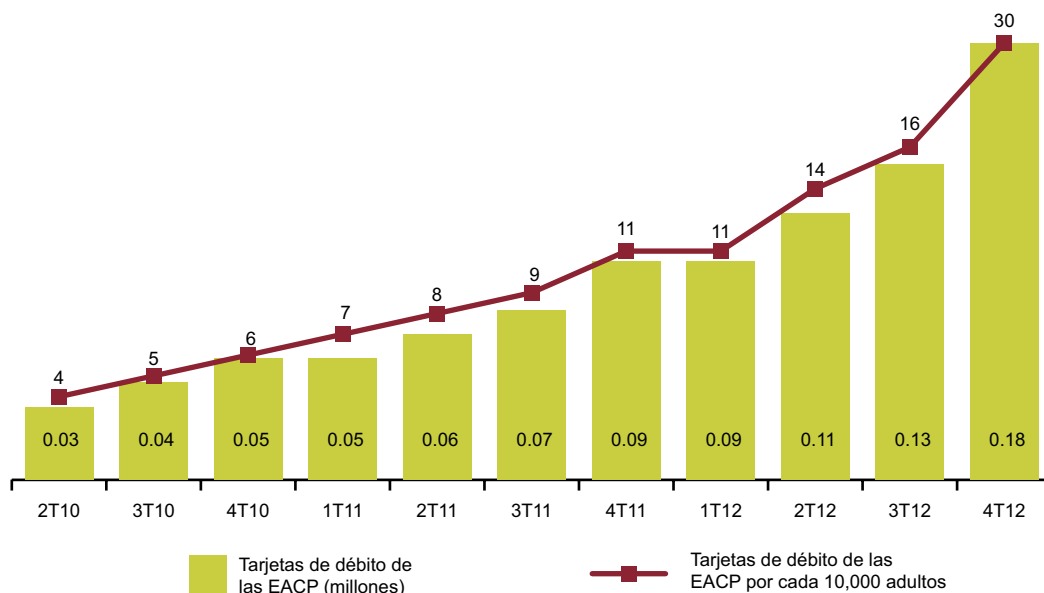
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Tarjetas de débito de las EACP

A pesar de ser un producto que las EACP no manejan ampliamente, las tarjetas de débito han mostrado un crecimiento significativo, pasando de poco más de 30,000 tarjetas en el 2T10 a más de 175,000 tarjetas en el 4T12. Lo

anterior representa una tasa media anual de crecimiento de 101.1% en el número de tarjetas. Al cierre de 2012, se tienen 30 tarjetas de débito de las EACP por cada 10,000 adultos. Estos resultados se pueden apreciar en la gráfica 2.11.

Gráfica 2.11 Evolución histórica de las tarjetas de débito de las EACP



Fuente: CNBV, diciembre 2012

Indicadores de captación a nivel estatal

Los indicadores presentados en esta sección corresponden al mes de diciembre de 2012.

Banca

En la tabla 2.12 se presentan los productos de captación bancarios por cada 10,000 adultos por entidad federativa. El Distrito Federal posee los indicadores demográficos más altos por cada 10,000 adultos para todos los productos de captación, excepto para las cuentas transaccionales Nivel 3, en donde Guanajuato cuenta con el indicador demográfico más alto (18).

Al Distrito Federal, le siguen con los indicadores demográficos más altos: Puebla, con el de cuentas de ahorro (16); Zacatecas, con depósitos a plazo (542); Nayarit, con el de cuentas transaccionales nivel 1 (3,951); Baja California Sur, con el de cuentas transaccionales nivel 2 (426) y, Nuevo León, con cuentas transaccionales tradicionales (12,440). Sinaloa

y Nuevo León, por su parte, cuentan con el indicador más alto de tarjetas de débito (15,273 y 14,816, respectivamente), después del Distrito Federal (33,303).

El mapa 2.13 muestra a los estados clasificados según su indicador base total de productos de captación bancarios. El estado de Chiapas, seguido de Oaxaca, Tlaxcala, Puebla y Guerrero, son los estados que cuentan con menos productos de captación por cada 10,000 adultos.

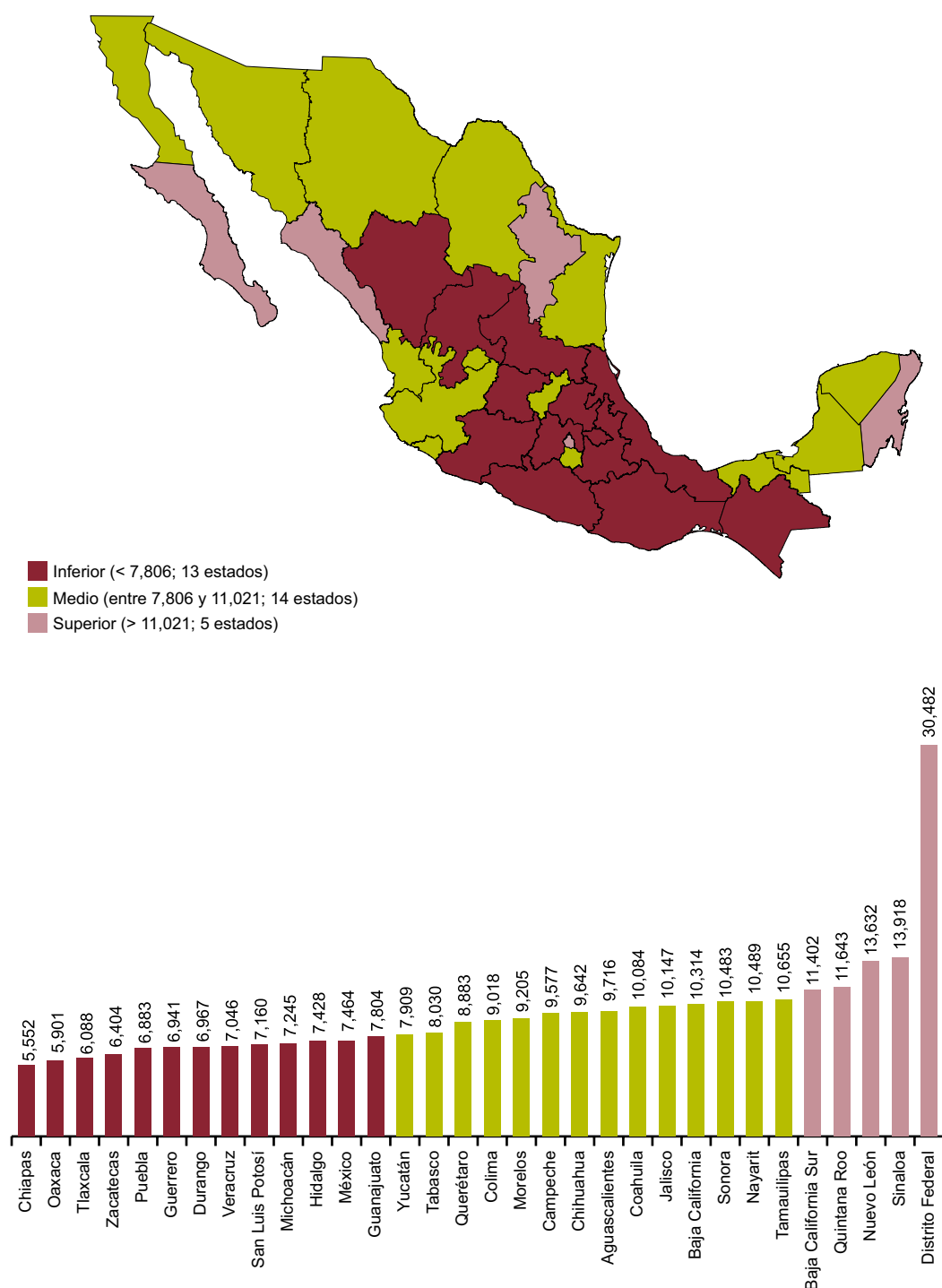
Considerando el indicador nacional (10,341 productos de captación por cada 10,000 adultos), son ocho los estados que lo superan: Distrito Federal, Sinaloa, Nuevo León, Quintana Roo, Baja California Sur, Tamaulipas, Nayarit y Sonora. Sin embargo, si se toma el indicador nacional sin considerar al DF (8,519), a los estados anteriores, se agregan nueve que lo superan (Baja California, Jalisco, Coahuila, Aguascalientes, Chihuahua, Campeche, Morelos, Colima y Querétaro).

Tabla 2.12 Número de productos de captación bancarios por cada 10,000 adultos

Productos de captación de la Banca por cada 10,000 adultos								
Estado	Población adulta	Cuentas de ahorro	Depósitos a plazo	Cuentas transaccionales Nivel 1	Cuentas transaccionales Nivel 2	Cuentas transaccionales Nivel 3	Cuentas transaccionales tradicionales	TDD
Aguascalientes	851,594	13	331	989	315	0	8,068	10,177
Baja California	2,400,848	9	177	478	213	3	9,433	11,851
Baja California Sur	497,222	5	124	571	426	0	10,276	12,191
Campeche	620,951	3	188	875	406	2	8,104	9,854
Coahuila	2,036,983	6	247	604	213	0	9,014	11,728
Colima	498,134	6	234	583	229	1	7,967	11,766
Chiapas	3,346,082	2	177	774	227	2	4,371	6,053
Chihuahua	2,553,891	7	214	707	198	0	8,515	10,978
Distrito Federal	6,914,961	36	664	8,392	558	4	20,828	33,303
Durango	1,195,885	4	228	548	128	0	6,059	8,060
Guanajuato	3,936,449	12	320	603	301	18	6,550	8,733
Guerrero	2,363,270	3	245	716	296	2	5,680	7,638
Hidalgo	1,953,353	3	311	742	346	2	6,023	7,478
Jalisco	5,435,085	10	324	583	348	8	8,873	10,460
México	11,505,586	6	289	706	231	2	6,230	8,206
Michoacán	3,161,520	6	411	549	421	1	5,855	7,223
Morelos	1,338,771	8	323	552	344	1	7,979	9,376
Nayarit	819,274	5	258	3,951	364	1	5,911	10,566
Nuevo León	3,553,713	5	449	561	169	8	12,440	14,816
Oaxaca	2,714,324	4	275	541	223	2	4,857	6,155
Puebla	4,140,520	16	287	686	288	1	5,604	7,232
Querétaro	1,348,771	9	230	424	188	0	8,033	9,984
Quintana Roo	1,030,866	3	153	744	192	5	10,546	12,809
San Luis Potosí	1,868,257	6	366	379	224	1	6,184	8,010
Sinaloa	2,087,253	9	218	1,327	238	0	12,126	15,273
Sonora	2,006,264	7	188	566	242	3	9,476	12,043
Tabasco	1,629,051	1	147	441	286	1	7,154	9,220
Tamaulipas	2,470,067	5	302	815	212	1	9,320	12,490
Tlaxcala	850,560	2	201	677	337	1	4,870	6,822
Veracruz	5,684,865	4	230	590	345	3	5,874	7,584
Yucatán	1,479,160	4	258	763	189	1	6,694	8,717
Zacatecas	1,074,572	3	542	574	225	2	5,058	7,627
Nacional	83,368, 102	9	311	1,327	291	3	8,400	11,305
Nacional sin DF	76,453,141	7	279	688	267	3	7,276	9,315

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Mapa 2.13 Productos de captación bancarios por cada 10,000 adultos



Indicador nacional: 10,341 productos de captación bancarios por cada 10,000 adultos
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Entidades de Ahorro y Crédito Popular

Para los productos de captación de las EACP, Colima es la entidad federativa con el mayor indicador demográfico para los depósitos al ahorro (3,160 por cada 10,000 adultos), Querétaro con depósitos a la vista (3,104) y depósitos a plazo (421) y, Zacatecas con tarjetas de débito (723).

Entre los estados con los indicadores más bajos se encuentra Baja California para los depósitos al ahorro (5), depósitos a plazo (0.1) y depósitos a la vista (0.3). Cinco estados no reportan tarjetas de débito de ninguna EACP (Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chiapas y Sonora). Estos resultados se pueden apreciar en la tabla 2.14.

El mapa 2.15 muestra los estados clasificados según su indicador base total de productos de captación para las EACP. El estado de Guanajuato, seguido de Querétaro y Colima, son los estados que cuentan con más productos de captación por cada 10,000 adultos.

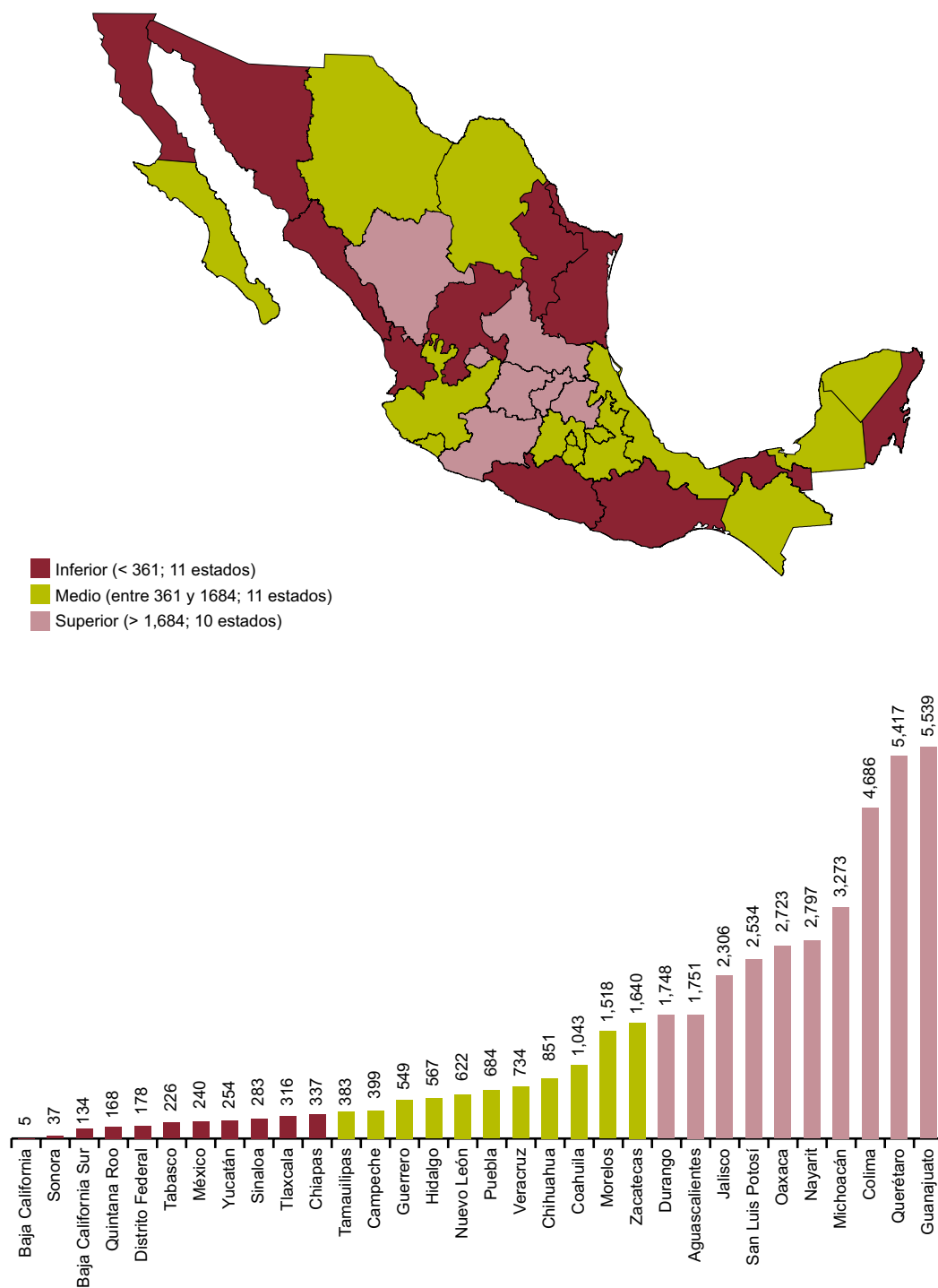
Considerando el indicador nacional (1,203 productos de captación por cada 10,000 adultos), son once los estados que lo superan: Guanajuato, Querétaro, Colima, Michoacán, Nayarit, Oaxaca, San Luis Potosí, Jalisco, Aguascalientes, Durango y Zacatecas. Los estados que cuentan con los menores indicadores demográficos para los productos de captación de las EACP son: Baja California, Sonora y Baja California Sur.

Tabla 2.14 Número de productos de captación de las EACP por cada 10,000 adultos

Productos de captación de las EACP por cada 10,000 adultos					
Estado	Población adulta	Depósitos al ahorro	Depósitos a la vista	Depósitos a plazo	TDD
Aguascalientes	851,594	646	1,037	68	58
Baja California	2,400,848	5	0.3	0.1	0.0
Baja California Sur	497,222	79	54	2	0.0
Campeche	620,951	108	268	22	0.0
Coahuila	2,036,983	718	285	39	2
Colima	498,134	3,160	1,413	113	231
Chiapas	3,346,082	37	259	40	0.0
Chihuahua	2,553,891	423	407	20	11
Distrito Federal	6,914,961	120	39	20	0.03
Durango	1,195,885	717	946	85	12
Guanajuato	3,936,449	2397	2,821	321	122
Guerrero	2,363,270	208	319	22	1
Hidalgo	1,953,353	70	469	29	4
Jalisco	5,435,085	1,121	1,081	104	54
México	11,505,586	65	160	16	0.1
Michoacán	3,161,520	1,799	1,306	168	45
Morelos	1,338,771	574	889	54	24
Nayarit	819,274	1,321	1,361	114	125
Nuevo León	3,553,713	402	198	22	10
Oaxaca	2,714,324	1,156	1,419	147	43
Puebla	4,140,520	285	370	28	3
Querétaro	1,348,771	1,892	3,104	421	100
Quintana Roo	1,030,866	80	78	9	0.1
San Luis Potosí	1,868,257	1,705	725	104	38
Sinaloa	2,087,253	138	139	6	0.1
Sonora	2,006,264	17	2	19	0.0
Tabasco	1,629,051	94	129	3	0.01
Tamaulipas	2,470,067	177	191	15	5
Tlaxcala	850,560	95	180	41	0.2
Veracruz	5,684,865	315	390	29	13
Yucatán	1,479,160	120	121	13	1
Zacatecas	1,074,572	847	719	75	723
Nacional	83,368, 102	558	583	62	30
Nacional sin DF	76,453,141	597	632	66	33

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Mapa 2.15 Productos de captación de las EACP por cada 10,000 adultos



Indicador nacional: 1,203 productos de captación de las EACP por cada 10,000 adultos

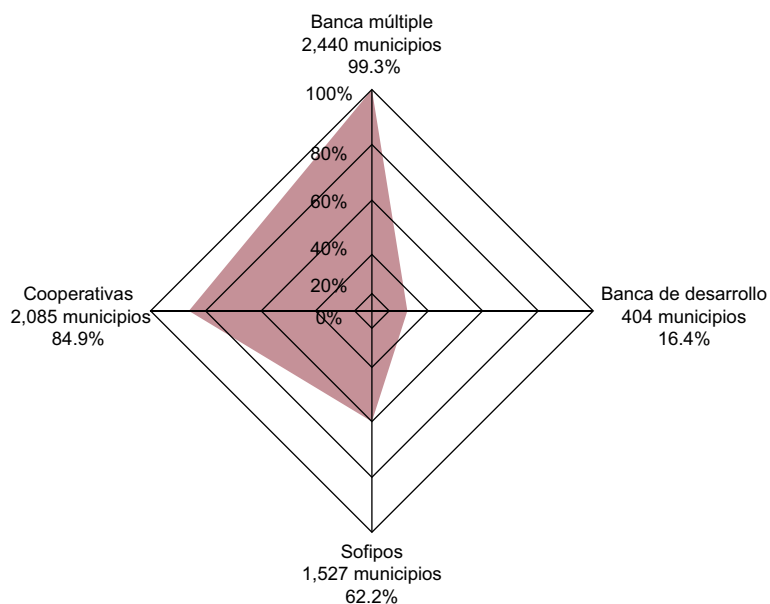
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Cobertura

Considerando el número de municipios con al menos un producto de captación (de la Banca o EACP), al cierre del 2012, el 99.9% (2,454 municipios) registra al menos un producto de captación. Del total de municipios, el 99.5% (2,443 municipios) registra, al menos, un producto de captación bancario, mientras que el 94.1% (2,311) registra, mínimo, un producto de captación de las EACP.

Al analizar el porcentaje de municipios con algún producto de captación por sector (ver gráfica 2.16), se observa que la Banca múltiple es la que cuenta con mayor cobertura, ya que tiene productos de captación en el 99.3% (2,440) de los municipios, seguido de las Cooperativas con 84.9% (2,085), las Sofipos con 62.2% (1,527) y finalmente, la Banca de desarrollo tiene productos de captación en el 16.4% (404) de los municipios del país.

Gráfica 2.16 Cobertura de municipios por sector



Fuente: CNBV, diciembre 2012

La presencia de productos de captación por tipo de institución segmentada por tipo de municipio, se muestra en la gráfica 2.17.

En los municipios rurales (672 municipios en el país), se aprecia una presencia relevante de productos de captación de la banca múltiple (99%) seguido de las entidades de ahorro y crédito popular (84.7%). Cabe destacar que esta composición, no necesariamente implica la presencia de las instituciones de banca múltiple en este tipo de municipios sino que, en la contratación de este tipo de productos, se registra el domicilio de las personas que los contratan. La presencia de cooperativas se da en el 76.3% de los municipios y de las Sofipos en tan sólo el 21.3% de los municipios.

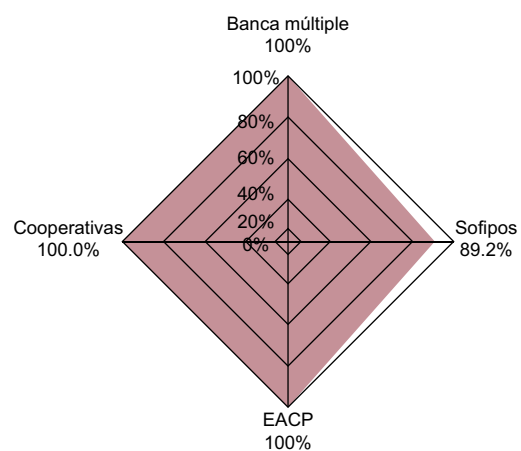
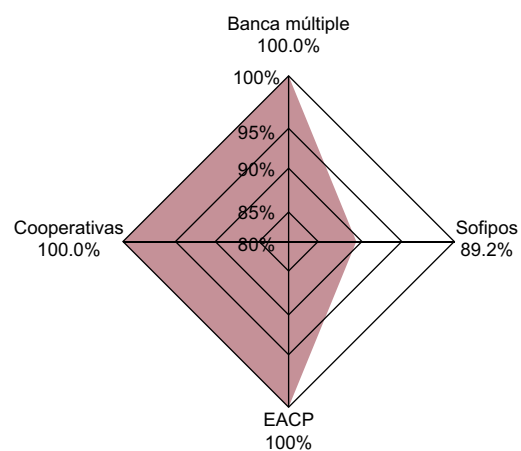
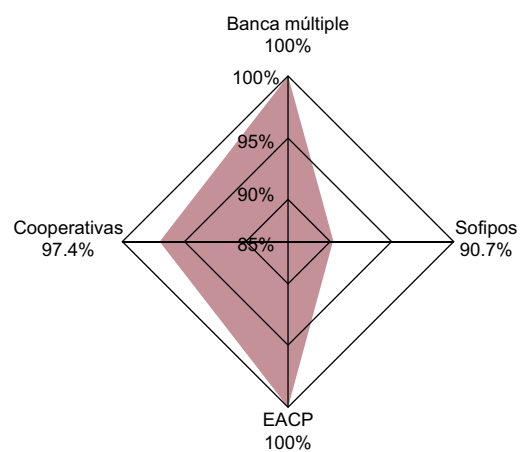
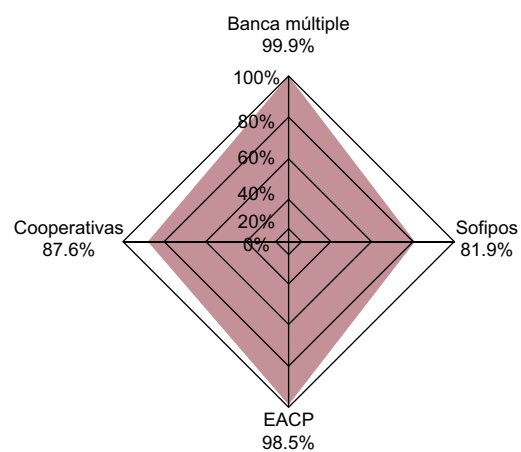
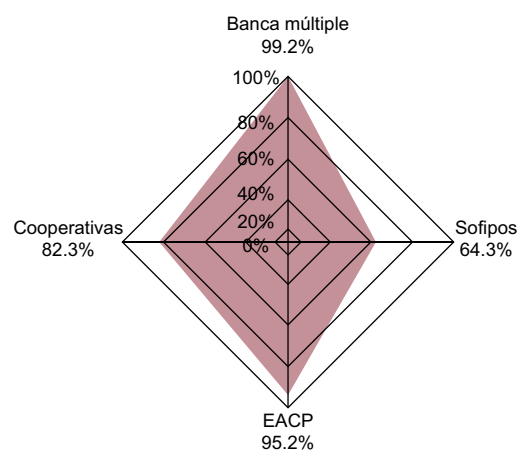
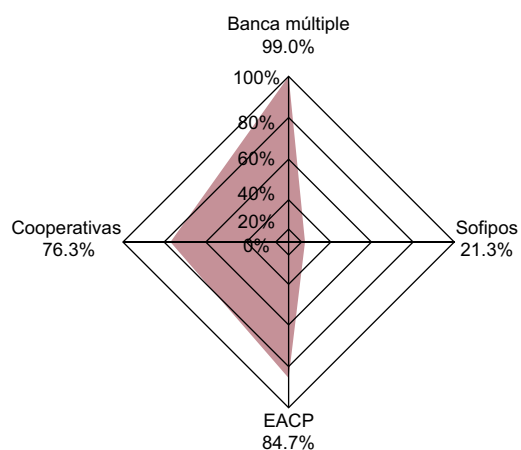
En los municipios en transición (644 municipios a nivel nacional) al igual que en los rurales, existe una presencia de

la banca múltiple en el 99.2% de los municipios, seguido por las entidades de ahorro y crédito popular en el 95.2%.

Los municipios semi-urbanos (720 en el país) están cubiertos casi en su totalidad por la banca múltiple y las entidades de ahorro y crédito popular (99.9% y 98.5% respectivamente).

En los municipios considerados urbanos (344 municipios a nivel nacional), semi-metrópolis (65 municipios) y metrópolis (11 municipios), se observa la presencia de instituciones de Banca múltiple y de entidades de ahorro y crédito popular en el 100% de los municipios. La menor presencia en estos tres tipos de municipios es de las Sofipos en el 90.7%, 89.2% y 90.0%, respectivamente.

Gráfica 2.17 Porcentaje de municipios con productos de captación por tipo de institución financiera y por tipo de municipio

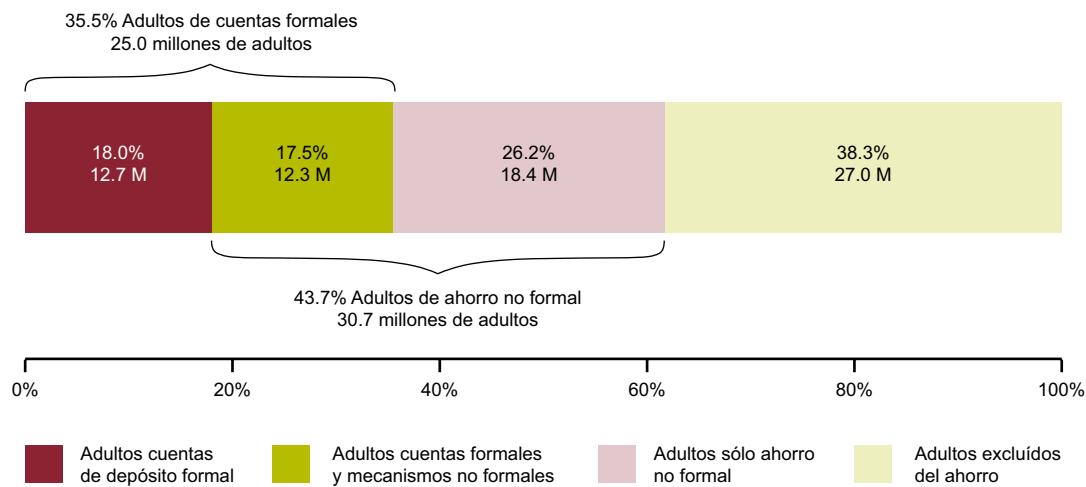


Resultados ENIF respecto al uso de productos de captación

En la gráfica 2.18 se puede apreciar que de acuerdo con los resultados de la ENIF, el 35.5% de adultos encuestados (25 millones de adultos) afirmó mantener al menos un producto de depósito o de ahorro formal. De estos 25

millones de usuarios de cuentas de depósito al ahorro en alguna institución financiera, la mayoría, aproximadamente 24 millones de personas, afirmaron tener por lo menos una tarjeta de débito.

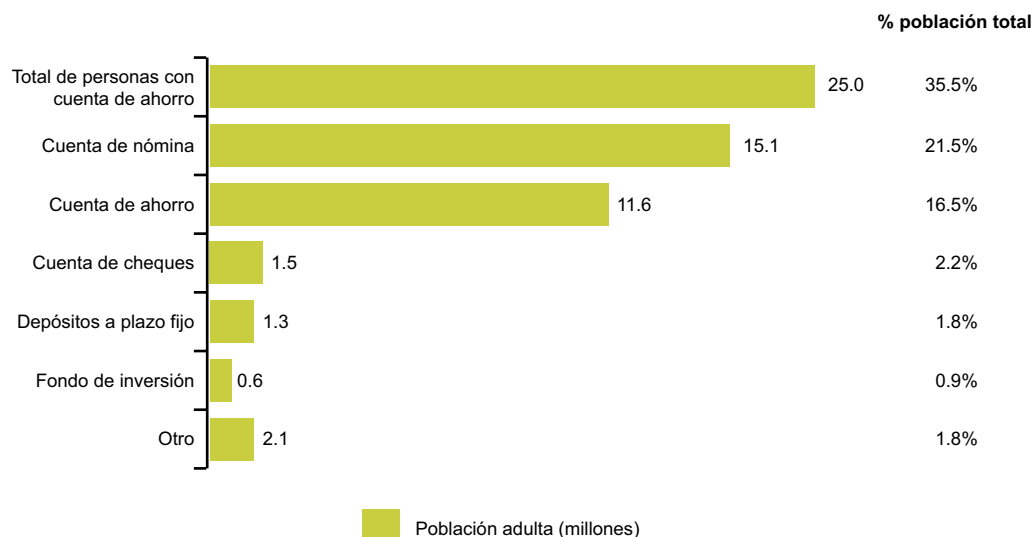
Gráfica 2.18 Ahorro formal vs. ahorro informal



Población total: 70.4 millones; M: Millones de adultos
Fuente: CNBV, con datos del INEGI

De los productos de ahorro formal, los que la población indicó utilizar más, son las cuentas de nómina con 15.1 millones de usuarios (21.5% del total de la población), seguido por el uso de cuentas de ahorro bajo diferentes modalidades con 11.6 millones de usuarios (16.5%). En la gráfica 2.19 se puede observar información más información respecto a otros productos de ahorro formal.

Gráfica 2.19 Principales productos de ahorro formal



Población total: 70.4 millones

Fuente: CNBV, con datos del INEGI

Seguro de Depósito

En México, los ahorros bancarios están protegidos por el seguro de depósitos, administrado por el Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB). El IPAB garantiza el pago de los depósitos a los ahorradores de hasta el equivalente en moneda nacional de 400 mil Unidades de Inversión (UDIS), por persona, física o moral, cualquiera que sea el número y clase de las obligaciones garantizadas a favor del ahorrador y a cargo de una misma institución de Banca múltiple. Al 31 de diciembre de 2012, la cobertura del IPAB equivalía a \$1,949,849.60, por cuenta.

Las operaciones que se encuentran protegidas por el IPAB son todos los depósitos de dinero en instituciones de Banca

múltiple, con independencia de su plazo de inversión y sus medios de disposición, como son: depósitos a la vista en cuentas de cheques; cuentas de nómina; depósitos en cuentas de ahorro; depósitos a plazo y depósitos en cuenta corriente asociados a tarjetas de débito.

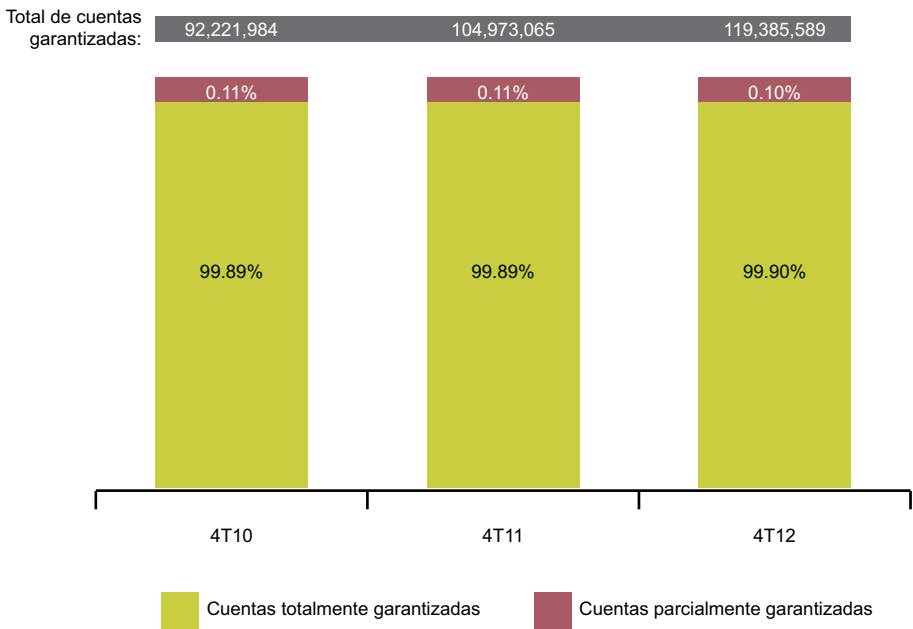
De esta forma, el IPAB genera confianza en los usuarios de la banca, actuando de manera oportuna y eficiente en la entrega de los recursos a los depositantes en caso de que algún banco llegara a presentar problemas de solvencia, lo cual contribuye a fortalecer la confianza en el sistema bancario, promover el ahorro formal y a evitar retiros masivos de depósitos (corridas bancarias).

Indicadores a nivel nacional para el seguro de depósitos ³

- Al cierre de diciembre de 2012, existían más de 119 millones de cuentas garantizadas, de las cuales el 99.9% estaban cubiertas en su totalidad. Esto representa un incremento del 13.7%, respecto al mismo periodo del año anterior.
- A diciembre de 2012, el monto de las obligaciones garantizadas cubiertas por el IPAB asciende a 1.48 billones de pesos.

Al cierre de diciembre de 2012, existían más de 119 millones de cuentas garantizadas por el IPAB, de las cuales el 99.9% estaban cubiertas en su totalidad, como se puede apreciar en la gráfica 2.20. El número de cuentas garantizadas se incrementó en 13.7% de diciembre de 2011 a diciembre de 2012, es decir el seguro de depósitos cubre más de 14 millones de cuentas adicionales con respecto a 2011.

Gráfica 2.20 Número de cuentas total y parcialmente garantizadas al término del año



Fuente: IPAB con información de Banco de México

3. Los indicadores básicos para el seguro de depósito se definen en el “Cuarto Reporte de Inclusión Financiera”, Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2011.

Al cierre del 2012, el monto de las obligaciones garantizadas (OG) fue de 2.62 billones de pesos, lo cual representa un incremento del 7% con respecto al nivel de diciembre de 2011.

El monto de las obligaciones garantizadas cubiertas por el IPAB asciende a 1.48 billones de pesos a diciembre de 2012, lo que representa un incremento de 5.7%, con respecto al cierre de 2011. Dicho incremento ha sido consistente en los últimos tres años. Como se observa en la tabla 2.21.

Tabla 2.21 Monto total de obligaciones garantizadas

Concepto	4T10	4T11	4T12
Monto total de Obligaciones Garantizadas (OG) *	2,196,893	2,450,269	2,618,421
Monto de Obligaciones Garantizadas Cubiertas (OGC) *	1,276,298	1,397,783	1,477,779
Monto de Obligaciones Garantizadas No Cubiertas *	920,595	1,052,486	1,140,643
Pasivo Total *	4,624,564	5,196,311	5,373,378
OGC como % de las OG	58%	57%	56%
OGC como % de los pasivos totales	28%	27%	28%
OGC como % del PIB	9%	9%	9%
PIB nominal * ¹	13,915,135	15,460,233	16,098,480
Límite de cobertura (miles de pesos)	1,811	1,877	1,950

* Cifras expresadas en millones de pesos

1 PIB nominal trimestral, base 2008: Fuente INEGI

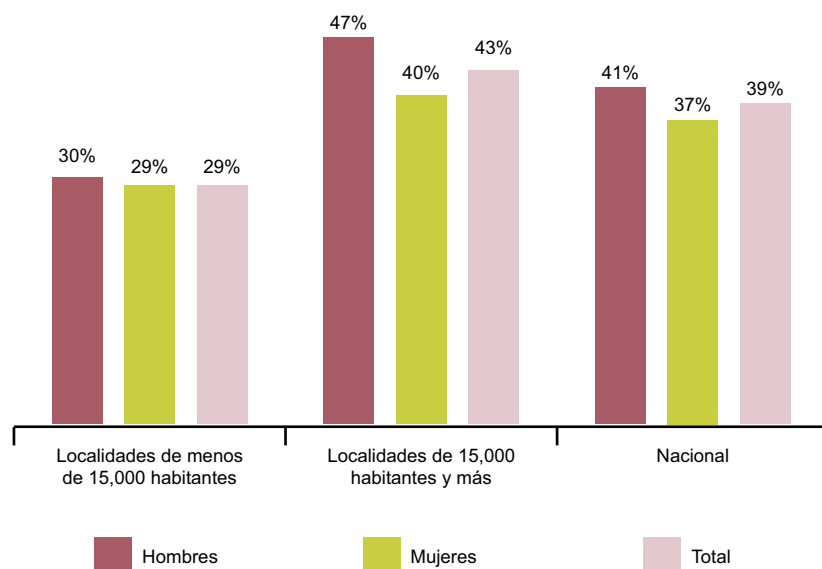
Fuente: IPAB con información de Banco de México y CNBV

Resultados de la ENIF 2012 respecto al conocimiento del seguro de depósitos

De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Educación Financiera (ENIF) 2012⁴, a continuación se muestra el porcentaje de usuarios de cuentas de ahorro que conocen el seguro de depósitos por tamaño de localidad y género (gráfica 2.22).

4. "Encuesta Nacional de Inclusión Financiera: Análisis descriptivo de los resultados", Instituto Nacional de Geografía y Estadística y Comisión Nacional Bancaria y de Valores, septiembre 2012.

Gráfica 2.22 Usuarios de cuentas de ahorro que conocen el seguro de depósito



Fuente: CNBV, con datos del INEGI

A nivel nacional, casi el 40% de la población sabe que sus depósitos bancarios se encuentran protegidos ante la insolvencia de un banco. El conocimiento del seguro de depósito entre la población es mayor en poblaciones de mayor tamaño en comparación con poblaciones pequeñas.

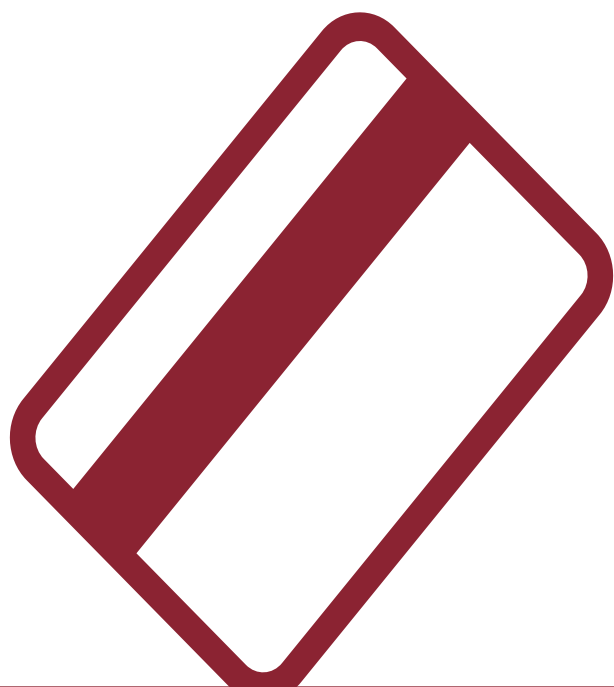
Cabe resaltar la relevancia del conocimiento de la población sobre el seguro de depósito, ya que, la certeza de que sus depósitos bancarios se encuentran protegidos, incentiva el ahorro formal e incrementa la confianza de la población en el sistema bancario.

Para fortalecer los esfuerzos de educación financiera y, con ello contribuir a la Inclusión Financiera, durante el

2012 se implementaron diversas acciones para aumentar el conocimiento de la población sobre los beneficios y alcances del seguro de depósito, entre las que destaca el rediseño de la imagen institucional del IPAB, incluyendo mejores herramientas de información de la página web. Asimismo, se trabajó con las instituciones de banca múltiple para incluir información del IPAB en la publicidad de los productos protegidos, en estados de cuenta y en páginas de Internet.

Adicionalmente, el IPAB tiene una exhibición permanente denominada "Tu Dinero está Seguro" en el Museo Interactivo de Economía (MIDE) y ha desarrollado diversos materiales didácticos que contribuyen a un mayor conocimiento por parte de la población de los beneficios de seguro de depósitos.

CRÉDITO



El crédito representa uno de los servicios financieros más básicos desde el punto de vista de la Inclusión Financiera, pues además de complementar al ahorro, permite, tanto a hogares como a empresas, distribuir en el tiempo los flujos de ingresos y gastos, y obtener bienes y servicios en momentos más oportunos dentro de los ciclos económicos, promoviendo una mayor productividad económica.

CRÉDITO

3

Acceder a fondos de manera oportuna y a un costo razonable, es fundamental para asegurar un manejo más eficiente de los recursos económicos entre los individuos y los hogares y, a nivel de empresas, generar una mayor productividad.

En el presente capítulo se presenta una perspectiva general del crédito en nuestro país, iniciando con un análisis de los productos de crédito reportados por diferentes intermediarios financieros a nivel nacional, estatal y municipal. Adicionalmente, se presenta una nueva sección que propone indicadores de acceso al financiamiento para las empresas, en especial para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), piezas fundamentales de las recientes iniciativas que el gobierno federal está impulsando en materia de políticas públicas. Finalmente, se dan a conocer algunos resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), la cual ofrece información sobre los productos de crédito más utilizados, el destino para el cual se utilizan y algunas de las barreras u obstáculos percibidos por las personas para acceder a ellos.

Indicadores básicos de crédito

Recientemente se ha puesto especial énfasis en el desarrollo de indicadores que permitan evaluar el estado del acceso y uso de servicios financieros a nivel internacional, siendo el crédito uno de los principales productos.

La Alianza para la Inclusión Financiera (AFI) ha definido un conjunto básico de indicadores de Inclusión Financiera que ayuden a medir y orientar políticas públicas relacionadas con la Inclusión Financiera. También, éstos son útiles para comparar la situación del acceso y uso de los servicios financieros básicos entre los diferentes países.

Como indicador básico del acceso al crédito, la AFI sugiere estimar el porcentaje de adultos en un país con acceso a, por lo menos, un producto de crédito o línea de crédito, de una institución financiera formal.

Debido a que no todos los países han generado instrumentos de medición que permitan obtener estos indicadores, la AFI propone como indicador alternativo (proxy) el número de contratos de créditos por cada 10,000 adultos. Este otro indicador se ha calculado y publicado en México desde hace varios años utilizando la información de los reportes regulatorios que le reportan las instituciones financieras a la CNBV.

Asimismo, la Asociación Mundial para la Inclusión Financiera del grupo de los 20 (Global Partnership for Financial Inclusion, GPFI) ha trabajado, en coordinación con la AFI, para proponer otro conjunto de indicadores sobre Inclusión Financiera referente al crédito a empresas. El primero de estos indicadores es el número de créditos a empresas otorgados por alguna institución formal por cada 10,000 empresas; el segundo, es el porcentaje de empresas con acceso a créditos bancarios. La diferencia con los indicadores de AFI es que el GPFI propone indicadores que puedan calcularse a partir de mediciones internacionales estandarizadas, desarrolladas por organismos internacionales como el Banco Mundial, la Corporación Financiera Internacional o el Fondo Monetario Internacional.

En el cuadro 3.1 se presentan los indicadores internacionales de acceso al crédito.

Cuadro 3.1 Conjunto de indicadores internacionales de crédito



Fuente: AFI y GPFI

Esta sección se divide en dos apartados. La primera parte presenta información de créditos a individuos, y la segunda, muestra información de Mipymes. Para ambos apartados, los indicadores se presentan segmentados de acuerdo al tipo de institución que ofrece dichos productos, es decir, la Banca y las Entidades de Ahorro y Crédito Popular.

Indicadores de uso de crédito a individuos

En esta sección se desarrollan los indicadores de crédito dirigidos a individuos, los cuales se obtienen con la

información que las instituciones financieras le reportan a la CNBV. En el caso de los créditos destinados a los individuos colocados por la Banca múltiple y la Banca de desarrollo, se presentan los indicadores de tarjetas de crédito, créditos grupales e hipotecarios y, por primera vez, se incluyen los créditos personales, créditos de nómina y créditos automotrices reportados por la Banca múltiple. Por otro lado, para las Entidades de Ahorro y Crédito Popular (EACP) se reportan los créditos personales destinados al consumo y los créditos a la vivienda.

- Al cierre de diciembre de 2012 se reportan 5,407 productos de crédito por cada 10,000 adultos (45 millones de contratos) dirigidos a individuos, tomando en cuenta a la Banca y a las Entidades de Ahorro y Crédito Popular.
- La Banca (incluyendo a la Banca múltiple y a la Banca de desarrollo) colocó un total de 5,077 contratos de crédito por cada 10,000 adultos (42.3 millones de contratos), incluyendo tarjetas de crédito (TDC), créditos personales, créditos de nómina, créditos grupales, créditos automotrices y créditos hipotecarios.
- Las tarjetas de crédito siguen siendo el producto de crédito más colocado, representando más del 60% de los contratos de crédito dirigidos al consumo. Al cierre de 2012, el número de tarjetas de crédito por cada 10,000 adultos fue de 3,108 contratos (25.9 millones).
- En 2012, otros créditos bancarios dirigidos al consumo, como los créditos personales y los créditos de nómina, alcanzan en conjunto 1,428 contratos por cada 10,000 adultos (11.9 millones de contratos).
- Las Entidades de Ahorro y Crédito Popular, que incluyen a las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo y a las Sociedades Financieras Populares (Sofipos), colocaron un total de 330 créditos por cada 10,000 adultos (2.7 millones de créditos) entre créditos personales y a la vivienda.

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Los productos de crédito ofrecidos por la Banca múltiple, la Banca de desarrollo y las EACP son diferentes; sin embargo, éstos se agrupan por tipo de productos para obtener un indicador básico. El cuadro 3.2 presenta un resumen de los productos de crédito de las instituciones que son directamente supervisadas por la CNBV.

Cuadro 3.2 Productos de crédito a individuos por tipo de institución

Banca	Banca múltiple Banca de desarrollo	Tarjeta de crédito Crédito personal Crédito de nómina Crédito grupal Crédito automotriz Crédito hipotecario
EACP	Cooperativas Sofipos	Crédito al consumo Crédito a la vivienda

Fuente: CNBV

Considerando dicha agrupación, la tabla 3.3 muestra los indicadores base de crédito a individuos al cierre de diciembre de 2012.

Tabla 3.3 Indicadores demográficos de crédito dirigidos a individuos por tipo de institución

Banca

Tipo de producto	Número de productos	Indicador demográfico
Tarjeta de crédito	25,906,995	3,108
Crédito personal	7,893,557	947
Crédito nómina	4,012,045	481
Crédito grupal	2,749,692	330
Crédito automotriz	669,685	80
Crédito hipotecario	1,093,208	131
Total	42,325,182	5,077

Entidades de Ahorro y Crédito Popular

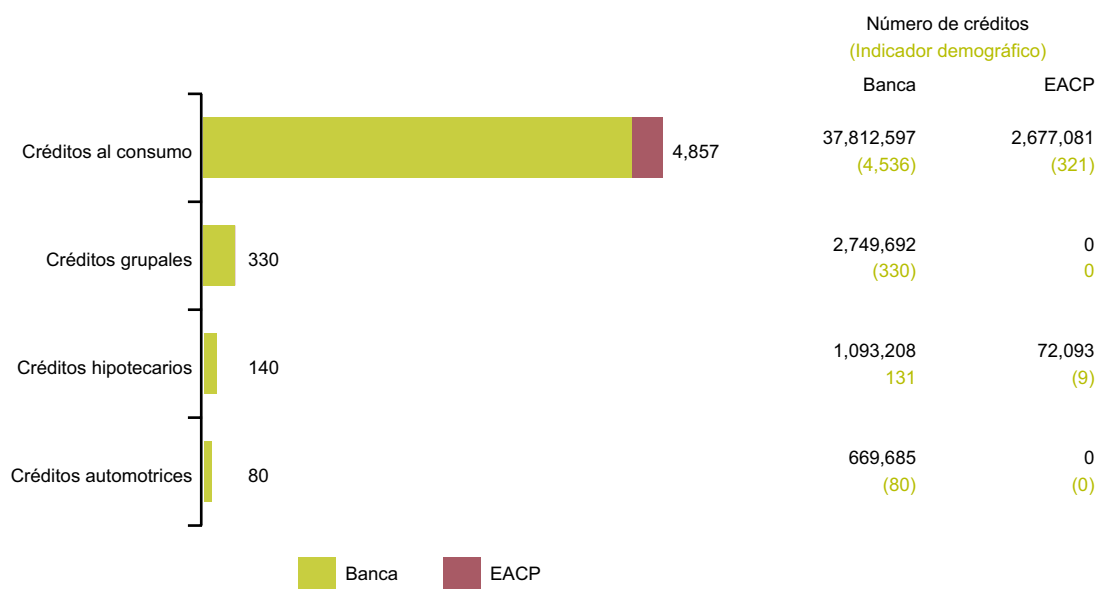
Tipo de producto	Número de productos	Indicador demográfico
Crédito al consumo	2,677,081	321
Crédito a la vivienda	72,093	9
Total	2,749,174	330

Fuente: CNBV, diciembre 2012

El indicador demográfico nacional de crédito a individuos es de 5,407 por cada 10,000 adultos. Aproximadamente, el 90% de los contratos dirigidos a individuos son créditos al consumo, y la mitad de éstos, son tarjetas de crédito. Por otra parte, el 94% (42.3 millones) del total de contratos de crédito corresponden a los otorgados por la Banca, mientras que el 6% restante (2.7 millones) corresponden a los ofrecidos por las EACP.

Comparando por tipo de producto, los créditos al consumo (tarjetas de crédito, créditos personales, de nómina y créditos al consumo de las EACP) representan el 90% del total de créditos (ver gráfica 3.4)

Gráfica 3.4 Número e indicadores de créditos a individuos



Fuente: CNBV, diciembre 2012

Productos de crédito de la Banca

Los créditos bancarios presentados en esta sección son las tarjetas de crédito, los créditos grupales y los créditos hipotecarios. Por vez primera, se presenta información referente a los créditos personales, los de nómina y los automotrices.

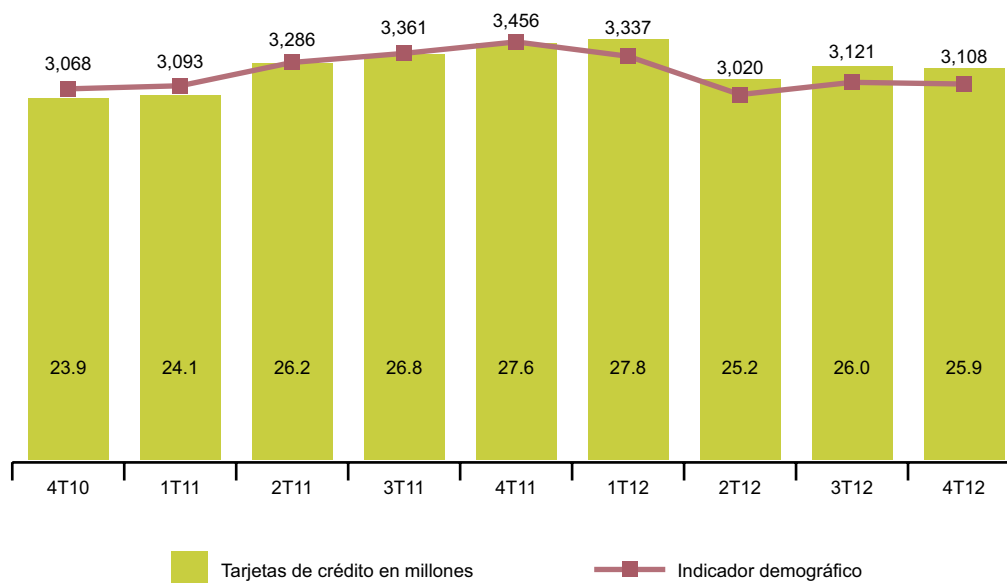
Los créditos personales no son revolventes, es decir, son otorgados por un monto fijo mediante el otorgamiento de garantías o avales y no tienen un destino específico, lo que permite a la población resolver la falta de liquidez en el corto o mediano plazos. Los créditos de nómina tampoco son revolventes y son similares a los anteriores, excepto que las instituciones de crédito los ofrecen entre los cuentahabientes que mantienen una cuenta de nómina con ellos, la cual se convierte en la garantía del crédito.

Tarjetas de crédito

Las tarjetas de crédito son un producto financiero revolvente; éstas sirven como medio de pago en algunos establecimientos, con la característica de que el monto gastado es un préstamo que deberá ser liquidado en fechas preestablecidas.

La evolución trimestral de las tarjetas de crédito bancarias observa una tasa de crecimiento anual de 4.2% del 4T10 al 4T12. Este crecimiento moderado se puede explicar, en parte, por las medidas que se han implementado para no sobreendeudar al tarjetahabiente. Por lo anterior, el indicador demográfico ha incrementado sólo 0.65%, considerando el mismo periodo de referencia, pasando de 3,068 a 3,108 tarjetas de crédito por cada 10,000 adultos. Esta variación se debe al incremento de la población adulta¹.

1. Para calcular el indicador se consideró la proyección de población para el 2012, según el CONAPO.

Gráfica 3.5 Evolución histórica de las tarjetas de crédito


Fuente: CNBV, diciembre 2012

Créditos personales

En años recientes, los créditos bancarios no revolventes han tomado relevancia, tal es el caso de los créditos personales. Los créditos personales están por encima de los otros productos por ser el producto de crédito sencillo de obtener y por estar dirigido a personas que, aunque no tengan un empleo formal pueden demostrar su nivel de ingresos mediante estados de cuenta o declaraciones de impuestos.

A diciembre de 2012, 36 bancos (tanto comerciales como de desarrollo) reportaron haber colocado un total de 7.9 millones de créditos, lo cual representa un indicador demográfico de 947 contratos por cada 10,000 adultos.

Créditos de nómina

El crédito bancario de nómina es un producto relativamente nuevo y ha ganado popularidad debido a la facilidad para obtenerlo y a la flexibilidad que ofrece. Este crédito está ligado a la cuenta de nómina del cliente, cuyo salario mensual se

convierte en la garantía del préstamo y el monto del crédito está en función del ingreso mensual percibido por el cliente. Por otra parte, los pagos se realizan de forma automática, previa autorización del cliente para descontarlo de la cuenta en las fechas pactadas. Un requisito indispensable para acceder a este crédito es pertenecer a la población económicamente activa cuya fuente de empleo sea formal. Este préstamo no es revolvable y el cliente tiene la opción de liquidarlo antes del plazo acordado, reduciendo así el pago correspondiente a los intereses del mismo.

De acuerdo a la información reportada, a diciembre de 2012, 16 bancos comerciales reportaron haber colocado un total de 4 millones de créditos bancarios de nómina con un indicador de 481 contratos por cada 10,000 adultos, lo cual lo convierte en el tercer producto de crédito de consumo de la Banca múltiple. Al igual que en el caso de los créditos personales, a partir de este reporte se le dará seguimiento a este producto de crédito.

El Instituto FONACOT

En mayo de 1974 nace el Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT) como fideicomiso público por Decreto Presidencial. En abril de 2006, se crea el Instituto FONACOT como organismo público descentralizado de interés social con personalidad jurídica y patrimonio propio así como con autosuficiencia presupuestal.

El objetivo del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores es promover el ahorro, otorgar financiamiento y garantizar el acceso a créditos a los trabajadores con el fin de fomentar el desarrollo social mejorando las condiciones de vida de los trabajadores y de sus familias, así como contribuir al desarrollo económico y fortalecimiento del mercado interno.

Cobertura

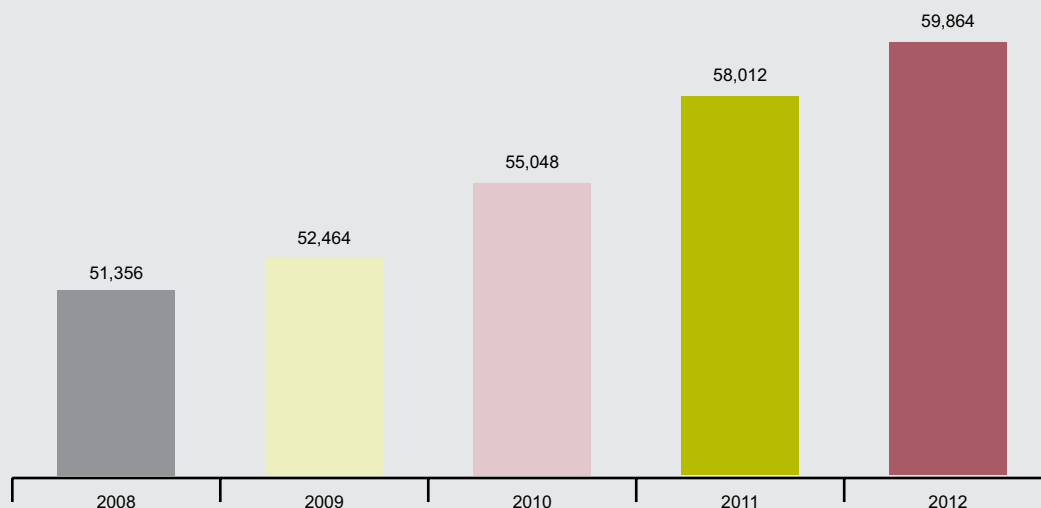
El Instituto FONACOT cuenta con 80 sucursales a nivel nacional que incluyen 34 direcciones estatales o de plaza y 46 representaciones divididas en 6 direcciones regionales.



Fuente: Instituto FONACOT

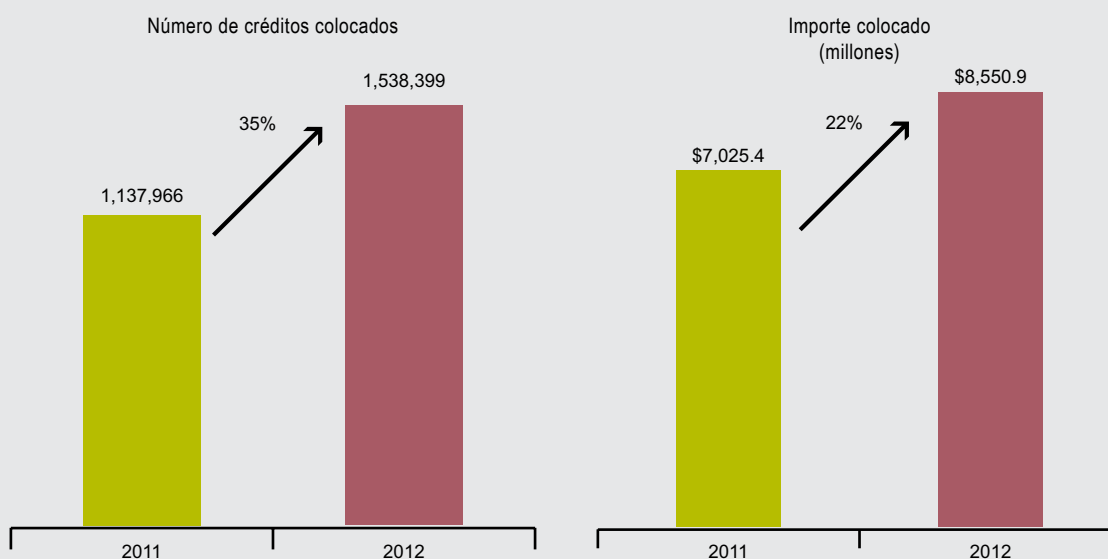
Durante el 2012, el Instituto FONACOT afilió a 3,233 centros de trabajo, con lo que se alcanzó la cifra de 59,864, a nivel nacional.

Centros de trabajo afiliados al Instituto FONACOT



Fuente: Instituto FONACOT

Por otra parte, durante el 2012, el Instituto FONACOT colocó 1,538,399 créditos, por un importe de 8.5 mil millones de pesos, lo que representó un incremento del 35.2% y 21.7% respectivamente, con respecto al 2011. Así mismo, se beneficiaron a 5.9 millones de personas a nivel nacional.



Fuente: Instituto FONACOT

Cabe destacar que en noviembre de 2012 se aprobó la Reforma a la Ley Federal del Trabajo que, en su Artículo 132 fracción XXVI Bis, manifiesta como obligación de los patrones "Afiliar el centro de trabajo al Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, a efecto de que los trabajadores puedan ser sujetos del crédito que proporciona dicha entidad". La fecha límite establecida para su cumplimiento, el 30 de noviembre de 2013.

En ese mismo mes, el Instituto FONACOT lanzó al mercado la Tarjeta FONACOT en alianza con la marca MasterCard. Con ello, el Instituto deja de ser un circuito cerrado de establecimientos comerciales para convertirse en una Banca de fomento que brinda a los trabajadores la facilidad y libertad de ejercer su crédito en los más de 500,000 puntos de venta a nivel nacional que aceptan MasterCard.

A continuación se presenta el otorgamiento de crédito en 2012, por Entidad Federativa.

**Otorgamiento de crédito por el Instituto Nacional
para el Consumo de los Trabajadores**

Entidad Federativa	Efectivo		Tarjeta		Total	
	Créditos	Importe (MDP)	Créditos	Importe (MDP)	Créditos	Importe (MDP)
Aguascalientes	15,554	\$143.60	36,099	\$49.70	51,652	\$193.40
Baja California	47,213	\$600.90	54,582	\$79.30	101,794	\$680.20
Baja California Sur	8,845	\$124.70	23,333	\$31.60	32,178	\$156.30
Campeche	4,808	\$66.20	5,964	\$20.40	10,772	\$86.50
Coahuila	40,548	\$453.40	68,092	\$157.50	108,640	\$610.90
Colima	13,818	\$84.30	10,246	\$12.00	24,064	\$96.20
Chiapas	5,193	\$55.90	5,370	\$7.40	10,563	\$63.30
Chihuahua	36,657	\$361.20	20,569	\$30.90	57,225	\$392.10
Distrito Federal	45,365	\$809.10	122,150	\$347.30	167,515	\$1,156.30
Durango	7,602	\$83.30	10,596	\$17.60	18,198	\$100.90
Guanajuato	26,944	\$218.80	33,089	\$46.90	60,033	\$265.70
Guerrero	2,939	\$39.80	8,417	\$78.40	11,356	\$118.20
Hidalgo	4,481	\$45.30	7,836	\$11.50	12,316	\$56.80
Jalisco	31,270	\$348.60	38,191	\$49.50	69,460	\$398.10
México	27,930	\$361.40	57,915	\$194.30	85,845	\$555.60
Michoacán	15,153	\$109.20	20,566	\$34.20	35,719	\$143.40
Morelos	6,094	\$65.80	8,118	\$13.10	14,212	\$78.90
Nayarit	9,632	\$61.10	7,368	\$8.80	17,000	\$69.90
Nuevo León	21,738	\$277.40	47,832	\$69.20	69,570	\$346.50
Oaxaca	8,299	\$97.60	9,266	\$15.40	17,565	\$113.00
Puebla	11,563	\$140.50	24,279	\$42.10	35,842	\$182.60
Querétaro	16,753	\$149.30	25,177	\$37.50	41,930	\$186.90
Quintana Roo	13,809	\$191.40	22,199	\$48.40	36,008	\$239.90
San Luis Potosí	18,210	\$214.30	39,663	\$83.00	57,873	\$297.40
Sinaloa	28,411	\$222.50	58,851	\$70.70	87,262	\$293.20
Sonora	43,185	\$491.10	75,692	\$91.60	118,877	\$582.70
Tabasco	14,112	\$181.70	10,911	\$32.90	25,023	\$214.60
Tamaulipas	24,227	\$273.20	27,475	\$74.80	51,701	\$348.00
Tlaxcala	4,832	\$33.70	5,747	\$14.80	10,579	\$48.50
Veracruz	13,451	\$158.80	26,317	\$35.00	39,768	\$193.80
Yucatán	17,174	\$162.90	26,691	\$49.00	43,865	\$211.90
Zacatecas	4,787	\$49.80	9,207	\$19.40	13,994	\$69.20
Totales	590,594	\$6,676.80	947,805	\$1,874.10	1,538,399	\$8,550.90

Fuente: Instituto FONACOT, 2012

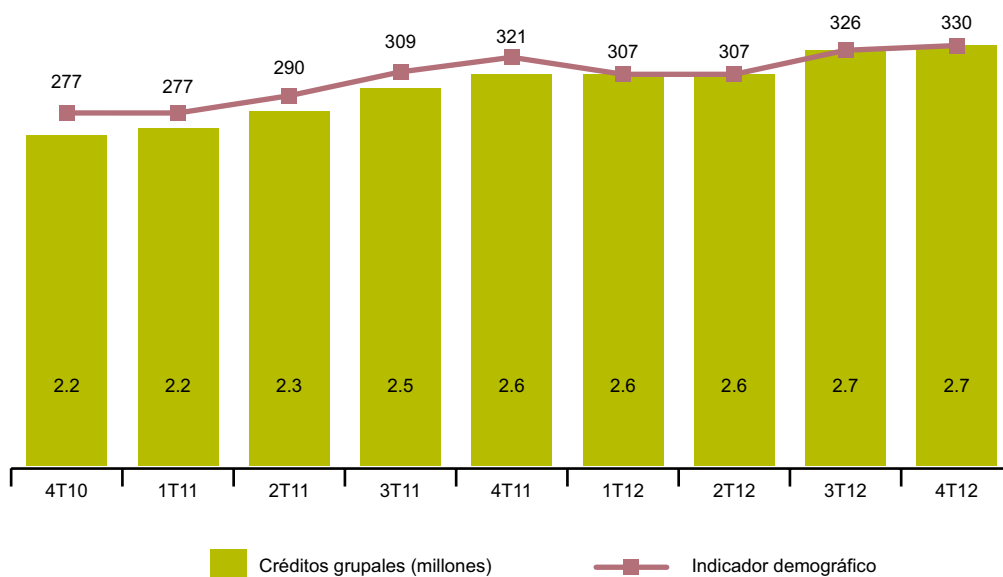
Créditos grupales

Los créditos grupales son más utilizados en localidades semi-urbanas, las cuales están alejadas de las ciudades. En general, estos créditos son dirigidos a mujeres y buscan incentivar el desarrollo de micronegocios. Este tipo de créditos permite brindarles este servicio a personas que no poseen un historial crediticio previo, ya que la garantía del crédito es solidaria entre los miembros del mismo grupo. Aún cuando los créditos son asignados a grupos, mayoritariamente de mujeres, cada miembro del grupo recibe un crédito individualizado acorde a la experiencia y tiempo que lleva en

el grupo, lo cual permite que los clientes formen un historial crediticio, el cual puede ser utilizado posteriormente para solicitar créditos individuales o personales de mayor monto.

En los últimos dos años el número de créditos grupales han presentado una tasa de crecimiento anual de 12.9%, llegando a los 2.75 millones de créditos a diciembre de 2012. El indicador demográfico es de 330 por cada 10,000 adultos, el cual toma relevancia al compararlo con los indicadores que presenta el sector de las EACP.

Gráfica 3.6 Evolución histórica de los créditos grupales



Fuente: CNBV

Créditos automotrices

El destino de este tipo de crédito es adquirir un bien durable, que, bajo ciertas circunstancias, puede ser considerado como una inversión. Tal es el caso de la compra de un transporte utilitario para un negocio pequeño.

Por algunos años, este mercado fue atendido por las Sociedades Financieras de Objeto Limitado (Sofoles). Hoy en día, la Banca ha recuperado el interés por este mercado y han surgido nuevos intermediarios que buscan ofrecer este producto a través de subsidiarias bajo la forma de Sociedades de Objeto Múltiple, Entidades Reguladas (Sofomes ER) o directamente a través de las mismas instituciones de crédito.

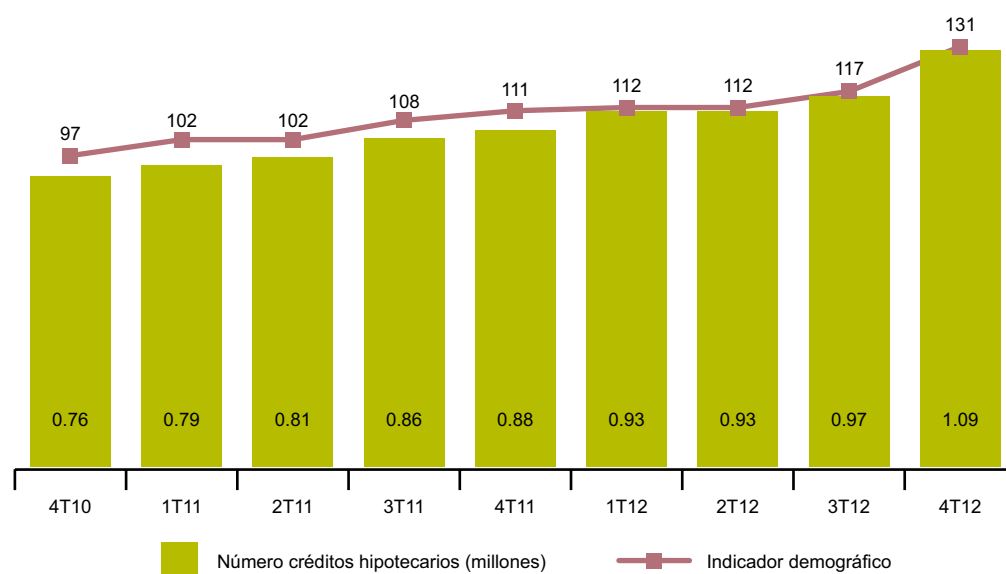
A diciembre de 2012, se presenta un indicador de 80 contratos por cada 10,000 adultos y más de 669 mil contratos colocados, con un saldo promedio superior a los 100,000 pesos.

Créditos hipotecarios

El otorgamiento de créditos hipotecarios destinados para la construcción, compra, ampliación o remodelación de bienes inmuebles (casa, departamento o terreno) mantiene una tendencia positiva gracias a las condiciones de costos e incentivos fiscales que actualmente prevalecen en el país.

Al cierre de 2012, 23 bancos comerciales reportaron un total de 1.09 millones de créditos hipotecarios, lo que representa un incremento de 23.6% respecto al año anterior. El indicador demográfico de los créditos hipotecarios es de 131 por cada 10,000 adultos. Estos resultados se pueden apreciar en la gráfica 3.7.

Gráfica 3.7 Evolución histórica de los créditos hipotecarios



Fuente: CNBV, diciembre 2012

Créditos hipotecarios del INFONAVIT

El Instituto del Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT) tiene, entre otros, los objetivos de: ser el instituto generador de bienestar social, en comunidades competitivas y armónicas; proveer financiamiento para satisfacer las necesidades de vivienda de los trabajadores, derechohabientes y acreditados; y mejorar la calidad de vida de sus derechohabientes en un entorno sustentable en el que puedan desarrollar su potencial como individuos y como ciudadanos.

Los créditos otorgados por el INFONAVIT registraron una tasa de crecimiento anual de 16.6%, de 2008 a 2012, pasando de 2,356,938 a 4,359,179 créditos hipotecarios. En el 2012, otorgaron más de 500 mil créditos a nivel nacional. La siguiente tabla muestra, a nivel estatal, el número de créditos otorgados en los últimos cinco años.

Número acumulado de créditos ejercidos por el INFONAVIT

Estado	2008	2009	2010	2011	2012
Aguascalientes	42,588	49,971	58,274	66,777	76,569
Baja California	105,762	130,369	155,849	185,961	219,111
Baja California Sur	50,905	53,437	56,830	60,952	67,045
Campeche	9,557	12,120	14,689	17,567	21,280
Coahuila	30,283	34,342	38,525	61,128	89,833
Colima	153,020	177,548	199,322	203,193	207,061
Chiapas	119,123	140,957	163,282	168,975	174,897
Chihuahua	44,665	48,372	52,571	77,715	110,545
Distrito Federal	160,720	186,266	203,311	229,227	272,324
Durango	34,568	40,746	46,506	53,102	65,513
Guanajuato	114,272	135,618	157,888	181,701	204,643
Guerrero	17,714	20,495	24,272	28,289	32,727
Hidalgo	45,359	54,570	64,082	74,893	85,163
Jalisco	174,599	209,292	246,101	287,204	329,794
México	166,763	197,372	247,887	295,343	341,494
Michoacán	48,952	58,975	69,308	79,606	89,150
Morelos	22,923	27,845	34,444	41,806	49,353
Nayarit	21,914	26,552	31,248	35,305	39,970
Nuevo León	242,080	299,909	358,107	415,547	486,530
Oaxaca	11,075	13,844	16,444	18,787	21,622
Puebla	70,401	83,375	98,245	113,747	129,795
Querétaro	51,808	64,697	79,570	93,238	108,269
Quintana Roo	51,664	66,141	80,528	95,501	111,216
San Luis Potosí	50,704	59,391	68,334	78,074	89,552
Sinaloa	73,826	85,888	99,629	113,273	129,189
Sonora	100,333	118,980	138,987	161,349	185,750
Tabasco	19,452	24,158	29,791	36,449	45,057
Tamaulipas	160,669	188,134	212,872	235,017	258,174
Tlaxcala	13,698	15,808	18,008	20,475	24,078
Veracruz	79,533	97,702	118,003	139,094	164,566
Yucatán	54,428	65,883	78,061	89,836	103,426
Zacatecas	13,580	15,662	18,523	21,652	25,483
Nacional	2,356,938	2,804,419	3,279,491	3,780,783	4,359,179

Fuente: CNBV con información de INFONAVIT

Si se integraran los créditos del INFONAVIT a los créditos hipotecarios de la Banca, se tendría un indicador demográfico de 654 créditos por cada 10,000 adultos. Tomando en cuenta únicamente los créditos del INFONAVIT, se obtiene un indicador demográfico de 523 créditos por cada 10,000 adultos, mayor al obtenido para 2011 (474).

Productos de crédito de las EACP

Es importante resaltar la contribución que realizan las Entidades de Ahorro y Crédito Popular como intermediarios financieros en mercados y en localidades que, en algunos casos, no son atendidos por la Banca tradicional.

Al cierre de 2012, 68 Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo reportan la colocación total de 2.2 millones de créditos dirigidos a individuos; su indicador corresponde a 260 contratos por cada 10,000 adultos.

De los dos productos de crédito a individuos que ofrecen las EACP, el crédito personal es considerablemente más

utilizado por la población. Las Cooperativas tienen mayor participación en el mercado que las Sofipos, pues han otorgado 2.12 millones de créditos personales (254 por cada 10,000 adultos) y 56,460 créditos a la vivienda.

Por otra parte, 42 Sofipos mantienen un indicador para los créditos dirigidos a individuos de 69 contratos por cada 10,000 adultos (577 mil contratos). De forma análoga a las Cooperativas, destaca el número de créditos personales, cuyo indicador es 67 contratos por cada 10,000 adultos (562 mil contratos) y el número de contratos a la vivienda es de 15,633, lo que representa sólo dos créditos por cada 10,000 adultos. La tabla 3.8 muestra la composición de los créditos de las EACP.

Tabla 3.8 Créditos de las EACP

Créditos personales

Institución	Número de contratos	Indicador demográfico
Cooperativas	2,115,080	254
Sofipos	562,001	67
Total	2,677,081	321

Créditos a la vivienda

Institución	Número de contratos	Indicador demográfico
Cooperativas	56,460	7
Sofipos	15,633	2
Total	72,093	9

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Indicadores de crédito a nivel estatal

Los indicadores presentados en esta sección corresponden al mes de diciembre de 2012 (4T12).

Banca

El análisis del acceso a productos de crédito por entidad federativa permite detectar y comprender la presencia de dinámicas regionales en el acceso al financiamiento. Al respecto, se observa que en el caso del crédito bancario, existe una mayor colocación de crédito en las regiones del Noreste, del Noroeste y de la Península de Yucatán, además de la saturación en la zona metropolitana de la ciudad de México. Por otra parte, en las regiones del Occidente y del Centro del país, se tiene un nivel medio de colocación de crédito bancario, mientras que en los estados del Sur es donde se denota una menor presencia del crédito bancario.

En la tabla 3.9 se pueden observar los indicadores por entidad federativa. El Distrito Federal continúa siendo la entidad con el mayor indicador demográfico en la colocación de créditos bancarios, destacando la colocación de tarjetas de crédito (11,508), créditos hipotecarios (945) y créditos automotrices (150) por cada 10,000 adultos, al mismo tiempo que es la entidad que posee el menor indicador de créditos grupales, con tan sólo 86 contratos por cada 10,000 adultos. Otras entidades que destacan (en parte debido a su densidad poblacional) son Nuevo León con el máximo indicador de contratos de créditos bancarios personales (2,455) y Baja California Sur con el indicador demográfico de créditos de nómina más alto (883).

El mapa 3.10 muestra los rangos de los indicadores demográficos de productos de crédito de la Banca. A nivel nacional, se tienen 5,077 productos de crédito bancarios por cada 10,000 adultos, mientras que si no se cuenta al Distrito

Federal, el indicador disminuye a 4,262. Solamente quince entidades federativas mantienen un indicador de contratos de la Banca superior al promedio (sin contar al Distrito Federal), destacándose las entidades del Norte del país con Nuevo León, Coahuila, Baja California Sur y Sonora con indicadores

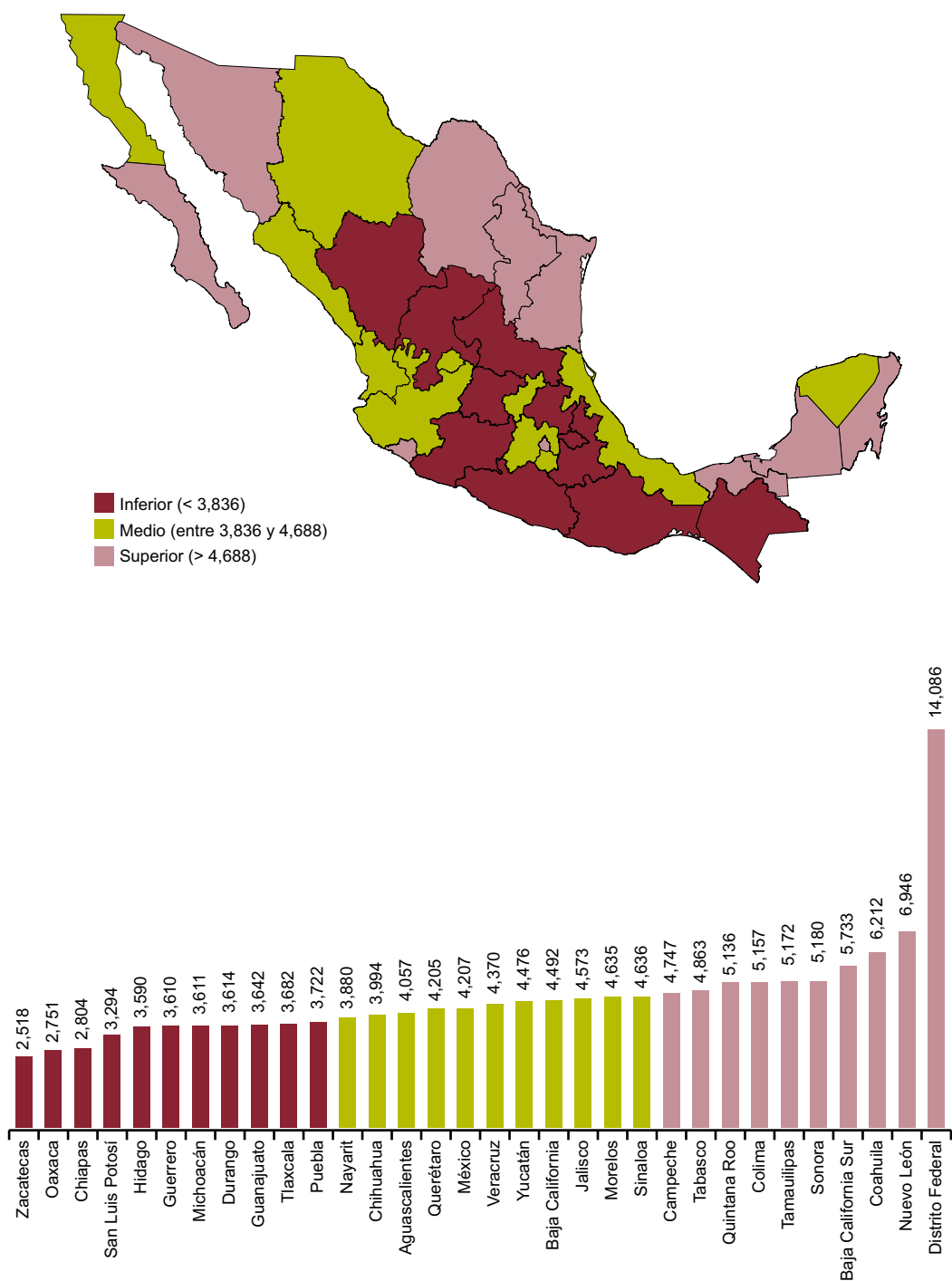
de 6,946, 6,212, 5,733 y 5,180 contratos por cada 10,000 adultos, respectivamente. En tanto, las entidades con los menores indicadores demográficos son Zacatecas, Oaxaca, Chiapas y San Luis Potosí con 2,518, 2,751, 2,804 y 3,294 contratos por cada 10,000 adultos, respectivamente.

Tabla 3.9 Número de contratos de productos de crédito bancarios por cada 10,000 adultos

Estado	Población adulta	Tarjetas de crédito	Créditos grupales	Créditos personales	Créditos de nómina	Créditos automotrices	Créditos hipotecarios	Total
Aguascalientes	851,594	2,446	159	630	593	86	144	4,057
Baja California	2,400,848	2,549	229	825	647	60	181	4,492
Baja California Sur	497,222	3,341	430	813	883	87	181	5,733
Campeche	620,951	2,331	583	1,001	571	137	122	4,747
Coahuila	2,036,983	3,580	524	1,173	663	121	151	6,212
Colima	498,134	3,199	234	893	617	90	125	5,157
Chiapas	3,346,082	1,352	532	586	256	46	32	2,804
Chihuahua	2,553,891	2,351	125	679	607	74	159	3,994
Distrito Federal	6,914,961	11,608	86	1,083	663	150	495	14,086
Durango	1,195,885	1,972	522	624	368	47	80	3,614
Guanajuato	3,936,449	2,135	173	802	380	69	83	3,642
Guerrero	2,363,270	1,526	478	1,150	385	34	37	3,610
Hidalgo	1,953,353	1,921	359	852	353	50	56	3,590
Jalisco	5,435,085	3,210	120	619	431	77	115	4,573
México	11,505,586	2,428	199	937	471	80	92	4,207
Michoacán	3,161,520	2,055	251	869	335	44	57	3,611
Morelos	1,338,771	2,332	450	1,226	468	64	96	4,635
Nayarit	819,274	2,135	338	766	522	53	65	3,880
Nuevo León	3,553,713	3,257	237	2,455	619	138	241	6,946
Oaxaca	2,714,324	1,164	490	755	269	51	23	2,751
Puebla	4,140,520	2,029	565	701	304	58	64	3,722
Querétaro	1,348,771	2,388	153	918	432	113	201	4,205
Quintana Roo	1,030,866	3,048	511	690	601	117	168	5,136
San Luis Potosí	1,868,257	1,696	249	769	392	81	107	3,294
Sinaloa	2,087,253	2,887	245	858	484	65	98	4,636
Sonora	2,006,264	2,867	329	1,096	698	83	107	5,180
Tabasco	1,629,051	2,166	740	1,092	702	87	76	4,863
Tamaulipas	2,470,067	2,674	408	1,242	652	86	111	5,172
Tlaxcala	850,560	1,527	805	937	325	53	34	3,682
Veracruz	5,684,865	2,138	716	936	447	67	66	4,370
Yucatán	1,479,160	2,471	377	976	478	85	90	4,476
Zacatecas	1,074,572	1,408	189	443	376	57	45	2,518
Nacional	83,368,102	3,108	330	947	481	80	131	5,077
Nacional sin D.F.	76,453,141	2,339	352	935	465	74	98	4,262

Fuente: CNBV, 2012

Mapa 3.10 Productos de crédito bancarios por cada 10,000 adultos



Entidades de Ahorro y Crédito Popular

La tabla 3.11 muestra que, entidades federativas como Guanajuato y Querétaro, tienen los indicadores demográficos mayores para los créditos colocados por las EACP, e incluso, son considerablemente mayores a los promedios nacionales. Esto se debe principalmente a que estas dos entidades federativas cuentan con un número importante de

Cooperativas² (Guanajuato con 18% del total de sucursales de Cooperativas del país, en el caso de Guanajuato y 5% en el caso de Querétaro³). Para el caso de el Distrito Federal y Chiapas, la colocación de crédito de las EACP presentan los valores más bajos para los indicadores demográficos de ambos productos.

Tabla 3.11 Número de contratos de productos de crédito de las EACP por cada 10,000 adultos

Estado	Población adulta	Crédito personal	Crédito a la vivienda	Total de EACP
Aguascalientes	851,594	537	5	542
Baja California	2,400,848	0	2	3
Baja California Sur	497,222	12	11	22
Campeche	620,951	128	4	132
Coahuila	2,036,983	197	1	198
Colima	498,134	1,664	4	1,668
Chiapas	3,346,082	7	22	29
Chihuahua	2,553,891	244	0	244
Distrito Federal	6,914,961	55	0	56
Durango	1,195,885	564	3	567
Guanajuato	3,936,449	1,493	31	1,524
Guerrero	2,363,270	164	0	165
Hidalgo	1,953,353	170	3	173
Jalisco	5,435,085	625	15	640
México	11,505,586	70	0	71
Michoacán	3,161,520	656	57	713
Morelos	1,338,771	531	1	531
Nayarit	819,274	858	7	865
Nuevo León	3,553,713	291	8	298
Oaxaca	2,714,324	651	2	653
Puebla	4,140,520	221	5	226
Querétaro	1,348,771	1,055	69	1,124
Quintana Roo	1,030,866	67	3	70
San Luis Potosí	1,868,257	646	13	659
Sinaloa	2,087,253	95	2	97
Sonora	2,006,264	9	12	21
Tabasco	1,629,051	23	0	23
Tamaulipas	2,470,067	133	2	135
Tlaxcala	850,560	94	6	100
Veracruz	5,684,865	223	1	223
Yucatán	1,479,160	67	1	69
Zacatecas	1,074,572	517	1	518
Nacional	83,368,102	321	9	330
Nacional sin D.F.	76,453,141	345	9	355

Fuente: CNBV, diciembre 2012

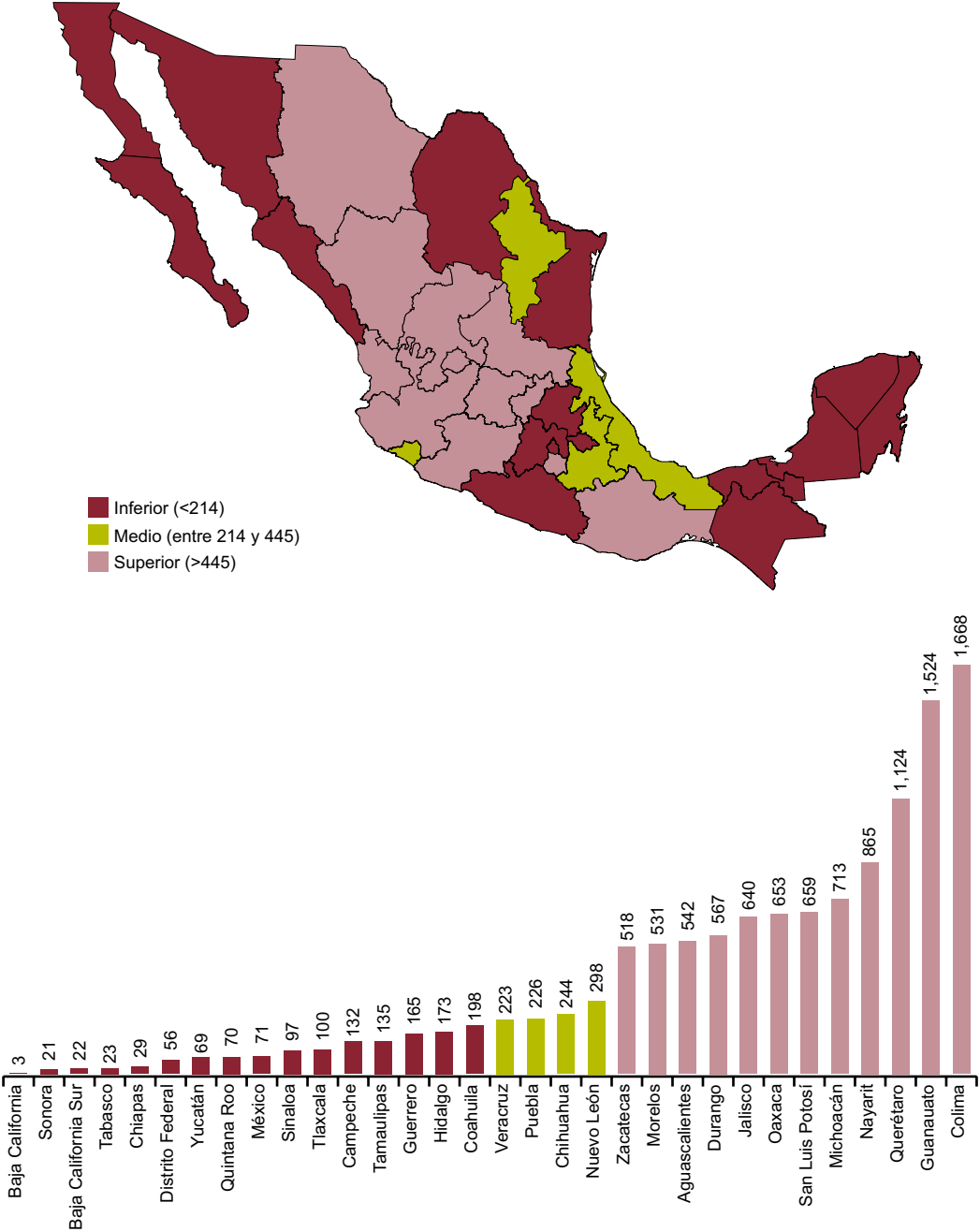
2. Colima (0.85 Cooperativas por cada 10,000 adultos), Guanajuato (0.56) y Querétaro (0.48) cuentan con los indicadores demográficos mayores de Cooperativas por cada 10,000 adultos, y de hecho, son indicadores mayores al nacional (0.14).
3. Guanajuato (18%), Jalisco (18%), Michoacán (9%), Oaxaca (6%) y Querétaro (5%), son las entidades federativas con la mayor proporción de sucursales de Cooperativas del total del país.

En contraste con la Banca, en Baja California hay una cantidad muy baja de productos de crédito de las EACP (menos de un crédito al consumo por cada 10,000 adultos y apenas dos créditos a la vivienda por cada 10,000 adultos). Esto se puede explicar debido a que en dicha entidad federativa sólo hay presencia de Sofipos, y no de Cooperativas. Adicionalmente, en los estados de Chihuahua, Guerrero, Tabasco y Veracruz, se registra menos de uno o ningún crédito a la vivienda por

cada 10,000 adultos, a pesar de que en dichos estados se cuenta con la presencia de sucursales de ambos tipos de instituciones.

A nivel nacional, las EACP presentan un promedio de 330 productos de crédito por cada 10,000 adultos. El mapa 3.12 muestra, por rangos, las entidades federativas clasificadas de acuerdo con sus indicadores demográficos.

Mapa 3.12 Productos de captación de las EACP por cada 10,000 adultos



Indicador nacional: 330 productos de crédito de las EACP por cada 10,000 adultos

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Cobertura

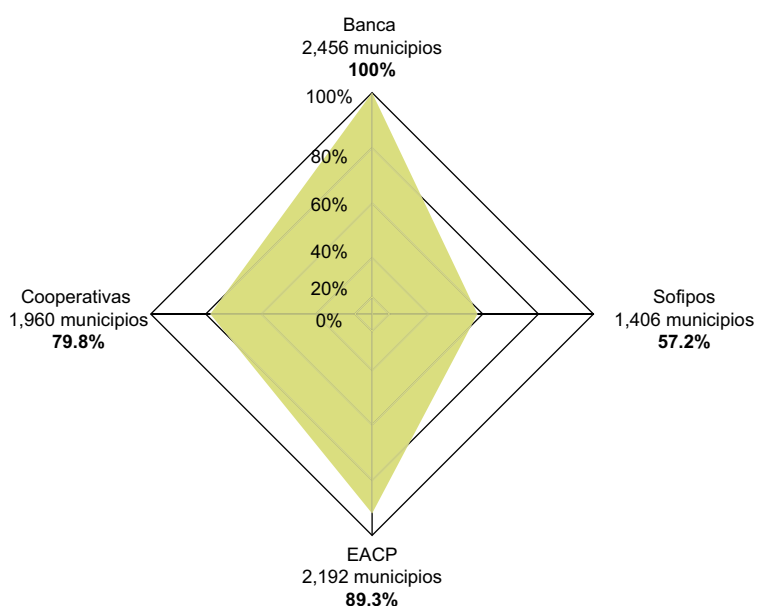
Respecto a la cobertura municipal, en el total de los municipios del país (2,456 municipios), se registra al menos un producto de crédito bancario.

Por otra parte, el 89% de los municipios del país (2,192 municipios) registran al menos un producto de crédito personal o a la vivienda de alguna EACP al cierre de 2012.

Las Cooperativas reportan el otorgamiento de créditos en aproximadamente 80% de los municipios (1,960 municipios), mientras que las Sofipos reportan tener créditos en 57% de los municipios (1,406 municipios).

La gráfica 3.13 permite apreciar el número de municipios donde existe, al menos un crédito, por tipo de institución.

Gráfica 3.13 Cobertura de créditos por tipo de institución

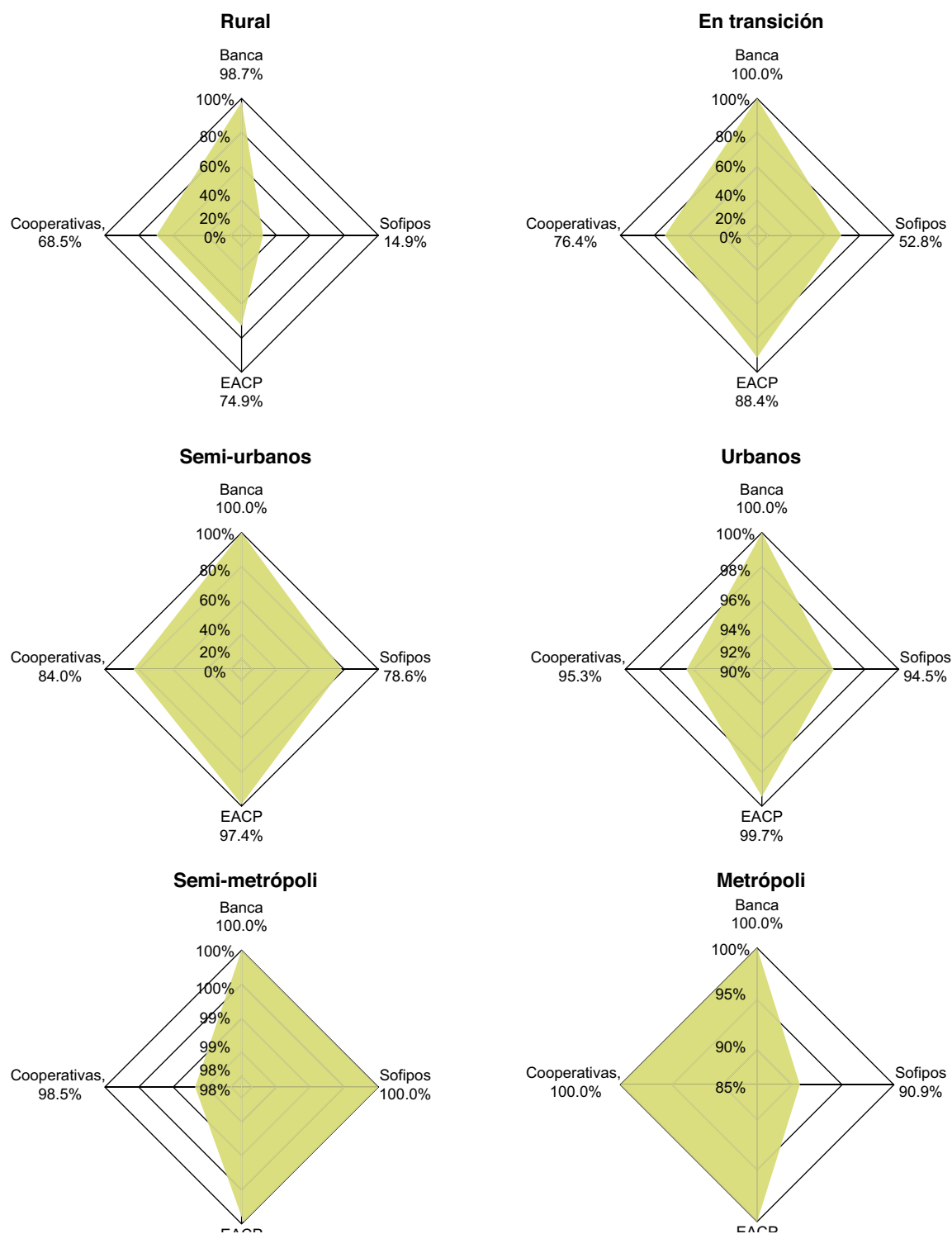


Fuente: CNBV, diciembre 2012

Respecto a la presencia de productos de crédito por tipo de municipio, se observa que la Banca mantiene una colocación de créditos en todos los municipios, incluyendo los municipios rurales, observándose que aún en éstos, hay colocación de al menos un crédito, mientras que las EACP tienen productos en los municipios rurales, en transición y semi-urbanos (75%,

98% y 97%, respectivamente) y prácticamente cubre todos los municipios urbanos. Destaca también la manera en la que las Cooperativas tienen una mayor presencia en los municipios menos poblados y que el crédito de las Sofipos, complementa el de las zonas semi-urbanas y urbanas.

Gráfica 3.14 Porcentaje de municipios con al menos un crédito, por tipo de municipio



Fuente: CNBV, diciembre 2012

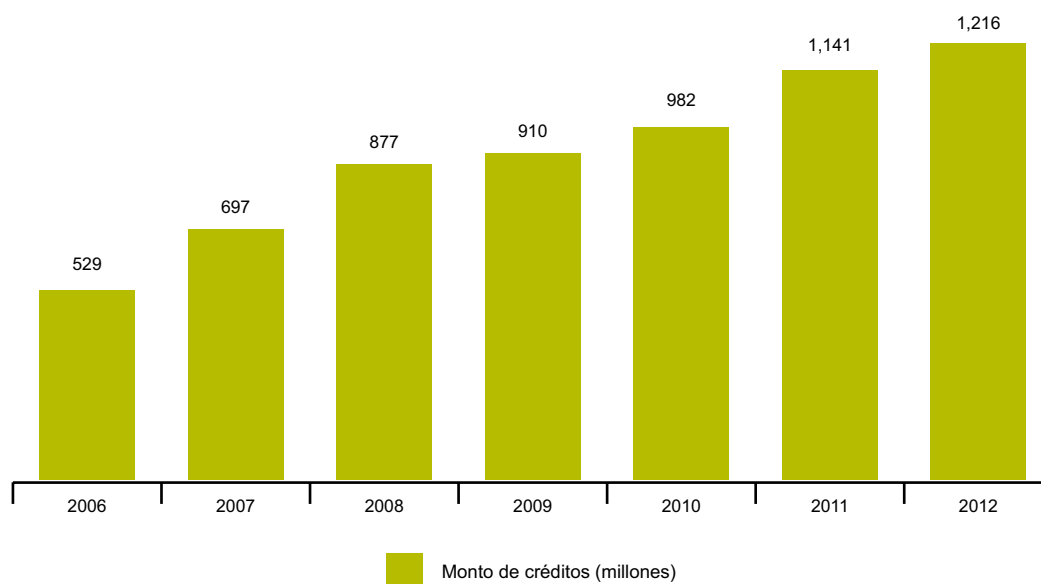
Indicadores de crédito a empresas y a Mipymes

El crecimiento y desarrollo de las empresas, y en particular, de las Mipymes, es de gran relevancia para el desarrollo de la economía, pues son este tipo de empresas las que estimulan las economías locales y promueven la estabilidad social a través de la creación de empleos al favorecer un ambiente competitivo de negocios y coadyuvar a expandir la base industrial. Asimismo, las Mipymes involucradas en las cadenas de producción a mayor escala tienen el potencial de favorecer el comercio internacional e incrementar la productividad en la región. De acuerdo con diversos estudios de organismos internacionales⁴, uno de los principales factores para incidir en el desarrollo del sistema productivo, es el acceso al financiamiento.

El sector empresarial y, particularmente las Mipymes, afrontan barreras de acceso a créditos que les permita administrar los flujos de efectivo y les ayude a realizar inversiones; a los seguros que les permita mitigar sus riesgos. Asimismo, enfrentan otro tipo de barreras, tales como, falta de infraestructura que les permita ser más competitivos, entre otras.

Al cierre de 2012, la cartera de crédito bancario a empresas representa aproximadamente el 7.6% del PIB, de la cual se estima que aproximadamente, el 60% es colocada entre empresas pequeñas y medianas, con montos de préstamo de entre uno y cien millones de pesos⁵, por lo que se considera que este tipo de créditos tiene un gran potencial para el país.

Gráfica 3.15 Monto de créditos bancarios a empresas



Fuente: CNBV

4. Corporación Financiera Internacional (IFC). Access to Credit among Micro, Small, and Medium Enterprises, 2010.

5. CNBV y CEPAL. Encuesta a Bancos sobre financiamiento a micro, pequeñas y medianas empresas. Reporte de Resultados. México, 2011.

Por otra parte al cierre de 2012, otros intermediarios financieros no bancarios colocaron directamente cartera comercial adicional por el equivalente al 1.3% del PIB. Entre otras, están: Financiera Rural, Cooperativas, Sofipos, arrendadoras financieras, empresas de factoraje, Sofomes ER y Sofomes ENR⁶.

Dado lo anterior, se considera importante llevar a cabo mediciones que permitan evaluar el acceso al financiamiento en este sector de la economía, con particular énfasis en las Mipymes, para establecer un marco de referencia que permita desarrollar mediciones sobre el financiamiento a empresas.

Por ello, se propone utilizar la clasificación de tamaño de empresas de acuerdo al número de empleados que las empresas reportan, utilizando los Censos Económicos⁷ del INEGI, los reportes regulatorios de la CNBV e información de otros intermediarios financieros como las EACP. La clasificación de empresas, de acuerdo al número de empleados, es:

- a) Microempresas: empresas de 1 a 10 empleados
- b) Pequeñas empresas: de 11 a 50 empleados
- c) Medianas empresas: de 51 a 250 empleados
- d) Empresas grandes: de más de 250 empleados
- e) Mipymes: entre 1 y 250 empleados

Cuadro 3.16 Clasificación de empresas de acuerdo al INEGI

Clasificación de empresas	Número de empresas	Porcentaje
Microempresas (0 a 10 empleados)	3,472,155	93.2%
Pequeñas (11 a 50 empleados)	125,376	3.4%
Medianas (51 a 250 empleados)	22,999	0.6%
Grandes (más de 250 empleados)	6,529	0.2%
Total	3,724,019	100%

Fuente: INEGI, Censos Económicos 2009

Tomando en consideración diferentes enfoques internacionales para proponer indicadores sobre el financiamiento a empresas, se presenta el esquema general de los indicadores para medir el acceso al crédito por parte de éstas. En particular, se proponen dos mediciones. Por un

lado, el porcentaje de empresas que cuentan con créditos, sobre el universo de empresas reportadas en los Censos Económicos. Por otra parte, el número de créditos dirigidos a empresas por cada 10,000 empresas.

Cuadro 3.17 Productos de crédito a empresas por institución

Banca	Banca múltiple	Crédito a empresas Crédito a Mipymes
EACP	Sofipos Cooperativas	Crédito comercial

Fuente: CNBV

6. CNBV. Ahorro Financiero y Financiamiento en México. México, D.F., marzo 2013.

7. De acuerdo con los Censos Económicos, se tomó la definición de empresa como “(..a una entidad económica que es capaz, bajo su propio derecho, de poseer activos, asumir responsabilidades y comprometerse en actividades económicas y transacciones con terceros.”

Cuadro 3.18 Indicadores de crédito a empresas

Banca múltiple

Clasificación	Porcentaje de empresas con créditos vigentes	Número de créditos por cada 10,000 empresas
Créditos a microempresas	6.5%	1,206
Créditos a empresas pequeñas	29.2%	9,906
Créditos a empresas medianas	39.6%	30,799
Créditos a empresas grandes	52.6%	181,129
Total	7.4%	1,966

Entidades de Ahorro y Crédito Popular

Clasificación	Porcentaje de empresas con créditos vigentes	Número de créditos por cada 10,000 empresas
Créditos otorgados por las Cooperativas	N.D.	376
Créditos otorgados por las Sofipos	N.D.	1,338
Total	N.D.	1,714

N.D.: No disponible

Fuente: CNBV, diciembre 2012; INEGI, Censos Económicos 2009

Créditos bancarios a empresas

Como uno de los principales indicadores de acceso al financiamiento para las empresas, se propone un indicador similar al propuesto por la GPFI consistente en estimar la proporción de empresas no financieras que disponen de financiamiento directo de la Banca múltiple. A diferencia de los indicadores propuestos por la GPFI, que utiliza como fuente

de información los resultados de las Encuestas a Empresas (Enterprise Surveys) del Banco Mundial, los indicadores aquí presentados utilizan como fuente de información los reportes regulatorios de las instituciones financieras y, para la estimación del número total de empresas, la información disponible de los últimos Censos Económicos del INEGI.

Tabla 3.19 Proporción de empresas con acceso a crédito de la Banca múltiple

Clasificación de empresas	Número de empresas con créditos	Número de empresas	Proporción de empresas con créditos
Mipymes	270,877	3,620,530	7.5%
Microempresas	225,207	3,472,155	6.5%
Empresas pequeñas	36,571	125,376	29.2%
Empresas medianas	9,099	22,999	39.6%
Empresas grandes	3,434	6,529	52.6%
Total	274,311	3,724,019	7.4%

Nota: Censos Económicos

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Los resultados obtenidos de la información reportada a la CNBV revelan proporciones similares a las que obtuvo el Banco Mundial en las Enterprise Surveys que realizó en México en 2010. Si bien, en los últimos años se puede destacar que la cartera de la Banca múltiple dirigida a las microempresas, tomando como referencia empresas de 1 a 10 empleados, se ha incrementado sustancialmente, representando entre los años 2009 al 2012 aproximadamente una tercera parte de la misma. Este indicador revela que la proporción del número de microempresas con créditos bancarios es de 7.4%.

Por otra parte, al analizar el segmento de las empresas PYME (pequeñas y medianas) que rondan entre los 11 y 250 empleados, se calcula que el 29% y el 40% de éstas, respectivamente, reciben actualmente financiamiento directo de la Banca múltiple, mientras que para las de mayor tamaño, este porcentaje asciende al 50%. Estos resultados,

son similares a los que presenta la Encuesta a Empresas levantada por el Banco Mundial para México en 2010. Si bien, la muestra de esta encuesta no toma en cuenta a las microempresas, las pequeñas, medianas y grandes afirmaron contar con financiamiento de la Banca⁸ en 26.8%, 36.7% y 54%, respectivamente.

De manera alternativa, para evaluar el acceso al financiamiento de las empresas, y en particular de las Mipymes, se propone un indicador adicional que evalúa el número de créditos por cada 10,000 empresas registradas en México. Este indicador es equivalente a los indicadores de acceso al financiamiento utilizado en las secciones anteriores de crédito individual, excepto, que los indicadores de créditos dirigidos a individuos, son medidos en términos del número de adultos y, en esta sección, se mide en términos del total de empresas.

Cuadro 3.20 Número de créditos bancarios por cada 10,000 empresas

Clasificación	Número de créditos a empresas	Número de empresas*	Indicador demográfico (por cada 10,000 empresas)
Créditos a microempresas	418,707	3,472,155	1,206
Créditos a empresas pequeñas	124,200	125,376	9,906
Créditos a empresas medianas	70,835	22,999	30,799
Crédito a empresas grandes	118,259	6,529	181,129
Total	732,001	3,724,019	1,966

* Censos Económicos 2009
Fuente: CNBV, diciembre 2012

Este indicador alternativo muestra que, al cierre de 2012, la Banca múltiple otorga 1,695 créditos a Mipymes por cada 10,000 empresas bajo esta categoría. Al realizar el análisis por tamaño de empresa, se encuentra que las microempresas, son el segmento menos financiado por la Banca.

Crédito comercial de las EACP

De forma análoga al crédito a individuos, en este apartado se presentan los créditos que ofrecen las EACP a los comercios en virtud de incentivar la productividad. A pesar de que el

número de créditos colocados por estas entidades es muy similar a la cartera colocada por la Banca múltiple, las EACP mantienen un monto promedio de préstamo muy inferior al que otorga el sector bancario. Debido a que no se dispone de información sobre el número de empresas o personas que tienen un crédito comercial con las EACP, se presenta la estimación del indicador del número de créditos por cada diez mil empresas, tomando como referencia el número total de Mipymes registradas en los Censos Económicos 2009 del INEGI, pues se considera que este tipo de instituciones financieras, son las que atienden a este sector empresarial.

8. Banco Mundial. Resultados de la Encuesta a Empresas para México. 2010.

Tabla 3.21 Número de créditos comerciales de las EACP por cada 10,000 empresas

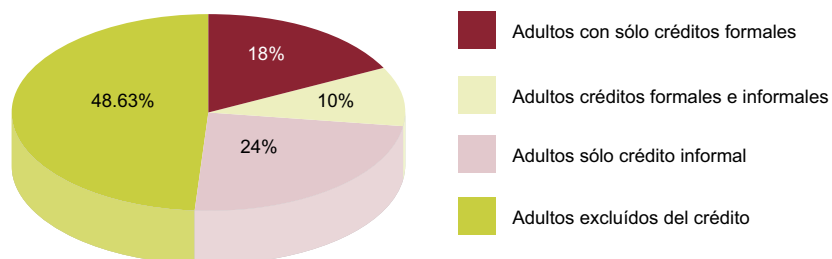
Clasificación	Créditos Comerciales de las EACP (Número)	Número de Mipymes (CE 2009)	Número de créditos a empresas por cada 10,000 empresas
Cooperativas	136,301	3,620,530	376
Sofipos	484,400	3,620,530	1,338
Total	620,701	3,620,530	1,714

Fuente: CNBV, diciembre 2012

Resultados ENIF respecto al uso de productos de crédito

De acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), durante 2012 aproximadamente un 27.5% de los adultos⁹ (19.3 millones de adultos) mantenía, por lo menos, una tarjeta de crédito o algún producto de crédito con alguna institución financiera formal, o bien, alguna tarjeta de crédito departamental con algún establecimiento comercial, departamental o de autoservicio. Por otro lado, la ENIF también reveló que aproximadamente 33.7% de los adultos (23.7 millones) utiliza mecanismos alternativos al

sector financiero para financiarse, destacando los préstamos a través de familiares y amigos, los préstamos en cajas de ahorro, préstamo informales, o bien, empeñando algún bien. El 9.8% de los adultos (6.9 millones de adultos) afirmó utilizar tanto productos de crédito con instituciones financieras como mecanismos alternativos de crédito. Finalmente, en 2012, casi la mitad de los adultos, 48.6% (34.3 millones de adultos) afirmó no utilizar ninguna forma de crédito ya sea formal o informal.

Gráfica 3.22 Crédito formal vs crédito informal


Población total: 70.4 millones de adultos

Fuente: CNBV con datos del INEGI

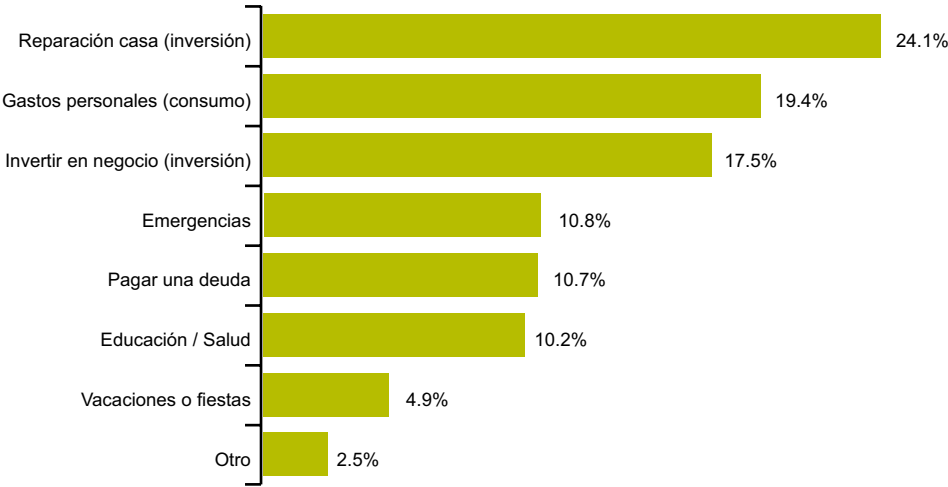
9. Cabe aclarar que la definición para los adultos utilizada en la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) es de personas entre los 18 y 70 años de edad.

La ENIF permite corroborar que los créditos personales de la Banca, después de las tarjetas de crédito, son los créditos más utilizados, debido a la flexibilidad que tienen, pues no están sujetos a un destino específico, y son productos relativamente sencillos, pues al no ser revolventes, el monto a pagar y los intereses se mantienen fijos, además de que, por lo general, no tienen una penalidad por prepago.

En ese mismo sentido, dado que los créditos personales, de nómina, y grupales no tienen un destino específico como los automotrices o hipotecarios, la ENIF buscó averiguar el

destino más común que las personas le dan a estos créditos. Cabe señalar que aproximadamente una cuarta parte de los usuarios de este tipo de créditos afirmó haber destinado estos créditos para la reparación o mejora del hogar, en segundo lugar destacó el solventar gastos personales (19% de adultos) y en tercer lugar para invertir en algún negocio (17%) tal como se aprecia en la gráfica 3.23. Ello, denota la importancia que tiene el crédito formal para detonar una mayor acumulación de activos y generar una mayor productividad a nivel de los hogares.

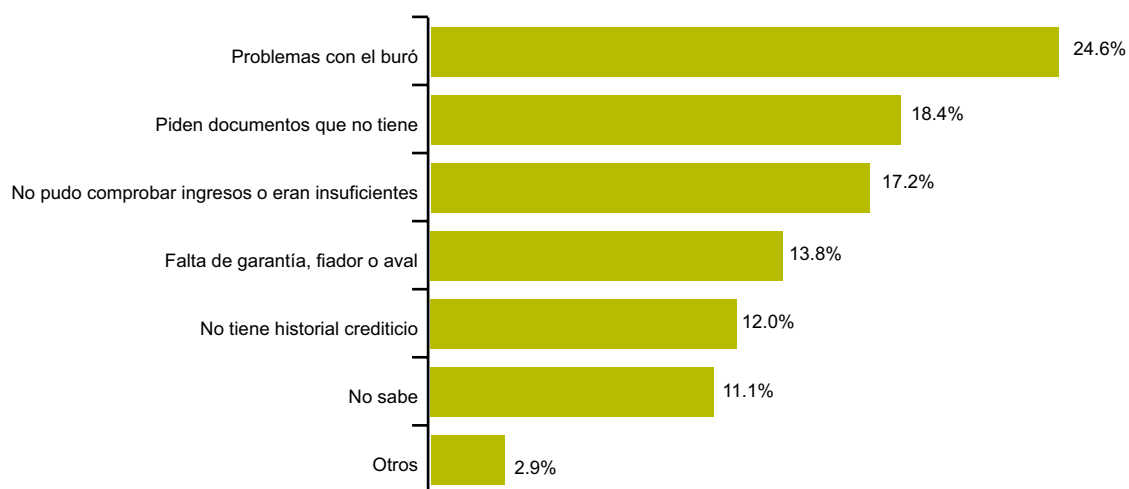
Gráfica 3.23 Destino del crédito no revolvente de acuerdo a la ENIF



Fuente: CNBV con información del INEGI, 2012

La ENIF también buscó explicar cuáles son las principales causas o factores que las personas perciben como obstáculos o barreras para acceder al crédito formal. Al respecto, casi el 60% de los adultos (42.1 millones de adultos) afirmó nunca haber solicitado un crédito formal, mientras que, de los adultos que afirmaron haber solicitado un crédito en una institución financiera, 40% (28.3 millones de adultos), a aproximadamente una tercera parte, 9 millones de adultos, les fue rechazada su solicitud. La mayoría de las razones para ser rechazados, se vinculan con requisitos que no cumplen o con ingresos o garantías insuficientes, además de tener problemas en el buró de crédito.

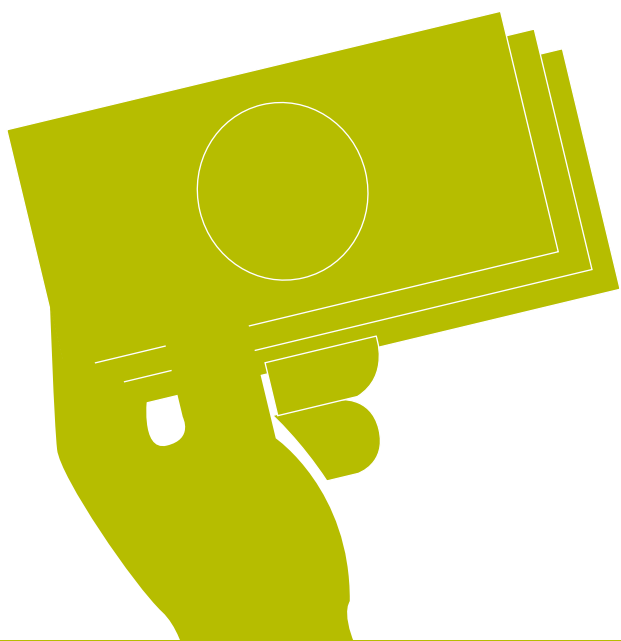
Gráfica 3.24 Principales razones del rechazo de una solicitud de crédito



Fuente: CNBV con información del INEGI, 2012

Ahora que existe un gran interés por parte del Gobierno Federal y, en particular, de las autoridades financieras, por incentivar una expansión del crédito basándose en un mercado financiero más competitivo que al mismo tiempo garantice la estabilidad y sustentabilidad del mismo, la ENIF se constituye en una fuente de información invaluable para orientar mejor las políticas públicas que buscan estos objetivos.

TRANSACCIONES



Las transacciones representan una oportunidad para fortalecer la Inclusión Financiera, pues cada día son más utilizadas por sectores de la población que anteriormente no tenían acceso a este tipo de servicios. En la medida en que las personas y empresas hacen uso de los diferentes canales financieros y medios de pago disponibles para realizarlas, además de disminuir el tiempo y costos de éstas, se logra aumentar la seguridad de las operaciones.

El uso de los distintos medios de pago brindan a la población la posibilidad de acercarse a servicios financieros que aportan valor agregado, como lo es la capacidad de ahorrar, obtener un préstamo o mitigar riesgos a través de seguros.

Durante los últimos años, las autoridades financieras han buscado adecuar la regulación para aumentar la seguridad, la transparencia y, con ello, mejorar las condiciones de operación de los diferentes canales financieros y medios de pago ofrecidos, fomentando una mayor competencia y transparencia en los costos. La tecnología aplicada en los medios de pago agiliza los procesos con la finalidad de que las transacciones se realicen de manera oportuna, segura y efectiva.

En esta sección se presenta la evolución en el número y valor de las transacciones realizadas en cada uno de los canales financieros, incluyendo por vez primera, el uso de los corresponsales bancarios, los cuales son el medio más reciente y tienen la ventaja potencial de llevar nuevos productos financieros a las personas que habitan las comunidades más alejadas de las zonas urbanas dentro del país.

La información sobre los niveles de transaccionalidad presentados en este capítulo proviene del Banco de México y de la CNBV. Para concluir el tema, se presentan resultados generales de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera sobre el envío de remesas.

Esquema general de las transacciones

Para proporcionar un panorama general acerca de los factores que intervienen en las transacciones financieras, se presenta el esquema de la tabla 4.1, el cual relaciona los sistemas de pagos con los diferentes canales financieros, así como con los medios de pago y productos asociados con las transacciones financieras más comunes, tales como, pago de servicios, compra de bienes y transferencias de fondos, tomando en cuenta que no necesariamente interviene el dinero en efectivo, lo cual permite que dichas operaciones se realicen de manera oportuna, remota, con un menor costo y riesgo de operación.

Tabla 4.1 Esquema general de las transacciones financieras en México

Sistemas de pagos	Medios de pago	Canales financieros	Productos financieros	Transacciones
SPEI ¹ -Banxico (Cualquier monto - operaciones mismo día)	Transferencias electrónicas interbancarias (mismo día)	Sucursales Banca por Internet Banca móvil	Cuentas de depósito a la vista: - Nivel 2 - Nivel 3 - Nivel 4 (tradicionales)	Transferencias electrónicas de fondos
Cámara de compensación electrónica CECOBAN ² (Cualquier monto - operaciones día siguiente)	Cheques interbancarios	Sucursales	Cuentas de depósito a la vista de nivel 4 (tradicionales)	Pago con cheques
	Transferencias electrónicas interbancarias (día siguiente)	Sucursales Banca por Internet Banca móvil	Cuentas de depósito a la vista: - Nivel 2 - Nivel 3 - Nivel 4 (tradicionales)	Transferencias electrónicas de fondos
	Domiciliaciones interbancarias a tarjeta de débito	Sucursales Banca por Internet		Domiciliaciones (pago de servicios o créditos)
Procesadores de operaciones con tarjetas ³ (PROSA, E-Global)	Domiciliaciones interbancarias a tarjeta de crédito	Sucursales Banca por Internet	Línea de crédito	Domiciliaciones (pago de servicios o créditos)
	Tarjetas de débito y crédito (interbancarios)	Cajeros automáticos (ATMs), sucursales y terminales punto de venta (TPVs)	Cuentas de depósito a la vista: - Nivel 1 - Nivel 2 - Nivel 3 - Nivel 4 (tradicionales) Línea de crédito	Retiros de efectivo en (ATMs), sucursales y comercios con TPV. Pagos en comercios (TPVs)

1. El Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI) permite realizar pagos por cualquier monto a cuentas de terceros en casi tiempo real, es administrado y regulado por el Banco de México.
2. CECOBAN es una empresa mexicana (privada) propiedad de los bancos. Es la cámara de compensación de cheques, transferencias electrónicas y domiciliaciones, autorizada y regulada por el Banco de México.
3. Los procesadores de operaciones con tarjetas son empresas privadas, propiedad de los bancos, con mayor participación en el mercado de pagos con tarjetas que proporcionan la infraestructura de cómputo y telecomunicaciones, a través de los cuales se realizan los procesos de autorización, compensación y liquidación entre los bancos que emiten las tarjetas de crédito o débito a sus clientes (emisores) y los bancos que afilian a los comercios para que reciban pagos con dichas tarjetas (adquirentes).

Indicadores básicos de transacciones

La medición de las transacciones requiere de la definición de indicadores básicos que permitan su estudio a través del tiempo. Este conjunto de indicadores, así como sus definiciones, se presentan en el cuadro 4.2.

Cuadro 4.2 Indicadores básicos de transacciones

Operaciones reportadas con cheques	Número de transacciones con cheques reportados, por cada 10,000 adultos.
Operaciones en cajeros automáticos	Se refiere a los retiros de efectivo que se llevan a cabo con tarjetas bancarias en cajeros automáticos, por cada 10,000 adultos.
Pagos en terminales punto de venta	Número de pagos con tarjetas bancarias que se realizan en las terminales punto de venta (TPVs) de los comercios, ya sea con débito o con crédito, por cada 10,000 adultos.
Transferencias electrónicas de fondos	Son las transferencias de dinero enviadas desde una cuenta bancaria a otras cuentas (transferencias entre cuentas de la misma institución o hacia cuentas de otras instituciones, a través del SPEI, TEF, y pago de tarjetas de crédito), por cada 10,000 adultos.
Transacciones en corresponsales bancarios	Transacciones y operaciones financieras realizadas a través de los corresponsales bancarios, por cada 10,000 adultos.
Ingresos por remesas	Se refiere al dinero proveniente del exterior, originado por un remitente en el extranjero para ser entregado en territorio nacional a un beneficiario.

Fuente: Banco de México

Indicadores de transacciones a nivel nacional

- En 2012, se realizaron 378 millones de transacciones con cheques, lo que representa una disminución de 5.03% respecto al año anterior.
- El número de retiros de efectivo en cajeros automáticos fue de 1,422 millones al cierre de 2012, es decir, aumentaron 3.6% respecto al año anterior.
- El número de pagos con tarjetas de débito y crédito a través de TPVs en comercios y establecimientos registraron un incremento de 22.1% en el último año, llegando a 1,475 millones de operaciones al cierre de 2012.
- En 2012, se procesaron 1,045 millones de transferencias electrónicas de fondos, destacando el incremento observado en las transacciones a través de Banca por Internet.
- Al cierre de 2012, los corresponsales bancarios reportaron casi 72 millones de transacciones, lo que significó una tasa de crecimiento anual de 46.9%.
- Al cierre de 2012, se recibieron 22,438 millones de dólares por remesas del extranjero.

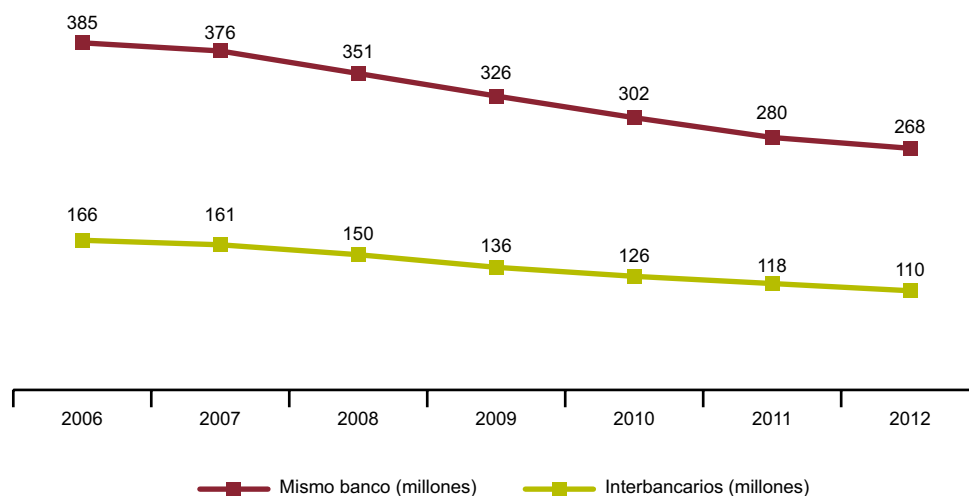
A continuación, se presentan los principales indicadores históricos de transacciones a nivel nacional de forma trimestral, desde el cierre del 2010 (4T10) al 2012 (4T12). Algunos indicadores se muestran anualmente desde el cierre del 2006.

Operaciones reportadas con cheques

Los cheques siguen siendo un medio de pago utilizado por un número importante de personas y empresas para realizar pagos. Sin embargo, para recibir pagos con cheques, no es necesario que el beneficiario tenga una cuenta bancaria.

Los canales electrónicos para realizar pagos se han venido consolidando como una alternativa más eficiente, segura, oportuna y más barata que el uso de los cheques como medio de pago. Lo anterior ha sido posible gracias al aprovechamiento y uso del desarrollo tecnológico por parte de los intermediarios financieros, así como la adopción de procedimientos y dispositivos de seguridad. De esta manera, de 2006 a 2012 se observa una tendencia decreciente en el uso de los cheques como medio de pago, por lo que el número de transacciones mediante este documento registra una tasa de crecimiento anual (TCA) negativa de 6.12%, pasando de 552 millones de operaciones en 2006 a 378 millones de operaciones en 2012.

Gráfica 4.3 Número de transacciones realizadas con cheques

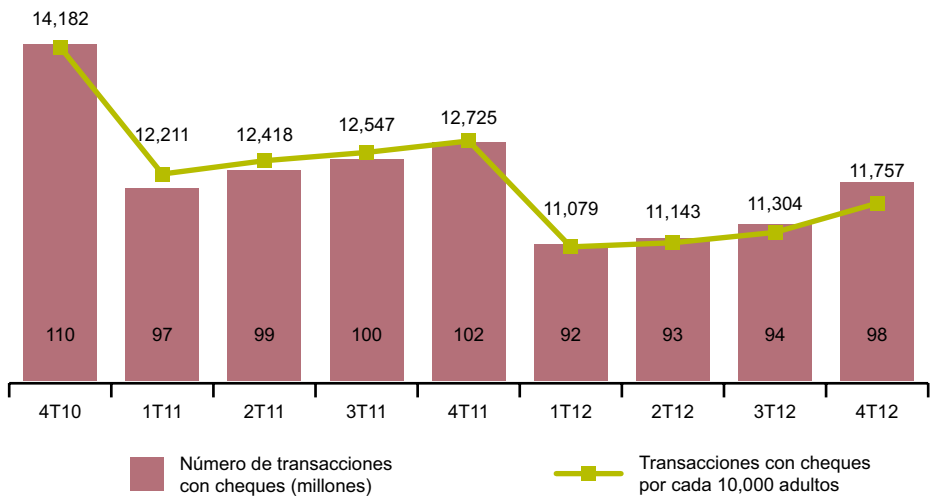


Nota: Incluye cheques en otra moneda.

Fuente: Banco de México

El número de transacciones con cheques ha disminuido en 11.29% del 4T10 al 4T12, pasando de 14,182 transacciones por cada 10,000 adultos (110 millones de transacciones) a 11,757 transacciones por cada 10,000 adultos (98 millones de transacciones).

Gráfica 4.4 Evolución de las transacciones con cheques por cada 10,000 adultos



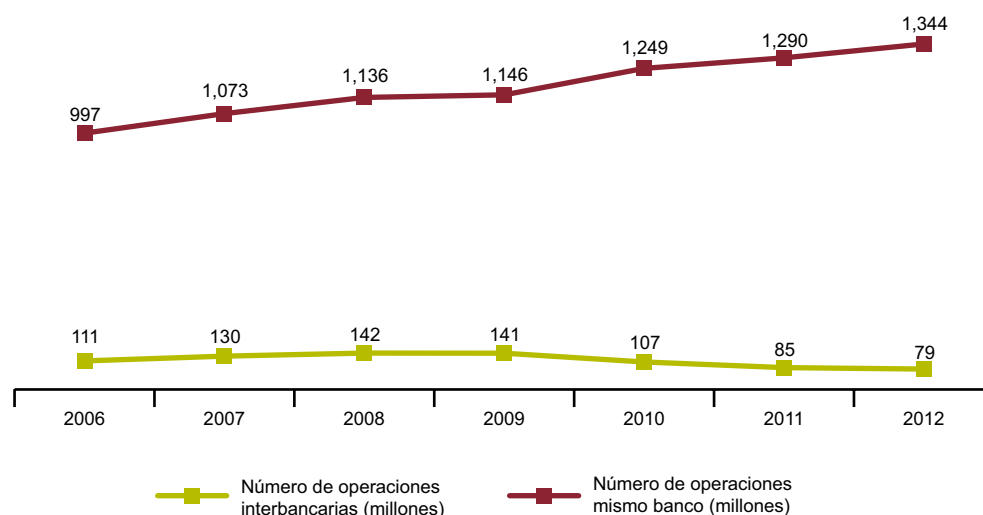
Nota: Incluye cheques en otra moneda.
Fuente: Banco de México

Operaciones en cajeros automáticos

Los cajeros automáticos son el canal principal para que los cuentahabientes puedan acceder a los recursos depositados en sus cuentas, por lo que aún hace falta promover medios alternativos para este fin. Esto se puede lograr incrementando la red de terminales punto de venta, disminuyendo los costos asociados a la terminalización de pequeños negocios e impulsando canales innovadores como el de los servicios financieros ligados a dispositivos móviles.

En 2012, se realizaron 1,422 millones de retiros de efectivo a través de cajeros automáticos, con una tasa de crecimiento anual de 4.26% en los últimos seis años. Cabe destacar que a partir de 2009 se observa, por un lado, una tendencia ascendente en el número de retiros, así como en el monto de los mismos a través de operaciones mismo banco, y por otro lado, una tendencia descendente, tanto en el número como en el monto de las operaciones interbancarias.

Gráfica 4.5 Transacciones reportadas en cajeros automáticos por tipo de operación



Fuente: Banco de México

Respecto a los medios de pago utilizados para realizar retiros de efectivo a través de cajeros automáticos, se mantiene la tendencia a un mayor uso de tarjetas de débito que de crédito. El monto total de las operaciones realizadas durante 2012 con tarjetas de débito correspondió a 2.2 billones de pesos, representando el 98% del monto total de los retiros. La tasa anual de crecimiento entre 2006 y 2012 de los retiros de efectivo con tarjetas de débito en cajeros automáticos fue de 4.8%. Para el caso del retiro de efectivo con tarjeta de crédito, se presenta una disminución anual de 10.9%.

Tabla 4.6 Número y monto de retiros de efectivo en cajeros automáticos

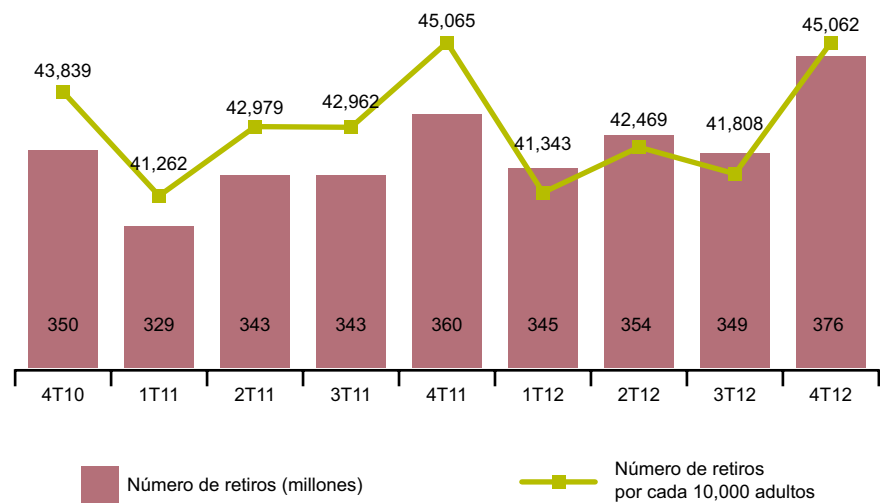
Fecha	Tarjetas de débito		Tarjetas de crédito		Total de retiros	
	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)
2006	1,056	1,319	52	67	1,107	1,387
2007	1,147	1,485	56	73	1,203	1,558
2008	1,230	1,649	48	65	1,278	1,714
2009	1,256	1,761	31	40	1,287	1,801
2010	1,332	1,901	24	31	1,356	1,932
2011	1,347	2,065	26	33	1,373	2,098
2012	1,396	2,198	26	35	1,422	2,233

Fuente: Banco de México

Del 4T10 al 4T12, el número de retiros de efectivo por cada 10,000 adultos se ha incrementado en 2.8%, pasando de 43,839 retiros por cada 10,000 adultos (350 millones de retiros) a 45,062 retiros por cada 10,000 adultos (376 millones de retiros). Se hace notar que el número de retiros muestra

un efecto estacionario ya que se incrementa en el último trimestre de cada año. Por otra parte, como el indicador se ajusta con la proyección de la población de cada año, éste no necesariamente podría presentar la misma tendencia.

Gráfica 4.7 Evolución de retiros de efectivo en cajeros automáticos por cada 10,000 adultos



Fuente: Banco de México

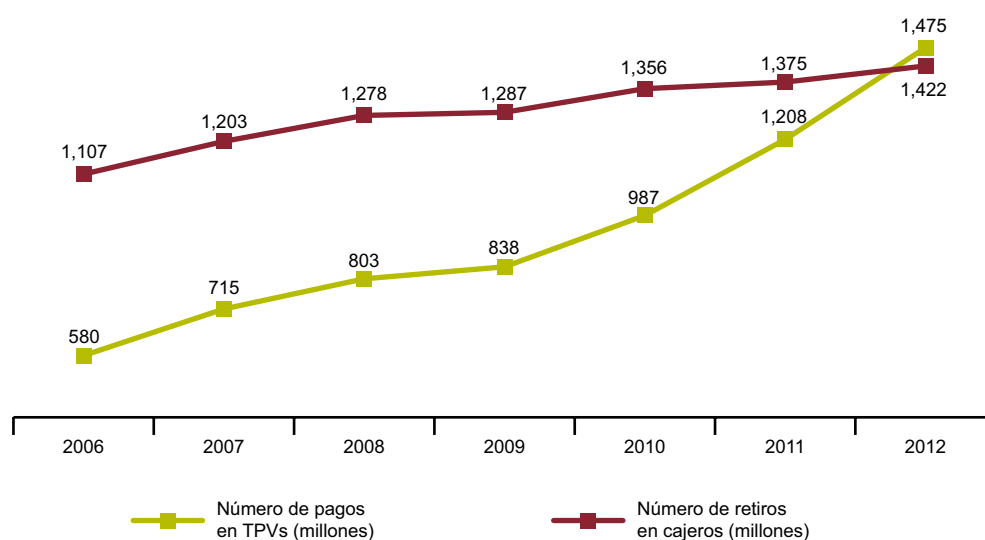
Pagos en terminales punto de venta

Si bien el dinero en efectivo sigue siendo el medio de pago más utilizado en México, el uso de otros medios de pago, como las tarjetas de débito o crédito para pagar en comercios, son cada vez más comunes. Cabe destacar que, por primera vez, se observa que el número de pagos con tarjetas bancarias de crédito y débito fue mayor al número de retiros de efectivo en cajeros automáticos.

millones, con una tendencia claramente ascendente desde 2009. No obstante, cabe señalar que el monto total de los pagos con tarjetas de crédito y débito a través de TPVs representa el 41% del monto total de retiros en cajeros automáticos, aunque se observa una clara tendencia a cerrar esta brecha en un futuro cercano.

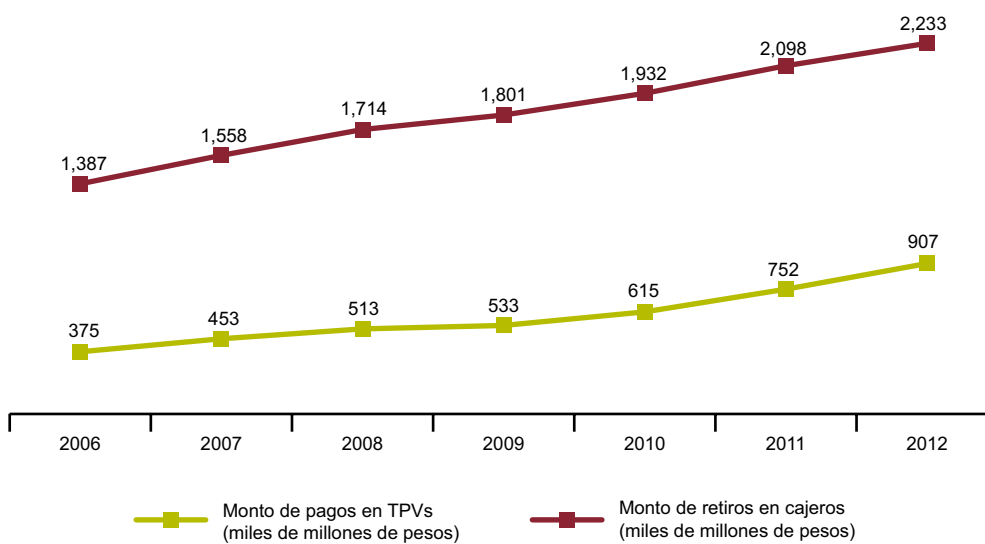
De esta manera, al cierre de 2012, el número de pagos con tarjetas de débito y crédito a través de TPVs fue de 1,475

Gráfica 4.8 Número de transacciones en cajeros automáticos y en TPVs



Fuente: Banco de México

Gráfica 4.9 Monto de transacciones en cajeros y en TPVs



Fuente: Banco de México

Al analizar el tipo de tarjeta utilizada para el pago de productos y servicios a través de las TPVs, en 2012 se observa una tendencia creciente de pagos con tarjetas de débito, caso contrario a lo ocurrido con tarjetas de crédito. En general, se observa que es más utilizada la tarjeta de débito, con 914 millones de pagos contra 561 millones con tarjetas de crédito en el mismo periodo. No obstante, el monto promedio de los

pagos con tarjetas de débito es inferior al monto promedio de los pagos realizados con tarjetas de crédito, ello al observar que el monto acumulado de transacciones con tarjetas de débito en 2012 fue de 427 mil millones de pesos, mientras que el de las tarjetas de crédito fue de 480 mil millones de pesos.

Tabla 4.10 Número y monto de pagos y compras a través de TPVs

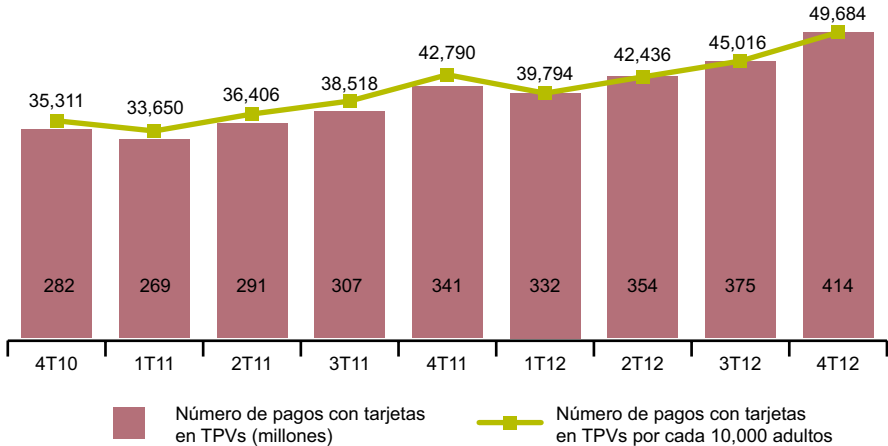
Fecha	Tarjetas de débito		Tarjetas de crédito		Total de retiros	
	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)
2006	276	143	304	232	580	375
2007	355	177	360	276	715	453
2008	416	209	387	304	803	513
2009	472	238	366	295	838	533
2010	594	288	393	327	987	615
2011	737	354	471	397	1,208	752
2012	914	427	561	480	1,475	907

Fuente: Banco de México

En 2012, el indicador trimestral del número de pagos con tarjetas de débito y crédito mantiene la tendencia ascendente del 2011. Entre el 4T10 y el 4T12 el indicador

se ha incrementado en 41%, pasando de 35,311 pagos por cada 10,000 adultos (282 millones de pagos) a 49,684 (414 millones de pagos) por cada 10,000 adultos.

Gráfica 4.11 Evolución de pagos en comercios por cada 10,000 adultos



Fuente: Banco de México

Transferencias electrónicas de fondos

Los pagos electrónicos a través de transferencias electrónicas de fondos por Internet, dispositivos móviles y mediante tarjetas de débito en TPVs en los comercios, son los que representan el mayor potencial para promover una mayor inclusión financiera, ya que, además de permitir realizar pagos de manera oportuna, accesible y segura, utilizan canales de bajo costo para los participantes.

Durante 2012, el sistema financiero procesó 1,045 millones de transferencias electrónicas de fondos. Del total de éstas, 210 millones (20%) fueron transferencias interbancarias, de las cuales 172 millones fueron procesadas a través del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI).

Las operaciones realizadas a través de banca por Internet representaron casi el 68% del total de transferencias electrónicas, con 654 millones de operaciones y casi el 40% del total de los montos operados, sumando 41.9 billones de pesos en 2012. En contraste, las transferencias realizadas a través de la banca electrónica, representaron casi el 32% del total de operaciones, con 307 millones de operaciones en el 2012 y un poco más del 60% del monto de las mismas, con un valor de 64.6 billones de pesos. Por otra parte, las transacciones por teléfono representan menos del 1% del total de las transacciones electrónicas.

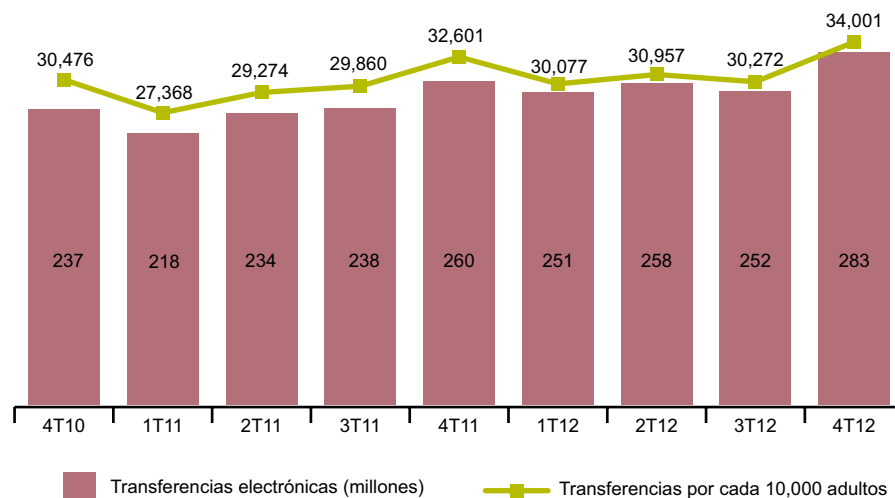
Tabla 4.12 Número y monto de las transferencias electrónicas

Fecha	Operaciones mismo banco		Operaciones interbancarias		Transferencias electrónicas totales	
	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)	Número (millones)	Monto (miles de millones de pesos)
2006	514	43,701	45	117,547	559	161,249
2007	566	38,988	59	136,349	626	175,337
2008	643	45,301	75	145,667	718	190,967
2009	681	48,464	93	129,393	774	177,857
2010	735	48,817	118	153,881	853	202,698
2011	805	51,967	145	179,771	951	231,738
2012	835	56,316	210	200,118	1,045	256,434

Fuente: Banco de México

El número de transferencias electrónicas de fondos por cada 10,000 adultos aumentó en 5.6% del 4T10 al 4T12, pasando de 30,476 (237 millones de transferencias) a 34,001 (283 millones de transferencias) por cada 10,000 adultos.

Gráfica 4.13 Evolución de las transferencias electrónicas de fondos por cada 10,000 adultos



Fuente: Banco de México

Transacciones a través de corresponsales bancarios

Los corresponsales bancarios son un canal relativamente nuevo para el acceso a servicios financieros. Por sus características, este canal tiene el potencial de convertirse en uno de los catalizadores más importantes que permitan realizar una gran cantidad de transacciones en lugares donde las instituciones financieras, aún las pertenecientes al Sector de Ahorro y Crédito Popular, tienen dificultades para instalar la infraestructura necesaria debido a los altos costos que implica.

Las continuas innovaciones en materia de tecnologías de la información aplicadas a dispositivos móviles, incluyendo teléfonos celulares y terminales punto de venta móviles (*M-POS Mobile- Points of Sale*), tienen, entre otras, la finalidad de ofrecer servicios que faciliten las transacciones financieras, así como promover productos relacionados con el ahorro, el crédito y los seguros. Esto se complementa con los corresponsales, pues tienen el potencial de fungir como puntos de depósito y retiro de efectivo, y esto conlleva a generar sinergias para el desarrollo de las economías locales.

Entre las operaciones o transacciones básicas que se ofrecen actualmente a través de los corresponsales bancarios destacan las siguientes:

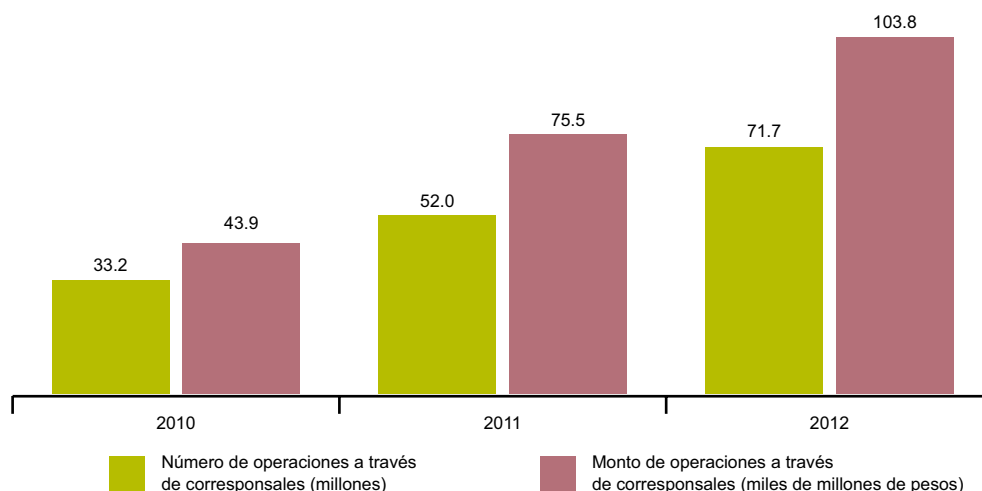
- Pago de créditos
- Depósitos en efectivo a una cuenta
- Retiros en efectivo de una cuenta
- Pago de servicios
- Envío de remesas
- Cobro de cheques
- Apertura de cuentas de nivel 1 o nivel 2

Actualmente, la transacción más comúnmente realizada dentro de los corresponsales bancarios es el pago de créditos. En importancia, le sigue operaciones de depósitos de efectivo a cuentas bancarias y retiros de efectivo. En los casos de pago de remesas y el cobro de cheques, éstas son actualmente operaciones marginales.

Desde agosto de 2011, fecha en que se aprobó la regulación sobre las cuentas de régimen simplificado, se acordó que la apertura de este tipo de cuentas podría hacerse desde un corresponsal bancario. No obstante lo anterior, solamente unas cuantas instituciones han solicitado la autorización para realizar este tipo de operación en sus corresponsales.

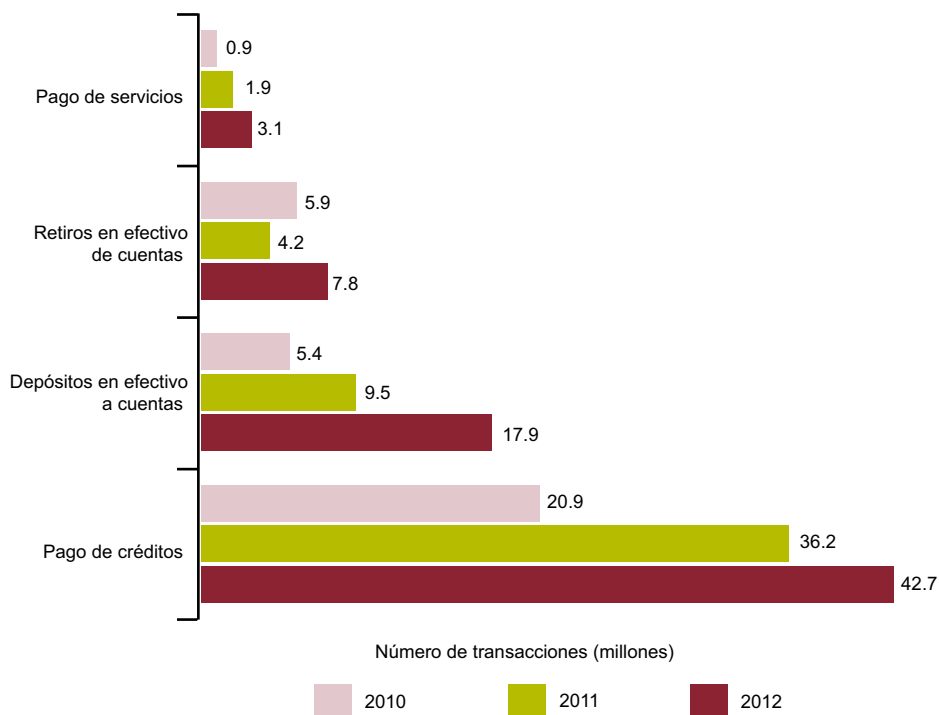
En 2012, se reporta un total de 71.7 millones de operaciones a través de corresponsales bancarios por un monto de casi 104 mil millones de pesos. De 2010 a 2012, la tasa de crecimiento del número de transacciones reportadas por los corresponsales bancarios es de 46.9%.

Gráfica 4.14 Número y monto de transacciones realizadas en los corresponsales bancarios



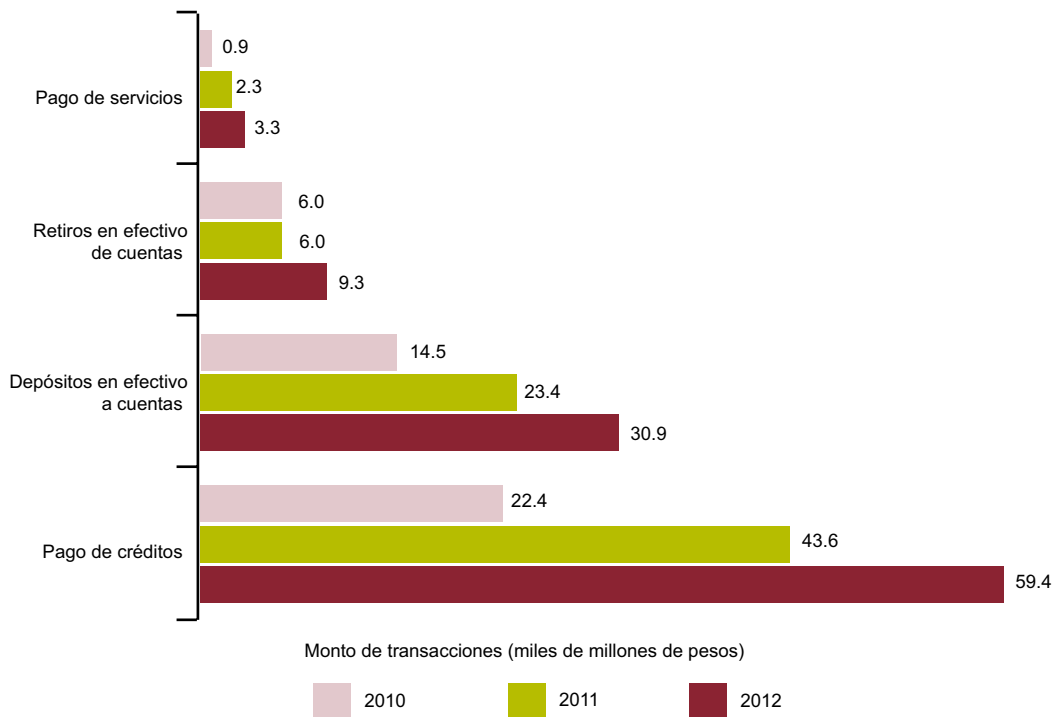
Fuente: CNBV

Gráfica 4.15 Número de transacciones reportadas en los corresponsales bancarios



Fuente: CNBV

Gráfica 4.16 Monto de transacciones reportadas en los corresponsales bancarios

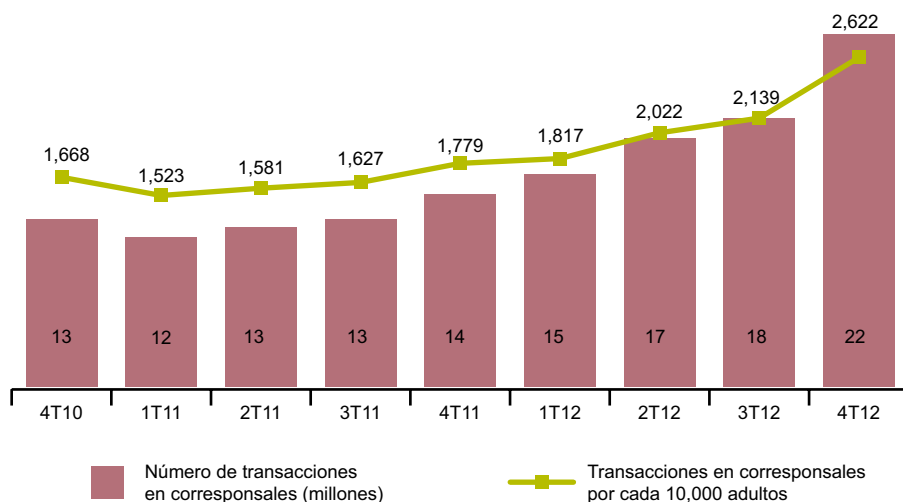


Fuente: CNBV

Un reto en el futuro para este canal es propiciar la creación de esquemas dentro de este modelo que permita contar con una oferta de todos los servicios desde el punto de vista transaccional, tanto de depósitos como de retiros de efectivo.

La tasa de crecimiento anual en el indicador de transacciones en los corresponsales bancarios ha sido 25.4% del 4T10 al 4T12, pasando de 1,668 transacciones por cada 10,000 adultos (13 millones transacciones) a 2,622 transacciones por cada 10,000 adultos (21.9 millones de transacciones).

Gráfica 4.17 Evolución de las transacciones a través de corresponsales bancarios por cada 10,000 adultos

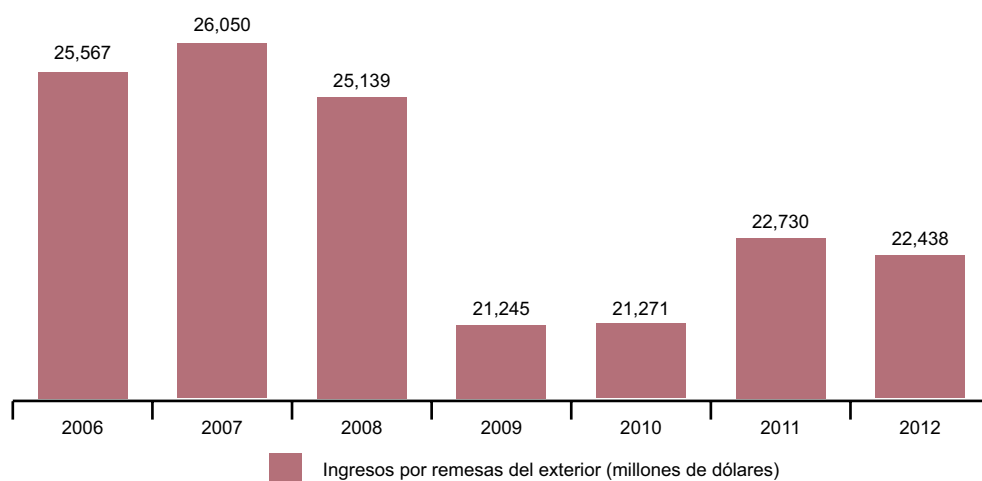


Fuente: CNBV

Remesas del exterior

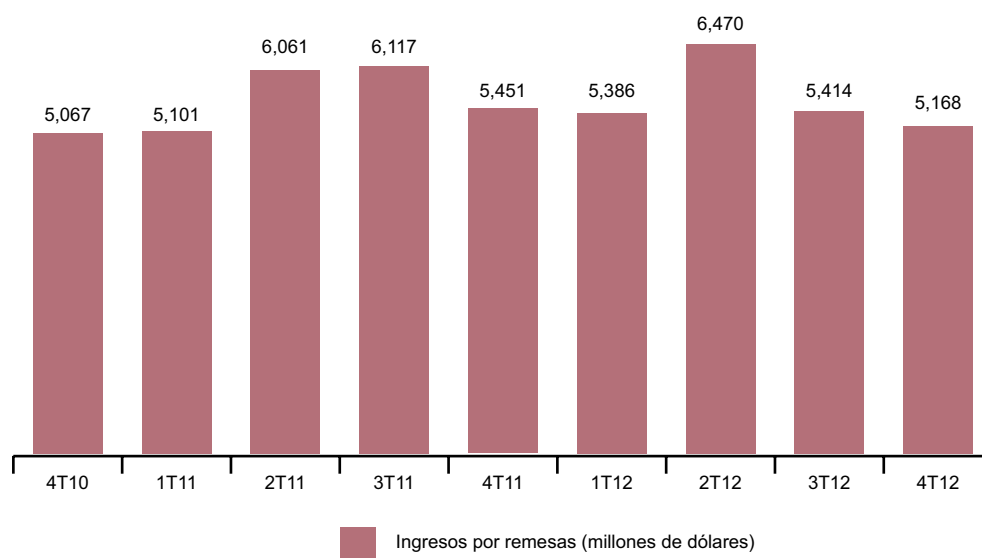
Las remesas familiares del exterior que se recibieron durante 2012 sumaron 22,438 millones de dólares, presentando una disminución del 1.6% respecto al año anterior.

Gráfica 4.18 Ingresos por remesas



Fuente: Banco de México

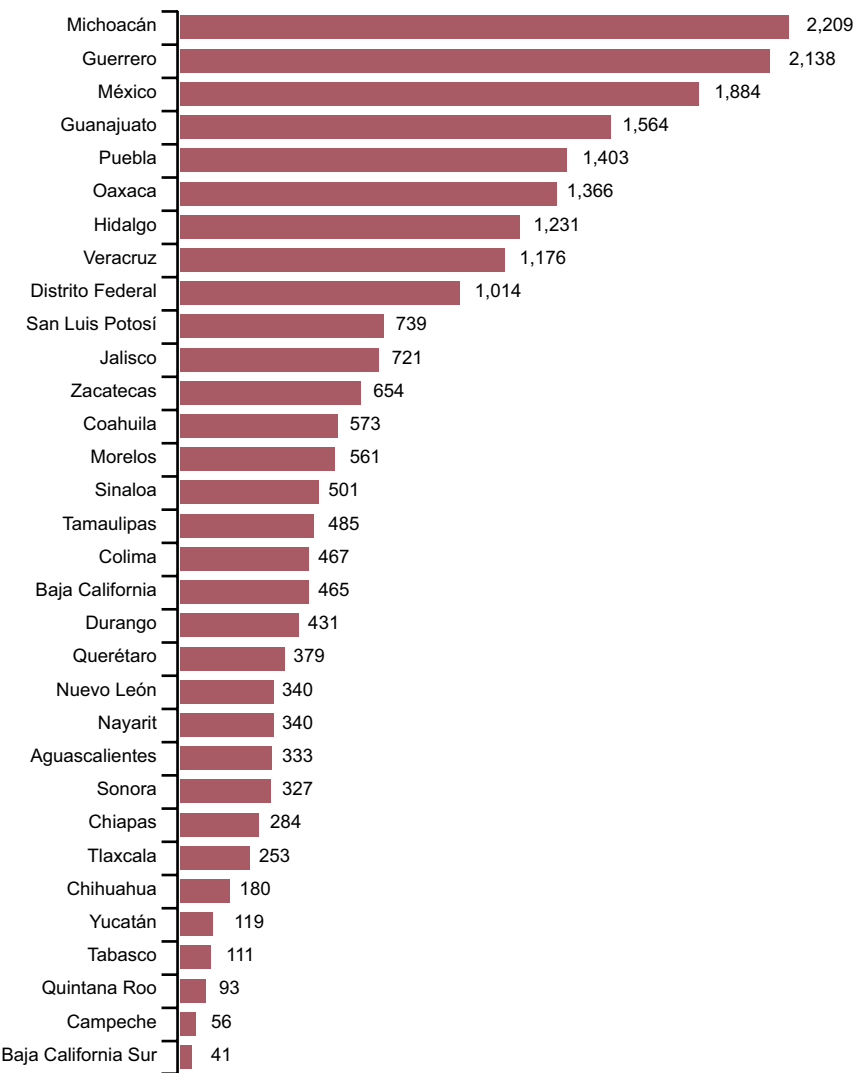
Gráfica 4.19 Evolución trimestral de los ingresos por remesas



Fuente: Banco de México

En 2012, las entidades federativas que recibieron un monto mayor de remesas fueron: Michoacán (9.8% del total de ingresos), Guerrero (9.5%), el Estado de México (8.4%) y Guanajuato (6.7%).

Gráfica 4.20 Ingresos por remesas por entidad federativa



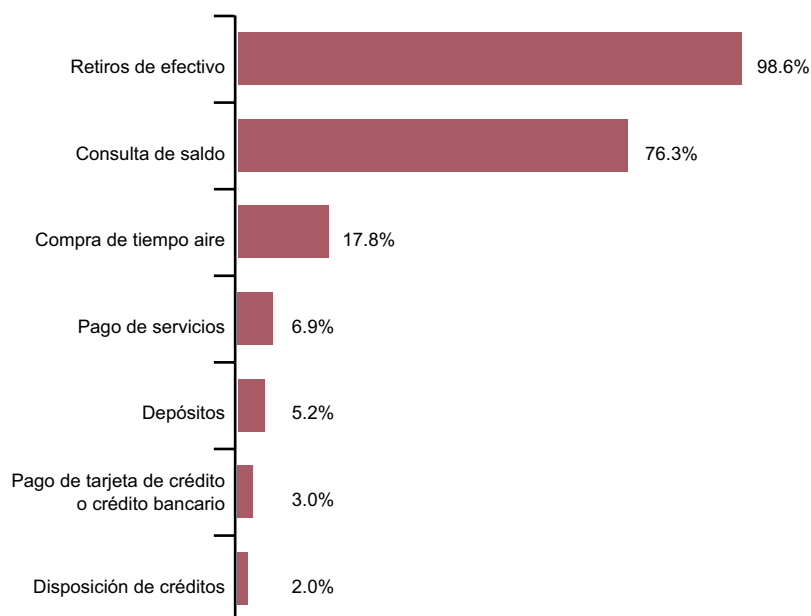
Fuente: Banco de México

Resultados ENIF respecto a transacciones

Transacciones en cajeros automáticos

De acuerdo con los resultados de la ENIF, que se aplicó en 2012, aproximadamente 26.7 millones de personas, entre 18 y 70 años de edad (38% del total de la población adulta en México), declararon haber utilizado algún cajero automático para realizar alguna transacción. Las operaciones realizadas con más frecuencia a través de este canal financiero es el retiro de efectivo y la consulta de saldo. Esto se muestra en la gráfica 4.21.

Gráfica 4.21 Porcentaje de adultos que realizan operaciones a través de cajeros automáticos



Fuente: CNBV con información del INEGI

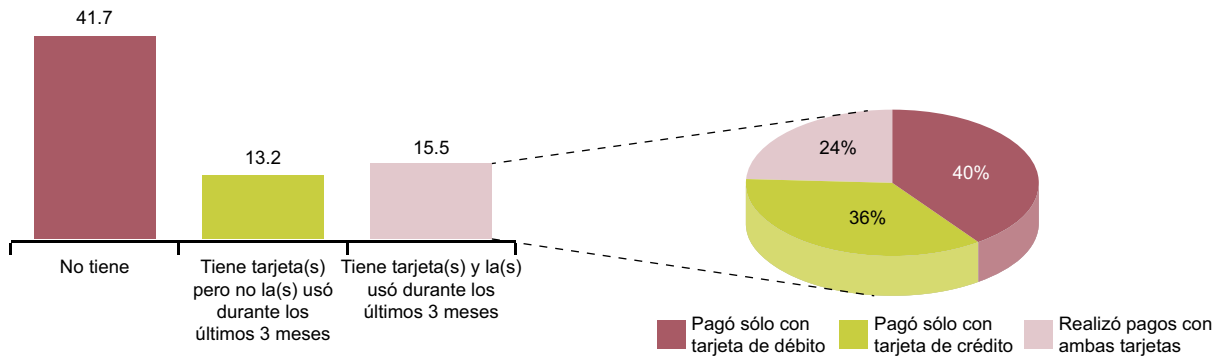
Pagos con tarjetas en comercios

También se puede observar que, en 2012, el número de personas que tiene contratada alguna tarjeta de débito o crédito fue de aproximadamente 28.7 millones de personas, representando el 40.7% del total de la población entre 18 y 70 años de edad.

Durante los tres meses anteriores a la fecha de levantamiento de la encuesta, 13.2 millones de usuarios no utilizaron este tipo de tarjetas (45.9%). Por otra parte, 5.5 millones de adultos

(19.2% del total de usuarios de tarjetas) declararon haber utilizado tarjetas de crédito para hacer pagos; 6.2 millones de adultos declararon haber pagado con tarjetas de débito; y 3.7 millones de usuarios (13%) declararon haber utilizado ambos tipos de tarjetas para hacer pagos de productos o servicios. Cabe hacer notar que, el uso de la tarjeta de débito no necesariamente implica que no tenga una de crédito.

Gráfica 4.22 Usuarios de tarjetas de débito y crédito de acuerdo con la ENIF



Nota: Las cifras son millones de adultos
Fuente: CNBV con información del INEGI

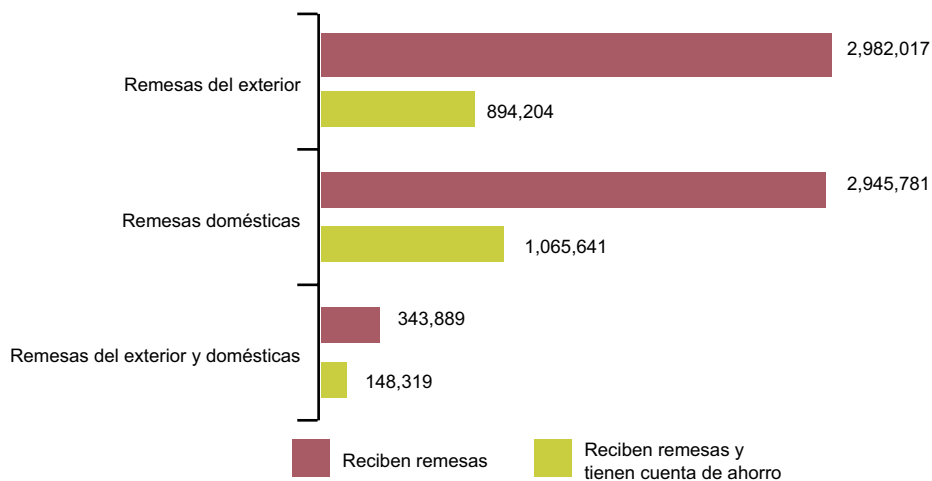
Remesas

El 4.7% de la población adulta entre 18 y 70 años de edad (3.3 millones), declaró haber recibido remesas del exterior durante el último año, y el 4.6% de la población adulta (3.28 millones) declaró haber recibido remesas domésticas o del interior del país. Solamente una tercera parte de la población que recibe remesas declaró tener alguna cuenta de depósito o de ahorro en alguna institución financiera.

(1.4 millones) declararon recibirla a través de alguna cuenta bancaria. El restante 77.4%, (4.8 millones) las reciben a través de transmisores de dinero o medios no formales. Esta situación podría servir como indicio de la proporción de los recursos procedente de remesas que tienen el potencial de intermediarse a través del sistema financiero.

Por otra parte, del total de adultos que reciben remesas, ya sea del exterior o del interior del país, solamente el 22.6%

Gráfica 4.23 Adultos receptores de remesas



Fuente: CNBV con información del INEGI

SEGUROS



Los seguros tienen como principal función proporcionar protección personal y patrimonial al gobierno, empresas y personas, expuestas a diversos riesgos que pueden generar daños con importantes consecuencias económicas.

SEGUROS

5

Toda actividad humana implica exposición a riesgos, siendo necesario contar con mecanismos de protección y mitigación frente a su ocurrencia. El seguro permite prever riesgos y, en caso de su ocurrencia, contar con un mecanismo financiero para hacer frente a una muerte o enfermedad, o reponer un bien o capacidad productiva. De esta forma, el seguro contribuye a la estabilidad económica y al desarrollo.

No obstante que el sector asegurador en nuestro país ha presentado una dinámica de crecimiento y desarrollo, reflejada en los crecientes niveles de prima emitida, en el número de participantes en el mercado, en los productos ofrecidos y en la penetración y densidad del seguro, el sector enfrenta retos para incrementar su participación en el propio sistema financiero y, sobre todo, extender sus beneficios a mayores segmentos de la población, como lo enfatiza la perspectiva de Inclusión Financiera.

En particular, para lograr una mayor Inclusión Financiera en el sector asegurador, se requiere mejorar los canales de distribución del seguro y obtener así, un mayor acceso de la

población a productos de cobertura. Esto requiere del uso de nuevas tecnologías, el desarrollo de canales alternativos con soluciones creativas y acordes a las características del mercado, así como fomentar una mayor eficiencia y eficacia en los canales de distribución tradicionales.

Otro aspecto fundamental en materia de Inclusión Financiera es el contar con productos que permitan que una mayor parte de los mexicanos cuente con mecanismos de transferencia y mitigación de riesgos. Un ejemplo de este tipo de productos son, sin duda, los micro-seguros, que ofrecen a la población de bajos ingresos protección en contra de riesgos específicos, a cambio del pago de una prima accesible.

Indicadores básicos de seguros

La siguiente tabla resume el conjunto de indicadores utilizados en el análisis con el objetivo de conocer el comportamiento, evolución y distribución nacional del mercado asegurador.

Tabla 5.1 Indicadores básicos de desempeño del mercado asegurador en el contexto de inclusión financiera

Prima directa	Primas obtenidas mediante contratación directa, sin considerar la cesión en reaseguro.
Penetración	Prima emitida (incluye operaciones de reaseguro tomado) como proporción del PIB anual.
Densidad	Prima directa <i>per cápita</i> anual.
Agentes por cada 10,000 adultos	Número de agentes vigentes respecto a cada 10,000 adultos
Aseguramiento personas	Pólizas individuales y certificados de grupo de las operaciones de seguros de personas (vida y accidentes y enfermedades) respecto a la población nacional.
Aseguramiento automóviles	Pólizas de seguros de automóviles en vigor respecto a los vehículos de motor registrados en circulación.

Indicadores del seguro a nivel nacional

- Al cierre de diciembre de 2012, la prima emitida del sector asegurador correspondió al 2.0% del PIB.
- La prima *per cápita* ascendió a 2,703 pesos al cierre del año 2012, lo que representó un incremento real anual de 6.7% respecto al cierre de 2011
- Los seguros de vida contribuyeron con la mayor participación (40.6%) de la cartera de seguros al cierre del 2012, es decir, un punto porcentual mayor comparado con 2011.

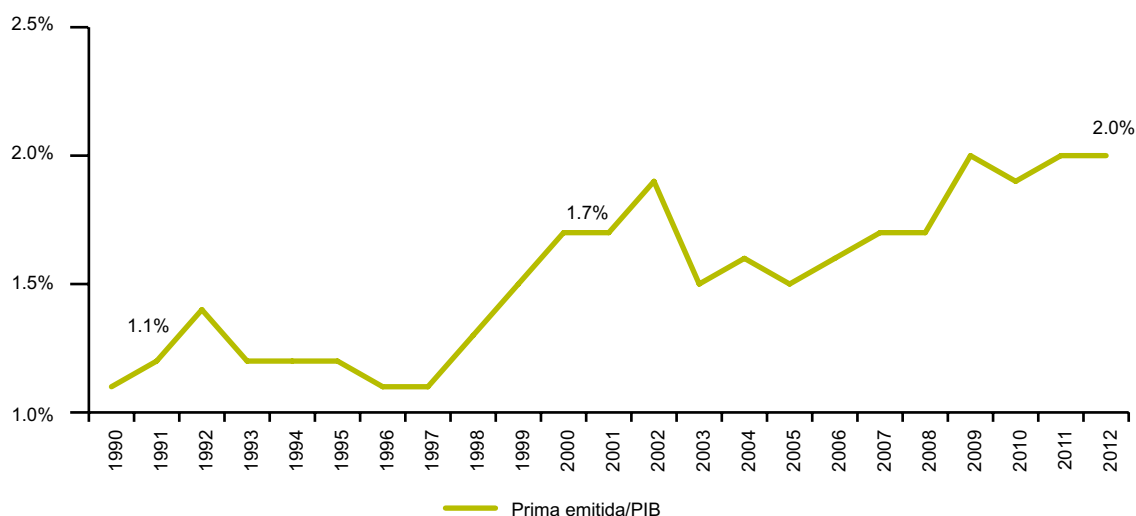
En México, durante las últimas dos décadas, el sector asegurador ha presentado una dinámica positiva de crecimiento y desarrollo. Un primer indicador de este favorable comportamiento han sido los elevados y sostenidos niveles de crecimiento real anual, en general, superiores a los de la economía. Al cierre de diciembre de 2012 se tuvo un crecimiento real anual de la prima directa de 7.4%, en comparación con un crecimiento real anual del PIB de 3.9%.

El desarrollo del sector asegurador se refleja, asimismo, en la existencia de un mercado de seguros que logró

incrementar su número de oferentes, al pasar de 48 instituciones de seguros en 1994 a 104 en 2012, de las cuales 59 se reconocen como filiales de empresas extranjeras y 45 pertenecen a capital nacional.

En términos del nivel de penetración del sector asegurador en la economía del país (ver gráfica 5.2), el cual se mide como la prima emitida¹ en un año entre el PIB, se observa un incremento significativo con porcentajes que van del 1.1% a inicios de la década de los noventa a 2.0%, en el año 2012.

Gráfica 5.2 Penetración del sector asegurador



Fuente: CNSF e INEGI, diciembre 2012

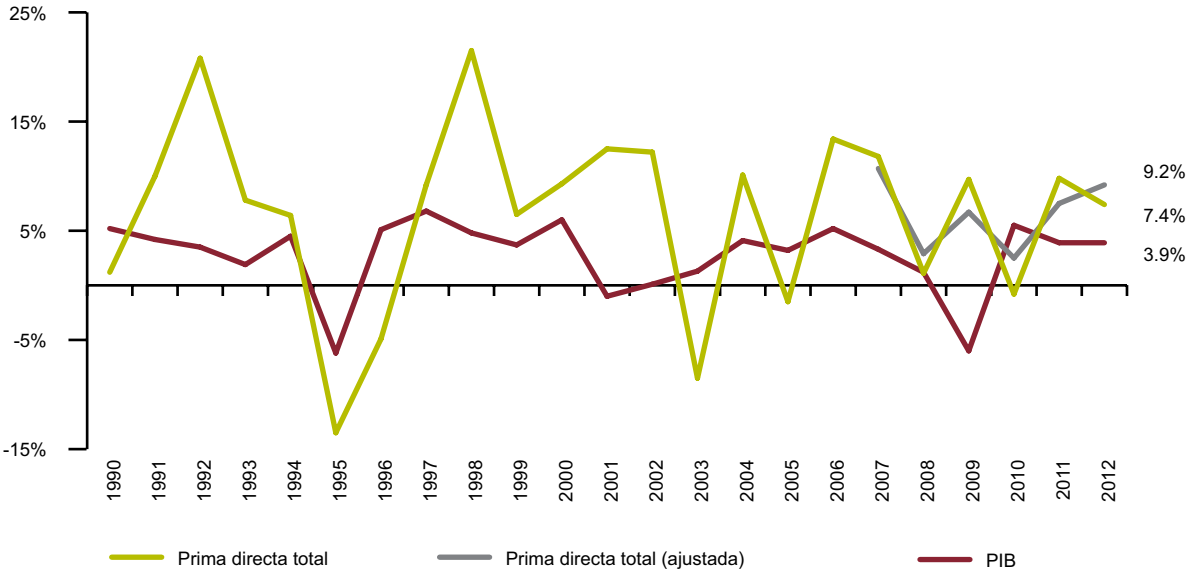
1. Con el fin de mantener la consistencia del análisis de las variables a nivel de mercado con las cifras de primas a nivel estatal, y el indicador de la penetración del seguro en la economía (primas/PIB), se elaboró con base en la prima emitida.

La prima *per cápita* es un indicador de densidad sectorial que permite medir el gasto promedio en seguros por habitante y con ello revelar el grado de penetración del seguro en la población. A diciembre de 2012, este indicador ascendió a 2,703 pesos promedio por persona, lo cual significó un incremento real anual de 6.7% respecto a diciembre de 2011.

Al cierre del cuarto trimestre de 2012, el sector asegurador emitió por concepto de prima un monto de 314,761.1 millones de pesos equivalente a una tasa de crecimiento real anual de la prima directa de 7.4% con respecto al de 2011. El menor ritmo de crecimiento del sector respecto al año anterior

se debe, principalmente, al efecto de la póliza integral de renovación multianual de seguros de Petróleos Mexicanos (PEMEX), negocio que en 2011 se renovó impactando de manera considerable las cifras de ese año. No obstante, mediante un análisis sobre el crecimiento del sector asegurador que considere el efecto de la póliza de PEMEX con un método de prorrateo del monto de la póliza por los meses de su vigencia, se obtiene una estimación ajustada del crecimiento real anual de 7.5% en 2011, mientras que en 2012 con el mismo método de ajuste por la póliza PEMEX se estimó un crecimiento real anual de 9.2% (ver gráfica 5.3).

Gráfica 5.3 Crecimiento real anual de la prima directa

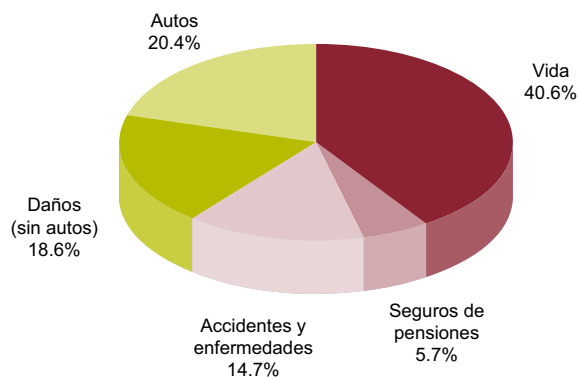


Fuente: CNSF e INEGI, diciembre 2012

Al cierre de diciembre de 2012, los seguros de vida experimentaron un crecimiento real anual de 10.3%, alcanzando una prima directa de 125,175.5 millones de pesos y tuvieron la mayor participación en la cartera de seguros, representando 40.6% del mercado total, lo que significó un incremento de 1 punto porcentual (pp.) respecto a lo reportado en 2011 (ver gráfica 5.4 y tabla 5.5). En segundo lugar se ubicó el ramo de seguros de autos, con 20.4% del mercado de seguros; es decir, 0.1 pp. por encima de la participación del ramo de seguros en 2011, con un crecimiento real de 8.3%. En tercer lugar,

los seguros de daños, excluyendo el ramo de autos, participaron con 18.6% del mercado de seguros, esto es, 0.7 pp. por debajo de lo observado en 2011, los cuales crecieron al 2.3% real anual. En cuarto lugar se colocaron los seguros de accidentes y enfermedades, con 14.7%, participación menor en 0.4 pp. a lo registrado en 2011 y un crecimiento real anual de 5.2%. Finalmente, los seguros de pensiones derivados de la seguridad social, que crecieron 8.1% respecto al periodo anterior, con 5.7% de participación en el mercado total de seguros.

Gráfica 5.4 Composición de la cartera de seguros



Fuente: CNSF, diciembre 2012

Tabla 5.5 Cartera de seguros (prima directa)

Operación / Ramo	Monto (millones de pesos)	Participación (%)	Crecimiento real anual (%)
Vida	125,175	40.6	10.3
Pensiones derivadas de la Seguridad Social	17,633	5.7	8.1
Accidentes y enfermedades	45,336	14.7	5.2
Daños (sin autos)	57,293	18.6	2.3
Autos	62,818	20.4	8.3
Total	308,255	100.0	7.4

Fuente: CNSF, diciembre 2012

Indicadores del seguro a nivel estatal

- Al cierre del 2011 el Distrito Federal concentró 39.9% de la prima emitida del mercado de seguros, Nuevo León participó con 8.8%, Estado de México contribuyó con 7.6%, Jalisco con 5.9% y Veracruz con 2.7%. En conjunto, estos 5 estados concentraron 64.9% de la prima emitida de seguros.
- Para el cierre del año 2011, 28 entidades federativas presentan una densidad de seguros menor al nivel nacional (prima *per cápita* nacional 2,167 pesos).
- En el caso de la penetración del seguro en la economía, sólo cuatro estados presentan niveles mayores al nacional (1.8% del total del PIB) al cierre del año 2011.

La prima emitida de los seguros de accidentes y enfermedades se concentró en el Distrito Federal (39.6%). Las siguientes posiciones las ocuparon Nuevo León (15.4%), Estado de México (7.5%), Jalisco (7.3%), y Chihuahua (2.9%). De esta forma, estos estados participaron en conjunto con 72.7% de la prima emitida nacional de los seguros de accidentes y enfermedades, resultando en un mercado concentrado territorialmente.

La misma situación de concentración se presenta con los seguros de vida, donde las cinco entidades con mayor

participación significaron el 65.4% de la prima emitida a nivel nacional. El Distrito Federal, representó 41.7% del mercado nacional; mientras que el Estado de México, Nuevo León, Jalisco y Guanajuato, participaron con 7.9%, 7.2%, 5.8% y 2.9%, respectivamente.

Para los seguros de daños, cinco entidades participaron con el 62.3% del mercado nacional en 2011. El Distrito Federal participó con 38.3% de la prima emitida nacional; Nuevo León participó con 8.0%, el Estado de México con 7.4%, Jalisco con 5.5% y Veracruz con 3.1%.

Tabla 5.6 Distribución territorial de la prima emitida por seguros en México (Millones de pesos)

Entidad federativa	Prima emitida			
	Vida	Accidentes y enfermedades	Daños	Mercado total
Aguascalientes	766	233	675	1,674
Baja California	1,850	945	2,411	5,207
Baja California Sur	406	96	650	1,152
Campeche	443	87	659	1,189
Chiapas	1,160	168	1,234	2,562
Chihuahua	1,980	1,099	2,415	5,494
Coahuila	1,973	1,032	2,038	5,043
Colima	410	106	502	1,018
Distrito Federal	44,290	14,858	40,853	100,001
Durango	984	163	827	1,974
Guanajuato	3,082	745	2,140	5,966
Guerrero	1,453	124	3,241	4,817
Hidalgo	1,058	152	867	2,077
Jalisco	6,158	2,724	5,898	14,780
México	8,347	2,803	7,854	19,005
Michoacán	2,102	298	1,442	3,843
Morelos	1,153	299	832	2,284
Nayarit	621	70	519	1,211
Nuevo León	7,657	5,756	8,528	21,942
Oaxaca	1,157	102	915	2,173
Puebla	2,429	713	2,708	5,850
Querétaro	1,192	704	2,833	4,730
Quintana Roo	652	356	2,150	3,158
San Luis Potosí	1,510	464	1,268	3,242
Sinaloa	2,057	411	2,048	4,516
Sonora	2,540	850	1,827	5,217
Tabasco	1,271	203	1,214	2,687
Tamaulipas	2,205	901	2,514	5,620
Tlaxcala	451	42	299	791
Veracruz	2,940	514	3,359	6,814
Yucatán	1,093	404	1,474	2,971
Zacatecas	911	69	531	1,510
Desconocido*	51	15	N.D.	65
Extranjero**	3	1	334	338
Nacional	106,355	37,507	107,059	250,921

* Considera la prima emitida que no refiere un domicilio

** Se refiere a los seguros contratados en México, pero con domicilio en el extranjero del contratante o del bien asegurado.

Fuente: CNSF, diciembre 2011

Otro indicador importante para el análisis sectorial, es la densidad del mercado asegurador medida a través de la prima per cápita, siendo otro elemento que permite constatar la disparidad existente en la distribución territorial del mercado asegurador.

Bajo el supuesto de un análisis socioeconómico y territorial que considera la agrupación del Distrito Federal y los municipios conurbados del Estado de México como la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) y, en particular, sumando los datos del Distrito Federal² con los del Estado de México, se obtuvo una prima per cápita promedio

de \$4,805 por persona, la cual equivale a 2.2 veces a la registrada a nivel nacional de \$2,167 promedio por persona³. Otras entidades que presentaron niveles de prima per cápita superiores a la media nacional son Nuevo León, Querétaro y Quintana Roo.

El resultado del análisis muestra que 28 estados presentaron una densidad de seguros menor a la observada a nivel nacional, entre las que destacan Chiapas, Oaxaca y Tlaxcala, cuya prima per cápita se colocó, en \$515, \$558 y \$656 promedio por persona, respectivamente.

-
2. La agrupación obedece a que, por lo general, el registro de la emisión en términos contables, se realiza en el Distrito Federal, donde se encuentran las oficinas centrales o matrices de las aseguradoras, lo que genera una sobrestimación de la importancia del Distrito Federal, en términos de su prima per cápita.
 3. Esta cifra no coincide con la presentada en las primeras páginas de este capítulo, ya que las series financieras, que constituyen el insumo en ese caso, no se construyen a nivel de entidad federativa, por lo que, para el análisis por entidad federativa, se usaron las cifras estadísticas recopiladas en las series técnicas.

Tabla 5.7A Prima *per cápita* por entidad federativa

Entidad federativa	Mercado total	Entidad federativa	Vida
Distrito Federal	11,203	Distrito Federal	4,962
Nuevo León	4,574	Nuevo León	1,596
Querétaro	2,517	Sonora	918
Quintana Roo	2,264	Jalisco	817
Jalisco	1,960	Sinaloa	715
Sonora	1,886	Coahuila	700
Coahuila	1,790	Tamaulipas	653
Baja California Sur	1,712	Querétaro	635
Tamaulipas	1,665	Morelos	632
Baja California	1,590	Aguascalientes	631
Sinaloa	1,569	Colima	610
Chihuahua	1,544	Baja California Sur	603
Colima	1,515	Zacatecas	599
Yucatán	1,479	Durango	582
Campeche	1,395	San Luis Potosí	571
Guerrero	1,388	Baja California	565
Aguascalientes	1,379	Tabasco	557
Morelos	1,251	Chihuahua	557
San Luis Potosí	1,225	Guanajuato	550
México	1,200	Nayarit	549
Tabasco	1,177	Yucatán	544
Durango	1,168	México	527
Nayarit	1,070	Campeche	520
Guanajuato	1,064	Michoacán	472
Zacatecas	993	Quintana Roo	467
Puebla	987	Guerrero	419
Veracruz	875	Puebla	410
Michoacán	863	Hidalgo	388
Hidalgo	761	Veracruz	378
Tlaxcala	656	Tlaxcala	374
Oaxaca	558	Oaxaca	297
Chiapas	515	Chiapas	233
Nacional	2,167	Nacional	919

Fuente: CNSF, diciembre 2012

**Tabla 5.7B Prima *per cápita* por entidad federativa
(Pesos)**

Entidad federativa	Accidentes y enfermedades	Entidad federativa	Daños
Distrito Federal	1,665	Distrito Federal	4,577
Nuevo León	1,200	Nuevo León	1,778
Querétaro	375	Quintana Roo	1,541
Coahuila	366	Querétaro	1,507
Jalisco	361	Baja California Sur	966
Chihuahua	309	Guerrero	934
Sonora	307	Jalisco	782
Baja California	289	Campeche	773
Tamaulipas	267	Colima	747
Quintana Roo	255	Tamaulipas	745
Yucatán	201	Baja California	736
Aguascalientes	192	Yucatán	734
México	177	Coahuila	723
San Luis Potosí	175	Sinaloa	712
Morelos	164	Chihuahua	679
Colima	158	Sonora	660
Baja California Sur	143	Aguascalientes	556
Sinaloa	143	Tabasco	532
Guanajuato	133	México	496
Puebla	120	Durango	489
Campeche	103	San Luis Potosí	479
Durango	97	Nayarit	459
Tabasco	89	Puebla	457
Michoacán	67	Morelos	456
Veracruz	66	Veracruz	431
Nayarit	62	Guanajuato	382
Hidalgo	56	Zacatecas	349
Zacatecas	45	Michoacán	324
Guerrero	36	Hidalgo	318
Tlaxcala	35	Chiapas	248
Chiapas	34	Tlaxcala	248
Oaxaca	26	Oaxaca	235
Nacional	324	Nacional	923

Fuente: CNSF, diciembre 2012

Respecto a la penetración por estado, medida como la relación entre prima emitida estatal y el PIB, el Distrito Federal destacó con una tasa de participación de 4.4%, lo cual fue 2.4 veces lo registrado a nivel nacional. También, se distinguieron Guerrero (2.4%), Nuevo León (2.1%) y Querétaro (1.8%) con tasas superiores a la media nacional (1.8%). Por el contrario, entidades como Campeche, Tabasco e Hidalgo, presentaron un rezago importante conforme a este indicador sectorial.

**Tabla 5.8A Penetración por entidad federativa
(Porcentajes)**

Entidad federativa	Mercado total	Entidad federativa	Vida
Distrito Federal	4.4%	Distrito Federal	1.9%
Guerrero	2.4%	Morelos	0.8%
Nuevo León	2.1%	Nayarit	0.8%
Querétaro	1.8%	Nuevo León	0.7%
Jalisco	1.7%	Sinaloa	0.7%
Quintana Roo	1.6%	Guerrero	0.7%
Sinaloa	1.6%	Jalisco	0.7%
Yucatán	1.6%	Zacatecas	0.7%
Morelos	1.5%	Sonora	0.7%
Nayarit	1.5%	México	0.6%
México	1.5%	Michoacán	0.6%
Baja California Sur	1.4%	Tlaxcala	0.6%
Baja California	1.4%	Yucatán	0.6%
Tamaulipas	1.4%	San Luis Potosí	0.6%
Chihuahua	1.4%	Guanajuato	0.6%
Sonora	1.4%	Durango	0.5%
Colima	1.3%	Tamaulipas	0.5%
San Luis Potosí	1.3%	Oaxaca	0.5%
Puebla	1.2%	Aguascalientes	0.5%
Coahuila	1.2%	Puebla	0.5%
Michoacán	1.1%	Colima	0.5%
Aguascalientes	1.1%	Baja California Sur	0.5%
Zacatecas	1.1%	Baja California	0.5%
Guanajuato	1.1%	Chihuahua	0.5%
Durango	1.1%	Hidalgo	0.5%
Tlaxcala	1.1%	Coahuila	0.5%
Veracruz	1.1%	Querétaro	0.5%
Oaxaca	1.0%	Veracruz	0.5%
Chiapas	1.0%	Chiapas	0.4%
Hidalgo	0.9%	Quintana Roo	0.3%
Tabasco	0.4%	Tabasco	0.2%
Campeche	0.1%	Campeche	0.1%
Nacional	1.8%	Nacional	0.8%

Fuente: CNSF, diciembre 2011.

**Tabla 5.8B Penetración por entidad federativa
(Porcentajes)**

Entidad federativa	Accidentes y enfermedades	Entidad federativa	Vida
Distrito Federal	0.6%	Distrito Federal	1.9%
Nuevo León	0.6%	Morelos	0.8%
Jalisco	0.3%	Nayarit	0.8%
Chihuahua	0.3%	Nuevo León	0.7%
Querétaro	0.3%	Sinaloa	0.7%
Baja California	0.3%	Guerrero	0.7%
Coahuila	0.2%	Jalisco	0.7%
Sonora	0.2%	Zacatecas	0.7%
Tamaulipas	0.2%	Sonora	0.7%
México	0.2%	México	0.6%
Yucatán	0.2%	Michoacán	0.6%
Morelos	0.2%	Tlaxcala	0.6%
Quintana Roo	0.2%	Yucatán	0.6%
San Luis Potosí	0.2%	San Luis Potosí	0.6%
Aguascalientes	0.2%	Guanajuato	0.6%
Puebla	0.2%	Durango	0.5%
Sinaloa	0.1%	Tamaulipas	0.5%
Guanajuato	0.1%	Oaxaca	0.5%
Colima	0.1%	Aguascalientes	0.5%
Baja California Sur	0.1%	Puebla	0.5%
Durango	0.1%	Colima	0.5%
Michoacán	0.1%	Baja California Sur	0.5%
Nayarit	0.1%	Baja California	0.5%
Veracruz	0.1%	Chihuahua	0.5%
Hidalgo	0.1%	Hidalgo	0.5%
Chiapas	0.1%	Coahuila	0.5%
Guerrero	0.1%	Querétaro	0.5%
Tlaxcala	0.1%	Veracruz	0.5%
Zacatecas	0.1%	Chiapas	0.4%
Oaxaca	0.0%	Quintana Roo	0.3%
Tabasco	0.0%	Tabasco	0.2%
Campeche	0.0%	Campeche	0.1%
Nacional	0.3%	Nacional	0.8%

Fuente: CNSF, diciembre 2011.

Si partimos del supuesto de que cada póliza o certificado de seguros de vida y accidentes y enfermedades ⁴, cubre a una persona de la población nacional, en el año 2011 el nivel de aseguramiento de personas sería de 68.6% de la población nacional. Sin embargo, a esta primera aproximación general habría que realizar varias precisiones para tener un dato más realista, tales como considerar la posibilidad de doble o múltiple aseguramiento de la misma persona, ya que,

por ejemplo, una persona puede contratar un seguro de vida, además de otro de accidentes personales y de gastos médicos.

Al considerar sólo las pólizas de los seguros de accidentes personales respecto a la población nacional, el nivel de aseguramiento de personas es de sólo 16.2% de la población nacional en 2011.

Respecto a los seguros de gastos médicos mayores, el 6.9% de la población nacional contó con este tipo de cobertura, mientras que sólo 0.3% de la población nacional, tuvo un seguro de salud en el año 2011.

Siendo los seguros de vida, en su modalidad de grupo, los más cuantiosos en términos de los certificados de seguros emitidos, se tiene que 35% de la población nacional cuenta con un seguro de este tipo, mientras que sólo el 10.1% de la población nacional contó con un seguro de vida individual en el año 2011.

Respecto al aseguramiento de automóviles en el año 2011, del total de vehículos de motor registrados en circulación a nivel nacional, 38.4% contó con una póliza vigente de seguro de Automóviles. A nivel entidad federativa, el Distrito Federal tiene una cobertura del 92.7% de los vehículos de motor registrados en circulación; en importancia, le siguen Nuevo León con 54.1%, Querétaro con 51.5%, Puebla con 46% y Tabasco con 39.9%. Los estados con nivel de aseguramiento de automóviles más bajos son Hidalgo (11.6%), Zacatecas (11.4%) y Guerrero (10.2%).

Tabla 5.9 Aseguramiento de automóviles por entidad federativa (Porcentajes)

Entidad federativa	Aseguramiento de automóviles
Distrito Federal	92.7%
Nuevo León	54.1%
Querétaro	51.5%
Puebla	46.0%
Tabasco	39.9%
Baja California	39.5%
Aguascalientes	38.9%
Quintana Roo	38.8%
Yucatán	38.0%
Campeche	37.1%
Coahuila	36.1%
Chihuahua	34.4%
Oaxaca	31.7%
Jalisco	30.4%
Sonora	29.8%
México	29.2%
Tamaulipas	28.5%
Morelos	28.1%
Veracruz	27.6%
Sinaloa	27.0%
Durango	26.0%
Colima	23.8%
Guanajuato	23.3%
San Luis Potosí	20.2%
Tlaxcala	20.0%
Nayarit	19.0%
Chiapas	18.2%
Baja California Sur	18.1%
Michoacán	12.0%
Hidalgo	11.6%
Zacatecas	11.4%
Guerrero	10.2%

Fuente: CNSF e INEGI, diciembre 2011.

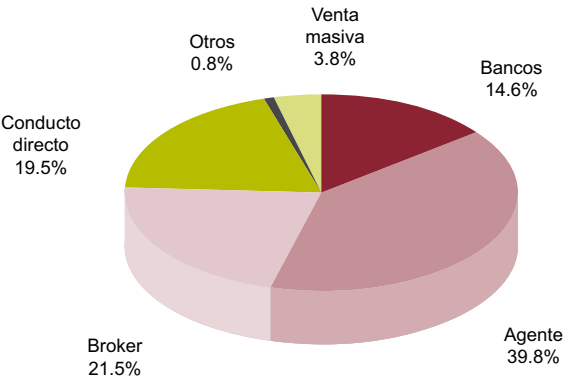
Canales de comercialización de seguros a nivel nacional

- Durante el 2011, el principal canal de comercialización de los seguros en México fue el agente de seguros, con 39.8% de la prima en vigor. En segundo lugar, se colocaron los brokers (persona moral) con 21.5% de la prima en vigor.
- Los seguros de vida fueron distribuidos, principalmente, por agentes de seguros, con una participación de 43% de la prima en vigor y a través de sucursales bancarias con 29.2% de la prima en vigor.
- En términos de prima en vigor, la operación de daños, excluyendo los seguros de automóviles, se comercializaron de manera directa por la aseguradora (39.1%); brokers (32.1%) y a través de agentes (27.5%).

En México, el principal canal de comercialización de seguros fue el agente de seguros (persona física) cuya participación, en términos de primas en vigor al cierre de diciembre de 2011, ascendió a 39.8% del mercado total nacional de seguros. En segundo lugar, se colocaron los brokers (persona moral) con 21.5% del mercado a nivel nacional. La tercera posición fue

ocupada por el conducto directo, es decir, la venta al público por parte de la propia aseguradora, con 19.5% de la prima en vigor a nivel nacional y en cuarto lugar, se colocaron las sucursales bancarias con 14.6% del mercado nacional de seguros.

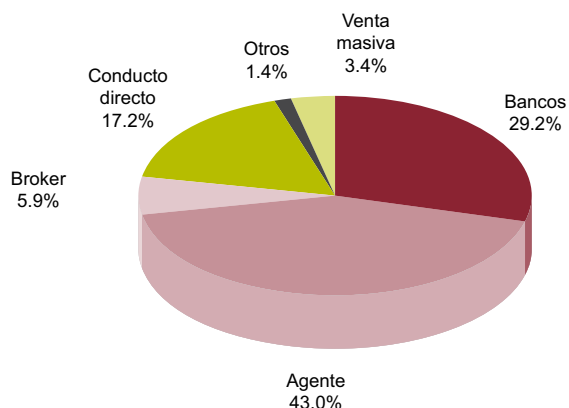
Gráfica 5.10 Canales de distribución del mercado total de seguros



Fuente: CNSF, diciembre 2011

Los seguros de vida tuvieron como principal conducto de distribución los agentes de seguros, con una participación de 43.0% de la prima en vigor de esta operación. En particular, en este tipo de seguros de personas, adquiere mayor relevancia la comercialización a través de sucursales bancarias, representando 29.2% de la prima en vigor de los seguros de vida a nivel nacional. En una tercera posición, se colocó el conducto directo con 17.1% y hasta un cuarto lugar, se posicionaron los brokers con 5.9% de la prima en vigor de estos seguros.

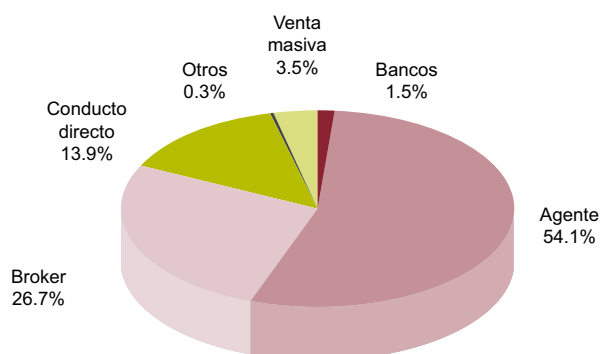
Gráfica 5.11 Canales de distribución de seguros de vida



Fuente: CNSF, diciembre 2011

La oferta de seguros de accidentes y enfermedades, se distribuyó a través de agentes de seguros (54.1%); en segundo lugar, por medio de brokers (26.7%) y en tercer lugar, mediante conducto directo (13.9%). En esta operación, la venta por sucursal bancaria disminuyó sustancialmente, a sólo 1.5% del mercado.

Gráfica 5.12 Canales de distribución de seguros de accidentes y enfermedades

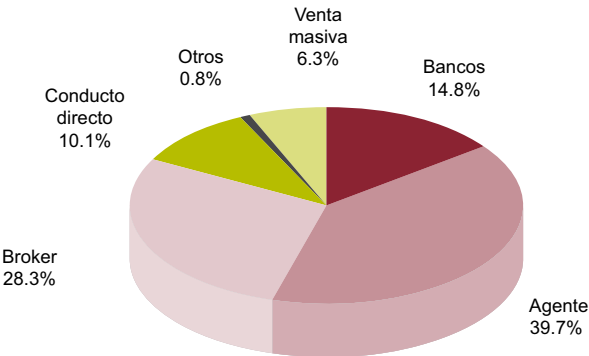


Fuente: CNSF, diciembre 2011

La comercialización de seguros de automóviles se realizó a través de agentes, con 39.7% de la prima en vigor del ramo de seguros; en segundo lugar, brokers con 28.4% de la prima

en vigor y en tercer lugar, las sucursales bancarias con 14.8% de la prima en vigor a nivel nacional.

Gráfica 5.13 Canales de distribución de seguros de automóviles



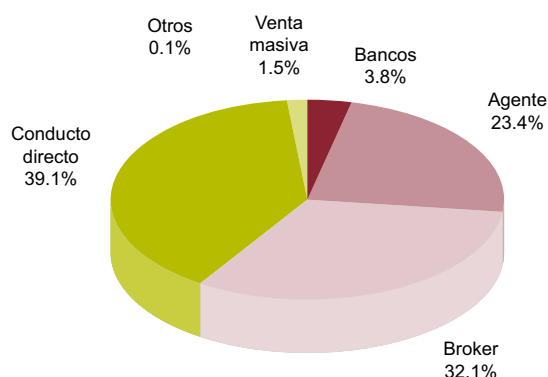
Fuente: CNSF, diciembre 2011

La operación de daños, excluyendo el ramo de seguros de automóviles, tuvo como principal canal de comercialización los conductos directos (39.1%); en segundo lugar los brokers (32.1%) y en tercer lugar los agentes (27.5%). De manera que los negocios relacionados con la protección patrimonial, sin considerar el ramo de automóviles, son colocados, en mayor medida a través del conducto directo desplazando al segundo lugar a los brokers y a una tercera posición al conducto tradicional de venta, los agentes de seguros (gráfica 5.14).

en términos de primas en vigor. Destacó el crecimiento del conducto directo en las operaciones de seguros de vida (69%), daños (70%) y accidentes y enfermedades (59%). La intermediación de seguros a través de ventas masivas tuvo un crecimiento considerable en el caso de los seguros de accidentes y enfermedades (151%). Los brokers también registran un crecimiento (45%) en la distribución de seguros de accidentes y enfermedades, tal como se muestra en la gráfica 5.15.

Entre 2010 y 2011, se observó, en general, un crecimiento de la colocación de pólizas a través de los canales de distribución,

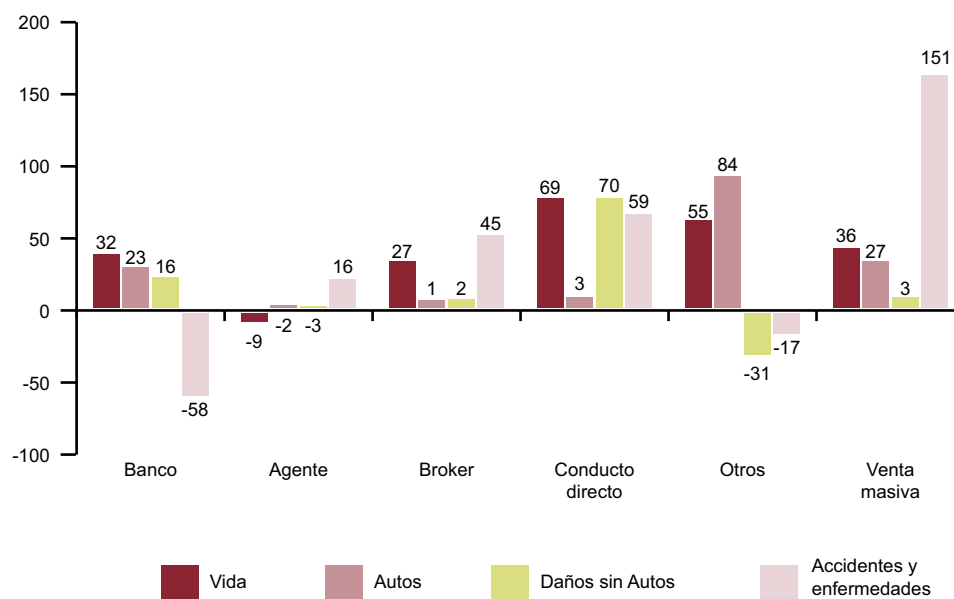
Gráfica 5.14 Canales de distribución de seguros de daños sin incluir el ramo de automóviles



Fuente: CNSF, diciembre 2011

Por otro lado, se registró un decremento en la intermediación de seguros a través de sucursal bancaria en la operación de accidentes y enfermedades (58%). Por otra parte, el porcentaje de disminución es menor en la intermediación mediante agente de seguros en las operaciones y ramos de vida (9%), daños (3%) y automóviles (2%).

Gráfica 5.15 Primas en vigor por tipo de intermediario y operación (2010-2011)



Fuente: CNSF, diciembre 2011

Principal canal de distribución de seguros a nivel estatal

- Al cierre de diciembre de 2011, el Distrito Federal concentró el mayor número de agentes de seguros (25% del total nacional), conforme al domicilio de residencia del intermediario. En términos demográficos, se registraron 12 agentes de seguros por cada 10,000 adultos, en el Distrito Federal.
- El Estado de México fue la segunda entidad en importancia conforme al número de agentes de seguros, representando 10% del total nacional. Nuevo León y Jalisco empatan con 9% de los agentes de seguros a nivel nacional.
- De acuerdo con el indicador demográfico, Nuevo León adquirió relevancia con 8 agentes por cada 10,000 adultos, mientras que el Estado de México sólo contó con 3 agentes por cada 10,000 adultos.
- Los estados con menor presencia de agentes de seguros fueron: Nayarit, Campeche, Colima, Zacatecas, Baja California Sur y Tlaxcala.

Al ser los agentes de seguros el principal canal de distribución a nivel nacional, es importante conocer su distribución a nivel estatal para efectos de indagar acerca del acceso de este tipo de productos financieros desde la perspectiva de cobertura territorial.

El Distrito Federal, en términos del número de agentes de seguros registrados conforme su domicilio de residencia, se colocó en primer lugar, concentrando al 25% del total de los agentes a nivel nacional. A continuación se situó el Estado de México, con 10% de los agentes a nivel nacional, mientras que Nuevo León y Jalisco empatan en el tercer lugar, con 9% del total de agentes a nivel nacional. Estos cuatro estados,

en conjunto, comprendieron más del 50% del total de los agentes en el país.

Por otro lado, los estados con menor presencia de agentes son: Nayarit, Campeche, Colima, Zacatecas, Baja California Sur y Tlaxcala, donde se registraron participaciones muy bajas de estos intermediarios.

De lo anterior, se concluye que el principal canal de acceso de los seguros en el país se encuentra concentrado en la región central de la República Mexicana, precisamente en los principales centros económicos y urbanos.

Tabla 5.16 Agentes vigentes por entidad federativa

Entidad federativa	Número de agentes	Porcentaje
Distrito Federal	8,168	25.0%
México	3,260	10.0%
Nuevo León	2,983	9.1%
Jalisco	2,953	9.0%
Guanajuato	1,259	3.8%
Puebla	1,090	3.3%
Veracruz	1,080	3.3%
Chihuahua	1,067	3.3%
Sonora	1,015	3.1%
Baja California	993	3.0%
Tamaulipas	935	2.9%
Sinaloa	870	2.7%
Coahuila	807	2.5%
Yucatán	729	2.2%
Querétaro	670	2.0%
Michoacán	649	2.0%
San Luis Potosí	509	1.6%
Morelos	441	1.3%
Aguascalientes	374	1.1%
Chiapas	349	1.1%
Guerrero	336	1.0%
Tabasco	329	1.0%
Oaxaca	315	1.0%
Hidalgo	297	0.9%
Quintana Roo	262	0.8%
Durango	254	0.8%
Nayarit	157	0.5%
Campeche	147	0.4%
Colima	136	0.4%
Zacatecas	114	0.3%
Baja California Sur	107	0.3%
Tlaxcala	79	0.2%
Nacional	32,734	100%

Fuente: CNSF, diciembre 2011

El Estado de México, presentó un indicador demográfico de únicamente tres agentes por cada 10,000 adultos. La posición intermedia del Estado de México en el contexto nacional, en términos de la relación entre agentes y población adulta, se explica por el volumen de su población, siendo el estado con mayor población adulta en el país, lo cual presiona a la baja el indicador demográfico, aún a pesar de que esta entidad ocupa el segundo lugar nacional en cantidad de agentes por domicilio de residencia.

Nuevo León adquiere importancia bajo este análisis demográfico, al colocarse en segundo lugar, con 8 agentes por cada 10,000 habitantes. En tercer lugar, con 5 agentes por cada 10,000 adultos, se ubicaron los estados de Jalisco, Sonora, Yucatán y Querétaro.

Los estados que destacan por su menor acceso al principal canal de distribución de seguros fueron: Oaxaca, Guerrero, Chiapas, Zacatecas y Tlaxcala, donde sólo se registró la presencia de un agente de seguros por cada 10,000 habitantes.

Tabla 5.17 Agentes vigentes por cada 10,000 adultos

Entidad Federativa	Agentes	Población Adulta	Porcentaje de la participación nacional	Agentes por cada 10,000 adultos
Distrito Federal	8,168	7,039,656	8.40%	12
Nuevo León	2,983	3,592,237	4.30%	8
Jalisco	2,953	5,445,352	6.50%	5
Sonora	1,015	2,001,893	2.40%	5
Yucatán	729	1,484,062	1.80%	5
Querétaro	670	1,369,244	1.60%	5
Chihuahua	1,067	2,481,136	3.00%	4
Aguascalientes	374	862,095	1.00%	4
Sinaloa	870	2,105,116	2.50%	4
Baja California	993	2,410,111	2.90%	4
Coahuila	807	2,072,549	2.50%	4
Tamaulipas	935	2,458,007	3.00%	4
Morelos	441	1,356,359	1.60%	3
Guanajuato	1,259	4,005,520	4.80%	3
Mexico	3,260	11,330,623	13.60%	3
Colima	136	501,832	0.60%	3
San Luis Potosí	509	1,896,661	2.30%	3
Puebla	1,090	4,086,421	4.90%	3
Quintana Roo	262	1,022,419	1.20%	3
Campeche	147	607,207	0.70%	2
Baja California Sur	107	492,876	0.60%	2
Durango	254	1,193,339	1.40%	2
Michoacán	649	3,194,959	3.80%	2
Tabasco	329	1,622,262	1.90%	2
Nayarit	157	805,885	1.00%	2
Veracruz	1,080	5,639,109	6.80%	2
Hidalgo	297	1,937,371	2.30%	2
Guerrero	336	2,368,680	2.80%	1
Oaxaca	315	2,715,575	3.30%	1
Zacatecas	114	1,064,883	1.30%	1
Chiapas	349	3,310,580	4.00%	1
Tlaxcala	79	837,546	1.00%	1
Nacional	32,734	83,311,565	100%	4

Fuente: CNSF, diciembre 2011 e INEGI

Micro-seguros

- Al cierre de diciembre de 2011, la oferta de micro-seguros en México se concentró en productos de vida (50.6%); seguido por los seguros de gastos médicos (38.8%) y posteriormente, los de accidentes personales (10.4%).
- En México, existe un mercado potencial estimado de micro-seguros de 47.6 millones de personas.
- En México, la población objetivo del mercado de micro-seguros tiene una capacidad estimada de ahorro de entre el 8.9% y el 23.4% de sus ingresos, que podría destinarse, parcialmente, al pago de primas reducidas.

Los micro-seguros constituyen el mecanismo financiero de protección que se ofrece a la población de bajos ingresos en contra de riesgos específicos, a cambio del pago regular de una prima proporcional a la probabilidad y costo del riesgo. Estos productos de seguros tienen como propósito promover el acceso de la población de bajos ingresos a la protección del seguro, mediante la utilización de medios de distribución y operación de bajo costo. Los micro-seguros ofrecen tres beneficios fundamentales:

1. Mitigar los efectos de la materialización de ciertos riesgos para la población de bajos ingresos y, con ello, facilitar su ruta hacia la obtención de mejores condiciones de vida (superar la línea de pobreza).
2. Elevar la penetración del seguro en la sociedad en el mediano y largo plazos, constituyéndose en una herramienta eficaz para aumentar los niveles de Inclusión Financiera.
3. Incrementar la cultura del seguro entre mayores segmentos de la población.

En particular, la comercialización de estos productos es llevada a cabo a través de canales de distribución no

tradicionales con bajos costos de transacción, tales como redes bancarias, redes de Microfinancieras o comerciales, así como nuevas redes de distribución basadas en intermediarios no tradicionales. En la tabla 5.18 se muestra un comparativo que relaciona algunos aspectos de los seguros convencionales, en comparación con los prevalecientes en micro-seguros.

A partir del análisis realizado, tanto desde la perspectiva nacional como a nivel estatal, se evidencia que en México existe un amplio mercado de seguros al cual acceder.

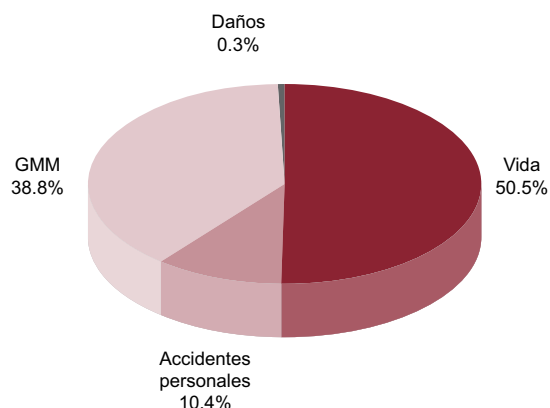
En particular, desde la perspectiva territorial, el mercado asegurador se ha caracterizado por su elevada concentración. En este sentido, destaca la potencialidad de los micro-seguros de impulsar el desarrollo de canales de acceso distintos a los tradicionales para llegar a la población de bajos ingresos, lo cual puede incidir en mayores niveles de cobertura territorial, sobre todo hacia aquellas entidades federativas que se distinguen por los niveles bajos de ingresos de su población.

Cuadro 5.18 Características de los seguros convencionales y micro-seguros

Seguros convencionales	Micro-seguros
Pagos regulares de las primas	Las primas deben diseñarse para acomodarse a los flujos de caja irregulares de los asegurados
El mercado está familiarizado con los seguros	El mercado no está familiarizado con los seguros
Los requerimientos de entrada pueden requerir exámenes médicos	Pocos (o ningún) requerimientos de entrada
Elegibilidad limitada con exclusiones estándar	Con exclusiones o restricciones mínimas
Grandes sumas aseguradas	Pequeñas sumas aseguradas y beneficios perfectamente definidos
Tarifas basadas en edad y riesgo específico	Tarifas fijadas conforme a la experiencia grupal

Los micro-seguros en México están, principalmente, concentrados en productos de vida (50.6%), seguidos por los seguros de gastos médicos (38.8%) y posteriormente, por los seguros de accidentes personales (10.4%). En conjunto, estos tipos de seguros concentran el 99.7% de la oferta de micro-seguros.

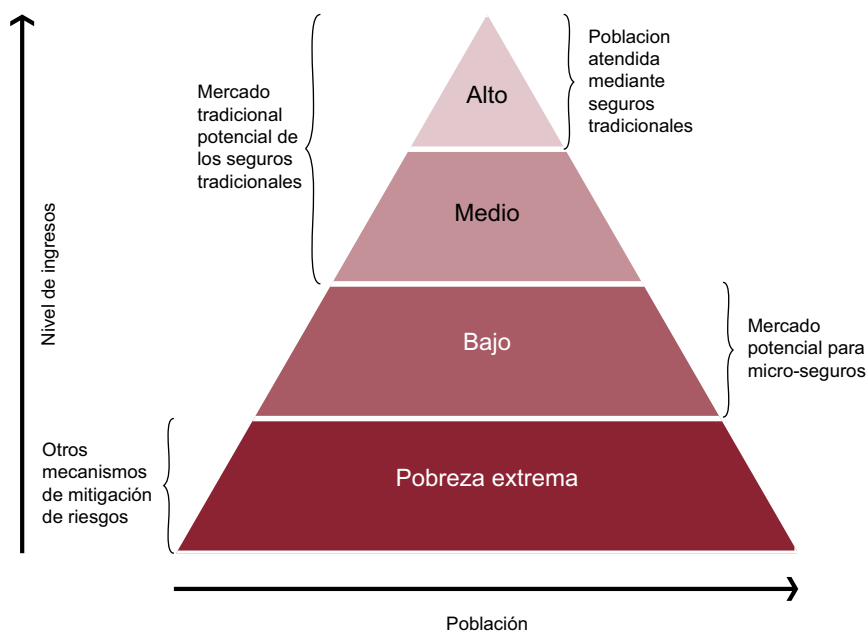
Gráfica 5.19 Composición del mercado de micro-seguros en México



Fuente: CNSF, diciembre 2011

Se identifica como mercado objetivo de micro-seguros, al segmento de la población caracterizada por su nivel bajo de ingresos y se excluye la población en situación de pobreza extrema, que dependen de otros mecanismos de mitigación del riesgo, tales como la protección social pública y la asistencia social. Tampoco se contempla, como mercado potencial de micro-seguros, a los segmentos de la población que, por su nivel de ingresos, constituyen el mercado potencial y real de los seguros tradicionales, ésto es, la población con ingresos medios y altos (ver gráfica 5.20).

Gráfica 5.20 Delimitación conceptual del mercado potencial de micro-seguros

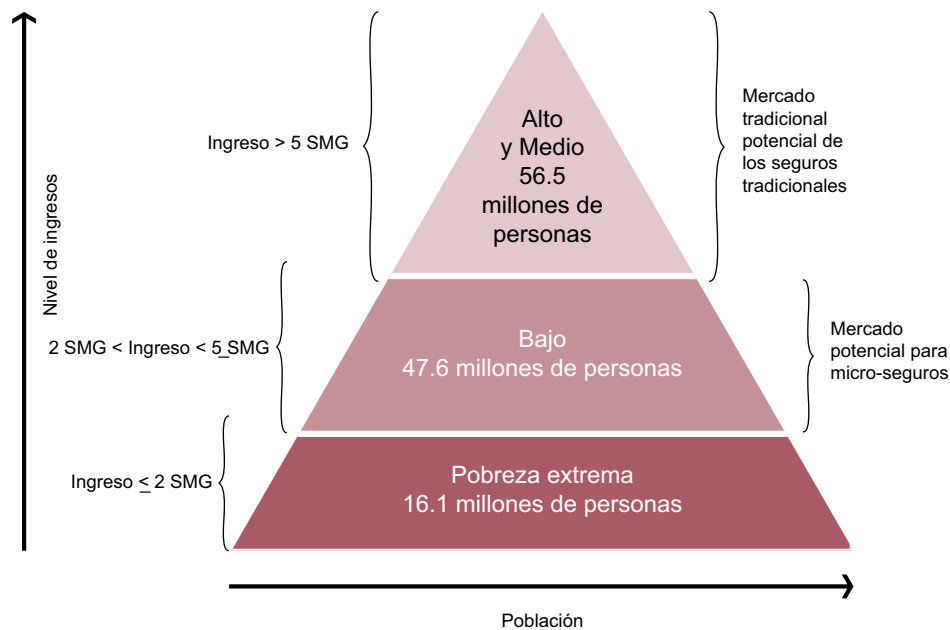


Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Conforme a una estimación realizada con base en los datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH, INEGI, 2010), en confrontación con las líneas de pobreza estimadas por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), se obtiene que la población objetivo de los micro-seguros en México se sitúa

en el rango de ingresos de 2 a 5 salarios mínimos mensuales. Dicho mercado potencial de micro-seguros asciende a cerca de 47.6 millones de personas, de los cuales, al cierre de diciembre de 2010, sólo se había cubierto el 6.9%, en términos de número de asegurados.

Gráfica 5.21 Mercado potencial de micro-seguros en México



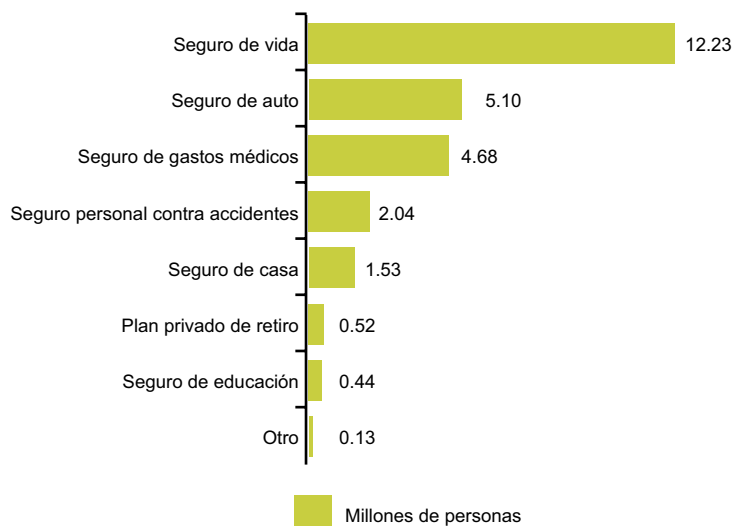
Fuente: Estimación propia con datos de ENIGH, INEGI 2010 y CONEVAL

Resultados de la ENIF respecto a seguros

De un total de 70,382,459 adultos representados a través de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2012), se obtuvo que sólo 15,487,148 de adultos disponen de algún seguro, lo que equivale al 22% de la población adulta del país.

Del grupo de personas que sí tienen seguro, 12.2 millones (79%) cuentan con seguro de vida, seguido por el seguro automotriz, con 5.1 millones (33%) y el seguro de gastos médicos, con 4.7 millones (30%). Destaca la baja cifra de los planes privados de retiro (3%) y los seguros educativos (1%), pues ambos pueden ser considerados como patrimonio de las personas.

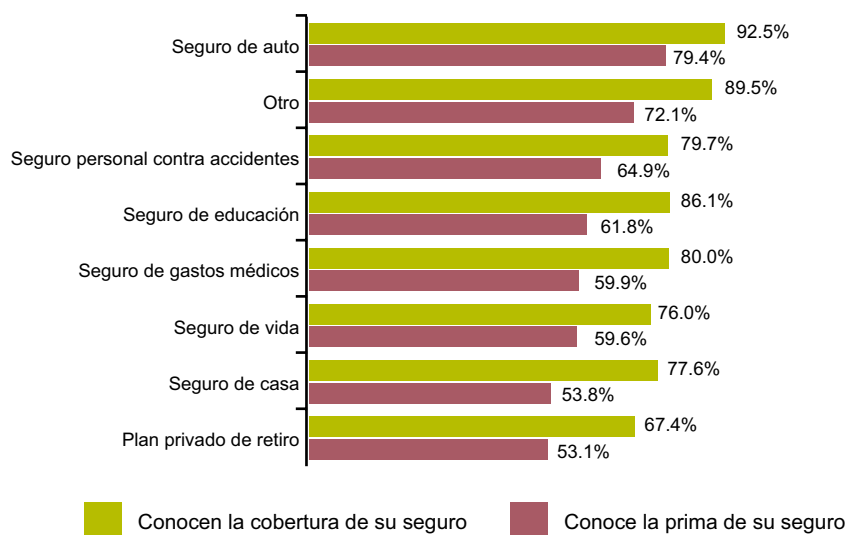
Gráfica 5.22 Composición del mercado de seguros en México, de acuerdo con la ENIF



Fuente: CNBV con información del INEGI, 2012

De los usuarios de seguros, se observa que, en general, conocen mejor la cobertura de su seguro que la prima que les cobran. Destaca que el seguro de vida es el más popular. Sin embargo, sólo el 77.6% conoce la cobertura que éste le ofrece y la mitad de usuarios (53.8%) conoce la prima que cobran. El seguro de auto es el producto mejor conocido y esto se debe a que, a diferencia del seguro de vida, éste es contratado directamente por la persona y, es más frecuente su uso.

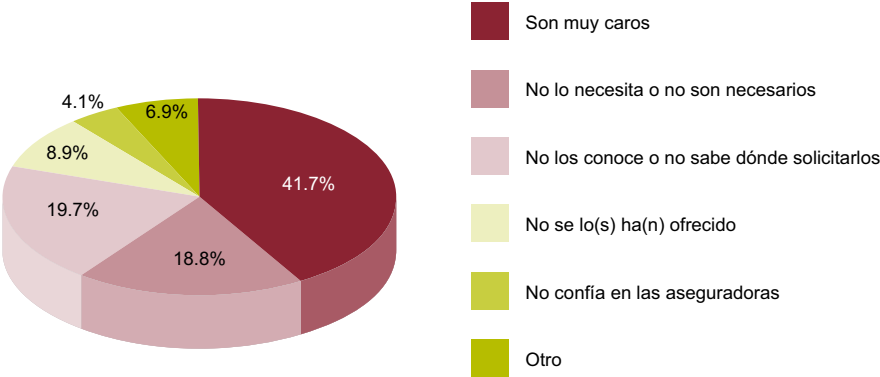
Gráfica 5.23 Porcentaje de usuarios que conoce su seguro



Fuente: CNBV con información del INEGI, 2012

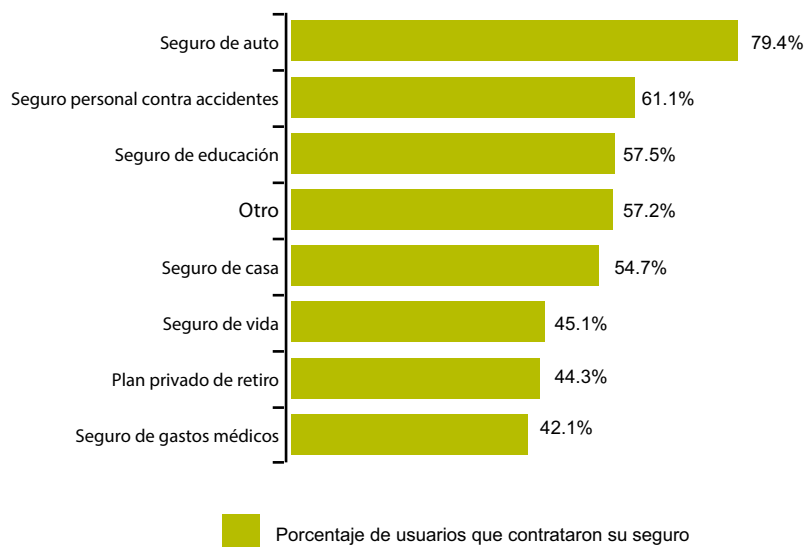
En cuanto a las barreras para poseer algún seguro, la razón más importante fue el alto costo de éstos (41.7%), seguido por la idea de que no son necesario (18.8%). De acuerdo a los datos, se percibe que no hay desconfianza en las aseguradoras por parte de las personas. Sin embargo, es notorio que falta información sobre qué son, su importancia como mecanismo de protección personal y patrimonial, los beneficios que brinda ante eventualidades, así como dónde adquirirlos, por lo que se evidencia la importancia de avanzar en la formación educativa en materia de prevención y mitigación de riesgos y en la difusión de las ventajas y beneficios de este tipo de productos financieros (gráfica 5.24).

Gráfica 5.24 Barreras al uso de seguros



Fuente: CNBV con información del INEGI, 2012

La mayoría de usuarios de seguros de automóviles (79.4%) han contratado estos servicios por sí mismos, en contraste, con los seguros de vida, dónde menos de la mitad los han contratado de forma directa, lo cual se explica por los contratos colectivos por relaciones patronales. Lo mismo ocurre con el seguro de gastos médicos (ver gráfica 5.25).

Gráfica 5.25 Porcentaje de usuarios que contrataron su seguro

Fuente: CNBV con información del INEGI, 2012

SISTEMA DE AHORRO PARA EL RETIRO

En este capítulo se aborda a la Inclusión Financiera en el ámbito del Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR).

La Inclusión Financiera constituye un tema relevante dentro del SAR, pues tiene como principal función proteger los recursos que se ahorran para el momento del retiro laboral de los trabajadores. Es importante señalar que el SAR puede recibir los ahorros de cualquier trabajador del país.



SISTEMA DE AHORRO
PARA EL RETIRO

6

El Sistema de Ahorro para el Retiro está basado en un sistema de cuentas individuales, propiedad de los trabajadores, en donde cada individuo recibe las aportaciones de los trabajadores, patrones y el Estado con el fin de acumular saldos, mismos que se aplicarán para fines de previsión social o para la obtención de pensiones.

Con dichas aportaciones el trabajador se hace acreedor a una pensión al final de su vida laboral de acuerdo con lo que ha acumulado en su respectiva cuenta individual. Bajo este sistema, el trabajador tiene el conocimiento de los recursos que le son aportados, pudiendo incrementar los mismos de forma voluntaria a través de aportaciones personales.

La Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) tiene como labor fundamental regular a los participantes que integran el Sistema de Ahorro para el Retiro y tiene como misión ayudar a construir el patrimonio pensionario de cada trabajador. La CONSAR establece reglas para que el SAR funcione adecuadamente y asegura que los derechos de los trabajadores sean respetados por las Administradoras de Fondos para el Retiro (Afores), las cuales son instituciones financieras privadas que administran los recursos para el retiro a nombre de los trabajadores.

Dentro de los beneficios del sistema de ahorro en México se encuentra el otorgar mejores pensiones a los trabajadores, ofrecer certeza jurídica plena en la propiedad de los recursos de los trabajadores y brindar la portabilidad de derechos entre distintos sistemas.

Para la medición de la Inclusión Financiera en el Sistema de Ahorro para el Retiro se enfatizan dos indicadores. El primero de estos indicadores lo representa el crecimiento del número de cuentas administradas por las Afores, que demuestra que

cada vez es mayor la cantidad de trabajadores que podrán ser acreedores a una pensión al final de su vida laboral. El segundo indicador, considerado todavía como de mayor relevancia para medir el grado de Inclusión Financiera, se refiere a las aportaciones voluntarias que los trabajadores efectúan a sus cuentas individuales en una Afore, es decir, lo que los cuentahabientes ahorran voluntariamente en la cuenta para su vejez con la finalidad de incrementar su pensión.

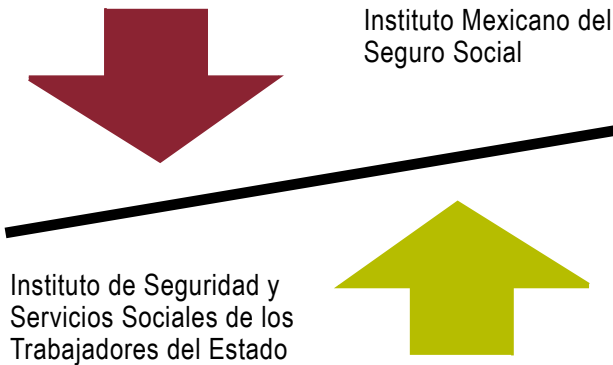
Adicional a la información cuantitativa que se presenta de estos dos indicadores, se incluyen algunas estadísticas relevantes del SAR que considera, entre otras, la distribución demográfica de las cuentas.

Indicadores básicos de ahorro para el retiro

Al hablar sobre la Inclusión Financiera en el tema del ahorro para el retiro, son pertinentes algunas consideraciones que lo distinguen del acceso y uso que típicamente se observa en los demás productos financieros (de captación, crédito y seguros):

- a. El acceso a una cuenta individual de ahorro para el retiro en una Afore, no es opcional o sujeto a elección para un trabajador asalariado en el sector formal, ya que por ley, tiene que cotizar en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) o en el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE). Por ese hecho, legalmente tiene que abrir una cuenta en una Afore, y con ello, automáticamente tiene “acceso” a ese producto financiero que es una cuenta individual de ahorro para el momento de su retiro.

Cuadro 6.1 Ahorro obligatorio para afiliados a los principales sistemas de Seguridad Social



Fuente: CONSAR

- b. Dentro de las consideraciones para lograr mayor Inclusión Financiera en el Sistema del Ahorro para el Retiro, es indispensable que cualquier trabajador en México pueda tener acceso al SAR. Lo anterior en virtud de la presencia de “trabajadores independientes”, siendo éstos los trabajadores que, sin cotizar ni al IMSS ni al ISSSTE, tienen la posibilidad de abrir una cuenta de Ahorro para el Retiro en alguna Afore de manera voluntaria.
- c. El Sistema de Ahorro para el Retiro le permite al trabajador movilizar su ahorro a la Afore de su preferencia. Un aspecto importante en este objetivo es que, el acceso al SAR, se encuentra disponible a todo trabajador, debido a que hay presencia de las Afores en toda la República, así como diferentes canales de acceso a los servicios por diferentes medios electrónicos.
- d. Otro aspecto relevante para la Inclusión Financiera relacionado con el uso de las cuentas individuales lo representa el ahorro voluntario. Un cuentahabiente en una Afore puede realizar aportaciones adicionales a las obligatorias, esto es, por decisión propia y representa un buen indicador del uso e importancia que una persona le da a este producto financiero. La aportación voluntaria se pueden realizar de forma personal o a través del patrón, con descuento al salario.

El conjunto de indicadores básicos de ahorro para el retiro, así como sus definiciones, se presentan en el cuadro 6.2.

Cuadro 6.2 Indicadores básicos de ahorro para el retiro

Cuentas individuales administradas por las AFORES	Número de cuentas únicas y personales de cada trabajador que son administradas por las AFORES. En ellas se acumulan las cuotas y aportaciones tripartitas durante la vida laboral del trabajador. Las cuentas individuales están conformadas por tres grandes subcuentas: retiro, cesantía y vejez; vivienda y; aportaciones voluntarias. La cuenta individual forma parte del patrimonio de cada trabajador y es heredable.
Cuentas independientes	Cuentas individuales que pertenecen a trabajadores que no cotizan ni al IMSS ni al ISSSTE y que abrieron una cuenta de ahorro para el retiro en alguna AFORE de manera voluntaria.
Cuentas con ahorro solidario o voluntario	Tanto el ahorro voluntario como el solidario son aportaciones adicionales a las obligatorias que sirven para complementar los recursos para la pensión. El primero no está sujeto a montos mínimos ni máximos. El ahorro solidario es para cotizantes al ISSSTE; por cada peso aportado por el titular, la dependencia se obliga a contribuir con 3.25 pesos. El trabajador podrá destinar hasta un 2% de su sueldo básico a este ahorro.
Cuentas de trabajadores registrados	Número de cuentas que corresponden a los trabajadores que se registraron en una AFORE, es decir, trabajadores que firmaron un contrato con una AFORE para que ésta administre los recursos de su cuenta individual, y cuentas de trabajadores del ISSSTE que se encuentran en PENSIONISSSTE.
Cuentas de trabajadores asignados	Cuentas individuales administradas por alguna AFORE que corresponden a trabajadores que no se han registrado.
Acceso de los trabajadores al sistema	Ubicación de los centros que permiten el acceso a los servicios ofrecidos por las AFORES.

Fuente: CONSAR

Indicadores de ahorro para el retiro a nivel nacional

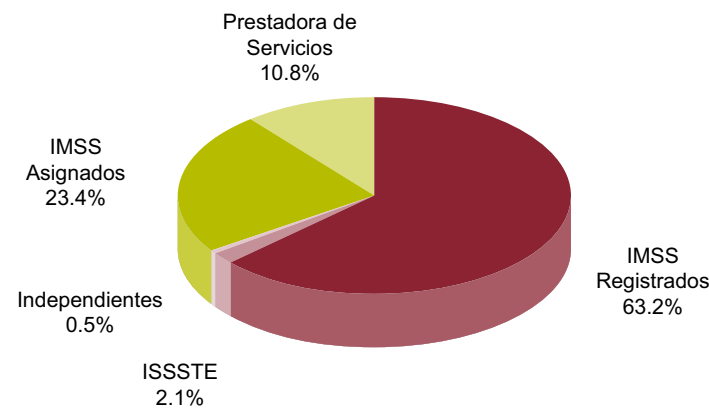
- El número de cuentas individuales administradas por las Afores¹, a diciembre de 2012, eran 48,530,475. Esto incluye trabajadores ISSSTE, IMSS e independientes, cuyos recursos ascendieron a 1,903,227 millones de pesos, cifra equivalente a 12.4% del Producto Interno Bruto.
- El IMSS es la institución con la mayor proporción de estas cuentas (97%), con un total de 47,268,425; el 63% corresponde a trabajadores registrados y el resto a trabajadores asignados.
- Las cuentas independientes suman 229,546.
- Las cuentas con ahorro voluntario crecieron 28% respecto del año anterior, y las cuentas con ahorro solidario crecieron en 60%, con respecto a 2011.

Cuentas individuales

La cuenta individual de ahorro para el retiro en las Afores es uno de los principales productos mediante los cuales la población tiene acceso al sistema financiero. Los trabajadores de cualquier nivel socioeconómico pueden tener una cuenta individual. Para su apertura, no se establece un monto

mínimo y, los servicios de información que están disponibles, los trabajadores pueden conocer con periodicidad su saldo con total transparencia. La gráfica 6.3 muestra el total de cuentas individuales registradas por tipo de cuenta.

Gráfica 6.3 Distribución de cuentas individuales



Fuente: CONSAR, diciembre 2012

1. Esta cifra incluye cuentas asignadas a Prestadora de Servicios con recursos de Banco de México.

Al cierre del 4T12, las Afores administraron 48.5 millones de cuentas². De ellas, 97.4% del total pertenecen a trabajadores afiliados al IMSS³; 1,032,504 a trabajadores afiliados al ISSSTE⁴, lo cual representa el 2.1% del total administrado por las Afores y el 0.5% corresponde a trabajadores independientes⁵.

El Sistema de Ahorro para el Retiro ha logrado incorporar al sistema financiero al sector de la población con menores ingresos, el cual difícilmente podría haber accedido de otra forma a una cuenta en alguna institución financiera.

Respecto del tema de la evolución histórica de las cuentas individuales administradas por las Afores, el año en que entró en vigor la nueva Ley del Seguro Social fue en 1997, fecha para la cual se tenían solo 11,188,114 trabajadores

registrados, mientras que para el cierre de 2012 se contaban con 48,530,475 trabajadores con cuentas administradas por las Afores. El incremento en número de cuentas de 2012 con respecto a 1997 muestra la importancia que ha tomado el SAR como medio de acceso al sistema financiero para los trabajadores. Es importante considerar que el mayor porcentaje de cuentas son de carácter obligatorio. Sin embargo, destaca el incremento de la participación de los trabajadores basado en el nivel de confianza en el Sistema, ya que para 2012, se incrementaron las cuentas de trabajadores independientes, así como el ahorro voluntario de los trabajadores.

En la tabla 6.4 se muestra la evolución del número de cuentas en el SAR por trimestre.

Tabla 6.4 Evolución histórica de las cuentas administradas por las Afores

Descripción del concepto	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total de cuentas administradas	35,276,317	37,412,717	38,562,999	39,292,455	39,891,316	41,236,121	42,512,267	48,530,475
Trabajadores registrados	24,466,695	25,657,371	25,645,411	26,685,315	27,782,523	29,203,327	30,454,046	31,900,520
Trabajadores IMSS	24,466,655	25,653,482	25,613,991	26,392,224	27,184,330	28,143,403	29,280,568	30,638,470
Trabajadores ISSSTE	10	3,389	17,624	247,467	505,338	878,129	961,768	1,032,504
Trabajadores independientes	30	500	13,796	45,624	92,855	181,795	211,710	229,546
Trabajadores asignados	10,809,622	11,755,346	12,917,588	12,607,140	12,108,793	12,032,794	12,058,221	16,629,955
Trabajadores asignados con recursos depositados en Siefors	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	11,379,432
Trabajadores asignados con recursos depositados en Banco de México	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	5,250,523

Nota: Para el análisis que se está realizando respecto del año 2012, se están incluyendo a trabajadores asignados con recursos en Banco de México.

Fuente: CONSAR, diciembre 2012

2. Este dato también considera aquellos trabajadores que tienen una cuenta individual administrada por una AFORE, pero cuyos recursos están depositados en el Banco de México.
3. Incluye trabajadores afiliados al IMSS administrados por una AFORE, tanto registrados como asignados.
4. Trabajadores que únicamente han cotizado al ISSSTE.
5. Trabajadores que al momento de registrarse en una AFORE no habían cotizado ni al IMSS ni al ISSSTE.

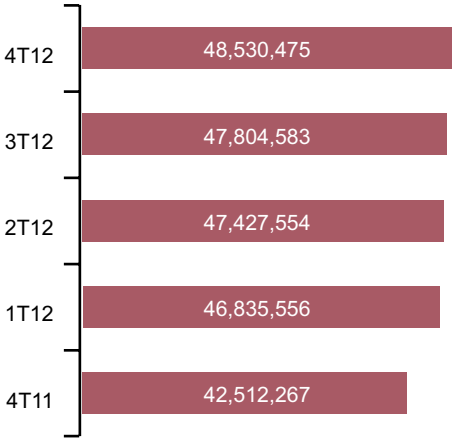
En la tabla 6.5 se muestra la evolución del número de cuentas en el SAR por trimestre.

Tabla 6.5 Número de cuentas individuales administradas por las Afores

	4T11	1T12	2T12	3T12	4T12
Total de cuentas administradas	42,512,267	46,835,556	47,427,554	47,804,583	48,530,475
Trabajadores registrados	30,454,046	30,817,169	31,127,277	31,540,715	31,900,520
Trabajadores IMSS	29,280,568	29,622,247	29,917,132	30,302,645	30,638,470
Trabajadores ISSSTE	961,768	979,834	992,012	1,016,061	1,032,504
Trabajadores independientes	211,710	215,088	218,133	222,009	229,546
Trabajadores asignados	12,058,221	16,018,387	16,300,277	16,263,868	16,629,955
Trabajadores asignados con recursos depositados en Siefors	N/A	11,737,551	11,639,792	11,482,241	11,379,432
Trabajadores asignados con recursos depositados en Banco de México	N/A	4,280,836	4,660,485	4,781,627	5,250,523

Fuente: CONSAR, diciembre 2012

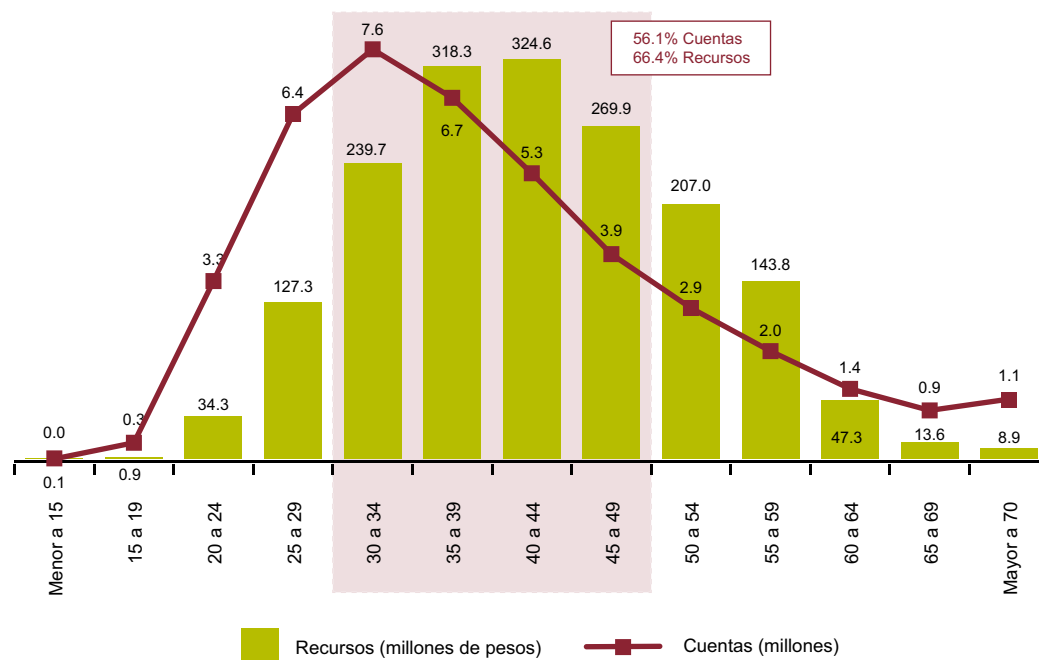
Gráfica 6.6 Evolución histórica trimestral de las cuentas individuales administradas por las Afores



Nota: Se incluye a trabajadores asignados con recursos en Banco de México.
Fuente: CONSAR, diciembre 2012

Al cierre de diciembre de 2012, la administración de cuentas en el SAR para los trabajadores del IMSS se incrementó en 5%, las cuentas del ISSSTE en 7% y las cuentas de trabajadores independientes en 8%, lo cual muestra un aumento en el nivel de confianza de los trabajadores.

En el caso particular de los trabajadores que cotizan o han cotizado al IMSS, el 66.4% de los recursos corresponden a cuentas de trabajadores cuyas edades oscilan entre los 30 y 49 años de edad, tal como puede observarse en la gráfica 6.7.

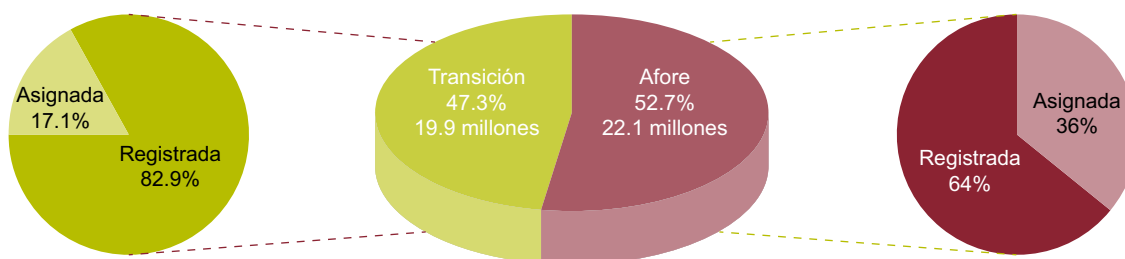
Gráfica 6.7 Distribución de recursos por edad en trabajadores del IMSS


Nota: Contempla cuentas del IMSS, del ISSSTE y aportaciones voluntarias

Fuente: CONSAR, diciembre 2012

Los trabajadores se pueden ubicar en dos grandes rubros: “Generación de Transición” o “Generación Afore”. Los trabajadores que pertenecen al primer grupo, son aquellos que cotizaron al IMSS antes del 1° de julio de 1997 y que pueden optar entre la Ley del Seguro Social de 1997 y la

Ley del Seguro Social de 1973 al momento de su retiro, los Trabajadores que pertenecen al segundo grupo son aquellos que comenzaron a cotizar al IMSS a partir del 1° de julio de 1997. La gráfica 6.8 muestra la distribución de cuentas del IMSS por generación.

Gráfica 6.8 Distribución de cuentas del IMSS por generación


Nota: Estas cifras no incluyen a trabajadores cuya cuenta es administrada por una Afore y sus recursos se encuentran en Banco de México.

Fuente: CONSAR, diciembre 2012

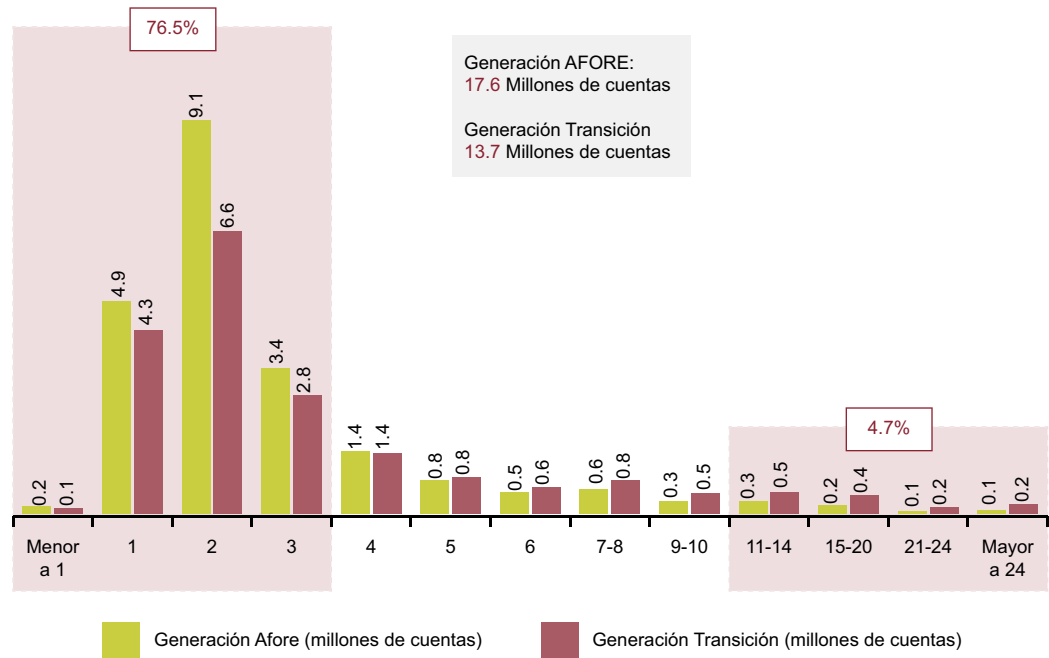
La proporción de cuentas registradas es mayor en la Generación de Transición (82.9%) que en la Generación Afore (64.0%).

El 72.1% de los recursos pertenecen a la Generación de Transición aun cuando la cantidad de trabajadores pertenecientes a la Generación Afore supera en número de cuentas a las de la Generación Transición. Lo anterior obedece a que los trabajadores de la Generación de

Transición han acumulado recursos durante más tiempo y cuentan con recursos del SAR92⁶.

Con respecto a la distribución de cuentas por nivel salarial, se observa que el 76.5% de los trabajadores cotizan con salarios menores a tres veces el salario mínimo y sólo el 4.7% cotizan con más de diez salarios mínimos, tal como se puede observar en la gráfica 6.9.

Gráfica 6.9 Distribución de cuentas por nivel salarial

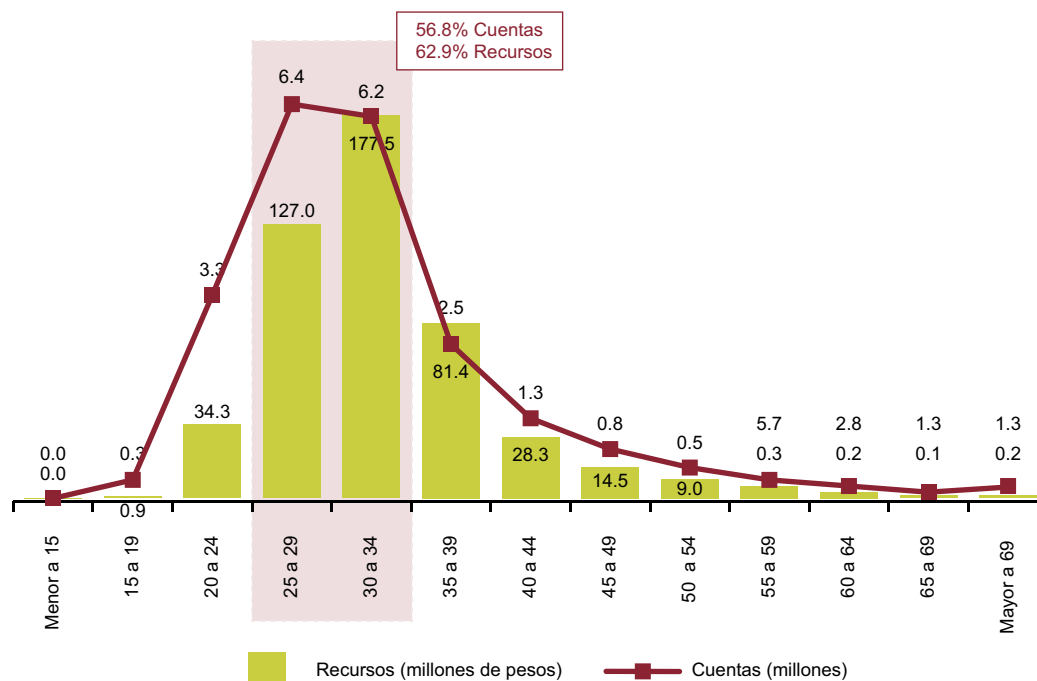


Fuente: CONSAR, diciembre 2012

6. Se refiere a las aportaciones acumuladas por los trabajadores que cotizaron al IMSS entre el 1° de marzo de 1992 y el 30 de junio de 1997, las cuales fueron depositadas en el banco que eligió el patrón en su momento.

La Generación Afore es joven en su gran mayoría. El 56.8% de las cuentas y el 62.9% de los recursos, corresponden a trabajadores cuyas edades oscilan entre los 25 y 34 años.

Gráfica 6.10 Distribución de recursos y cuentas por edad



Fuente: CONSAR, diciembre 2012

Ahorro voluntario y solidario para el retiro

En los dos últimos años se observa un incremento en la cantidad de trabajadores que hacen aportaciones de manera voluntaria. Es importante resaltar los incentivos al ahorro voluntario que actualmente se ofrecen, tal es el caso del Ahorro Solidario para los trabajadores asociados al ISSSTE, el cual consiste en que la dependencia gubernamental se obliga a contribuir con 3.25 pesos por cada peso aportado por el titular, representando una atractiva vía de ahorro para quienes están en el sistema de cuentas individuales y que buscan incrementar sus ingresos al momento del retiro. Cabe señalar que la CONSAR se encuentra analizando nuevos mecanismos para promover el Ahorro Voluntario para toda la población, buscando la inclusión y educación financiera.

Al cuarto trimestre de 2012, había 669,515 trabajadores con aportaciones de ahorro voluntario. El saldo promedio de dicho ahorro era de \$7,595 por cuenta.

Al cierre de diciembre de 2012, existían 227,591 cuentas de trabajadores cotizantes al ISSSTE con ahorro solidario. El saldo promedio de dicho ahorro se ubicó en \$17,766.

La evolución de los indicadores de ahorro voluntario y solidario se presentan en la tabla 6.11. El número de trabajadores que durante el año 2012 realizaron aportaciones de ahorro voluntario, creció 28% en comparación con el año anterior, el saldo promedio de las aportaciones voluntarias realizadas por los trabajadores creció 25%.

Tabla 6.11 Cuentas con ahorro voluntario y ahorro solidario

	4T11	1T12	2T12	3T12	4T12	Crecimiento anual (%)
Cuentas de ahorro voluntario	524,571	587,442	656,574	656,108	669,515	28%
Ahorro voluntario promedio (pesos)	6,062	6,145	6,027	6,731	7,595	25%
Cuentas de ahorro solidario	186,697	203,503	214,099	224,223	227,591	22%
Ahorro solidario promedio (pesos)	11,078	12,723	14,003	16,317	17,766	60%

Fuente: CONSAR, diciembre 2012

Resulta de interés que, en el 2012, el número de cuentas de trabajadores cotizantes al ISSSTE con ahorro solidario se incrementó en 60% y el saldo promedio de las cuentas en 22%.

Uno de los pilares de la administración de cuentas individuales es la transparencia y claridad con la cual se informa a los trabajadores el estatus de sus cuentas. Con este propósito, las Afores envían, de manera periódica, un estado de cuenta a sus trabajadores registrados con información que permite identificar, para cada una de las subcuentas que integran la cuenta individual, el saldo inicial del periodo, las aportaciones realizadas, así como los rendimientos obtenidos. También se presenta el salario base de cotización sobre el cual el patrón realiza las aportaciones y los días cotizados en el periodo, con la finalidad de que el afiliado corrobore que dichas aportaciones corresponden al ingreso que percibe.

Todas las Administradoras de Fondos para el Retiro cuentan con puntos de atención distribuidos en toda la República, donde ofrecen diversos servicios a los trabajadores, tales como, afiliación a una AFORE, traspaso de cuentas a otra administradora, separación y unificación de cuentas, selección de una Sociedad de Inversión Especializada en Fondos para el Retiro (SIEFORE), emisión de constancia de retención de impuestos, orientación sobre la cuenta individual, emisión del último estado de cuenta, consulta de resumen de saldos, modificación de datos, disposición de recursos, recepción de aportaciones voluntarias, disposición de aportaciones voluntarias, emisión de constancia de aportaciones voluntarias para traspasos a otra AFORE, entre otras. La tabla 6.12 presenta el número de puntos de atención ubicados en cada estado.

Tabla 6.12 Puntos de atención a trabajadores por entidad federativa

Entidad federativa	Puntos de atención
México	605
Distrito Federal	562
Jalisco	362
Veracruz	346
Nuevo León	269
Guanajuato	262
Puebla	203
Michoacán	199
Tamaulipas	174
Baja California	169
Sinaloa	165
Sonora	162
Chihuahua	149
Coahuila	141
Chiapas	130
Oaxaca	126
Guerrero	123
Hidalgo	104
Morelos	96
San Luis Potosí	92
Tabasco	88
Querétaro	86
Yucatán	80
Quintana Roo	67
Nayarit	55
Zacatecas	52
Aguascalientes	50
Durango	50
Colima	49
Campeche	43
Baja California Sur	41
Tlaxcala	40
Nacional	5,140

Nota: Los puntos de atención ofrecen hasta 15 servicios a los cuentahabientes

Fuente: CONSAR, diciembre 2012

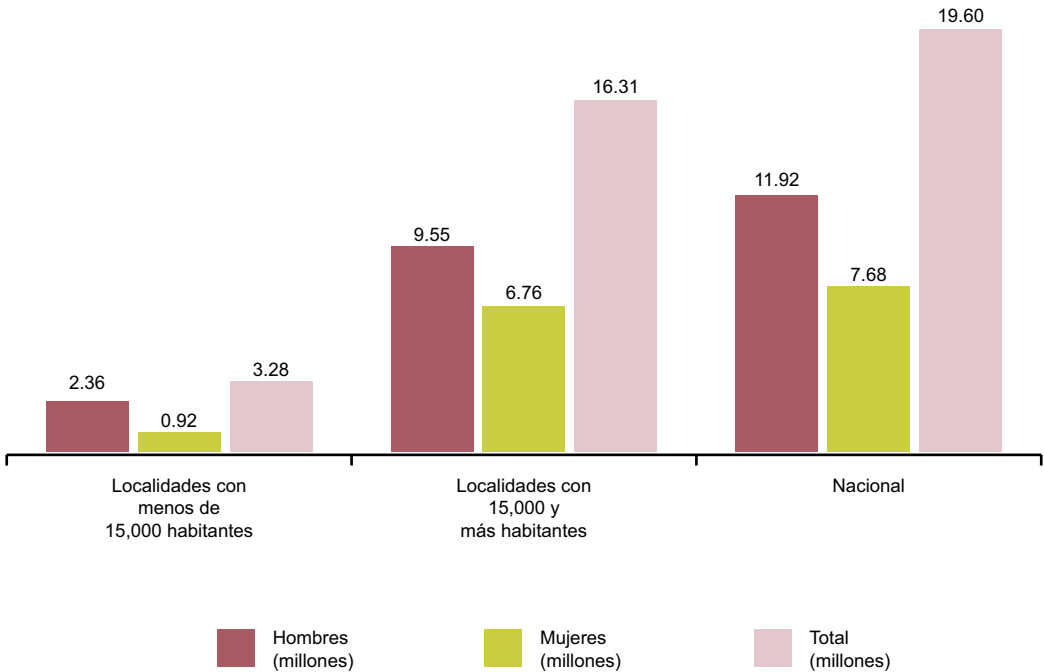
Resultados de la ENIF respecto a las cuentas de ahorro para el retiro

De un total de 70,382,459 adultos representados en la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2012, se estima que sólo 19.6 millones son derechohabientes al Seguro Social, es decir, están registrados como empleados formales y tienen derecho a una cuenta individual de ahorro para el retiro. De éstos, 16.3 millones se encuentran en localidades con más de 15,000 habitantes, lo cual deja sólo 3.3 millones

de empleados formales que cotizan al IMSS o al ISSSTE, en localidades con menos de 15,000 habitantes.

Ahora bien, del total de los derechohabientes, 11.9 millones son hombres y 7.7 millones son mujeres. Destaca que haya menos de un millón de mujeres laborando formalmente en localidades con menos de 15,000 habitantes.

Gráfica 6.13 Derechohabientes al Seguro Social por género y tipo de localidad



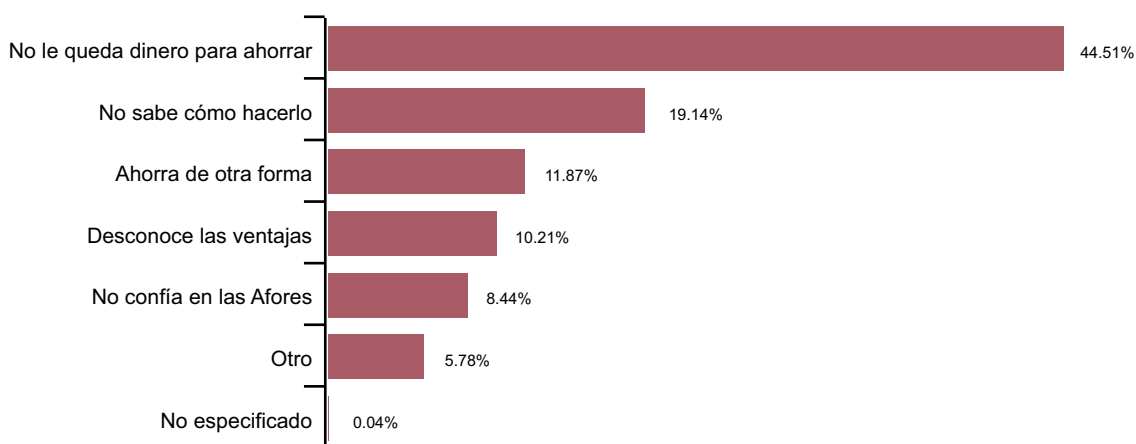
Fuente: CNBV con datos del INEGI

Por otra parte, a este segmento de personas se les preguntó si sabían sobre el descuento que les hacían para su retiro o Afore y resultó que 4.15 millones de adultos negaron que les realizaran ese descuento y 1.6 millones no supieron si cotizaban a una Afore. En este sentido, sería importante reforzar la difusión de información hacia la población para que esté enterada sobre sus cuentas de ahorro para el retiro.

A los adultos (13.85 millones) que afirmaron que les hacen un descuento para su Afore, se les cuestionó si realizaban aportaciones voluntarias y sólo el 5.2% (720,827 adultos)

las realiza. Entre las razones para no realizar aportaciones voluntarias a su cuenta de ahorro para el retiro destacan: que no les queda dinero para ahorrar (5.84 millones de adultos), que no saben cómo hacerlo (2.51 millones) y que prefieren ahorrar de otra forma (1.56 millones), lo cual indica la falta de información sobre la importancia que tiene este tipo de previsión y también la falta de cultura al ahorro a largo plazo. Cabe mencionar que el 8.4% de adultos que no hacen ahorro voluntario, es porque no confían en las Administradoras de Fondos para el Retiro.

Gráfica 6.14 Razones por las que las personas no hacen aportaciones voluntarias a su cuenta de ahorro para el retiro

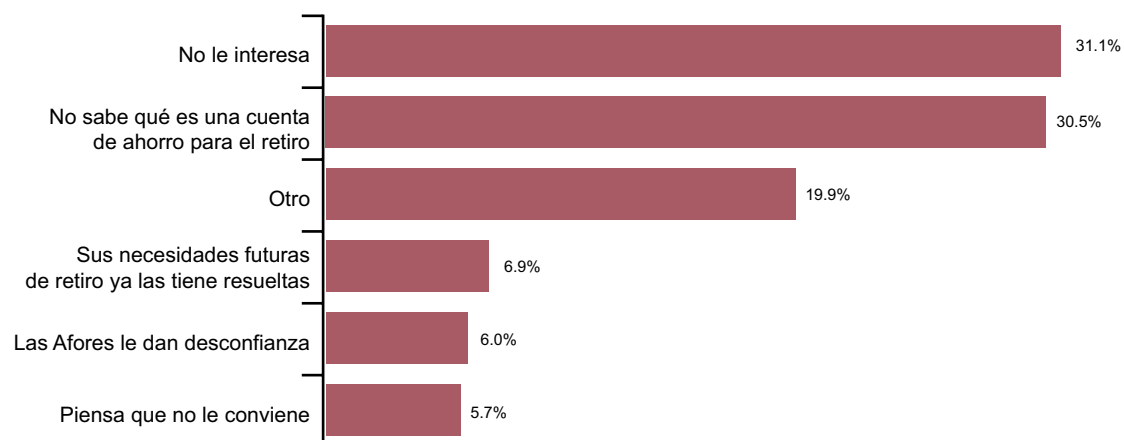


Fuente: CNBV con datos del INEGI

Por último, a las personas que dijeron que no se les hace un descuento para su cuenta de ahorro para el retiro se les cuestionó sobre las barreras para que ellos abrieran una de forma independiente. La razón principal fue que no les interesaba (1.29 millones). Otros argumentaron que no sabían

que era una cuenta para el retiro (1.27 millones). En general, se observa falta de información sobre el producto y sobre cómo adquirirlo. Sólo 284,988 adultos tienen ya resueltas sus necesidades futuras de retiro.

Gráfica 6.15 Razones para no abrir una cuenta de ahorro para el retiro



Fuente: CNBV con datos del INEGI

PAGOS GUBERNAMENTALES G2P



Las mejores prácticas internacionales en materia de operación de Tesorerías Gubernamentales mencionan que los acuerdos del gobierno con la Banca son un factor importante en la administración y control de los recursos públicos.

PAGOS

GUBERNAMENTALES

7

Las Tesorerías juegan un papel fundamental para garantizar que tanto los ingresos como los pagos, se realicen correctamente, en tiempo y forma; también que los saldos de caja del gobierno sean administrados de manera óptima para reducir los costos de endeudamiento o para maximizar el pago de intereses de los excedentes de caja. Esto se logra mediante el establecimiento de una estructura unificada de las cuentas bancarias del gobierno, concepto que se conoce como Cuenta Única de Tesorería (CUT).

La CUT es un pre-requisito para una gestión de tesorería moderna y es una herramienta eficaz para establecer la supervisión y el control centralizado de los recursos financieros del gobierno. Asimismo, proporciona beneficios adicionales que aumentan la eficacia general del sistema de administración de las finanzas públicas. El establecimiento de una CUT debe, por lo tanto, recibir prioridad en cualquier agenda de reforma.

Para la implementación de los pagos de manera centralizada, la Tesorería de la Federación (Tesofe) ha generado eficiencias operativas y ahorro a los ejecutores de gasto, ya que estos últimos han reducido considerablemente el número de cuentas bancarias que administran, debido a que la Tesofe se encarga de realizar de manera electrónica, la mayoría de los pagos por cuenta de los ejecutores, a las cuentas bancarias de los beneficiarios finales de los pagos.

En materia de distribución de apoyos de programas gubernamentales, el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (Bansefi) ha implementado diversas acciones en los últimos años para acelerar este proceso a través de medios electrónicos, es decir, a través de la apertura y formalización de cuentas y la entrega de tarjetas bancarias que permiten que la población más vulnerable del país tenga un primer contacto con una institución financiera y con mecanismos formales de ahorro.

Contando con elementos adecuados como infraestructura y educación financiera, los pagos gubernamentales efectuados de manera electrónica pueden mejorar el impacto de las transferencias sociales, proporcionando el acceso a instrumentos para mantener los fondos y realizar transacciones con seguridad. Además, este mecanismo ofrece a los destinatarios el uso de otros productos financieros como son transacciones y pagos, seguros y créditos. Los pagos electrónicos gubernamentales, cuidadosamente diseñados y con la participación orientada de las instituciones

financieras, proporcionan la entrada a una gama más amplia de servicios financieros que generen mayor bienestar a las familias mexicanas.

El término G2P se refiere a los pagos realizados por el gobierno hacia las personas, es decir, los pagos realizados por el gobierno a personas físicas o morales, ya sean proveedores de bienes o servicios, beneficiarios de programas sociales, empleados de gobierno o pensionados.

En este capítulo se aborda la evolución de la Cuenta Única de Tesorería, que es un sistema de cuentas bancarias operado por la Tesorería de la Federación, en donde ingresan los recursos federales y, desde la cual, se realizan todos los pagos, con el fin de maximizar la eficacia en la administración de los recursos públicos. Asimismo, se mencionan los esfuerzos que ha realizado el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, como uno de los principales instrumentos del Gobierno Federal, para fomentar la Inclusión Financiera de las personas en situación de pobreza a través de programas sociales.

La Tesofe proporciona al Gobierno Federal los servicios de tesorería y de vigilancia de fondos y valores. Tiene como objetivo administrar con eficiencia, eficacia y transparencia los fondos y valores, propiedad del Gobierno Federal y los que están bajo su cuidado, así como proporcionar información oportuna para la toma de decisiones y la rendición de cuentas.

Por una parte, Bansefi es una institución de Banca de Desarrollo que ofrece servicios financieros en lugares y a personas de bajos recursos. Su misión es apoyar el desarrollo institucional del sector de ahorro y crédito popular y promover la cultura financiera y el ahorro de sus integrantes, a través de la oferta de productos y servicios adecuados. Bansefi forma parte del marco de una estrategia del Gobierno Federal para promover el ahorro y coadyuvar en el proceso de Inclusión Financiera, mediante la creación de mecanismos institucionales para llevar más productos y servicios a un mayor número de regiones del país.

Indicadores básicos de pagos gubernamentales

La medición de la Inclusión Financiera para los pagos gubernamentales requiere de la definición de indicadores básicos que permitan su evaluación a través del tiempo. Este conjunto de indicadores, así como sus definiciones, se presentan en el cuadro 7.1

Cuadro 7.1 Indicadores básicos de pagos gubernamentales

Pagos gubernamentales	Se refiere a los pagos que realiza la TESOFE por cuenta de las unidades ejecutoras que afectan el Presupuesto de Egresos de la Federación, así como cualquier otro pago que legalmente deba efectuar el Gobierno Federal.
Pagos centralizados de nómina	Son remuneraciones y retribuciones a los empleados de la Administración Pública Federal, siempre y cuando el pago lo realice la TESOFE directamente a las cuentas bancarias de los empleados.
Pagos centralizados de pensiones	Son pensiones y otros conceptos de seguridad social, siempre y cuando el pago lo realice la TESOFE directamente a las cuentas bancarias de los pensionados.

Fuente: TESOFE

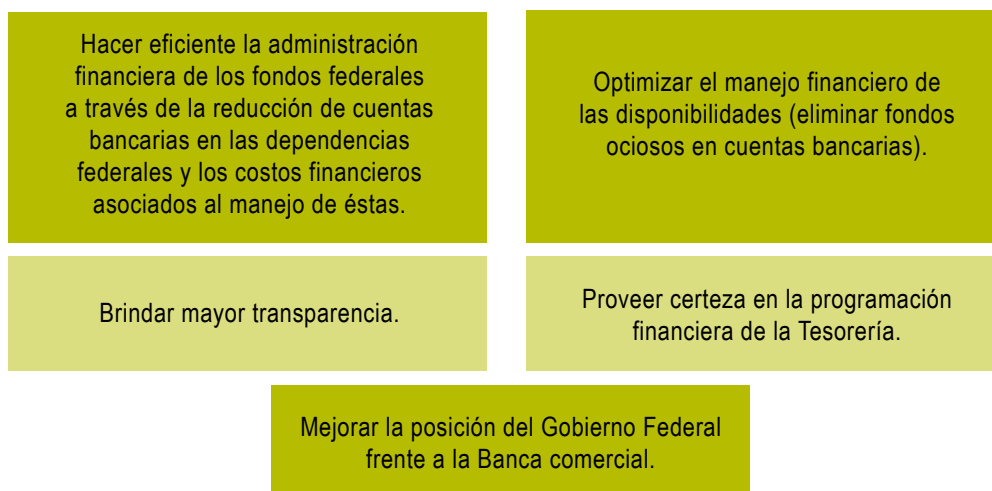
Indicadores de pagos gubernamentales a nivel nacional

- Al cierre de diciembre de 2012, el número de pagos procesados en el SPEI por la TESOFE fue de 62.3 millones.
- Por su parte, durante 2012, el monto de pagos por concepto de nómina gubernamental, dispersados a través del SPEI, fue de 15.8 millones.

El artículo 51 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria (LFPRH), indica que la CUT es un sistema de cuentas cuya titularidad corresponde a la Tesorería de la Federación, a la que deberán ingresar directamente los fondos provenientes de la aplicación de la Ley de Ingresos de la Federación y otros conceptos que deba percibir el Gobierno Federal por cuenta propia o ajena,

y desde la cual se realizarán todos los pagos autorizados que afecten al Presupuesto de Egresos de la Federación y los demás que legalmente deba hacer el Gobierno Federal a los beneficiarios finales de las obligaciones de las dependencias y entidades federales, utilizando medios de pago electrónicos. Los objetivos de su implementación se muestran en el cuadro 7.2.

Cuadro 7.2 Objetivos de implementación de la CUT



Fuente: TESOFE

También este mecanismo contribuye, en gran medida, a promover el uso de medios electrónicos de pago por parte del Gobierno Federal, así como a la Inclusión Financiera de los beneficiarios finales de los pagos.

En 2012, el Banco Mundial publicó sus “Guías Generales para la Elaboración de Programas Gubernamentales de Pago”, el cual fue preparado por sus consultores y el Grupo Asesor Internacional de Pagos del Gobierno, el cual incluye a las instituciones del sector público de varios países (entre ellos la Tesorería y el Banco Central mexicanos) con experiencia en la ejecución de los programas de pago del gobierno. Estas directrices están destinadas a “ser utilizados por los gobiernos, responsables políticos y otras partes interesadas, como punto de referencia a la hora de examinar la situación actual de los programas de pagos del gobierno en sus jurisdicciones, y la necesidad de reformas [....]”. En estas directrices, los gobiernos son llamados, entre otras cosas, a:

- Revisar y agilizar los procesos de tesorería, y trabajar en su automatización;
- Sacar el máximo provecho de los métodos de pago electrónico;
- Establecer un marco jurídico adecuado con aplicación específica a los programas de pago del gobierno;
- Desarrollar una infraestructura de pagos adecuado;

- Adoptar un enfoque estratégico para el desarrollo de programas de pago del gobierno, y
- Aprovechar los programas de pago del gobierno para promover la inclusión financiera.

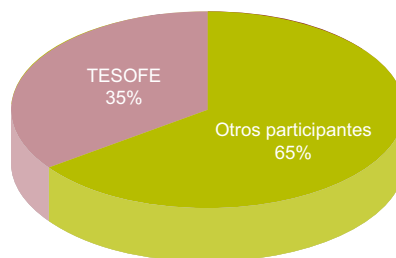
El recuento de la centralización de los pagos del gobierno en México se ajusta mucho a las directrices del Banco Mundial y, es sin duda, un complemento útil de las Guías para los países que quieran seguir esta política.

A finales de 2012 se publicó el “Decreto que establece las medidas para el uso eficiente, transparente y eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, así como para la modernización de la Administración Pública Federal”, cuyo objetivo es que los gastos del gobierno federal sean eficientes y transparentes. Dentro de este Decreto, se refuerza el uso del esquema CUT y, en su artículo vigésimo, se establece que la Tesorería de la Federación deberá realizar los pagos con cargo al Presupuesto de Egresos de la Federación de forma electrónica, mediante transferencias de fondos para su acreditamiento en las cuentas bancarias de los beneficiarios finales de los pagos, exceptuando aquellos casos en que no se cuente con servicios bancarios en la localidad correspondiente. Lo anterior, al tiempo que se atiendan las políticas emitidas por el Consejo Nacional de Inclusión Financiera.

La Tesorería de la Federación realiza los pagos electrónicos a los beneficiarios finales del Gobierno Federal a través del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI). A diciembre de 2012, el número total de pagos procesados en

SPEI por Tesofe, ronda los 62.3 millones (incluyendo pruebas en ambiente real enviando un centavo a cada beneficiario), representando el 35% del volumen total de pagos del SPEI (véase gráfica 7.3).

Gráfica 7.3 Total de pagos procesados a través de SPEI



Fuente: Banco de México

Como se mencionó anteriormente, Tesofe desembolsa pagos mediante SPEI, que es un sistema de pago interbancario que permite a cualquier titular de una cuenta en el sistema bancario transferir recursos a cualquier otra cuenta. Es interesante notar que en 2012, los pagos enviados por Tesofe representan sólo el 1% del importe total de las transferencias realizadas a través de SPEI, pero representan el 35% del volumen de las transacciones.

Esto muestra claramente la importancia de la Tesofe en el sistema, pues acredita a cientos de miles de cuentas cada mes, con cantidades relativamente pequeñas por operación, que pueden muy bien ser la única transferencia electrónica que muchos (si no la mayoría) de los empleados, pensionistas y beneficiarios de subsidios en México, están recibiendo. Cabe señalar que en 2012, Tesofe ejecutó más de 250,000 pagos por SPEI por día hábil en el año.

Nómina

Debido a lo significativo del rubro de gasto por concepto de servicios personales, se cuenta con un proceso automatizado que permite efectuar el pago de la nómina federal de manera centralizada.

En ese sentido es importante destacar que, además de las cuestiones de control, la disciplina y el costo, cuando el pago se centraliza, el equilibrio de poder entre el consumidor y el banco cambia dramáticamente. Bajo el sistema CUT, el empleado puede elegir el banco de su preferencia. De esta manera, los bancos deben atender a los consumidores para atraerlos, en lugar de cortejar a los funcionarios de las dependencias. Las ventajas para el Gobierno Federal, son, por ejemplo, dejar de pagar comisiones a los bancos por concepto de dispersión, y para los empleados, el poder recibir la nómina en el banco de su elección.

Para efectos del pago de nómina a través del SPEI, y dadas las características que implica este concepto de pago, se utiliza el tipo de pago denominado "tipo 12 - pago de nómina", el cual opera en un horario que va de las 19:00 a las 23:30 horas, lo cual permite la convivencia en el SPEI con los demás tipos de operación, principalmente con el conocido como "persona a persona".

La Tesorería, en función de las dependencias y entidades que se han incorporado al pago centralizado de nómina del Gobierno Federal, ha incrementado el volumen de pagos transmitidos por concepto de nómina a través del SPEI, como se muestra en la tabla 7.4.

Tabla 7.4 Pago centralizado de nómina

Año	2008	2009	2010	2011	2012
Número de operaciones de pago de nómina	1,461,636	7,508,637	13,001,757	14,377,122	15,845,709

Fuente: Tesofe, diciembre 2012

Hay dos argumentos que las dependencias gubernamentales generalmente invocan para justificar que no se paga el 100% de empleados por esta vía:

- La Ley Federal del Trabajo, que otorga al trabajador la decisión para recibir o no su pago a través de una transferencia electrónica.
- La negativa de los trabajadores a recibir sus pagos a través de transferencias electrónicas, entre otras cosas, debido a la carga de comisiones bancarias en estas cuentas.

Pensiones

Debido a la similitud con el tipo de pago de nómina y al elevado volumen del pago por concepto de pensiones de seguridad social, se trabajó con las dos instituciones de seguridad social del país para el diseño de un proceso automatizado que permita efectuar el pago a 2.4 millones de pensionados del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y de los 850 mil pensionados del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) de manera centralizada por medio de la Tesorería de la Federación, cuidando, al igual que en el caso de la nómina, que éste se adecúe, en la mejor medida posible, al proceso utilizado y que las responsabilidades continuarán igual para cada uno de los operadores del proceso, basados en esquemas de seguridad que así lo avalen.

Es importante destacar que un requerimiento fundamental para efectuar el pago directo de pensiones es que los beneficiarios cuenten con cuentas bancarias con CLABE asociada a ella, por lo que, tanto el IMSS como el ISSSTE implementaron un esquema con los bancos respectivos para que los beneficiarios de pensiones tuvieran este tipo de cuentas.

Programas Sociales

En el marco del Consejo Nacional de Inclusión Financiera y como parte del Grupo de Trabajo denominado Modelos de Negocio, se trabaja, junto con la Asociación de Bancos Mexicanos en el diseño de las bases de un modelo de negocio de programas sociales federales.

Dicho modelo resulta necesario dado que, a diferencia del modelo de nómina, estos pagos son de recurrencia variable (en ocasiones una vez al año); los importes tienen una varianza grande; los beneficiarios habitan áreas urbanas, semi-urbanas y rurales, siendo estos últimos los que presentan menor cobertura e infraestructura bancaria, así como costos más elevados de operación. Además, los beneficiarios pueden estar menos familiarizados con el uso de productos bancarios.

Por otro lado, los bancos tienden a ver a los beneficiarios de estos programas no como clientes potenciales, sino como meros receptores de pagos y, por lo tanto, no atienden sus quejas o demandas de la mejor manera, lo que a su vez ahuyenta de las sucursales y del sistema bancario en general, a este sector de la población.

El modelo en cuestión debe incluir como premisa el no cobro de ciertas comisiones a los beneficiarios y que la dispersión de los pagos sea mediante la TESOFE a través de SPEI y estar ajustado a las características intrínsecas de los programas de subsidios. Algunos de estos programas necesitan realizar una prueba de vida del beneficiario, y por ello, tener contacto físico cada determinado tiempo, lo que usualmente se programa en los días del pago.

Adicionalmente, se propone que el uso de cuentas bancarias sea adecuado al monto del subsidio; que incluya mecanismos de disposición orientados, preferentemente,

a no utilizar efectivo y que resulten económicos (celular y terminales punto de venta de bajo costo); que la apertura de cuentas bancarias sea en el banco de elección de los beneficiarios; que la cuenta bancaria tenga los componentes de Inclusión Financiera (transferencias y pagos, ahorro o inversión, seguros y crédito); que sea sin costo para el beneficiario. Se analiza, a su vez, que incorpore apoyos temporales que pudiera dar el Gobierno Federal, en tanto se logra la rentabilidad suficiente para que sea sustentable; y que los precios y formas de cobro por los servicios bancarios sean transparentes. También, se estudia la forma en que los precios se puedan diferenciar y convenir con la Banca los

ajustes necesarios, en función inversamente proporcional, al tamaño de los estratos que se definan, con base en el número de habitantes (demanda) y número de sucursales y corresponsales existentes (oferta).

Otro modelo de negocio en programas sociales es el pago de apoyo de programas gubernamentales, como el del Programa de Desarrollo Humano Oportunidades, operado durante los últimos años por BANSEFI, el cual ha contribuido de manera significativa a alcanzar su objetivo de democratizar el acceso de la población a servicios financieros formales.

Pago de apoyos de programas gubernamentales a beneficiarios de programas sociales

- A diciembre de 2012, Bansefi tiene presencia en el 97.8% de los municipios del país a través de redes bancarias o TPVs en red cerrada.
- Durante 2012, Bansefi otorgó alrededor de 41.2 millones de apoyos a beneficiarios de programas sociales como Oportunidades durante 2012.
- De 2009 a diciembre de 2012, Bansefi ha otorgado beneficios por un monto de \$168 mil millones y ha atendido a 7.2 millones de beneficiarios en el 2012.

La distribución de apoyos de programas gubernamentales a través de medios electrónicos es un mecanismo de política pública que tiene BANSEFI a su alcance, y que coadyuva en el proceso de Inclusión Financiera definido por el Gobierno Federal, visto como un detonador del crecimiento, la equidad y el desarrollo de la economía nacional. A fin de acelerar este proceso y alcanzar la meta establecida en el Plan Nacional de Desarrollo en materia de Inclusión Financiera, la institución está implementando acciones específicas en materia de un mayor acceso y uso de servicios financieros entre la población.

BANSEFI considera que, a fin de cumplir con su mandato y cerrar la brecha de servicios financieros en el país, el servicio electrónico de entrega de apoyos gubernamentales es una oportunidad invaluable para bancarizar de forma masiva al segmento de la población de menores ingresos que recibe apoyos sociales, de tal forma que cuenten con instrumentos financieros básicos que les permitan, además de enfrentar eventualidades, suavizar su consumo en el tiempo, contar con un lugar seguro para ahorrar, hacer frente a riesgos financieros, y, por lo tanto, contribuir a mejorar su nivel de vida.

Para la entrega electrónica de programas sociales, BANSEFI ha implementado dos estrategias para atender, principalmente, a las localidades en las que habitan los beneficiarios de programas sociales, y por lo tanto el grado de acceso a servicios financieros de los mismos:

- 1) Para las comunidades urbanas se abren cuentas bancarias de forma masiva y se entregan tarjetas de débito a los beneficiarios, quienes pueden disponer de sus apoyos en cualquier momento, ya sea en sucursales BANSEFI, cajeros automáticos, o bien, realizar compras en los establecimientos afiliados, como tiendas de autoservicio y la posibilidad de realizar retiros de efectivo.
- 2) Para las comunidades rurales se abren cuentas bancarias de forma masiva y se entregan tarjetas con chip (con capacidad de identificación biométrica). Así mismo, ante la falta de acceso a servicios financieros, BANSEFI creó una red de atención mediante la contratación de otras entidades gubernamentales como Diconsa y Telecomm, así como de Entidades de Ahorro

y Crédito Popular y estaciones de servicio de Petróleos Mexicanos (PEMEX), las cuales se sumaron a la red de sucursales y corresponsales Bansefi. A esta red de distribución, que cubre el 97.8% de los municipios del país, se dotó de terminales financieras con capacidad de lectura biométrica para crear una red cerrada en la que a cada beneficiario se le asigna un punto específico de entrega de apoyos durante un periodo determinado.

El esquema genera eficiencias para todos los involucrados respecto a la entrega de apoyos en efectivo, tales como:

- Reducción de costos de transacción para los beneficiarios (tiempo y costos de traslado y de oportunidad).
- Reducción de costos en la operación de los programas sociales.
- Conciliación de pagos en tiempo real.
- Eliminación del costo de oportunidad del dinero por mantenerse improductivo en cuentas puente.
- La bancarización de los beneficiarios; al contar con una cuenta bancaria, le permite al beneficiario el acceso a servicios financieros formales, como el ahorro, seguros, y crédito.

Cuadro 7.5 Medios de atención de BANSEFI a beneficiarios de programas sociales

Red bancaria	<ul style="list-style-type: none"> • Cajeros automáticos propios o de otros bancos • Sucursales y corresponsales de Bansefi • Compras en establecimientos afiliados. • Cash back en establecimientos afiliados
Terminales financieras en red cerrada	<ul style="list-style-type: none"> • Entidades de Ahorro y Crédito Popular autorizadas para la prestación de este servicio • Sucursales Bansefi • Tiendas Diconsa • Oficinas telegráficas de Telecom • Estaciones de servicio franquiciarias de PEMEX • Puntos móviles y temporales de Bansefi y Telecom • Otras redes que se puedan incorporar en el futuro

Fuente: BANSEFI

Es importante señalar que existen, a través de beneficios adicionales como son los programas de educación financiera que Bansefi hace llegar a sus cuentahabientes y a la población en general, en donde se le ha dado un énfasis importante a comunidades en las que habitan beneficiarios de programas sociales y en aquellas en las que se han habilitado corresponsales Bansefi. De esta forma, se busca crear mayor conciencia de las ventajas del ahorro a través de mecanismos formales, así como de pertenecer a una institución financiera y adquirir mejores prácticas en el manejo de los recursos.

Finalmente, las Entidades de Ahorro y Crédito Popular, a través de la dispersión de programas sociales, han tenido acceso a un sector de la población que estaba desatendido financieramente y al que se le puede ofrecer otros productos y servicios financieros formales como el crédito.

Dispersión electrónica de apoyos gubernamentales

Para alcanzar el objetivo de llevar servicios financieros a la población más vulnerable, la incorporación del modelo de corresponsalía bancaria desempeña un papel relevante para cubrir zonas urbanas subatendidas y localidades rurales. La entrega de apoyos a través de cuentas bancarias asociadas a tarjetas, el establecimiento de corresponsales bancarios y la terminalización de comercios y Entidades de Ahorro y Crédito Popular, así como la educación financiera de los beneficiarios que habitan en localidades rurales, entre otros, contribuyen a complementar el mercado de servicios financieros y utilizar productos financieros formales, tales como el ahorro y el crédito, en la población de bajos ingresos.

Durante el 2012, BANSEFI logró la incorporación de nuevos puntos de atención para la entrega electrónica de programas gubernamentales, así como un incremento significativo en su red de corresponsales, en la que, solicitó autorización para la operación de dos redes adicionales a Diconsa, institución que fue la primera con la que BANSEFI se asoció para establecer este canal de atención a sus cuentahabientes y al público en general.

Al 31 de diciembre de 2012, a través de estas redes de servicio, BANSEFI tiene presencia en el 97.8% de los 2,456 municipios en que está dividido el territorio nacional (gráfica

7.6), porcentaje que contrasta con el 28% que se tenía en 2006.

Al término de 2012, el otro de los logros alcanzados fue que el 100% de los beneficiarios del programa Oportunidades tuvieran una cuenta de ahorro asociada a una tarjeta bancaria para recibir sus apoyos bimestralmente, derivado de que, al término de 2011, se logró la migración masiva de todo el padrón de este programa de apoyo al esquema electrónico a través de tarjetas con chip (se realizaron alrededor de 4.6 millones de solicitudes de apertura de cuentas y alrededor de 3.8 millones de entregas de tarjetas y registro de huellas digitales en las mismas).

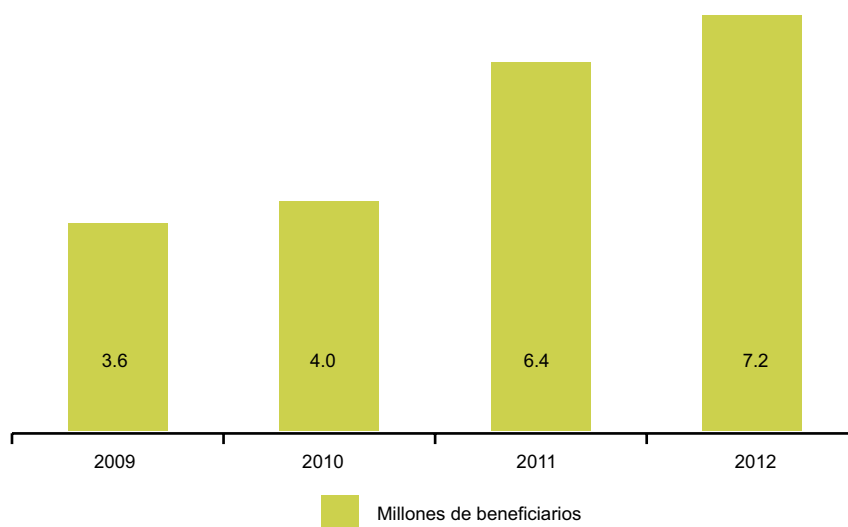
Gráfica 7.6 Porcentaje de municipios atendidos por BANSEFI a través de sus distintas redes



Fuente: BANSEFI, diciembre 2012

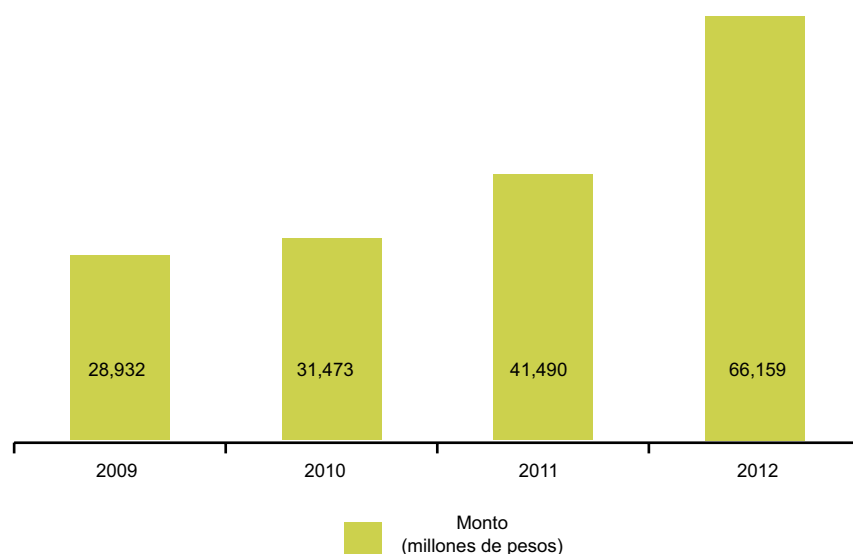
De 2009 a diciembre de 2012, Bansefi ha dispersado apoyos de programas gubernamentales por un monto poco mayor a 168 mil millones de pesos y en 2012 ha atendido a 7.2 millones de beneficiarios, como se puede observar en las gráficas 7.7 y 7.8.

Gráfica 7.7 Beneficiarios de programas gubernamentales



Fuente: BANSEFI, diciembre 2012

Gráfica 7.8 Monto dispersado a través de programas gubernamentales



Fuente: BANSEFI, diciembre

El resultado que ha logrado BANSEFI en materia de bancarización e Inclusión Financiera en el transcurso de los últimos años ha sido relevante, e incluso, reconocido a nivel internacional, no sólo con los donativos que ha recibido para la consecución de sus objetivos, como el de la Fundación Bill & Melinda Gates para construir una red de corresponsales bancarios, sino también con premios como el

del Servicio Público que entrega la Organización de Naciones Unidas con el Programa de Corresponsales Bancarios y Distribución Electrónica de Programas Gubernamentales, en el que BANSEFI obtuvo el segundo lugar en la categoría de “Mejora en la entrega del Servicio Público” en la región de Latinoamérica, en virtud de su programa de Inclusión Financiera.

EDUCACIÓN FINANCIERA



Un sistema financiero desarrollado, competitivo, eficiente, sólido e innovador es indispensable para el buen funcionamiento económico de cualquier país, pues provee los medios de ahorro y financiamiento a todos los agentes económicos que lo integran.

EDUCACIÓN FINANCIERA 8

Las autoridades financieras han convertido el tema de la Inclusión Financiera en una prioridad con el objetivo de impulsar la formación de un sistema financiero incluyente, que tenga una mayor penetración y que ofrezca mejores productos y servicios a toda la población. Sin embargo, para avanzar con dicha prioridad es necesario que al mismo tiempo se promueva la Educación Financiera, ya que no es suficiente crear los medios para proveer de productos y servicios financieros a un mayor número de personas, si no cuentan con los conocimientos suficientes para utilizarlos a su favor de forma responsable.

Importancia de la Educación Financiera

La Educación Financiera es el proceso por medio del cual se adquieren los conocimientos financieros y se desarrollan las habilidades y capacidades necesarias para tomar decisiones informadas en cuanto al manejo de los recursos monetarios, así como para utilizar los productos y servicios financieros de forma certera y consciente, motivando con ello, el bienestar personal y familiar.

El desarrollo acelerado de los mercados ha generado que, hoy en día, haya un número creciente tanto de productos como de instituciones financieras, cuya complejidad aumenta de forma progresiva dificultando que las personas estén mejor informadas al momento de tomar decisiones.

Aunado a lo anterior, en México no se cuenta con una arraigada cultura financiera. Esto tiene consecuencias negativas en el bienestar de las personas, como el endeudamiento excesivo, la falta de ahorro para el futuro, el uso improductivo de las

remesas recibidas, el no contar con respaldo para afrontar imprevistos y el poco conocimiento sobre los beneficios que ofrece la inversión en actividades productivas. Asimismo, la falta de información promueve el uso de servicios financieros informales, que, con frecuencia, resultan desventajosos, inseguros y más costosos a quien los contrata.

La Educación Financiera proporciona herramientas que ayudan a mantener las finanzas sanas, administrar los ingresos, gastar mejor, construir los medios para hacer frente a imprevistos, formar un patrimonio, planear para el futuro y cumplir metas de vida.

Por otra parte, la Educación Financiera también contribuye a mejorar el funcionamiento del mercado financiero, ya que incentiva el aumento de la oferta financiera, la calidad y la competitividad, debido a que los consumidores informados demandan servicios adecuados a sus necesidades, lo que les proporciona información a los intermediarios financieros permitiéndoles generar productos y servicios a la medida de los consumidores.

Adicionalmente, la Educación Financiera impulsa la actividad económica del país, ya que un consumidor mejor informado ahorra más, lo cual, normalmente, se traduce en mayor inversión y crecimiento económico.

A través de los productos y servicios financieros se pueden satisfacer necesidades y mejorar el nivel de vida, pero se debe tener un buen conocimiento de éstos para usarlos adecuadamente y sacarles el mayor provecho (cuadro 8.1).

Cuadro 8.1 Beneficios de la Educación Financiera y efectos de su carencia

Efectos de la carencia de Educación Financiera

- Endeudamiento excesivo de los consumidores.
- Bajo nivel de ahorro para el retiro.
- Prácticas abusivas de venta de productos y/o servicios financieros.
- No contar con cobertura ante riesgos imprevistos.
- Costos más elevados.
- Desconfianza en las instituciones financieras.
- Uso de servicios financieros informales.

Beneficios de la Educación Financiera

- Consumidores de servicios y productos financieros que no tengan temor a usarlos.
- Aumento de la demanda de productos financieros.
- Reducción de la brecha de información entre consumidores y oferentes de servicios financieros.
- Concientización de los riesgos implícitos en los productos y servicios financieros para neutralizarlos o minimizarlos.
- Conocimiento de los derechos y los mecanismos para hacer que se cumplan.
- Promoción de la transparencia, competencia y eficiencia del sistema financiero.
- Impulso del desarrollo financiero y crecimiento económico.

Por ello, el reto de las autoridades e instituciones financieras es proporcionar las herramientas y conocimientos necesarios a los usuarios para la toma de decisiones que les ayuden a mejorar su calidad de vida y fortalecer su patrimonio. En este sentido, los trabajos en materia de Educación Financiera que se realicen resultan fundamentales.

Educación Financiera: Tu Ganancia

En cumplimiento de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, la CONDUSEF es el organismo público que tiene la atribución de elaborar y establecer programas educativos en materia financiera.

En seguimiento de esta labor, la CONDUSEF creó el programa de **“Educación Financiera, Tu Ganancia”** con el objetivo de transmitir conocimientos financieros y desarrollar habilidades útiles en el día a día, como: presupuestar los gastos de la casa, identificar la tarjeta de crédito más barata, proteger el

patrimonio con un seguro, ahorrar para enfrentar imprevistos, preparar el retiro, entre otros.

El programa se guía por dos ejes rectores: en primer lugar, el programa busca desarrollar capacidades en los consumidores y difundir información sobre productos y servicios financieros, ya que no sirve de nada la capacidad sin información y viceversa. En segundo lugar, busca crear estrategias concretas de difusión, considerando las necesidades específicas de los consumidores de acuerdo a su perfil (edad, situación laboral y familiar).

Como parte de este programa, la CONDUSEF ha creado una amplia gama de materiales y ha realizado diversas actividades que buscan llegar a todos los segmentos de la población, desde niños, jóvenes, adultos, personas de la tercera edad, familias y empresas. En el cuadro 8.2, se presentan los programas y materiales más destacados.

Cuadro 8.2 Programas y materiales educativos que promueve la CONDUSEF en materia financiera

- La CONDUSEF cuenta con una página web donde se pueden consultar simuladores y calculadoras financieras sobre productos crediticios, ahorro, inversión, presupuesto familiar y seguros; cuadros comparativos de los principales productos y servicios financieros; registros financieros para conocer, entre otros temas, información corporativa, contratos de adhesión y comisiones de las instituciones financieras.
- Asimismo, a través del portal de la CONDUSEF, se puede descargar material educativo como es la Revista “Proteja su Dinero”, las guías de Educación Financiera para maestros, la guía familiar de Educación Financiera, trípticos, historietas, conduguías y flyers.
- También, cuenta con dos micrositios de internet: el micrositio infantil donde se presenta material y actividades de Educación Financiera para niños y el micrositio de Educación Financiera que cuenta con material y dinámicas para todo tipo de usuarios desde niños hasta personas de la tercera edad y familias.
- Como parte de la estrategia, la Comisión difunde cada viernes por correo electrónico el boletín “Consejos para tu bolsillo” que ofrece consejos prácticos para administrar los recursos y sacar mayor provecho del uso de productos y servicios financieros.
- A través del programa Educación Financiera en tu empresa difunde contenidos en materia de finanzas a través de los canales de comunicación interna de las empresas.
- Además, cuenta con un Diplomado en Cultura Financiera a distancia impartido a empleados y prestadores de servicio social del organismo, alumnos universitarios y al público en general, con contenidos multimedia sobre el sistema financiero mexicano, su marco legal e información del entorno económico del país.

Semana Nacional de Educación Financiera (SNEF)

Con la intención de llevar la capacitación a diferentes partes del país y a diferentes públicos, la CONDUSEF ha realizado diversas actividades presenciales, entre las que se encuentran la exhibición itinerante: "Finanzas y bienestar: el ciclo de la vida", y la Semana Nacional de Educación Financiera (SNEF).

La SNEF es una iniciativa coordinada por la CONDUSEF que surge en el año 2008 como parte de las acciones en materia de Educación Financiera que impulsa la SHCP.

La Semana Nacional es posible gracias a la participación activa de las delegaciones de la CONDUSEF y de diversas instituciones financieras del sector público, educativo, empresarial y social. El objetivo de la SNEF es concientizar

a niños, jóvenes y público en general sobre la importancia que tiene la Educación Financiera para mejorar el bienestar personal y familiar.

Durante siete días, a nivel nacional, se llevan a cabo: talleres, foros, mesas de trabajo, conferencias, obras de teatro, entre otros eventos.

Como socios estratégicos, año con año se suman a este esfuerzo empresas e instituciones de todo el país, las cuales fortalecen la iniciativa replicando, en diversos sectores de la población, los mensajes de Educación Financiera.

La tabla 8.3 muestra los principales datos estadísticos que funcionan como medidor del conjunto de acciones realizadas por la CONDUSEF en esta materia durante el 2012.

Tabla 8.3 Acciones en materia de Educación Financiera de la CONDUSEF

Iniciativa	Resultados 2012
Revista "Proteja su Dinero"	<ul style="list-style-type: none">• 540 mil ejemplares impresos distribuidos.• 4.5 millones de descargas de la página web.
Educación financiera en tu empresa	<ul style="list-style-type: none">• 29 instituciones públicas y privadas participantes.• 839 mil empleados y trabajadores beneficiados.
Exhibición itinerante: "Bienestar y finanzas: el ciclo de la vida"	<ul style="list-style-type: none">• Museo interactivo de Xalapa (MIX), Veracruz: 21,866 visitantes.• Museo Interactivo Papagayo (MIP), Villahermosa, Tabasco: 18,610 visitantes.
Boletín electrónico: "Consejos para tu bolsillo"	<ul style="list-style-type: none">• 168,282 usuarios inscritos.• 48 boletines electrónicos enviados al año.
Diplomado en cultura financiera a distancia	<ul style="list-style-type: none">• 15,209 participantes.
Cuadros comparativos	<ul style="list-style-type: none">• 120 mil visitas.
Simuladores y calculadoras financieras	<ul style="list-style-type: none">• 1.5 millones de accesos• 4.2 millones de ejercicios realizados (39% crédito hipotecario, 20% crédito al auto, 17% ahorro e inversión, 15% tarjeta de crédito, 7% crédito personal y nómina, 0.7% planificación familiar, 0.3% Remesamex).

Iniciativa	Resultados 2012
Registros financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de Prestadores de Servicios Financieros (SIPRES): 4,950 instituciones registradas. • Directorio de Unidades Especializadas de Atención a Usuarios (DITUE): 2,970 instituciones registradas. • Registro de Tarifas de los Seguros Básicos Estandarizados (RESBA): 43 mil accesos. • Registro de Contratos de Adhesión (RECA): 80 mil accesos. • Registro de Comisiones de las SOFOM E.N.R. (RECO): 20 mil accesos. • Registro Público de Usuarios que no deseen información publicitaria de productos y servicios financieros (REUS): 361 mil registros en total.
Guías de educación financiera para maestros	<ul style="list-style-type: none"> • 1.7 millones de ejemplares repartidos a maestros de primaria. • 1.2 millones de ejemplares repartidos a maestros de 34 mil secundarias públicas y privadas. • 572 descargas del portal de internet.
Guía familiar de educación financiera	<ul style="list-style-type: none"> • 240 mil ejemplares impresos distribuidos. • 1.4 millones de descargas del portal de internet.
Semana Nacional de Educación Financiera (SNEF)	<ul style="list-style-type: none"> • 684 instituciones participantes. • 4,200 actividades en todo el país, 55% más con relación a 2011 (conferencias, obras de teatro, talleres, concursos de dibujo, entrevistas y más). • 367 mil personas beneficiadas. • 3 millones de materiales educativos (trípticos, folletos, guías de educación financiera, revistas, entre otros).

Fuente: CONDUSEF

A pesar de los esfuerzos realizados en esta materia, llevar una Educación Financiera a todos los mexicanos sigue siendo un reto enorme que requiere de las acciones conjuntas y coordinadas del gobierno, instituciones financieras y educativas, así como organizaciones sociales.

En México, diversas autoridades, organismos públicos, instituciones financieras, asociaciones gremiales, organizaciones no gubernamentales (ONG) y educativas, participan activamente en promover la Educación Financiera entre la población de todas las edades.

Esfuerzos en materia de Educación Financiera de instituciones públicas y privadas en México

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) junto con la CONDUSEF son las autoridades encargadas de la divulgación de la Educación Financiera en nuestro país. Asimismo, otros organismos públicos han realizado esfuerzos en esta materia, entre ellos se encuentra BANSEFI, CONSAR,

Sociedad Hipotecaria Federal (SHF), Banco de México, Museo Interactivo de Economía (MIDE), entre otras dependencias públicas.

También participan diversas instituciones de los sectores bancario, asegurador, bursátil y del ahorro para el retiro, entre otros, así como asociaciones gremiales como la Asociación de Bancos de México (ABM), la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro (AMAFORE), entre otros, como se muestra en la tabla 8.4.

Instituciones académicas también contribuyen a promover la cultura financiera en nuestro país, como es el caso de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), entre otras. Dichas instituciones colaboran activamente con dependencias gubernamentales, instituciones financieras y asociaciones gremiales en materia de Educación Financiera.

Tabla 8.4 Principales actividades en materia de Educación Financiera realizadas por instituciones públicas y privadas

Autoridades y organismos públicos

Institución	Programa	Acciones concretas	Página web
Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)	"Sácale más jugo a tu dinero"	Concentra información de educación financiera proporcionada por otros organismos públicos como la CONDUSEF y BANSEFI, entre otros.	www.educacionfinanciera.hacienda.gob.mx
Banco de México	"Mi Banxico. Educación económica y financiera para niños"	<ul style="list-style-type: none"> Videos interactivos sobre temas monetarios y financieros para niños 	www.banxico.org.mx/mibanxico
Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR)	Secciones: "Finanzas personales" "El SAR para niños y jóvenes"	<ul style="list-style-type: none"> CURSAR (Curso para empresas sobre el SAR) Ahorro Voluntario Calculadora de Pensión con Ahorro Voluntario Materiales impresos educativos: SARITA y el mundo de las pensiones Los Ahorros del Abuelo El Cotorro del Ahorro Material audiovisual (videos) Información y orientación sobre aspectos específicos del Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR) 	www.consar.gob.mx
Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB)	IPAB para niños	<ul style="list-style-type: none"> Historieta "¿Para qué me sirve el IPAB?" Tríptico "En el IPAB Tu Dinero está Seguro" Calculadoras y Simuladores 	www.ipab.org.mx/IPAB/ninos

Autoridades y organismos públicos

Institución	Programa	Acciones concretas	Página web
Cetes Directo	"Mi ahorro e inversión... ¡Cosa de niños!"	<ul style="list-style-type: none"> • Historieta audiovisual sobre ahorro e inversión • Glosario • Juegos • Simulador y calculadora 	www.cetesdirecto.com.mx/ninos/swf/cetesdirectoninos.swf
Museo Interactivo de Economía (MIDE)		<ul style="list-style-type: none"> • Salas y Exposiciones • Exposiciones temporales • Actividades • Cursos y talleres 	www.mide.org.mx

Asociaciones Gremiales

Institución	Programa	Acciones concretas	Página web
Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)	"Crece seguro, ponte listo"	<ul style="list-style-type: none"> • Información y orientación sobre aspectos específicos del sector seguros • Materiales audiovisuales interactivos • Videos • Juegos • Cuentos 	www.creceseguro.com.mx
	"Nada es seguro, tu seguro sí"	<ul style="list-style-type: none"> • Información y orientación sobre aspectos específicos del sector seguros • Videos • Glosario 	www.nadaessegurotuseguros.com.mx
Asociación Mexicana de Afores (AMAFORE)	"Prepara tu futuro"	<ul style="list-style-type: none"> • Información y orientación sobre aspectos específicos de las AFORES • Notas y casos prácticos • Calculadora • Concursos 	www.preparatufuturo.mx/
Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (AMASFAC)	"Semana Nacional de la Previsión y Responsabilidad"	<ul style="list-style-type: none"> • Historieta • Videos • Concursos de dibujo infantil • Pláticas a niños en escuelas primarias • Información sobre seguros 	www.amasfac.org/semana_de_la_prevision/seguros/
Asociación de Bancos de México (ABM)		<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre crédito y formas de pago • Boletines de Finanzas Universitarias • Calculadora • Diccionario financiero • Libro: "Entrenando en familia: Por la salud financiera" • Libro: "Finanzas ilustradas, Salud Financiera: mi responsabilidad" 	www.abm.org.mx

Instituciones de bancarias

Institución	Programa	Acciones concretas	Página web
Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI)	"Finanzas para Todos"	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos en línea a través de cápsulas educativas sobre planificación financiera, ahorro, crédito, seguros y servicios financieros en tres niveles (básico, intermedio y avanzado) • Talleres de capacitación para capacitadores en educación financiera • Material "Su dinero, Su futuro" con la colaboración de Freedom from Hunger y Microfinance Opportunities • Cursos de educación financiera en unidades móviles 	www.finanzasparatodos.org.mx
Sociedad Hipotecaria Federal (SHF)	"Asesor" tu consejero patrimonial	<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Educación Financiera "Asesor" tu consejero patrimonial 	www.shf.gob.mx
BBVA Bancomer	"Adelante con tu futuro"	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres gratuitos de finanzas personales y para pymes (presenciales o en línea) • Tips de finanzas personales y Pymes • Vídeos • Boletines de temas financieros • Participaciones en exposiciones 	www.adelantecontufuturo.com.mx
Banamex	"Saber cuenta"	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos, talleres y conferencias (presenciales y en línea). • Materiales didácticos (electrónico, audiovisual, juegos de mesa, etc.) • Publicaciones • Manuales • Exposiciones • Encuentros • Certámenes • Presencia en medios de comunicación • Obras de teatro • Atención telefónica 	www.banamex.com/demos/saber_cuenta
VISA	"Finanzas prácticas"	<ul style="list-style-type: none"> • Simuladores • Calculadoras • Cuadros comparativos • Diccionario • Cursos y eventos • Información sobre el sistema financiero y productos financieros • Comic de Vengadores "Salvar el día" VISA-MARVEL (2011) • Juego "Fútbol Financiero" VISA-FIFA • Noticias • Notas financieras y casos prácticos 	www.finanzaspracticadas.com.mx

Instituciones de bancarias

Institución	Programa	Acciones concretas	Página web
MasterCard	"Consumo Inteligente"	<ul style="list-style-type: none"> • Calculadoras • Simuladores • "Universidad Financiera" Información sobre el sistema financiero y productos financieros • Material audiovisual (Videos) • Notas financieras y casos prácticos 	www.consumointeligente.org
HSBC		<ul style="list-style-type: none"> • Conferencias presenciales • Publicación de tips financieros en Facebook • Videos en YouTube • Clases de educación financiera en escuelas públicas del país "Más allá del dinero" 	www.sustentar.mx
Compartamos Banco		<ul style="list-style-type: none"> • Revista "Compartamos Consejos" • Revista "Compartips" • Conferencia "Proyecto de vida y Educación Financiera" • Cursos • Obra de teatro a escuelas primarias "Compartiendo Aventuras" • Difusión de flyers y capsulas de educación financiera • Videos • Artículos 	www.compartamos.com

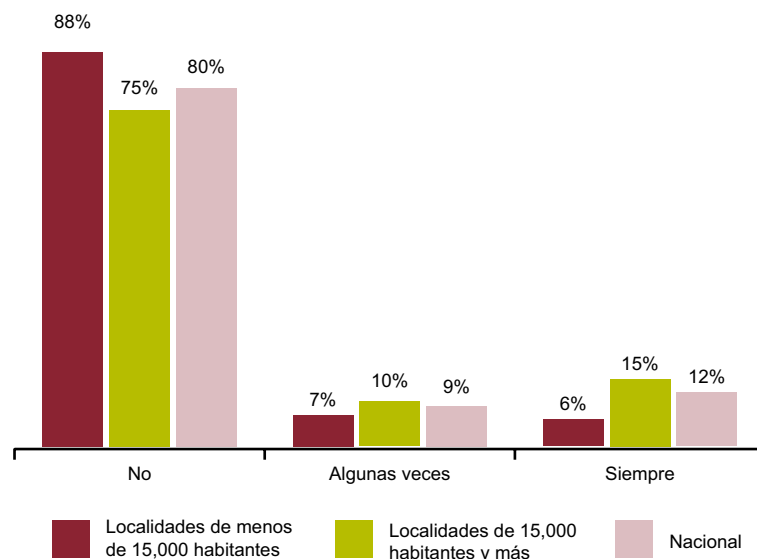
Fuente: CONDUSEF, con base en información publicada por cada institución

Resultados de la ENIF respecto a la Educación Financiera

Llevar un registro de los gastos puede ser considerada una capacidad financiera, pero también está asociada a la Educación Financiera que una persona haya recibido, pues le ayudará a mantener sus finanzas sanas. De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF)

2012, se encontró que tan solo alrededor del 20% de los adultos, a nivel nacional, llevan un registro de sus gastos, ya sea de forma intermitente o constante.

Tabla 8.5 Porcentaje de la población que lleva un registro de sus gastos por tipo de localidad



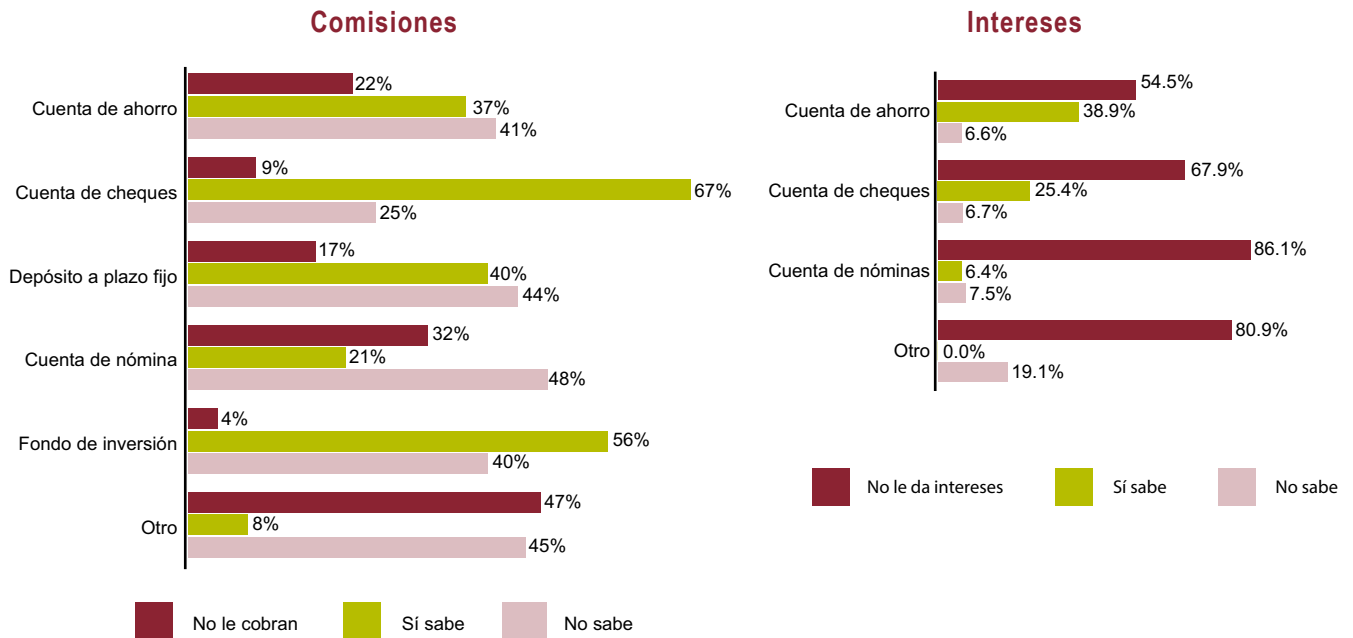
Fuente: CNBV con datos del INEGI

Segmentando por tamaño de localidad, no se observan resultados muy diferentes. En las localidades más pobladas, las personas registran sus gastos con más frecuencia. Esto puede deberse al hecho de tener mayor exposición a diferentes actividades comerciales y a manejar más productos financieros.

La CONDUSEF, a través de sus diferentes programas y materiales de Educación Financiera, promueve que toda la población aprenda a hacer un presupuesto, es decir un registro por escrito, no mental, de ingresos y gastos, con la finalidad de: tener un mayor control de los gastos, identificar en que rubros se gasta más, conocer el nivel de ahorro y calcular la capacidad de pago. Un presupuesto bien pensado y llevado, le permitirá a la población, no solo administrar mejor sus recursos, sino concretar sus metas financieras, incrementar y proteger su patrimonio.

Respecto al usuario del ahorro formal, se le cuestionó si conocía las comisiones que le cobraban por su producto (cuentas de ahorro, de cheques, a plazo fijo, de nómina o inversión), así como los intereses que ésta le generaba. De acuerdo con los resultados de la Encuesta, se observa que la mayoría de los adultos sí conocen las tasas de interés que la institución financiera les ofrece por los diferentes productos de captación, en contraste con las comisiones que la misma les cobra. En este último apartado, se puede observar que el conocimiento sobre el cobro de comisiones es muy diverso y depende de cada producto. Los usuarios de cuentas de cheques y cuentas de inversión son quienes presentan mayor conocimiento sobre las comisiones, mientras que los usuarios de cuenta de nómina y depósitos a plazo son quienes más desconocen dicho monto.

Gráfica 8.6 Porcentaje de usuarios de ahorro formal que conocen las comisiones cobradas y los intereses pagados por la institución

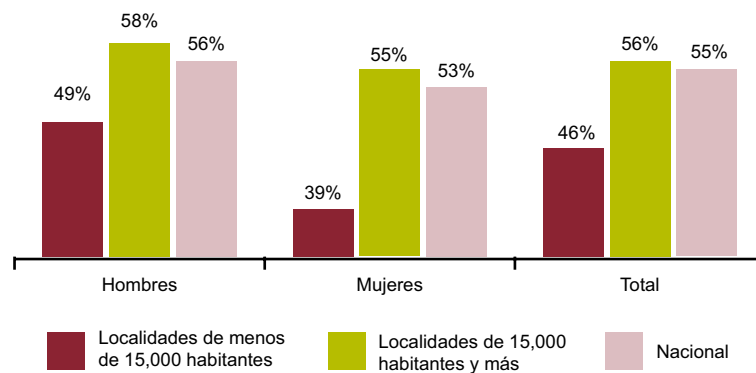


Fuente: CNBV con datos del INEGI

Referente a la portabilidad de la cuenta de nómina, menos de la mitad de los usuarios (46%) saben que pueden cambiarla de banco sin costo, por lo que, valdría la pena reforzar acciones encaminadas a difundir más información sobre este

tema. La diferencia por género es más notoria en localidades con menos de 15,000 habitantes, como se puede apreciar en la gráfica 8.7.

Gráfica 8.7 Porcentaje de la población que sabe que puede cambiar su nómina sin incurrir en ningún costo

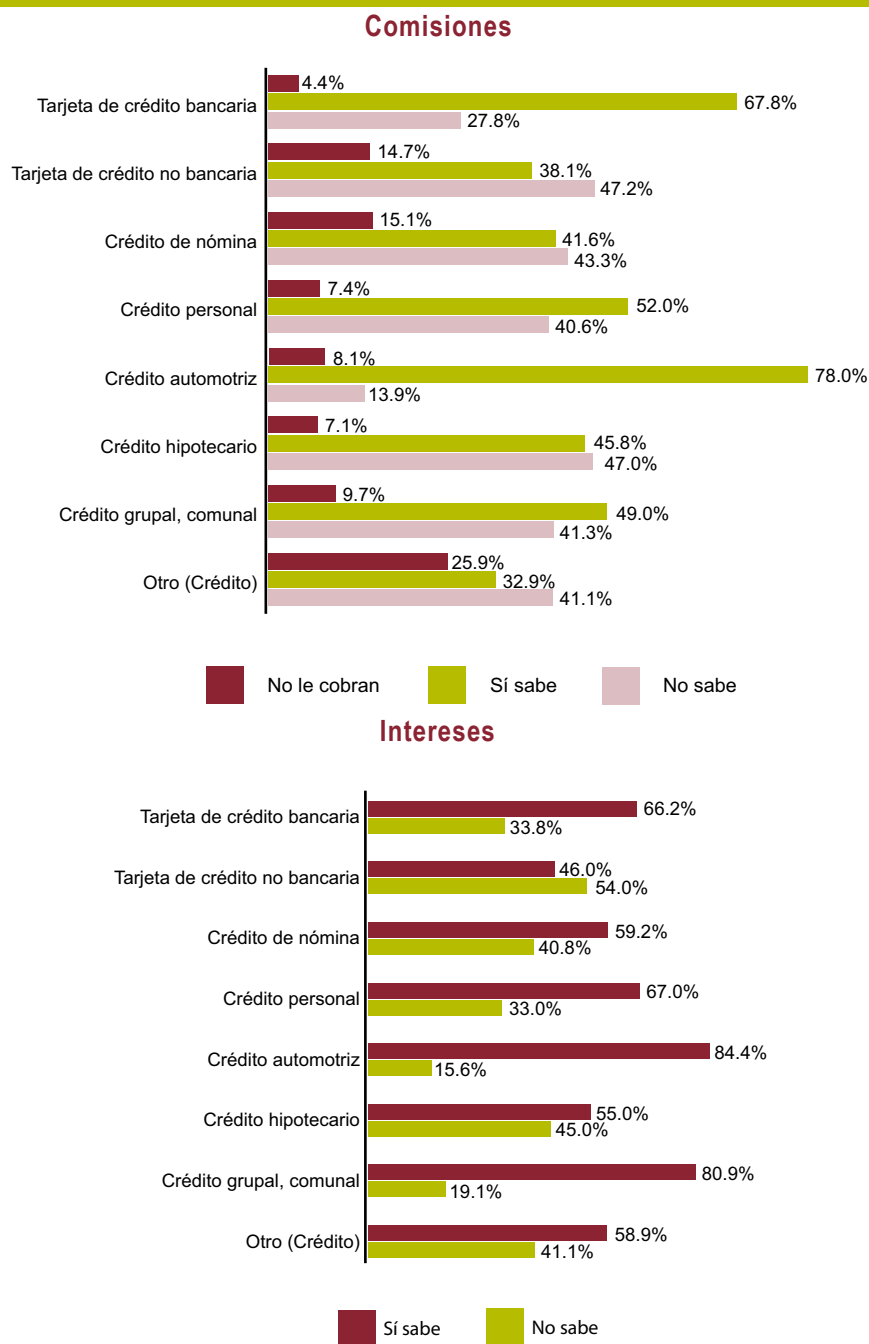


Fuente: CNBV con datos del INEGI

En cuanto a los usuarios de crédito, los usuarios tienen más conocimiento sobre las comisiones e intereses que les cobran en sus productos adquiridos. Destaca que las tarjetas de crédito no bancarias son el producto más usado entre los

mexicanos (72% de los adultos afirmó tener al menos una) y es justamente el producto que presenta el mayor porcentaje de desconocimiento acerca de los costos asociados a ellas.

Gráfica 8.8 Porcentaje de usuarios de crédito formal que conocen las comisiones e intereses cobrados en sus productos financieros

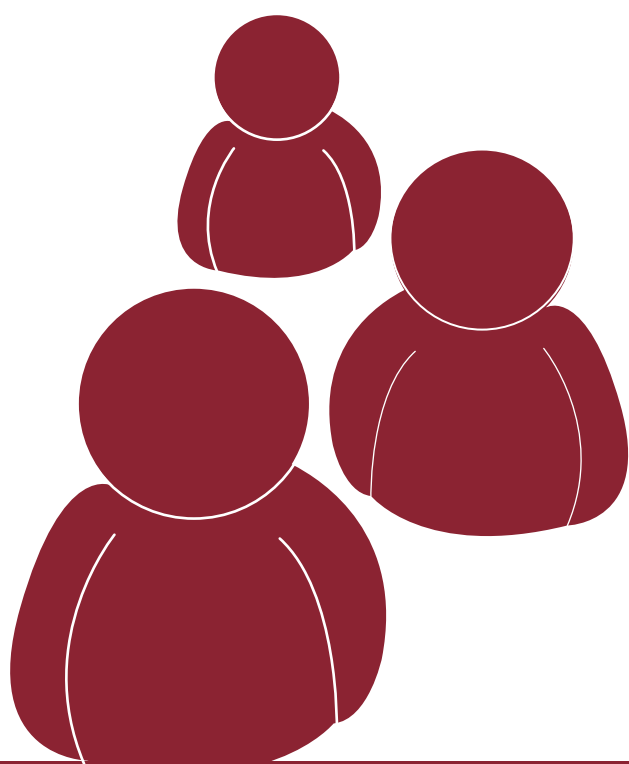


Fuente: CNBV con datos del INEGI

Ante los resultados de la ENIF, el Comité de Educación Financiera, instituido en 2011 por la SHCP, reforzó los trabajos de coordinación en materia de Educación Financiera e instaló en marzo de 2013, el Grupo de Trabajo de Educación Financiera para la Inclusión, a fin de coordinar las acciones referentes en la materia que respondan específicamente a las necesidades de inclusión financiera y contribuyan al logro de los objetivos del CONAIF.

Finalmente, en el ámbito internacional en el que participa México, el G20 en su reunión de 2013 en San Petersburgo, expresó su beneplácito al desarrollo de herramientas de medición y evaluación de programas de educación financiera desarrolladas por la Red Internacional de Educación Financiera de la OCDE (INFE) y el Banco Mundial. Asimismo, los Líderes del G20 respaldaron las guías de políticas sobre educación financiera para niñas y mujeres.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR



Cada vez que un consumidor enfrente un problema, o requiera de alguna aclaración relacionada con el producto o servicio que ofrece la institución financiera, tiene el derecho de acudir a esta última para ser atendido.

PROTECCIÓN A CONSUMIDOR 9

En caso de enfrentar algún problema relacionado con algún producto o servicio financiero, el usuario puede acudir a la institución financiera o bien, a una institución pública, que en el caso de México, es la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).

La CONDUSEF es un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio, coordinado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), dedicado al desarrollo de estrategias que protegen y defienden los derechos e intereses de los usuarios de los servicios financieros del país.

La CONDUSEF

El gobierno mexicano se ha preocupado por proteger y defender a los usuarios de servicios financieros. Por este motivo, el 18 de enero de 1999, el H. Congreso de la Unión aprobó la Ley que dio origen a la CONDUSEF.

A través de los años, la Comisión ha promovido y difundido la educación y la transparencia financiera para que los usuarios tomen decisiones informadas sobre los beneficios, costos y riesgos de los productos y servicios ofertados en el sistema financiero mexicano; ha protegido sus intereses mediante la supervisión y regulación a las instituciones financieras y ha proporcionado servicios que los asesoren y apoyen en la defensa de sus derechos.

La consolidación de una cultura institucional al interior de la CONDUSEF ha provocado que se fortalezca la transparencia, el combate a la corrupción y la construcción de condiciones que posibiliten la igualdad política, económica, social y cultural de mujeres y hombres.

Sus esfuerzos se concentran en dos vertientes fundamentales:

- Acciones preventivas (protección al usuario), y
- Acciones correctivas (defensa al usuario).

Las primeras se refieren a la elaboración y establecimiento de programas educativos en materia financiera, que apoyan y benefician a las familias mexicanas con la adquisición de conocimientos, habilidades y capacidades que les permiten tomar mejores decisiones en cuanto al manejo de sus recursos, hacer juicios informados, mantener finanzas sanas, construir los medios para hacer frente a imprevistos, formar un patrimonio y a cumplir metas de vida.

Estar mejor informados y preparados para usar productos y servicios financieros es fundamental en el entorno actual,

ya que hoy en día hay una mayor oferta tanto de productos financieros como de oferentes de los mismos.

Por otro lado, la CONDUSEF exhorta a las instituciones financieras a cumplir con las disposiciones legales en materia de transparencia financiera, con el propósito de que existan contratos claros, estados de cuenta entendibles e información suficiente sobre las comisiones, seguros asociados, entre otros elementos para que el usuario pueda analizar anticipadamente, y en mejores condiciones, el producto o servicio que pretende contratar.

La transparencia también está vinculada con el propósito de impulsar una mayor educación financiera entre la población, al concientizar a las personas de los derechos y obligaciones que adquieren, así como con la promoción de una sana y más abierta competencia entre las instituciones.

Por su parte, las acciones correctivas se refieren a la atención del público (usuarios y no usuarios de servicios financieros) que acuden a la CONDUSEF, para orientarlos, asesorarlos en materia financiera y/o ayudarlos a solucionar los conflictos o inconformidades frente a las instituciones financieras, arbitrar sus diferencias de manera imparcial y proveer a la equidad en las relaciones entre éstos, contribuyendo, de esta manera, al sano desarrollo del sistema financiero mexicano.

En esta sección se plasma información referente a las acciones correctivas (acciones de defensa) realizadas por la CONDUSEF durante el 2012.

Indicador básico de protección al consumidor

Se utiliza un indicador básico para la medición de la protección al consumidor, que consiste en el número de acciones de defensa que la CONDUSEF realiza por cada 10,000 adultos, considerando el lugar de origen de la acción atendida.

En este sentido, las acciones de defensa realizadas por la CONDUSEF, se derivan de las consultas o reclamaciones presentadas por los usuarios que tienen o desean contratar un producto o servicio financiero con diversas instituciones financieras, que cuentan con autorización para constituirse y operar como tal, así como de aquellas instituciones que no requieren de autorización para constituirse y que estén consideradas como intermediarios financieros.

La tabla 9.1 muestra el universo de instituciones y productos o instrumentos financieros contratados que atiende la CONDUSEF, vigentes al cierre del 2012.

Tabla 9.1 Instituciones financieras y productos financieros contratados

Número de instituciones financieras		Número de contratos vigentes*	
48	Banca Múltiple y de Desarrollo	182	Riesgos asegurados
3	Sociedades de Información Crediticia (SICs)	99	Tarjetas de débito
102	Aseguradoras	75	Cuentas transaccionales
14	AFORES (Administradoras de Fondos para el Retiro)	48	Cuentas de AFORE
15	Afianzadoras	27	Cuentas de nómina
35	Casas de Bolsa	25	Tarjetas de crédito
17	SOFOL (Sociedad Financiera de Objeto Limitado)	15	Otros contratos
3,717	SOFOM (Sociedad Financiera de Objeto Múltiple) ¹	* Millones de contratos Fuente: CNSF, CNBV y CONSAR	
566	Sociedades de Inversión		
123	Uniones de Crédito		
110	Entidades de Ahorro y Crédito Popular (EACP)		
200	Otras		

1. Incluye SOFOM con estatus constituidas sin enviar información.
Fuente: CONDUSEF

Cuadro 9.2 Composición del indicador básico de protección al consumidor

Asesorías	Controversias	Dictamen	Arbitraje	Defensa legal
Ayuda al usuario a entender el tipo de producto o servicio que adquirió, sus características, su forma de operación y el compromiso asumido por las partes. Asimismo orienta en materia jurídica en caso de ser necesario.	Gestiona el asunto de inconformidad con la institución financiera para encontrar una solución. Puede ser a través de gestiones amigables o una conciliación.	En caso de que las partes no hayan convenido sus intereses, la CONDUSEF podrá emitir un Dictamen que consiste en una opinión especializada de acuerdo a una valoración técnico-jurídica del asunto, con la intención de que ésta se pueda hacer valer ante tribunales competentes.	Al no haber arreglo en la etapa de conciliación, las partes podrán, de mutuo acuerdo, elegir a la CONDUSEF o a un tercero como árbitro de la controversia. Con ello, se emite la resolución que pone final al asunto y en el cual se señala a quien le asiste la razón.	Si el árbitro es rechazado por alguna de las partes, se puede solicitar un abogado de manera gratuita para que tramite el asunto ante tribunales, siempre que se cuente con los elementos suficientes y necesite ayuda económica.

Acciones de defensa de la CONDUSEF por cada
10,000 adultos

Fuente: CONDUSEF, diciembre 2012

Con la finalidad de lograr una atención eficiente y de calidad, así como resolver de manera más clara y expedita las dudas o controversias que surgen como consecuencia de la interacción entre el usuario y la institución financiera, la CONDUSEF cuenta con un proceso de atención a usuarios definido en etapas, que en su conjunto suman el universo de las acciones de defensa realizadas y que serán la base para la composición del indicador (cuadro 9.2).

Acciones de defensa

Atender a los usuarios es la razón de ser de la CONDUSEF. Es imprescindible que ellos sepan a quién acudir para defender sus derechos y proteger su patrimonio. Para ello, se han desarrollado diversas acciones que facilitan el acceso de las personas para recibir orientación y atender de manera más eficiente y en menores tiempos las controversias que presentan.

Actualmente, la CONDUSEF cuenta con 37 delegaciones a nivel nacional, que brindan un servicio estandarizado e integral: 32 distribuidas en los estados, cuatro en el Distrito Federal, y una delegación virtual.

Asimismo, la Comisión cuenta con un Centro de Atención Telefónica (CAT) con asesores de primer contacto que atienden, de lunes a viernes en un horario de 8:30 a 18:00 horas, las dudas, aclaraciones o consultas del público, a través de una página de Internet (www.condusef.gob.mx), que muestra un amplio contenido en temas del sector financiero, así como de los principales productos y servicios financieros que se operan en el mercado mexicano. En 2012, se registraron más de 23 millones de accesos.

Hoy en día, la CONDUSEF es más conocida por la población y reconocida como un organismo que brinda servicios de protección y defensa.

Durante el año 2012, la Comisión Nacional realizó poco más de 1.2 millones de acciones de defensa a usuarios originarios de 2,159 municipios del país.

Del total de acciones de defensa, el 82.6%, es decir, 1,024,340 acciones se relacionan con asesorías y consultas.

Las principales causas de asesoría son:

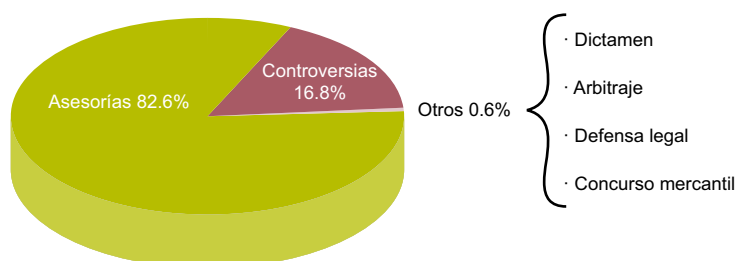
- Funcionamiento de productos o servicios financieros.
- Solicitud de emisión del Reporte Especial de Crédito.
- Información para saber en qué Afore se encuentra.
- Consulta para saber si se es beneficiario de un seguro de vida de algún pariente fallecido.
- Solicitud de inscripción en el Registro Público de Usuarios que no deseen recibir información publicitaria de productos y servicios financieros (REUS).

El 16.8% de acciones (208,097) tienen que ver con controversias. Las principales causas en esta materia son:

- Consumos no reconocidos en tarjeta de crédito o débito.
- Malas prácticas de cobranza por parte de las instituciones y/o despachos.
- Incumplimiento de los contratos de seguro.
- Historial crediticio no actualizado.
- Cancelación no atendida por la institución de algún producto o servicio no solicitado.

El resto de las acciones de defensa realizadas por la CONDUSEF (6,931) representan el 0.6% del total de acciones. Estos resultados se pueden apreciar en la gráfica 9.3.

Gráfica 9.3 Proporción de acciones de defensa realizadas por tipo



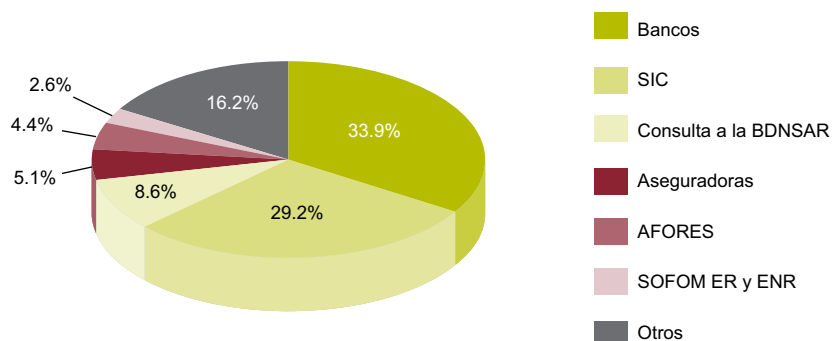
Fuente: CONDUSEF, diciembre 2012

El total de acciones de defensa también se puede analizar por el sector atendido, es decir, por el tipo de institución para la cual la acción fue realizada. La gráfica 9.4 muestra la proporción de acciones de cada uno de estos sectores.

La mayor parte de éstas (33.9%), corresponden a bancos, con 420,124 acciones de defensa, seguido de las Sociedades de

Información Crediticia (SIC) con 362,497 (29.2%) y consulta a la Base de Datos Nacional del SAR (BDNSAR) con 106,394 (8.6%). El resto, le corresponde a las Aseguradoras con 63,069 (5.1%); AFORES 53,863 (4.4%); SOFOM reguladas y, no reguladas 32,088 (2.6%) y a otros 201,333 (16.2%), que incluye entre otros, el sector bursátil, de fianzas, EACP, SOFOL, OAAC, banca de desarrollo.

Gráfica 9.4 Proporción de acciones de defensa realizadas por sector



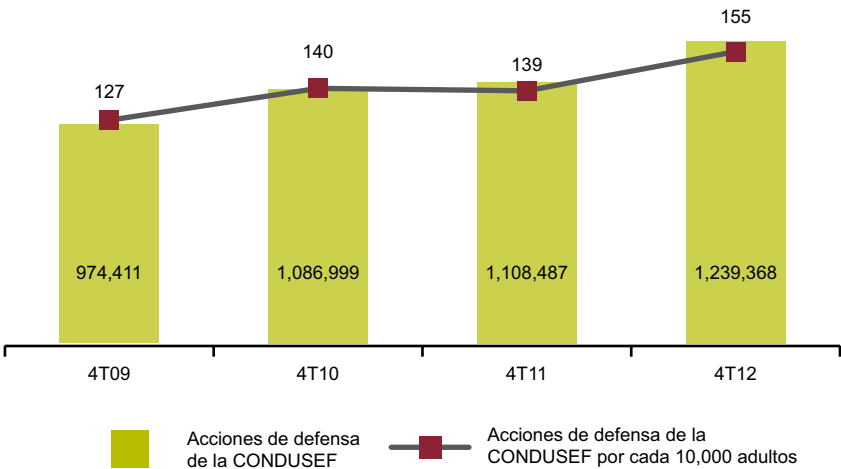
Fuente: CONDUSEF, diciembre 2012

Indicador a nivel nacional

El número de acciones de defensa que realizó la CONDUSEF al cierre de los últimos cuatro años se muestra en la gráfica 9.5. De acuerdo con ella, se puede observar que, entre el año 2011 y 2012, hubo un incremento del 11.8% en el número

de acciones de defensa al pasar de 1,108,487 a 1,239,368. Asimismo, el indicador demográfico aumentó (11.5%) al cierre del 4T12, alcanzando las 155 acciones de defensa por cada 10,000 adultos.

Gráfica 9.5 Evolución histórica de las acciones de defensa de la CONDUSEF



Fuente: CONDUSEF

Indicador a nivel estatal

En la tabla 9.6, se presenta el indicador demográfico para cada una de las entidades federativas del país al cierre de diciembre del 2012.

- Colima cuenta con el mayor indicador demográfico (395) acciones de defensa realizadas por cada 10,000 adultos, seguido de Aguascalientes (388) y Quintana Roo (367).
- El indicador con el valor más bajo lo posee Veracruz (72), seguido por Oaxaca (78) y Michoacán (83).
- El Distrito Federal se posiciona en cuarto lugar con 304 por cada 10,000 adultos.

Tabla 9.6 Indicador demográfico por entidad federativa

Entidad federativa	Acciones de defensa de la CONDUSEF	Población adulta ²	Indicador demográfico (acciones de defensa por cada 10,000 adultos)
Aguascalientes	31,495	810,759	388
Baja California	31,560	2,253,184	140
Baja California Sur	10,611	458,554	231
Campeche	16,564	585,903	283
Chiapas	31,676	3,151,533	101
Chihuahua	53,272	2,424,064	220
Coahuila	26,552	1,951,216	136
Colima	18,690	472,950	395
Distrito Federal	210,251	6,913,542	304
Durango	26,634	1,137,201	234
Estado de México	116,167	10,821,948	107
Guanajuato	34,767	3,779,185	92
Guerrero	25,080	2,264,184	111
Hidalgo	21,279	1,875,609	113
Jalisco	81,939	5,214,266	157
Michoacán	25,286	3,046,758	83
Morelos	22,285	1,287,163	173
Nayarit	20,425	769,684	265
Nuevo León	45,702	3,394,205	135
Oaxaca	20,404	2,614,567	78
Puebla	37,539	3,980,085	94
Querétaro	27,165	1,282,872	212
Quintana Roo	34,637	944,046	367
San Luis Potosí	20,074	1,799,393	112
Sinaloa	37,091	1,980,225	187
Sonora	20,549	1,894,678	108
Tabasco	20,829	1,569,074	133
Tamaulipas	38,650	2,366,026	163
Tlaxcala	16,496	811,899	203
Veracruz	39,827	5,510,613	72
Yucatán	28,301	1,420,659	199
Zacatecas	16,146	1,034,697	156
No Especificado ¹	31,425	-	-
Nacional	1,239,368	79,820,742	155

1. El usuario no especificó su domicilio

2. Censo 2010. INEGI

Fuente: CONDUSEF, diciembre 2012

Reclamaciones con impacto monetario presentadas por clientes de la Banca múltiple en México

Otra manera de proteger y defender a los usuarios de servicios financieros por parte de la CONDUSEF, ha sido conocer las reclamaciones que directamente presentan los clientes a sus propias instituciones financieras.

Como un primer ejercicio, dicho organismo realizó un análisis de las reclamaciones presentadas por clientes de Instituciones de Banca múltiple durante el 2012.

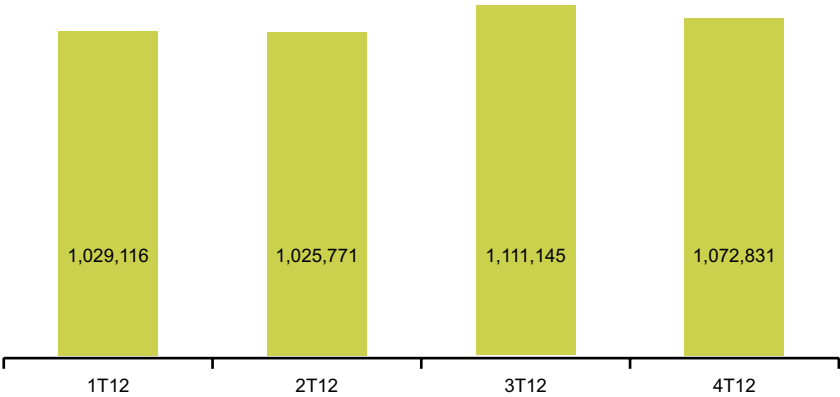
Para la elaboración del análisis, la CONDUSEF solicitó a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), con base en el convenio de colaboración firmado entre ambas Comisiones, los registros de las reclamaciones que las instituciones de Banca múltiple le proporcionan trimestralmente a través del reporte regulatorio R27.

Dichos registros contienen información de las reclamaciones monetarias desagregadas en productos, canales y causas que afectaron el patrimonio de los clientes, así como en importes reclamados y devueltos, en su caso, al cliente.

Por reclamación monetaria se entiende como la operación que implica un monto que no es reconocido por el cliente y que ha sido comunicada de manera directa en la Unidad Especializada (UNE) o en la sucursal u otra ventanilla del banco, o bien, de forma indirecta a través de CONDUSEF.

De acuerdo con los datos reportados, en 2012 se registraron más de 4.2 millones de reclamaciones monetarias en contra de 29 bancos durante todo el año (gráfica 9.7).

Gráfica 9.7 Distribución de las reclamaciones monetarias en contra de bancos

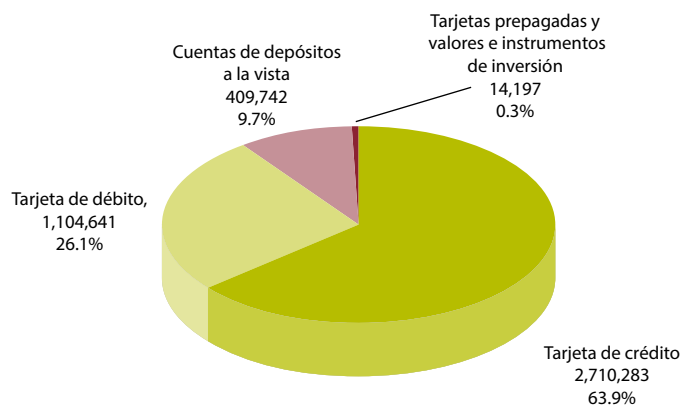


Fuente: CONDUSEF

Productos financieros reclamados

Como se observa en la gráfica 9.8, en 2012 el producto con mayor número de reclamaciones es la tarjeta de crédito con 2,710,283 de reclamos (63.9%), seguido por la tarjeta de débito con 1,104,641 (26.1%) y las cuentas de depósito a la vista con 409,742 (9.7%).

El resto de las reclamaciones suman 14,197 (0.3%) que incluye tarjetas prepagadas y valores e instrumentos de inversión.

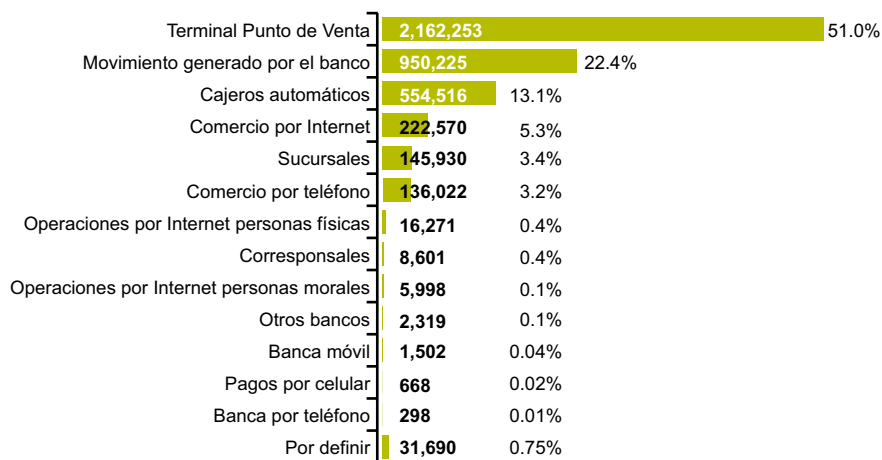
Gráfica 9.8 Distribución de las reclamaciones monetarias por producto financiero


Fuente: CONDUSEF, con datos de la CNBV

Canales transaccionales reclamados

Respecto al canal transaccional por el cual se realizó la operación origen de la reclamación reportada, el que registra el mayor número de reclamaciones es el de terminal punto de venta con 2,162,253 (51.0%), seguido de movimientos generados por el banco con 950,225 (22.4%) y de cajero automático con 554,516 reclamos (13.1%).

Los canales transaccionales con menor número de reclamaciones son banca por teléfono con 298 (0.01%), pagos por celular con 668 (0.02%) y Banca móvil con 1,502 (0.04%).

Gráfica 9.9 Canales por el que se realizó la operación origen de la reclamación


Fuente: CONDUSEF, con datos de la CNBV

Causas de reclamación

La causa de reclamación más recurrente, es la de “Cargo no reconocido por consumos no efectuados” con 2,454,531 reclamaciones (57.9%), la cual está directamente vinculada con el uso de tarjetas bancarias (crédito, débito y prepagada).

En importancia, le siguen la de “No entrega de la cantidad solicitada” con 302,169 reclamaciones (7.1%), y la de “Cobro

no reconocido de otras comisiones” con 269,247 (6.4%), que se refiere a comisiones distintas a las de manejo de cuenta o disposición en efectivo.

La causa de menor reclamo fue “Inconformidad de rendimientos o capital pagados” con 1,373 reclamaciones (0.03%).

Tabla 9.10 Causas de reclamación

Causa	Reclamaciones	Participación
Cargo no reconocido por consumos no efectuados	2,454,531	57.9%
No entrega cantidad solicitada	302,169	7.1%
Cobros no reconocidos por otros conceptos	269,247	6.4%
Cobro no reconocido de comisión por manejo de cuenta	268,944	6.3%
Retiro no reconocido	262,399	6.2%
Cobro no reconocido de intereses ordinarios y/o moratorios	254,552	6.0%
Pago automático mal aplicado total o parcialmente (domiciliaciones)	159,260	3.8%
Depósito no acreditado	64,597	1.5%
Cheques mal negociados	44,988	1.1%
Pago no acreditado	35,814	0.8%
Cobro no reconocido por comisiones por disposiciones de efectivo	30,663	0.7%
Producto no reconocido	25,247	0.6%
Error operativo del cliente	14,690	0.3%
Inconformidad por alteración de pagarés	13,425	0.3%
Devolución no aplicada	11,979	0.3%
Transferencia no reconocida	10,955	0.3%
Error operativo del banco	9,398	0.2%
Inconformidad de rendimientos o capital pagados	1,373	0.03%
Otro	4,632	0.1%
Total	4,238,863	100%

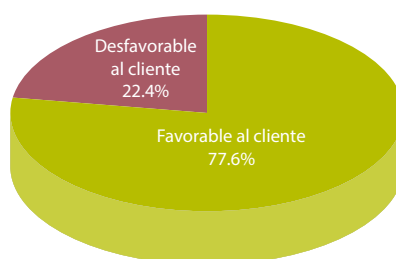
Fuente: CONDUSEF, con datos de la CNBV

Resultado de las reclamaciones y tiempo promedio de respuesta

De las 4.2 millones de reclamaciones registradas durante el 2012, 3.9 millones se encontraban concluidas (94%), mientras que el resto continuaban en trámite (6%). De las reclamaciones concluidas, el 77.6% fueron favorables al cliente, con un tiempo promedio de respuesta de 12 días hábiles.

El resto (22.4%), fueron desfavorables al cliente, con un tiempo promedio de respuesta de 13 días hábiles.

Gráfica 9.11 Resultado de las reclamaciones concluidas



Fuente: CONDUSEF, con datos de la CNBV

Los motivos que determinaron el resultado (favorable o desfavorable) de las reclamaciones se indican en la tabla 9.12.

Tabla 9.12 Motivos de resolución

Cuando la respuesta es favorable al cliente		Cuando la respuesta es desfavorable al cliente	
Evidencia a favor del cliente	73%	Evidencia a favor del banco	79%
Por política interna*	26%	Falta documentación del cliente	17%
Plazo vencido al banco	1%	Cliente desistió	2%
		Por política interna*	1%
		Plazo vencido al cliente	1%
		Reclamación reportada en más de una ocasión	1%

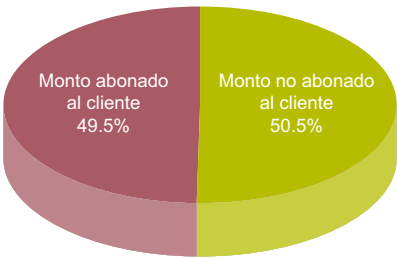
* La institución resuelve por aspectos legales, operativos, relación comercial o alguna otra decisión de la misma.
Fuente: CONDUSEF con datos de la CNBV

Monto reclamado y abonado al cliente

De las 3.9 millones de reclamaciones concluidas en 2012, los clientes reclamaron un importe de 11,310 millones de pesos. En los casos en que las resoluciones fueron favorables al

cliente, se procedió al abono por un importante equivalente a 5,711 millones de pesos, es decir, el 49.5% del monto reclamado.

Gráfica 9.13 Monto abonado al cliente del total reclamado



Fuente: CONDUSEF, con datos de la CNBV

Es importante señalar que, por la naturaleza de las reclamaciones, los bancos están obligados a reportar el total de éstas a la CNBV. Sin embargo, con la Reforma Financiera, la CONDUSEF estaría en posibilidades de conocer de manera directa el universo de reclamaciones de todo el sector financiero. Con ello, no sólo se esperaría un impacto positivo en la mejor atención de los clientes y mayor seguridad en las operaciones financieras, sino además un cambio de conducta de las instituciones.

Actualmente, la CONDUSEF considera este tema como un asunto prioritario y, al respecto, promoverá mesas de trabajo con los bancos, a fin de:

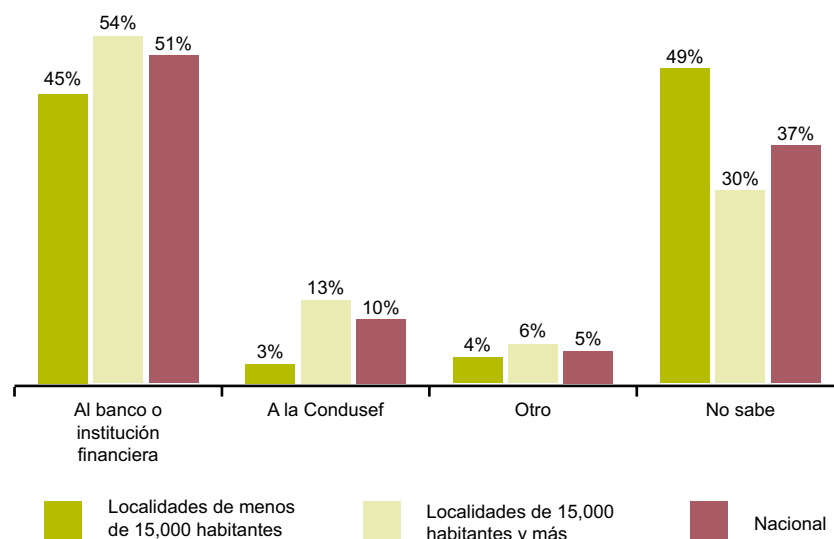
- Definir criterios para evitar los rechazos y reducir tiempos de respuesta.
- Promover la transparencia y certeza para los usuarios en los casos de improcedencia extemporaneidad.

- Establecer acciones conjuntas y específicas, preventivas y correctivas para reducir los índices de reclamación en cada uno de los productos, particularmente en materia de cargos no reconocidos por consumos no efectuados con tarjeta de crédito o débito.

Resultados de la ENIF respecto a la protección al consumidor

De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2012, se obtuvo que el 37% de la población no sabe a dónde podría acudir en caso de tener una reclamación o queja de algún servicio proporcionado por alguna institución financiera. Este porcentaje es aún mayor si se consideran sólo los municipios con una población total de hasta 15,000 habitantes. Ver gráfica 9.14.

Gráfica 9.14 Institución a la que acudiría por algún problema con su tarjeta de crédito por tamaño de localidad



Fuente: CNBV con datos de I INEGI

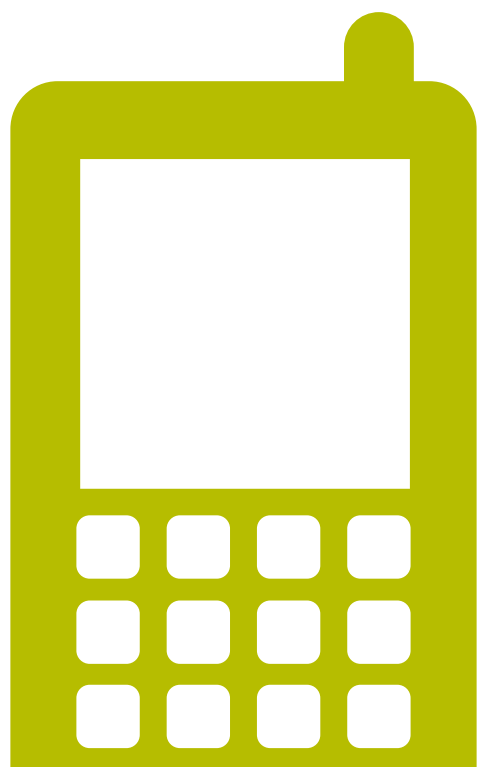
La mitad de los usuarios de tarjetas de crédito (51%) respondió que acudiría directamente al banco o institución financiera, en caso de que se presentara alguna querrela o inconformidad con la misma. Destaca que el 10% de los adultos que tienen este producto, identifican a la CONDUSEF como el organismo al que podrían acudir a resolver algún conflicto entre ellos y alguna institución financiera.

Con base en los esfuerzos que ha llevado a cabo la CONDUSEF en materia de educación financiera en todo el país a través de sus delegaciones, se observa que en las localidades con 15,000 y más habitantes están mucho mejor informadas, pues

el 67% de los usuarios de tarjetas de crédito saben que ante algún problema con su tarjeta de crédito podrían acudir, ya sea a la misma institución o a la CONDUSEF. Dicho resultado contrasta con el elevado porcentaje (49%) de usuarios de tarjetas que no saben a dónde acudir, en localidades con menos de 15,000 habitantes, ante el mismo conflicto, por lo que es importante continuar con acciones que promuevan que la educación financiera llegue a este tipo de localidades.

Por último, el análisis por género arroja que no hay diferencias significativas en los datos.

SERVICIOS FINANCIEROS MÓVILES EN MÉXICO



Las diferentes autoridades financieras en México han adaptado la regulación y orientado las políticas públicas para propiciar un marco regulatorio que, dentro del sector financiero, favorezca el desarrollo de modelos innovadores para ofrecer servicios financieros fuera de las sucursales financieras tradicionales, garantizando un alto grado de seguridad en las operaciones para los usuarios, así como menores costos de transacción tanto para las instituciones como para los usuarios.

SERVICIOS
FINANCIEROS MÓVILES
EN MÉXICO

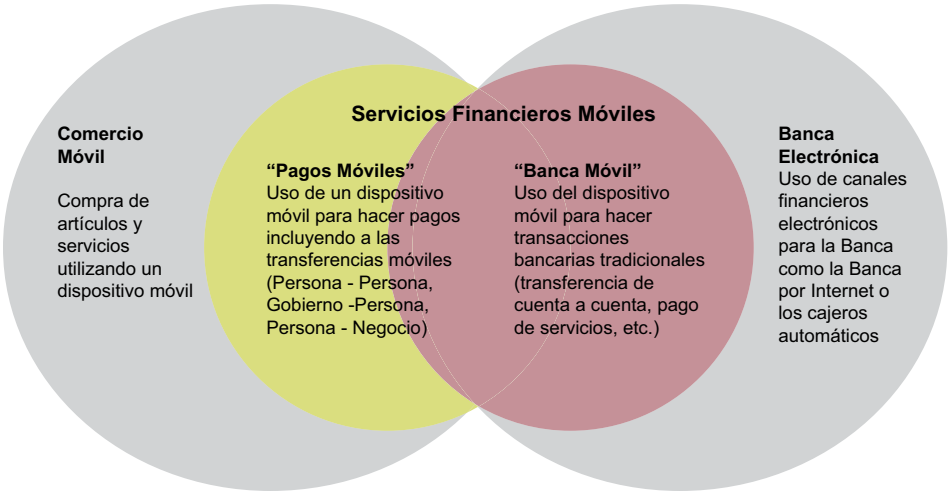
10

No existe una definición única para los servicios financieros móviles (SFM), en parte por el reciente desarrollo de esta industria, no obstante lo anterior, se podría tomar el término que sugiere la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI) que define a los servicios financieros móviles como “el uso del teléfono móvil para acceder a servicios financieros y ejecutar transacciones financieras, incluyendo tanto servicios transaccionales como no transaccionales, como por ejemplo, revisar estados de cuenta en el teléfono móvil de un usuario”¹.

Los servicios financieros móviles surgieron en diferentes partes del mundo en la última década, como resultado de la acelerada propagación de los servicios de telefonía móvil en mercados de economías en desarrollo, donde los altos

costos de la infraestructura para instalar líneas de telefonía fija hicieron lenta e incompleta la cobertura de ésta. Al mismo tiempo se observó el desarrollo de la telefonía móvil con bajos costos de instalación y con esquemas innovadores para vender los servicios de comunicación móvil, como los esquemas de prepago con una disminución en el costo de los mismos aparatos móviles, posibilitando que esta tecnología se incorporara de manera masiva. En México, el crecimiento de usuarios de telefonía móvil ha sido igualmente acelerado. En los últimos diez años la mayoría de la población en México incorporó el uso del teléfono móvil a su vida cotidiana, lo cual representa un canal ideal para desarrollar modelos de servicios financieros que sean financieramente incluyentes, dado su bajo costo y alta penetración.

Cuadro 10.1 Esquema general de los servicios financieros móviles de acuerdo a la Alianza para la Inclusión Financiera



Fuente: Alianza para la Inclusión Financiera. “Mobile financial services: Regulatory approaches to enable access”, noviembre, 2010

1. Alianza para la Inclusión Financiera (AFI). Guideline Note Mobile Financial Services: Basic Terminology, 2012.

Antecedentes internacionales

Los servicios financieros a través de tecnología móvil iniciaron en Filipinas. Este país fue pionero en desarrollar servicios transaccionales de dinero a través de la telefonía móvil a partir de 2001, con un producto para envío de dinero y compra de tiempo aire nacional e internacional. En 2004 se desarrolló un servicio para utilizar estas funcionalidades a través de la telefonía celular. Un estudio reciente², revela que la mitad de los usuarios de servicios de dinero móvil en las Filipinas, son usuarios, que antes estaban excluidos financieramente, y una cuarta parte, del total de usuarios, son personas de escasos ingresos, por lo cual estos servicios han tenido éxito al incluir a más población dentro de los servicios financieros³.

En 2007 surgió en Kenia el modelo de negocios basado en servicios financieros móviles más exitoso hasta el momento, cuando una empresa dominante de telecomunicaciones, a través de una compañía subsidiaria, empezó a dar el servicio que les permite a sus clientes cargar, enviar y recibir dinero, de una manera similar a la carga de tiempo aire en México. La compañía subsidiaria rápidamente desarrolló una red de agentes dentro de pequeños comercios localizados en las afueras de ciudades y pequeñas comunidades y obtuvo una expansión sorprendente de clientes para el servicio de transferencia de dinero, el cual se asocia con la expansión de la inclusión financiera en este país. El dinero móvil en Kenia, a través de este servicio ha evolucionado en los últimos seis años, de representar sólo una plataforma para transferir dinero (transaccional) entre personas, a una plataforma que, además de permitir el pago de diversos servicios a través de sus cuentas en el teléfono celular, también les permite recibir remesas del exterior y adquirir activos de manera remota a través de productos de ahorros y de crédito a bajos costos, que aprovechan esa plataforma para ofrecer microcréditos y cuentas de ahorro. Este modelo inició en marzo de 2007 con 19,671 suscriptores y, a principios de 2013, ya contaba con más de 23 millones de clientes, representando a más de la mitad de la población del país.

Servicios financieros móviles en Latinoamérica y el Caribe

En Latinoamérica se han desarrollado políticas de regulación y modelos de negocios basados en servicios financieros móviles. En países como Bolivia, Brasil, Colombia, Guatemala, Perú y Paraguay las autoridades han revisado y modificado dichas políticas para desarrollar estos esquemas

de negocios, procurando, por un lado, salvaguardar los recursos de los usuarios de estos servicios y la integridad del sistema financiero, y por el otro, buscan flexibilizar la forma en que los servicios financieros pueden ser provistos por instituciones financieras reguladas.

Algunos ejemplos de las modificaciones a la regulación han sido:

- Otorgar nuevas licencias para instituciones especializadas en la emisión de medios de pago electrónico.
- Desarrollar esquemas de cuentas que funcionen a través de un régimen de mitigación de riesgos.
- Incluir nuevos esquemas de seguridad acordes a los nuevos modelos de negocios.
- Que los sistemas de pagos permitan nuevos canales para el envío de dinero.

El enfoque para el desarrollo de la regulación al respecto, es diferente en cada país, dependiendo de la forma en la que estos mercados han buscado el desarrollo de estos servicios, si ha sido iniciativa de las instituciones financieras o de las empresas de telecomunicaciones, así como de la estructura legal y regulatoria que hay en el país.

En Paraguay, el desarrollo de los servicios financieros móviles se ha dado de manera similar a como se dio en Kenia; a partir de las iniciativas de las empresas de telecomunicaciones que buscan ofrecer servicios de envío de remesas y transferencias de dinero, las autoridades financieras están diseñando un marco regulatorio alrededor de los sistemas de pagos, para que dichas empresas puedan operar y garantizar la seguridad de las operaciones a sus clientes.

En Perú, en 2012 se modificó la legislación para contemplar la figura de “dinero electrónico” como un depósito de valor, además de crear instituciones que regulen la emisión de dinero electrónico.

En el caso de Bolivia, las modificaciones en la regulación de los sistemas de pago se han dado a través del Banco Central. Mercados como el de Colombia o Guatemala, con una fuerte presencia de la banca, en un principio han trabajado en desarrollar un marco regulatorio en donde la Banca lleva la principal responsabilidad contractual con el cliente al ofrecer estos servicios, y los bancos han buscado alianzas con empresas de telecomunicaciones.

2. GSMA. Mobile Money in the Philippines – The Market, the models and regulation, 2012.

3. AFI. Policy Note: MFS Regulatory Approaches to Enable Access. November, 2010.

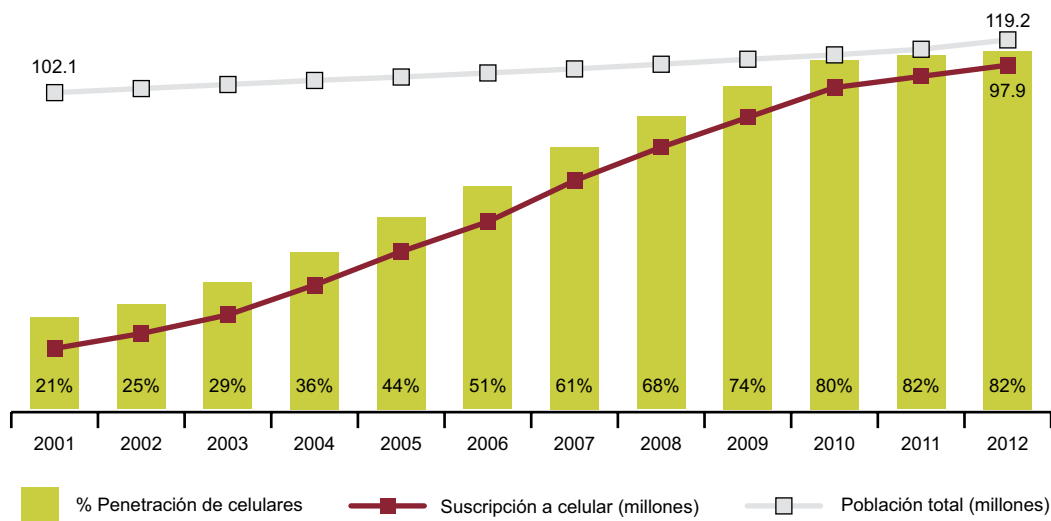
Por su parte, Colombia también está explorando el desarrollo de un marco regulatorio adicional que permita, de manera similar al de Perú, crear entidades no necesariamente financieras, que se especialicen en regular la emisión de medios de pagos electrónicos⁴.

Los servicios financieros móviles en México

Tomando en cuenta la rápida penetración de la telefonía móvil en México, donde se calcula que más del 80% de la

población cuenta con alguna contratación de teléfono celular o móvil, se inició el desarrollo de un marco regulatorio que fuera lo suficientemente flexible para permitir la competencia y el desarrollo de diferentes modelos o esquemas de negocios sobre servicios financieros móviles y, que al mismo tiempo, se basara en riesgos, de tal forma que se promueva el desarrollo ordenado de nuevos modelos de negocios basados en nuevos productos y canales financieros.

Tabla 10.2 Evolución del número de usuarios de telefonía celular



Fuente: Comisión Federal de Telecomunicaciones

En México, las autoridades financieras optaron por desarrollar una estructura regulatoria en un “modelo basado en bancos” (Bank-based model), en donde la relación contractual del cliente para recibir los servicios financieros a través de canales móviles es directa con alguna institución de Banca múltiple regulada y no con la empresa de telecomunicaciones que provee el servicio. Esto, en contraste con modelos desarrollados en otros países, como en el caso de Kenia, donde la relación contractual del cliente es directamente con la empresa de telecomunicaciones (Non-Bank based model).

Regulación de servicios financieros móviles

En México, se modificó la regulación para crear productos de captación que permitieran la suficiente flexibilidad para que resulte más sencillo y más barato para el cliente la contratación y operación a través de tecnología móvil. Cabe destacar que esta regulación contempla que estos productos cumplan con lineamientos de riesgo contra el lavado de dinero y financiamiento al terrorismo.

4. Alianza para la Inclusión Financiera. Enfoques Regulatorios para los Servicios Financieros Móviles en Latino América, agosto 2013.

Este marco regulatorio permite contratar cuentas asociadas a medios electrónicos de manera sencilla, sin la necesidad de solicitar documentación, mitigando el riesgo a través del nivel de transaccionalidad que podrá realizarse en cada tipo de cuenta o producto.

Los servicios financieros móviles en México, bajo la regulación que contempla el régimen de cuentas simplificadas, pueden vincularse a cuentas de captación de nivel 2, nivel 3 o tradicionales. Los productos financieros vinculados a este tipo de cuentas pueden ser contratados en sucursal bancaria, corresponsal bancario o, incluso, de manera no presencial (remota) a través de una llamada por teléfono celular.

Adicionalmente, se han establecido reglas de operación que garantizan la seguridad en la operación de estas cuentas para evitar robos y fraudes. Se especifican requisitos para registrar cuentas destino, adoptar factores mínimos de autenticación, notificar las operaciones a las que queda obligada la institución para sus clientes, incluir factores de seguridad en el envío de contraseñas y números de identificación personal (NIP); y finalmente, la activación y desactivación temporal o definitiva de estos servicios dentro de los dispositivos móviles⁵.

Desarrollo reciente de productos vinculados a servicios financieros móviles

En algunos casos, los productos vinculados a servicios financieros móviles han surgido a través de la alianza entre bancos y empresas de telefonía móvil, mientras que en otros, los propios bancos han desarrollado aplicaciones para que sus esquemas de cuentas transaccionales de fácil apertura se puedan ligar a cualquier teléfono o dispositivo móvil que esté operando con cualquier compañía de telefonía.

A continuación, se describen brevemente algunas características de los productos que se han desarrollado hasta el momento:

El primer producto inició operaciones aprovechando la regulación del régimen simplificado para abrir de manera masiva cuentas a bajo costo. Este producto de captación de bajo costo y fácil apertura toma a las cuentas de captación de nivel 2 como base para ofrecer su producto y lo centra sobre el uso de la tarjeta de débito como medio de pago, aprovechando principalmente como canal financiero la red de cajeros automáticos que tiene este banco para poder realizar retiros y la red de comercios afiliados para permitir el pago de productos y servicios en comercios. De manera adicional, se permite ligar la cuenta a casi cualquier dispositivo móvil para realizar transferencias, consulta de saldos y compra de tiempo aire. Al cierre de 2012, es el producto que más cuentas abiertas tiene.

El segundo producto que surgió en el mercado mexicano fue en abril de 2012 a través de la alianza entre dos bancos y una compañía de telefonía celular, para ofrecer el servicio a un sector de la población no incluido o poco integrado al sistema financiero. Al igual que en el caso anterior, este producto se monta sobre una cuenta de captación de nivel 2, aunque también en su diseño incluye cuentas de nivel 3 (con un campo transaccional más amplio, pensado en pequeños negocios). Este producto fundamenta su estrategia en el teléfono celular como canal financiero y deja a la tarjeta de débito como una opción adicional. En este caso, el uso del dispositivo móvil como canal financiero es central en el esquema de negocios del producto, pues incluso se utiliza como una opción viable tanto para transferir recursos directamente a otra persona como para que alguien que no tiene una cuenta la pueda abrir al recibir un pago en su teléfono celular. Se estima que este producto tiene un 20% del mercado.

Un tercer producto que surgió a través de un programa piloto (ver cuadro 10.3), es el que surgió de la alianza estratégica entre un banco con la empresa estatal de telégrafos (Telecomm). Este producto se basa, al igual que los otros dos anteriores, en la apertura de una cuenta de captación nivel 2 y busca ofrecer una cuenta flexible que se liga a un teléfono celular (de cualquier proveedor de telefonía móvil) y a una tarjeta de débito internacional con la posibilidad de realizar compras y pago de servicios. Al cierre de 2012, el producto apenas estaba entrando en operación con un gran potencial de crecimiento.

De manera adicional a los productos anteriores, el Consejo Mundial de Uniones de Crédito (WOCCU) impulsó en México en 2012, un programa piloto para que las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo afiliadas ofrecieran servicios financieros móviles a sus clientes a través de una alianza con una plataforma internacional que administra este tipo de redes de servicios financieros, así como con otros socios estratégicos como una empresa procesadora de operaciones con tarjetas y una compañía de telefonía celular.

A partir de noviembre de 2012, una Cooperativa inició un programa piloto entre sus empleados y algunos socios selectos para realizar pruebas de diversos servicios móviles. Algunos de los servicios que se ofrecieron fueron consulta de saldos, transferencias entre cuentas propias o con terceros de la misma institución, pago de préstamos del mismo u otros socios de la institución y compra de tiempo aire.

Derivado de este proyecto, otras cooperativas asociadas al WOCCU, se encuentran en el proceso de autorización para ofrecer servicios financieros móviles a través de esta plataforma, lo que permitirá ampliar la red de este tipo de productos.

5. Para mayor referencia a la regulación se recomienda consultar las modificaciones al Artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito (donde se desarrolla el régimen simplificado de cuentas), así como el Capítulo X del título Quinto de las Disposiciones Generales para la Ley de Instituciones Crédito (Circular Única de Bancos).

Cuadro 10.3 Programa piloto para la adopción de servicios financieros móviles en el ámbito rural

Prueba piloto Telecomm-Telégrafos para evaluar la adopción de cuentas móviles en Santiago Nuyó⁶, Oaxaca

Con el objetivo de evaluar la viabilidad financiera e impacto económico de ofrecer servicios de telefonía móvil y productos financieros ligados a éstos en comunidades rurales que no cuenten con servicios financieros ni cobertura de telecomunicaciones, Telecomm-Telégrafos desarrolló en 2012 una prueba piloto en la comunidad de Santiago Nuyó, en la Sierra Mixteca de Oaxaca. Se seleccionó a Santiago Nuyó por ser una localidad de menos de 2,500 habitantes, a dos horas del acceso de cualquier tipo de servicio financiero y sin cobertura de telefonía celular.

El propósito del estudio fue medir el impacto en el uso del teléfono celular y las cuentas bancarias ligadas a éste, para validar la viabilidad económica de instalar agencias Telecomm-Telégrafos que brinden servicios financieros móviles en las comunidades rurales en un futuro, así como generar información sobre el perfil transaccional de los usuarios e identificar los elementos clave que dan valor al servicio.

Descripción de la prueba

Telecomm-Telégrafos, a través de la participación de otras empresas e instituciones interesadas en apoyar el desarrollo de las comunidades rurales y marginadas del país, abrió una oficina en la comunidad de Santiago Nuyó en febrero de 2011 y en enero de 2012, inició la prueba piloto de "Pagos Móviles".

La prueba consistió en instalar infraestructura de telefonía satelital para uso local, repartir de manera gratuita a 316 adultos de la comunidad (80% de la población adulta en la comunidad), teléfonos celulares con la posibilidad de hacer llamadas locales y enviar mensajes de texto (SMS locales) y, abrir cuentas de depósito de nivel 2 (cuentas móviles) asociadas a un teléfono celular⁷. Se llevó a cabo un programa de capacitación financiera en la comunidad para facilitar el uso de los aparatos y de las cuentas móviles.

Las operaciones que se podían realizar con costo para el usuario, a través de los teléfonos móviles fueron: consulta de saldos; transferencia de persona a persona; llamadas y envío de SMS.

Costos de las operaciones

Operación	Costo
Depósito de cuenta	Sin costo
Retiro de efectivo en oficina de Telecomm	\$12.10
Transferencia de dinero por cuenta móvil de persona a persona	\$3.71
Consulta de saldo SMS	\$2.00

Fuente: CGAP, 2013

6. Santiago Nuyó se localiza en la región de la Mixteca Alta Oaxaqueña, en el distrito político de Tlaxiaco. Conforme al censo del INEGI 2010, existe una población de 1,966 habitantes. A la población le toma mas de dos horas en camión para llegar a alguna institución financiera.

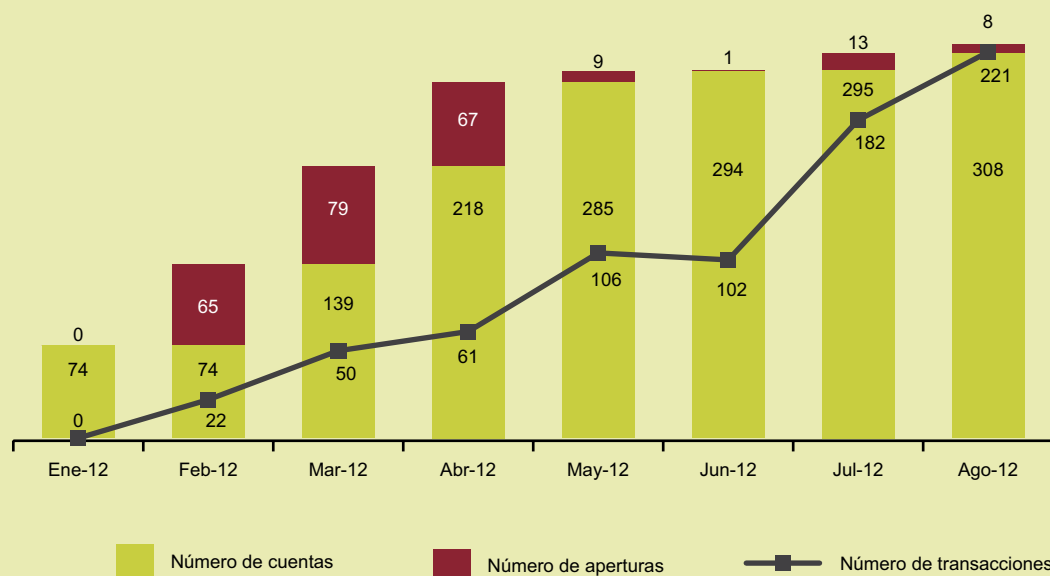
7. El servicio de telefonía y transacciones financieras está limitado a la zona de cobertura (dentro de la comunidad). En la comunidad no existen cajeros automáticos ni TPV. Sin embargo, se asoció una tarjeta de débito a la cuenta móvil que permite el uso de cajeros automáticos y TPV fuera de la zona de cobertura.

Resultados de la prueba

De enero a agosto de 2012, se encontraron los siguientes resultados con respecto a la transaccionalidad observada:

- El 46% del total de las cuentas (146) realizó más de una transacción, mientras que el restante 54% (170) realizaron un solo depósito en cuenta.
- El 16 % del total de las cuentas realizó una o más transferencias persona a persona (P2P).
- El retiro de dinero en sucursal Telecomm es dos veces más frecuente, que el retiro en cajero automático, a pesar de que éste último no genera un costo.

Número de cuentas en el programa piloto



Fuente: CGAP, 2013

En cuanto a los perfiles de usuarios potenciales en la comunidad, inicialmente se identificaron los siguientes:

“Ahorrador”. Con saldo menor a 100 pesos y más de 4 transacciones totales en el periodo, incluyendo retiros y depósitos.

“Transmisor de dinero”. Cuentas que hicieron 4 ó más envíos de su cuenta a la cuenta de otra persona.

“Transaccional”. Con saldo menor a 100 pesos y más de 12 transacciones, incluyendo retiros y depósitos.

Para profundizar en el análisis, se realizaron entrevistas con distintos tipos de usuarios (particularmente casos extremos), según los perfiles previamente identificados y, posteriormente, se organizó un estudio de “grupo de enfoque” para complementar los resultados. Con la información obtenida, se elaboró una clasificación adicional de perfiles de usuarios conforme al uso del teléfono móvil para realizar transacciones financieras y conforme al uso de sus cuentas.

Las principales características de los perfiles de usuarios después de las entrevistas y el grupo de enfoque; son:



* Micro-comerciantes: comerciantes cuyo ticket promedio es menor a \$50 pesos

Principales hallazgos

La prueba permitió identificar el valor que la comunidad rural le da a la conectividad y a la adopción de servicios financieros que utilizan tecnologías móviles, así como la correlación que tiene la tecnología con la edad, la actividad económica, los ingresos y el lugar de residencia.

Otro aspecto importante, es el papel de los comerciantes locales y de las empresas "externas" que proveen servicios a la comunidad, ya que son promotores fundamentales para el desarrollo de una red de pagos móviles, lo que permite disminuir los costos transaccionales y promover el uso de este medio entre la comunidad.

Se considera replicar esta misma prueba piloto en más poblaciones con características similares a las de Santiago Nuyóo, de tal manera que, en un futuro cercano, los resultados sirvan de base para proponer una política pública a nivel nacional.

Fuente:

Telecomunicaciones de México Telecomm-Telégrafos. Memoria Documental "Inclusión Financiera; México; Noviembre 2012.

Grupo Consultivo para Asistir a los Pobres (CGAP). Resultados del piloto Telecomm/MiFon en la localidad de Santiago Nuyóo. "Análisis de la adopción de cuentas móviles en el medio rural", Oaxaca, México, Febrero 2013.

Indicadores de servicios financieros móviles

La CNBV ha trabajado, junto con un grupo de trabajo de medición dentro de la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI), para desarrollar indicadores que permitan medir la evolución y tendencia de estos nuevos servicios financieros, desde un punto de vista de la inclusión financiera. Por otra parte, la organización internacional que agrupa a

los proveedores de telecomunicaciones móviles (Global System for Mobile Communications Association, GSMA), ha propuesto indicadores similares para evaluar los servicios de “dinero móvil para los no bancarizados” (mobile – money for the unbanked)⁸.

Cuadro 10.4 Indicadores de acceso y uso de servicios financieros móviles en México

Cobertura de telefonía móvil	Porcentaje de localidades con respecto al total que tienen señal de telefonía móvil.
Número de puntos de acceso a efectivo (cashpoints) de SFM	Número de puntos de acceso de efectivo (sucursales, corresponsales bancarios y/o cajeros automáticos) vinculados a los servicios financieros móviles por cada 10,000 adultos.
Municipios cubiertos por puntos de acceso a efectivo de SFM	Se refiere al porcentaje de municipios, donde se tiene registro de la presencia de los puntos de acceso a efectivo (sucursales, corresponsales, cajeros) vinculados a los SFM.
Adultos con contratos de SFM	Se refiere al porcentaje de adultos que tienen alguna cuenta financiera vinculada a su teléfono celular.
Número de contratos vinculados a un número de teléfono móvil por cada 10,000 adultos	Número de contratos de cuenta financiera de captación vinculados a un número de teléfono celular o móvil por cada 10,000 adultos.

Nota: En el caso del promedio de servicios vinculados con productos de SFM, se contemplan: (a) operaciones no monetarias como la consulta de saldos, etc.; (b) retiro de efectivo (cash-out); (c) depósito de efectivo (cash-in); (d) transferencias a cuentas (P-P); (e) recepción de remesas (P- P sin cuenta); (f) transferencias gubernamentales (G-P); (f) pago de servicios (P-Negocios); (g) pago de impuestos (P-G); (h) pago de negocios a otros negocios o proveedores (N-N).

Fuente: AFI y CNBV

8. GSMA, Claire Penicaud (2013). Mobile Money for the Unbanked. El Estado de la Industria: Resultados de la Encuesta de 2012 sobre la adopción de dinero móvil a nivel global.

Cobertura de telefonía móvil

Este indicador nos permite estimar el alcance de la tecnología de comunicaciones móviles y su evolución en el tiempo, pues es un factor importante para que los esquemas de negocios basados en esta tecnología sean efectivos en términos de inclusión financiera.

Un primer análisis con información de Telecomm acerca de la cobertura de la señal al cierre de 2012, indica que aproximadamente el 53% de las localidades en México, tienen señal de telefonía móvil. Cabe aclarar que las localidades cubiertas, son también las más pobladas.

Tabla 10.5 Cobertura de señal celular en localidades por entidad federativa

Estado	Número de municipios	Población	Número de localidades	Localidades con cobertura	Localidades sin cobertura	% de localidades con cobertura celular
Aguascalientes	11	1,233,923	1,989	1,949	40	98.0%
Baja California	5	3,328,622	4,541	4,394	147	96.8%
Baja California Sur	5	695,409	2,850	1,743	1,107	61.2%
Campeche	11	866,376	2,778	1,289	1,489	46.4%
Coahuila	38	2,854,334	3,823	3,747	76	98.0%
Colima	10	685,395	1,235	1,210	25	98.0%
Chiapas	118	5,050,573	20,047	5,228	14,819	26.1%
Chihuahua	67	3,598,789	12,230	5,588	6,642	45.7%
Distrito Federal	16	8,911,663	547	547	0	100.0%
Durango	39	1,709,743	5,794	2,116	3,678	36.5%
Guanajuato	46	5,668,183	8,995	6,303	2,692	70.1%
Guerrero	81	3,499,511	7,288	2,079	5,209	28.5%
Hidalgo	84	2,768,971	4,714	2,334	2,380	49.5%
Jalisco	125	7,644,153	10,946	7,490	3,456	68.4%
México	125	16,106,488	4,840	3,367	1,473	69.6%
Michoacán	113	4,494,733	9,426	4,407	5,019	46.8%
Morelos	33	1,850,811	1,504	1,266	238	84.2%
Nayarit	20	1,155,450	2,700	1,316	1,384	48.7%
Nuevo León	51	4,868,845	5,264	3,833	1,431	72.8%
Oaxaca	570	3,930,832	10,492	2,021	8,471	19.3%
Puebla	217	6,002,165	6,400	3,084	3,316	48.2%
Querétaro	18	1,912,802	2,711	1,592	1,119	58.7%
Quintana Roo	9	1,443,911	1,993	1,636	357	82.1%
San Luis Potosí	58	2,675,311	6,828	3,326	3,502	48.7%
Sinaloa	18	2,905,751	5,845	3,506	2,339	60.0%
Sonora	72	2,809,811	7,266	7,160	106	98.5%
Tabasco	17	2,309,070	2,499	1,202	1,297	48.1%
Tamaulipas	43	3,419,338	7,340	5,230	2,110	71.3%
Tlaxcala	60	1,224,640	1,292	1,117	175	86.5%
Veracruz	212	7,858,609	20,824	8,206	12,618	39.4%
Yucatán	106	2,036,699	2,506	2,456	50	98.0%
Zacatecas	58	1,536,670	4,672	2,269	2,403	48.6%
Nacional	2,456	117,057,581	192,179	103,011	89,168	53.6%

Fuente: Telecomunicaciones de México (Telecomm-Telégrafos), Memoria documental sobre Inclusión Financiera, 2012

Puntos de acceso a efectivo vinculados a servicios financieros móviles

Al cierre de 2012, se encontraban en operación tres productos ligados a servicios financieros móviles a través de cuatro bancos autorizados.

El indicador del número de puntos de acceso a efectivo vinculados a un servicio financiero móvil por cada 10,000

adultos a nivel nacional se ubicó en 8.04, lo cual incluye la red de cajeros automáticos, corresponsales y sucursales de las instituciones bancarias que al cierre de 2012 ofrecen algún servicio financiero móvil. Lo anterior, debido a que las instituciones bancarias que ofrecen este tipo de servicio, son las que cuentan con mayor infraestructura de puntos de acceso a nivel nacional.

Tabla 10.6 Indicador de puntos de acceso a efectivo por cada 10,000 adultos

Puntos de acceso a efectivo	Población adulta (15 años ó más) en 2012	Indicador por cada 10,000 adultos
67,002	83,368,094	8.04

Fuente: CNBV, 2012

A diciembre de 2012, el indicador de los municipios en donde existe al menos algún punto de acceso a efectivo a través de servicios financieros móviles, es de 66% (1,610 municipios) del total de los municipios del país.

Los principales servicios ofrecidos por los productos vinculados a Servicios Financieros Móviles, se muestran en el cuadro 10.7

Cuadro 10.7 Servicios ofrecidos por los productos vinculados a SFM

Principales servicios
Consulta de saldos a través de teléfono móvil
Retiro de efectivo en cajeros automáticos o red propia de corresponsales
Depósito de efectivo en red propia de corresponsales o sucursales
Transferencias a otra cuenta del mismo producto (P2P)
Pagos o compras en establecimientos o comercios a través de TPV (es necesaria una tarjeta de débito)
Pago de impuestos (P2G)
Interoperabilidad con otros servicios de dinero o pago móvil a través de SPEI

Fuente: CNBV, 2012

De acuerdo con la información de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) en 2012, el equivalente a 1,437,583 personas entre 18 y 70 años de edad que declararon tener contratada alguna cuenta de depósito ahorro también declararon utilizar algún servicio bancario a través de su teléfono celular, lo que representa el 2% del total de personas en ese rango de edad. Cabe destacar también que la mayoría de las personas que afirmaron tener este tipo de productos reside en localidades urbanas mayores a los 15,000 habitantes y, en cuestión de género, un poco más de la mitad son hombres.

Adicionalmente, se cuenta con información relacionada con el uso de esos servicios durante los tres meses anteriores a la fecha de la entrevista, en donde el 65% de las personas entrevistadas (un 1.3% de la población total) afirmó haberlo utilizado en una proporción similar por tipo de localidad y género de los usuarios. Se espera que, en cuanto maduren estos modelos de negocios, el servicio se generalice en zonas rurales y se utilice de igual forma tanto por mujeres como por hombres.

Tabla 10.8 Adultos con productos financieros vinculados a SFM

Número de personas que declararon tener contratado el servicio

Tamaño de localidad	Total	Hombres	Mujeres
Localidades de menos de 15,000 habitantes	195,542**	158,962**	36,580**
Localidades de 15,000 y más habitantes	1,242,041	741,718	500,325*
Total	1,437,583	900,678	536,905*

Porcentaje de usuarios de SFM respecto al total de usuarios financieros

Tamaño de localidad	Total	Hombres	Mujeres
Localidades de menos de 15,000 habitantes	0.3%**	0.4%**	0.1%*
Localidades de 15,000 y más habitantes	1.8%	2.0%	1.5%*
Total	2.0%	2.4%	1.7%*

* Cifras con coeficiente de variación mayor a 15% y hasta 25%; ** Cifras con coeficiente de variación mayor a 25%.

Fuente: ENIF, 2012.

Tabla 10.9 Adultos que afirmaron haber utilizado algún producto vinculado a SFM en los últimos tres meses

Número de usuarios que declararon haber usado el servicio en los últimos tres meses

Tamaño de localidad	Total	Hombres	Mujeres
Localidades de menos de 15,000 habitantes	130,397*	93,817**	36,580**
Localidades de 15,000 y más habitantes	806,903	479,735*	327,168*
Total	937,300	573,552	363,748*

Porcentaje de usuarios que declararon haber usado el servicio en los últimos tres meses

Tamaño de localidad	Total	Hombres	Mujeres
Localidades de menos de 15,000 habitantes	0.2%*	0.2%**	0.1%**
Localidades de 15,000 y más habitantes	1.1%	1.3%*	1.0%*
Total	1.3%	1.5%	1.1%*

* Cifras con coeficiente de variación mayor a 15% y hasta 25%; ** Cifras con coeficiente de variación mayor a 25%.

Fuente: ENIF, 2012

Contratos vinculados con servicios financieros móviles

Un indicador que ayuda a conocer la población que está haciendo uso de estos servicios financieros, es el que resulta de calcular el número de contratos para estos servicios móviles que reportan las instituciones de manera periódica a la CNBV respecto a cada 10,000 adultos, para mantener la metodología que se utiliza en otros indicadores similares.

A diciembre de 2012, las instituciones reportaron un total de 883,657 contratos de cuentas vinculadas a un dispositivo de telefonía móvil, cuyo indicador es de 106 contratos directamente vinculados a servicios financieros móviles por cada 10,000 adultos.

Tabla 10.10 Contratos vinculados a SFM por cada 10,000 adultos

Producto	Total
Número de contratos vinculados	883,657
Indicador por cada 10,000 adultos	106

Fuente: CNBV, 2012

Este tipo de indicadores permiten ubicar el inicio de los primeros productos que ya se encuentran en el mercado y cuyo objetivo es fomentar una mayor inclusión financiera entre la población que actualmente se encuentra excluida del sistema financiero formal.

Adicionalmente, el resultado del indicador permite tener una perspectiva del potencial que tienen estos servicios móviles y su grado de penetración, lo que sirve para evaluar los siguientes pasos en el mejoramiento de la regulación para que este mercado crezca y tenga la oportunidad de brindar servicios financieros con un alto alcance en términos de segmentos de la población actualmente excluida y brindar un impacto positivo a estas personas a través de servicios seguros, de bajo costo y, que al mismo tiempo, sean convenientes para satisfacer necesidades de financieras de tipo transaccional, ahorro, crédito y seguros.

Próximos pasos en el desarrollo de los servicios financieros móviles en México

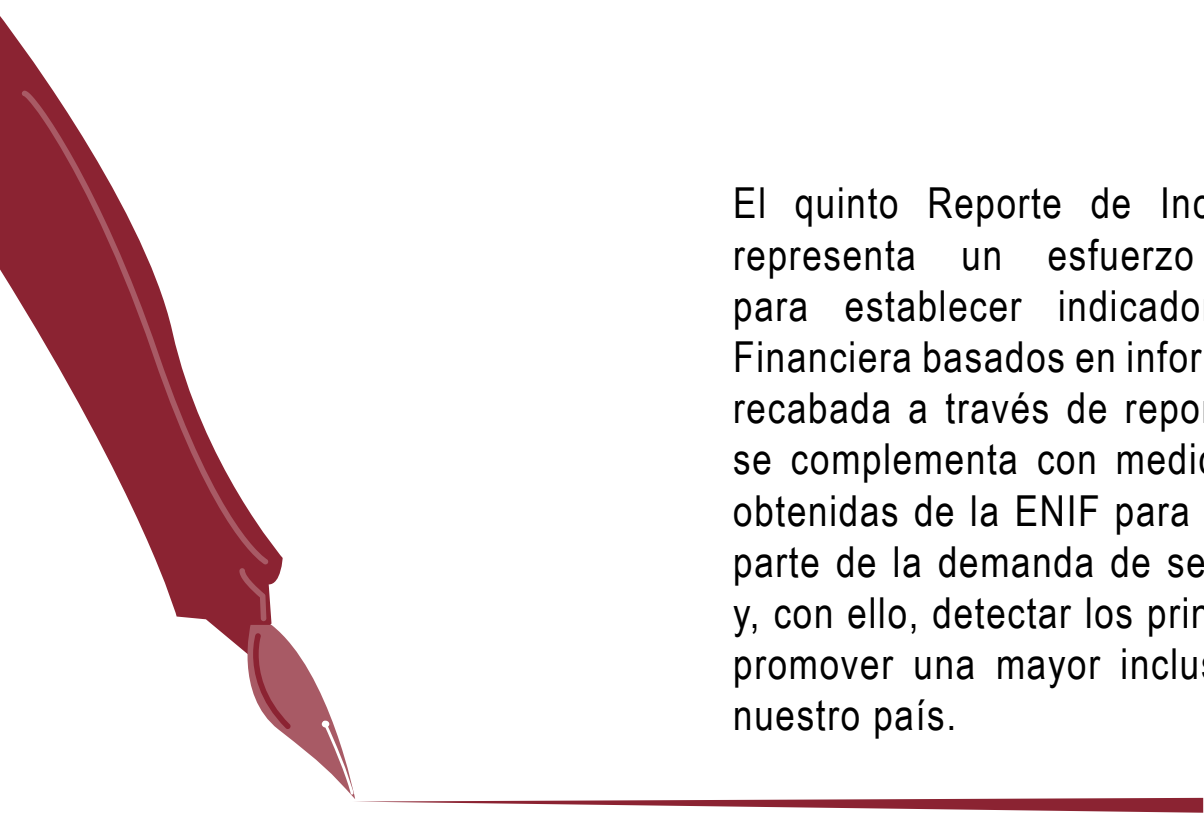
Se observa un gran potencial en la expansión de estos servicios financieros, por lo que surge un gran interés para seguir mejorando las reglas y condiciones que propicien que dichos modelos de negocios puedan alcanzar el potencial que

tienen y lograr economías a escala, sobre todo penetrando mercados donde actualmente la inclusión financiera no ha sido suficiente, de manera similar a lo que ha sucedido en otros países

La cuestión de la interoperabilidad entre los diferentes servicios que hoy están disponibles, es un requisito fundamental para lograr que las diferentes redes de canales financieros de retiro y depósito de dinero alcancen una escala y un potencial suficiente para hacer sustentables estos negocios en el largo plazo, y que al mismo tiempo, resuelvan los requerimientos de servicios financieros de una mayor proporción de la sociedad.

El desarrollo de nuevos productos por parte de otros intermediarios financieros no bancarios que también estén integrados a los sistemas de pagos tradicionales, como en el caso de las Entidades de Ahorro y Crédito Popular, es fundamental para favorecer una integración de estos servicios en zonas rurales y marginadas del país, lo cual promoverá una inclusión financiera más efectiva y sostenible en el tiempo.

COMENTARIOS FINALES



El quinto Reporte de Inclusión Financiera representa un esfuerzo interinstitucional para establecer indicadores de Inclusión Financiera basados en información estadística recabada a través de reportes regulatorios y se complementa con mediciones adicionales obtenidas de la ENIF para tener la visión por parte de la demanda de servicios financieros y, con ello, detectar los principales retos para promover una mayor inclusión financiera en nuestro país.

COMENTARIOS FINALES

Los puntos de acceso a servicios financieros que existen en el país son las sucursales, los cajeros automáticos, las terminales punto de venta, los corresponsales bancarios, la banca móvil y la banca por internet. Al cuarto trimestre de 2012, el número de sucursales se ubicó en 16,097, es decir, 1.93 sucursales por cada 10,000 adultos. El número de cajeros automáticos se mantuvo estable, presentando un indicador de 4.89 cajeros por cada 10,000 adultos.

En cuanto la cobertura de municipios de estos canales de acceso, las sucursales bancarias ofrecen una cobertura del 47% de los municipios del país, por otro lado, el número de municipios con acceso a cajeros automáticos es de 1,329 (54% de los municipios del país). Una vez que se toman en cuenta los puntos de acceso donde se puede disponer de efectivo (sucursales, cajeros y corresponsales), la cobertura llega al 68%, en donde habita el 97% de la población adulta del país.

La ENIF presenta una oportunidad única de conocer el lado de la demanda de los servicios financieros. De acuerdo a sus resultados, se identificó que el canal que la mayoría de la población utiliza, con el 40.5% de los adultos, son las sucursales bancarias, seguido por los cajeros automáticos, con el 38%; a pesar de ser un canal relativamente nuevo, el 30% de la población utiliza los corresponsales bancarios.

A diciembre de 2012, se observó un indicador 11,544 productos de captación por cada 10,000 adultos, es decir, 96 millones de contratos. De estos, 10 millones (1,203 productos por cada 10,000 adultos) fueron colocados por las Entidades de Ahorro y Crédito Popular (EACP) y los restantes 86 millones (10,341 contratos por cada 10,000 adultos) por la Banca comercial. Desde diciembre de 2009 hasta diciembre de 2012, el número de contratos de tarjetas de débito de la Banca ha tenido una tasa anual de crecimiento de 21.1%, pasando de 53 a 94.2 millones en un periodo de tres años. Para las EACP, las tarjetas de débito emitidas por las Cooperativas han mostrado un crecimiento significativo pues han mantenido una tasa media anual de crecimiento de 101.1%, alcanzando, al cierre de 2012, 250,000 tarjetas, implicando un indicador de 21 tarjetas de débito de las EACP por cada 10,000 adultos.

De acuerdo a los resultados de la ENIF, 25 millones de adultos tienen al menos un producto de ahorro formal; de éstos, 24 millones poseen alguna tarjeta de débito. El producto de ahorro formal más utilizado son las cuentas de nómina con 15.1 millones de usuarios, seguido por las cuentas de ahorro con 11.6 millones de adultos.

Se incorporan nuevos productos de crédito de la Banca (créditos personales, créditos de nómina y automotrices) y de las EACP (créditos comerciales) al análisis de indicadores,

de tal suerte que se amplía el panorama de los productos de crédito.

Los productos de crédito presentaron un incremento del 28% de 2011 a 2012, al pasar de 4,227 productos de crédito por cada 10,000 adultos a 5,407, lo cual representa un total de 45 millones de contratos en el país. Los productos de crédito de la Banca comercial representan el 94% (42.3 millones de contratos) de los productos totales de crédito a individuos, seguido por los productos de las EACP con 6% (2.7 millones de créditos).

Para la Banca, el número de tarjetas de crédito por cada 10,000 adultos fue de 3,108 contratos (25.9 millones) disminuyendo en 6% el número de estos contratos. Por su parte, en el mismo rubro de créditos destinados al consumo como los créditos bancarios personales, créditos bancarios de nómina, los créditos grupales y los créditos automotrices por cada 10,000 adultos alcanzan los 947 (7.9 millones), 481 (4 millones de créditos), 330 (2.7 millones) y 80 (669 mil créditos).

La ENIF reveló que aproximadamente el 27.5% de los adultos afirmaron utilizar alguna tarjeta de crédito o algún producto de crédito de instituciones financieras, o bien, alguna tarjeta de crédito de algún establecimiento comercial, departamental o de autoservicio.

Destaca que, en el contexto de las transacciones, el retiro de efectivo a través de cajeros automáticos ha sido una de las transacciones más relevantes de forma histórica; sin embargo, el uso de otros medios de pago como el de las tarjetas de débito y crédito cada vez tiene un mayor crecimiento y, por primera vez en 2012, se observa que el número de pagos a través de tarjetas bancarias (1,475 millones de pagos a través de TPVs) fue mayor al número de retiros de efectivo en cajeros automáticos (1,422 millones de retiros).

Los corresponsales bancarios, después de tres años de funcionamiento, reportan al cierre de 2012, aproximadamente, 72 millones de transacciones en el año por un monto de casi 104 mil millones de pesos, con un tasa de crecimiento acumulada del número de transacciones de 2010 a la fecha de 46.9% anual.

Las remesas del exterior, al cierre de 2012, sumaron 22,438 millones de dólares, disminuyendo 1.6% respecto a las remesas recibidas el año pasado. El monto promedio por remesa fue de 269 dólares (aproximadamente 3,497 pesos mexicanos).

Referente a los seguros, la penetración del mercado fue del 2.0% del PIB a diciembre de 2012, mientras que la prima per cápita ascendió a 2,703 pesos por persona al cierre del año

2012, lo que representó un incremento real anual de 6.7% respecto al cierre de 2011. Por otra parte, es importante señalar que para el mercado total de seguros, los seguros de vida representan el 40.6% de la cartera al cierre del 2012. De un total de 70,382,459 adultos representados a través de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2012), se obtuvo que sólo 15,487,148 dispone de algún seguro, lo que equivale al 22% de la población adulta del país; de ellos, 12.23 millones (79%) cuentan con seguro de vida, seguido por el seguro automotriz, con 5.1 millones (33%) y el seguro de gastos médicos, con 4.68 millones (30%).

A diciembre de 2012 existían 48.5 millones de cuentas administradas por las Afores, de las cuales, 229,456 eran cuentas independientes, 47.3 millones cuentas del IMSS y 1.03 millones, del ISSSTE. No obstante, únicamente 669,515 cuentas hacían uso de mecanismo de ahorro voluntario en el cuarto trimestre del 2012. Cabe destacar que el monto total de las cuentas individuales representó el 12.4% del PIB del país, con un total de 1.9 billones de pesos.

Según los resultados de la ENIF, se estimó que 19.6 millones de adultos son derechohabientes al seguro social, de estos, 13.9 millones de personas afirmaron que les hacían un descuento para su Afore, mientras que los 5.7 millones de adultos restantes, contestaron que no se les aplicaba el descuento o que no lo sabían. Además, del número de adultos conscientes del descuento que se les hacía, sólo el 5.2% realizaba aportaciones voluntarias.

Los pagos que realiza el Estado a personas, pensionados o beneficiarios de programas sociales han evolucionado en los últimos años gracias a la implementación de sistemas electrónicos de pago, los cuales han permitido un mayor acceso de los usuarios a este sistema, además de permitir una mejor administración financiera de los fondos federales por parte del gobierno mediante sistemas como la Cuenta única de Tesorería. Al cierre de diciembre de 2012, el número de pagos procesados en el SPEI por la TESOFE sobrepasó los 62.3 millones para ese año.

En materia de distribución de apoyos de programas gubernamentales, el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI), ha implementado diversas acciones en los últimos años para acelerar este proceso a través de medios electrónicos. A diciembre de 2012, BANSEFI tenía presencia en el 97.8% de los municipios del país a través de redes bancarias o TPVs en red cerrada y durante ese año otorgó alrededor de 41.2 millones de apoyos a beneficiarios de programas sociales.

La CONDUSEF ha tenido como objetivo transmitir conocimientos financieros y desarrollar habilidades útiles en el día a día. Atendiendo a esto han creado programas, tales como "Educación Financiera, Tu Ganancia", con los que se ha buscado desarrollar capacidades en los consumidores y difundir información sobre productos y servicios financieros, además ha creado estrategias de difusión, considerando las necesidades específicas de los consumidores de acuerdo a su perfil. Aunado a estos esfuerzos ha coordinado la Semana Nacional de Educación Financiera (SNEF), que surge en el 2008 con el firme propósito de concientizar a niños, jóvenes y público en general sobre la importancia que tiene la Educación Financiera para mejorar el bienestar personal y familiar.

La CONDUSEF, dedicada al desarrollo de estrategias que protegen y defienden los derechos e intereses de los usuarios de los servicios financieros del país, concentra sus esfuerzos en dos vertientes, a saber, acciones preventivas, mediante la elaboración y establecimiento de programas educativos en materia financiera y acciones correctivas, al mediar entre el usuario y las instituciones financieras con el fin de solucionar los conflictos o inconformidades que pudieran surgir entre ellos.

Durante el 2012, la CONDUSEF realizó poco más de 1.2 millones de acciones de defensa a usuarios, lo que representa un incremento respecto al 2011 de 11.8%, pasando de 1,108,487 a 1,239,368. El indicador demográfico aumentó 11.5% al cierre de 2012, alcanzando 155 acciones de defensa por cada 10,000 adultos. Del total de acciones de defensa, el 82.6% se relacionan con asesorías y consultas entre las que se encuentran el funcionamiento de productos financieros, información de Afores, etc. El 16.8% de las acciones tienen que ver con controversias.

Paralelamente, las autoridades financieras en México trabajan conjuntamente para desarrollar regulación y orientar las políticas públicas con el fin incentivar la creación de modelos que permitan una mayor oferta de servicios financieros a través del uso de nuevas tecnologías, como el caso de los servicios financieros móviles. Lo anterior beneficiará tanto a los usuarios como a las instituciones financieras ya que permitirá una reducción en el costo de estos productos.

Se observa un gran potencial en el desarrollo de nuevos modelos por parte de intermediarios financieros no bancarios regulados, para su expansión en zonas rurales y marginadas del país y de esta forma promover la inclusión financiera de toda la población.

BIBLIOGRAFÍA

Alianza para la Inclusión Financiera (AFI), Grupo de Trabajo de Medición de Inclusión Financiera, *"Measuring Financial Inclusion: Core Set of Financial Inclusion Indicators"*, 2012.

Alianza para la Inclusión Financiera (AFI). Beatriz Marulanda. *"Enfoques Regulatorios para los Servicios Financieros Móviles en Latino América"*. (Publicado en el Foro Mundial de Políticas Públicas de AFI en Kuala Lumpur), 2013.

Alianza para la Inclusión Financiera (AFI). Guideline Note, *"Mobile Financial Services: Basic Terminology"*, 2012.

Alianza para la Inclusión Financiera (AFI). Policy Note, *"Mobile Financial Services Regulatory approaches to enable access"*, 2010.

Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). *"Estudio sobre la Banca por Internet en México"*, México, 2012.

Banco de México. Información estadística. (www.banxico.org.mx), 2012.

Banco Mundial (World Bank). *"Guías Generales para la Elaboración de Programas Gubernamentales de Pago"*, Agosto, 2012.

Consultative Group to Assist the Poor (CGAP) / International Finance Corporation (IFC), Oya Pinar Ardic, Kathryn Imboden and Alexia Latortue. *"Financial Access 2012: Getting into a more comprehensive picture"*. 2013.

Consultative Group to Assist the Poor (CGAP). Resultados del Piloto Telecomm / MiFon en la localidad de Santiago Nuyóo: *"Análisis de la adopción de cuentas móviles en el medio rural"*, Mimeografía, México, 2013.

Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL). Información estadística (www.cofetel.gob.mx), México, 2013.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). *"Ahorro Financiero y Financiamiento en México"*. Agosto, 2013.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). Información estadística (www.cnbv.gob.mx).

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). *"Reporte de Inclusión Financiera1"*, México, 2009.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). *"Reporte de Inclusión Financiera2"*, México, 2010.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). *"Reporte de Inclusión Financiera3"*, México, 2011.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). *"Reporte de Inclusión Financiera4"*, México, 2012.

BIBLIOGRAFÍA

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y el Banco Inter-Americano de Desarrollo (BID). *“Encuesta Nacional de Competitividad, Fuentes de Financiamiento y Uso de Servicios Financieros de las Empresas”*, México, 2011.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *“Encuesta a Bancos sobre financiamiento a micro, pequeñas y medianas empresas. Reporte de Resultado”*, México, 2011.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) e Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, *“Análisis Descriptivo de los Resultados, Septiembre, 2012”*, México, 2013.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) e Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, *“El Desarrollo de una Encuesta de Demanda: El caso de México”*, México, Junio, 2012.

Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF). Circular S-8.1.

Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF). *“Anuario Estadístico de Seguros y Fianzas 2011”*, México, 2011.

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), *“Anuario Estadístico 2012”*, México, 2012.

Diario Oficial de la Federación (DOF). Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Acuerdo por el que se crea el Consejo Nacional de Inclusión Financiera, México, Octubre 2011.

Diario Oficial de la Federación (DOF). Ley de Instituciones de Crédito (LIC). México, Julio, 1990 y actualización por el Decreto publicado en el DOF. México, Mayo, 2010.

Diario Oficial de la Federación (DOF). Ley de Sistemas de Ahorro para el Retiro. México, Mayo, 1996.

Diario Oficial de la Federación (DOF). Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros. México, Agosto, 1935.

G-20 Global Partnership for Financial Inclusion, Data and Measurement Subgroup. *“Towards a Comprehensive Set of Financial Inclusion Indicators”*, 2012.

G-20 Global Partnership for Financial Inclusion, Data and Measurement Subgroup. *“The G-20 Financial Inclusion Basic Indicators”*, 2013.

GSMA, Penicaud, Claire. Mobile Money for the Unbanked series *“El Estado de la Industria: Resultados de la Encuesta de 2012 sobre la Adopción de dinero Móvil a Nivel Global”*, 2013.

GSMA. *“Mobile Money in the Philippines, the Market, the Models and Regulation”*, 2012.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censo de Población y Vivienda 2010, México, 2010.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Varias Estadísticas (www.inegi.org.mx), México, 2012.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera. Información de los resultados de la ENIF (www.inegi.org.mx), México, 2013.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Encuesta Nacional de Ingreso – Gasto de los Hogares 2010 (ENIGH), México, 2010.

Telecomunicaciones de México (Telecomm-Telégrafos). Memoria Documental, *“Inclusión Financiera”*. México, 2012.

INFOGRAFÍAS POR ENTIDAD FEDERATIVA

ANEXO 1

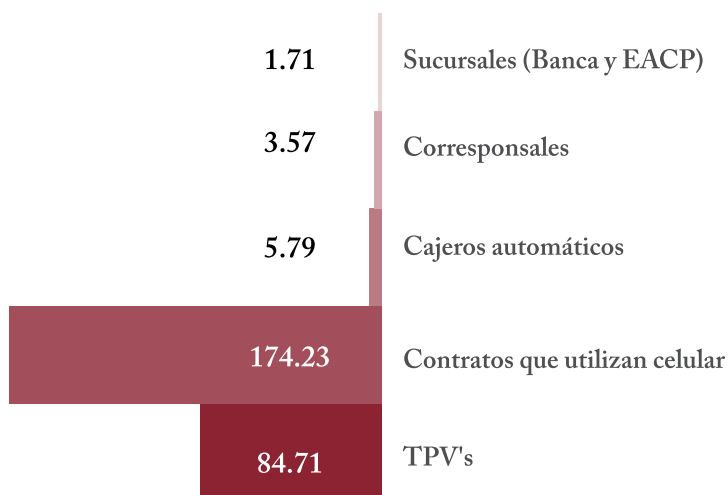
AGUASCALIENTES



Municipios		11
Población adulta		851,594

ACCESO

Indicadores demográficos* de acceso

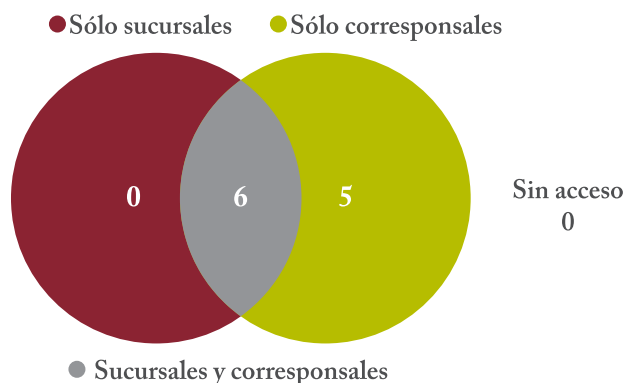


PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

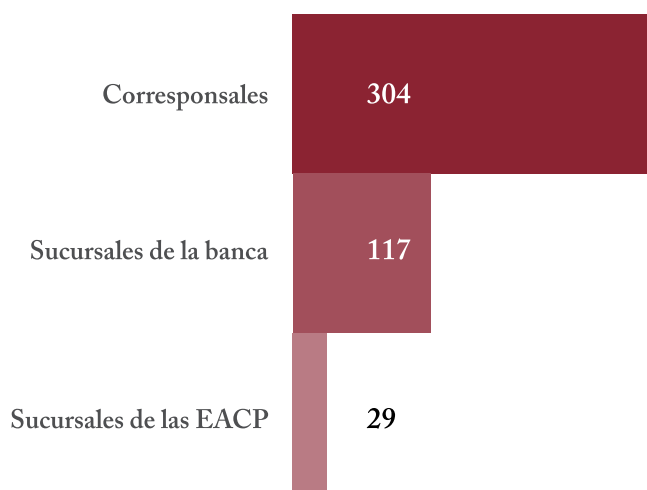
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 388

Municipios con al menos un canal de acceso



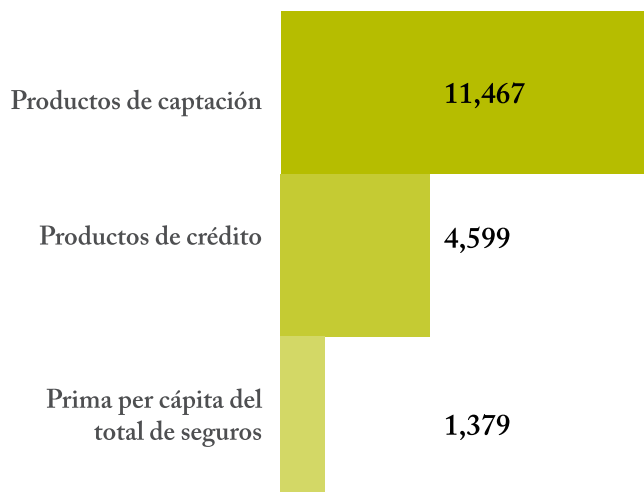
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 851,594

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos



BAJA CALIFORNIA

Municipios		5
Población adulta		2,400,848

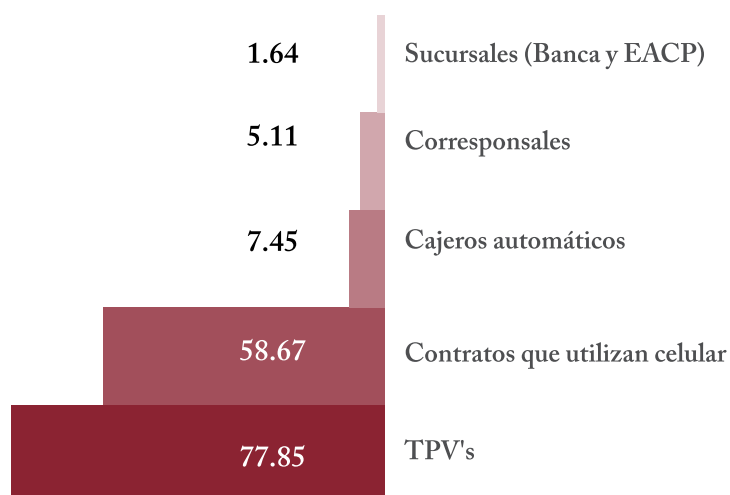
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

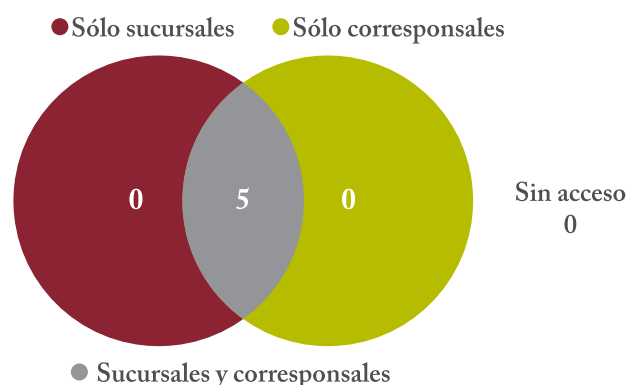
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 140

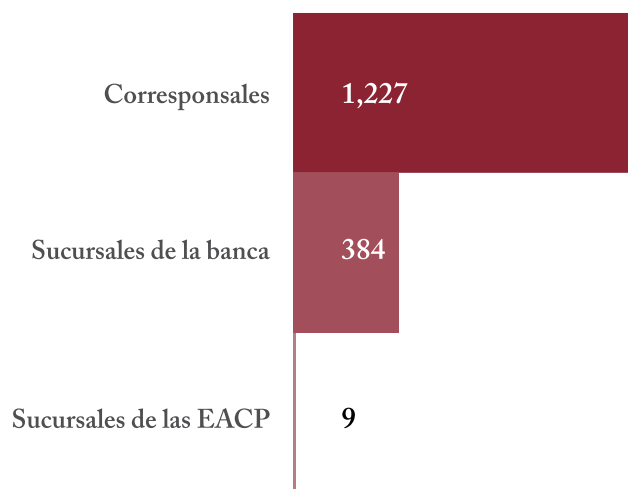
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



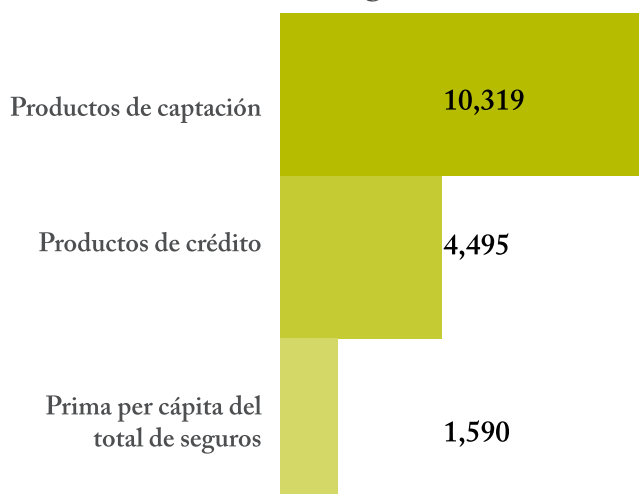
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 2,400,848

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

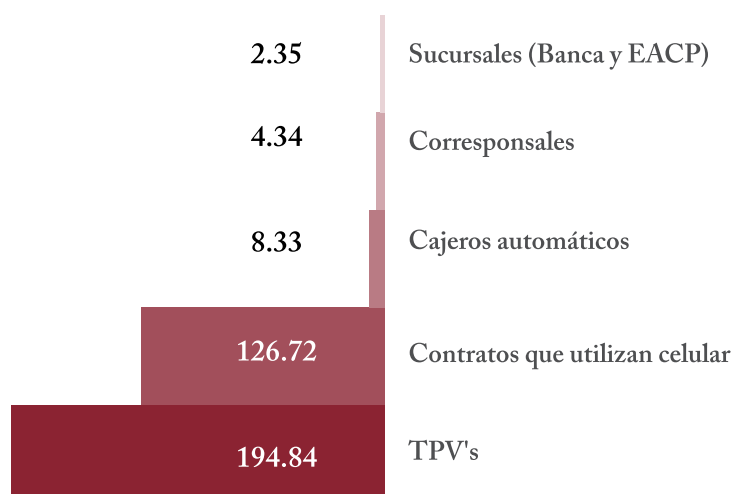


BAJA CALIFORNIA SUR

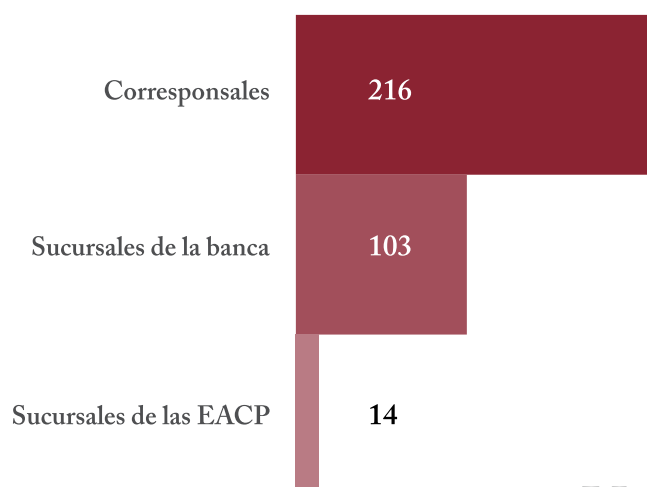
Municipios		5
Población adulta		497,222

ACCESO

Indicadores demográficos* de acceso



Presencia de instituciones



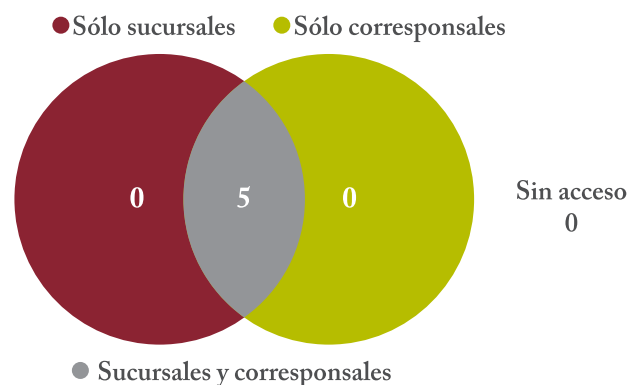
USO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 231

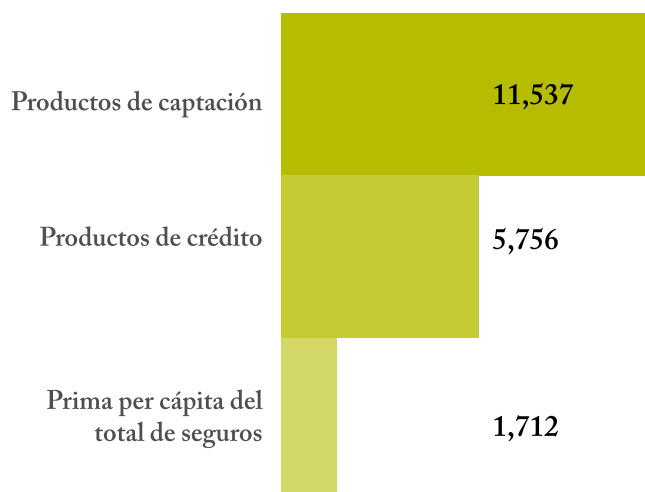
Municipios con al menos un canal de acceso



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 497,222

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

CAMPECHE



Municipios		11
Población adulta		620,951

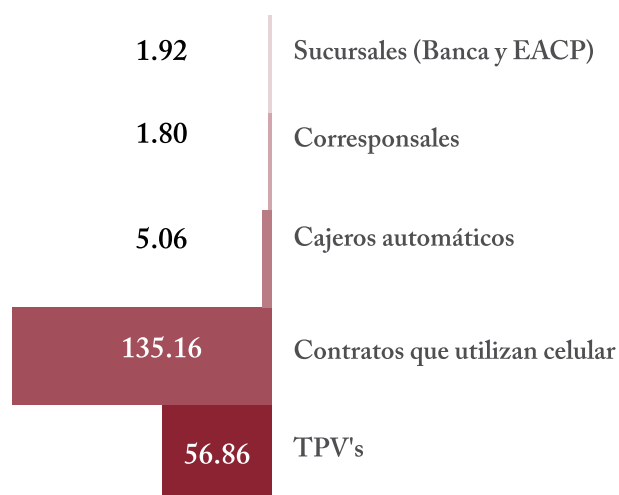
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

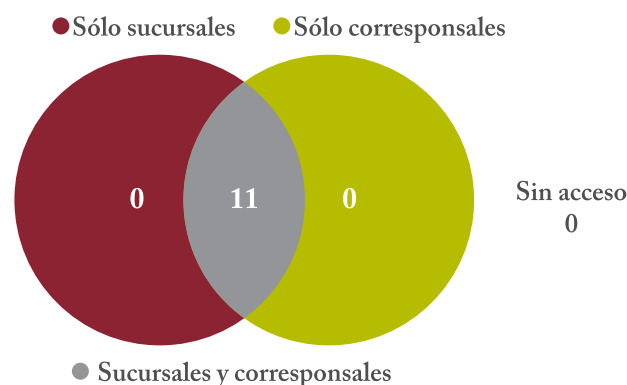
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 283

Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



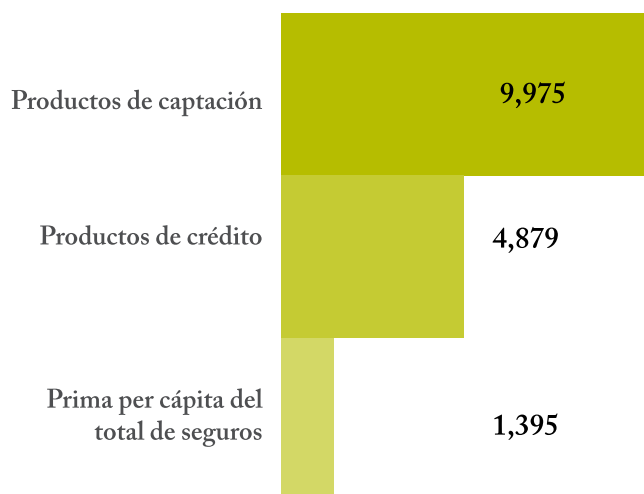
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 620,951

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos



CHIAPAS

Municipios		118
Población adulta		3,346,082

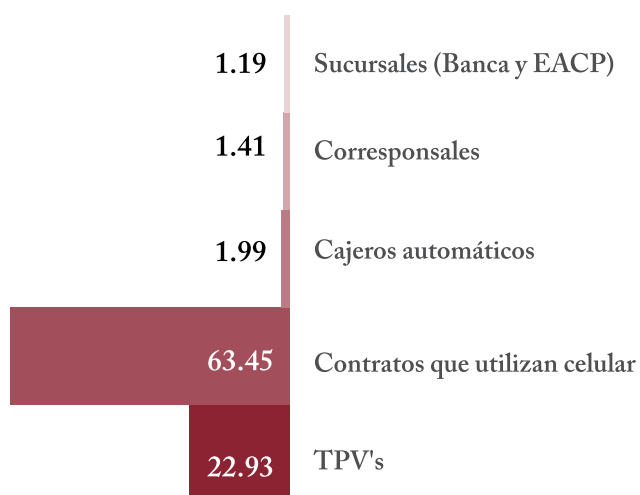
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

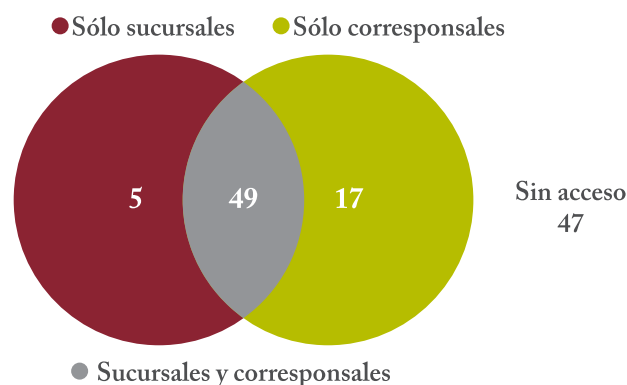
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 101

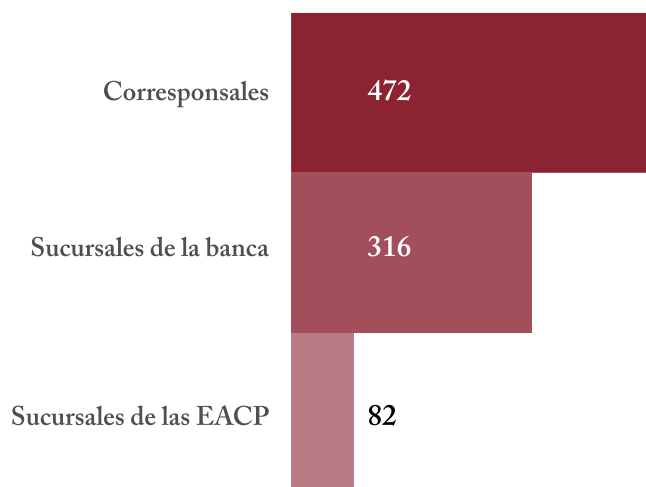
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



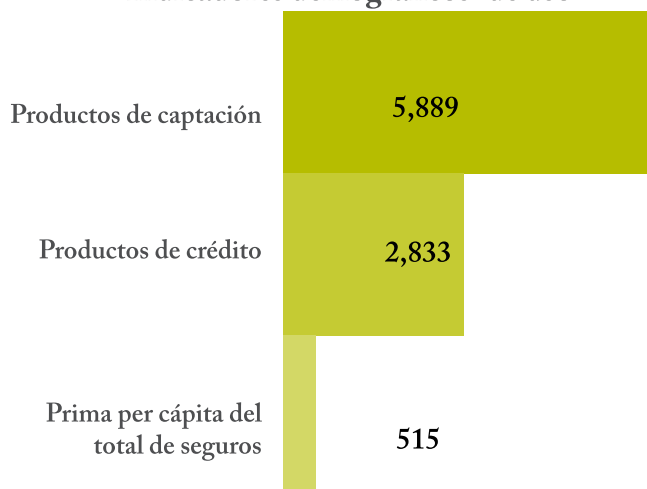
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 2,911,464

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 87%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

CHIHUAHUA



Municipios		67
Población adulta		2,553,891

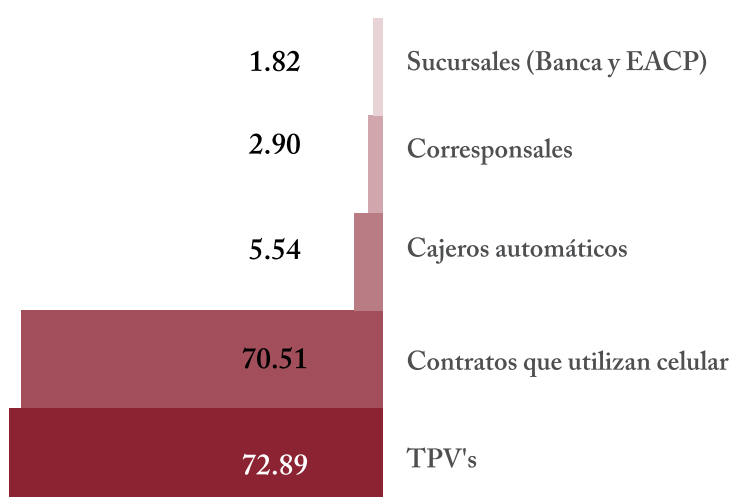
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

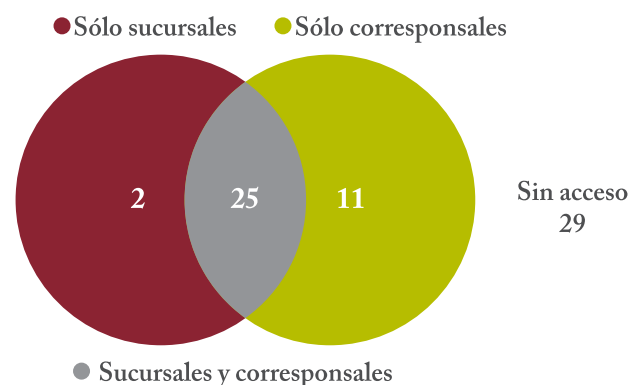
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 220

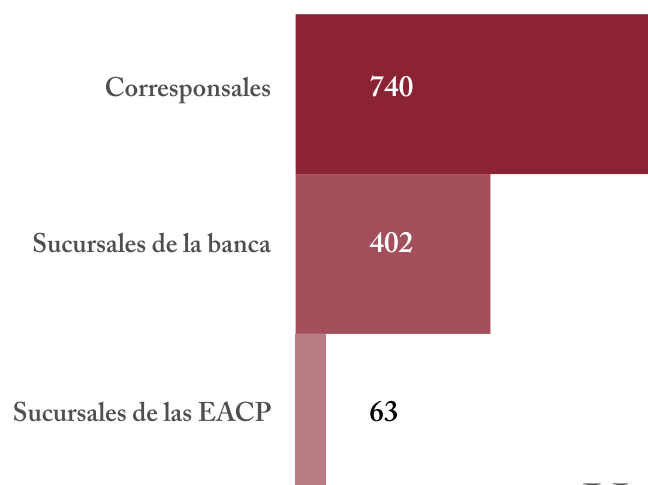
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



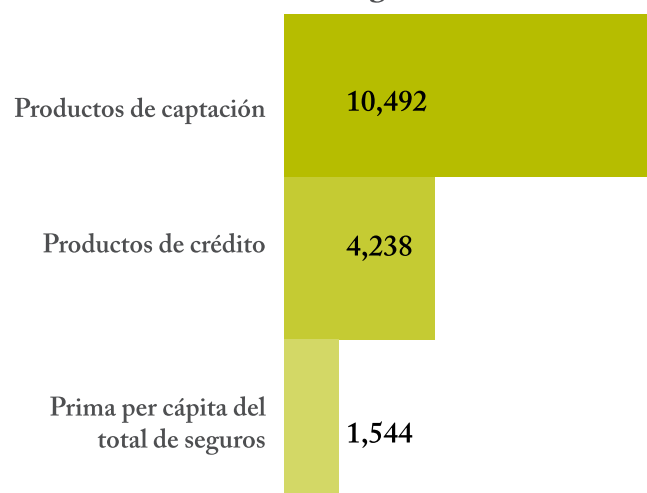
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 2,434,461

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 95%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

COAHUILA



Municipios		38
Población adulta		2,036,983

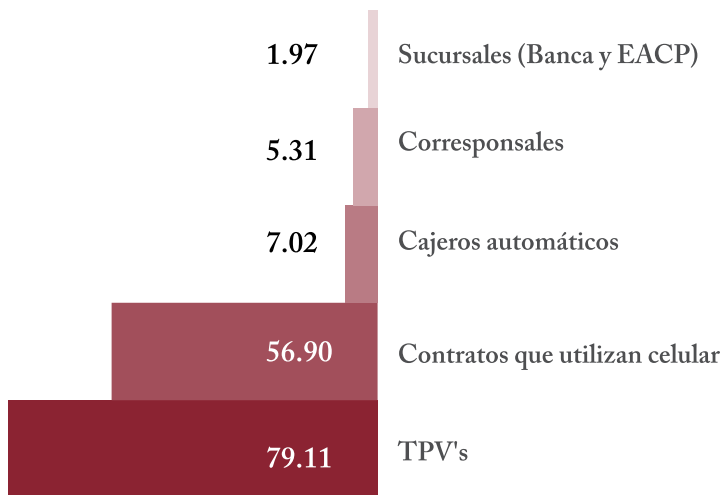
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

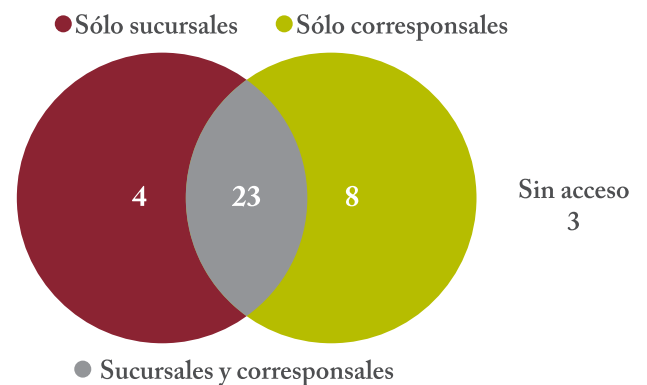
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 136

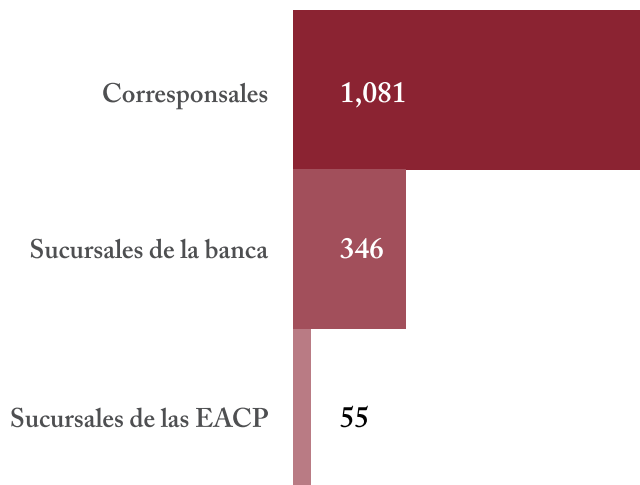
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



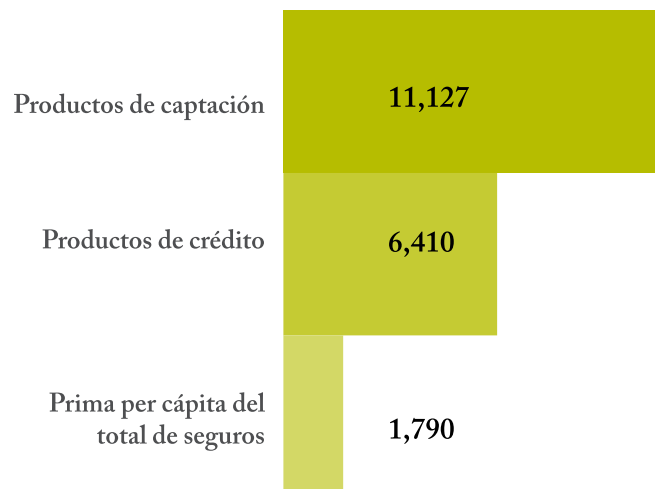
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 2,033,148

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

COLIMA



Municipios		10
Población adulta		498,134

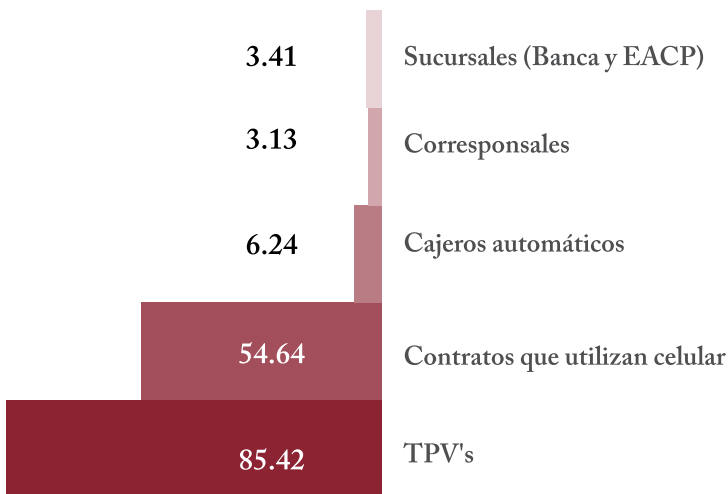
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

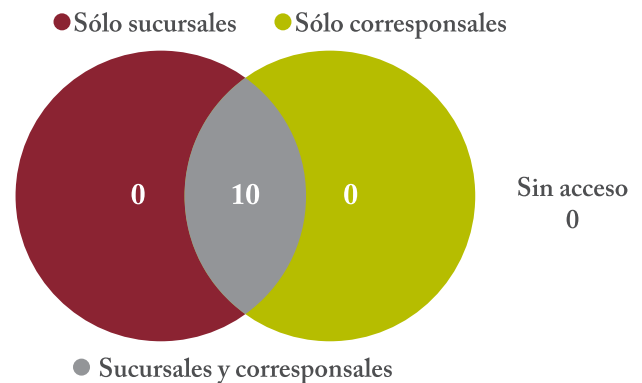
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 395

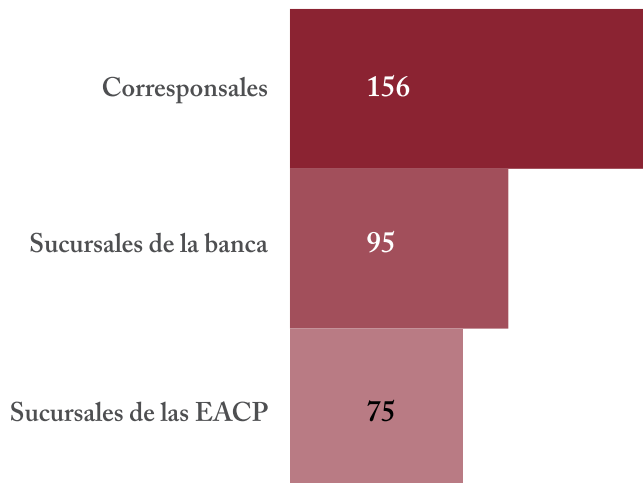
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



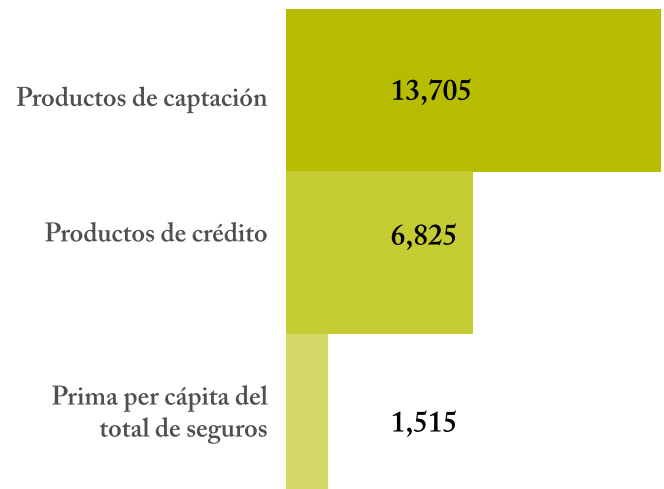
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 498,134

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

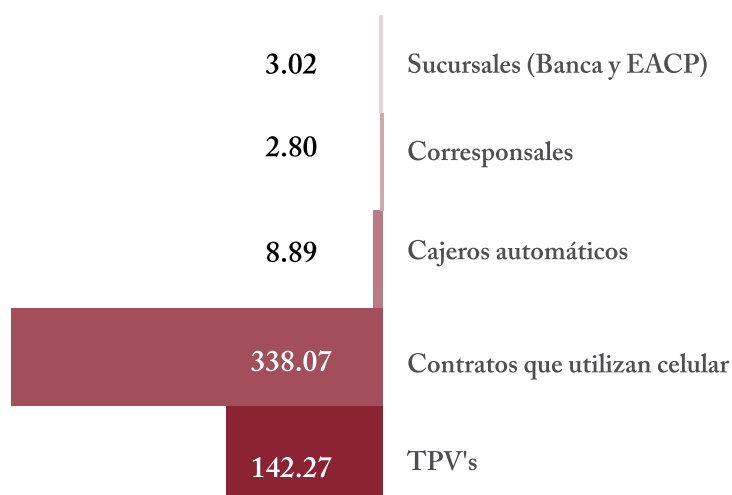
DISTRITO FEDERAL



Municipios		16
Población adulta		6,914,961

ACCESO

Indicadores demográficos* de acceso

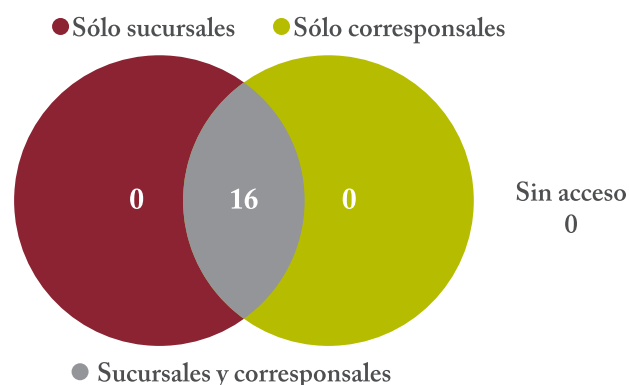


PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

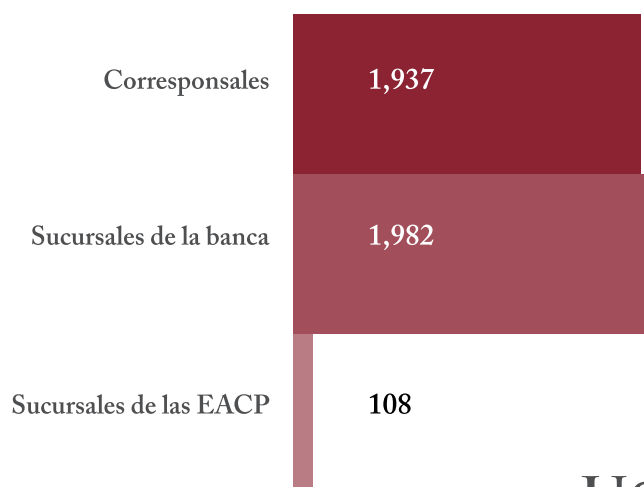
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 304

Municipios con al menos un canal de acceso



Presencia de instituciones

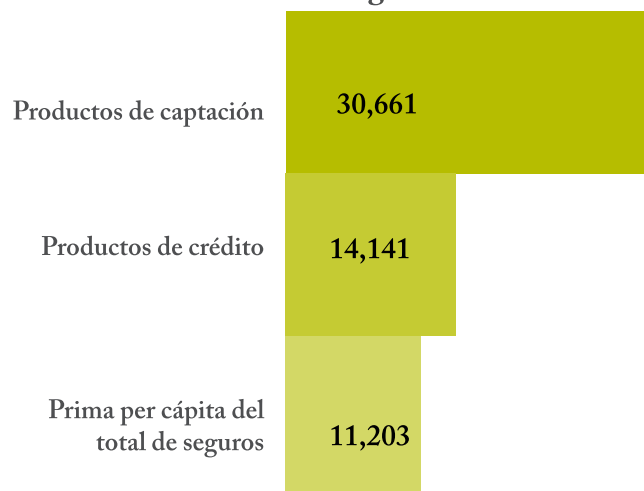


Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 6,914,961

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

USO

Indicadores demográficos* de uso



* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

DURANGO



Municipios		39
Población adulta		1,195,885

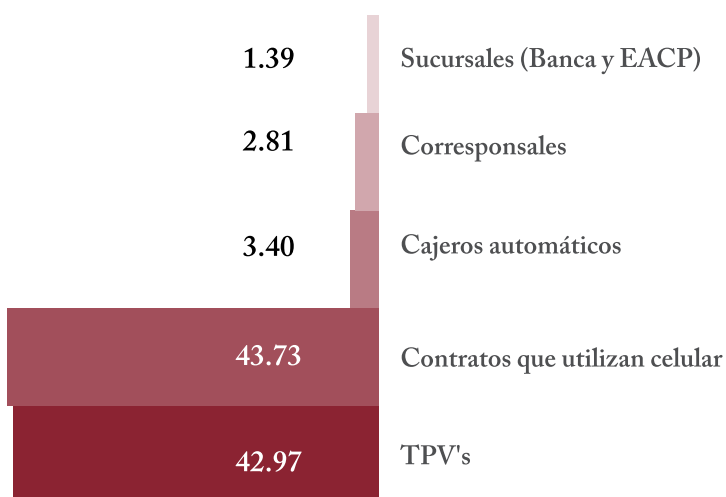
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Indicador demográfico* de protección al consumidor

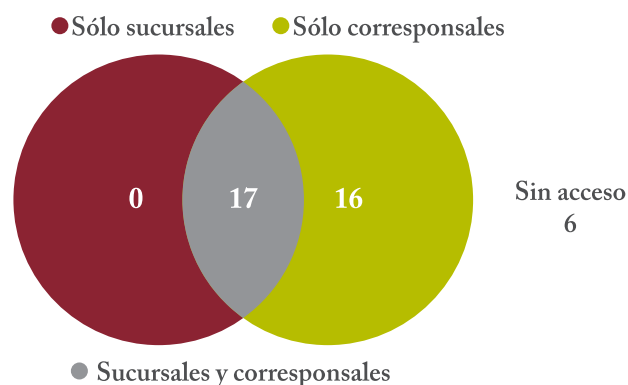
Acciones de defensa de la CONDUSEF 234

ACCESO

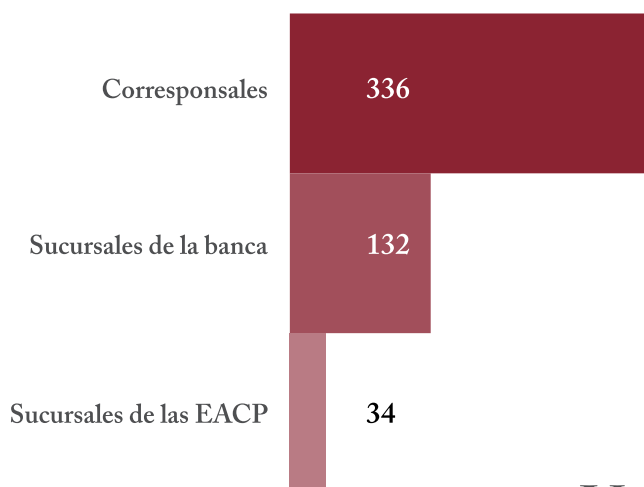
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



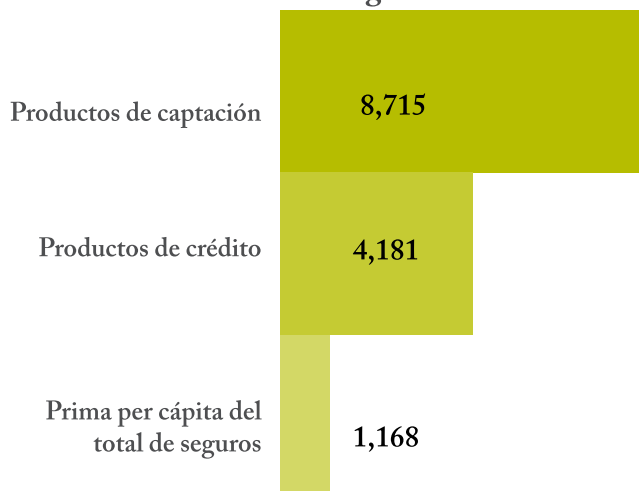
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,179,382

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 99%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

GUANAJUATO



Municipios		46
Población adulta		3,936,449

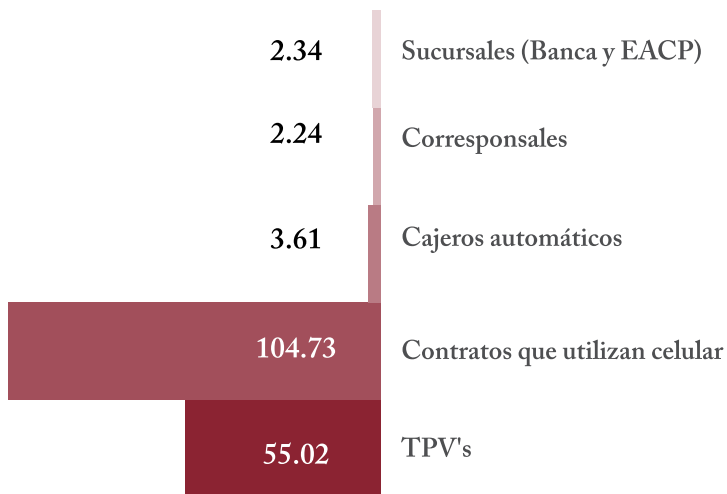
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

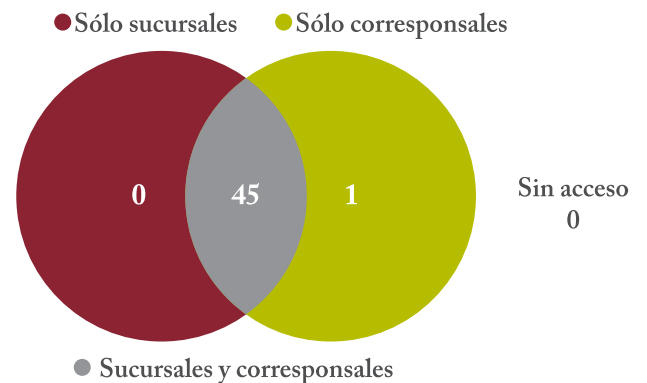
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 92

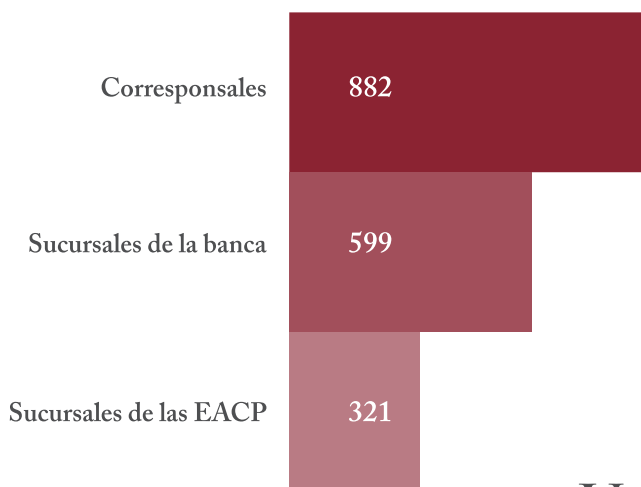
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



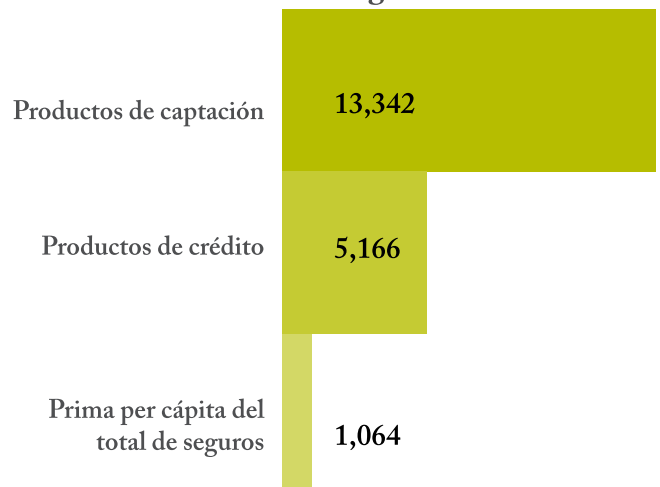
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 3,936,449

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

GUERRERO



Municipios		81
Población adulta		2,363,270

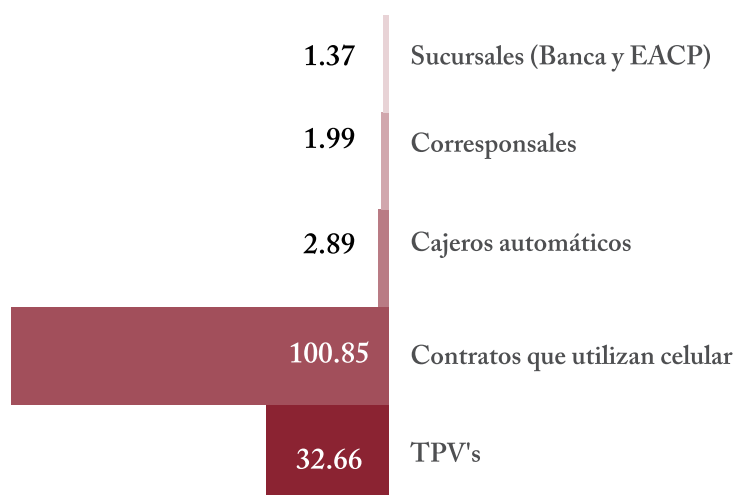
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

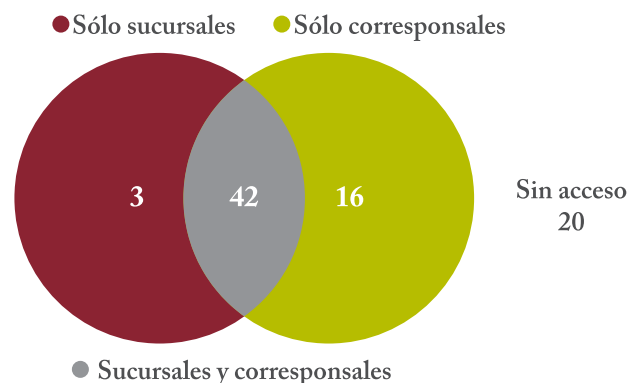
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 111

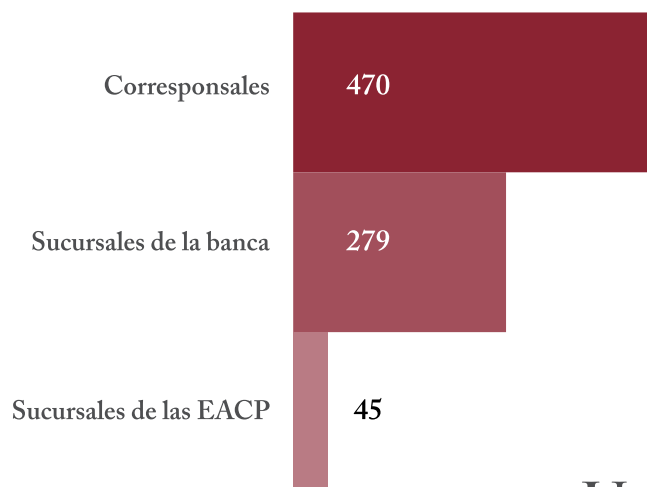
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



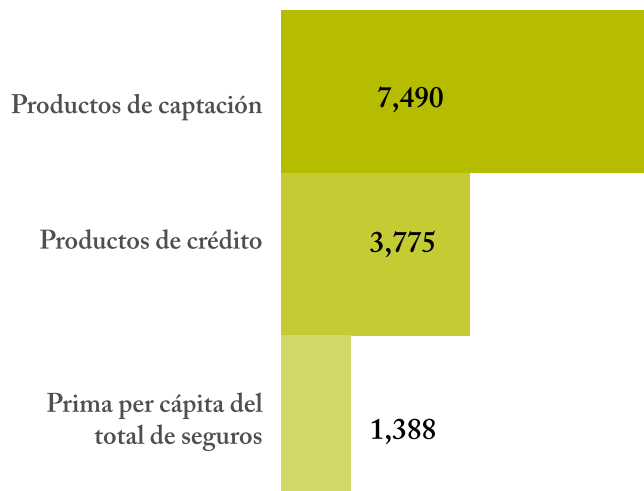
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 2,180,662

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 92%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

HIDALGO



Municipios		84
Población adulta		1,953,353

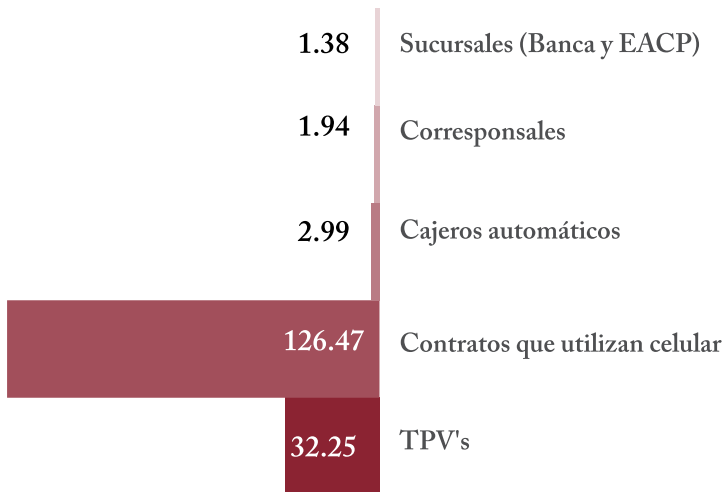
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

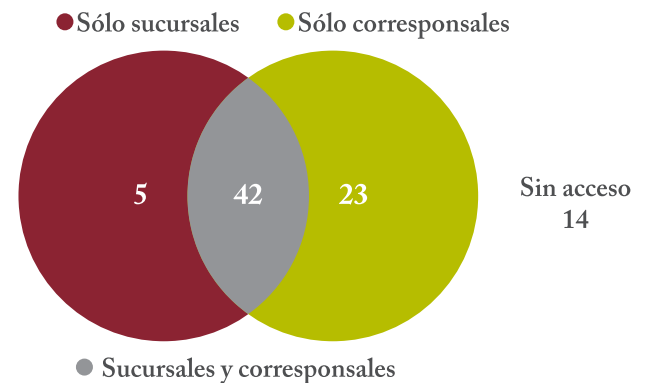
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 113

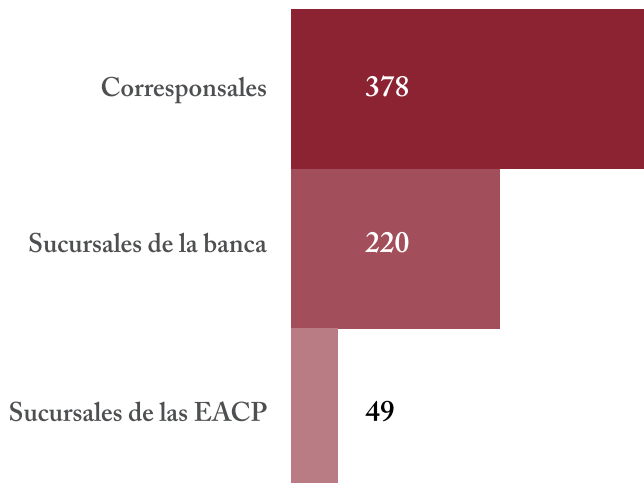
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



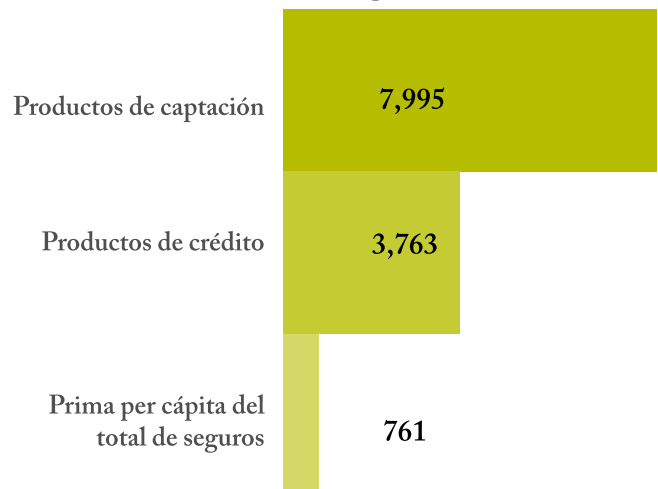
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,849,073

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 95%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

JALISCO



Municipios		125
Población adulta		5,435,085

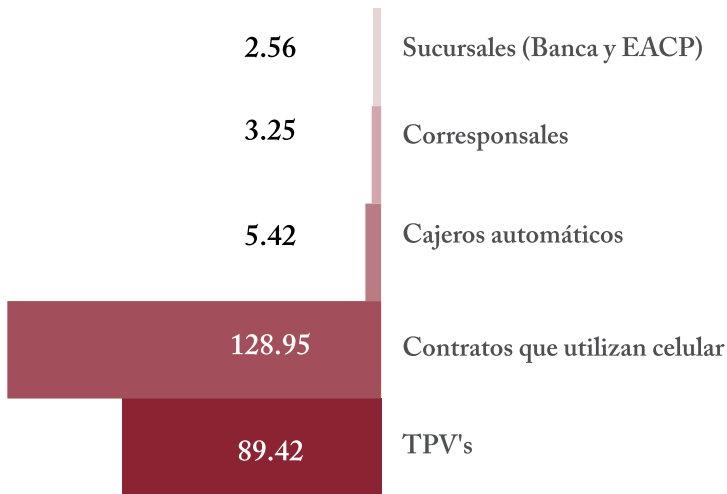
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

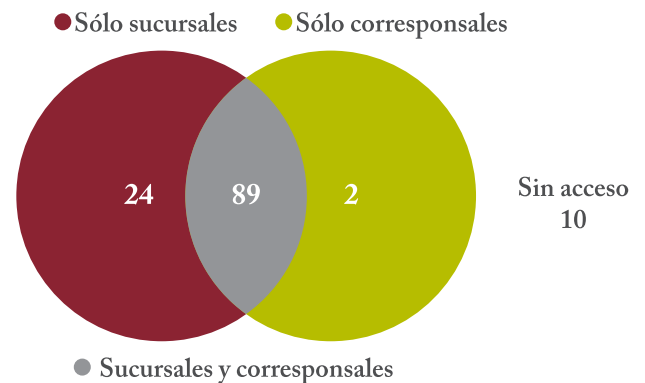
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 157

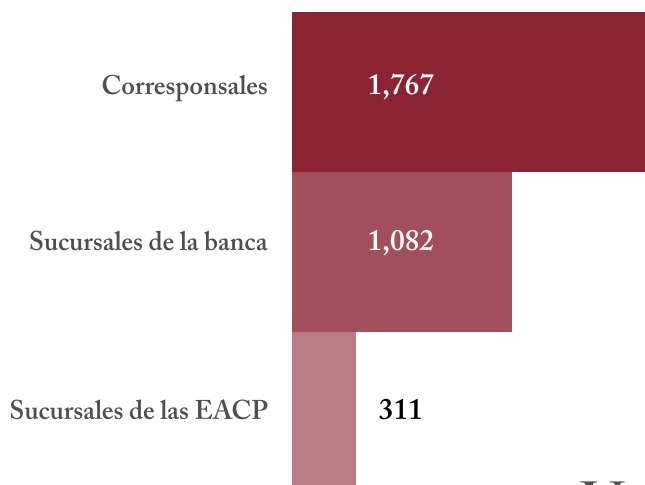
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



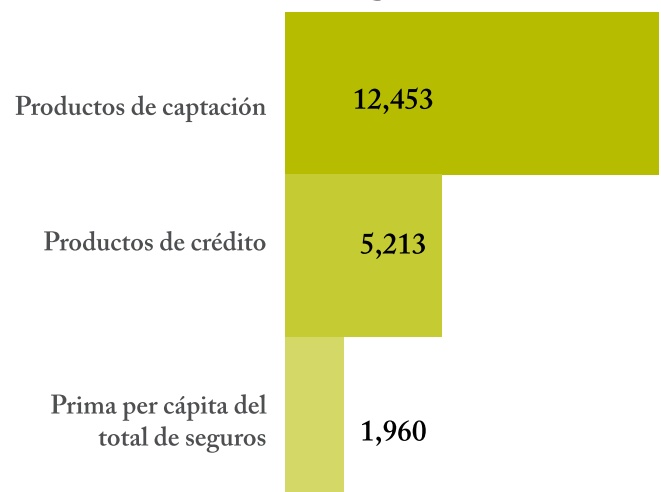
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 5,397,928

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 99%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

MÉXICO



Municipios		125
Población adulta		11,505,586

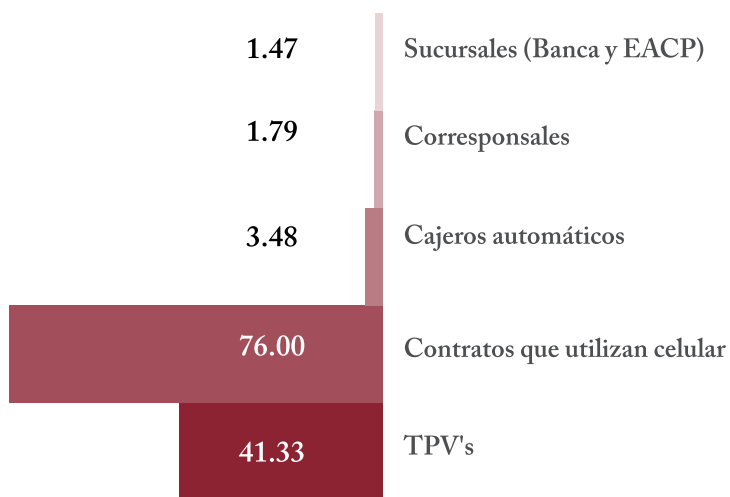
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

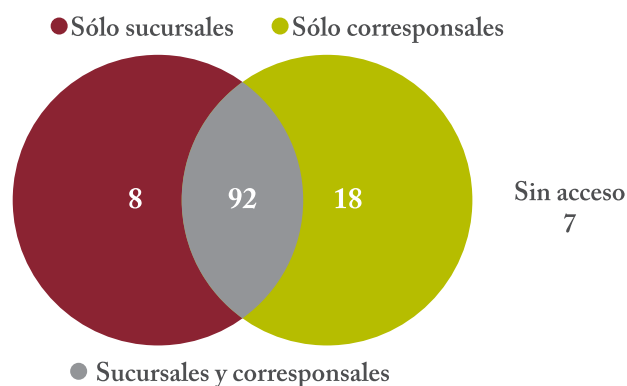
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 107

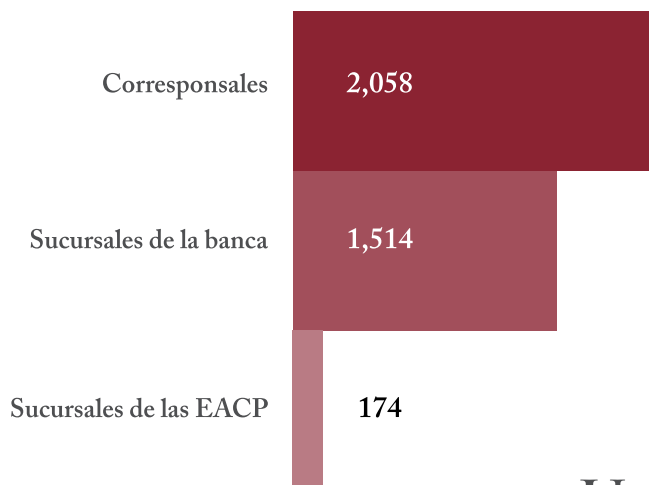
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



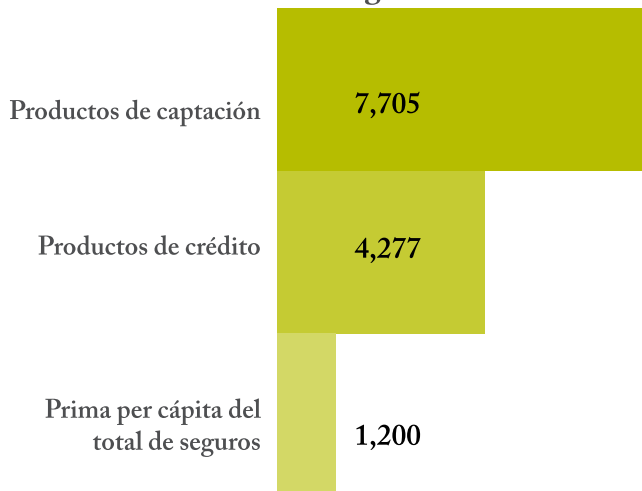
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 11,450,912

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

MICHOACÁN



Municipios



113

Población adulta



3,161,520

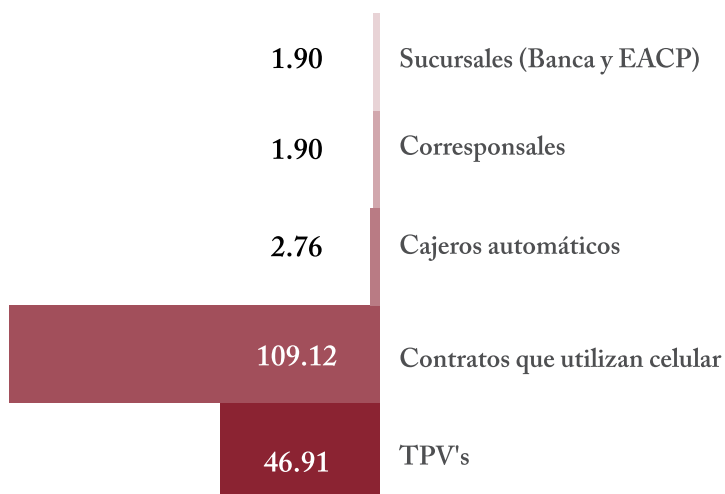
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

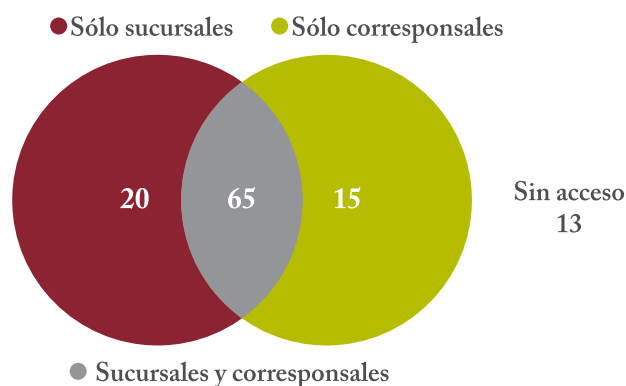
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 83

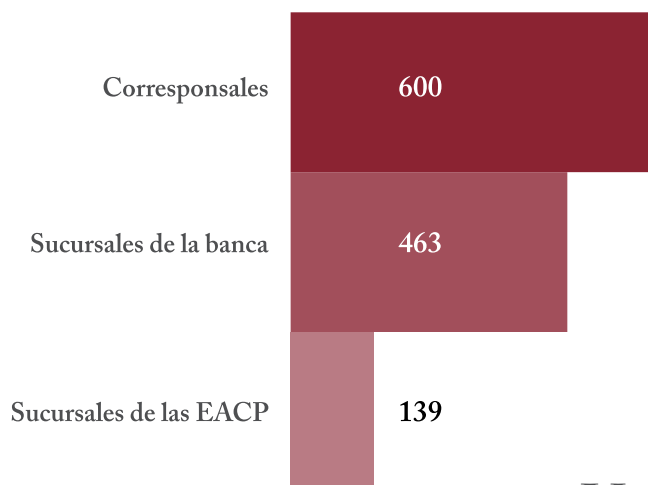
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



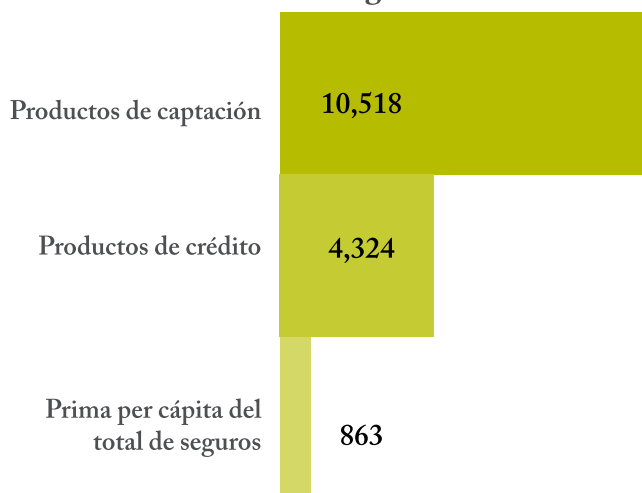
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 3,048,880

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 96%

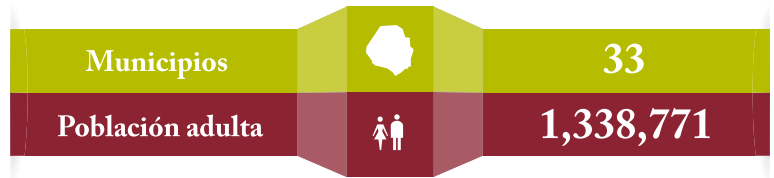
Indicadores demográficos* de uso



USO

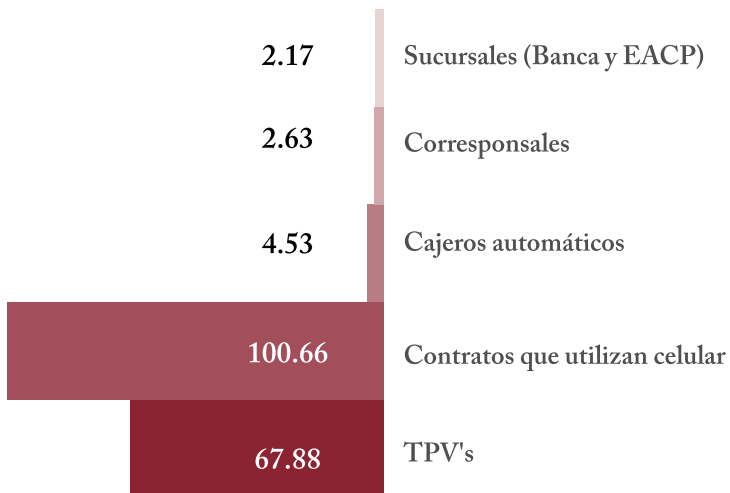
* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

MORELOS



ACCESO

Indicadores demográficos* de acceso

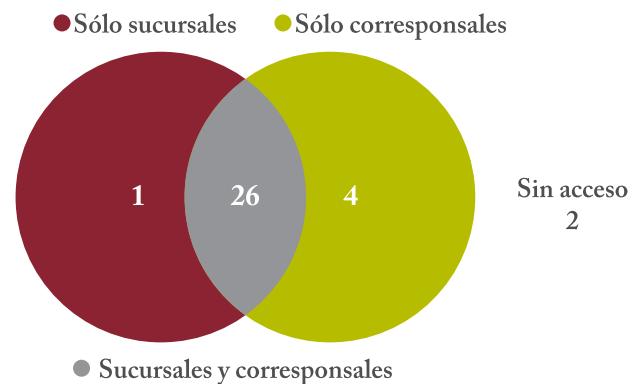


PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

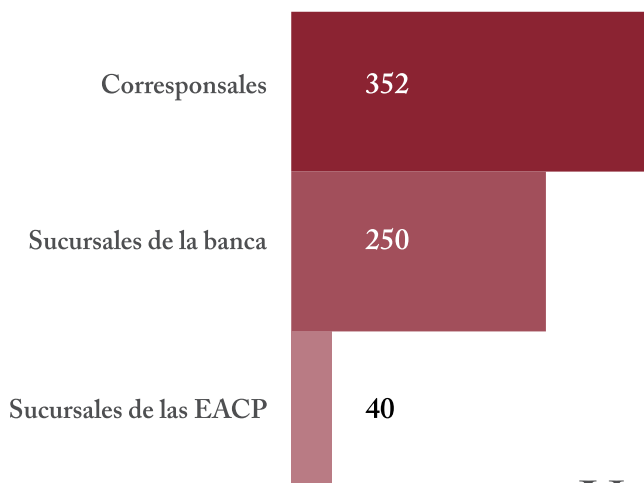
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 173

Municipios con al menos un canal de acceso



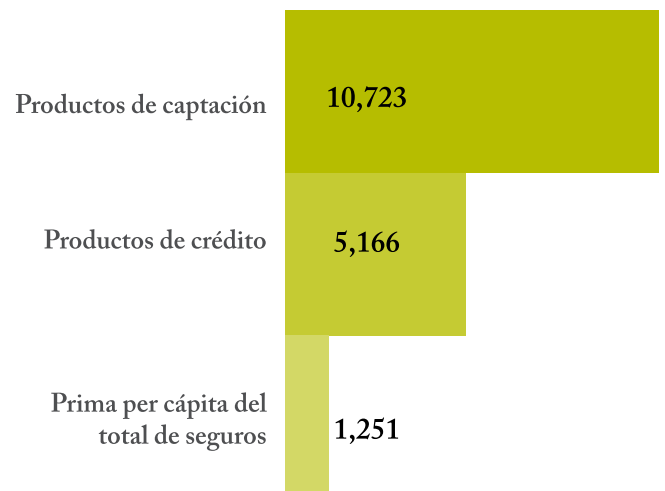
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,324,325

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 99%

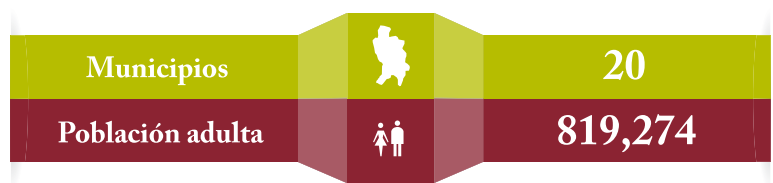
Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

NAYARIT



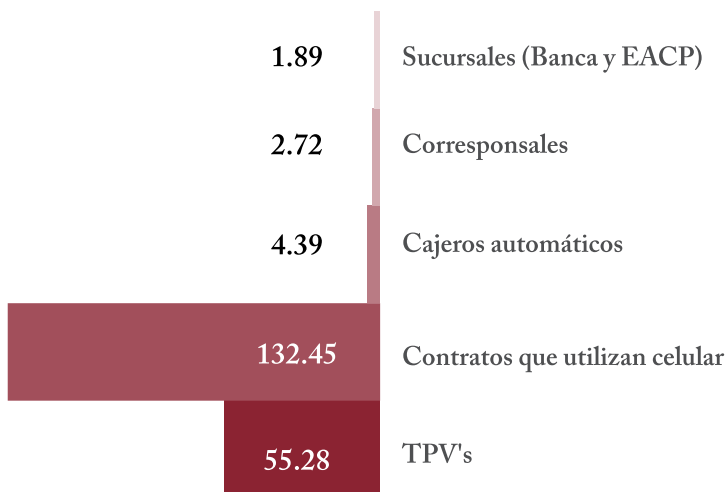
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

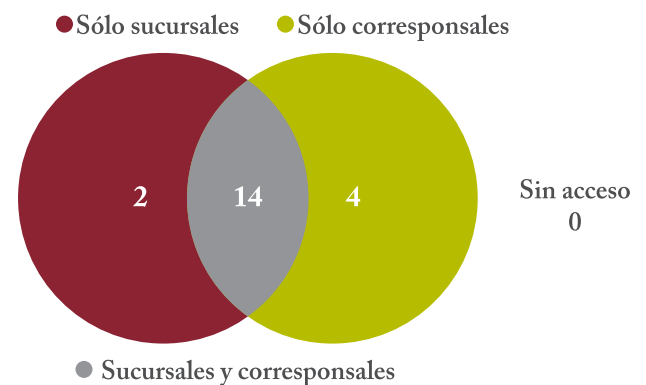
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 265

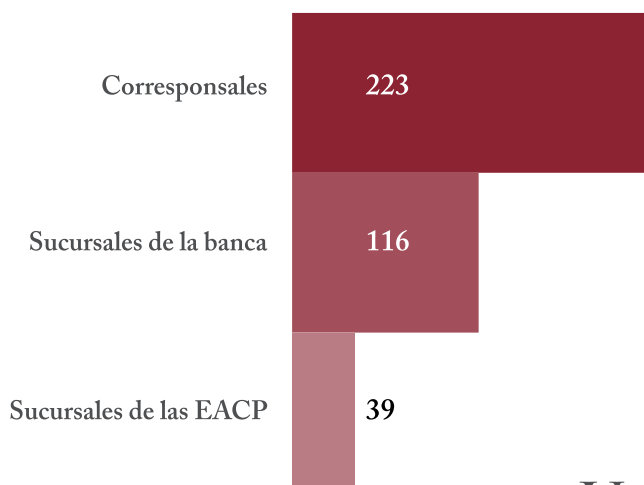
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



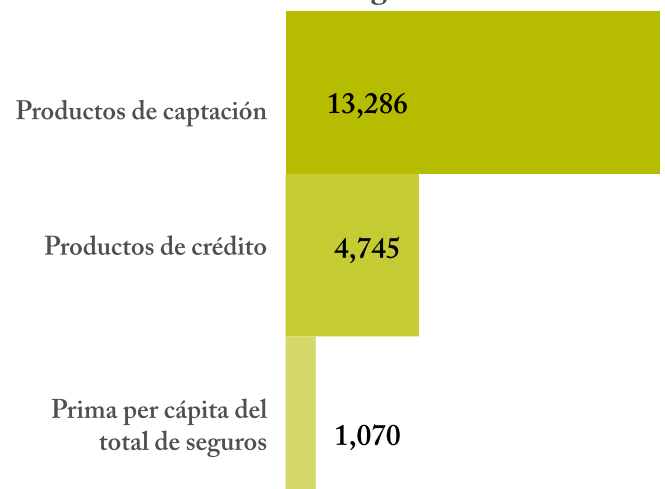
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 819,274

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

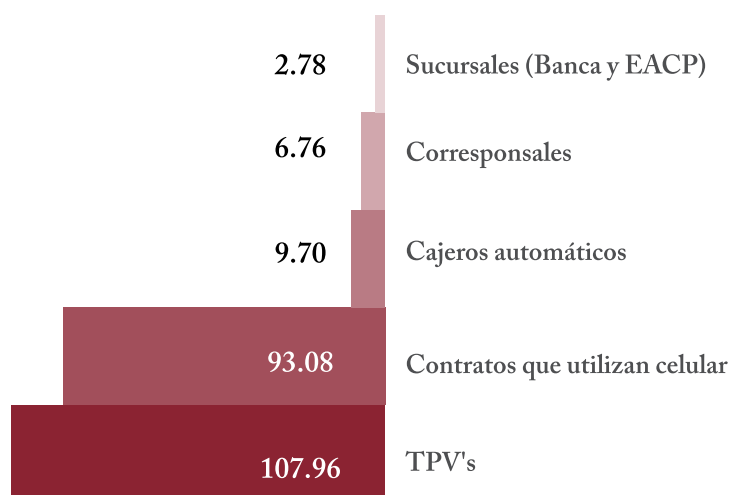
NUEVO LEÓN



Municipios		51
Población adulta		3,553,713

ACCESO

Indicadores demográficos* de acceso

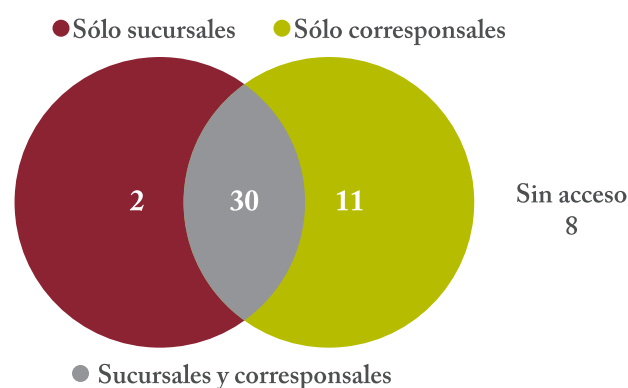


PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

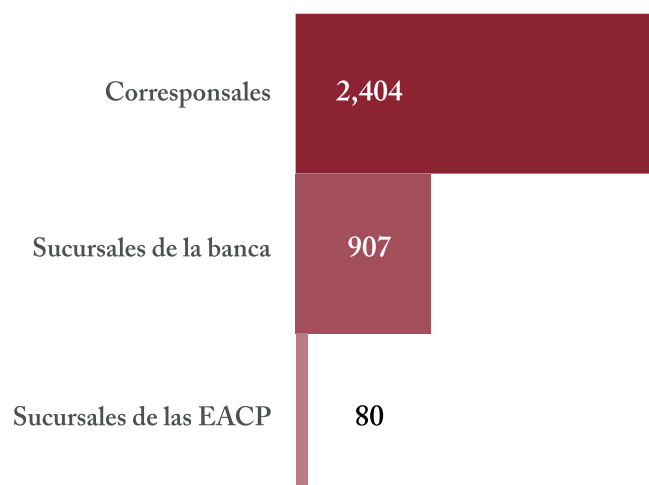
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 135

Municipios con al menos un canal de acceso



Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 3,541,469

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso

Productos de captación 14,254

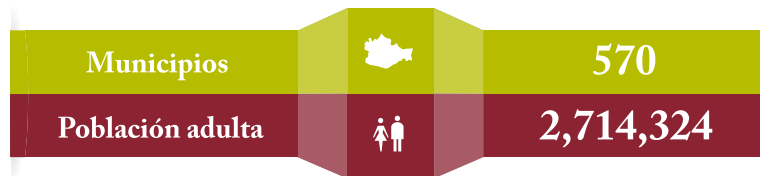
Productos de crédito 7,245

Prima per cápita del total de seguros 4,574

USO

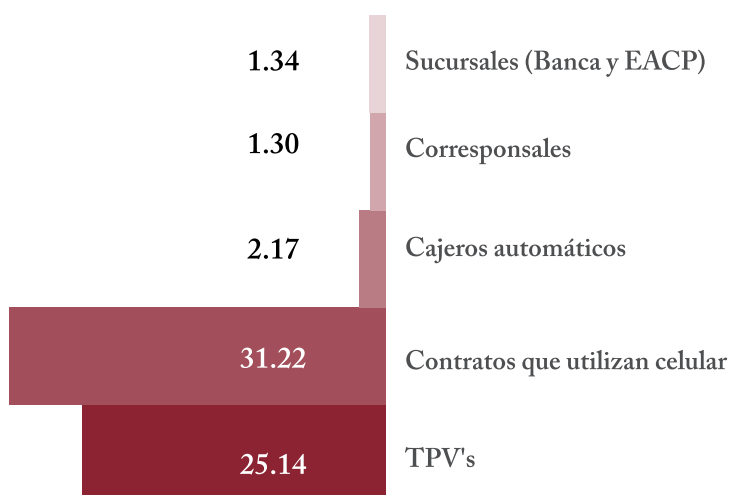
* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

OAXACA



ACCESO

Indicadores demográficos* de acceso

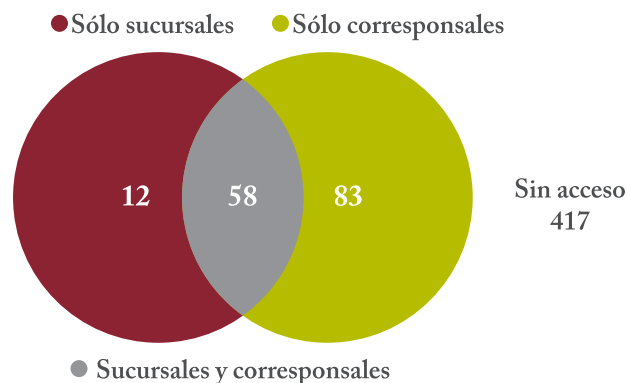


PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

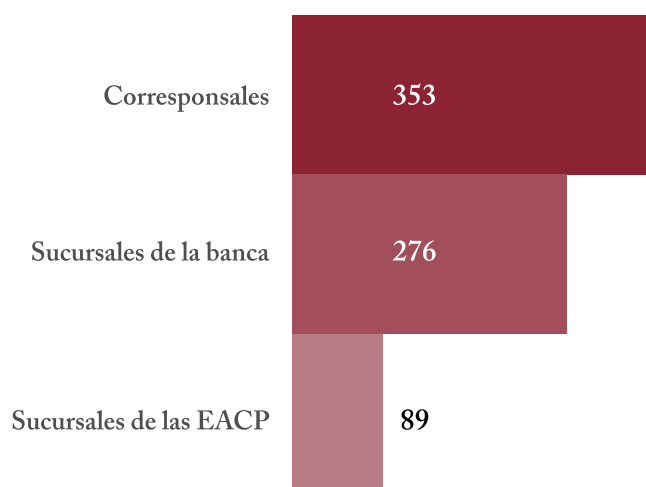
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 78

Municipios con al menos un canal de acceso



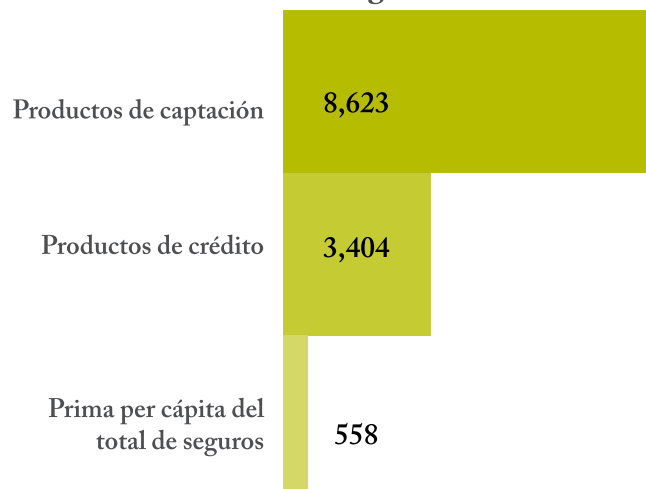
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,878,384

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 69%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

PUEBLA



Municipios		217
Población adulta		4,140,520

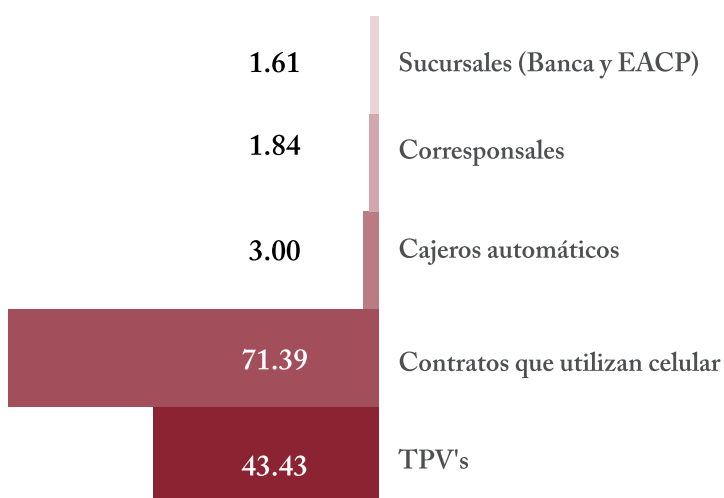
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

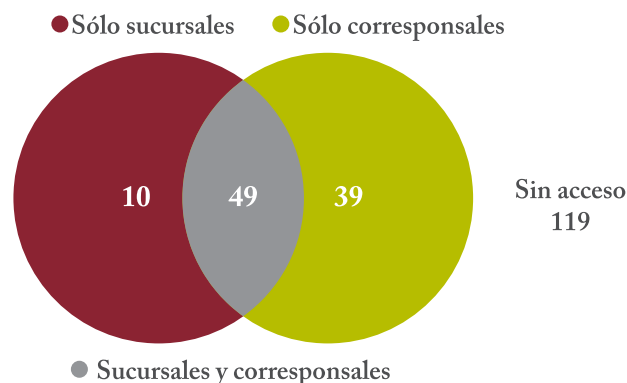
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 94

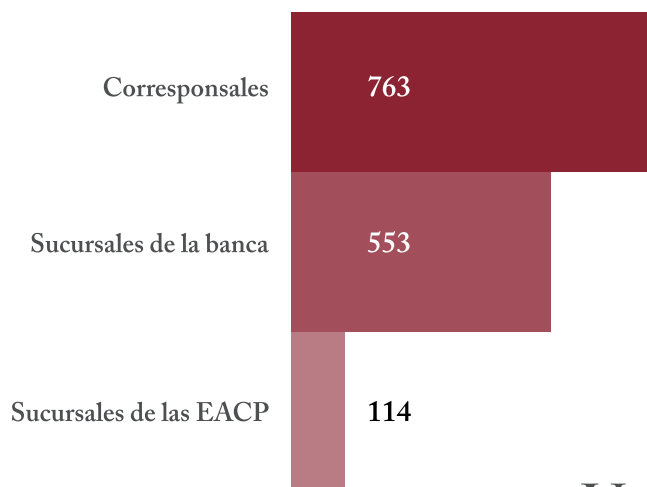
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



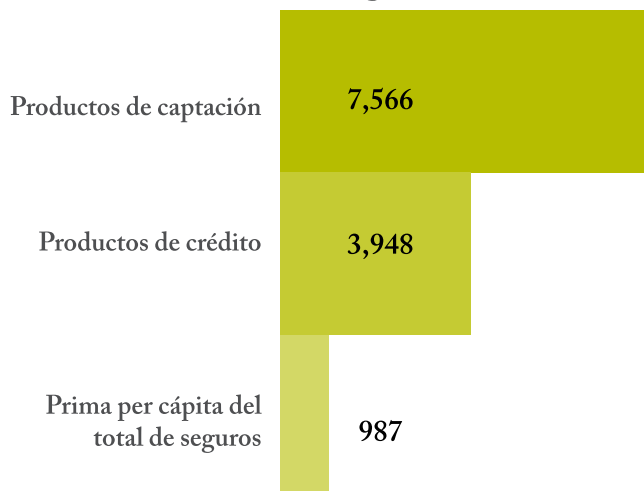
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 3,466,372

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 84%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

QUERÉTARO



Municipios		18
Población adulta		1,348,771

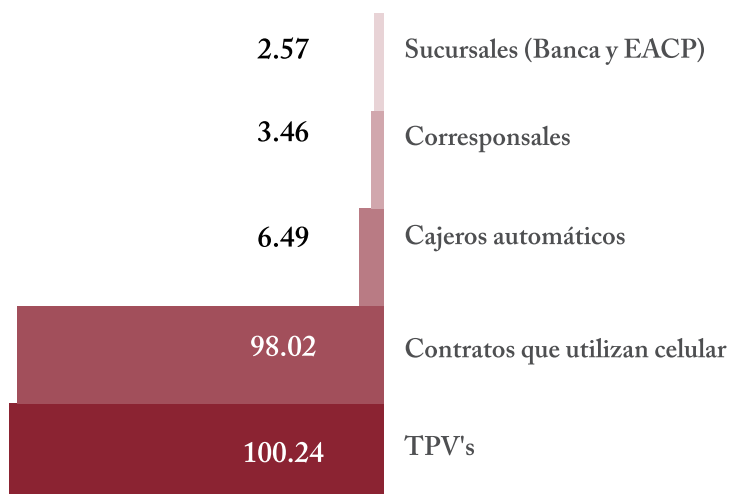
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

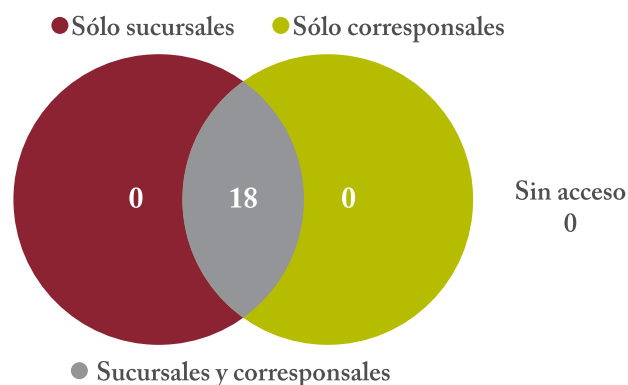
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 212

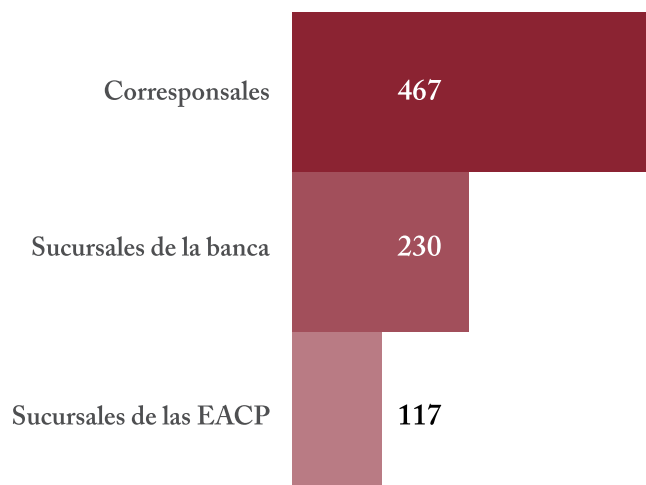
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



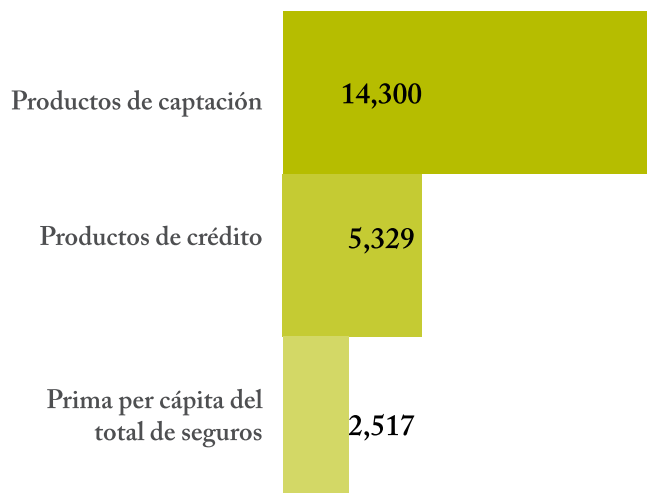
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,348,771

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

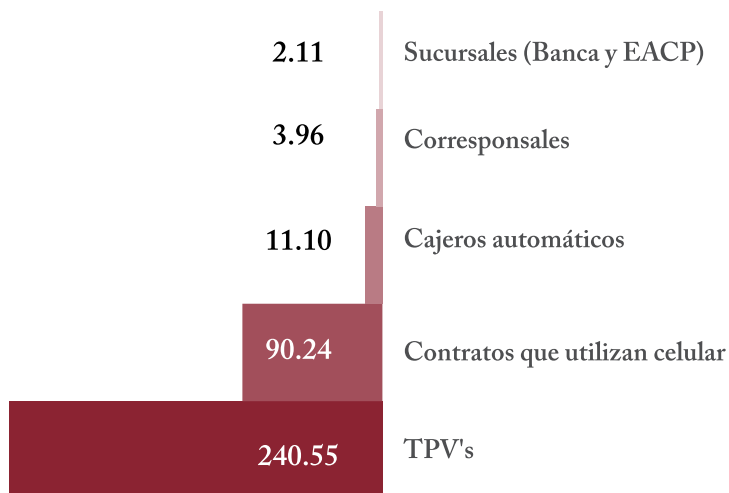
QUINTANA ROO



Municipios		9
Población adulta		1,030,866

ACCESO

Indicadores demográficos* de acceso

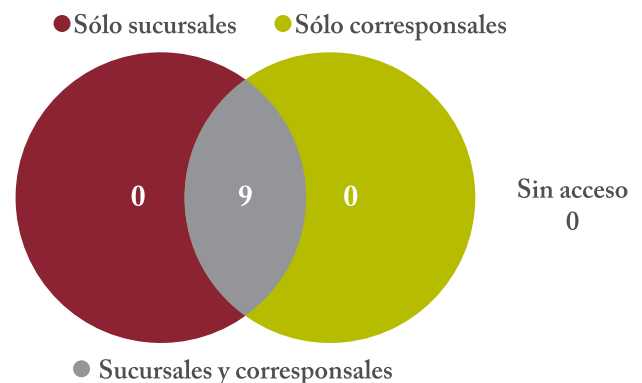


PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

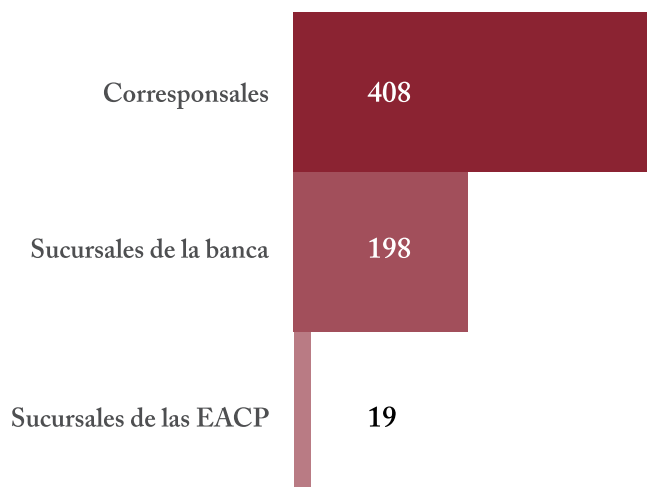
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 367

Municipios con al menos un canal de acceso



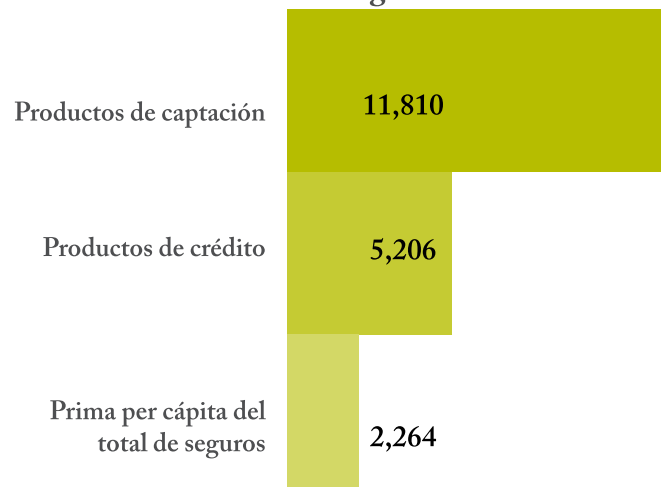
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,030,866

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

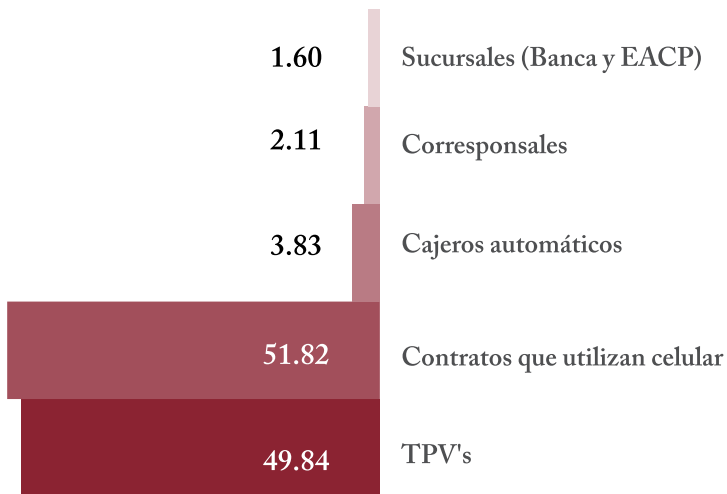
SAN LUIS POTOSÍ



Municipios		58
Población adulta		1,868,257

ACCESO

Indicadores demográficos* de acceso

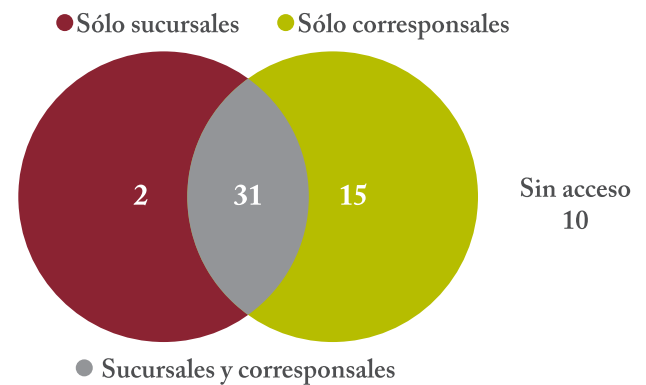


PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

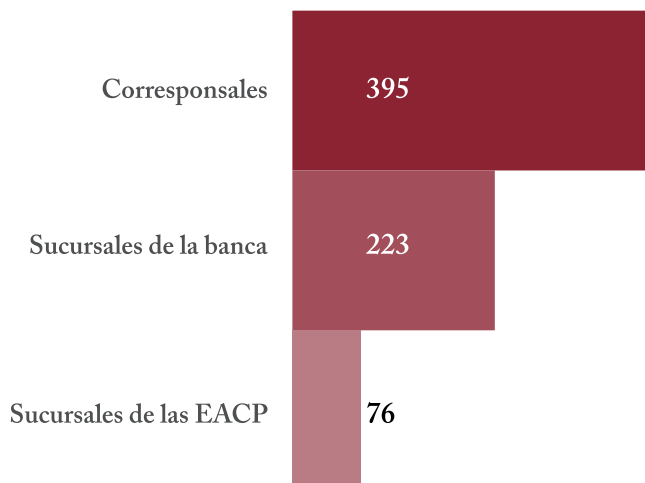
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 112

Municipios con al menos un canal de acceso



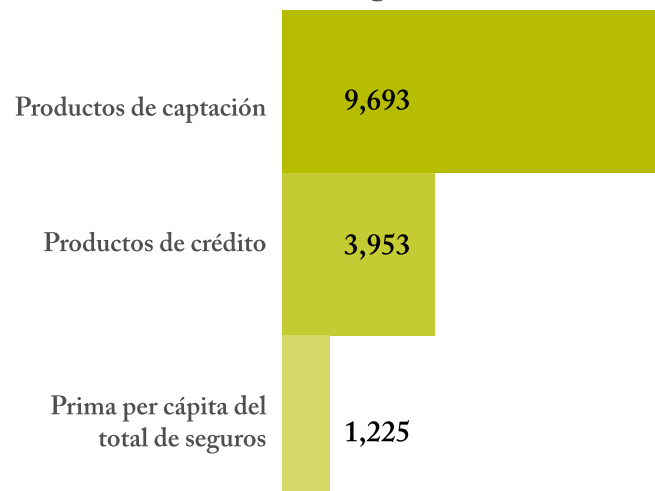
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,805,700

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 97%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

SINALOA



Municipios		18
Población adulta		2,087,253

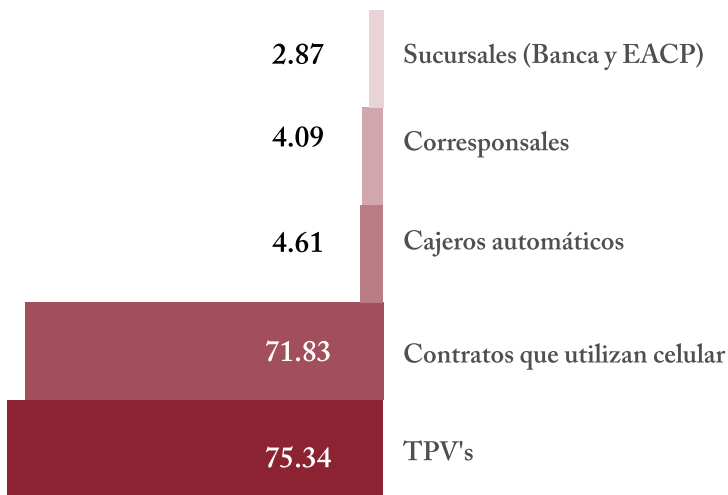
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

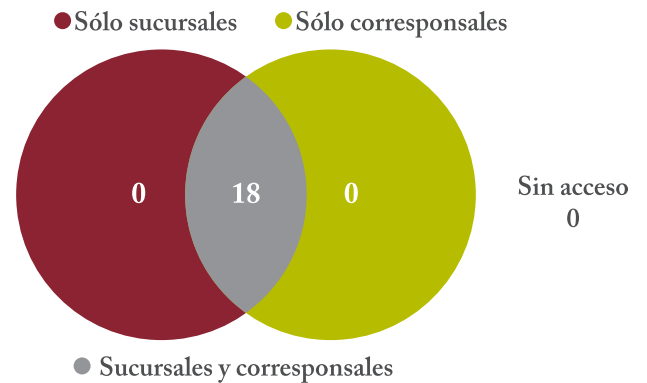
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 187

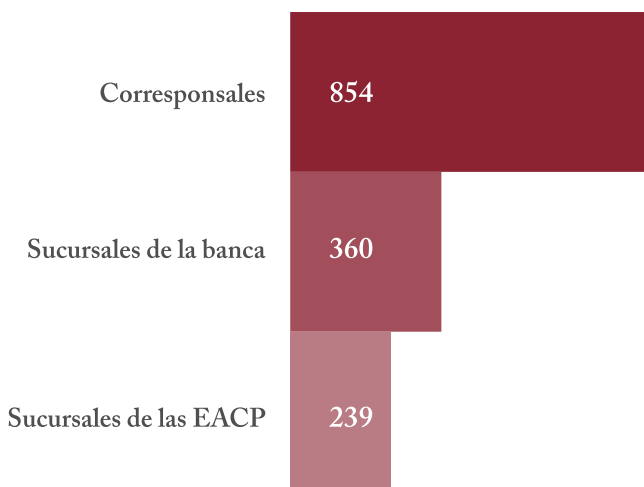
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



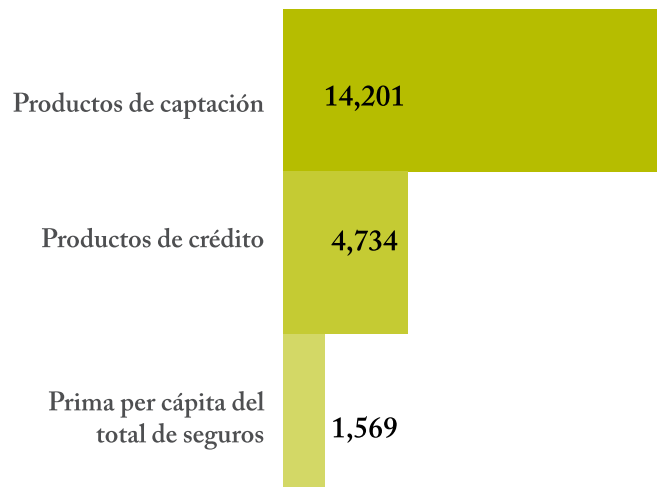
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 2,087,253

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos



SONORA

Municipios		72
Población adulta		2,006,264

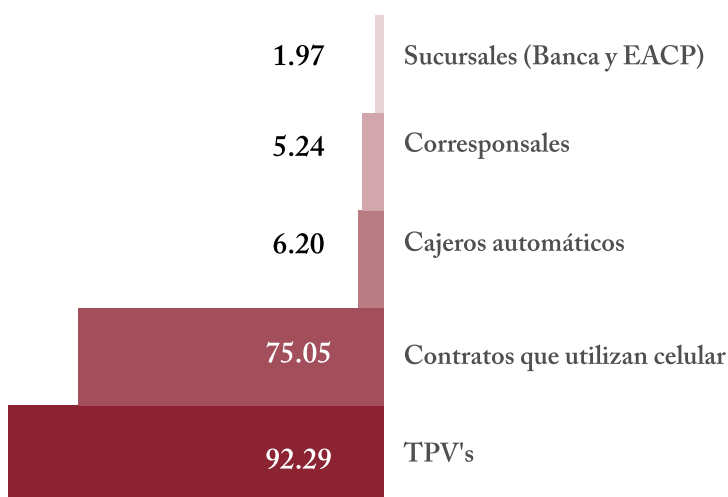
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

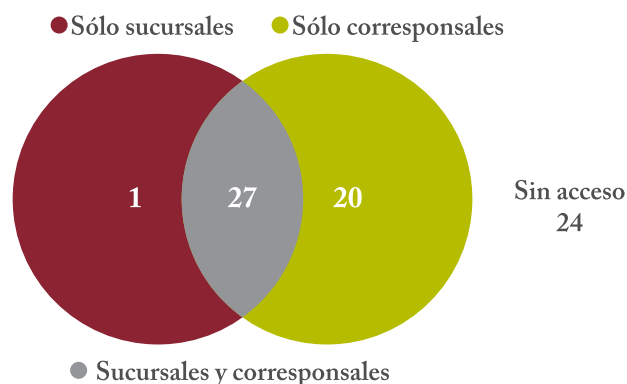
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 108

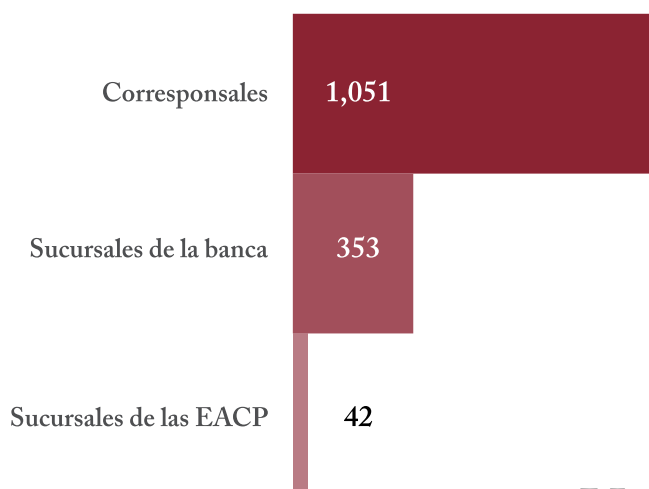
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



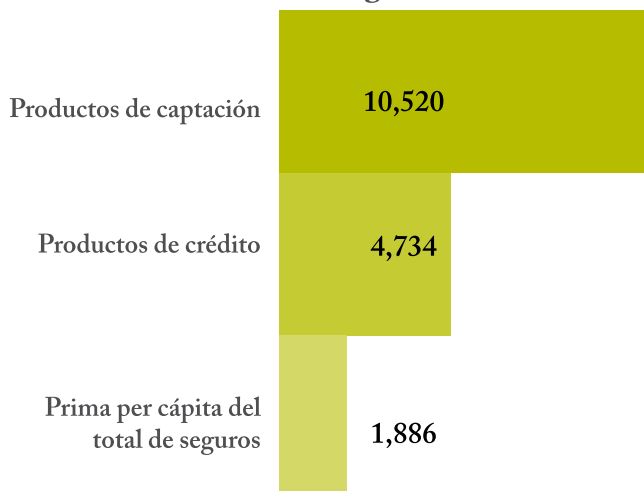
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,983,192

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 99%

Indicadores demográficos* de uso





USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

TABASCO



Municipios		17
Población adulta		1,629,051

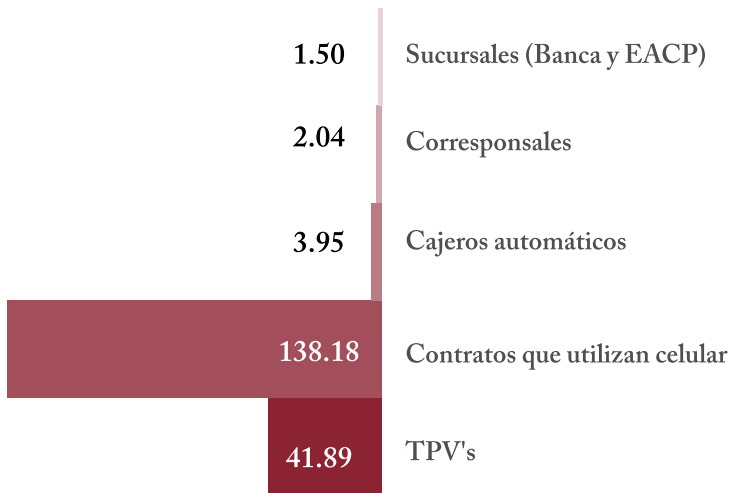
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

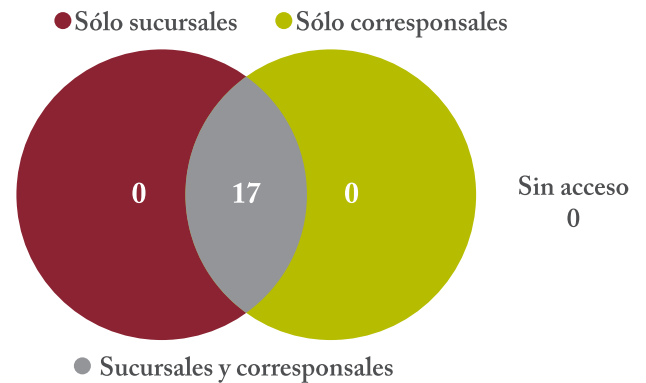
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 133

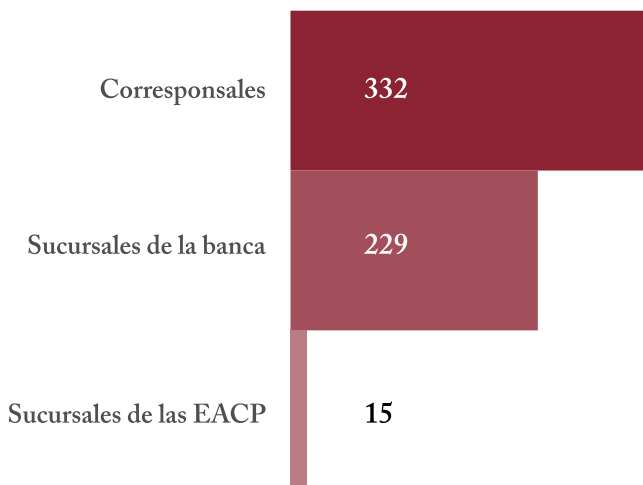
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



Presencia de instituciones

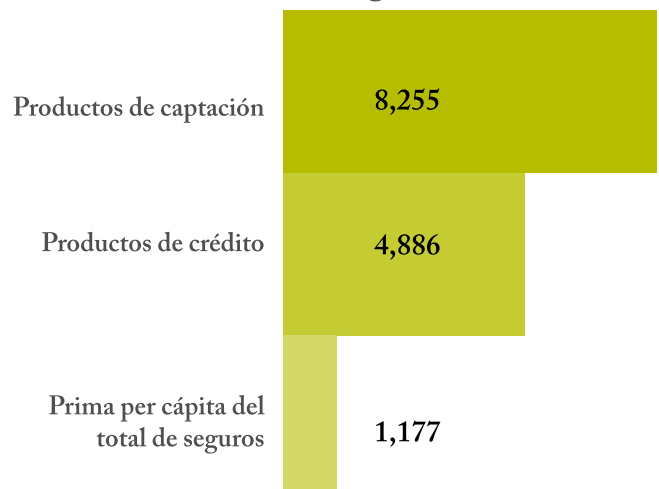


Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,629,051

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 100%

USO

Indicadores demográficos* de uso



* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

TAMAULIPAS



Municipios		43
Población adulta		2,470,067

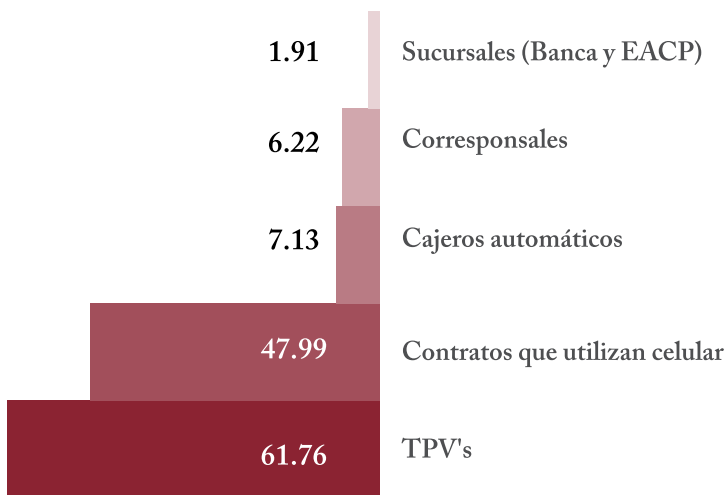
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

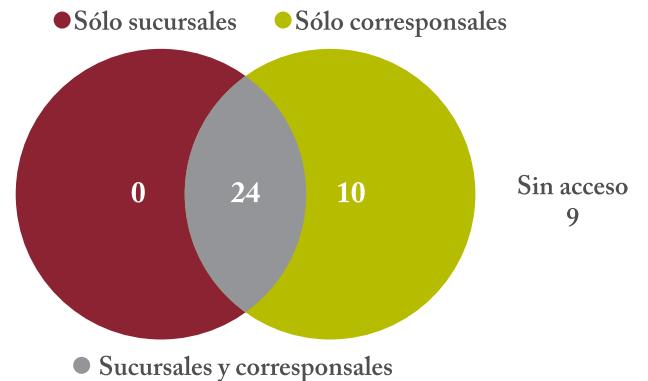
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 163

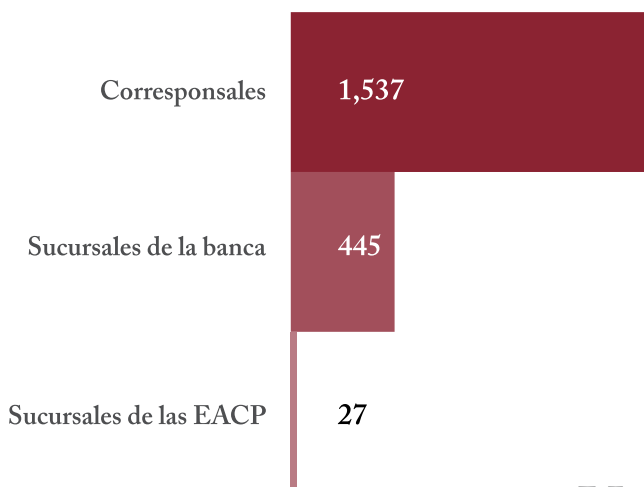
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



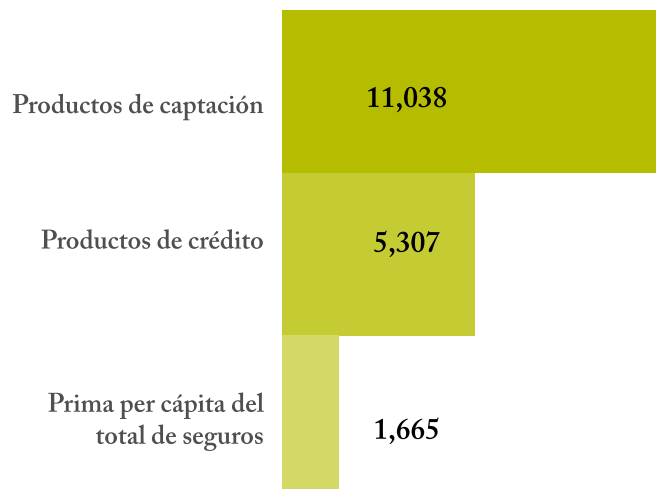
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 2,443,815

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 99%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

TLAXCALA



Municipios		60
Población adulta		850,560

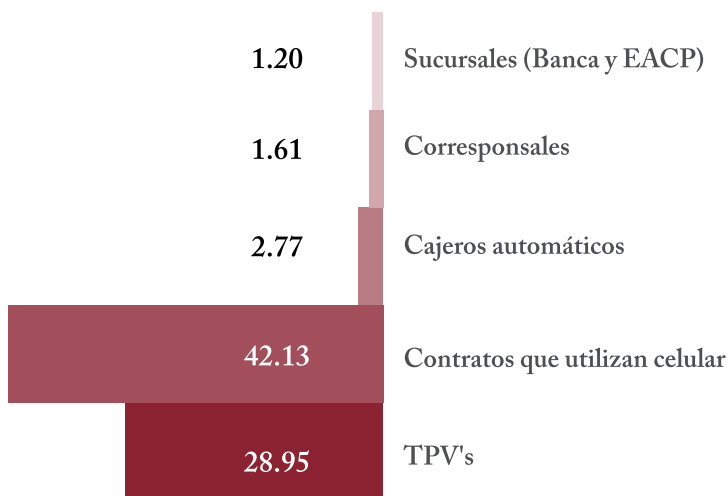
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Indicador demográfico* de protección al consumidor

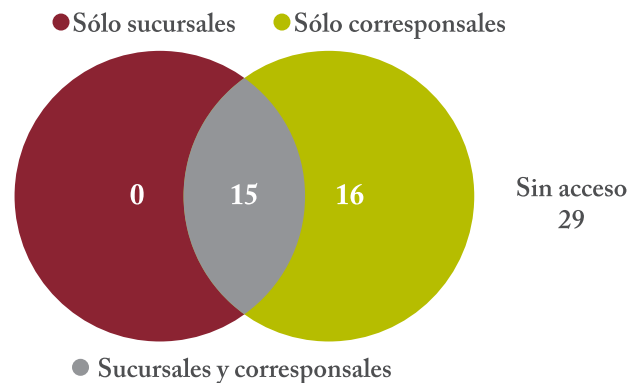
Acciones de defensa de la CONDUSEF 203

ACCESO

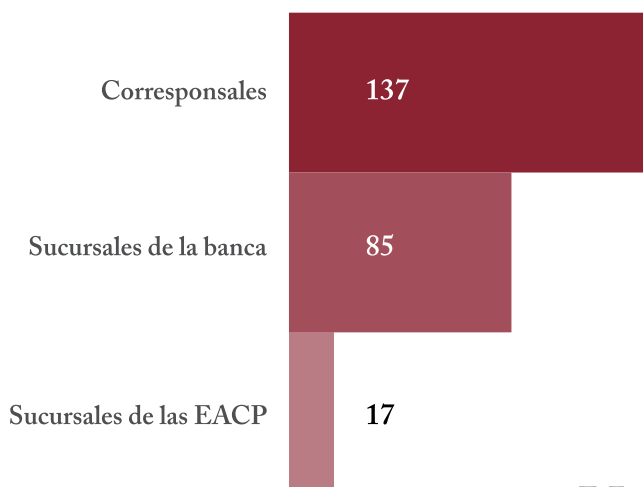
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



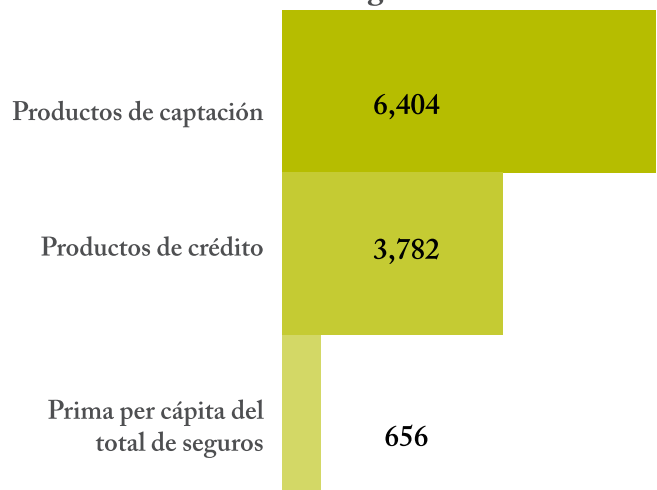
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 670,173

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 79%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

VERACRUZ



Municipios		212
Población adulta		5,684,865

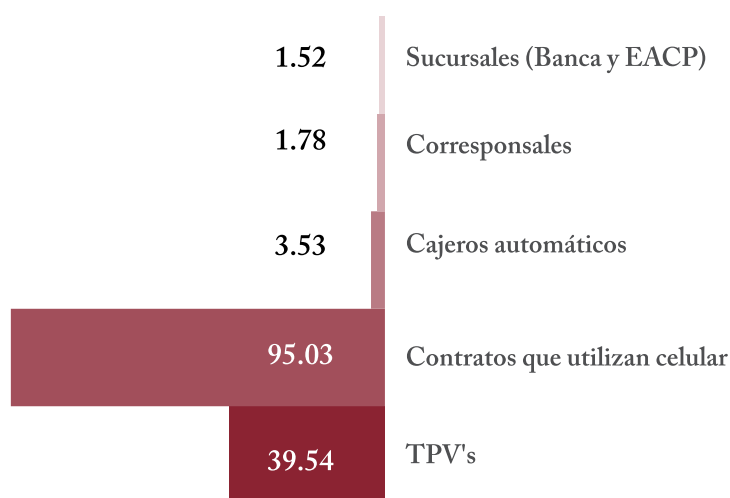
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

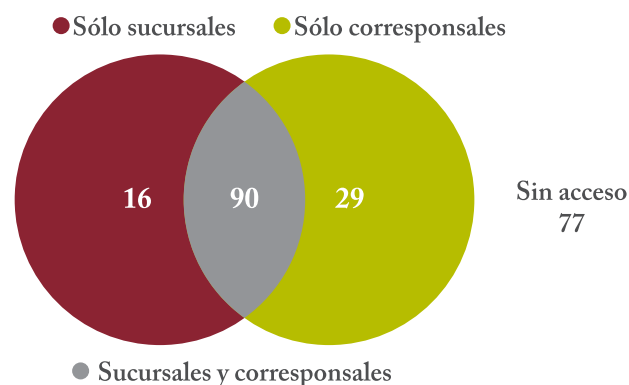
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 72

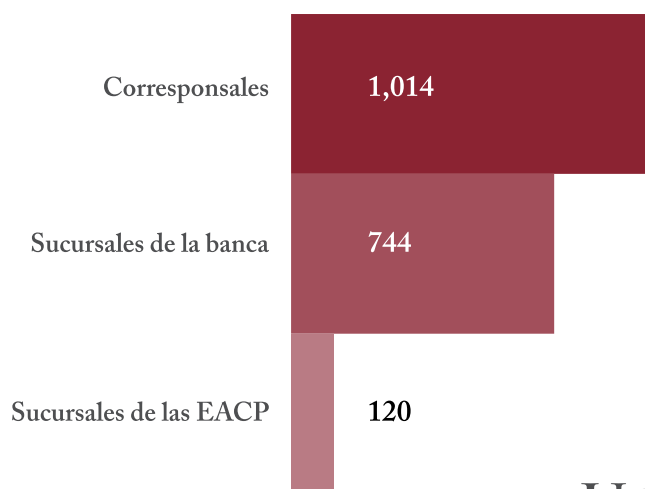
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



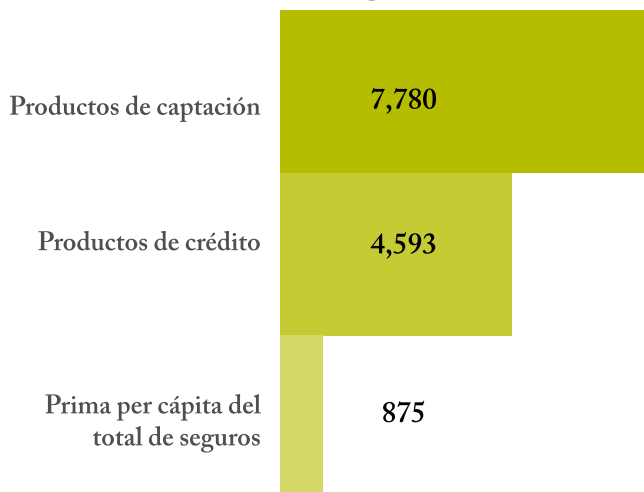
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 5,081,398

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 89%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

YUCATÁN



Municipios		106
Población adulta		1,479,160

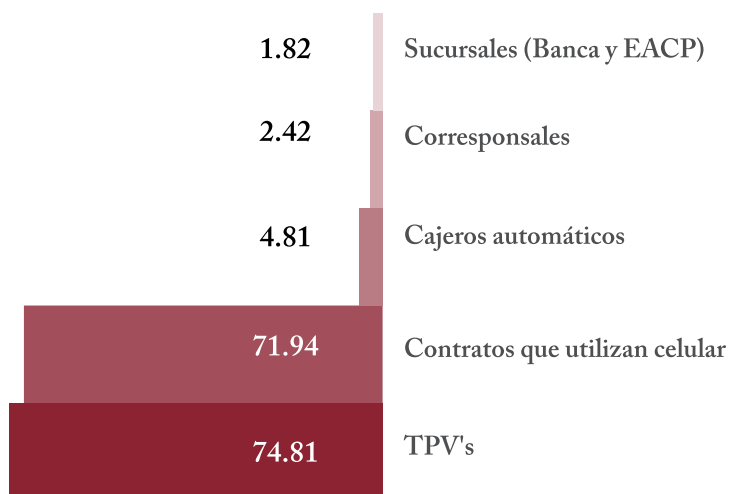
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

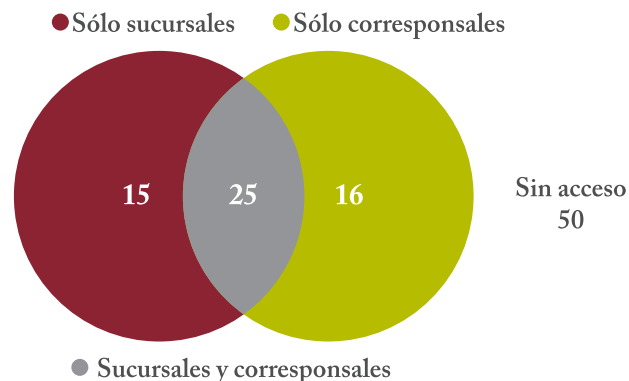
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 199

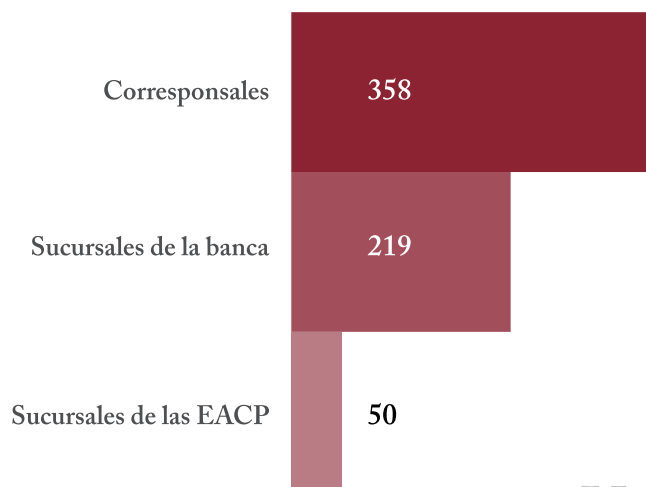
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



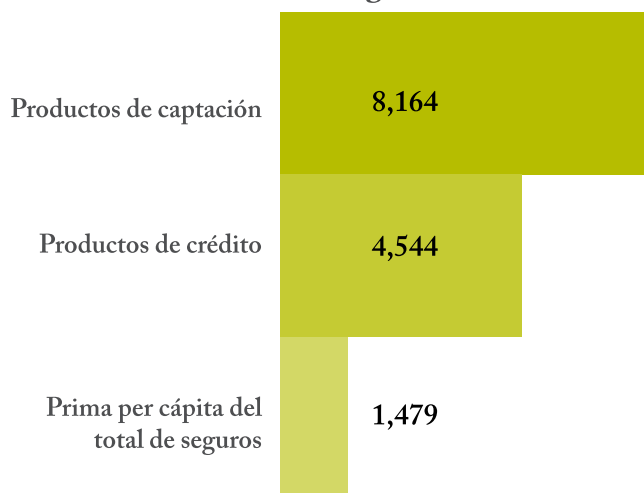
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 1,320,696

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 89%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

ZACATECAS



Municipios		58
Población adulta		1,074,572

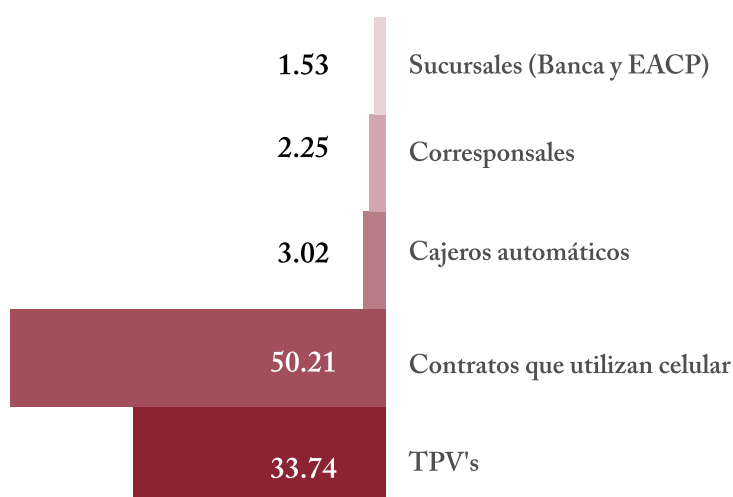
ACCESO

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

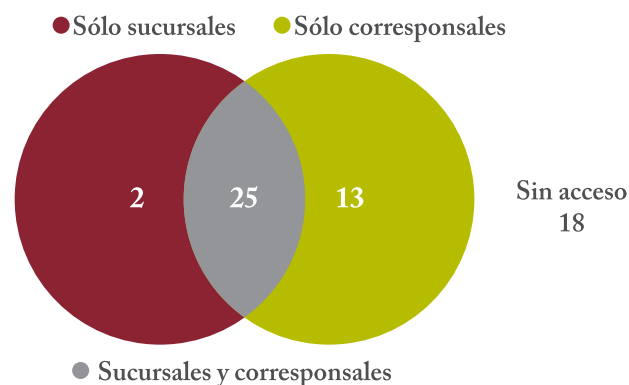
Indicador demográfico* de protección al consumidor

Acciones de defensa de la CONDUSEF 156

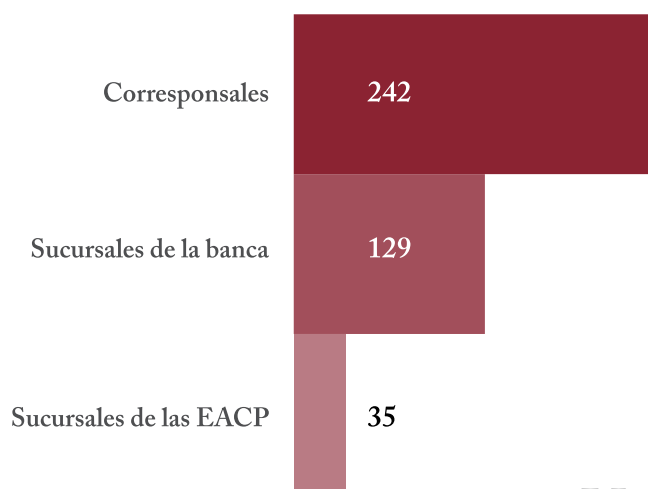
Indicadores demográficos* de acceso



Municipios con al menos un canal de acceso



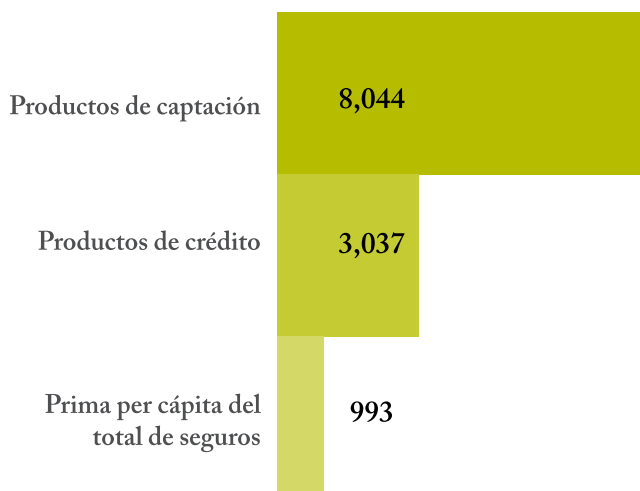
Presencia de instituciones



Población adulta con posibilidad de acceso (al menos un canal) 988,670

Porcentaje de la población adulta con posibilidad de acceso 92%

Indicadores demográficos* de uso



USO

* Los indicadores demográficos se miden por cada 10,000 adultos

SOFOM ENR

Como parte de la modernización del marco regulatorio aplicable al sistema financiero mexicano, en el año 2006 se impulsó un gran proceso de liberalización de diversas actividades crediticias en México, cuyo eje principal fue la desregulación de las actividades de otorgamiento de crédito, arrendamiento financiero y factoraje financiero, las cuales pueden ser realizadas por cualquier persona moral, sin necesidad de requerir autorización por parte del Gobierno Federal, al ser consideradas como operaciones de crédito desreguladas.

ANEXO 2

Los principales detonantes que dieron causa al proceso de desregulación de tales actividades crediticias fueron, primordialmente, la idea de eliminar las barreras regulatorias que pudieran inhibir el crecimiento del crédito, la necesidad de incrementar la competencia y acceso a los mercados de crédito por cualquier persona, el promover la innovación financiera, así como el instaurar la eficiencia y competitividad, como factores de solidez del sector, en sustitución del principio de tutela del Estado. Además, se buscó alinear el marco regulatorio con las tendencias que, en materia de crédito, reflejaba la experiencia internacional.

Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM)

El 18 de julio de 2006, con la publicación en el Diario Oficial de la Federación del Decreto por el que se reformaron,

adicionaron y derogaron diversas disposiciones, entre otras, la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito y la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, se crearon las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOM) como una nueva entidad financiera que podía realizar, de forma habitual y profesional, operaciones de otorgamiento de crédito, arrendamiento financiero y factoraje financiero, sujetas al régimen que, para dichas operaciones de crédito, prevé la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.

Con la entrada en vigor del referido Decreto, las SOFOM se constituyeron como una figura eficiente que atendiera en una sola entidad la demanda de tres actividades crediticias.

Con el fin de evitar que la figura de la SOFOM se pudiera utilizar como un mecanismo para evadir el marco regulatorio prudencial, se estableció que estas entidades financieras se clasificarían en dos tipos (cuadro A2.1).

Cuadro A2.1 Clasificación de las SOFOM

Sociedades Financieras de Objeto Múltiple Reguladas:

Son aquellas que mantienen vínculos patrimoniales con instituciones de crédito o sociedades controladoras de grupos financieros de los que formen parte las instituciones de crédito. Estas sociedades agregan a su denominación social la expresión “Sociedad Financiera de Objeto Múltiple” o su acrónimo “SOFOM”, seguido de las palabras “entidad regulada” o su abreviatura “E.R.”, las cuales estarán sujetas a la supervisión y vigilancia de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, en un marco regulatorio complementario aplicable a instituciones de banca múltiple; y en ciertos temas específicos, por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).

Sociedades Financieras de Objeto Múltiple No Reguladas:

Son aquellas en cuyo capital no participan instituciones de crédito o sociedades controladoras de grupos financieros. Estas sociedades agregan a su denominación social la expresión “Sociedad Financiera de Objeto Múltiple” o su acrónimo “SOFOM”, seguido de las palabras “entidad no regulada” o su abreviatura “E.N.R.”. Dichas sociedades estarán sujetas a la supervisión, en ciertos temas específicos, de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) y por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores; en lo que compete al tema de lavado de dinero.

Ambas, son entidades financieras que, a través de la obtención de recursos mediante la aportación que hacen los socios, del fondeo de instituciones financieras y/o emisiones públicas de deuda, otorgan crédito a sus clientes. Es preciso resaltar que una SOFOM no puede captar recursos del público mediante operaciones de ahorro y depósito.

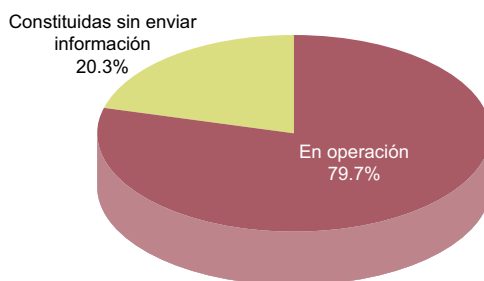
Su objetivo es ser un vehículo de financiamiento eficiente: mejoran la competencia y apertura del mercado incrementando la penetración del crédito, dada su especialización en los sectores que atienden, ofrecen mayor cobertura a los nichos desatendidos con una amplia gama de productos y servicios financieros, como son entre otros, créditos para pymes, agropecuario, automotriz, hipotecarios, microcrédito y de consumo, principalmente.

Para efectos de este reporte, únicamente se presenta información de las SOFOM E.N.R, con base en los registros oficiales con los que cuenta la CONDUSEF.

Universo de las SOFOM E.N.R.

Con base en los registros oficiales disponibles en el Sistema de Registro de Prestadores de Servicios Financieros (SIPRES) de la CONDUSEF, al cierre del 2012 existían 3,693 SOFOM E.N.R. registradas, de las cuales el 79.7% (2,942 instituciones) se encontraban con estatus “En operación”, es decir, se cuenta con información corporativa que incluye entre otra, datos relativos al domicilio, estatus jurídico-administrativo, quiénes son sus funcionarios, monto de aportaciones de capital. El 20.3% restante (751 instituciones), se encontraba con el estatus “Constituidas sin enviar información¹”. (Gráfica A2.2.)

Gráfica A2.2 Estatus de las SOFOM E.N.R.

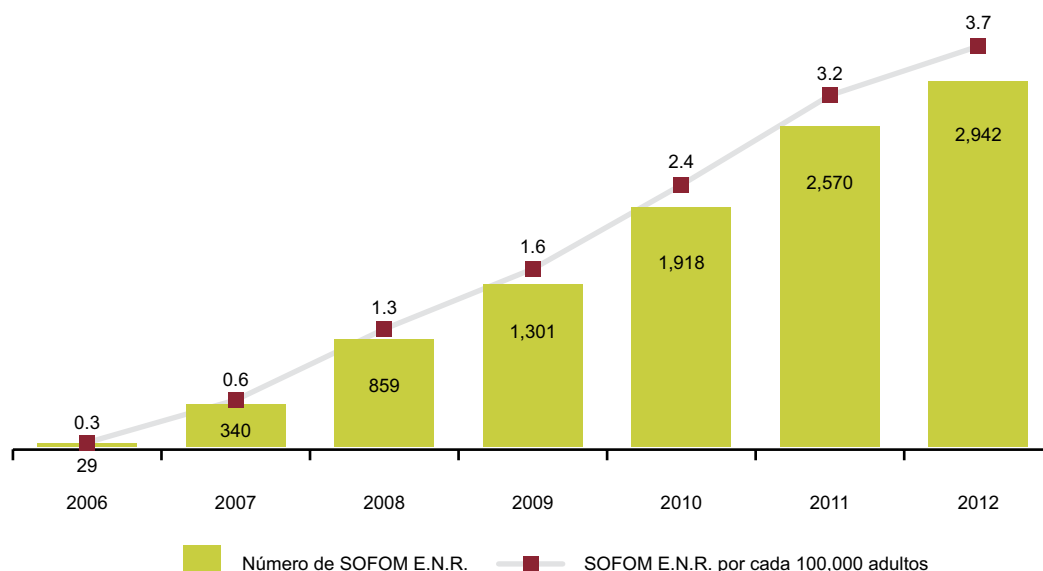


Fuente: CONDUSEF, 2012

Las SOFOM E.N.R. han mostrado un crecimiento acelerado. Desde el año 2007 hasta el año 2012, las instituciones con estatus “En operación” presentan una tasa de crecimiento anual del 60%. Se identifica un incremento del 13.9% en comparación al 2011, al pasar de 2,570 a 2,942 instituciones. A razón del indicador demográfico, también se muestra un incremento, al pasar de 3.2 a 3.7 instituciones por cada 100,000 adultos.

1. SOFOM identificada a través de la información proporcionada por cualquier autoridad, que no ha cumplido con dar aviso de su constitución a la CONDUSEF.

Gráfica A2.3 Evolución histórica de las SOFOM E.N.R (estatus “En operación”)

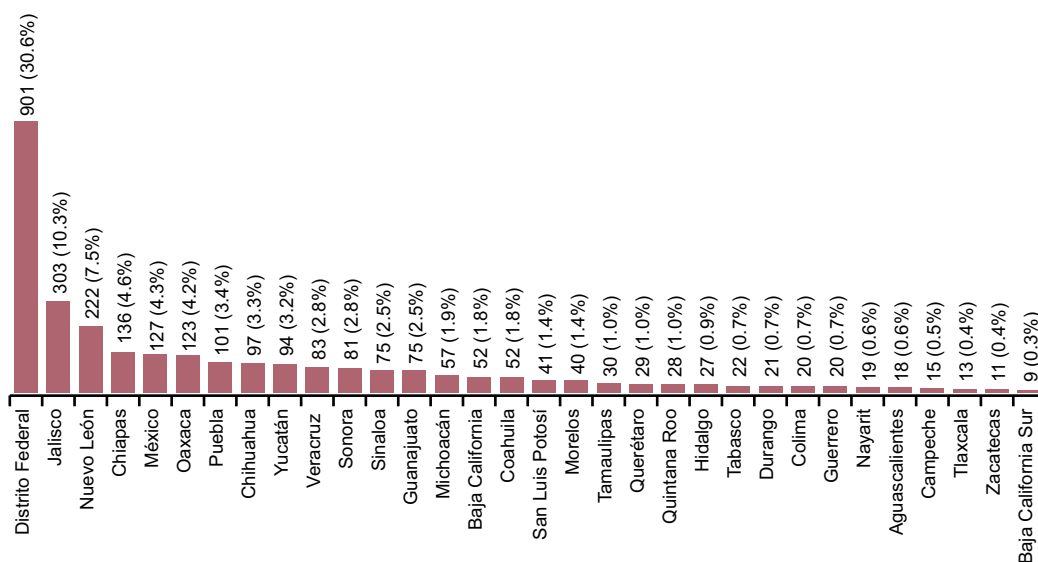


Fuente: CONDUSEF

Distribución de las SOFOM E.N.R. por entidad federativa

En cada una de las entidades federativas, existe al menos una SOFOM E.N.R., pero sólo tres concentran el 48.5% de ellas: el Distrito Federal con 901 instituciones (30.6% del total), Jalisco con 303 (10.3%) y Nuevo León con 222 (7.5%). Las entidades con menos instituciones son Baja California Sur con 9 (0.3%), seguida de Zacatecas con 11 (0.4%) y Tlaxcala con 13 (0.4%). Ver gráfica A2.4.

Gráfica A2.4 Distribución estatal de las SOFOM E.N.R.



Fuente: CONDUSEF

Indicadores básicos de acceso

Con la finalidad de medir y diagnosticar la dimensión de las SOFOM E.N.R., como puntos de acceso a los servicios financieros, la CONDUSEF utilizó el conjunto de indicadores básicos de acceso (Core Indicators), definidos por la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI). Estos son:

Cuadro A2.5 Indicadores básicos de acceso	
SOFOM E.N.R. por cada 100,000 adultos	Número de SOFOM E.N.R., por cada 100,000 adultos, considerando el domicilio donde está ubicada la institución.
Cobertura de municipios con acceso	Número o porcentaje de municipios con al menos una SOFOM E.N.R.
Población adulta con posibilidad de acceso	Número o porcentaje de adultos que viven en un municipio con al menos una SOFOM E.N.R.

Fuente: CONDUSEF

En la tabla A2.6, se presentan los puntos de acceso de las Sofom, E.N.R. por entidad federativa. En términos de posición, el Distrito Federal es la entidad federativa con más SOFOM E.N.R. por cada 100,000 adultos, seguida de Yucatán y Nuevo León. Por otro lado, Guerrero, Zacatecas, Estado de México, Tamaulipas, Tabasco e Hidalgo sólo cuentan con una por cada 100,000 adultos.

Tabla A2.6 Puntos de acceso por entidad federativa

Entidad federativa	SOFOMES E.N.R.	Población adulta*	Indicador demográfico (SOFOMES E.N.R. por cada 100,000 adultos)
Distrito Federal	901	6,913,542	13
Yucatán	94	1,420,659	7
Nuevo León	222	3,394,205	7
Jalisco	303	5,214,266	6
Oaxaca	123	2,614,567	5
Chiapas	136	3,151,533	4
Sonora	81	1,894,678	4
Colima	20	472,950	4
Chihuahua	97	2,424,064	4
Sinaloa	75	1,980,225	4
Morelos	40	1,287,163	3
Quintana Roo	28	944,046	3
Coahuila	52	1,951,216	3
Campeche	15	585,903	3
Puebla	101	3,980,085	3
Nayarit	19	769,684	2
Baja California	52	2,253,184	2
San Luis Potosí	41	1,799,393	2
Querétaro	29	1,282,872	2
Aguascalientes	18	810,759	2
Guanajuato	75	3,779,185	2
Baja California Sur	9	458,554	2
Michoacán	57	3,046,758	2
Durango	21	1,137,201	2
Tlaxcala	13	811,899	2
Veracruz	83	5,510,613	2
Hidalgo	27	1,875,609	1
Tabasco	22	1,569,074	1
Tamaulipas	30	2,366,026	1
Estado de México	127	10,821,948	1
Zacatecas	11	1,034,697	1
Guerrero	20	2,264,184	1
Nacional	2,942	79,820,742	3.7

* INEGI, Censo 2010.

Fuente: CONDUSEF, diciembre 2012.

Cobertura de municipios con acceso

De los 2,456 municipios del país, el 14.2% (349) tienen presencia con al menos una SOFOM E.N.R. y 10 municipios concentran el 45.1%, destacando entre ellos Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc, Guadalajara, Benito Juárez, Álvaro Obregón y Monterrey. En contra partida, existen 181 municipios con sólo

una SOFOM E.N.R. La tabla A2.7, muestra los municipios con al menos un punto de acceso.

En futuros estudios, se pretende medir la cobertura a través del tipo de municipio: rural, en transición, semi-urbano, urbano, semi-metrópolis y metrópoli.

Tabla A2.7 Cobertura de las SOFOM E.N.R. por municipio

Municipio / Estado	SOFOM E.N.R.	Participación
Miguel Hidalgo / Distrito Federal	245	8.3%
Cuauhtémoc / Distrito Federal	179	6.1%
Guadalajara / Jalisco	172	5.8%
Benito Juárez / Distrito Federal	158	5.4%
Álvaro Obregón / Distrito Federal	121	4.1%
Monterrey / Nuevo León	109	3.7%
Tuxtla Gutiérrez / Chiapas	89	3.0%
San Pedro Garza García / Nuevo León	88	3.0%
Zapopan / Jalisco	87	3.0%
Cuajimalpa de Morelos / Distrito Federal	80	2.7%
Otros 339 municipios	1,614	54.9%
Total	2,942	100%

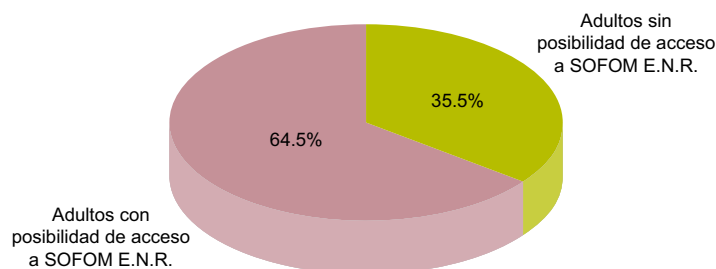
Fuente: CONDUSEF, 2012

Población adulta con posibilidad de acceso

Otra forma de medir el impacto de las SOFOM E.N.R., es la de identificar a la población adulta que habita en los municipios con al menos un punto de acceso.

Con base en la población adulta total (79.8 millones), los 349 municipios que tienen presencia de Sofom, E.N.R., suman una población adulta de 51.5 millones, es decir, potencialmente el 64.5% de los adultos del país tienen la posibilidad de acceder a una SOFOM E.N.R. para contratar un producto o servicio financiero (gráfica A2.8).

Gráfica A2.8 Población adulta con posibilidad de acceso



Fuente: CONDUSEF, diciembre 2012

Regulación de las SOFOM E.N.R. por CONDUSEF

Es importante resaltar que independientemente de que en su denominación diga “No Regulada”, no significa que están exentas de cumplir una normativa.

Así bien, se señala que ninguna autoridad conoce, ni es responsable, de supervisar aspectos financieros y contables de las SOFOM E.N.R., como son: requerimientos de capital, solvencia financiera, reservas técnicas, transparencia de la información contable, aprobación de estados financieros, entre otros, no obstante lo anterior, la CONDUSEF es encargada de supervisar y vigilar los aspectos siguientes:

- Estados de cuenta, publicidad y contratos de adhesión.
- Que el crédito hipotecario se otorgue en los términos que señala la Ley de Transparencia y de Fomento a la Competencia en el Crédito Garantizado.
- Que se capitalicen intereses cuando las partes lo hayan convenido.
- Que no realicen operaciones de Fideicomiso. Solamente podrán realizar fideicomisos de garantía en negocios de operaciones propias.
- Todas aquellas acciones de supervisión que deriven de la Ley para la Transparencia (LTOSF).

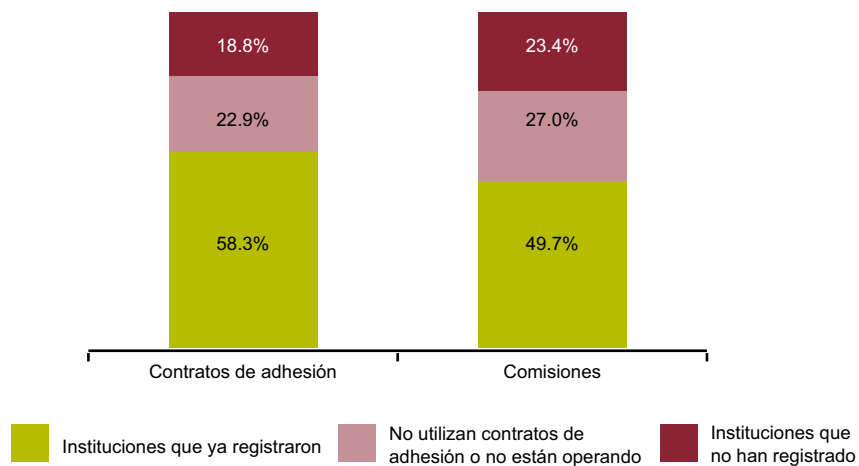
- Que recaben, en su caso, la autorización de sus clientes para hacer la consulta de su historial crediticio ante los Burós de Crédito.

En contraparte, las SOFOM E.N.R. tienen la obligación ante CONDUSEF de registrar:

- Su alta constitutiva, a los 10 días hábiles después de su inscripción (SIPRES).
- Sus contratos de adhesión (RECA).
- Las comisiones que cobren por las operaciones que celebren (RECO).
- El número de consultas y reclamaciones recibidas y atendidas en sus Unidades Especializadas de atención a usuarios, así como su teléfono y dirección (REUNE).

Por último, es importante mencionar, a manera de ejemplo, el grado de cumplimiento de las SOFOM E.N.R. durante el 2012, en dos de los rubros más importantes de regulación y supervisión que tienen con la CONDUSEF: el registro de sus contratos de adhesión, con el 81.2 % de cumplimiento, y el registro de las comisiones que cobran a sus clientes, con el 76.6%.

Gráfica A2.9 Registro ante CONDUSEF de comisiones y contratos de adhesión de las SOFOM E.N.R.



Fuente: CONDUSEF, 2012

El presente reporte es el segundo documento de difusión elaborado por el Grupo de Trabajo de Medición, Diagnóstico y Divulgación del Consejo Nacional de Inclusión Financiera. En esta quinta edición del Reporte de Inclusión Financiera se presenta el seguimiento a la información publicada en el reporte previo (RIF 4) cuya información proviene de las diversas fuentes de información de las instituciones que conforman el Grupo de Trabajo. Adicionalmente, esta edición complementa los datos respecto a la oferta de servicios financieros con resultados generales de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2012), para proporcionar información relevante por parte de la demanda de los productos y servicios financieros a fin de ofrecer un panorama más amplio sobre los pilares de la inclusión financiera: acceso, uso, protección al consumidor y educación financiera.