

# INCLUSIÓN FINANCIERA EN MÉXICO II



FUNDEF

Fundación de Estudios Financieros - Fundef, A.C.

**Documento de Política Pública 2020-02**  
**FUNDEF - Fundación de Estudios Financieros - Fundef, A.C.**  
**[www.fundef.org.mx](http://www.fundef.org.mx)**

Los errores, opiniones, omisiones e imperfecciones son únicamente responsabilidad de los autores y no reflejan el punto de vista ni la visión de FUNDEF o las instituciones donde laboran.



[www.fundef.org.mx](http://www.fundef.org.mx)



[@Fundef](https://twitter.com/Fundef)



[/Fundef.AC](https://www.facebook.com/Fundef.AC)

© D. R. 2020, FUNDACIÓN DE ESTUDIOS FINANCIEROS-FUNDEF, A. C.  
Camino a Santa Teresa No. 930, Col. Héroes de Padierna. C.P. 10700,  
Alc. Magdalena Contreras, Ciudad de México.

# INTRODUCCIÓN

I



# INTRODUCCIÓN



La evidencia agregada de la ENIF nos da una visión general de la Inclusión Financiera en México. Permite entender cómo ha mejorado y que hay diferencias entre productos y entre regiones. Sin embargo, la historia de los datos agregados puede ser distinta a la de los micro datos.

Para un mejor diseño de políticas públicas en materia de Inclusión la visión agregada ya no da información precisa.

México ya pasó por la etapa de crecimiento acelerado de la Inclusión. En el futuro se esperan crecimientos menores. Por ello, hay que entender a detalle la etapa del proceso de Inclusión en la que estamos para estar en condiciones de diseñar políticas públicas que sean efectivas. Ya pasó la etapa de hacer algo muy generalizado que logre un gran impacto.

En el trabajo de FUNDEF "Inclusión Financiera en México I" se presentaron varios análisis para dimensionar algunas brechas de Inclusión que existen en México.

La ENIF muestra que hay una brecha entre las seis regiones del país. En el trabajo de FUNDEF se presenta evidencia de una brecha geográfica de mayor magnitud: la que hay entre Estados.



En los resultados a nivel regional se esconde la realidad del comportamiento a nivel de los Estados. Una explicación puede ser que la mezcla de Estados en cada región no es tan homogénea.

En este trabajo nos concentramos en entender dos fenómenos adicionales: la manera como se va dando la Inclusión a más productos y la evidencia de la ENIF respecto del uso del efectivo en México.

Lo anterior, aporta elementos para evaluar los aspectos de la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF) que son adecuados, aquellos que su cumplimiento descansa en una tendencia inercial y aquellos que solo son una buena intención.

# MEJOR ENTENDIMIENTO DE LA POLÍTICA NACIONAL DE INCLUSIÓN FINANCIERA (PNIF)



## MEJOR ENTENDIMIENTO DE LA PNIF

La PNIF presenta evidencia de la evolución de la Inclusión Financiera en México. El objetivo general de la PNIF para el 2024 es llegar al 77% de Inclusión medida por acceso a un producto. En 2018 la estimación era de 68% de la población adulta. La meta es razonable pero la Autoridad no presenta las propuestas específicas de cómo se logrará.

Se puede pensar en varias opciones para mejorar la Inclusión y llegar al 77%. Una es enfocarse en mejorar más a los Estados que ya están arriba de ese nivel y otra es enfocarse en los de menor Inclusión. Una tercera alternativa puede ser enfocarse en algunos productos o en segmentos particulares de la población.

Si bien, aumentar los incluidos con al menos un producto es relevante, hay aspectos adicionales a entender sobre el proceso debido a que la Inclusión mínima no es Inclusión completa. En este trabajo se busca entender como se transita a una mayor Inclusión.

En cuanto al diseño de la PNIF existen seis objetivos de los cuales tres están enfocados en mejorar la oferta de servicios financieros para ampliar la Inclusión Financiera.

Uno de los objetivos tiene que ver con “Incrementar los pagos digitales entre la población, comercios, empresas y los tres

niveles de gobierno”. Respecto de este objetivo se hace un análisis de lo que se conoce y de las propuestas para ver si la estrategia es congruente.

De manera concreta hay tres estrategias que son las siguientes:

- 1 Incrementar la digitalización de los pagos y transferencias entre gobierno, personas y empresas para fomentar el desarrollo del ecosistema de pagos digitales.
- 2 Incentivar el uso de medios de pago electrónicos para disminuir el uso del efectivo.
- 3 Fortalecer los sistemas de pago electrónicos para incentivar el desarrollo del mercado de pagos.

Las actividades relacionadas con la primera estrategia buscan instrumentar ciertas acciones para que el pago de pensiones y de programas sociales se haga por medios electrónicos. Otra línea de acción es que el pago del transporte público se haga utilizando medios de pago digitales.

Por lo que se refiere a la segunda estrategia, sugieren incentivar la aceptación de pagos digitales en giros de baja transaccionalidad de medios de pago electrónico como médicos y restaurantes. También

proponen dar incentivos para que la gente utilice el CoDi en sus transacciones con comercios, usuarios y gobierno.

El propósito es generar las condiciones para la expansión de la red de terminales punto de venta físicas y digitales principalmente en los negocios de menor tamaño.

Por lo que se refiere a la tercera estrategia, se sugiere mejorar las condiciones de competencia fomentando que se incorporen más participantes al mercado, como pueden ser los agregadores y los adquirentes no bancarios.

Además, sugieren desarrollar mecanismos para incorporar al sistema de pagos a intermediarios no bancarios, sin sacrificar los estándares de continuidad operativa y de seguridad.

Dos metas de la PNIF relacionadas con el objetivo de pagos son las siguientes:

- I Que el número de transacciones y transferencias electrónicas per cápita anual pasen de 37 que había en 2018 a 60 en 2024.
- II Que el porcentaje de personas adultas que utiliza su cuenta para realizar pagos pase de 64% que había en 2018 a 85% en 2024.

El segundo indicador nos revela que en 2018 dos terceras partes de la población utilizaba su cuenta para hacer algún pago electrónico pero la información de la ENIF muestra que en lo cotidiano se maneja el efectivo.

Hay indicadores específicos de las estrategias como el porcentaje de personas adultas que utilizan medios distintos al efectivo en compras mayores a los 501 pesos al igual que los que los utilizan para hacer el pago de servicios. Un objetivo es que ambos indicadores aumenten.

Además, quieren un mayor número de transacciones de CoDi, más personas comprando en internet y más TPV por 10 mil adultos así como mayor porcentaje de empresas aceptando este medio de pago.

Cabe señalar, que para todos los indicadores de las estrategias que se fijan a nivel conceptual en el Anexo 5 de la PNIF "Ficha de Indicadores", se incluye el nombre del indicador, el objetivo, el método de cálculo, la autoridad responsable, la unidad de medida, la fuente y la periodicidad. El problema es que no se determina una línea base ni se establece un compromiso de a qué nivel se debe llegar y lo que ello representa en términos de Inclusión.

En los siguientes dos capítulos se presenta evidencia de cómo se ha dado en México el proceso a una mayor Inclusión identificando las diferencias entre Estados y por tamaño de localidad. También se estudia cómo se da el comportamiento del uso de efectivo para distintas compras considerando las dos dimensiones anteriores e incorporando la segmentación por nivel de educación.

Los resultados del análisis nos permitirán concluir respecto del proceso de Inclusión y de la razonabilidad de los planteamientos de la PNIF.



# ENTENDIENDO EL PROCESO A UNA MAYOR INCLUSIÓN





# ENTENDIENDO EL PROCESO A UNA MAYOR INCLUSIÓN

---

En este Capítulo se busca entender mejor la dinámica de cómo y quienes van evolucionando a más productos y de que manera lo hacen.

Que una persona este incluida no necesariamente quiere decir lo mismo en todos los casos. Hay distintos niveles de Inclusión.

Los datos agregados de la ENIF indican que a nivel producto la mayor Inclusión se da en ahorro y ahorro para el retiro y la menor Inclusión en crédito y seguros.

Nuestro objetivo es presentar como se da la evolución a una mayor Inclusión entre productos.

Los individuos van utilizando más productos para cubrir distintas necesidades financieras. Las personas se acercan a las instituciones para contratar distintos productos.

Del producto de ahorro para el retiro hay que entender que su mecánica operativa es distinta. Es un hecho que este tipo de cuenta es un producto financiero.

La diferencia está en la manera como se abre la cuenta de ahorro para el retiro. La gente tiene este producto por que tuvo una relación laboral formal. Inicia con la inscripción de los trabajadores en el IMSS. El número de seguridad social se liga a una

cuenta que en ese momento tiene el carácter de "asignada".

Ya con el número de seguridad social el trabajador puede hacer su trámite de registro en el cual se identifica y proporciona la información requerida. En ese momento se vincula una cuenta con una persona bien identificada que elige la Afore en la que se van a administrar sus recursos.

La cuenta de ahorro para el retiro recibe recursos cuando el trabajador participa en el mercado laboral formal. Durante el tiempo que no participa no se depositan recursos en su cuenta.

A los recursos del ahorro para el retiro no se tiene acceso sino hasta el momento de la jubilación. El acceso anticipado es limitado y sujeto a ciertas condiciones que se establecen en la regulación como es el caso del retiro por desempleo.

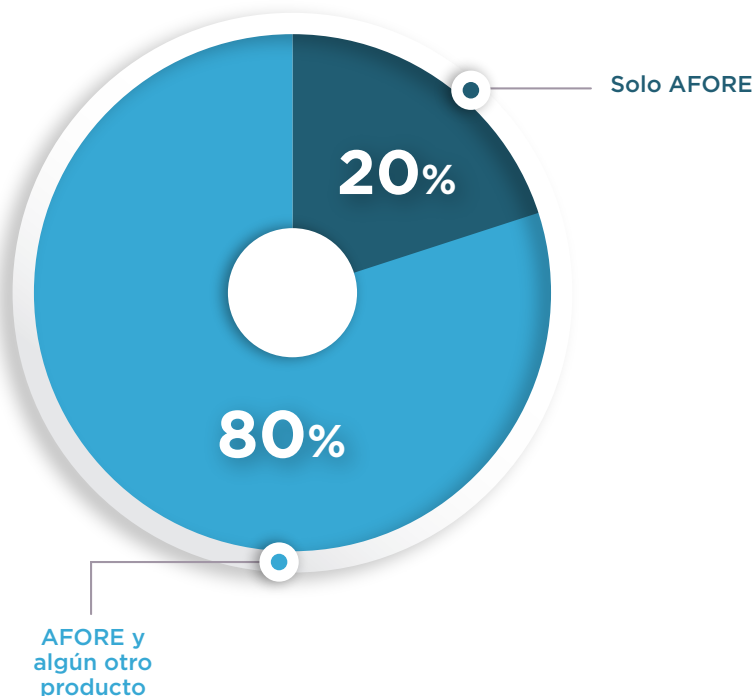
En conclusión, tener este producto no es un acto voluntario de Inclusión como si lo es con los otros tres productos. Por esta razón es que no se consideró en el análisis para entender el proceso hacia una mayor Inclusión.

De acuerdo con la ENIF 2018 el 40% de la población tenía una cuenta de ahorro para el retiro.

En la gráfica se muestra cuantos de los que tenían este producto solo estaban incluidos por este tipo de cuenta y los que tienen

otro producto. La gran mayoría de los que tienen cuenta de ahorro para el retiro (80%) tienen al menos otro producto.

**Gráfica III.1 Inclusión del Producto de Ahorro para el Retiro**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

A continuación, se busca entender si hay tal cosa como un “proceso” de Inclusión para los tres productos: ahorro, crédito y seguros.

Para identificar si existe un patrón de cómo la gente va teniendo más productos de ahorro, crédito y seguros se hace lo siguiente:

- » El primer paso es entender la estructura de la Inclusión. Es decir, cuantos no están incluidos, cuantos tienen un producto, cuantos tienen dos productos y cuantos tienen los tres productos.
- » El segundo paso es dividir a la población incluida en tres grupos: los que tienen solo uno de los tres productos, los que tienen dos de los tres productos y los que tienen los tres productos.
- » El tercer paso es identificar como se da la inclusión por tipo de producto o por combinaciones de productos. La idea es presentar una narrativa sobre la manera en que se van satisfaciendo las necesidades financieras de la población. La hipótesis

a comprobar es que hay un camino por el que la mayoría inicia y va migrando a otros productos.

- » El cuarto paso es el análisis de la Inclusión de los que tienen los tres productos, que es el nivel máximo de relación con el sistema financiero formal.
- » El quinto paso del análisis es identificar cómo difieren algunos resultados entre los distintos Estados del país y por tamaño de localidad.

Para el análisis se trabajó con los datos de Inclusión a nivel de producto genérico en cada uno de los mercados de crédito, de seguros y de ahorro. Es decir, se consideró solamente si se tiene un producto en cada caso sin importar cual es.

Por ejemplo, para el mercado de crédito se consideró que la persona está incluida en el mercado si tiene un crédito de tarjeta de crédito, personal, nomina o hipotecario. La misma lógica se aplicó para los otros dos productos.

Primero se dividió a la población encuestada en la ENIF entre los que no tienen nin-

gún producto y los que tienen al menos un producto. De acuerdo con los datos de la ENIF el porcentaje de los que tiene un producto es el 68% de la población.

El siguiente paso fue identificar de los que tienen al menos un producto los que solamente tienen el producto de ahorro para el retiro.

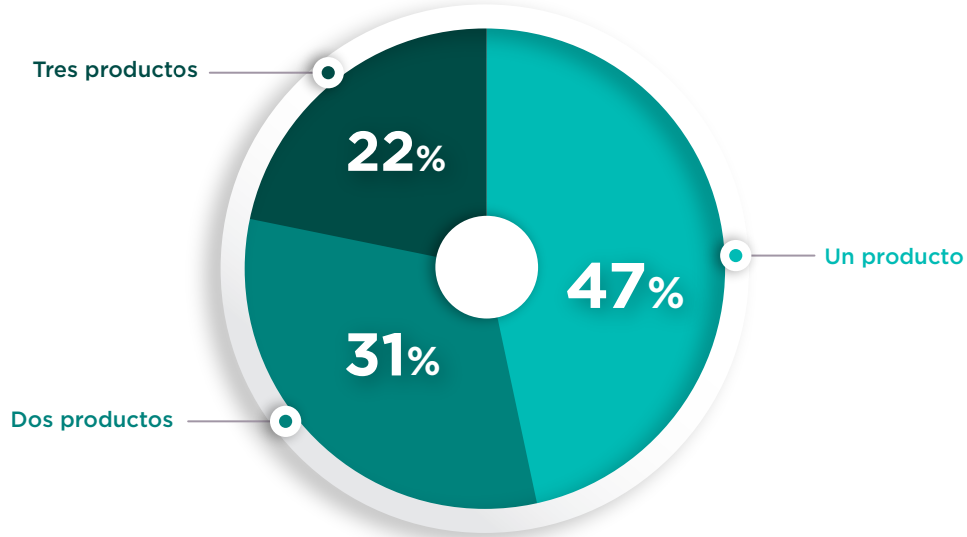
De acuerdo con los datos de la Gráfica III.1 este grupo es el 20% de los que tienen el producto que equivale a un 8% de la población. Este grupo de personas solo tiene el producto que viene por haber tenido un empleo formal. Estas personas no tienen ninguna otra relación con el sector financiero formal.

El dato complementario es que el 80% de las personas que tienen el producto de ahorro para el retiro tienen al menos otro producto con el sector financiero formal. A estas personas no se le consideró tener este producto específico en el análisis que se presenta a continuación.

De los datos anteriores se infiere que el porcentaje de la población sobre el que se hace el análisis es el 60%.

Respecto de los niveles de Inclusión por número de productos se aprecia que es mayor para los que tienen solo un producto.

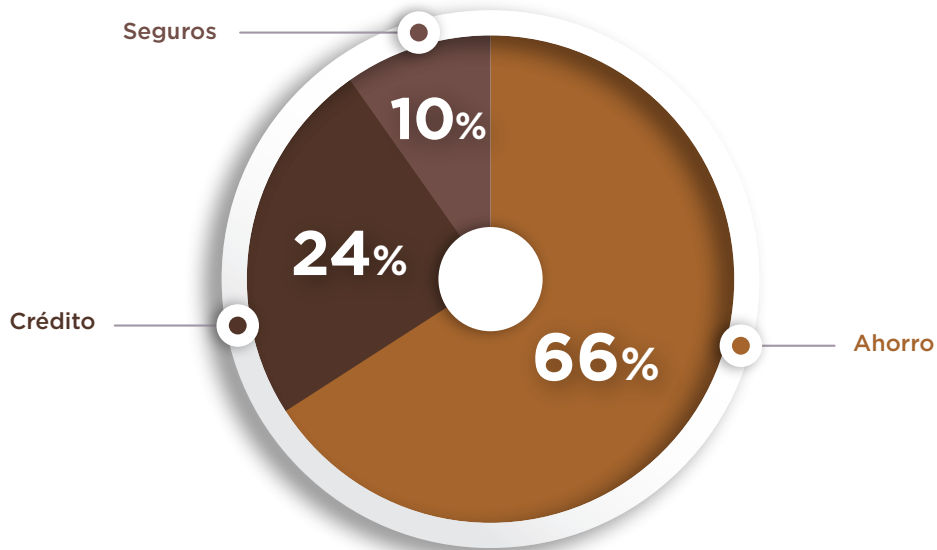
**Gráfica III.2 Participación de Incluidos por Número de Productos**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

Respecto del grupo de personas que tienen solo un producto financiero, a continuación, se presenta la proporción de las personas que tienen el producto de ahorro, el producto de crédito y el de seguros.

**Gráfica III.3 Participación por Producto de la Población de Menor Inclusión**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

El producto preponderante en el grupo de personas con niveles de inclusión mínima es el de ahorro con dos terceras partes de participación. El segundo producto en relevancia es el de crédito.

Se puede argumentar que el producto por el que más comúnmente inicia la relación con el sector financiero formal es el de ahorro. Este dato es consistente con el hecho de que el mayor porcentaje de Inclusión a nivel de producto individual es precisamente ahorro con el 47%.

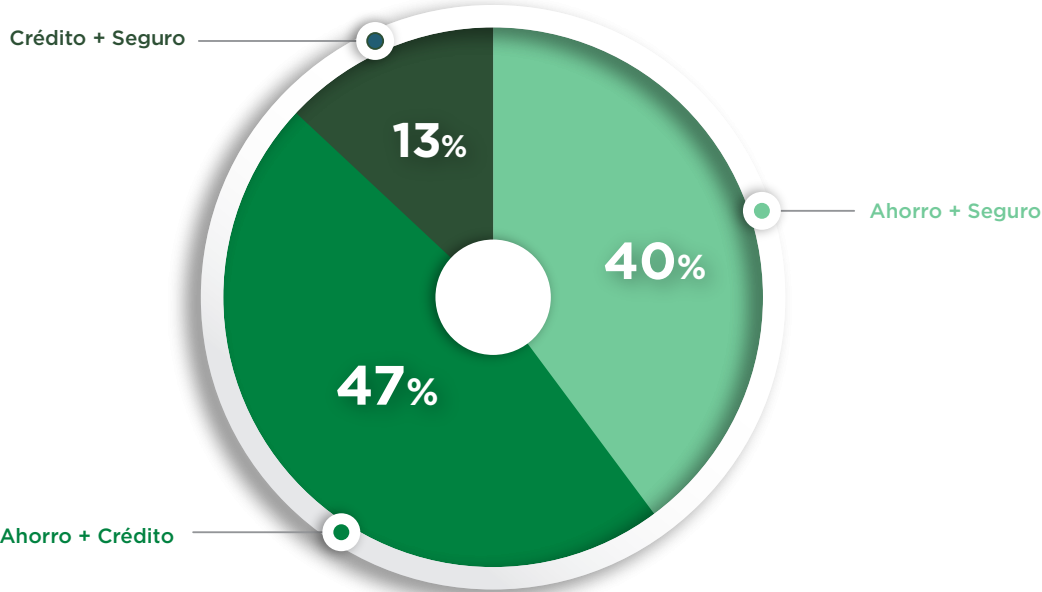
Para el grupo de personas que tienen dos productos financieros se presenta la recurrencia para las distintas combinaciones de

productos: ahorro y crédito, ahorro y seguros y crédito y seguros.

Dado que se identificó que las personas que tienen un solo producto utilizan más el de ahorro, lo que es razonable suponer es que de ese producto se migra a una mayor Inclusión. En congruencia lo que se debe observar es que los pares que tienen más participación son los que incluyen el producto de ahorro.

En la siguiente gráfica se muestra la participación de cada uno de los tres pares de productos para las personas con nivel de Inclusión media.

**Gráfica III.4 Participación de las Combinaciones de Productos**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF

Las combinaciones de productos que incluyen a la cuenta de ahorro son las que tienen mayor participación. La brecha entre las dos combinaciones que tienen ahorro no parece ser tan grande. La diferencia entre estos dos pares de productos se puede explicar por la preferencia relativa que se tiene del crédito respecto de los seguros.

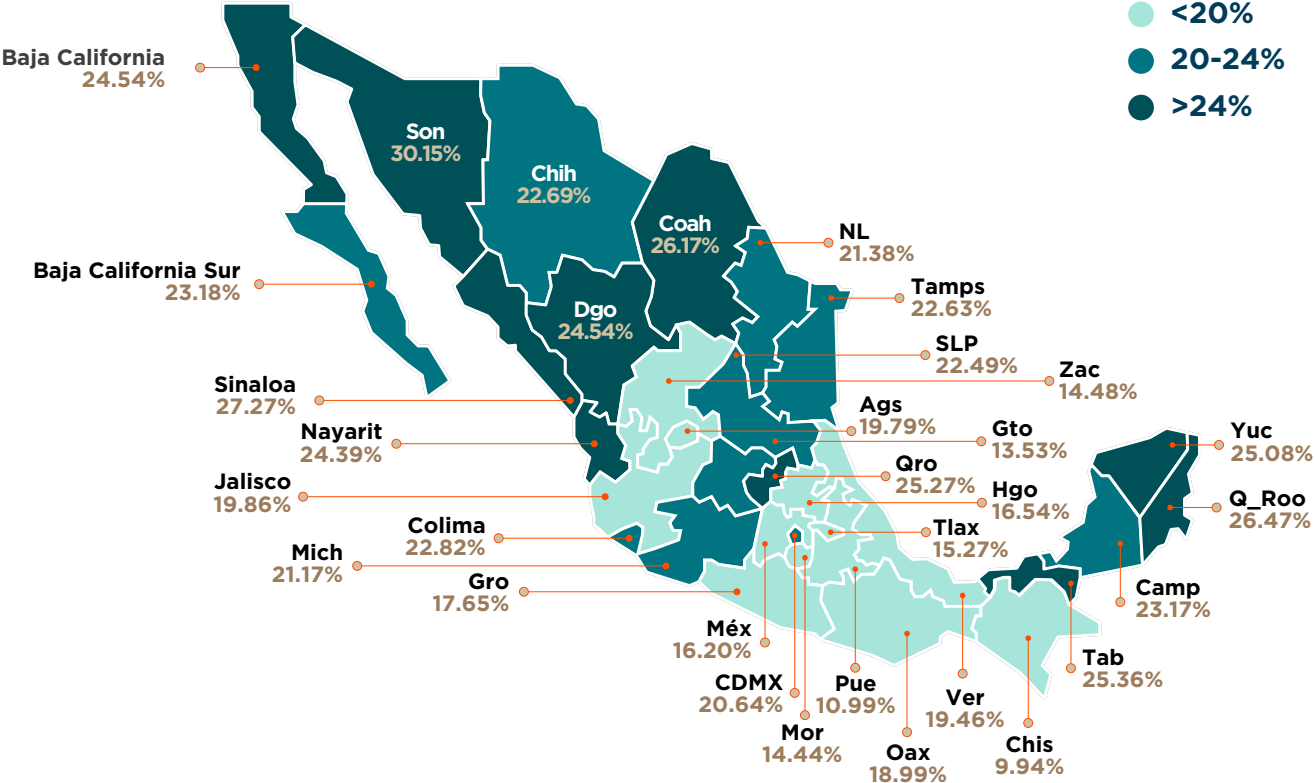
El fenómeno anterior se da por dos vías. La primera es que al ser el ahorro la principal ruta de entrada al Sistema formal se le añade otro servicio financiero. La otra es que para los que tienen solo crédito ó seguro la

evolución natural parece ser añadir el producto de ahorro.

Es una minoría la que tiene la combinación de crédito y de seguros: una de cada nueve personas se ubica en este grupo. Los resultados de la Inclusión con dos productos nos muestran que si hay una cierta congruencia entre la manera en como se va dando la Inclusión por productos.

En el siguiente mapa se presenta para cada Estado el nivel de Inclusión de los que tienen dos productos financieros.

**Mapa III.1 Inclusión de Dos Productos por Estado**

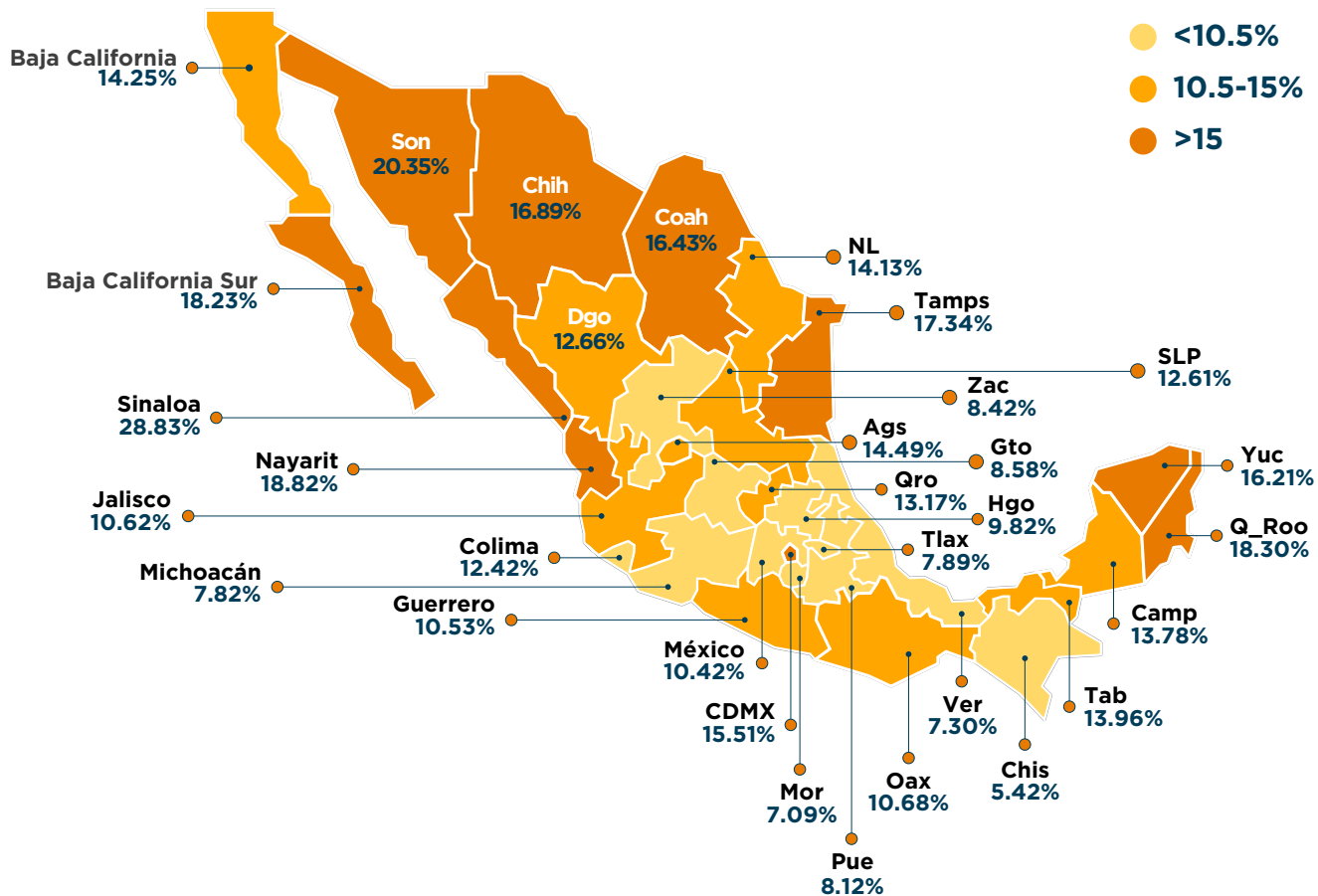


Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

A nivel agregado, el porcentaje de la población que tienen los tres productos financieros es el 13.4%. A continuación, se

presenta el mapa de cómo varía este indicador a nivel estatal.

**Mapa III.2 Inclusión de Tres Productos por Estado**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

Los datos de los dos mapas anteriores nos muestran que los Estados que tienen mayores niveles de Inclusión para tres productos y para dos productos son casi los mismos. El comportamiento también es similar para los Estados que tienen menores niveles de Inclusión. Además, estos resultados son similares a los de los mapas del trabajo "Inclusión Financiera en México I".

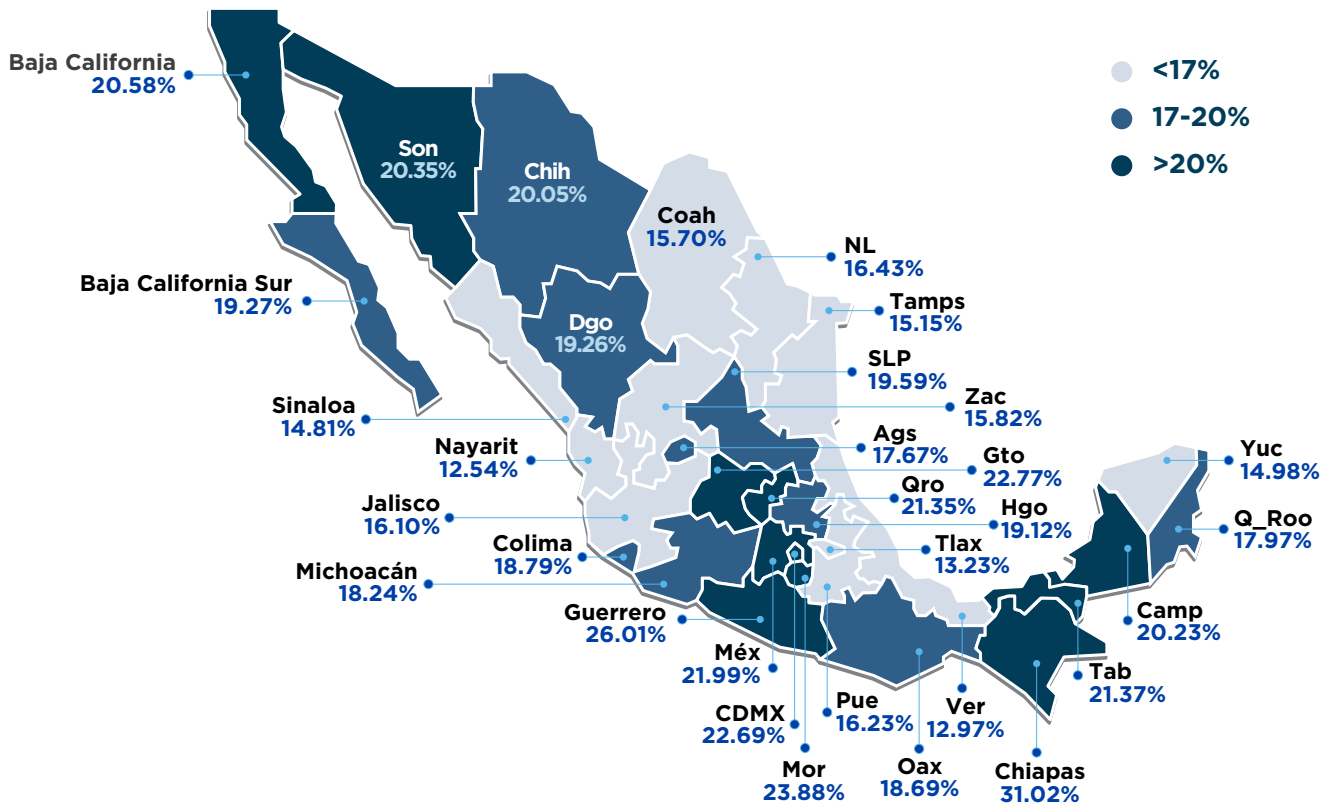
Es decir, lo que sucede a nivel de producto se replica a nivel de proceso de Inclusión.

Lo anterior, implica que los Estados de mayor nivel de Inclusión además tienen a la gente que utiliza más productos y los de menor nivel de Inclusión tienen a su población en un nivel más básico de acceso a servicios financieros.

Para comprobar lo anterior, en el siguiente mapa se presenta la información por Estado para el producto de ahorro considerando solo a las personas que tienen un producto.



**Mapa III.3 Inclusión para Un Producto: Caso de Ahorro**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

En el mapa se rompe con la tendencia que se ha venido presentando. Varios de los Estados que tienen menor nivel de Inclusión para dos y tres productos tienen una alta participación en el producto de ahorro.

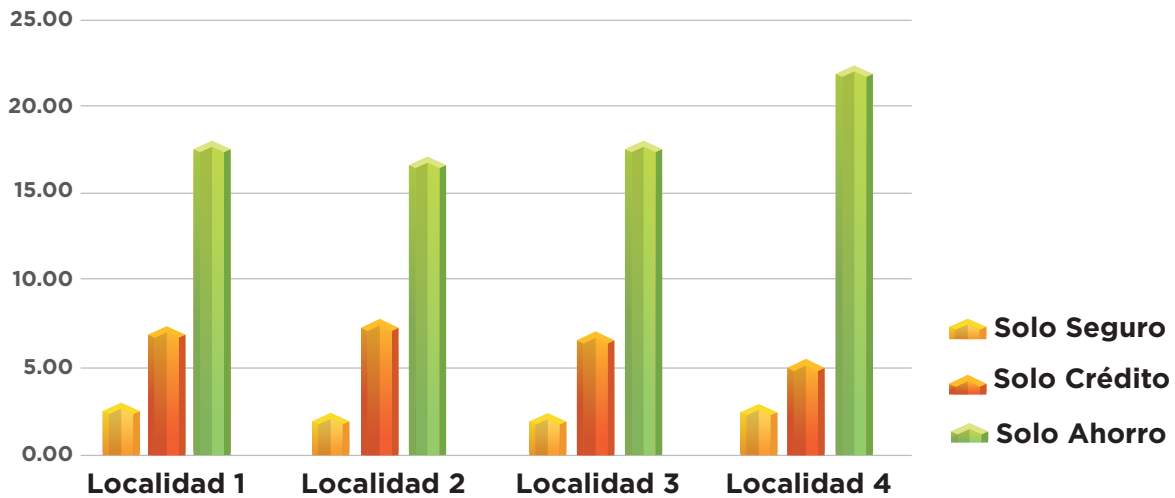
Esto refleja que si hay un esfuerzo por incluir con el producto de ahorro y puede vincularse con los programas sociales. El problema ha sido al momento de migrar a tener una Inclusión más integral.

De lo anterior se puede concluir que el fenómeno de comportamiento hacia una mayor Inclusión no se da de manera homogénea entre los Estados del país.

A continuación, se presenta el análisis de como se da una mayor Inclusión entre las localidades. En esta dimensión lo que se busca es entender si la Inclusión es más limitada en las comunidades más pequeñas (Localidad 4).

En la siguiente gráfica se muestra el nivel de Inclusión de los que tienen solo un producto en los distintos tamaños de localidad. Se aprecia como para todos los tamaños de localidad se da el mismo comportamiento: el producto de ahorro es el que más tienen, seguido del de crédito y seguro el que menos tienen.

**Gráfica III.5 Inclusión por Localidad para Un Producto**



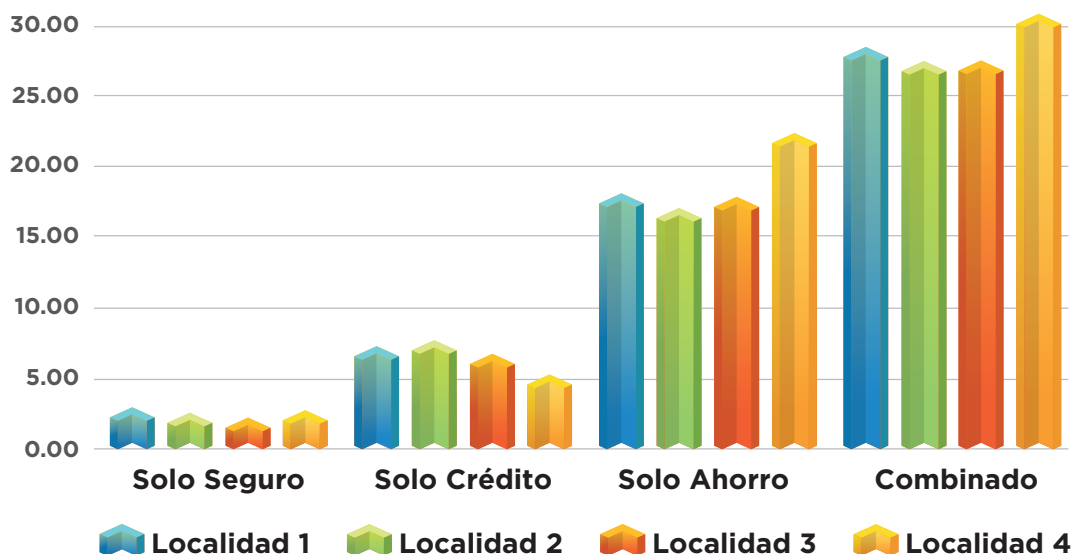
Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

En la siguiente gráfica se aprecia como varía la Inclusión por tipo de producto dentro de cada localidad. Hay diferencias pero no son significativas.

Se aprecia un comportamiento similar para la Inclusión de seguros en las distintas localidades. Para el caso de crédito se mues-

tra una mayor Inclusión en las localidades de mayor tamaño (1 y 2) en comparación con las localidades más pequeñas. Esto contrasta con el producto de ahorro que la Inclusión es mayor en las localidades más pequeñas. Es interesante que el índice combinado no muestra diferencias tan significativas.

**Gráfica III.6 Diferencia en Inclusión por Producto para cada Localidad**

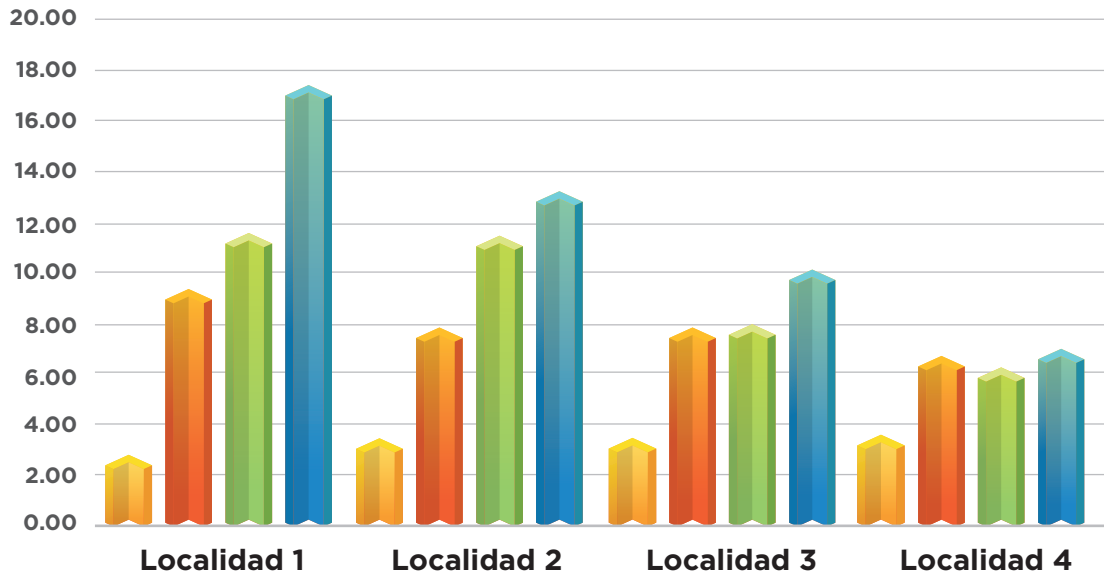


Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

En la siguiente gráfica se presenta el nivel de Inclusión para los que tienen dos y tres productos en los distintos tamaños de localidad. Se puede apreciar como para todos los tamaños de localidad se mantiene

el comportamiento de los pares de productos que se presentaron anteriormente y destaca que el nivel de inclusión máxima es mayor que para cualquier par de productos.

**Gráfica III.7 Inclusión por Localidad para Dos y Tres Productos**



 **Crédito + Seguro**  **Ahorro + Seguro**  **Ahorro + Crédito**  **3 Productos**

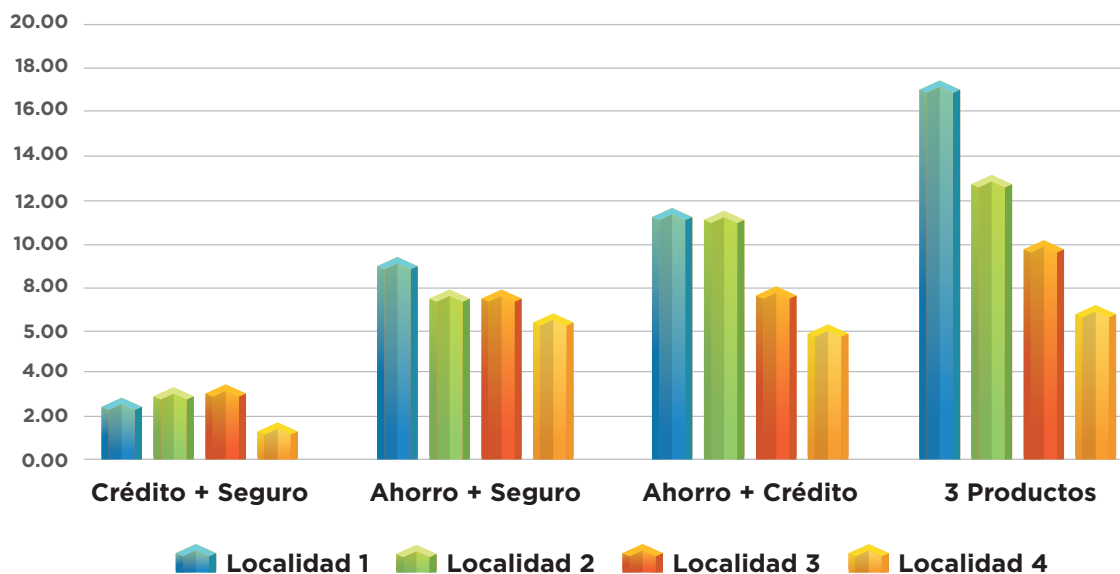
Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

A continuación, se presenta como varía la combinación de los niveles de Inclusión dentro de cada localidad.

ahorro y crédito y tres productos entre las localidades. Las localidades más pequeñas son las que tienen menor Inclusión.

Hay diferencias que llegan a ser significativas para la inclusión de la combinación de

**Gráfica III.8 Diferencia en Mayores Niveles de Inclusión para cada Localidad**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

En el análisis de la Inclusión por localidad se aprecia un comportamiento mixto. Para los que tienen solo un producto lo que varía más es la dimensión de producto ya que por localidad es similar.

Para los niveles de Inclusión con dos y tres productos se aprecia que las diferencias entre localidades son mayores. La Inclusión

más alta se presenta en las localidades de mayor tamaño y menores para las pequeñas. El dato que mejor ejemplifica esta brecha es que los que tienen 3 productos en las localidades de mayor tamaño son un 17.42% de la población y para las de menor tamaño el porcentaje baja a ser de 7.12%.

# ENTENDIENDO EL USO DE EFECTIVO DE ACUERDO CON LA ENIF

IV

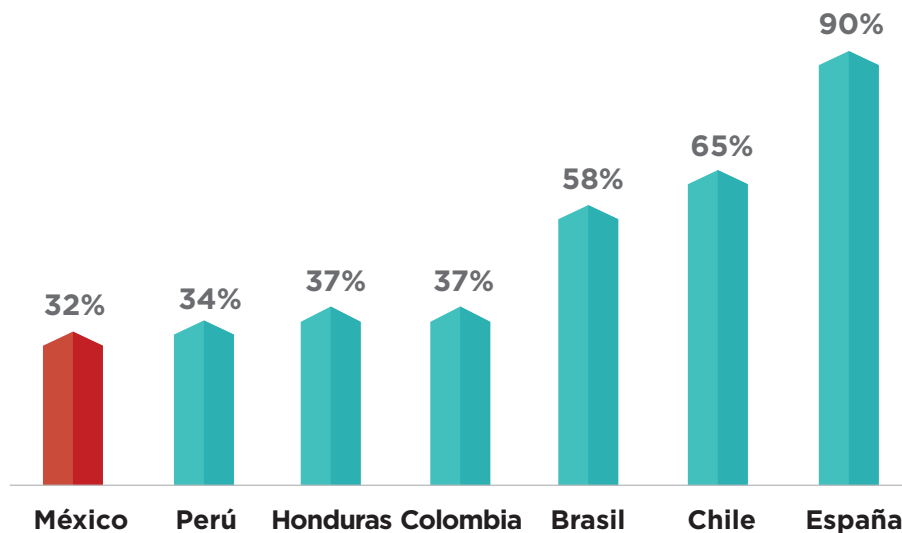


## ENTENDIENDO EL USO DE EFECTIVO DE ACUERDO CON LA ENIF

La ENIF nos muestra que a pesar de que se ha dado un aumento en la Inclusión Financiera el uso del efectivo sigue siendo muy relevante en México. Dicho de otra manera, hay una mayor relación con el sector financiero pero en lo cotidiano de las transacciones que hacen las personas el uso del efectivo revela que prefieren operar fuera del ámbito financiero formal.

En la PNIF se presenta que solo el 32% de las personas realizaron o recibieron pagos digitales en México. Este indicador es bajo comparado con otros países de la región y esta en niveles cercanos a una tercera parte de lo que se observa en España.

**Gráfica IV.1 Personas de 15 años y mayores que hicieron una Transacción Digital**



Fuente: PNIF con datos de Global Findex 2017

La ENAFIN presenta evidencia de recepción de pagos electrónicos. Revela que el 35% de las empresas aceptan pagos con tarjetas de crédito y de débito. Si se considera solo a las empresas comerciales el porcentaje es de 57%.

Una problemática con la métrica anterior es que la medida es a nivel de establecimiento y los considera a todos iguales. Si se utiliza la variable tamaño proporcionalmente hay más infraestructura en establecimientos más grandes.

Desde la perspectiva de los consumidores, es un hecho que muchos comercios tienen la opción de pago electrónico. Si el uso de los medios de pago electrónicos fuera más generalizado se observaría que la gente pagaría con medios electrónicos donde hay infraestructura.

Un indicador de la ENIF que confirma que aunque se tenga a disposición la herramienta no se usa es el número de personas que tiene banca móvil.

En las zonas rurales paso de 196 mil personas en 2012 a 1 millón de personas en 2018. Los números para zonas urbanas son de 1.2 millones y 7.4 millones de los adultos respectivamente. La penetración de la población que tiene el servicio de banca móvil es apenas del 11% si se considera que el total de población potencial de ser incluida era de 79 millones de personas.

La hipótesis que se plantea es que no es un problema de oferta sino que mucho se

explica por la demanda. Los intermediarios ponen a disposición servicios y herramientas pero los consumidores no los utilizan.

Es decir, la oferta no es el factor al que se le puede atribuir que el pago con efectivo sea el dominante. Hay factores de hábitos y de preferencias de no uso de los medios de pago electrónicos. El objetivo de este Capítulo es entender mejor la perspectiva de la demanda dada la información disponible.

Algunas preguntas de la ENIF nos permiten entender el comportamiento de las personas que usan la tarjeta de débito para realizar pagos.

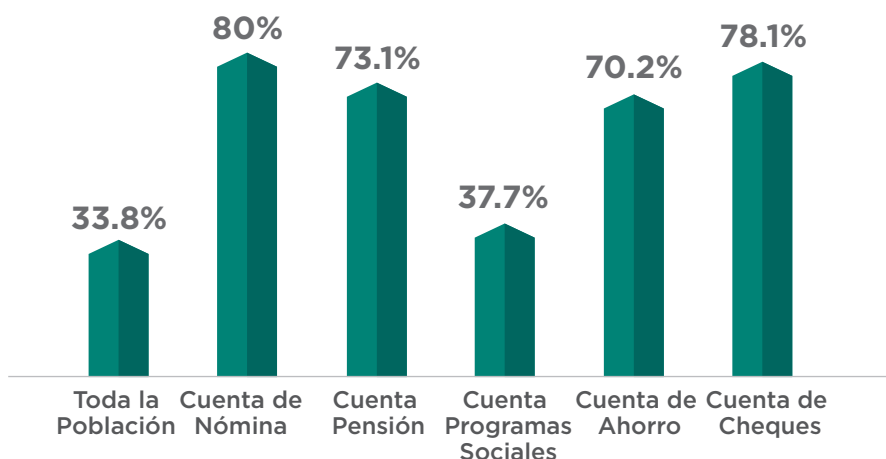
Ese medio de disposición puede estar vinculado con las personas que tienen una cuenta de captación. Del total de la población adulta, el 46.9% de la población tiene algún producto de ahorro o de captación con una institución financiera.

El medio que permite disponer de los recursos para hacer pagos en comercios o de obtener efectivo en cajeros automáticos es la tarjeta de débito. A ese 46.9% de la población se les preguntó si tienen una tarjeta de débito. En caso afirmativo la siguiente pregunta es si la utilizan o no.

Las personas que tienen tarjeta de débito son la gran mayoría de los que tienen un producto de captación. Dependiendo del producto, varía entre el 37% y el 80% los que tienen este medio de disposición.



**Gráfica IV.2 Tenencia de Tarjeta de Débito: Toda la Población y de los que tienen cada Producto**

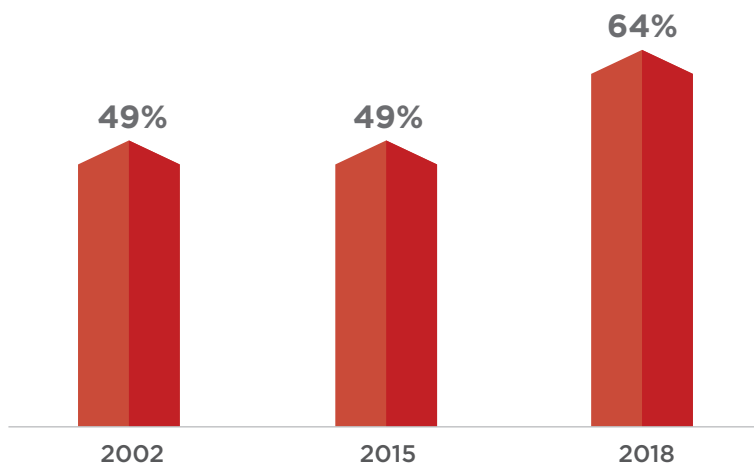


Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

En las ENIF de 2012 y de 2015 se reporta que el porcentaje de personas que utilizaron la tarjeta de débito de los que la tenían se mantuvo en 49%. Para el año de 2018

el porcentaje subió a 64%. Este dato identifica a las personas que utilizaron la tarjeta para realizar algún pago en establecimientos comerciales, tiendas o restaurantes.

**Gráfica IV.3 Porcentaje de Personas que Utilizaron su Tarjeta de Débito para hacer pagos en Establecimientos**

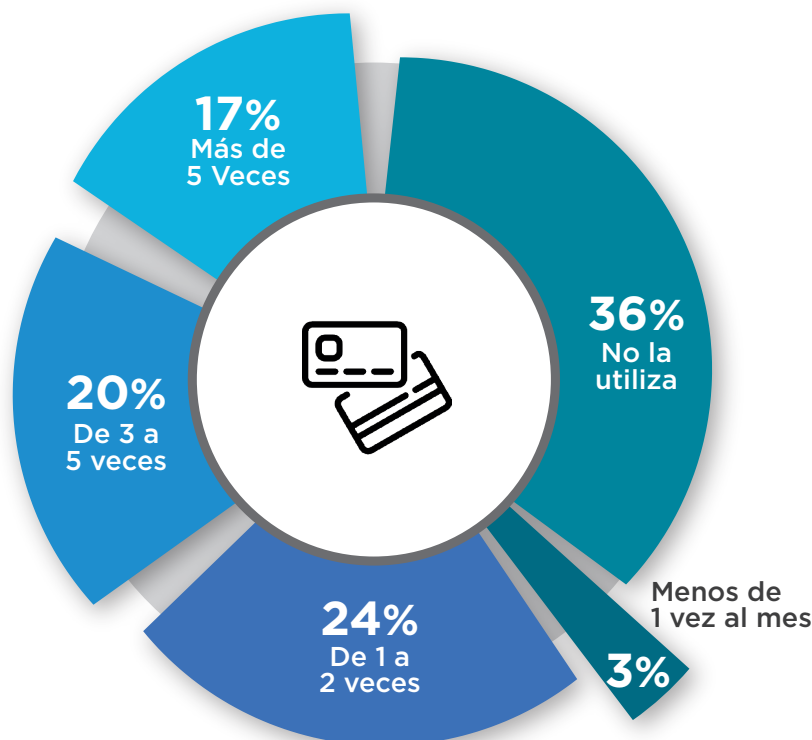


Fuente: PNIF y ENIF.

A continuación, se presenta información sobre el nivel de utilización de la tarjeta de débito para pagar en establecimientos comerciales, tiendas o restaurantes. Poco más

de una tercera parte no la utiliza para hacer pagos y casi la mitad la utiliza 5 veces o menos tal y como se muestra en la siguiente gráfica.

**Gráfica IV.4 Intensidad de Uso de la Tarjeta de Débito**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF.

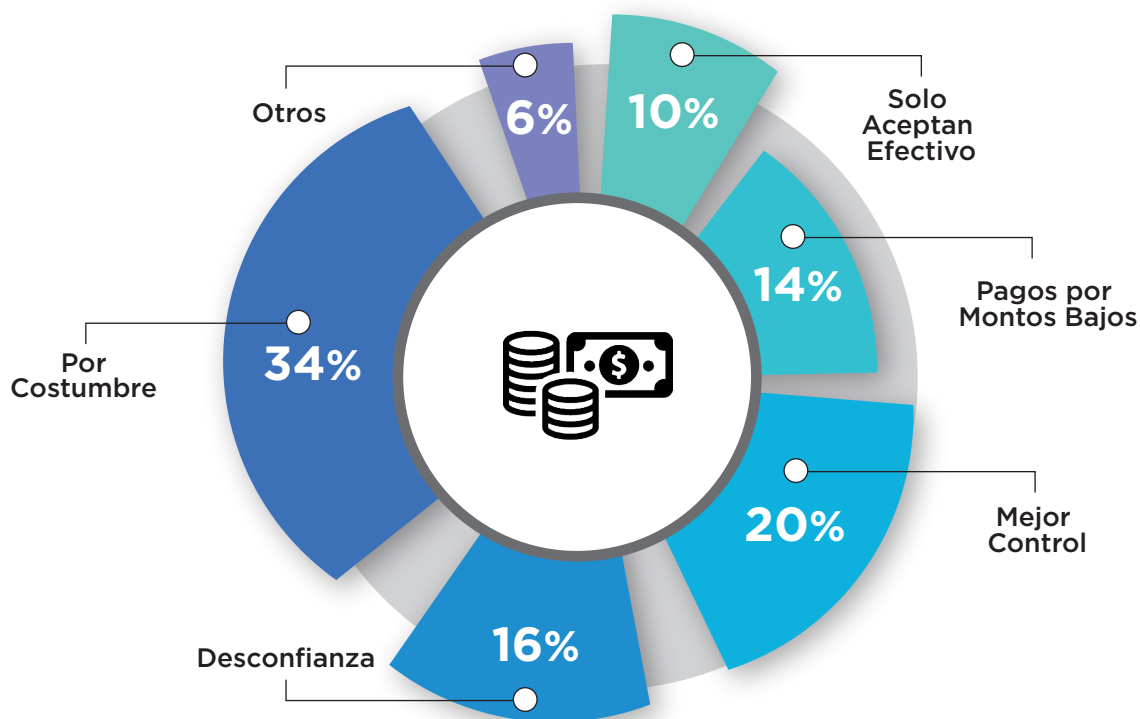
De la información anterior se concluye que la mayoría prefiere usar el efectivo para una buena parte de sus transacciones y solo es una minoría la que usa la tarjeta de débito para hacer operaciones de manera frecuente con más de cinco transacciones al mes.

De los que no utilizan la tarjeta de débito para hacer compras, el 60.9% responde que prefiere el efectivo y el 12.2% argu-

menta que tiene desconfianza por alguna razón.

De los que prefieren pagar en efectivo, es interesante que la falta de uso de medios electrónicos no se explica por la falta de infraestructura para recibir pagos por esta vía (10%). Es decir, las respuestas que dan están ligadas más bien a preferencias.

Gráfica IV.5 Razones por las que se Utiliza el Efectivo



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

En la PNIF se presenta que casi el 80% de las personas adultas pagan en efectivo a pesar de tener una cuenta de captación o una tarjeta de crédito.

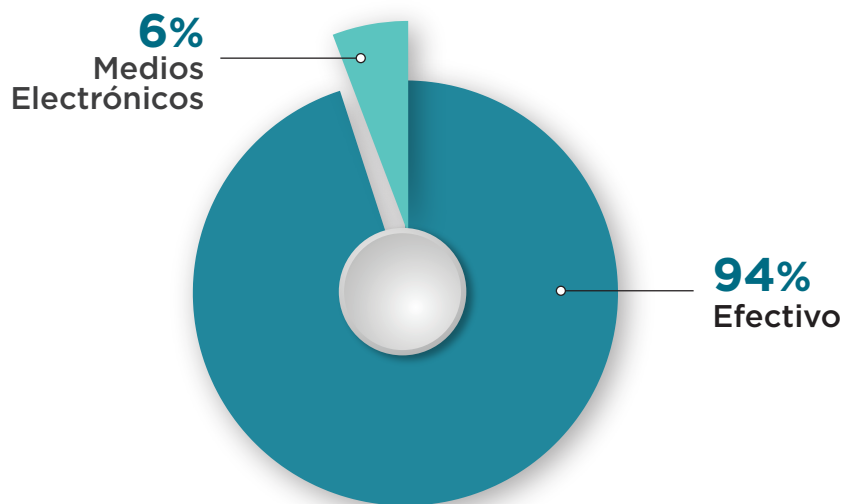
El que no se identifique a la falta de infraestructura como un impedimento para un mayor uso de la tarjeta de débito da evidencia indirecta de que si hay en México un sesgo a realizar los pagos en efectivo.

A continuación, se presenta evidencia de la ENIF sobre la preferencia del pago en efec-

tivo. Se pregunta a los encuestados cual es el método de pago más común que utilizan para hacer distintos pagos.

La primera pregunta es sobre el método de pago de compras de menos de 500 pesos. La respuesta de medios electrónicos incluye las distintas opciones de pago electrónico como son tarjeta de crédito, tarjeta de débito, cheques y transferencias. Se aprecia como prácticamente toda la población utiliza el efectivo para compras por montos menores.

**Gráfica IV.6 Forma de Pago Utilizada: Compras menores a 500 pesos**



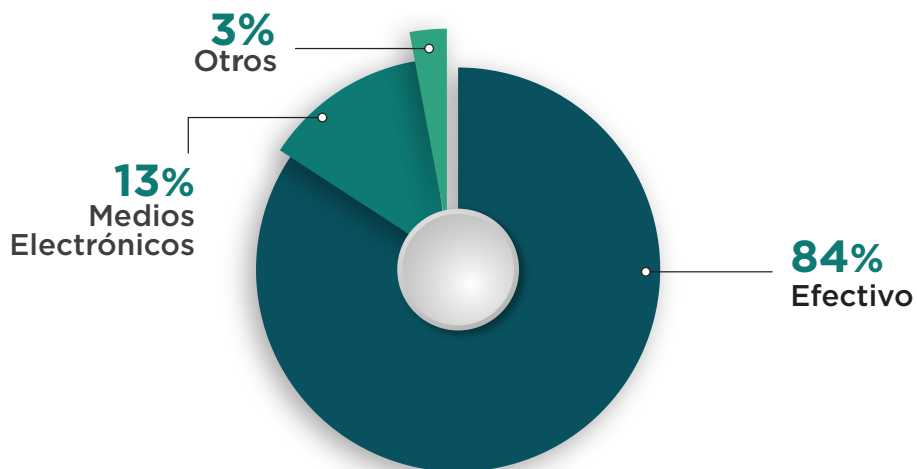
Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

Dentro de la respuesta de pago con medios electrónicos la alternativa más utilizada es la tarjeta de débito con 4.1% y la tarjeta de crédito con 0.9%.

La segunda pregunta es sobre compras mayores a 501 pesos. Se obtiene una res-

puesta que es similar. El porcentaje de uso de medios de pago electrónicos solo creció de 6% a 13%. Hay un aumento pero de todas formas el 84% de la población utiliza el efectivo para compras de montos mayores.

**Gráfica IV.7 Forma de Pago Utilizada: Compras mayores a 501 pesos**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

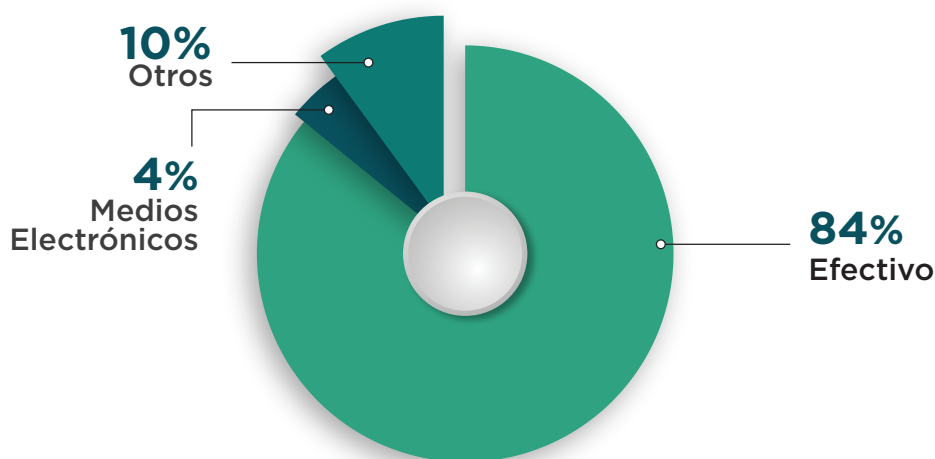
Dentro de la respuesta de pagos con medios electrónicos la alternativa más utilizada es la tarjeta de débito con 9.3% y luego tarjeta de crédito con 2.6%.

También se incluyen preguntas de uso de efectivo para hacer otro tipo de pagos como el alquiler de vivienda, el pago de servicios públicos y el pago de servicios pri-

vados. A continuación, se presenta la respuesta del caso de servicios públicos.<sup>1</sup>

Los resultados muestran que cambia un poco el tipo de respuesta entre medios electrónicos y otros pero lo que no varía es el alto uso del efectivo para pagar este tipo de servicios.

**Gráfica IV.8 Forma de Pago Utilizada: Pago Servicios Públicos**



Fuente: elaboración propia con datos de la ENIF

Las preguntas en su conjunto nos permiten entender que hay un comportamiento diferenciado entre el uso de más efectivo para compras de menor monto con respecto al resto pero la diferencia no es tan relevante.

De acuerdo con la PNIF, el uso de la tarjeta de débito para realizar algún pago es

mayor a menor edad, a mayores años de educación y es mayor entre estudiantes y trabajadores formales. La otra dimensión en la que es mayor es en el ámbito urbano comparado con el ámbito rural.

A continuación, se analiza si hay diferencias entre los Estados y dentro de los Estados por tamaño de localidad. Se hace una seg-

<sup>1</sup> No se presenta la respuesta de alquiler de vivienda porque la respuesta de "Otros" es muy elevada. Puede explicarse porque hay gente que no paga renta por diversos motivos.

mentación adicional que es por nivel de educación dentro de los Estados y en las localidades.

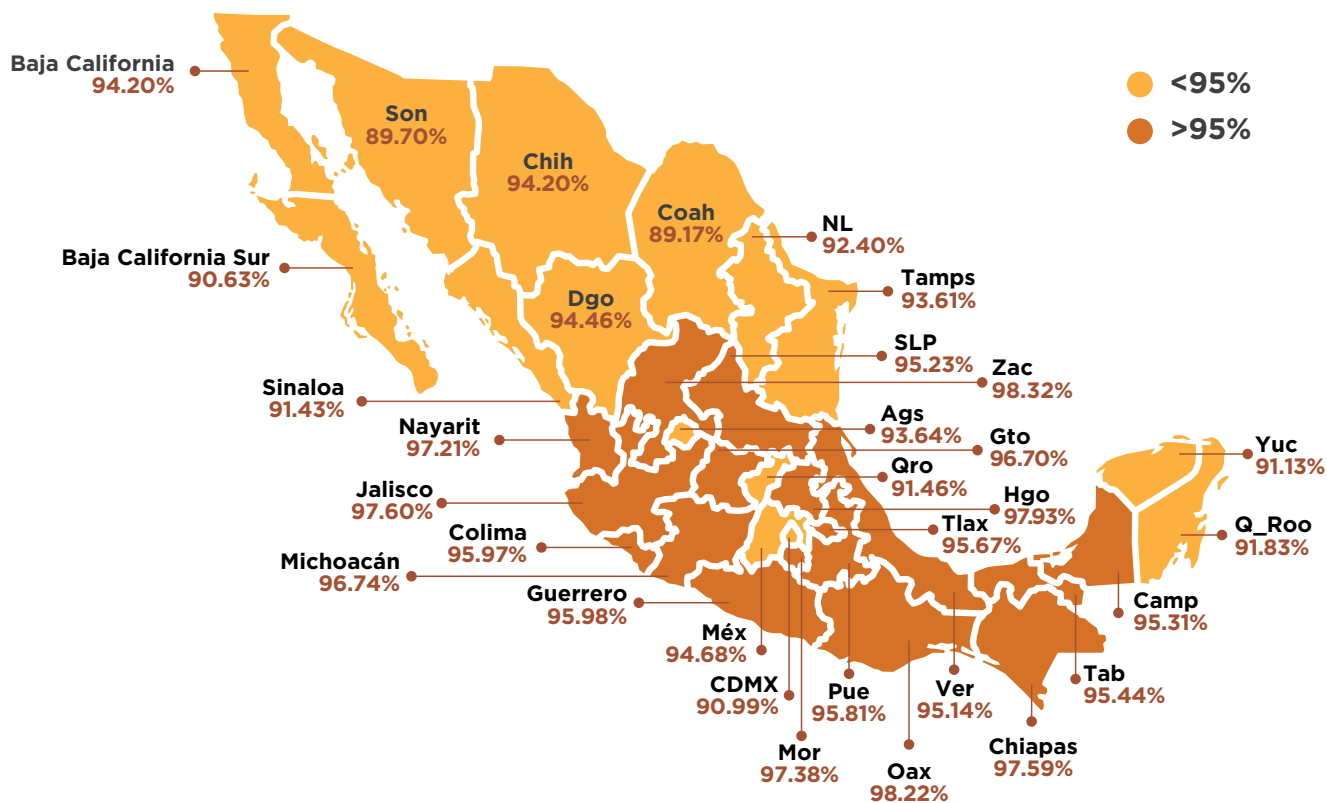
El objetivo es identificar si el uso de efectivo es algo generalizado en el país o es un fenómeno que se concentra en algunos Estados o dentro de los Estados en un tipo de localidad o en ciertos segmentos de la población.

Se plantean dos hipótesis posibles. Una es que el uso de efectivo es un fenómeno

generalizado en todo el país, en todas las localidades y no hay variaciones por nivel educativo. La hipótesis alternativa es que hay diferencias.

Se presenta el mapa con el porcentaje de la población que paga en efectivo sus compras menores a 500 pesos en cada Estado. Se aprecia que hay diferencias entre Estados pero que son menores. Se puede afirmar que para compras de bajo monto el uso de efectivo es algo generalizado en el país.

**Mapa IV.1 Forma de Pago Utilizada en los Estados para Compras menores a 500 pesos**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

Se presenta el mapa que incluye el porcentaje de la población que paga en efectivo sus compras mayores a 501 pesos. Se aprecia que hay diferencias entre Estados y que

son un poco mayores que las del caso anterior. Además, hay coincidencias en la clasificación de intensidad de uso de efectivo en ambos mapas.

**Mapa IV.2 Forma de Pago Utilizada en los Estados para Compras mayores a 501 pesos**

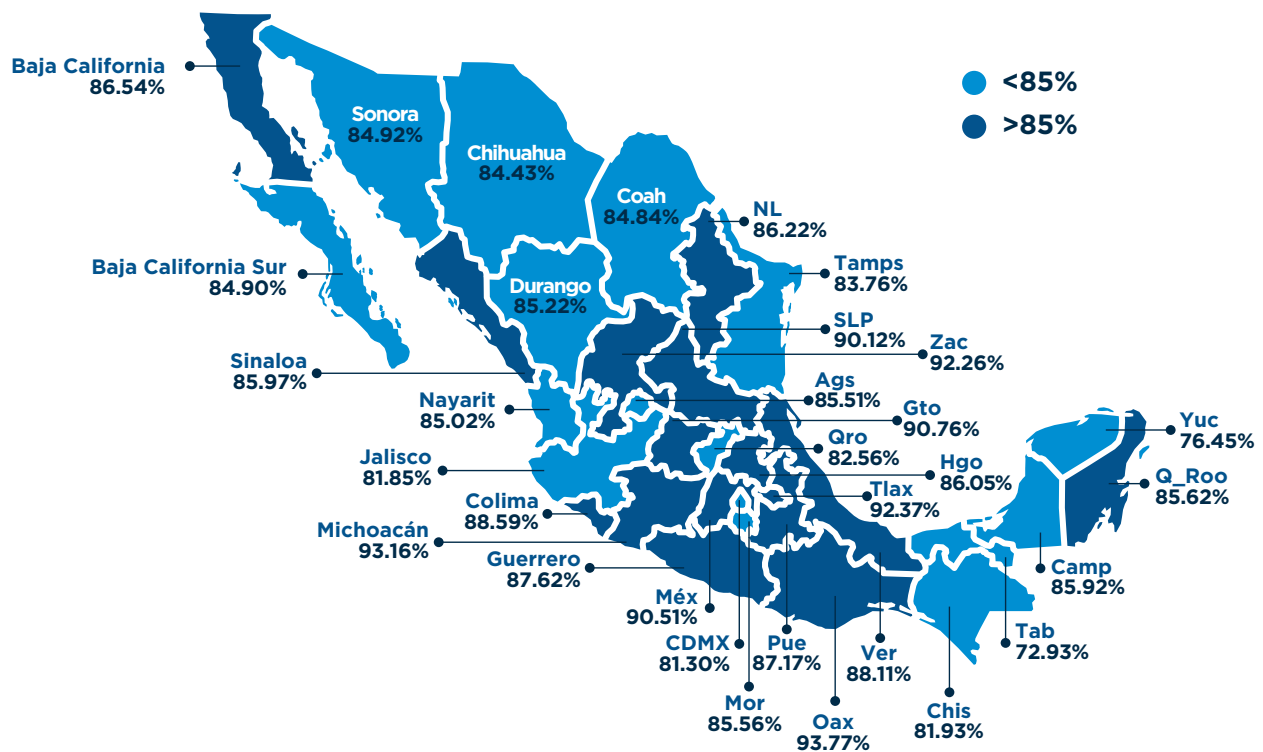


Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

Por lo que respecta al pago de servicios, el comportamiento es similar al de los dos casos anteriores. Hay algo de variabilidad entre Estados pero no es alta. Solo destaca

el caso de Tabasco con un porcentaje muy bajo que se explica por una alta respuesta de otros.

**Mapa IV.3 Forma de Pago Utilizada en los Estados para Pago de Servicios**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

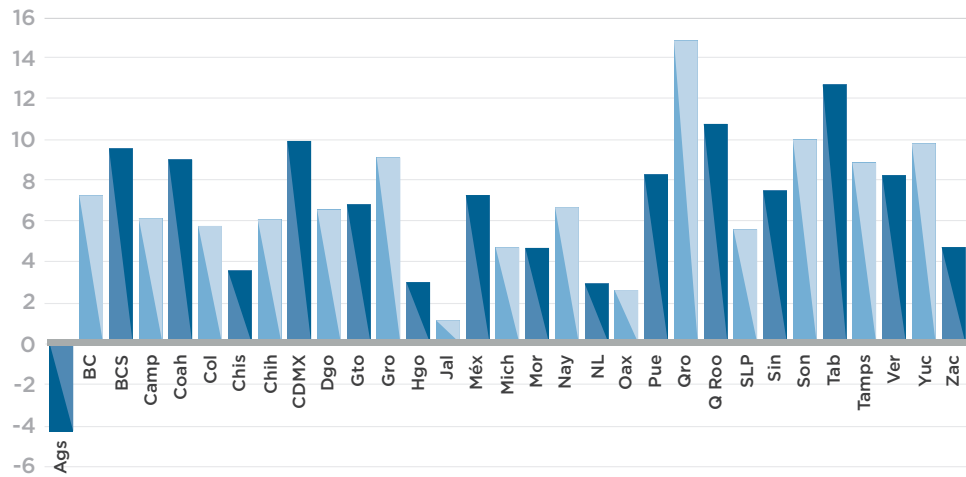
A continuación, se presenta el análisis de las brechas en cada Estado para los distintos tipos de localidad. La brecha se calculó restando el porcentaje de la gente que paga con efectivo sus compras en la localidad de menor tamaño del porcentaje de las localidades de mayor tamaño.

Para las compras menores se aprecia que hay mayor uso de efectivo en localidades de menor tamaño en casi todos los Estados.<sup>2</sup> Hay una variación importante en el nivel de las brechas siendo la mayor ligeramente superior al 14%. Solo hay un caso en el que la brecha es negativa que es Aguascalientes.

<sup>2</sup> No se incluye Tlaxcala debido a que no tiene una Localidad de las de mayor tamaño de acuerdo con la segmentación que hace la ENIF.



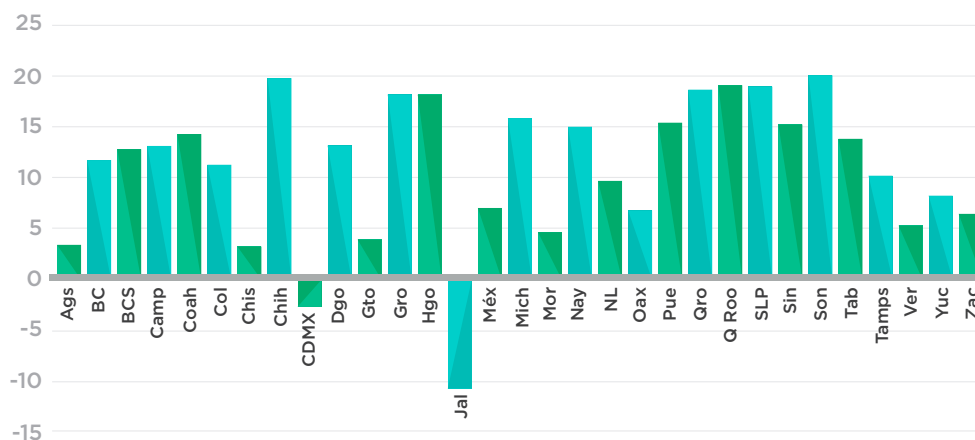
**Gráfica IV.9 Brecha de Uso de Efectivo en Compras Menores por Tamaño de Localidad**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

El comportamiento para las compras de mayor monto es similar en cuanto a mayor uso de efectivo en localidades de menor tamaño. Hay dos resultados adicionales: una mayor brecha y más varianza.

**Gráfica IV.10 Brecha de Uso de Efectivo en Compras Mayores a 501 pesos por Tamaño de Localidad**



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

Destacan los casos de CDMX y Jalisco que se explican por un alto uso de medios electrónicos en sus localidades de menor tamaño.

A continuación, se presenta el análisis a la pregunta de pagos en efectivo por montos menores a 500 pesos segmentando por Estado y por nivel de educación. En la tabla se presenta la información para todo el país y para dos de los Estados de mayor uso de efectivo y dos de los de menor uso de efectivo.

Se aprecian dos fenómenos respecto del uso de medios de pago electrónicos. El primero es que hay diferencias entre los Estados de mayor y menor nivel de uso de efectivo para mismos niveles educativos. El segundo es que hay una relación positiva con nivel educativo de las personas en todos los casos. La tendencia es muy clara para los mayores niveles que son: estudios a nivel Licenciatura, Maestría y Doctorado.

**Tabla IV.1 Pago con Medios Electrónicos para ciertos Estados por Nivel de Educación: compras menores a 500 pesos**

	PRIMARIA	SECUNDARIA	NORMAL	PREPARATORIA	ESTUDIOS TÉCNICOS CON		LICENCIATURA	MAESTRÍA O DOCTORADO
					SECUNDARIA	PREPARATORIA		
México País	1.5%	2.5%	7.3%	5.0%	6.3%	7.3%	13.7%	22.1%
Chiapas	0.8%	1.3%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	2.8%	0.0%
Oaxaca	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	7.5%	0.0%
CDMX	2.0%	1.8%	0.0%	3.4%	2.5%	6.3%	16.0%	37.0%
Sonora	10.1%	6.5%	0.0%	11.5%	0.0%	0.0%	19.7%	6.7%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

El resultado de la Tabla IV.1 puede ser indicativo de que a mayor educación también hay más entendimiento del manejo financiero y de los beneficios de usar medios electrónicos. Hay una hipótesis alternativa de que la educación tiene relación con nivel de ingreso y por ello es que se tiene tam-

bién mayor Inclusión y más pago con medios electrónicos.

A continuación, se muestran los resultados para el caso de compras mayores a 501 pesos. El comportamiento es muy similar en tendencia.

**Tabla IV.2 Pago con Medios Electrónicos para ciertos Estados por Nivel de Educación: compras mayores a 501 pesos**

	PRIMARIA	SECUNDARIA	NORMAL	PREPARATORIA	ESTUDIOS TÉCNICOS CON		LICENCIATURA	MAESTRÍA O DOCTORADO
					SECUNDARIA	PREPARATORIA		
México País	2.7%	5.8%	16.1%	12.5%	15.3%	15.4%	32.8%	58.5%
Chiapas	1.6%	5.2%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	11.1%	25.0%
Oaxaca	0.9%	0.0%	0.0%	9.7%	0.0%	5.6%	22.6%	75.0%
CDMX	3.0%	6.1%	0.0%	12.3%	15.0%	20.8%	42.9%	69.6%
Sonora	8.9%	9.8%	0.0%	17.9%	11.1%	36.4%	34.2%	60.0%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF

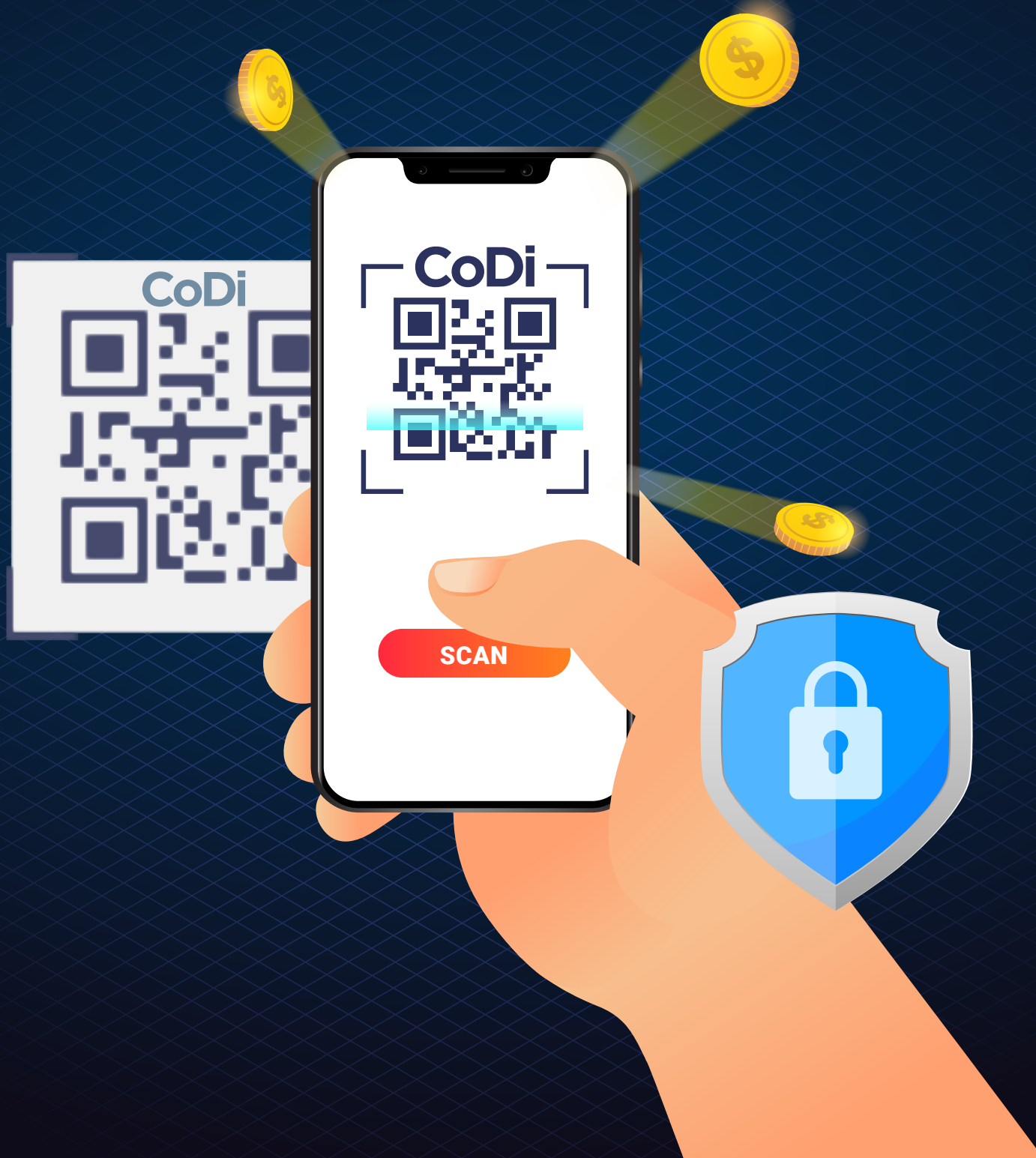
Las diferencias en el uso de medios de pago electrónicos para compras de montos mayores es más significativa. Se aprecia que para los dos niveles de mayor educación un tercio y más de la mitad de los encuestados utilizan los medios electrónicos.

En conclusión, los resultados de la ENIF nos revelan que el pago en efectivo es muy

importante en la economía de México. Se identifican aspectos de preferencias y de conveniencia así como de características de los individuos. La dimensión estatal nos revela un comportamiento con menos variabilidad que por productos. Las brechas por localidad en los estados son similares. Es relevante que no aparece como una limitante la falta de infraestructura.

# ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE PAGOS DE LA PNIF

V



## ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE PAGOS DE LA PNIF

---

La estrategia de la PNIF tiende a vincular los problemas de baja Inclusión con la falta de infraestructura. En específico, hay un diagnóstico en la PNIF que reconoce el bajo uso de los medios de pago electrónicos y lo relaciona con la falta de infraestructura y de productos adecuados para hacer los pagos.

Es decir, se argumenta que el alto uso del efectivo y la baja utilización de los medios de pago electrónicos se explica por un problema de oferta.

Lo anterior, es congruente con lo que se presenta en la sección del tema de pagos de la PNIF. En ella uno de los objetivos es mejorar la oferta asumiendo que la demanda llegará.

El ejemplo reciente más relevante de política pública relacionado con mejorar la infraestructura de medios de pago electrónicos es el CoDi. Este esquema promueve que los pagos sean digitales a través de transferencias electrónicas. Es un sistema que viene a complementar a otros que ya existen como los de transferencias electrónicas y de pagos de tarjeta de crédito y débito.

CoDi hay que entenderlo como una nueva forma de hacer pagos en México. Es una funcionalidad que se diseñó sobre el SPEI. Requiere que ambas partes de la transacción, es decir, el comprador y el vendedor de un bien y/o servicio tengan cuentas bancarias o con alguna otra institución financiera. La PNIF dice que los pagos que se hagan por esta vía no van a tener costo.

El esquema funciona utilizando códigos QR con una arquitectura abierta para que puedan participar todos los intermediarios que lo hacen en el SPEI.

Es una tecnología similar a la que utilizan en China los dos principales eco sistemas de pagos digitales: Ali Pay y We Chat. La diferencia es que estas plataformas de pagos digitales son cerradas a sus usuarios.

El esquema de México es consistente con la práctica en otras partes de Asia que han logrado tener eco sistemas de pago abiertos para que participen más intermediarios.

Hay tres tipos de participantes en CoDi: los que ofrecen el servicio de pagos y cobros, los que solo ofrecen pagos y los que solo ofrecen cobros. En número de

instituciones participantes son 24, 8 y 5 respectivamente.

De acuerdo con datos de la PNIF al 3 de marzo de 2020 había poca participación. Se tenían poco más de 2 millones de cuentas validadas. Las tres instituciones con mayor participación eran BBVA con 75%, Citibanamex con 8% y BanCoppel con 4%.

En el tiempo de operación del CoDi se habían realizado 263 mil operaciones con un promedio diario de 1,995 operaciones en días hábiles y 1,041 en fines de semana. El monto total operado era de 180 millones de pesos y el valor promedio de cada operación era de 684 pesos.<sup>3</sup>

Es una realidad que hay una brecha entre el uso de los medios de pagos electrónicos utilizando teléfonos inteligentes y el uso de este tipo de dispositivos.

Aproximadamente 13.5 millones de cuentas hacen transferencias de alguna manera de un número aproximado de 40 millones. Por otra parte, hay 76 millones de teléfonos inteligentes.

Es decir, todavía no está la demanda para generar un volumen significativo de pagos utilizando teléfonos inteligentes en lo general y a través de la aplicación CoDi en lo particular. Esta evidencia es consistente con la de la ENIF sobre uso de banca móvil y de preferencia del efectivo.

Otro ejemplo, es que hoy existe la facilidad en la regulación para la apertura de cuentas remotas. No todas las personas ni instituciones aprovechan esta facilidad.

Es cierto que existen casos de éxito en cuanto a la adopción de nuevos productos con nuevas tecnologías como los mensajes de texto SMS y el correo electrónico. El contexto específico en el que surgieron fue muy distinto. Cuando estuvieron disponibles satisfacían una nueva necesidad no atendida y por eso se adoptaron. En el caso de CoDi existe un sustituto que hay que vencer y que tiene atributos convenientes: el efectivo. Este sustituto explica porque no se está adoptando CoDi.

La narrativa anterior contrasta con la de la PNIF en la que no se piensa que el problema es la falta de demanda.

La visión de la PNIF y de Banco de México es que hay que generar los productos y tener la infraestructura para que después venga la demanda. Dicho de otra manera es contar con las herramientas para luego mover a la gente que hoy demanda billetes y monedas a que hagan pagos electrónicos.

En nuestra opinión, para diseñar una estrategia efectiva hay que entender que pasa con la demanda. La evidencia parece indicar que no todo es culpa de la regulación ni de la falta de infraestructura. Nuestra visión es que si se deja al mercado la demanda no va a llegar.

---

<sup>3</sup> Datos más actualizados al cierre de septiembre de 2020 nos muestran que había 18.1 millones de usuarios registrados. Al 22 de febrero de 2021 había 7.8 millones de cuentas validadas de las que BBVA tenía el 63%, BanCoppel el 15% y Citibanamex el 12%. El dato de cuentas que han realizado un pago es de 425 mil. El monto operado es de 1,393 millones de pesos con un monto promedio de \$831 por transacción. Las operaciones promedio en día hábil son 3,813 y en fin de semana 1,929.

La evidencia de la sección anterior sobre las preferencias del uso del efectivo respalda nuestra opinión.

Si se quiere aumentar el uso de medios de pago electrónicos, uno de los objetivos debería ser diseñar un producto que tenga ventajas notorias sobre el efectivo.

Esto es indispensable para mejorar la probabilidad de éxito en promover una cultura de pagos electrónicos.

La ENIF nos da una visión general de lo que sucede pero no permite entender el fenómeno del uso de efectivo a detalle.

Para estar en condiciones de tener un producto con ventajas sobre el efectivo lo primero que se debería hacer es entender porque la gente prefiere usar efectivo. Si no se hace esto las acciones del lado de la oferta van a ser de bajo impacto.

En el seguimiento del proceso de evolución del uso de medios de pago electrónicos en México se identifica que se mantiene el enfoque de adoptar medidas adicionales del lado de la oferta como ampliar el tipo de participantes.

Hoy no solo participan los bancos en el SPEI. Hay 89 intermediarios de varios tipos y en el futuro se esperan más por las FinTech.

En FUNDEF creemos que hay que ser muy cuidadosos con la apertura a nuevos participantes. Si se permite la entrada de una forma flexible se pueden generar riesgos operativos pero sobre todo reputacionales.

Seguir una política pública de apertura excesiva puede generar falsas expectativas de avanzar pero no está libre de costos. Hay riesgos relevantes más allá de la capacidad de interoperabilidad, de continuidad y de seguridad. Estos se asocian con afectar la integridad del Sistema y con no tener procesos de PLD robustos a nivel de todos los participantes. Por ello, si se quiere flexibilizar la entrada se tiene que regular en las distintas materias con un enfoque funcional y no por intermediario.

En síntesis, hay que empezar por entender la demanda y no enfocarse en abrir la oferta de manera agresiva y sin una regulación adecuada.

# CONCLUSIONES

VI





## CONCLUSIONES

---

En este trabajo se presentaron dos análisis complementarios a los del documento “Inclusión Financiera en México I”. El primero tiene que ver con entender la manera como se da el fenómeno hacia una mayor Inclusión en México y el segundo con el uso del efectivo.

Sobre el primer punto, la visión de la PNIF es que el objetivo es mejorar la Inclusión medida por tener al menos un producto. Este objetivo lo vemos limitado y la meta que se busca alcanzar para 2024 es inercial.

Cuando se revisan experiencias internacionales se encuentra que relacionan el concepto de Inclusión con uso como dimensión complementaria a tenencia y en satisfacer todas las necesidades financieras.

Los que tienen una mayor Inclusión en México con productos de ahorro, crédito y seguro son una minoría de la población (13.5%). Además, este grupo se ubica en ciertos Estados y en las localidades de mayor tamaño.

Sobre el segundo punto, el uso del efectivo es amplio y persistente a pesar de una razonable Inclusión de la cuenta tran-

saccional con acceso a medios de pago electrónicos. La preferencia por el uso del efectivo es muy alta lo que apunta a una menor Inclusión en lo cotidiano.

Existen factores estructurales que pueden incidir en el elevado uso del efectivo como la informalidad, pero no son suficientes para explicar la preferencia por este medio de pago. Por ello, es importante lograr un entendimiento más profundo de este comportamiento. Lo que hoy conocemos por la ENIF es limitado para explicar este fenómeno.

Algunas premisas de la PNIF como que el problema del bajo uso de medios de pago electrónicos se explica por la oferta no son consistentes con lo que nos indican los datos. El mejorar la disponibilidad de plataformas solo será una buena intención si la demanda no llega.

En otros trabajos buscaremos distinguir de una manera más clara si para mejorar la Inclusión se debe insistir en que una mayor infraestructura genera demanda o es al revés. Tener claro lo anterior puede ayudar a definir mejor las políticas públicas y a no promover que se tenga infraestructura ociosa.