

Situación Banca

México

Noviembre 2012
Análisis Económico

- **Crédito total de la banca:** de abril de 2010 a septiembre de 2012 ha acumulado 30 meses consecutivos de crecimiento
- Las cifras del Censo Económico indican que en el sector Construcción y en el de Transporte, el 53.3% y el 40.8% de las empresas obtuvieron crédito bancario y de otras fuentes en 2008, en los demás sectores la proporción de empresas con crédito o financiamiento fue inferior a 30%
- En México ha aumentado de manera importante en años recientes el número de clientes de la banca, en particular, y el número de personas que utilizan servicios financieros, en general
- Este es el mejor momento del sistema bancario mexicano, en este número se presenta una reseña de la investigación ganadora del Primer Lugar del Premio Manuel Espinosa Yglesias 2012
- La actividad financiera en México después de la crisis de 1995 se ha caracterizado por la mayor actividad crediticia de algunos intermediarios financieros no bancarios y los institutos públicos de vivienda

3.c Inclusión Financiera: Dos Ejercicios y Metodologías de Medición para México

Introducción

Una consecuencia de la creciente literatura económica que documenta los beneficios para las personas y para la economía en general de contar con servicios financieros es el creciente interés en medir la inclusión financiera. En efecto, existen diversas iniciativas para su definición y medición. Por ejemplo, en México la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) inició hace unos años la publicación de reportes en esta materia en los que se han descrito algunos de los esfuerzos para la creación de estadísticas e indicadores de inclusión financiera. Debido a que las instituciones financieras privadas no son ajenas a estas preocupaciones, en esta sección de **Situación Banca México** se presentan dos indicadores que han sido desarrollados en BBVA Bancomer.¹ El primero es un indicador del número de clientes de los bancos que se construye a partir de datos ya existentes acerca del sistema bancario. El segundo es un indicador de inclusión financiera construido a partir de una encuesta especializada. En cada uno de los siguientes apartados de esta sección se describe brevemente la metodología de elaboración y algunos resultados obtenidos para México con estos indicadores.

3.c.1 ¿Cuántos clientes tiene el sistema bancario mexicano?

La respuesta a esta pregunta no se puede inferir de manera fácil y directa a partir de las estadísticas acerca de los bancos que suelen recabar las autoridades financieras; lo cual no solo sucede en México sino en otros países. Esto se debe a que tales estadísticas se refieren principalmente al número de cuentas o saldos de los diversos productos bancarios y esta información no toma en cuenta que un cliente puede tener y ser usuario de diversos productos de captación y crédito (clientes multiproducto, Gráfica 54).² Además, un cliente puede tener tales productos contratados con uno o varios bancos (clientes compartidos, Gráfica 55). En efecto, los clientes del sistema bancario son aquellos que tienen al menos una cuenta de ahorro o crédito en alguno de los bancos del país.

Es por esta razón que Balmaseda y Necochea (2012)³ proponen una metodología para estimar el número de clientes de la banca que toma en cuenta estas características de la información y de los usuarios. Esta metodología consiste en estimar la probabilidad de que los clientes sean multiproducto o compartidos a partir de tres tipos de información: 1) los saldos de captación a través de cuentas de depósito y los saldos de crédito a través de tarjetas de crédito del sistema bancario, que para México publica la CNBV en sus Boletines Estadísticos de Banca Múltiple; 2) el número de expedientes de crédito en los registros o burós de crédito, en ese caso de la empresa Buró de Crédito; y 3) la distribución de clientes según el número de productos bancarios poseídos de un banco relevante. Esta última información se utiliza para hacer inferencias a nivel del sistema bancario a partir de cuatro supuestos básicos acerca de la representatividad de los datos del banco relevante (Cuadro 3), el cual en este caso es BBVA Bancomer.

A partir de la información de las distribuciones de expedientes de crédito y de clientes del banco relevante, Balmaseda y Necochea primero calculan la probabilidad de que un cliente se encuentre en el banco relevante y utilizan esa información para determinar la multiplicidad de bancos. Este término se refiere al número de bancos a los que pertenece un cliente compartido. Este indicador es importante porque para llegar al resultado final del número de usuarios del sistema bancario, a los clientes compartidos se les debe descontar tal multiplicidad de los bancos en su conteo. Por ejemplo, en diciembre de 2011, el valor estimado del índice de multiplicidad fue 2.99 y al dividir el número de clientes compartidos en esa fecha (45.6 millones) entre el índice de multiplicidad se obtiene el número de clientes interbanca-

¹ La Primera Encuesta Sobre Cultura Financiera en México, realizada por Banamex y la Universidad Nacional Autónoma de México en 2008 es otro ejemplo destacado de la iniciativa de los bancos comerciales en materia de inclusión.

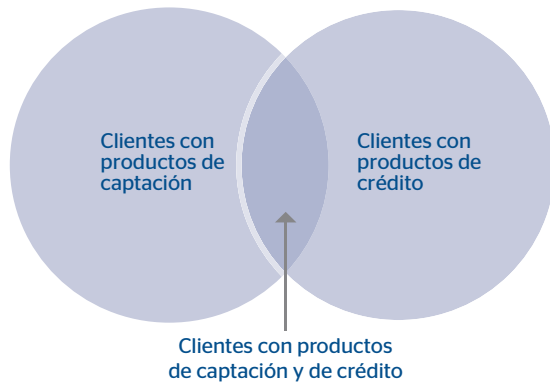
² Un análisis del uso de crédito y cuentas bancarias entre las empresas mexicanas, basado en la información del Censo Económico 2009, se presenta en **Situación Banca México**, Junio 2012.

³ Este documento está disponible como Documento de Trabajo de BBVA Research en el sitio: http://www.bbva-research.com/KETD/fbin/mult/WP_1224_Mexico_tcm346-361431.pdf?ts=9112012

rios únicos (15.3 millones). La suma de los clientes interbancarios únicos (15.3 millones) más el conjunto de clientes que son de un sólo banco (32.2 millones) da como resultado el número total de usuarios del sistema bancario (47.5 millones).

Gráfica 54

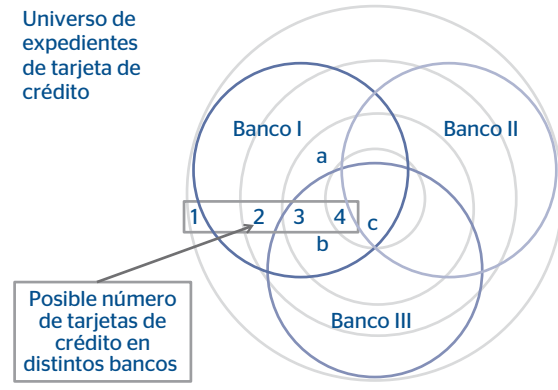
Ejemplo de Tipos de Clientes Bancarios Según su Tenencia de Productos de Captación y Crédito



Fuente: Figura tomada de Balmaceda y Necoechea (2012)

Gráfica 55

Ejemplo de Distribución del Universo de Expedientes de Tarjeta de Crédito



Notas: Los círculos 1, 2, 3 y 4 son curvas de nivel (CN) que corresponden a los conjuntos de clientes con ese número de tarjetas de crédito en distintos bancos. Para los casos a, b, c que se ilustran, el conteo de clientes se realiza de la siguiente manera:
a = 1 cliente, porque aunque tenga 3 tarjetas de crédito, las 3 las tiene en un mismo banco.
b = 2 clientes, debido a que tienen dos tarjetas en un banco y una en otro banco distinto.
c = 3 clientes, porque a pesar de que tenga 4 tarjetas, el cliente pertenece a 3 bancos diferentes.
Fuente: Figura tomada de Balmaceda y Necoechea (2012)

Las estimaciones del número de clientes del sistema bancario mexicano, según esta metodología se presentan en la Gráfica 56. Al mes de junio de 2012 el número total de clientes de los bancos en México se estimó en 50.5 millones y se pronostica que al cierre de 2012 esta cifra ascienda a 52.6 millones. Considerando que el número estimado de clientes bancarios en 2006 era de 32.7 millones, si se cumple el pronóstico para cierre del año el número de clientes de los bancos en México habrá crecido en casi 20 millones de personas en seis años.

Cuadro 3

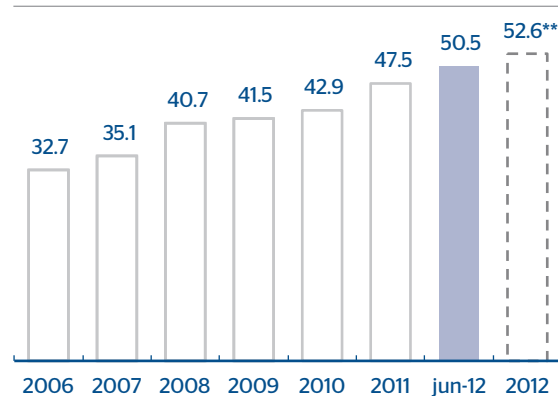
Los Cuatro Supuestos Básicos de la Metodología para la Estimación de Clientes del Sistema Bancario

1. La proporción de clientes que tienen productos de captación y de crédito, con respecto al total de clientes, en uno de los bancos más grandes del país, es similar a la del sistema bancario.
2. El saldo de captación por cliente, de uno de los bancos más grandes del país, es similar en el sistema bancario.
3. El saldo de crédito por cliente, de uno de los bancos más grandes del país, es análogo para el sistema bancario.
4. La distribución de los clientes, con respecto a su número de tarjetas de crédito, en uno de los bancos más grandes del país, es similar para el resto del sistema bancario.

Fuente: Figura tomada de Balmaceda y Necoechea (2012).

Gráfica 56

Estimación del Número de Clientes del Sistema Bancario Mexicano, 2006-2012



Notas: Las estimaciones de 2006 - 2009 emplean datos de los reportes de cuentas de captación ABM y Buró de Crédito, mientras que las de 2010 - 2012 emplean los datos de reportes de saldos de la CNBV, tarjetas del Buró de Crédito, y de la distribución de clientes según número de productos bancarios poseídos de BBVA Bancomer.
** Pronóstico del cierre de 2012
Fuente: Figura tomada de Balmaceda y Necoechea (2012).

Valoración: el número de clientes de los bancos creció en México dinámicamente desde 2006

Balmaceda y Necoechea (2012) proponen una metodología para estimar el número de clientes bancarios que busca incorporar en el análisis dos patrones de los datos muy importantes. El primero es que los clientes bancarios pueden ser multiproducto; es decir, contar con más de un producto bancario. El segundo es que los clientes pueden ser compartidos; es decir, pueden ser clientes de varias instituciones bancarias a la vez.

Esta metodología tiene dos ventajas. La primera es que aprovecha estadísticas básicas que suelen publicar las autoridades financieras en muchos países, excepto por la distribución de clientes según el número de productos bancarios poseídos. Cabe observar que esta última pieza de información puede ser difícil de obtener porque los bancos pueden generar, organizar y utilizar la información para su negocio de maneras que no requieran vincular cuentas con clientes, el cual es un dato cuya generación y almacenamiento puede ser costoso. Es por esta razón por la que para este ejercicio BBVA Bancomer suministró los datos requeridos y la Asociación de Bancos de México ha venido utilizando las estimaciones a través de esta metodología para monitorear sus esfuerzos de bancarización desde hace algunos años.⁴

La segunda ventaja es que una vez que se comprende su intuición básica, entonces es fácil pensar en modificaciones al modelo que resulten apropiadas en otros países. A este respecto, si bien por consideraciones de brevedad no se describen aquí en detalle ni los pasos intermedios de la metodología ni los datos utilizados (éstos pueden consultarse directamente en el documento de trabajo correspondiente), cabe mencionar que para México el uso de la información de tarjetas de crédito encuentra sustento en la preponderancia que ha tenido este producto de crédito en el mercado mexicano con respecto a los demás durante el periodo de análisis.

Para finalizar este apartado, cabe enfatizar que las dos ventajas descritas de la metodología para el cálculo de clientes bancarios a su vez son sugerentes de cuáles son algunas de sus limitaciones. Una de ellas, que quedará ilustrada de manera más clara en la siguiente sección, es la cada vez mayor y más diversa variedad de productos financieros que están al alcance de una sociedad y de instituciones oferentes de tales productos, las cuales pueden medirse de manera más directa a través de encuestas que se basan en entrevistas a los usuarios potenciales.

3.c.2 ¿Cuántas personas en México tienen y utilizan servicios financieros?

Para responder a esta pregunta, desde 2009 BBVA Bancomer realiza con la empresa encuestadora GAUSSC un seguimiento de las principales variables que inciden en la inclusión financiera en México de los diferentes grupos sociales: jóvenes o adultos, urbanos o rurales, con mayor o menor escolarización, con mayores o menores ingresos. También se identifican las barreras y razones, más allá de lo meramente económico, de la exclusión financiera para una parte de la sociedad, así como el impacto que puede tener para estos grupos el desarrollo de nuevos medios e instrumentos que los acercan al sistema financiero, tales como los corresponsales bancarios y la telefonía móvil. Esto permite estimar tanto los niveles de inclusión financiera de acuerdo con el uso de los diferentes instrumentos y medios así como también el potencial o propensión entre segmentos que aún no los utilizan.

Las encuestas a través de las cuales se da este seguimiento se efectúan mediante entrevistas cara a cara en viviendas, con base en una muestra de 2,500 personas que es representativa de la población mayor de 18 años del país. Una comparación del diseño metodológico de la Encuesta de BBVA Bancomer y GAUSSC (Encuesta) con la encuesta que recientemente ha comenzado a realizar el Banco Mundial para elaborar el Índice de Inclusión Financiera Global (Global Findex) resulta útil para ilustrar sus dimensiones y alcances, así como las semejanzas y diferencias que existen entre ellas (Cuadro 4).⁵ A continuación se presentan algunos de los principales resultados de la Encuesta.

⁴ Ver, por ejemplo, "Estabilidad política y financiera en México: Variables de éxito ante la incertidumbre global", Asociación de Bancos de México, 75ª Convención Bancaria, Conferencia de Prensa a Medios de Comunicación, 17 de mayo de 2012.

⁵ Para más detalles acerca de la Encuesta BBVA Bancomer- GAUSSC, consultar BBVA Bancomer y GAUSSC (2012). Los detalles acerca del Global Findex se pueden consultar en el sitio oficial de la encuesta: <http://econworldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTPROGRAMS/EXTFINRES/EXTGLOBALFIN/O,contentMDK:23172730-pagePK:64168182-piPK:64168060-theSitePK:8519639,00.html>

Cuadro 4
Comparación del Diseño Metodológico de las Encuestas de Inclusión Financiera de BBVA Bancomer-GAUSSC y el Banco Mundial

	BBVA Bancomer-GAUSSC	World Bank
Tamaño de muestra	2,500 entrevistas	1,000 entrevistas
Representatividad	Nacional	Nacional
Población en estudio	Población de 18 años en adelante	Población de 15 años en adelante
Técnica	Cara a cara en viviendas	Cara a cara en viviendas
Selección de unidades muestrales	Selección aleatoria de unidades muestrales (AGEBs o Localidades) de manera proporcional a la población de cada entidad y estrato urbano y mixto-rural	Selección aleatoria de unidades muestrales de manera proporcional
Selección de hogares e individuos	Selección aleatoria de manzanas. En campo se seleccionan mediante saltos sistemáticos hogares, en el hogar se utilizan cuotas de edad y sexo para seleccionar al individuo	Se emplean rutas aleatorias, el hogar es seleccionado de manera aleatoria, el individuo se selecciona mediante el método del último cumpleaños, se realizan hasta 3 visitas al hogar y de no concretarse la cita se sustituye de manera simple.
Margen de error	+/- 1.96	+/- 3.8
Indicador	Se construye con una batería de 13 variables de tenencia de productos o servicios financieros con el uso de una tarjeta de apoyo: Tiene Usted alguno de los servicios bancarios que aparecen en esta tarjeta? 1) Cuenta de ahorros, 2) Cuenta de cheques, 3) Tarjeta de débito o nómina, 4) Crédito personal o de nómina, 5) Tarjeta de crédito, 6) Crédito hipotecario, 7) Crédito automotriz, 8) Inversión, pagaré o sociedad de inversión, 9) Seguro contratado por usted, 10) Seguro contratado por un tercero, 11) Banca por internet, 12) Tarjetas de tiendas departamentales, 13) Afore, 13a) Ha hecho aportaciones voluntarias o ha cambiado de afore. El bancarizado es aquel que tiene alguno de los 13 productos, en el caso del Afore tuvo que haber hecho alguna aportación o cambiado de administradora	Se obtiene de la frecuencia simple de la pregunta: Actualmente tiene usted una cuenta personal o conjunta con otra persona en el siguiente lugar? Puede ser una cuenta para ahorrar dinero, para hacer o recibir pagos, o para recibir salarios o remesas. Tiene actualmente una cuenta en ... Algún Banco (o alguna otra institución financiera, como por ejemplo cooperativas)
Resultado	58%	27%

Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

Inclusión financiera: evolución reciente y potencial de bancarización

Como se puede apreciar en el Cuadro 4, para fines de la Encuesta, el término de Inclusión Financiera (IF) se refiere a cualquier persona que tenga una cuenta bancaria (esté bancarizada), que tenga una cuenta en el sistema de ahorro para el retiro o algún seguro, o bien que utilice alguno de los medios del sistema de pagos para recibir apoyos de gobierno, use corresponsales bancarios (por ejemplo para pago de servicios, cambio de cheques, etc.), que realice operaciones financieras vía teléfono celular, o bien que use tarjetas prepagadas para adquirir algún bien o servicio.

Es conveniente destacar que esta definición es más amplia que la metodología de Balmaseda y Necochea descrita en el apartado anterior, la cual considera solamente dos productos: cuentas de depósito bancarias y crédito a través de tarjetas, y también que la del Global Findex, la cual indaga acerca de la posesión de cuentas para ahorrar dinero, para hacer o recibir pagos, o para recibir salarios o remesas. Sin embargo, tanto las definiciones de la Encuesta como la del Global Findex coinciden en la importancia de preguntar sobre la tenencia de productos en cualquier institución financiera y no solamente en bancos. Esto último es importante en un país como México en el que existen intermediarios financieros de diversa índole, incluso algunos sobre los que no se recaban estadísticas de actividad análogas a las bancarias.⁶ Otra diferencia entre las muestras de la Encuesta y el Global Findex que conviene destacar es la edad de la población encuestada; que para la segunda no es 18 años y más sino 15 años y más.

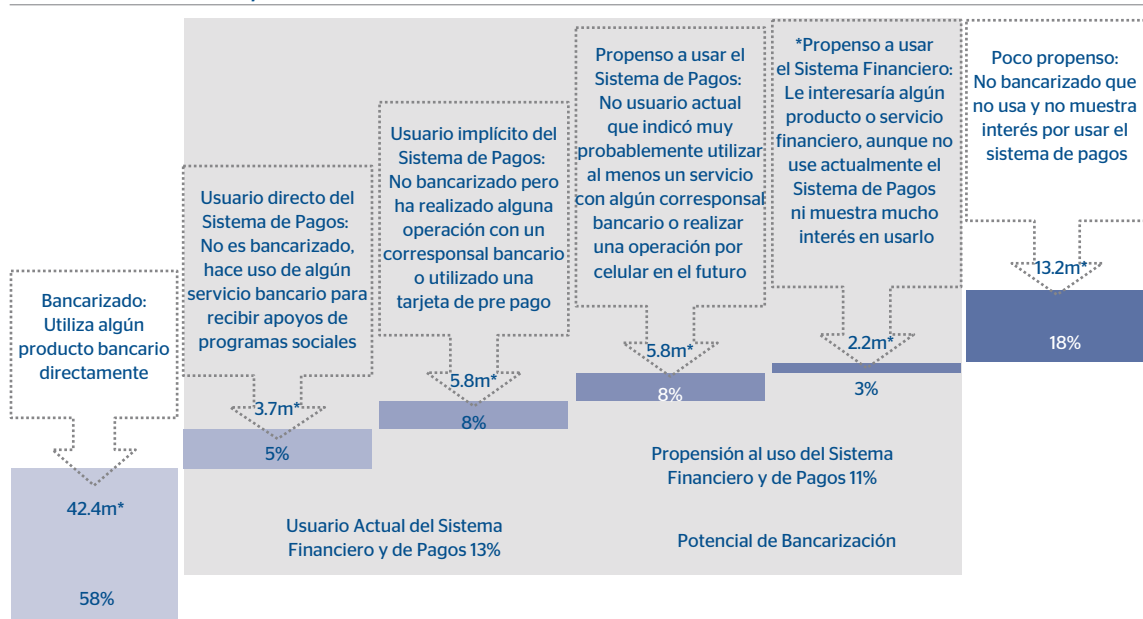
⁶ En el mismo sentido, cabe observar que la CNBV, reconociendo esta situación, si bien inició su base de datos de IF en 2009 con estadísticas de los bancos comerciales y de desarrollo, en versiones subsecuentes ha agregado información de infraestructura y cuentas en las entidades de ahorro y crédito popular (cooperativas y sociedades financieras populares).

Definida de esta manera, la IF tiene dos grandes componentes. El primer componente es la Población Bancarizada Tradicional: utiliza algún producto bancario directamente; son 42.4 millones de personas (58% de la población mayor de 18 años) a diciembre de 2011. El segundo componente son los Usuarios No Bancarizados del Sistema Financiero y de Pagos, que en la fecha mencionada suman 9.5 millones de personas (13%).

Este segundo componente de la inclusión financiera a su vez se divide en dos: el Usuario Directo del Sistema de Pagos que no es bancarizado tradicional, pero usa algún servicio bancario para recibir apoyos de programas sociales, y el Usuario Implícito del Sistema de Pagos, que tampoco es bancarizado tradicional pero sí ha realizado alguna operación con un corresponsal bancario (por ejemplo pagar el recibo de luz) o utilizado una tarjeta de prepago (por ejemplo una tarjeta de celular). Estos dos grupos en el periodo de análisis se estiman, respectivamente, en 3.7 millones de personas (5%) y en 5.8 millones de personas (8%) (Gráfica 57).

Gráfica 57

Inclusión Financiera y Potencial de Bancarización, (Datos al cierre de Diciembre de 2011)



* Población en millones de acuerdo a INEGI 2010

Nota: Existe un 5% adicional de usuarios del Sistema de Pagos que también muestran interés en usar los servicios financieros tradicionales (están incluidos en las clasificaciones anteriores)

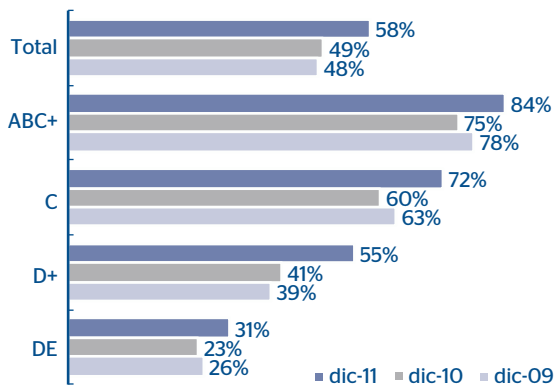
Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

Por consiguiente, en total existen 17.5 millones de personas (24%) que de alguna manera se consideran incluidos en el sistema financiero. El 29% restante de esa población se compone de dos grupos a partir de los cuales se puede estimar el potencial restante de IF: 8 millones de personas (11%) que estarían dispuestas a utilizar el sistema de pagos o los servicios tradicionales de la banca y 13.2 millones de personas (el restante 18%) que son muy poco propensas a ser bancarizadas. A manera de síntesis se puede decir que el potencial de bancarización se estima en 17.5 millones de personas (24%).

La comparación entre las encuestas levantadas en 2009, 2010 y 2011 muestra que la penetración total de productos y servicios bancarios y financieros en el país entre la población adulta aumentó de 48% a 49% entre 2009 y 2010, y de 49% a 58% entre 2010 y 2011 (Gráfica 58). El incremento se dio principalmente entre los segmentos socioeconómicos medios bajos "C", "D+" y "DE". Por otro lado, el incremento en la IF se debió principalmente al aumento en la colocación de cuentas de captación por parte de la banca (Gráfica 59).

Gráfica 58

IF por Segmento Socioeconómico

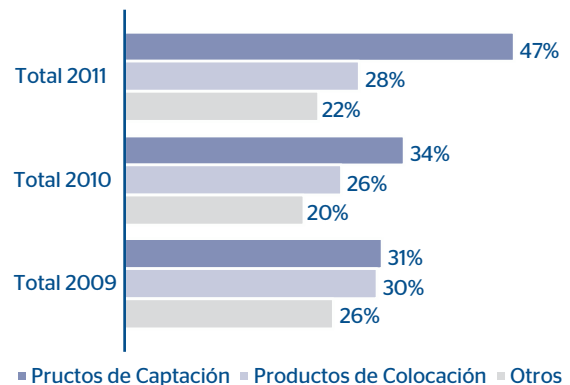


Notas: Los niveles socioeconómicos se obtienen de la aplicación del algoritmo desarrollado por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública. El nivel socioeconómico es una segmentación que define la capacidad económica y social de un hogar. En México el Nivel Socioeconómico se mide a través de la regla AMAI 10X6. Esta regla es un índice que clasifica a los hogares en seis niveles, considerando nueve características o posesiones del hogar y la escolaridad del jefe de familia o persona que más aporta al gasto. En esta clasificación, "A" corresponde al nivel socioeconómico más alto y éste disminuye progresivamente hasta "E", que corresponde al más bajo. Ver para más detalles López, H. (2009) "Los Niveles Socioeconómicos y la distribución del gasto" Instituto de Investigaciones Sociales, Presentación, Noviembre 2009, disponible en <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>.

Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

Gráfica 59

IF por Tipo de Producto



Notas:

Productos de Captación: Cuenta de ahorros, Cuenta de cheques, Tarjeta de débito o de nómina, Inversión/pagaré/ sociedad de inversión

Productos de Colocación: Crédito personal o de nómina, Tarjeta de crédito, Crédito hipotecario, Crédito Automotriz, Tarjeta de tiendas departamentales

Otros: Afore, Seguro que usted haya contratado, Seguro que un tercero haya contratado, Banca por Internet

Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

En lo que se refiere a otras características demográficas, la Encuesta revela que los hombres tienden a utilizar los servicios financieros más que las mujeres, aunque las diferencias no son significativas. También las personas con mayor escolaridad tienden a estar más bancarizadas, así como aquéllas que viven en la frontera norte y en zonas urbanas con respecto a las que viven en el centro norte del país y en las áreas rurales. En cambio, no se aprecian diferencias marcadas por edad (Cuadro 5).

Cuadro 5

Uso de Servicios Financieros por Características Sociodemográficas (Datos de Diciembre de 2011)

		Population Total (100%)	Unbanked population (58%)
Sex	Mañel	48%	52%
	Female	52%	48%
Age	18 to 24	20%	19%
	25 to 34	24%	25%
	35 to 49	30%	30%
	50 or more	27%	26%
schooling	Elementary School	17%	9%
	High school	35%	29%
	High school	32%	38%
	Bachelor or more	16%	23%
Region	North Border	17%	23%
	North Center	20%	14%
	Center	30%	32%
	South / Southeast	33%	31%
Stratus	Urban	77%	82%
	Rural	23%	18%

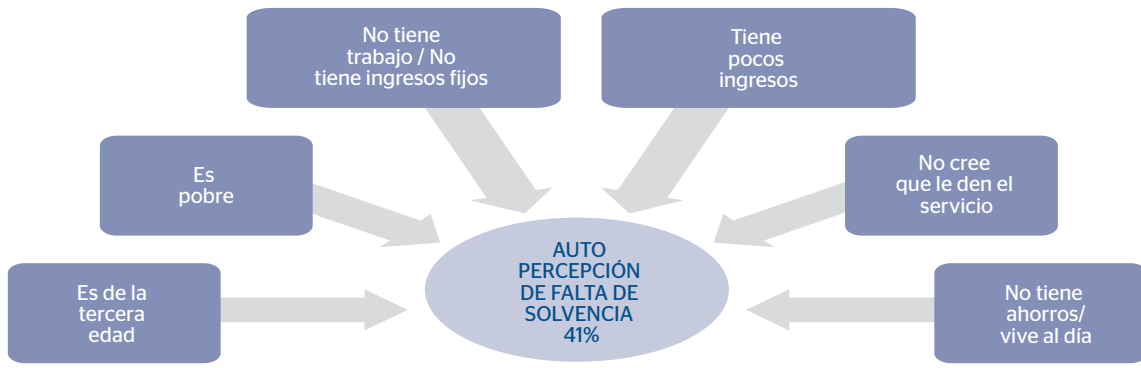
Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

Las barreras a la bancarización

La Encuesta pregunta acerca de las razones para no utilizar servicios bancarios entre la población no bancarizada (Gráfica 60). La principal razón para no usar un producto o servicio financiero es la autopercepción de insolvencia, que el encuestado intuye como requisitos que pide el banco (41%). En un segundo término es la falta de interés o necesidad (17%). Las demás razones para no usar servicios financieros incluyen los altos costos (8%), la desconfianza (8%) y la falta de información (6%). Por otro lado, el restante 20% de la población no bancarizada (equivalente al 8% del total poblacional) sí manifiesta interés en contar con algún producto o servicios de la banca. Tal interés es mayor entre los jóvenes de entre 18 y 24 años (Gráfica 61).

Gráfica 60

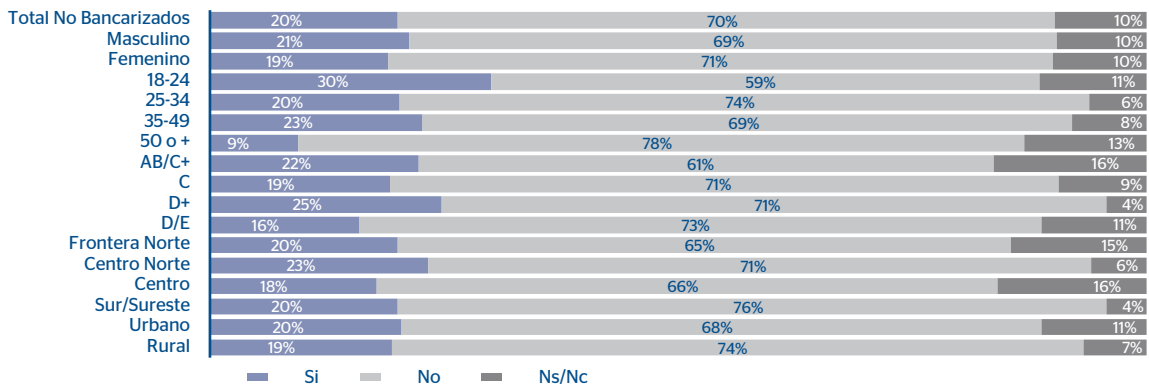
Razones Para No Utilizar Servicios Financieros (Datos de Diciembre de 2011)



Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

Gráfica 61

Interés en la Bancarización (Datos de Diciembre 2011)



Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

Para conocer más acerca de las razones por las que las personas optan por usar servicios bancarios, la Encuesta también reporta un Índice de Afinidad Banca - Sociedad (Índice), el cual mide la percepción sobre las funciones, confianza, credibilidad y certidumbre que se derivan de las acciones, mensajes y discurso de la banca.⁷

La comparación entre los tres levantamientos muestra que el valor del Índice de Afinidad Banca - Sociedad se ha incrementado con el paso del tiempo. Por otro lado, el grado de afinidad varía según distintas características sociodemográficas. Destaca el grupo con nivel socioeconómico alto (ABC+) como el que exhibe mayor afinidad con la banca. Asimismo, los hombres exhiben una mayor afinidad con la banca que las mujeres, y los jóvenes de 18 a 24 años tienen una mayor afinidad que los adultos mayores de 50 años. En síntesis este indicador muestra que la banca tiene un gran reto para mejorar la afinidad con las mujeres, los adultos y los estratos populares sean o no clientes de la banca.

⁷ Los detalles técnicos acerca de la construcción del Índice de Afinidad Banca - Sociedad se pueden consultar en BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

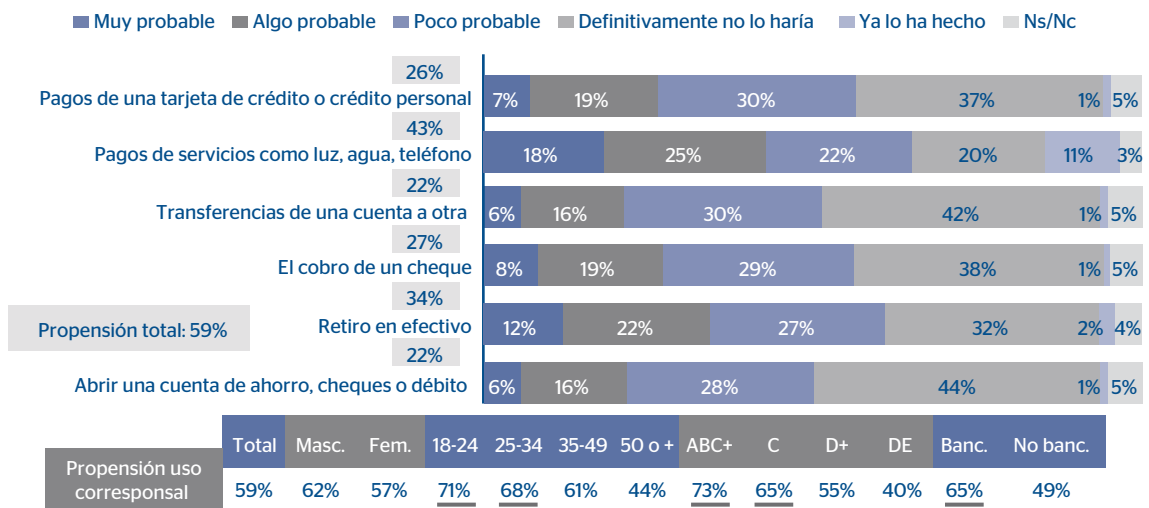
Uso de nuevas plataformas

En el levantamiento de la Encuesta de 2011 se incluyó una sección para averiguar acerca del uso de corresponsales bancarios y teléfonos celulares para efectuar operaciones financieras. Los resultados indican que éste aún es muy bajo entre la población. Por ejemplo, el 11% de la población reporta usar corresponsales bancarios para el pago de servicios y el 2% de la población reporta usar el celular para consultar su saldo sin necesariamente realizar una operación bancaria. No obstante lo anterior, el potencial de estos medios es alto: 59% de los encuestados manifiestan interés en utilizar un corresponsal y el 46% el celular (Gráficas 62 y 63).

Gráfica 62

Uso de Corresponsales Bancarios (Datos de Diciembre de 2011)

Corresponsal Bancario En su caso ¿qué tan probables es que en el futuro Usted realice..... en lugares como estos: Muy probable, algo probable, poco probable, nada probable o definitivamente no lo haría? Si ya lo ha hecho por favor dígame

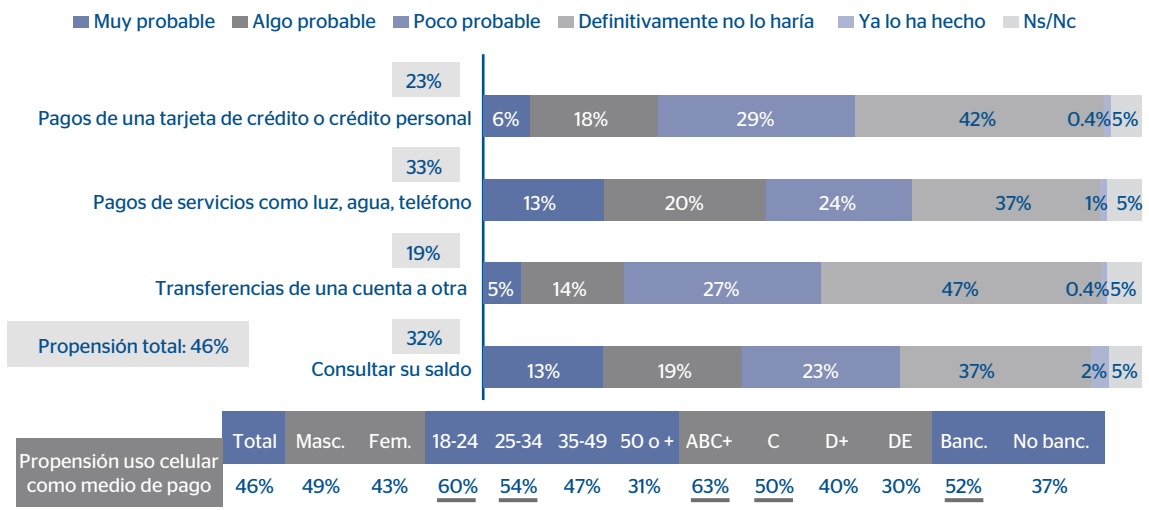


Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

Gráfica 63

Uso de Operaciones por Medio del Teléfono Celular (Datos de Diciembre de 2011)

En caso de que usted pudiera por medio de teléfono celular, ¿qué tan probable es que Usted lo hiciera, muy probable, algo probable, poco probable o definitivamente no lo haría, Si ya lo ha hecho por favor dígame.



Fuente: Figura tomada de BBVA Bancomer y GAUSSC (2012).

Se aprecia una mayor propensión al uso de ambos medios entre los grupos de edades jóvenes y niveles socioeconómicos altos y medios. Sin embargo, los grupos tradicionalmente no bancarizados y con una menor afinidad a la banca muestran altos niveles de propensión al uso de estos medios: entre las mujeres 57% de éstas muestra propensión al uso de corresponsales bancarios y 43% al uso de celular; entre los adultos mayores 44% y 31%, respectivamente; y entre los niveles socioeconómicos bajos las propensiones son de 40% y 30% para cada medio. Lo anterior sugiere que estas plataformas tienen un importante potencial para acercar a estos grupos menos atendidos y ayudar a contrarrestar las barreras para vincularlos con la banca.

Valoración: a través de encuestas periódicas se puede medir la inclusión financiera en diversas dimensiones

Las encuestas son un poderoso y útil instrumento que permite medir la situación actual, el incremento en el uso de instrumentos y servicios financieros y la evolución de la IF. Si están bien diseñadas, éstas puedan aportar información rica acerca de las características de la población según sus pautas de uso de instrumentos y servicios financieros. Si adicionalmente las encuestas se realizan de manera periódica, éstas pueden aportar información sobre los patrones de penetración de los diversos productos o instituciones. La Encuesta de BBVA Bancomer y GAUSSC busca profundizar el conocimiento sobre este relevante tema a través de su levantamiento periódico. Lo anterior, con el propósito de contribuir de manera constructiva tanto a la medición de la IF como a un mejor diseño de productos y de políticas públicas para incrementarla. Comentarios y sugerencias para mejorarla son bienvenidos.

Referencias

Balmaseda, B. I. y L. Necochea (2012), "Metodología de estimación del número de clientes del Sistema Bancario en México", Documento de Trabajo de BBVA Research número 12/24, Noviembre 2012. Por aparecer en El Trimestre Económico

Banco Mundial, The Global Financial Inclusion (Global Findex) Database, <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTPROGRAMS/EXTFINRES/EXTGLOBALFIN/O,contentMDK:23172730-pagePK:64168182-piPK:64168060-theSitePK:8519639,00.html>

BBVA Bancomer y GAUSSC (2012), "Inclusión Financiera Estudio Sobre la Banca y la Sociedad Sistema de Encuestas BBVA Bancomer-GAUSSC", *Situación Banca México*, Noviembre 2012.

AVISO LEGAL

Este documento, así como los datos, opiniones, estimaciones, previsiones y recomendaciones contenidas en el mismo, han sido elaborados por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (en adelante "BBVA"), con la finalidad de proporcionar a sus clientes información general a la fecha de emisión del informe y están sujetas a cambio sin previo aviso. BBVA no asume compromiso alguno de comunicar dichos cambios ni de actualizar el contenido del presente documento.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud de compra o suscripción de valores o de otros instrumentos o de realización o cancelación de inversiones, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

El inversor que tenga acceso al presente documento debe ser consciente de que los valores, instrumentos o inversiones a que el mismo se refiere pueden no ser adecuados para sus objetivos específicos de inversión, su posición financiera o su perfil de riesgo ya que no han sido tomadas en consideración para la elaboración del presente informe, por lo que debe adoptar sus propias decisiones de inversión teniendo en cuenta dichas circunstancias y procurándose el asesoramiento específico y especializado que pueda ser necesario. El contenido del presente documento se basa en informaciones que se estiman disponibles para el público, obtenidas de fuentes que se consideran fiables, pero dichas informaciones no han sido objeto de verificación independiente por BBVA por lo que no se ofrece ninguna garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección. BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido. El inversor debe tener en cuenta que la evolución pasada de los valores o instrumentos o los resultados históricos de las inversiones, no garantizan la evolución o resultados futuros.

El precio de los valores o instrumentos o los resultados de las inversiones pueden fluctuar en contra del interés del inversor e incluso suponerle la pérdida de la inversión inicial. Las transacciones en futuros, opciones y valores o instrumentos de alta rentabilidad (high yield securities) pueden implicar grandes riesgos y no son adecuados para todos los inversores. De hecho, en ciertas inversiones, las pérdidas pueden ser superiores a la inversión inicial, siendo necesario en estos casos hacer aportaciones adicionales para cubrir la totalidad de dichas pérdidas. Por ello, con carácter previo a realizar transacciones en estos instrumentos, los inversores deben ser conscientes de su funcionamiento, de los derechos, obligaciones y riesgos que incorporan, así como los propios de los valores subyacentes a los mismos. Podría no existir mercado secundario para dichos instrumentos.

BBVA o cualquier otra entidad del Grupo BBVA, así como sus respectivos directores o empleados, pueden tener una posición en cualquiera de los valores o instrumentos a los que se refiere el presente documento, directa o indirectamente, o en cualesquiera otros relacionados con los mismos; pueden negociar con dichos valores o instrumentos, por cuenta propia o ajena, proporcionar servicios de asesoramiento u otros servicios al emisor de dichos valores o instrumentos, a empresas relacionadas con los mismos o a sus accionistas, directivos o empleados y pueden tener intereses o llevar a cabo cualesquiera transacciones en dichos valores o instrumentos o inversiones relacionadas con los mismos, con carácter previo o posterior a la publicación del presente informe, en la medida permitida por la ley aplicable.

Los empleados de los departamentos de ventas u otros departamentos de BBVA u otra entidad del Grupo BBVA pueden proporcionar comentarios de mercado, verbalmente o por escrito, o estrategias de inversión a los clientes que reflejen opiniones contrarias a las expresadas en el presente documento; asimismo BBVA o cualquier otra entidad del Grupo BBVA puede adoptar decisiones de inversión por cuenta propia que sean inconsistentes con las recomendaciones contenidas en el presente documento. Ninguna parte de este documento puede ser (i) copiada, fotocopiada o duplicada en ningún modo, forma o medio (ii) redistribuida o (iii) citada, sin el permiso previo por escrito de BBVA. Ninguna parte de este informe podrá reproducirse, llevarse o transmitirse a aquellos Países (o personas o entidades de los mismos) en los que su distribución pudiera estar prohibida por la normativa aplicable. El incumplimiento de estas restricciones podrá constituir infracción de la legislación de la jurisdicción relevante.

Este documento se proporciona en el Reino Unido únicamente a aquellas personas a quienes puede dirigirse de acuerdo con la Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2001 y no es para su entrega o distribución, directa o indirecta, a ninguna otra clase de personas o entidades. En particular el presente documento únicamente se dirige y puede ser entregado a las siguientes personas o entidades (i) aquellas que están fuera del Reino Unido (ii) aquellas que tienen una experiencia profesional en materia de inversiones citadas en el artículo 19(5) de la Order 2001, (iii) a aquellas con alto patrimonio neto (High net worth entities) y a aquellas otras a quienes su contenido puede ser legalmente comunicado, incluidas en el artículo 49(1) de la Order 2001.

Ninguna parte de este informe podrá reproducirse, llevarse o transmitirse a los Estados Unidos de América ni a personas o entidades americanas. El incumplimiento de estas restricciones podrá constituir infracción de la legislación de los Estados Unidos de América.

El sistema retributivo del/los analista/s autor/es del presente informe se basa en una multiplicidad de criterios entre los cuales figuran los ingresos obtenidos en el ejercicio económico por BBVA e, indirectamente, los resultados del Grupo BBVA, incluyendo los generados por la actividad de banca de inversiones, aunque éstos no reciben compensación basada en los ingresos de ninguna transacción específica de banca de inversiones.

BBVA Bancomer y el resto de entidades del Grupo BBVA que no son miembros de FINRA (Financial Industry Regulatory Authority), no están sujetas a las normas de revelación previstas para dichos miembros.

"BBVA Bancomer, BBVA, y sus sociedades afiliadas, entre las que se encuentra BBVA Global Markets Research están sujetas a la Política Corporativa del Grupo BBVA en el ámbito de los Mercados de Valores. En cada Jurisdicción en la que BBVA desarrolla actividades en los mercados de valores, la Política se complementa con un Reglamento Interno de Conducta el cual complementa a la Política y en conjunto con otros lineamientos se establecen medidas para prevenir y evitar conflictos de intereses con respecto a las recomendaciones emitidas por los analistas entre las que se encuentran la separación de áreas. La Política Corporativa se puede consultar en el sitio: www.bbva.com / Gobierno Corporativo / Conducta en los Mercados de Valores".

Servicio de Estudios Económicos
 del Grupo BBVA

Consejo Editorial

Adolfo Albo

Jorge Sicilia

Luis Robles

Han elaborado esta publicación

Editor

Adolfo Albo
 a.albo@bbva.com

Sara Gabriela Castellanos
 sara.castellanos@bbva.com

Fco. Javier Morales
 francisco.morales@bbva.com

Mariana A. Torán Flores
 mariana.toran@bbva.com

Con la colaboración:

Eduardo Amerena
 e.amerena@bbva.com

Enestor Dos Santos
 enestordossantos@bbva.com

BBVA Research

Economista Jefe del Grupo

Jorge Sicilia

Economías Emergentes:

Alicia García-Herrero
 alicia.garcia-herrero@bbva.com.hk

Análisis Transversal Economías Emergentes

Álvaro Ortiz Vidal-Abarca
 alvaro.ortiza@bbva.com

México
Adolfo Albo
 a.albo@bbva.com

Asia

Stephen Schwartz
 stephen.schwartz@bbva.com.hk

Coordinación Latam

Juan Ruiz
 juan.ruiz@bbva.com

Argentina
Gloria Sorensen
 gsorensen@bbva.com

Chile
Alejandro Puente
 apuente@bbva.com

Colombia
Juana Téllez
 juana.tellez@bbva.com

Perú
Hugo Perea
 hperea@bbva.com

Venezuela
Oswaldo López
 oswaldo_lopez@bbva.com

Economías Desarrolladas:

Rafael Doménech
 r.domenech@bbva.com

España
Miguel Cardoso
 miguel.cardoso@bbva.com

Europa
Miguel Jiménez
 mjimenezg@bbva.com

Estados Unidos
Nathaniel Karp
 nathaniel.karp@bbvacompass.com

Sistemas Financieros y Regulación

Santiago Fernández de Lis
 sfernandezdelis@bbva.com

Sistemas Financieros
Ana Rubio
 arubio@bbva.com

Pensiones
David Tuesta
 david.tuesta@bbva.com

Regulación y Políticas Públicas
María Abascal
 maria.abascal@bbva.com

Market & Client Strategy:

Antonio Pulido
 ant.pulido@bbva.com

Equity Global
Ana Munera
 ana.munera@bbva.com

Crédito Global
Javier Serna
 Javier.Serna@bbvauk.com

Tipos de Interés, Divisas y Materias Primas
Luis Enrique Rodríguez
 luisen.rodriguez@bbva.com

Áreas Globales:

Escenarios Financieros

Julián Cubero
 juan.cubero@bbva.com

Escenarios Económicos
Sonsoles Castillo
 s.castillo@bbva.com

Innovación y Procesos
Clara Barrabés
 clara.barrabes@bbva.com

BBVA Research Mexico
 Avda. Universidad 1200
 Colonia Xoco
 C.P. 03339 México D.F.
 Publicaciones:
 E-mail: researchmexico@bbva.bancomer.com

Estas y otras publicaciones de BBVA Research
 están disponibles en inglés y en español en: www.bbva.com/research

Otras publicaciones:

