

# ENIF 2015

Encuesta Nacional de Inclusión Financiera

# México

## Inclusión financiera

Principales hallazgos



INSTITUTO NACIONAL  
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA



COMISIÓN NACIONAL  
BANCARIA Y DE VALORES

# PRESENTACIÓN

La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera se ha convertido en un referente nacional para medir la demanda de servicios financieros, lo cual ha permitido generar datos que contribuyen al diseño y seguimiento de políticas enfocadas a extender la infraestructura financiera. A su vez, al identificar las características de la población excluida o sub-atendida por el sistema financiero se busca incentivar el diseño de propuestas innovadoras de productos y servicios financieros adecuados a la población.

Este documento presenta de forma gráfica algunos de los resultados más destacados de la ENIF 2015 realizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), con el apoyo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), cuyo levantamiento se realizó del 20 de julio al 28 de agosto de 2015.

Los temas que se abordan en la ENIF 2015 son: administración de gastos; ahorro informal y formal; crédito informal y formal; seguros; ahorro para el retiro; remesas internacionales; uso de canales financieros; protección de usuarios de servicios financieros; y, propiedad de activos.

Este segundo levantamiento nos permite medir avances con respecto a la ENIF de 2012, así como generar información más detallada sobre servicios como la banca móvil e indagar sobre nuevos temas como la satisfacción de los usuarios a la atención recibida, las razones para dejar de contratar algún producto, la educación para el ahorro, entre otros temas.

**Jaime González Aguadé**  
CNBV

La base de datos con los resultados de esta encuesta están disponibles en el portal del INEGI y los tabulados se encuentran en el portal de la CNBV.

# DISEÑO MUESTRAL

Los resultados de la encuesta son representativos de toda la población adulta a nivel nacional debido a que el diseño de la muestra se caracteriza por ser probabilístico, trietápico, estratificado y por conglomerados, donde la unidad mínima de selección son las personas de 18 a 70 años.

El marco de muestreo empleado fue el Marco Nacional de Viviendas 2012 del INEGI, cuyos conglomerados se denominan unidades primarias de muestreo (UPM).

Las UPM están construidas por agrupaciones de viviendas con características diferenciadas dependiendo el ámbito al que pertenecen: urbano alto, complemento urbano y rural.

La división política y la conformación de localidades diferenciadas por tamaño, forman la primera estratificación geográfica y en una segunda etapa, cada UPM es asignada a su estrato geográfico entidad-ámbito-zona. El tamaño de la muestra se calculó considerando una confianza del 90%, un efecto de diseño de 3.15, un error relativo máximo esperado del 15%, una tasa de no respuesta máxima esperada del 15% y para una proporción mínima del 6%, resultando 6,983 viviendas, mismo que se ajustó a 7,000.

# TEMÁTICA

El cuestionario utilizado en la ENIF 2015 se modificó respecto a la versión utilizada en 2012, con el objetivo de captar información sobre fenómenos no estudiados.

## ENIF 2012

	Preguntas
 Características sociodemográficas	19
 Administración de los gastos	4
 Ahorro	18
 Crédito	20
 Seguros	6
 Cuenta de ahorro para el retiro	5
 Remesas	4
 Uso de canales financieros	12
<b>Total</b>	<b>88</b>

## ENIF 2015

	Preguntas	
 Características sociodemográficas	20	Personas en la vivienda, gasto común y número de hogares
 Administración de los gastos	8	Registro de gastos y pago de una emergencia económica
 Ahorro	39	Formal e informal
 Crédito	22	Barreras Tipos de productos
 Seguros	11	De vida, gastos médicos, de casa, educación, entre otros
 Cuenta de ahorro para el retiro	8	Afore y aportaciones voluntarias
 Remesas	7	Del extranjero y ahorro formal de remesas
 Uso de canales financieros	22	Sucursales, cajeros y corresponsales
 Protección al consumidor	5	Tiempo de resolución de quejas Institución responsable
 Propiedad de activos	5	Libertad para disponer de activos
<b>Total</b>	<b>147</b>	

Calidad y frecuencia de uso

# PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA ENIF

## ENIF 2012

7,016



Tamaño de la muestra



70,382,459

Población adulta representada

32,407,547

 Adultos hombres 

37,974,912

 Adultos mujeres 

24,233,592

Adultos en localidades de menos de 15 mil habitantes

46,148,867

Adultos en localidades de 15 mil y más habitantes

Del 3 al 31 de mayo

Fecha de levantamiento

## ENIF 2015

7,000

76,157,088

36,129,516

40,027,572

26,746,453

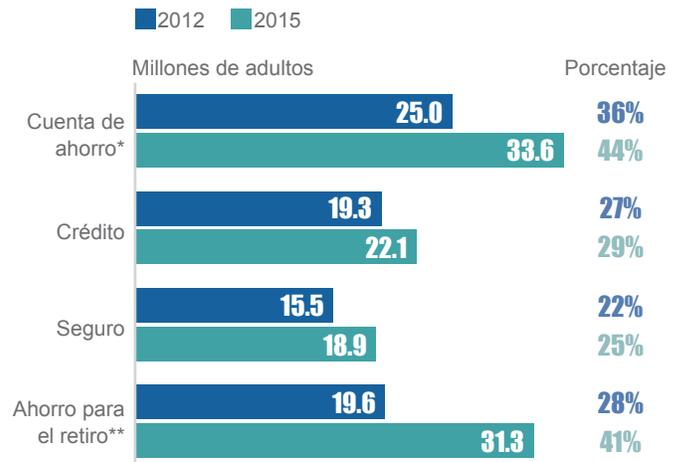
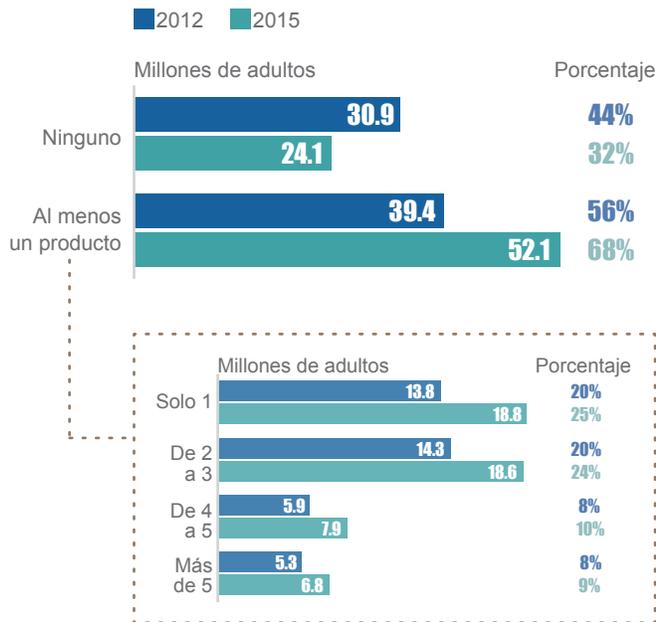
49,410,635

Del 20 de julio al 28 de agosto

# EVOLUCIÓN DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN MÉXICO

En 2015, **68%** de los adultos tienen al menos un **producto financiero**, en contraste con el 56% en 2012.

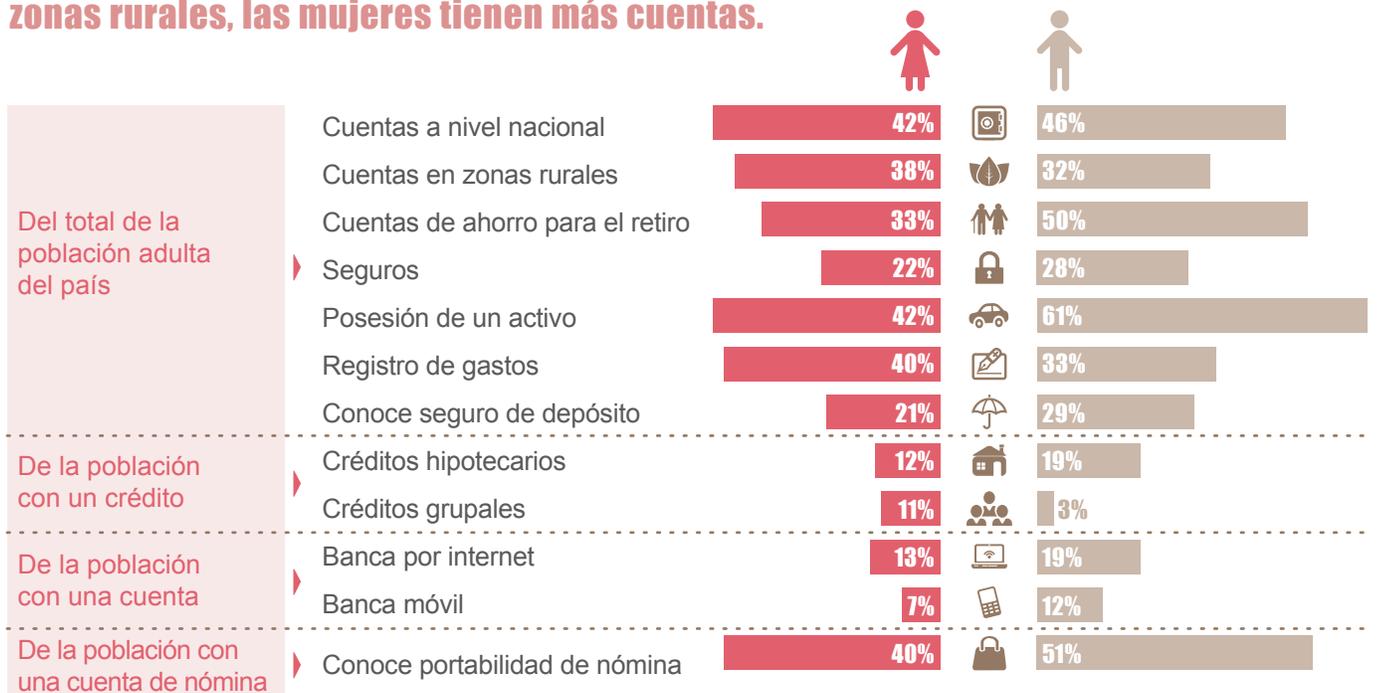
Para los principales **servicios financieros** se observa un **incremento** en el número de adultos que los contratan.



\* En 2015 se modificó la pregunta para obtener información de cuentas de captación del sector de ahorro y crédito popular.  
 \*\* Para 2015 cambió la pregunta y se aplicó a todos los entrevistados con el objetivo de incluir a toda la población, sin importar que tuvieran empleo formal o no al momento de la entrevista. Estas cifras difieren de los registros de la Consar debido a que muchos adultos desconocen que poseen una cuenta de ahorro para el retiro y, adicionalmente, la población objetivo de esta encuesta no abarca a toda la población.

## GÉNERO

En 2015, la brecha de género en la posesión de cuentas fue de **4** puntos porcentuales; sin embargo, en **zonas rurales, las mujeres tienen más cuentas.**



# AHORRO EN MÉXICO

## Adultos con cuenta formal\*

44%

33.6 millones de adultos

11.5 (15%)	22 (29%)
Únicamente mecanismos formales	También mecanismos informales

## Adultos sin cuenta

56%

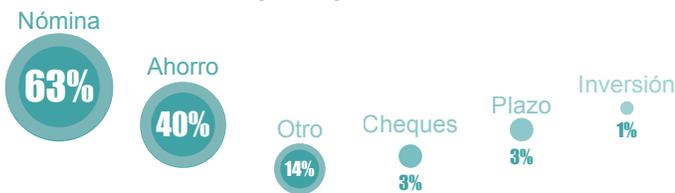
42.6 millones de adultos

11 (14%)	31.6 (42%)
Ex usuarios	Nunca han sido usuarios

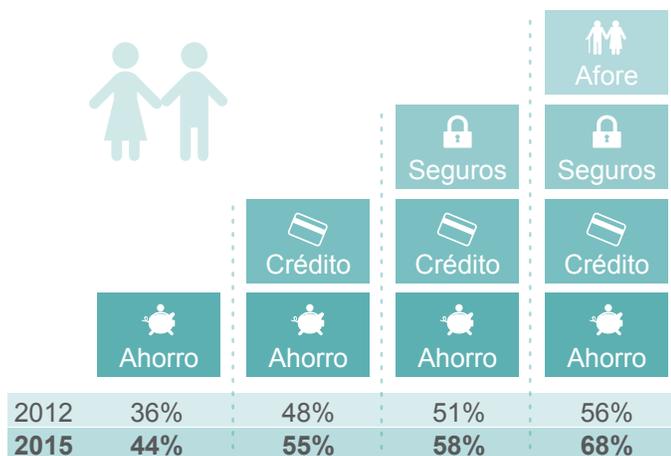
39 años	Edad promedio	38 años
Bachillerato inconcluso	Escolaridad promedio	Secundaria inconclusa
7,114 pesos	Ingreso promedio mensual	4,224 pesos
46%	Lleva el registro de sus gastos	29%
28%	Habita en localidades rurales	41%
30%	Percibe ingresos variables	37%
76%	Tiene otros productos financieros	43%
53%	Tiene trabajo formal	14%

Existen 4.7 millones de adultos que son empleados u obreros y tienen derecho a servicios médicos del IMSS, ISSSTE, Pemex, Sedena o Semar, pero no tienen cuenta de ahorro formal

### Principales productos\*\*



El porcentaje de adultos con al menos un servicio financiero creció de 2012 a 2015.



De los 11 millones que son ex usuarios, los principales motivos por los que dejaron de tener cuenta son:



De los 31.6 millones de adultos que nunca han tenido una cuenta, las razones son:



\* Se consideran adultos con cuenta formal aquellos que tienen una cuenta de nómina, ahorro, pensión o donde reciben apoyos de gobierno en algún banco o institución financiera.

\*\* Suman más de 100% dado que una persona puede tener más de un producto.

# INFRAESTRUCTURA FINANCIERA

Se **incrementó** el porcentaje de adultos que utiliza **cajeros y corresponsales**, y se redujo en sucursales.



## Sucursales



## Cajeros



## Corresponsales



### Principales barreras

62%  
15%

No tiene cuenta o tarjeta  
Tiene ingresos insuficientes o variables



73%  
14%



### Tiempo promedio de traslado

22 min  
42 min

Localidades urbanas  
Localidades rurales



19 min  
32 min



### Costo promedio de traslado

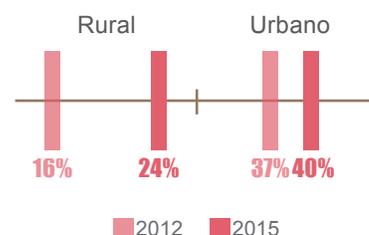
22 pesos  
69 pesos

Localidades urbanas  
Localidades rurales



18 pesos  
46 pesos

El mayor crecimiento se registró en la utilización de corresponsales en zonas rurales:



## ¿Cómo califican los usuarios el servicio o la atención recibida?



Las operaciones que se hacen con más frecuencia son:



Sin embargo, en un corresponsal no pudieron realizar:



# BANCA MÓVIL

El porcentaje de adultos con cuenta que tienen contratado el servicio de **banca móvil** creció de 2012 a 2015, al pasar de **6%** (1.4 millones) a **9.5%** (3.2 millones de adultos).

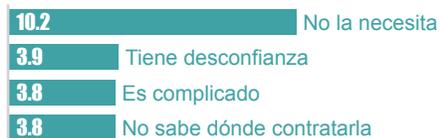
En zonas urbanas, el 11% tiene banca móvil, mientras que en zonas rurales, el 5% lo tiene contratado.



El **76%** de adultos que utilizan banca móvil, lo hacen dos o más veces al mes.

Las operaciones realizadas con mayor frecuencia son consulta de saldos, transferencias y pago de servicios.

Hay 30.3 millones de adultos con una cuenta que no han contratado banca móvil. Las razones para no hacerlo son:



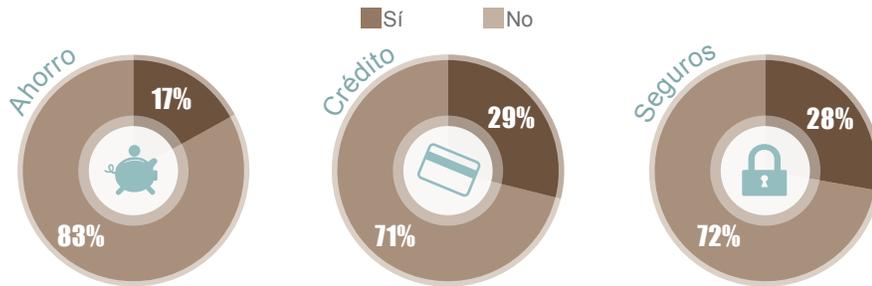
El 75% de adultos de 18 a 70 años (57.1 millones) tiene celular; sin embargo, alrededor de la mitad de éstos no tiene una cuenta (29.1 millones).



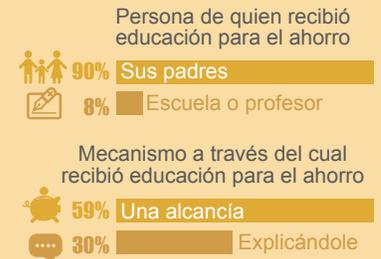
# CONOCIMIENTOS Y COMPORTAMIENTOS

Al menos **dos de cada tres personas no comparó** sus productos o servicios antes de adquirirlos.

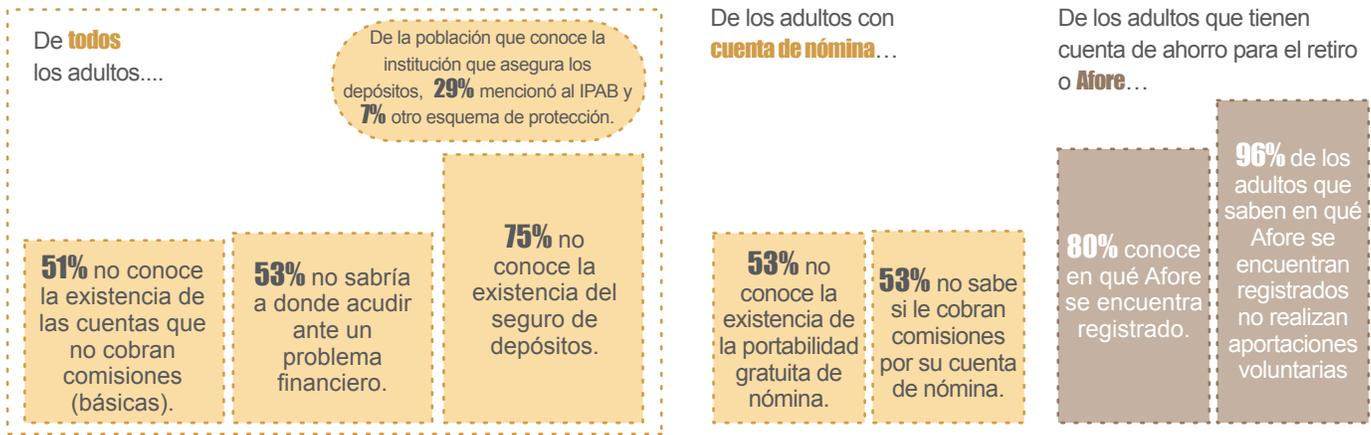
Porcentaje de adultos usuarios que comparó sus productos o servicios antes de adquirirlos



El **66%** de los adultos recibió educación para el ahorro.



Se observa un **amplio desconocimiento** de las características de los productos y servicios financieros entre la población.



# USO DE TARJETAS Y EFECTIVO

El **92%** de la población adulta en México prefiere **pagar en efectivo** cuando realiza compras.

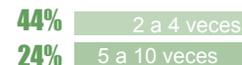


El **84%** de las personas que poseen una cuenta tienen una tarjeta de débito.



No obstante, la mitad no la utilizó en los últimos tres meses para hacer compras.

En promedio, ¿cuántas veces al mes la usan?



El **61%** prefiere pagar en efectivo que utilizar su tarjeta:



El **83%** de las personas que poseen un crédito formal tienen una tarjeta de crédito.

**55%** Paga al menos lo requerido para no generar intereses.

