

ENIF 2018

Encuesta Nacional de Inclusión Financiera

México

Inclusión financiera

Principales hallazgos

nacionales y regionales



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA



COMISIÓN NACIONAL
BANCARIA Y DE VALORES

PRESENTACIÓN

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) tiene la visión de ser una autoridad eficiente, moderna y respetada, que procure la estabilidad del sistema financiero mexicano, acorde con las mejores prácticas internacionales, y que permita a la construcción de un México próspero, donde cada familia acceda a más y mejores servicios financieros. Es así, que la CNBV ha contribuido a fomentar la inclusión financiera realizando diversas acciones en línea con los objetivos de la Política Nacional de Inclusión Financiera y de la Estrategia Nacional de Educación Financiera.

Como parte de las acciones para la generación de datos y mediciones de inclusión y educación financiera, la CNBV, en coordinación con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), llevaron a cabo del 30 de abril al 22 de junio de 2018, el levantamiento de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2018).

Para este tercer levantamiento de la ENIF, se amplió la muestra de 7,000 a 14,500 viviendas logrando, por primera vez, tener resultados con representatividad regional, además de la representatividad a nivel nacional, por localidad (urbano/rural) y por sexo que ya se tenía anteriormente. A su vez, se fortaleció el cuestionario para incluir temas relacionados con los conocimientos, comportamientos y capacidades financieras.

Los resultados de la ENIF 2018 señalan un avance en el acceso y el uso de servicios financieros ya que entre 2012 y 2018, 14.6 millones de adultos adquirieron al menos un producto financiero. Estos resultados denotan la importancia de seguir impulsando programas y políticas públicas que fomenten que todos los mexicanos sin distinción alguna sean partícipes de los beneficios que genera el sistema financiero.

La CNBV refrenda su compromiso con la generación de datos para contribuir a la generación de mediciones robustas que guíen las políticas públicas y estrategias nacionales para lograr una mayor inclusión financiera.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) como coordinador del SNIEG (Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica), produce y difunde información estadística y geográfica de calidad, pertinente, veraz y oportuna que responda a las necesidades del país coadyuvando al desarrollo nacional.

La pertinencia de la información es importante. Debemos producir aquella que sirva como herramienta para la toma de decisiones. En el caso de la estrategia de inclusión financiera, resulta trascendental ofrecer información sobre el acceso y uso de servicios financieros de los hogares. Ante esta necesidad, el INEGI trabaja de manera conjunta con las instituciones del sector financiero, en particular con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), para generar la información estadística necesaria que permita contribuir en esta materia.

En este esfuerzo son importantes diversas fuentes de información. Sin embargo, la forma idónea para la obtención de gran parte de estas estadísticas son las encuestas en hogares, ya que hay datos que sólo se pueden obtener de éstas. La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) es el instrumento estadístico que responde a esta demanda de información. Este importante proyecto llevado a cabo por la CNBV y el INEGI está en su tercera edición. La primera ENIF en 2012 permitió tener un punto de referencia para la medición de la demanda y uso de los servicios financieros básicos en México y constituyó la base para el desarrollo de políticas públicas que promueven mayor inclusión financiera.

El ejercicio de 2015 y el presente de 2018, permiten dar continuidad en la medición del impacto de las políticas públicas generadas y seguir explorando las barreras y la percepción respecto al acceso y uso de servicios financieros en el país. Con este proyecto, el INEGI reitera su compromiso con la sociedad y el Estado de brindar información estadística de calidad, que responda a las demandas de información actuales y que sirvan como base para la toma de decisiones basadas en evidencia objetiva.

Bernardo González Rosas
Presidente de la CNBV

Julio A. Santaella
Presidente del INEGI






























DISEÑO MUESTRAL

Los resultados de la encuesta son representativos de toda la población adulta a nivel nacional y regional, por tamaño de localidad y por sexo. El diseño de la muestra es probabilística, triéptica, estratificada y por conglomerados, donde la unidad mínima de selección son las personas de 18 a 70 años. El tamaño de la muestra se realizó considerando un nivel de confianza del 90%, un efecto de diseño de 3.07, un error relativo máximo esperado del 15%, una tasa de no respuesta máxima esperada del 15% y una proporción mínima de 2.91%. De esta forma, se definió un tamaño de muestra de 14,500 viviendas.

Las regiones definidas fueron **Noroeste** (Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Durango, Sinaloa y Sonora); **Noreste** (Coahuila, Nuevo León, San Luis Potosí y Tamaulipas); **Occidente y Bajío** (Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro y Zacatecas); **Ciudad de México**; **Centro Sur y Oriente** (Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla, Tlaxcala y Veracruz); y **Sur** (Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, y Yucatán). El tamaño de muestra para cada región fue de 2,700 viviendas, excepto para la Ciudad de México, la cual fue de 1,000 viviendas.

TEMÁTICA

El cuestionario de la **ENIF 2018** se compone de **132 preguntas** agrupadas en **13 secciones¹**. Se añadieron preguntas relacionadas con las capacidades financieras y el uso de medios de pago, entre otros. El tamaño del cuestionario se ajustó para que el tiempo promedio de la entrevista no excediera los 30 minutos.

ENIF 2012			ENIF 2015			ENIF 2018		
		Preguntas			Preguntas			Preguntas
	Características sociodemográficas	19		Características sociodemográficas	20		Características sociodemográficas	20
	Administración de los gastos	4		Administración de los gastos	8		Administración de los gastos y comportamiento financiero	9
	Ahorro	18		Ahorro	39		Ahorro	30
	Crédito	20		Crédito	22		Crédito	19
	Seguros	6		Seguros	11		Pagos	1
	Cuenta de ahorro para el retiro	5		Cuenta de ahorro para el retiro	8		Seguros	14
	Remesas	4		Remesas	7		Cuenta de ahorro para el retiro	9
	Uso de canales financieros	12		Uso de canales financieros	22		Uso de canales financieros	16
	Total	88		Protección de usuarios	5		Protección de usuarios	6
				Propiedad de activos	5		Capacidades financieras	4
				Total	147		Toma de decisiones y propiedad de activos	4
							Total	132

1. Las primeras tres secciones corresponden a características sociodemográficas.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA ENIF

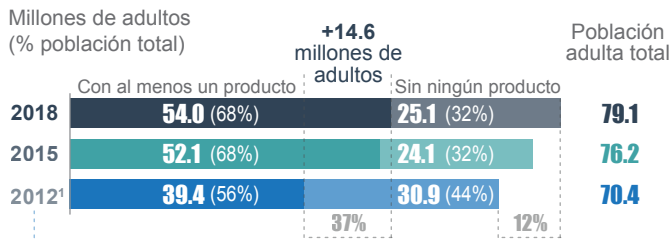
	ENIF 2012	ENIF 2015	ENIF 2018
Tamaño de la muestra	7,016	7,000	14,500
Población adulta representada ¹	70,382,459	76,157,088	79,096,971
Regiones del país	-	-	6
Adultos hombres	32,407,547	36,129,516	37,545,539
Adultos mujeres	37,974,912	40,027,572	41,551,432
Adultos en localidades de menos de 15 mil habitantes	24,233,592	26,746,453	27,606,725
Adultos en localidades de 15 mil y más habitantes	46,148,867	49,410,635	51,490,246
Fecha de levantamiento	3 - 31 may	20 jul - 28 ago	30 abr - 22 jun

1. Población adulta de 18 a 70 años de edad.

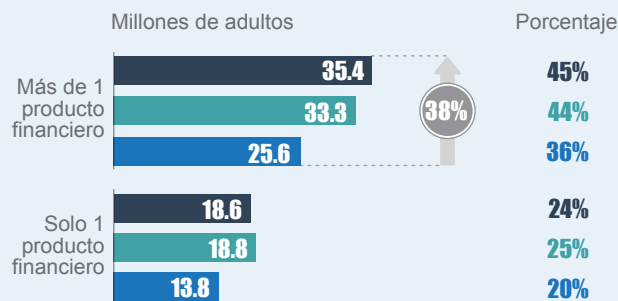
EVOLUCIÓN DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN MÉXICO

Entre 2012 y 2018, la población adulta de 18 a 70 años creció 12% en tanto que la **población adulta incluida financieramente creció un 37%**¹.

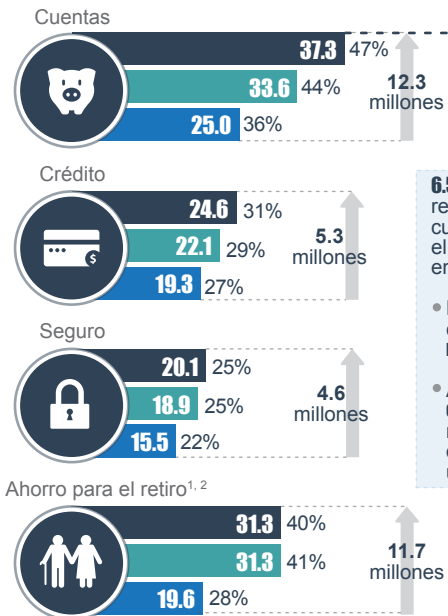
El número de **adultos con cuentas, créditos, seguros y Afores** se **incrementó**.



El número de adultos con más de un producto financiero creció **9.8 millones de 2012 a 2018**.



Millones de adultos ■ 2018 ■ 2015 ■ 2012



6.5 millones de adultos reportaron tener cuentas abiertas por el gobierno para entregar apoyos.

El 80% de estas cuentas pertenece a mujeres.

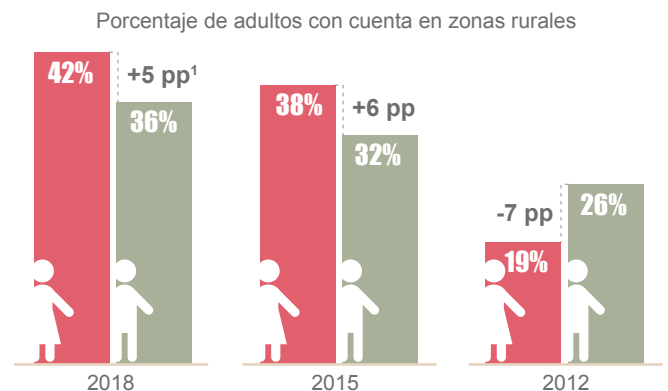
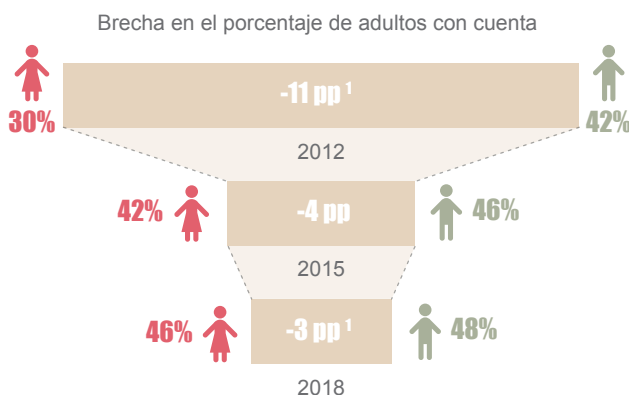
Alrededor de 2 de cada 3 adultos reportaron haberla obtenido en los últimos cinco años.

1. En 2012 solo se preguntó sobre la cuenta de ahorro para el retiro o Afore a las personas que al momento de la entrevista eran derechohabientes de servicios médicos como el IMSS o ISSSTE, entre otros, por lo que no se captó la información de toda la población como se hizo a partir de 2015, además de que la pregunta fue distinta.
2. 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, sino aquella de 18 a 70 años.

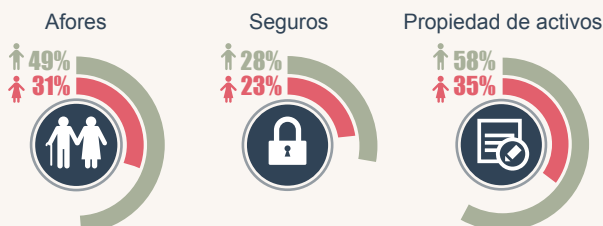
BRECHAS DE GÉNERO

La **brecha de género se ha reducido** a solo 3 puntos porcentuales (pp) en la tenencia de cuentas.

Las políticas públicas en zonas rurales han contribuido a la **inclusión financiera** de las **mujeres**.



No obstante, otro tipo de brechas se deben reducir:



Autonomía de decisiones sobre activos.

De los adultos casados o en unión libre que poseen al menos un activo:

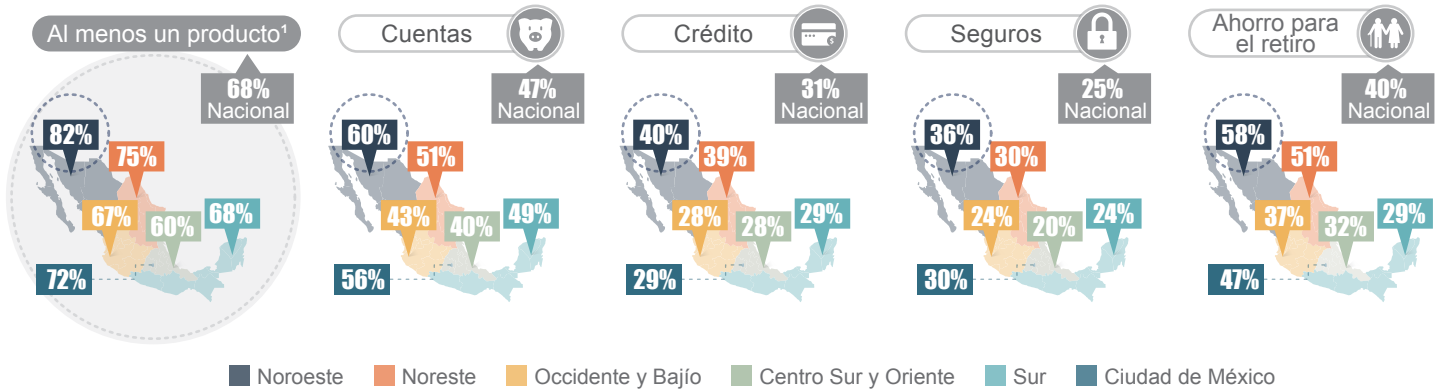
40% de los hombres deciden solos sobre disponer de alguno de sus activos (venta, renta o préstamo).

27% de las mujeres deciden solas sobre disponer de alguno de sus activos (venta, renta o préstamo).

1. La diferencia del porcentaje de adultos con cuenta por sexo no concuerda debido al redondeo.

INCLUSIÓN FINANCIERA POR REGIONES

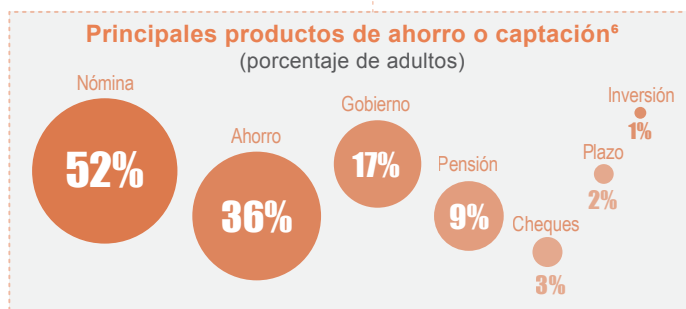
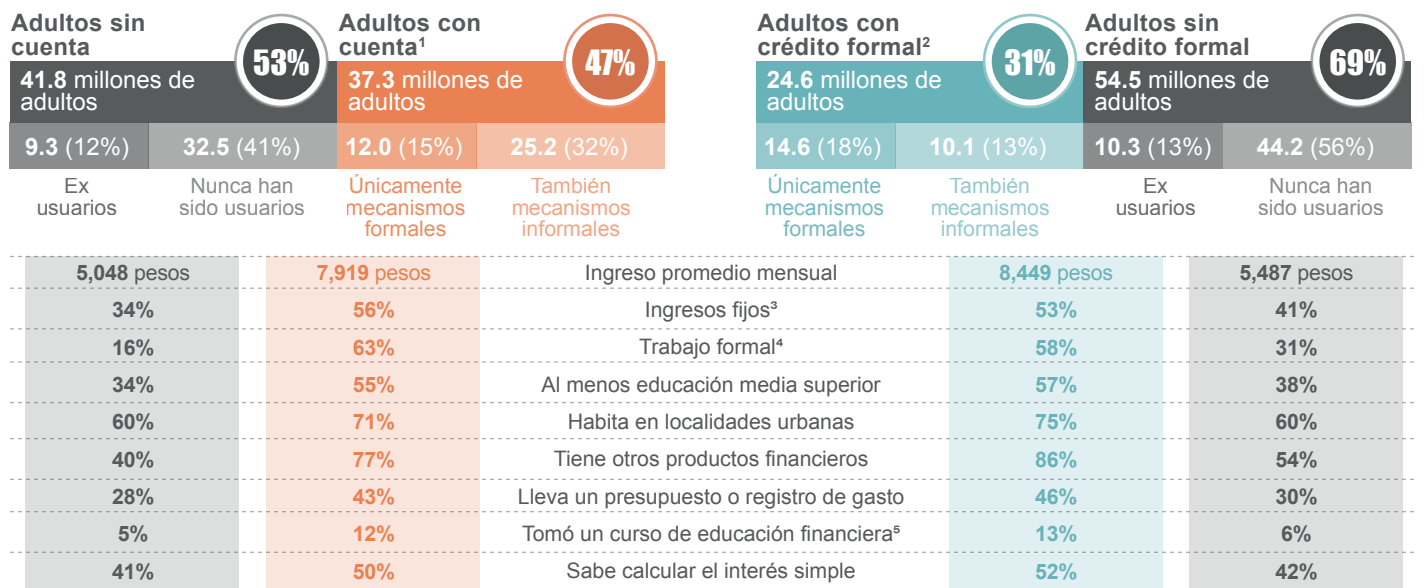
La región **Noroeste** muestra la **mayor proporción de población incluida financieramente**.



1. Se refiere al porcentaje de adultos que posee al menos un producto de captación o ahorro, crédito, seguro o ahorro para el retiro.

CUENTAS Y CRÉDITO EN MÉXICO

El nivel de ingreso, escolaridad, tipo de empleo y educación financiera, entre otras características sociodemográficas están **asociadas positivamente con tener créditos o cuentas**.



1. Se consideran adultos con cuenta formal aquellos que tienen una cuenta de nómina, ahorro, pensión, cheques, de plazo fijo, de inversión o donde reciben apoyos de gobierno en algún banco o institución financiera.
 2. Se consideran adultos con crédito formal aquellos que tienen una tarjeta de crédito departamental o bancaria, un crédito de nómina, un crédito personal, un crédito automotriz, un crédito de vivienda, un crédito grupal o solidario en algún banco o institución financiera. No incluye a casas de empeño.
 3. Este porcentaje se calcula sobre la población que trabaja y percibe ingresos.
 4. Este porcentaje se calcula sobre la población que trabaja y que es derechohabiente de servicios médicos como el IMSS o el ISSSTE, entre otros.
 5. Se refiere a si ha tomado algún curso sobre cómo ahorrar, cómo hacer un presupuesto o sobre el uso responsable del crédito.
 6. Suman más de 100% dado que una persona puede tener más de un producto.

MEDIOS DE PAGO

El efectivo es el medio de pago **predominante** en las transacciones más comunes.

La Ciudad de México es la región donde más se utilizan medios de pago diferentes al efectivo.



21% de los adultos en la CDMX utiliza TDD o TDC para realizar compras mayores a 500 pesos.

Porcentaje de adultos que usan el medio de pago por tipo de transacción:



	Efectivo	TDD ¹	TDC ²	Otros
Compras de 500 pesos o menos	95%	4%	1%	<1% ³
Compras de 501 pesos o más	87%	9%	3%	<1%
Pago de renta	90%	3%	<1% ³	7%
Pago de servicios públicos (agua, luz, etc.)	95%	2%	<1%	2%
Pago de servicios privados (cable, internet, etc.)	91%	4%	2%	3%
Pago de transporte público	98%	<1%	<1%	2%

1. Tarjeta de débito.
2. Tarjeta de crédito.
3. Coeficiente de variación mayor a 30%.

BANCA MÓVIL

El número de adultos que tienen contratado el servicio de **banca móvil** se incrementó casi **seis veces más** respecto de 2012.



ÁREAS DE OPORTUNIDAD

Un segmento de la población podría ser **incluida financieramente** por tener un celular o un empleo formal.

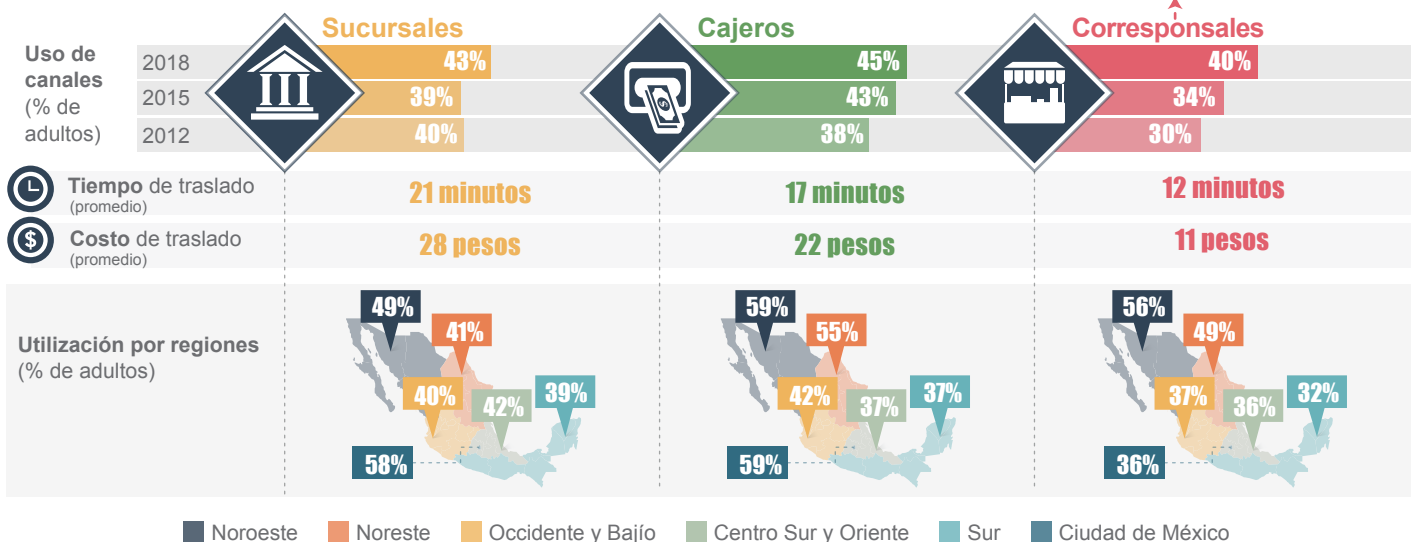


1. Se refiere a la población que es derechohabiente de servicios médicos como el IMSS o el ISSSTE, entre otros.

INFRAESTRUCTURA FINANCIERA

El número de adultos que utiliza los corresponsales se **incrementó en 10 pp** de 2012 a 2018, esto representa un incremento de **10.4 millones de adultos**.

En las localidades rurales, 8.1 millones de personas utilizan algún corresponsal, poco más del doble de la población que los utilizaban en 2012.



PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El **7% de los encuestados** reporta haber tenido **problemas de fraudes o delitos** relacionados con productos, servicios o esquemas financieros en los últimos tres años.



Robo de identidad 4% (3.1 millones de adultos)



Clonación de tarjetas 3% (2.7 millones de adultos)



Inversión en productos fraudulentos 2% (1.5 millones de adultos)



53%

de los adultos conoce las instancias a **dónde acudir a presentar una queja** en caso de tener un problema financiero.



25%

de los adultos sabe que los ahorros en bancos o instituciones financieras están **protegidos por un seguro**.

CONOCIMIENTOS, COMPORTAMIENTOS Y ACTITUDES

La **mayoría de los adultos** entiende los principales **conceptos financieros**.

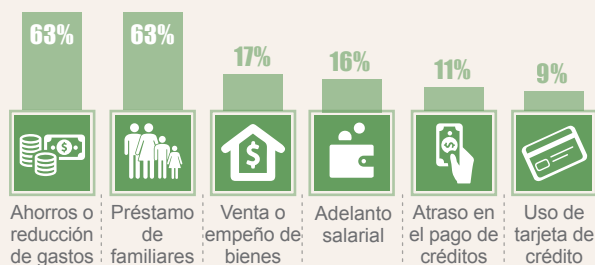


Un **menor porcentaje** puede calcular los intereses de un préstamo.



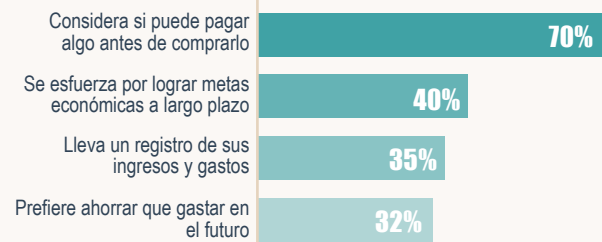
El **42%** de la población adulta reportó que durante el último año, en algún mes, **su ingreso mensual no fue suficiente** para cubrir sus gastos.

Principales medidas para afrontar esta situación

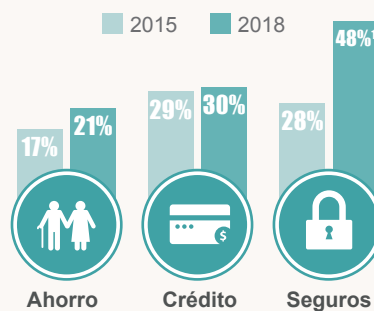


El 20% de los hombres vs 13% de las mujeres, recurrieron a estrategias asociadas al empleo (adelanto salarial, horas extras o empleo temporal).

La mayoría considera **si puede pagar algo** y una menor proporción **prefiere ahorrar que gastar**.



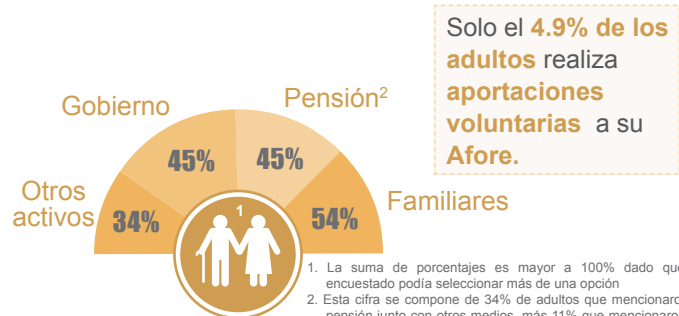
Creció la proporción de adultos que **compara los productos financieros** antes de adquirirlos.



El principal medio para comparar es la información de las instituciones financieras.

1. Solo considera a aquellos adultos que adquirieron y compararon su seguro directamente.

34% de los adultos planea **cubrir sus gastos** en la **vejez con su pensión** y complementar con otros medios.



Solo el **4.9%** de los **adultos** realiza **aportaciones voluntarias** a su **Afore**.

1. La suma de porcentajes es mayor a 100% dado que el encuestado podía seleccionar más de una opción.
2. Esta cifra se compone de 34% de adultos que mencionaron la pensión junto con otros medios, más 11% que mencionaron su pensión de forma exclusiva.

