

CAJEROS AUTOMÁTICOS EN MÉXICO: ANÁLISIS PARA EL CRECIMIENTO DE LA RED *

Yearim Valles

Resumen. En este documento se presenta un análisis del sistema de cajeros automáticos en México y se identifican algunos factores que podrían estar inhibiendo un mayor crecimiento del número de cajeros automáticos. Entre los elementos que se analizan, están la cobertura geográfica de la red de cajeros, las comisiones por el uso de cajeros automáticos cuando el operador de estos no es el emisor de la tarjeta, los factores relacionados con el uso de los cajeros automáticos y temas de percepción de los usuarios. Además se analiza el uso de canales financieros alternativos que pudieran tener cierta relación con el crecimiento en la red de cajeros automáticos en México.

Abstract. This paper presents an analysis of the ATM network in Mexico and identifies some factors that might act as inhibitors of its growth. Among the elements analyzed are the municipal coverage of ATMs; surcharge fees; the factors related to the use of ATMs, and behavioral issues of customers. Furthermore, the use of alternative financial channels is analyzed as there might be some relationship of these with the growth of the ATM network in Mexico.

**/ Las opiniones vertidas en este trabajo corresponden únicamente a los autores y no necesariamente reflejan la postura institucional de la CNBV.*

CAJEROS AUTOMÁTICOS EN MÉXICO: ANÁLISIS PARA EL CRECIMIENTO DE LA RED *

Yearim Valles

I. Introducción

Los cajeros automáticos constituyen uno de los principales puntos de contacto entre los usuarios de servicios bancarios y los bancos, ya que facilitan la realización de operaciones sin necesidad de ir a una sucursal. Los principales usos de los cajeros automáticos siguen siendo el retiro de dinero en efectivo y la consulta de saldos, aunque hoy en día el tipo de operaciones que se pueden llevar a cabo en ellos se ha ampliado considerablemente. Por ejemplo, dependiendo del banco, se pueden realizar transferencias entre cuentas, pago de servicios, pago de impuestos, consulta de estado de cuenta de las cuentas de ahorro para el retiro, pago de tarjetas de crédito, compra de tiempo aire para teléfonos celulares y manejo de cuentas de inversión, entre otras. Sin duda, los cajeros automáticos constituyen un beneficio para sus usuarios, ya que reducen el tiempo de espera en sucursales y brindan acceso a algunos servicios bancarios las 24 horas del día, todos los días del año. Sin embargo, se ha observado que la red de cajeros automáticos en México es aún reducida y se han detectado algunas barreras para impulsar un mayor crecimiento de la infraestructura.

Cuando se compara la red de cajeros en México con las redes de otros países, tanto desarrollados como algunos emergentes, se observa que el número de cajeros instalados es pequeño. En un grupo de veintidós países respecto de los que se tiene información sobre este tema, México registra 342 cajeros por cada millón de habitantes, mientras que países como Corea del Sur y Canadá registran más de 1,500 y el promedio de esta muestra de países es de 886. Incluso en comparación con economías emergentes como Brasil, Turquía, Rusia o Sudáfrica, el número de cajeros en nuestro país es mucho menor. En 2013, China tenía un número de cajeros por millón de habitantes cercano al de México (382), pero en los últimos cinco años la red creció a una tasa compuesta

**/ Las opiniones vertidas en este trabajo corresponden únicamente a los autores y no necesariamente reflejan la postura institucional de la CNBV.*

anual de 24.8%. En contraste, en México el crecimiento en ese periodo fue de 2.6%.

Cuadro 1. Cajeros automáticos por millón de habitantes

País	2008	2013	TACC (%)
Corea	2,006	2,474	4.3
Canadá	1,744	1,852	1.2
Bélgica	1,445	1,333	-1.6
Rusia	526	1,316	20.1
Australia	1,271	1,304	0.5
Japón	1,090	1,083	-0.1
Reino Unido	1,041	1,060	0.4
Alemania	947	1,009	1.3
Brasil	835	975	3.1
Francia	834	895	1.4
Suiza	789	843	1.3
Italia	922	825	-2.2
Turquía	307	548	12.3
Sudáfrica*	n.d.	503	4.8
Singapur	413	485	3.2
Arabia Saudita	345	463	6.1
Holanda	525	439	-3.5
China	126	382	24.8
México	301	342	2.6
Suecia	304	337	2.1
India	38	131	28.2
<i>PROMEDIO</i>	<i>790</i>	<i>886</i>	<i>5.3</i>

Fuente: Bank for International Settlements. Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries.

* Para Sudáfrica, se tomó la tasa anual de crecimiento compuesta (TACC) de 2009 a 2013, ya que no había información disponible para 2008.

Una razón que podría explicar el bajo número de cajeros sería que hay un escaso uso de dinero en efectivo para realizar transacciones, lo cual se vería reflejado en la presencia de una amplia red de terminales punto de venta (TPV) para realizar pagos en los comercios sin utilizar efectivo. En general, lo anterior se considera positivo porque permitiría reducir los costos del manejo de efectivo; disminuir los riesgos de extravío y robo de dinero, y controlar mejor las transacciones comerciales. Esto podría estar ocurriendo en países como Italia y Holanda, cuyas redes de cajeros automáticos se redujeron entre 2008 y 2013, pero cuentan con un número alto de TPV por millón de habitantes. En el caso de México esto no ocurre, ya que la red de TPV también es pequeña, con

casi 5,800 terminales por millón de habitantes, en contraste con lo que sucede en economías como Australia o Brasil, cuyas redes cuentan con más de 34,000 TPV. De hecho, la red de TPV en países emergentes como China, Rusia e India está creciendo considerablemente, con tasas anuales promedio entre 2008 y 2013 de 41.2%, 23.6% y 17.4%, respectivamente, comparadas con la de México, que creció 6.7% solamente.

Cuadro 2. Número de TPV por millón de habitantes

País	2008	2013	TACC (%)
Australia	31,422	34,715	2.0
Brasil	22,325	34,279	9.0
Turquía	22,829	29,917	5.6
Singapur	17,337	27,110	9.4
Italia	22,490	26,112	3.0
Reino Unido	17,834	25,800	7.7
Canadá	18,993	23,619	4.5
Suecia	21,178	22,364	1.1
Suiza	18,201	20,594	2.5
Francia	21,522	20,512	-1.0
Japón	13,361	15,328	2.8
Holanda	14,217	14,807	0.8
Alemania	7,221	9,057	4.6
China	1,393	7,814	41.2
Rusia	2,335	6,728	23.6
Sudáfrica*	n.d.	5,821	5.6
México	4,198	5,798	6.7
Arabia Saudita	2,806	3,593	5.1
India	388	865	17.4
<i>PROMEDIO</i>	<i>14,447</i>	<i>17,623</i>	<i>8.0</i>

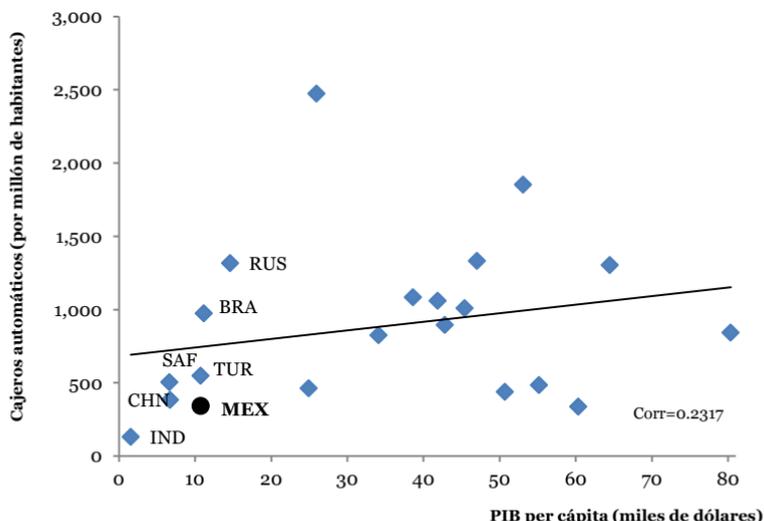
Fuente: Bank for International Settlements. Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries.

* Para Sudáfrica, se tomó la tasa anual de crecimiento compuesta (TACC) de 2009 a 2013, ya que no había información disponible para 2008.

Se podría pensar que la presencia de cajeros automáticos está relacionada con el ingreso de un país y con su desarrollo financiero. Esto es así hasta cierto punto, ya que existe una correlación positiva entre el número de cajeros automáticos y el nivel de ingreso (PIB) per cápita (ver gráfica 1). Sin embargo, en países con un PIB per cápita menor al de México (10,722 dólares), como Sudáfrica o China (alrededor de 6,700 dólares), el número de cajeros es mayor. Y en el caso de países con un PIB per cápita similar, como Turquía y Brasil (10,738 y 11,155, respecti-

vamente), el número de cajeros también es 1.6 y 2.9 veces más que en México.

Gráfica 1. Cajeros automáticos y PIB per cápita en países seleccionados, 2013



Fuente: Elaboración propia con datos del Bank for International Settlements.

En este documento se realiza un análisis de la evolución de algunos indicadores relevantes de la red de cajeros automáticos en México, y se analizan algunos factores que pudieran estar relacionados con el crecimiento de dicha red. En particular, se examinan cuatro factores principales, tanto desde el punto de vista de los dueños de los cajeros como desde el de los usuarios: cobertura de la red, comisiones, factores relacionados con el uso de cajeros y percepción de los usuarios. Adicionalmente, se analiza el uso de otros canales alternativos a través de los cuales los usuarios podrían estar realizando transacciones financieras y pagos, tales como TPV, corresponsales y banca electrónica, ya que podrían estar relacionados con el desempeño de la red de cajeros automáticos.

A continuación se hace un breve resumen de los antecedentes de este mercado y de la regulación aplicable. En la sección III se describen los factores relacionados con la red de cajeros automáticos. La sección

IV presenta el análisis sobre otros canales de acceso a servicios bancarios. El último apartado presenta algunos comentarios finales.

II. Antecedentes

Actualmente, existen en México 45 bancos comerciales, de los cuales solamente 22 operan los 42,931 cajeros automáticos que constituyen la red a diciembre de 2014. Además, se cuenta con 298 cajeros automáticos de la banca de desarrollo, correspondientes a Banjército y Bansefi.

A pesar de los cambios en la industria bancaria observados durante los últimos seis años, tales como fusiones y adquisiciones, autorizaciones de nuevos bancos, el desarrollo de nuevos productos y tipos de cuentas bancarias, así como diversos esfuerzos por incrementar la inclusión financiera, la participación de las instituciones en la red de cajeros automáticos no ha sufrido cambios significativos. En 2008, cuando existían 42 bancos comerciales, 19 de ellos tenían cajeros automáticos y el 92.9% eran propiedad de los siete bancos comerciales más grandes¹; en 2014, dicha participación de mercado llegó a 87.7%.

Es bien sabido que los bancos comerciales de mayor tamaño ofrecen la gama más amplia de productos y servicios a sus clientes, desde diversos tipos de cuentas de depósito hasta servicios de banca de inversión, y que son los jugadores dominantes en muchos mercados. El tema de cajeros automáticos no es la excepción, pues son estos bancos grandes los que cuentan con la red de cajeros más extensa y, en consecuencia, los que resultan más atractivos para los clientes potenciales, especialmente en una economía en la que el efectivo es todavía muy utilizado. Además, los nuevos bancos autorizados para iniciar operaciones en general no cuentan con cajeros automáticos, o bien, cuentan con una red limitada. Esto representa una desventaja para los clientes de estos bancos nuevos, pues cuando necesitan efectuar retiros, consultas u otras operaciones en cajeros automáticos, tienen que pagar la comisión denominada sobrecargo (*surcharge*) por realizar dichas transacciones en un cajero ajeno a su banco.

Es preciso mencionar que la regulación relacionada con los cajeros automáticos ha tenido modificaciones importantes en los últimos años. Probablemente los cambios más significativos en este tema se llevaron a

¹ Banamex, Banorte, BBVA Bancomer, HSBC, Inbursa, Santander y Scotiabank.

cabo en 2010, cuando se establecieron diversas reglas y límites al cobro de comisiones en cajeros automáticos.

Antes de mayo de 2010, la estructura de precios por las operaciones en cajeros automáticos consistía de las siguientes comisiones:

a) Comisiones mismo banco

1. Retiros y consultas: algunos bancos ofrecían retiros y consultas ilimitadas sin costo en sus cajeros, y otros ofrecían un número limitado de transacciones sin costo y cobraban las operaciones adicionales. El costo por retiros en cajeros propios iba desde \$1.20 hasta \$8.85 pesos (más IVA). Las consultas en cajeros propios usualmente no tenían costo, pero algunos bancos cobraban hasta \$8 pesos (más IVA) por consulta².
2. Otras comisiones: Los usuarios pagaban diferentes comisiones, dependiendo de las características de la cuenta y del banco.

b) Comisiones interbancarias

1. Cuota de intercambio: el banco emisor pagaba al dueño del cajero automático una cuota por transacción. Dicha cuota era de \$7.25 pesos.
2. Comisión por infidelidad (*foreign fee*): el tarjetahabiente pagaba una comisión a su banco emisor por utilizar el cajero automático de otro banco. En 2010, la comisión por retiro de efectivo fluctuaba entre \$5 y \$20 pesos (más IVA) y el promedio era \$16.26 pesos; mientras que el cobro promedio por consulta de saldo era de \$6.82 pesos (más IVA)³.
3. Sobrecargo (*surcharge fee*): el usuario pagaba una comisión al banco dueño del cajero, en caso de no ser su cuentahabiente. Únicamente cuatro bancos cobraban directamente esta comisión, la cual se ubicaba entre \$4.35 y \$26.08 pesos⁴.

En mayo de 2010, entraron en vigor diversas modificaciones a las disposiciones de Banco de México relacionadas con la transparencia y el cobro de comisiones en cajeros automáticos, con la finalidad de fortalecer la protección de los usuarios de servicios bancarios a través de una mayor transparencia en los esquemas de comisiones y para eliminar las prácticas que inhibían la competencia entre las entidades financieras en relación con este tema. De esta forma, se estableció la obligación para

² Con datos de CONDUSEF.

³ Con datos de CONDUSEF.

⁴ Castellanos V. (2008).

los operadores de desplegar en la pantalla de los cajeros automáticos información sobre el monto de la comisión cobrada por realizar operaciones interbancarias, al tiempo que se solicitaba la autorización del cliente para continuar con la transacción y aceptar el cobro. Previamente, de acuerdo con la Circular 24/2009 de Banco de México, los bancos tenían que decidir si el operador del cajero automático realizaría el cobro por el uso de cajeros a los usuarios que no eran sus clientes, o si el emisor le cobraría a sus cuentahabientes por el uso de cajeros de otras instituciones, pero el objetivo era que hubiera solamente un cobro por la transacción y que el cobro fuera autorizado por el usuario. También en mayo de 2010 se modificaron diversas leyes para incorporar principios fundamentales sobre el cobro de comisiones.⁵ En julio de 2010, el Banco de México emitió la Circular 22/2010, con disposiciones de carácter general que ampliaban el alcance de las anteriores en cuanto a las prohibiciones y límites al cobro de comisiones. Con estas nuevas reglas, se prohibió el cobro de comisiones por retiros de efectivo, consultas de saldo, depósitos en cuenta y pago de créditos, en ventanilla y en cajeros automáticos operados por parte de las instituciones de crédito que llevaran la relación con el cuentahabiente. Sin embargo, no se impuso un límite al monto que se podía cobrar a los usuarios de los cajeros en operaciones interbancarias.

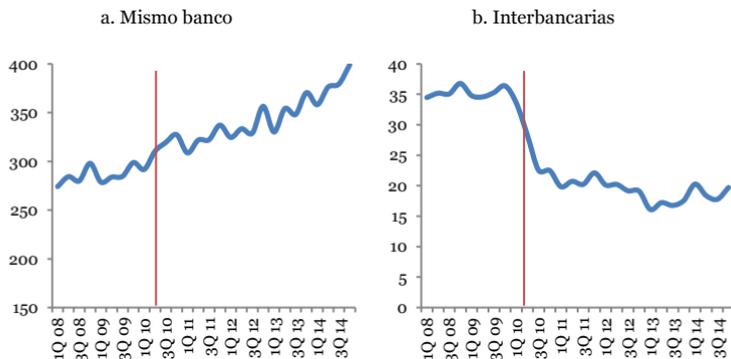
Estos cambios regulatorios tuvieron un impacto en el comportamiento de los usuarios de los cajeros automáticos, ya que se migró de un esquema en el que usualmente se cobraba una *foreign fee* a uno de *surcharge*, con comisiones más altas y un mayor conocimiento de los usuarios sobre los cobros que efectuaban los bancos por realizar transacciones en cajeros fuera de la red del banco donde residía su cuenta.

En la gráfica 2a se observa, por ejemplo, que las operaciones en cajeros automáticos propiedad del banco en el que el usuario tiene su cuenta (mismo banco) llevan al menos seis años de seguir una tendencia a la alza. En contraste, el número de operaciones en cajeros automáticos de otros bancos (interbancarias) se redujo dramáticamente a partir del segundo semestre de 2010; solo en el primer año después de la entrada en vigor del *surcharge* estas operaciones cayeron 41% (ver gráfica 2b). Esto indica que los usuarios de los cajeros reaccionaron ante el nuevo

⁵ DOF, 25 de mayo de 2010, Decreto por el que se reforman, adicional y derogán diversas disposiciones de la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros, de la Ley de Instituciones de Crédito, de la Ley para Regular las Sociedades de Información Crediticia, de la Ley de Transparencia y de Fomento a la Competencia en el Crédito Garantizado, y de la Ley del Banco de México.

esquema tarifario y la mayor transparencia, y concentraron sus operaciones en los cajeros del banco emisor de su tarjeta.

Gráficas 2. Número de operaciones en cajeros automáticos (millones)



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBV y el Banco de México.

Notas: La información es trimestral. Los datos incluyen operaciones con tarjeta de débito y tarjeta de crédito. Sin embargo, para las transacciones "mismo banco", el 99% correspondía a tarjeta de débito en 2014 y, para las transacciones "interbancarias", dicho porcentaje era de 95%.

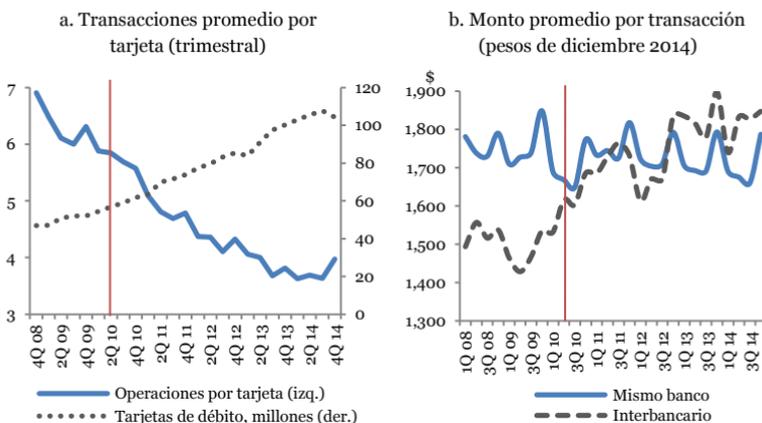
Lo anterior es consistente con lo que Moreno y Zamarripa (2013) documentan. Estos autores realizaron un estudio sobre el efecto del cambio en la política de comisiones que entró en vigor en 2010 para usuarios de dos bancos y concluyeron que las comisiones totales pagadas por los usuarios se incrementaron, en particular las relacionadas con el uso de cajeros de otros bancos. Ante dichos incrementos en comisiones, el número de retiros en cajeros propios subió y en cajeros de otros bancos se redujo. De esta forma, el mercado se segmentó y se generaron ventajas competitivas para los bancos con redes de cajeros automáticos más grandes.

Sin embargo, a pesar de que el número total de transacciones en cajeros automáticos ha venido en aumento, principalmente por el crecimiento de las operaciones mismo banco, hay que señalar que también hubo cambios en la dinámica de uso de los cajeros en términos de las transacciones por cliente y los montos por operación.

En la gráfica 3a se muestra que, en promedio, existe un uso menor de las tarjetas de débito en cajeros automáticos. Esto es, el promedio de transacciones realizadas en el trimestre por tarjeta emitida ha estado cayendo por varios años, a pesar de que el número de tarjetas de débito

se ha duplicado en los últimos cinco años. Solo en el último trimestre de 2014 se aprecia un incremento considerable en el número promedio de transacciones. La gráfica 3b ilustra los cambios en el comportamiento de los usuarios de los cajeros en relación con el valor de la transacción: el monto promedio por operación mismo banco se ha mantenido prácticamente sin cambios, con un crecimiento de 0.6% en términos reales desde el primer semestre de 2010 hasta el mismo periodo de 2014, mientras que el monto promedio para operaciones en cajeros de otros bancos creció 21% en términos reales en ese mismo periodo.

Gráficas 3. Operaciones en cajeros automáticos con tarjeta de débito



Fuente: Elaboración propia con datos de CNBV y Banco de México.

Si bien los cambios en la dinámica de este canal de servicios financieros pueden deberse también a otras razones que se abordarán más adelante, como el uso de canales alternativos para pagos y retiro de dinero en efectivo, lo cierto es que el mercado de cajeros automáticos aún presenta retos que se deben analizar para orientar de mejor manera el diseño de políticas que puedan favorecer el que se cubran las necesidades de los usuarios de servicios bancarios.

III. Factores relacionados con el crecimiento de la red

Cobertura

Cuando se habla de la infraestructura de cajeros automáticos en México, no solamente importa su tamaño y crecimiento, sino también su ubicación, ya que muchas localidades no cuentan con sucursales o servicios bancarios, lo que encarece y dificulta el uso de productos financieros.

A nivel nacional, la cobertura de cajeros automáticos ha mejorado en los últimos seis años, considerando tres indicadores clave: el número de cajeros automáticos por cada 10,000 adultos, el promedio de cajeros automáticos por municipio y el número de municipios que cuentan con al menos un cajero automático (cobertura municipal). El cuadro 3 muestra estos indicadores para tres fechas distintas. Al respecto, la cobertura municipal es todavía baja: en diciembre de 2014, solamente 55% de los municipios contaban con cajeros automáticos. Además, las tasas de crecimiento de estos indicadores disminuyeron desde el 2010: el número de cajeros automáticos creció a una tasa anual compuesta de 13% de 2008 a marzo del 2010, mientras que en el periodo de marzo 2010 a diciembre de 2014 la tasa anual compuesta fue de 4.7%. En cuanto a la cobertura municipal, antes de 2010 se tenían tasas de crecimiento anual de 9.3% y después cayeron a 5.9%.

Cuadro 3. Cobertura de cajeros automáticos

	Dic 2008	Mar 2010	Dic 2014	TACC (2008- 2010)	TACC (2010- 2014)
Cajeros automáticos por cada 10,000 adultos	3.5	4.1	5.1	13.5	4.7
Cajeros automáticos promedio por municipio	12.1	14.1	17.5	13.0	4.7
Cobertura municipal (%)	37.5	41.9	55.0	9.3	5.9

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBV.

Otro problema es que los cajeros automáticos están concentrados en municipios con más de 50,000 habitantes, ya que el 93% de los cajeros se localizan en esos municipios, que corresponden a zonas urbanas, semi-metrópolis y metrópolis. Si bien en dichos municipios también se concentra gran parte de la población (78% de los adultos), la localización

actual de los cajeros automáticos deja a casi 19 millones de adultos con una menor o nula cobertura.

Si se analiza el crecimiento en el número de cajeros automáticos por adulto y por municipio (cuadro 4) de acuerdo con el tamaño del municipio y el número de municipios con cajeros automáticos, se pueden observar marcadas disparidades entre los municipios de más de 50,000 habitantes (urbanos, semi-metrópolis y metrópolis) y el resto⁶. Por ejemplo, los municipios más grandes, que corresponden a 17% del total de municipios, prácticamente tienen una cobertura de cajeros del 100%, es decir, todos los municipios tienen al menos un cajero automático, mientras que los semi-urbanos (30% del total de municipios) alcanzan un 86% de cobertura; los municipios en transición, 44%, y los rurales, solo 9%.

Cuadro 4. Cobertura de cajeros automáticos por tipo de municipio

Tipo de municipio	Cajeros por cada 10,000 adultos			Número de cajeros por municipio			Cobertura municipal (%)*		
	Dic 2008	Mar 2010	Dic 2014	Dic 2008	Mar 2010	Dic 2014	Dic 2008	Mar 2010	Dic 2014
Rural	0.5	0.9	0.7	0.1	0.2	0.1	3.7	4.6	8.5
Transición	1.3	1.1	1.3	0.8	0.7	0.8	19.4	24.7	43.9
Semi urbanos	1.0	1.1	1.7	1.8	2.0	3.3	52.8	60.6	85.5
Urbanos	2.4	3.1	4.2	18.3	23.8	33.0	93.0	95.1	99.7
Semi metrópoli	5.8	6.4	7.8	244.5	271.2	324.8	93.8	100.0	100.0
Metrópoli	4.8	5.6	6.3	515.3	604.0	684.7	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBV.

*La cobertura municipal está definida como el número de municipios con al menos un cajero automático como proporción del total de municipios correspondientes a su clasificación.

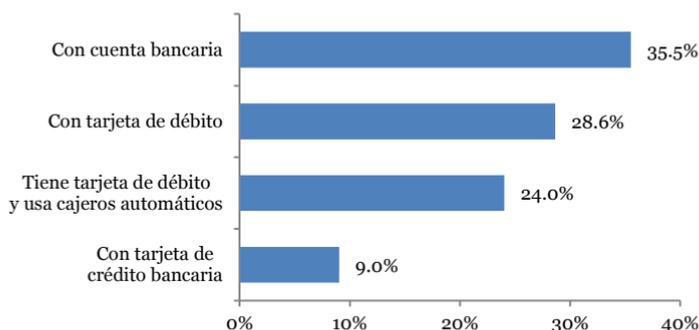
Notas: La clasificación de los municipios se realizó con base en el tamaño de población. Rural corresponde a municipios con menos de 5,000 habitantes; en transición incluye a municipios de entre 5,001 y 15,000 habitantes; semi-urbano, entre 15,001 y 50,000 habitantes; urbano entre 50,001 y 300,000; semi-metrópoli, entre 300,001 y 1 millón de habitantes; y metrópoli, con más de 1 millón de habitantes.

⁶ Esto es consistente con lo que Castellanos et al. (2009) plantean en un estudio sobre los factores de influencia en la localización regional de infraestructura bancaria. Estos autores documentan que existe una mayor cobertura de sucursales bancarias, cajeros automáticos y terminales punto de venta en las regiones más pobladas, con mayores niveles de ingreso y actividad económica.

Debido a que los municipios urbanos, semi-metrópolis y metrópoli tienen una cobertura de cajeros de 100% y ahí habitan el 78% de los adultos del país, los datos anteriores podrían sugerir que una gran cantidad de ellos hacen uso de este canal, pero no es así: el número de usuarios de cajeros automáticos es realmente bajo.

Como se muestra en la gráfica 4, con datos de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2012, se encuentra que solamente el 35.5% de adultos en México tienen alguna cuenta bancaria y no todos ellos cuentan con tarjeta de débito ni utilizan los cajeros automáticos. En realidad, solamente 24% de adultos utilizaron este medio de disposición⁷. Esto representa casi 17 millones de personas, por lo que el potencial para incrementar su uso es enorme. Si el 100% de los que tienen tarjeta de débito utilizaran el cajero, se tendrían más de 3 millones de usuarios adicionales, esto sin contar con que en el futuro el número de adultos con cuentas bancarias también podría ser mayor si más población se bancariza.

Gráfica 4. Bancarización y uso de cajeros automáticos por adultos



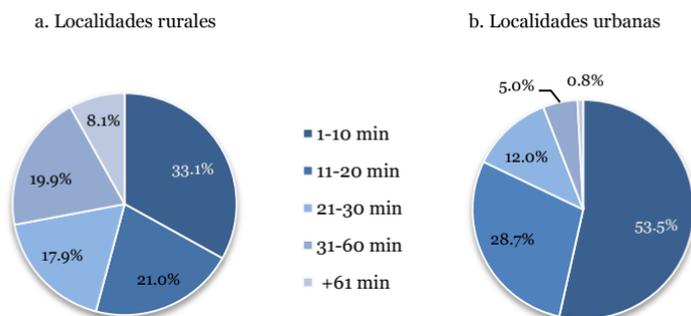
Fuente: Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), 2012.

Algunos de los factores que pueden estar relacionados con el uso de cajeros automáticos y, en general, de los servicios bancarios son el tiempo y el costo de traslado para llegar a ellos y poder utilizarlos, especialmente si se consideran aspectos geográficos y de infraestructura, ya que muchas personas se encuentran en comunidades de difícil acceso y con pocas opciones de transporte.

⁷ Este porcentaje representa el número de adultos que utilizó un cajero automático y que cuenta con una tarjeta de débito asociada a una cuenta bancaria.

A partir de información obtenida de la ENIF, la gráfica 5 muestra la distribución del tiempo que toma a los adultos con tarjeta de débito ir a un cajero automático, tanto en localidades urbanas como en rurales⁸. Para las localidades urbanas, como era de esperarse, el tiempo de traslado es relativamente bajo: alrededor de 82% de los usuarios pueden acceder a un cajero automático en menos de 20 minutos y solo una mínima fracción, 0.8%, tiene que trasladarse por más de 60 minutos para llegar a uno. La situación para las localidades rurales es muy distinta: aunque a la mayoría de los adultos con tarjeta de débito les toma menos de 20 minutos poder llegar a un cajero automático, esta fracción es de solamente 54% de los usuarios. En contraste, 38% de los tarjetahabientes tienen que viajar entre 21 minutos y una hora para llegar a un cajero automático y a un 8% de ellos les toma más de una hora realizar este trayecto.

Gráfica 5. Tiempo que toma ir al cajero automático



Fuente: Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), 2012.

Nota: Incluye adultos que tienen tarjeta de débito.

La situación en cuanto al gasto para llegar a un cajero automático es muy similar y, en términos generales, los usuarios en localidades urbanas gastan menos que los usuarios de localidades rurales.

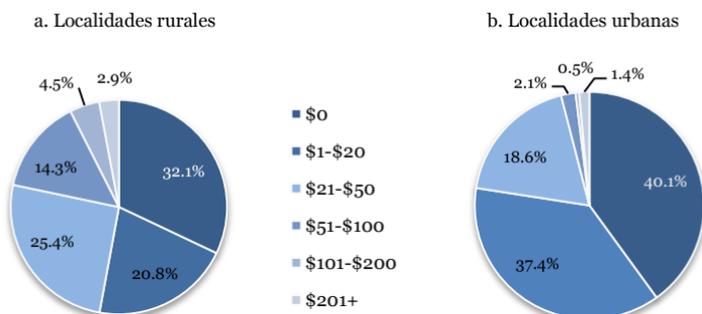
Como se puede apreciar en la gráfica 6, el 78% de los adultos con tarjeta de débito no gastan nada o gastan menos de \$20 pesos para llegar a un cajero automático, mientras que en las localidades rurales este porcentaje es de solamente 53%. Además, 40% de los usuarios de cajeros

⁸ La ENIF define a las localidades urbanas como aquellas que cuentan con 15,000 habitantes y más, y a las rurales como las que tienen menos de 15,000 habitantes.

en localidades rurales tienen que erogar entre \$21 y \$100 pesos para llegar a un cajero automático, y un 7% gasta más de \$100 pesos.

Lo anterior refleja la insuficiente cobertura de los cajeros automáticos, especialmente en comunidades rurales.

Gráfica 6. Gasto para ir al cajero automático



Fuente: Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), 2012.

Nota: Incluye adultos que tienen tarjeta de débito.

Comisiones

Otro de los factores cruciales para el uso de los cajeros automáticos por parte de los tarjetahabientes y para la rentabilidad de los bancos es el tema de las comisiones que se cobran a los usuarios por utilizar cajeros de bancos que no son los emisores de las tarjetas, es decir, el *surcharge*.

Este ha sido un tema muy debatido, pues algunos argumentan que estas comisiones son necesarias para incrementar el tamaño de la red y cubrir los costos operativos de los cajeros automáticos, además de que esto no representa un costo para los clientes del banco que opera el cajero automático, sino para los usuarios externos, que son los menos. Por otro lado, los detractores señalan que estas comisiones causan problemas de competencia y mayor concentración en el mercado, imponiendo así un costo para los consumidores y reduciendo su bienestar.

Chioveanu et al. (2009) y Stavins (2000) son ejemplos del primer grupo, que considera los beneficios de que los bancos puedan cobrar comisiones por el uso de cajeros, ya sea a través del *foreign fee* o del *surcharge*. Chioveanu et al. (2009) encuentran que las comisiones pueden tener efectos positivos en el bienestar cuando sirven para incrementar la disponibilidad de cajeros automáticos. Stavins (2000) argumenta

que es posible que los bancos más grandes cobren más por los servicios financieros, incluyendo el uso de cajeros automáticos, porque ofrecen calidad y conveniencia, lo cual incluye que puedan ampliar la red. Y señala que, si se prohibiera el *surcharge*, se limitarían las opciones de los consumidores y se podría afectar el crecimiento de la red de cajeros automáticos.

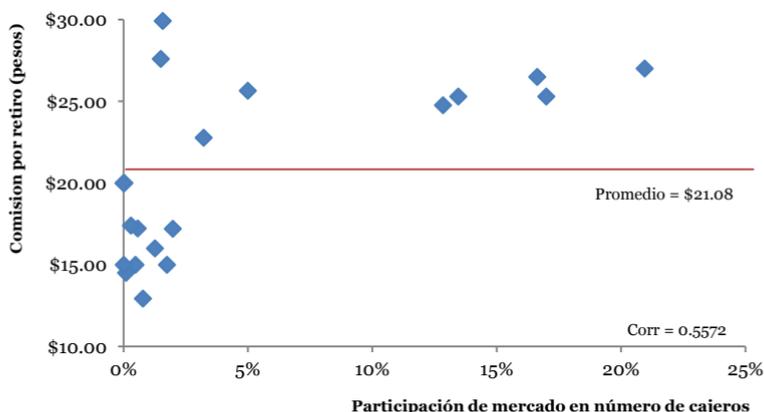
En cuanto al efecto en la concentración de mercado, Massoud y Bernhardt (2002), Massoud et al. (2006), Hannan et al. (2003) y Hannan (2007) estudian la dinámica que se genera cuando los bancos operadores de los cajeros pueden cobrar el *surcharge*. En general, concluyen que sí hay un efecto en la estructura de mercado, ya que aumenta la concentración de depósitos en los bancos más grandes, los cuales además cobran las comisiones más altas, y también puede disminuir el número de competidores. Massoud y Bernhardt (2002) argumentan que los bancos establecen comisiones elevadas para los usuarios no clientes que utilizan sus cajeros con el fin de maximizar sus ingresos por cajeros automáticos, y señalan que los bancos más grandes imponen comisiones por cuenta y por uso de cajeros más altas que los bancos de menor tamaño. Massoud et al. (2006) plantean que las comisiones más altas generan una mayor concentración de depósitos en los bancos grandes, a costa de una menor participación de mercado de los bancos chicos. Hannan et al. (2003) encuentran que la probabilidad de que un banco cobre *surcharge* aumenta con la participación de mercado en cajeros de la institución, pero disminuye conforme aumenta el número de cajeros automáticos en la localidad. Hannan (2007) estudia el efecto de la introducción del *surcharge* en Iowa, E.U., cuyo resultado fue una mayor participación de mercado en cuentas de depósito en los bancos más grandes, una mayor concentración de mercado y un menor número de competidores.

Castellanos (2008) realiza un estudio sobre la relación de la *foreign fee* y el tamaño de la red de cajeros automáticos, y encuentra que, para México, el cobro de esta comisión fue mayor conforme el banco tenía una mayor participación de mercado en cuentas de captación y un menor costo de captación. En otras palabras, los bancos de mayor tamaño eran los que tendían a fijar las *foreign fees* más altas.

En el caso de México, el resultado empírico de la introducción del *surcharge* que se comentó anteriormente parece estar más ligado al segundo argumento del debate sobre el *surcharge*, ya que el crecimiento en el número de cajeros automáticos disminuyó a partir de 2010, por lo que no parece que el cobro de comisiones esté generando incentivos

para que los bancos incrementen su red, pero sí han aumentado los costos para los usuarios.

Gráfica 7. Comisión promedio por retiro y participación de mercado en el número de cajeros



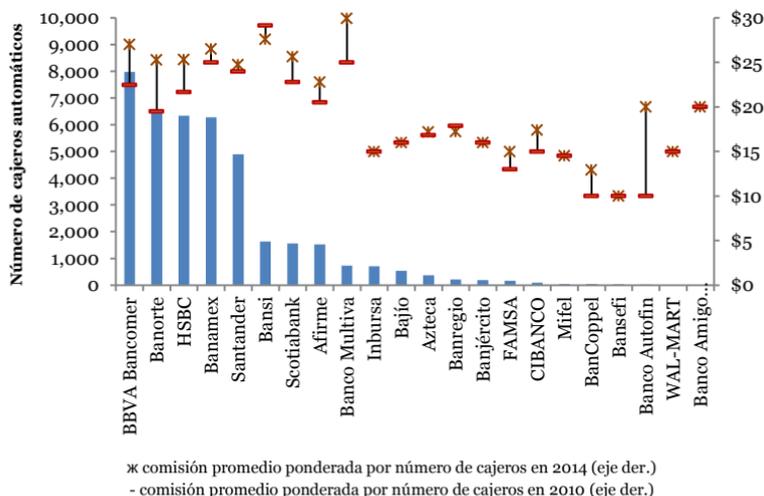
Fuente: Elaboración propia con datos de CONDUSEF y Banco de México.

Nota: Los promedios para cada banco son ponderados por el número de cajeros automáticos para los cuales aplica un cierto monto de comisión. Las comisiones se presentan sin IVA.

La gráfica 7 muestra que la situación en México está en línea con lo que varios autores han señalado sobre el *surcharge* que cobran los bancos y que tiende a ser mayor en los bancos de mayor tamaño. Con datos de 2014, se encuentra una correlación positiva entre la participación de mercado en la red de cajeros automáticos y la comisión promedio ponderada por el número de cajeros de cada banco. En otras palabras, los bancos con el mayor número de cajeros automáticos cobran por encima del promedio de la industria. El promedio de comisiones por retiro en los cajeros automáticos de los seis bancos con la red más amplia (86% de participación de mercado) es de \$25.75 pesos (más IVA), mientras que el promedio de todos los bancos es de \$21.08 pesos (más IVA), esto es, 22% por encima del promedio, con comisiones que van desde \$10 pesos hasta \$40 pesos. También existen algunos bancos que tienen relativamente pocos cajeros, pero cobran comisiones altas. Algunos de los bancos en este grupo han optado por estrategias para ampliar su red de cajeros e instalarlos en lugares de alto tránsito y baja elasticidad de la demanda, tales como hospitales, casinos, centros nocturnos y aeropuertos, entre otros, al tiempo que, en ciertos casos, han hecho una marcada

diferenciación de precios para diferentes ubicaciones de los cajeros automáticos.

Gráfica 8. Cambios en la comisión promedio ponderada por número de cajeros, para transacciones de retiro de efectivo



Fuente: Elaboración propia con datos de CONDUSEF y Banco de México.

Nota: Las comisiones se presentan sin IVA.

Cuando entró en vigor la nueva regulación sobre las comisiones en cajeros automáticos, los bancos establecieron una comisión única o diversas comisiones, que podían variar dependiendo de la ubicación o complejidad de operación de los cajeros automáticos. El sobrecargo o *surcharge* que los bancos empezaron a cobrar estaba en todos los casos por encima de la cuota de intercambio que se tenía anteriormente, que era de \$7.25 pesos. Siete de los 22 bancos que operan cajeros automáticos no han modificado sus comisiones desde 2010. Otros han aplicado incrementos menores y algunos más incluso han reducido su comisión promedio ponderada por número de cajeros. Lo anterior es posible cuando incrementan el número de cajeros con la comisión más baja o reducen el número de cajeros con las comisiones más altas. Sin embargo, también existen bancos que han incrementado substancialmente sus comisiones. Por ejemplo, los tres bancos con el mayor número de cajeros incrementaron sus comisiones promedio ponderadas en más de 20% entre agosto de 2010 y diciembre de 2014, mientras que el incremento promedio de comisiones de todos los bancos fue 12.4% (ver gráfica 8).

La Comisión Federal de Competencia Económica (2014), en el estudio que realizó sobre la competencia en el sistema financiero, emitió una serie de recomendaciones para fomentar un mayor dinamismo en el sistema de cajeros automáticos, principalmente encaminadas a incrementar el uso interbancario de cajeros. En particular, recomiendan “garantizar el acceso a la infraestructura de cajeros automáticos en condiciones no discriminatorias, con cargos de acceso entre bancos que estén basados en costos incrementales de largo plazo y promover esquemas tarifarios que reduzcan el diferencial de cobros a los usuarios entre cajeros de diferentes bancos.” Para lograr lo anterior recomiendan, entre otras cosas, cambiar el esquema tarifario actual por un esquema de no cobro mutuo entre bancos hasta cierto nivel y eliminar el *surcharge*.

Factores asociados al uso de cajeros automáticos

La informalidad, el nivel educativo, el ingreso, la experiencia de los usuarios con los servicios financieros, entre otros factores, son elementos importantes que pueden influir en el uso de los cajeros automáticos.

El estatus de informalidad del empleo es uno de los factores que, en general, se han identificado como una barrera para lograr un mayor acceso a servicios financieros, especialmente en lo que se refiere al crédito, porque la falta de comprobantes de ingresos dificulta que las instituciones realicen una adecuada valoración del cliente, en cuanto a su estabilidad y a la probabilidad de repago del financiamiento. En el caso de las cuentas de depósito, y en particular del uso de cajeros automáticos, el argumento puede resultar menos obvio. Sin embargo, la pertenencia al sector formal o al sector informal también puede influir en la decisión de incorporarse al sistema bancario. Muchos trabajadores del sector informal no acuden a abrir una cuenta en un banco o en alguna otra institución regulada y autorizada, por diversas razones, entre las que se pueden incluir el temor a la fiscalización, un nivel de ingreso bajo y la inestabilidad e incertidumbre de los ingresos. Al final, los individuos toman decisiones basados en un análisis de costo-beneficio, y en algunas circunstancias, los trabajadores del sector informal podrían valorar más el permanecer en el anonimato y utilizar medios de ahorro y crédito fuera del sistema financiero, que el incorporarse a un sistema formal y estructurado en el que les solicitarían, como mínimo, datos de identificación y en el que incurrirían en algunos costos, como el pago de comisiones de diversa índole.

Utilizando datos de la ENIF 2012, se construyó un modelo económico para estimar la probabilidad de que los clientes de instituciones bancarias que poseen tarjeta de débito utilicen los cajeros automáticos. En el modelo se incluyeron algunas variables que pudieran estar relacionadas con el uso de cajeros automáticos, tales como características sociodemográficas de los clientes, uso de otros servicios bancarios y tenencia de tarjeta de nómina. En las características sociodemográficas se incluyeron el nivel educativo, la edad, el sexo (variable categórica que toma el valor de 1 si es hombre), el ingreso (medido en 6 niveles o rangos) y la localidad de residencia (variable categórica que toma el valor de 1 si la localidad es urbana y de 0 si es rural) y características del empleo. Con respecto a esta última variable, se construyó una variable categórica con valor de 1 cuando el empleo pertenece al sector formal y de 0 en caso contrario. Para los servicios bancarios se utilizaron variables categóricas con valor de 1 si la respuesta es afirmativa para tres opciones (contrato de banca por Internet, contrato de banca por celular y uso de tarjeta de débito en comercios) y de 0 en otro caso. Finalmente, se incluyó una variable categórica para los casos afirmativos en los que el individuo cuenta con tarjeta de nómina.

Se probaron cuatro modelos logit con “uso de cajeros automáticos” como la variable dependiente, que toma el valor de 1 cuando el tarjetahabiente utilizó los cajeros automáticos, y el valor de 0 en el caso contrario. Las estimaciones incluyen errores estándar robustos en cluster para las unidades primarias de medición definidas en la propia encuesta. Los efectos marginales resultado de las regresiones se presentan en el cuadro 5.

En el primer modelo se encuentra que un empleo formal, el nivel educativo, que el usuario sea hombre, el uso de la tarjeta de débito para pagos en comercios y que se encuentre en una localidad urbana tienen una relación positiva con el uso de cajeros automáticos. El coeficiente de mayor impacto en la probabilidad de uso de cajeros automáticos es el empleo formal. En el modelo 2 se incluyó el rango de ingreso reportado, el cual no está disponible para todas las observaciones que se consideraron inicialmente, por lo que el tamaño de muestra se reduce. Sin embargo, los resultados del modelo anterior para la mayoría de las variables se mantienen, salvo por la localidad urbana y la edad y, además, se encuentra una relación positiva del ingreso con el uso de cajeros automáticos.

Cuadro 5. Factores relacionados con el uso de cajeros automáticos (Efectos marginales)

Variable dependiente: Uso de cajeros automáticos (1=sí; 0=no)				
	(1)	(2)	(3)	(4)
Nivel educativo	0.0201***	0.0116**	0.0155***	0.0085*
Edad	-0.0006	-0.0017**	-0.0016**	-0.0011
Sexo	0.0571***	0.0428**	0.0376**	0.0367*
Ingreso		0.0233***		0.0147**
Localidad urbana	0.0488***	0.0311	0.0074	0.0002
Empleo formal	0.1220***	0.1270***	0.0454**	0.0355*
Banca por internet	0.0515	0.0127	0.0683**	0.0299
Banca por celular	-0.0101	-0.0167	0.0042	-0.0085
Uso de TDD en comercios	0.1190***	0.1000***	0.1030***	0.0755***
Tarjeta de nómina			0.1970***	0.1920***
N	20,153,178	16,405,174	20,153,178	16,405,174
Prueba Wald de significancia	178.0***	131.9***	219.1***	165.4***
Pseudo R2	0.181	0.172	0.270	0.290

Notas: La estimación incluye errores estándar robustos en cluster para las unidades primarias de medición. TDD significa tarjeta de débito. Significancia: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

Los resultados anteriores indican que, entre más años de educación tienen los adultos, es más probable que utilicen los cajeros automáticos. Los jóvenes, por otra parte, son más propensos al uso de cajeros que los adultos mayores. En cuanto al género, es más probable que los hombres usen los cajeros automáticos que las mujeres. Las personas que laboran en el sector formal tienen más probabilidades de ser usuarios de cajeros automáticos. Este argumento se fortalece si consideramos que, en su mayoría, los sueldos y salarios en el sector formal se pagan a través de transferencias electrónicas a las cuentas bancarias de los empleados y, en particular, a sus cuentas de nómina. Por esta razón, en los modelos 3 y 4 se incluye esta variable. En cuanto al uso de otros servicios bancarios, para los cuales no se espera un signo a priori, ya que podrían ser una especie de sustitutos o complementos del uso de cajeros automáticos, se encuentra que el uso de banca por celular no tiene una relación significativa con el uso de cajeros, y solamente en uno de los modelos se encontró que el uso de la banca por internet tiene una relación positiva y significativa con el uso de cajeros. Sin embargo, se identificó una relación positiva, y consistente en todos los modelos, con el uso de tarjetas

de débito para el pago en comercios, es decir, para el uso de TPV. Esto es, las personas que usan TPV incrementan las probabilidades de utilizar también cajeros automáticos. Esta relación puede estar explicada por el hecho de que, una vez que cuentan con una tarjeta de débito, los individuos pueden utilizarla en cualquiera de estos dos canales, ya que en diversas circunstancias se tendrá la preferencia o la necesidad de pagar directamente con la tarjeta de débito en TPV y, en otras circunstancias, se utilizará el cajero automático para retirar recursos, dado que en la economía circula aún mucho dinero en efectivo. En cuanto al ingreso, su relación positiva y significativa indica que, a mayor ingreso, mayores probabilidades de uso de los cajeros automáticos.

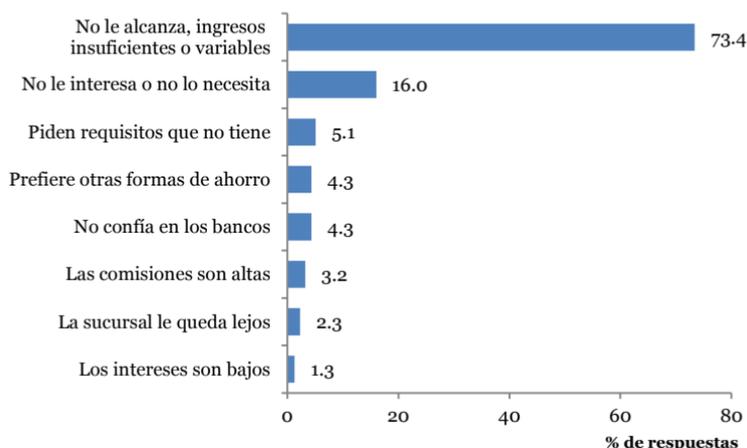
Los modelos 3 y 4 incluyen la variable categórica para la tarjeta de nómina. Los resultados revelan que la tenencia de tarjeta de nómina, la cual está relacionada con el empleo formal, tiene una relación positiva y significativa con el uso de los cajeros automáticos. Este resultado es esperado, pues es bien sabido que muchas personas que reciben el pago de su sueldo en una cuenta de nómina, acuden a hacer retiros en cuanto reciben el depósito, y cubren sus gastos con pagos en efectivo. Sin embargo, aun controlando por esta variable que tiene un fuerte efecto marginal, los resultados de las variables más relevantes se mantienen, aunque algunas con menor significancia.

Percepciones y preferencias

Además de los factores descritos anteriormente y que constituyen elementos susceptibles de cuantificarse, como la falta de cajeros automáticos en ciertos municipios; la distancia, el tiempo y el costo para llegar a un cajero; el cobro de comisiones por su uso, y las características socio-demográficas de los usuarios, existen factores de percepción y de preferencias que pueden afectar el uso de los cajeros automáticos y, en general, de los servicios bancarios.

En este sentido, es primordial poner en contexto las razones por las cuales muchos adultos en México no mantienen una cuenta bancaria, lo que influye en el uso de cajeros automáticos. Como se mencionó anteriormente, 35.5% de los adultos en México tienen una cuenta bancaria. Por lo anterior, resulta importante conocer las barreras a las que se enfrenta el restante 64.5% de los adultos, quienes ahorran a través de medios informales o no ahorran.

Gráfica 9. Razones para no contar con cuentas bancarias



Fuente: Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), 2012.

Nota: Los porcentajes no suman 100% porque los encuestados podían mencionar más de una opción.

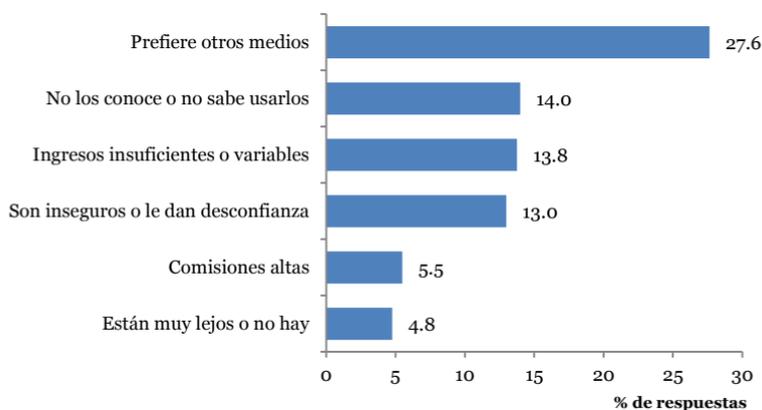
La gráfica 9 muestra que la principal barrera es el ingreso, ya sea porque es bajo o porque es variable; en este último caso, por ejemplo derivado de empleos eventuales, por horas, y/o en el sector informal. En cuanto a las respuestas más relacionadas con percepciones y preferencias, como son: “no le interesa o no lo necesita”, “prefiere otras formas de ahorro” y “no confía en los bancos”, los porcentajes de mención quedan muy por debajo de la respuesta relacionada con el ingreso. Finalmente, las comisiones, la distancia y los rendimientos son las barreras menos importantes para la bancarización, al menos desde el punto de vista de los usuarios potenciales.

De forma paralela, cuando se les pregunta a los individuos las razones por las cuales no utilizan los cajeros automáticos, la respuesta predominante, con 80% de mención, es que no tienen una cuenta o tarjeta.

Ahora bien, considerando a los individuos ya bancarizados que cuentan con una tarjeta de débito, se encuentra que un 16% no utiliza los cajeros automáticos. Las barreras que se mencionan para este grupo de no usuarios se ilustran en la gráfica 10. La principal razón para no utilizarlos es que prefieren otros medios, los cuales podrían ser las sucursales, TPV, corresponsales o medios electrónicos, como banca por Internet o banca móvil. En segundo lugar, se presenta un tema de educación financiera, en relación con la respuesta “no los conoce o no sabe usar-

los”. En este caso, lo más probable es que utilicen las sucursales bancarias. En tercer lugar, se menciona la falta de ingresos suficientes o estables, lo cual puede estar asociado al estatus de informalidad en el trabajo y al nivel de ingresos que se analizó anteriormente. Le sigue la percepción de que son inseguros o le dan desconfianza, lo cual puede ser un factor muy importante relacionado con la ubicación de los cajeros automáticos, o bien, una cuestión también relacionada con la falta de educación financiera. En último lugar, se mencionan las comisiones altas y la falta de acceso a los cajeros por la distancia a la que se encuentran. Sobre las comisiones, es posible que éstas no se perciban como altas porque los retiros en cajeros del mismo banco, que son la mayoría de las operaciones, no tienen costo.

Gráfica 10. Razones para no utilizar cajeros automáticos



Fuente: Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), 2012.

Nota: Los porcentajes no suman 100% porque los encuestados podían mencionar más de una opción. Incluye solamente a los adultos que cuentan con una tarjeta de débito bancaria.

A manera de resumen, el ingreso y los factores de percepción y preferencias, el desconocimiento de su uso y la desconfianza representan barreras importantes para un mayor uso de los cajeros automáticos, por lo que se deben continuar los esfuerzos para mejorar la educación financiera. Sin embargo, el primer paso para incrementar el uso de los cajeros automáticos debe ser procurar que existan más personas con cuentas de ahorro y de depósito en el sector financiero formal.

IV. Uso de otros canales de servicios financieros

En esta sección se analiza el desarrollo de otros medios a través de los cuales los usuarios de servicios financieros pueden obtener dinero en efectivo o realizar pagos, con el fin de inferir *grosso modo* si el bajo crecimiento en la infraestructura y en el uso de los cajeros automáticos pudiera estar de alguna manera influenciado por las preferencias de los usuarios por canales alternativos. Para esto se consideran solo aquellos medios de disposición o de pago que representan cierta conveniencia y que, de alguna manera, sustituyen a los cajeros automáticos; es decir, se excluye el análisis de sucursales bancarias y se estudia el uso de TPV, de correspondientes y de transferencias electrónicas.

Terminales punto de venta

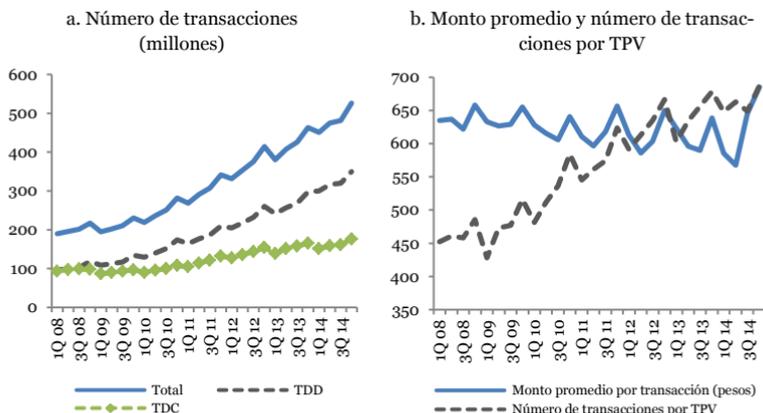
En países desarrollados y en algunos emergentes, el uso del efectivo es cada vez menor, por lo que los pagos con tarjeta por medio de las TPV es una práctica ampliamente aceptada. Como se mencionó en la primera sección, México todavía tiene una baja penetración de este medio de pago que, si bien es conveniente, también implica un costo para los comercios. Además, muchas personas se rehúsan a utilizar las terminales punto de venta, especialmente cuando se trata de tarjetas de débito, ya sea porque prefieren pagar en efectivo o porque sienten desconfianza⁹. Sin embargo, aunque el crecimiento en el número de terminales es moderado, su uso va en aumento.

Las gráficas 11a y 11b muestran la tendencia que presenta el uso de TPV, tanto en número de transacciones como en monto promedio. El número de transacciones totales en TPV (gráfica 11a) ha tenido un crecimiento considerable en los últimos seis años, al incrementarse 2.3 veces el número de transacciones que ocurrían en 2008. Más interesante aún es el hecho de que el volumen de pagos con tarjeta de débito creció más que el de pagos con tarjeta de crédito (3 veces vs. 1.6 veces) y actualmente los primeros representan el 66% de las transacciones hechas a través de este medio. Cabe destacar que el incremento en estas operaciones se aceleró a partir de 2010. La gráfica 11b ilustra que el número de

⁹ De acuerdo con la ENIF 2012, 68% de las personas que declaran no utilizar su tarjeta de débito para hacer compras dan como razón la preferencia por pagar en efectivo; la segunda mención se refiere a "otros", con un 16%, y luego le sigue el tener desconfianza, con 11% de las menciones.

transacciones en cada TPV instalada también se ha incrementado desde 2008, con un crecimiento de casi 40% en seis años (y mayores tasas de crecimiento a partir de 2010), mientras que el monto promedio por operación se ha mantenido estable.

Gráficas 11. Transacciones en TPV



Fuente: Elaboración propia con datos de CNBV y Banco de México.

Nota: Información trimestral. TDD significa tarjeta de débito y TDC significa tarjeta de crédito.

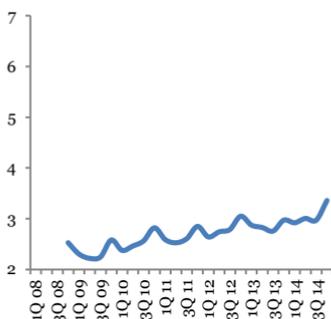
El aumento en el volumen de transacciones puede explicarse por tres fuentes: un mayor número de tarjetas, un mayor número de transacciones por tarjeta, o una combinación de ambas. Cuando analizamos el uso de las TPV por tarjeta emitida (gráficas 12a y 12b), se observan diferencias en el uso de las tarjetas de débito y las tarjetas de crédito. El número de transacciones en TPV por tarjeta de débito, como un indicador aproximado de las operaciones por cliente, se ha mantenido estable en los últimos seis años. Por otro lado, los pagos en TPV por tarjeta de crédito emitida han subido considerablemente y casi se duplicaron en seis años. Lo anterior sugiere que los dueños de tarjetas de crédito utilizan más intensivamente las TPV, mientras que los dueños de tarjetas de débito, si bien realizan pagos en TPV con su tarjeta, es posible que la utilicen con mayor frecuencia para efectuar retiros en cajeros automáticos. Además, también es muy probable que si alguien posee una tarjeta de crédito también tenga una tarjeta de débito, pero prefiera pagar con la de crédito.

En suma, el número de transacciones de TPV en el sistema se ha incrementado, en gran parte porque ha aumentado el número de perso-

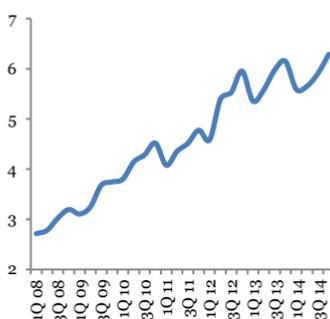
nas que poseen una tarjeta de débito, aunque a nivel individual, en promedio, no parece haber un uso más intensivo de la tarjeta de débito para hacer pagos a través de TPV en los comercios¹⁰.

Gráficas 12. Transacciones en TPV por tarjeta emitida

a. Por tarjeta de débito



b. Por tarjeta de crédito



Fuente: Elaboración propia con datos de CNBV y Banco de México.

Nota: Información trimestral. El número de operaciones en TPV para tarjeta de débito y de crédito se obtuvo dividiendo el número de transacciones en TPV con tarjeta de débito entre el número de tarjetas de débito emitidas, y dividiendo el número de transacciones en TPV con tarjeta de crédito entre el número de tarjetas de crédito.

Comisionistas o corresponsales bancarios

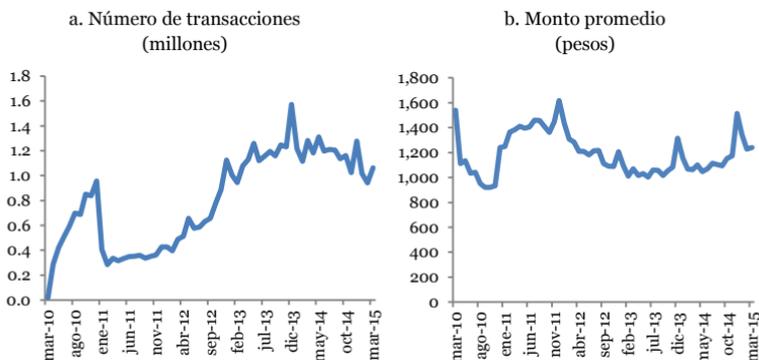
Los corresponsales o comisionistas bancarios son una figura que se creó en 2010 para acercar los servicios bancarios a las personas sin instalar nueva infraestructura, como sucursales o cajeros electrónicos, sino aprovechando la ubicación de diversos comercios (como las tiendas de conveniencia) y proveedores de servicios (como Telecomm), especialmente en lugares alejados en los que no existen puntos de contacto bancarios.

Desde entonces, los convenios con comercios para establecer corresponsalías han ido a la alza. Estos puntos de contacto con los clientes para llevar a cabo operaciones de bajo valor han sido un éxito, no solo en zonas rurales sino también en zonas urbanas.

¹⁰ Entre el 1er trimestre de 2010 y el 1er trimestre de 2014, el número de tarjetas de débito creció 90%, mientras que las tarjetas de crédito lo hicieron a razón de 15% en el mismo periodo.

Como se puede apreciar en la gráfica 13a, el número de operaciones de retiro de efectivo que se llevan a cabo a través de comisionistas ha venido en aumento desde principios de 2011. Si bien el número de transacciones todavía es bajo comparado con las que se efectúan en cajeros automáticos o TPV, y seguramente en sucursales, el incremento ha sido considerable. En cuanto al monto promedio de retiro, éste es menor que el monto promedio por transacción en cajeros automáticos, en aproximadamente 30%: en el último trimestre de 2014, el monto promedio de retiros en comisionistas fue de \$1,280 pesos, mientras que el monto promedio de operaciones en cajeros automáticos fue de \$1,878 pesos.

Gráficas 13. Operaciones de retiro de efectivo en comisionistas



Fuente: elaboración propia con datos de CNBV.

Nota: información mensual.

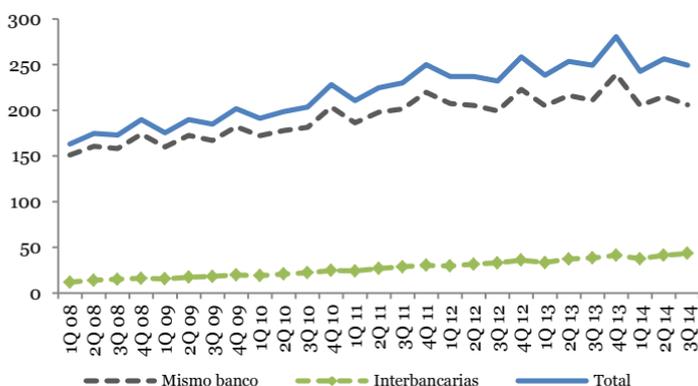
Cabe destacar que los comisionistas ofrecen diversos servicios bancarios al público además de los retiros de efectivo, por ejemplo, recepción de pago de servicios, recepción de depósitos, pago de créditos, pago de cheques y apertura de cuentas. En 2014, el retiro de efectivo correspondía solamente al 11% del total de operaciones en comisionistas.

Por lo tanto, aun cuando el número de retiros de efectivo en comisionistas es relativamente bajo, es muy posible que para muchas personas, especialmente cuando no cuentan con un cajero automático cercano, los comisionistas sean una buena alternativa para tener acceso a servicios bancarios.

Transferencias bancarias

En los últimos seis años se ha observado un crecimiento de 49% en las transferencias bancarias, a través de banca electrónica, banca por internet y por teléfono, como un medio de pago o de movimientos entre cuentas, propias o ajenas. El medio más utilizado para dichas transferencias es la banca por internet: el 71% de las transferencias bancarias se realizan por este canal. Aunque la mayoría de las transferencias bancarias corresponden a movimientos entre cuentas del mismo banco (85%), el crecimiento de las operaciones interbancarias entre el primer trimestre de 2008 y el tercer trimestre de 2014 ha sido mayor (266%) que el de las operaciones entre cuentas del mismo banco (36%).

Gráfica 14. Transferencias bancarias (millones)



Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México.

Notas: se refiere a operaciones en un trimestre. Incluye transferencias por banca electrónica, banca por internet y por teléfono. Las operaciones interbancarias incluyen órdenes de pago TEF y SPEI, y pagos de tarjetas de crédito de otros bancos.

Dadas las tendencias internacionales y el uso cada vez más extendido del Internet, se esperaría que esta trayectoria continúe en el futuro y que, con un uso más intensivo de los medios electrónicos, se sustituya, al menos en parte, el uso del efectivo.

V. Conclusiones

La red de cajeros automáticos en México es pequeña respecto del tamaño de su economía y, de acuerdo con algunos de los criterios analizados en este documento, insuficiente para atender las necesidades de servicios financieros que requieren los usuarios. Además, si bien cada vez cobran mayor importancia otros canales de servicios financieros para realizar pagos y otras transacciones, la penetración de dichos canales es aún baja y el uso de dinero en efectivo es todavía importante en nuestro país, por lo cual los cajeros automáticos constituyen un punto de contacto esencial para que las personas puedan realizar parte de las transacciones bancarias que requieren.

Sin embargo, el problema de este mercado es multidimensional, por lo que se deben atender diversos aspectos tanto desde el punto de vista de los oferentes de los servicios financieros, que son los bancos, como desde el punto de vista de los usuarios. En este tipo de mercados, en el que se generan efectos de redes, es importante impulsar políticas que consideren ambos lados.

Por una parte, se requiere revisar la estructura de comisiones de los bancos para determinar si la regulación actual y el nivel de comisiones que prevalece es el adecuado para incentivar el crecimiento de la red de cajeros.

Por otra, es de vital importancia seguir apoyando las políticas que busquen incluir a más usuarios al sistema financiero, a los cuales se les pueda ofrecer una variedad de productos y servicios que les permita tomar mejores decisiones sobre el manejo de sus recursos. Esto va de la mano también con la educación financiera, para fomentar un mejor y mayor uso de los servicios financieros tanto por parte de los clientes que se van incorporando al sistema financiero como de los existentes.

Finalmente, también se deben seguir buscando alternativas de productos y canales que hagan más eficiente y menos costoso el acceso a los servicios financieros para las personas. Por ejemplo, impulsar los medios electrónicos puede ser una solución para acercar a aquellas personas que enfrentan problemas de distancia y costo para acceder a puntos de contacto con los bancos, los cuales pueden ir desde algo relativamente simple, como el uso de las TPV hasta el uso de la banca electrónica, pasando por los esquemas de pagos móviles.

Bibliografía

- Banco de México, Circular 24/2009, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de octubre de 2009.
- Banco de México, Circular 22/2010, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 26 de julio de 2010.
- Bank for International Settlements. Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries – Figures for 2013.
- Castellanos, V.C., 2008, Comisiones en cajeros automáticos y su relación con el tamaño de la red en México, *Monetaria*, Ene-Mar, 57-92.
- Castellanos, S.G., V.C. Castellanos y B.N. Flores, 2009, Factores de influencia en la localización regional de infraestructura bancaria, *Economía Mexicana Nueva Época*, Vol. XVIII, No. 2, 283-330.
- Chioveanu, I., R. Fauli-Oller, J. Sandonis y J. Santamaria, 2009, ATM surcharges: Effects on deployment and welfare, *Journal of Industrial Economics*, Vol. LVII, No. 3, 613-635.
- Comisión Federal de Competencia Económica, 2014, Trabajo de investigación y recomendaciones sobre las condiciones de competencia del sector financiero, Julio.
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2012, Encuesta Nacional de Inclusión Financiera.
- Hannan, T.H., E.K. Kiser, R.A. Prager, y J.J. McAndrews, 2003, To surcharge or not to surcharge: An empirical investigation of ATM pricing, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 85, No. 4, 990-1002.
- Hannan, T.H., 2007, ATM surcharge bans and bank market structure: The case of Iowa and its neighbors, *Journal of Banking and Finance*, Vol. 31, 1061-1082.
- Massoud, N. y D. Bernhardt, 2002, “Rip-Off” ATM surcharges, the *RAND Journal of Economics*, Vol. 33, No. 1, 96-115.
- Massoud, N., A. Saunders y B. Scholnick, 2006, The impact of ATM surcharges on large versus small banks: Is there a switching effect?, *The Journal of Business*, Vol. 79, No. 4, 2099-2125.
- Moreno, J.O. y G. Zamarripa, 2013, Redes de cajeros automáticos bancarios y la estructura de comisiones por conexión: un análisis de transaccionalidad para México. Fundación de Estudios Financieros, A.C.
- Stavins, J., 2000, ATM Fees: Does bank size matter?, *New England Economic Review*, January/February, 1-24.