

**PROGRAMA DE APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS GENERALES  
PARA LOS MERCADOS DE REMESAS  
DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

**El mercado de remesas  
nacionales en México:  
oportunidades y retos**

2012





PROGRAMA DE APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS GENERALES  
PARA LOS MERCADOS DE REMESAS DE AMÉRICA LATINA  
Y EL CARIBE



PROGRAMA DE APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS GENERALES  
PARA LOS MERCADOS DE REMESAS DE AMÉRICA LATINA  
Y EL CARIBE

*El mercado de remesas  
nacionales en México:  
oportunidades y retos*

2012

CENTRO DE ESTUDIOS MONETARIOS LATINOAMERICANOS  
COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES  
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES DEL  
BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO  
BANCO MUNDIAL

Primera edición en español, 2012  
Publicado también en inglés

Derechos exclusivos en español reservados conforme a la ley  
© Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos, 2012  
Durango 54, México D. F., 06700  
ISBN 978-607-7734-41-3  
Impreso y hecho en México

Este documento fue desarrollado por un grupo de trabajo integrado por Natasha Bajuk del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Carlo Corazza del Banco Mundial, Carlos López-Moctezuma y Alejandro Cortés de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México, Jesús Cervantes y Paloma Monroy del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA) y Manuel Orozco. Manuel Orozco tuvo un papel muy importante en el diseño de la logística del estudio, en el levantamiento de las encuestas y escribió una primera versión del documento. Por su parte, Jesús Cervantes fue responsable de la revisión general del contenido del documento y de su versión final. Asimismo, Anahí Rodríguez del CEMLA trabajó en las gráficas y cuadros del documento.

---

Las opiniones y conclusiones expresadas en este documento son responsabilidad exclusiva de los autores y no necesariamente reflejan la política del CEMLA; el FOMIN, miembro del Grupo BID; el Banco Mundial o la CNBV de México. Asimismo, todos los errores de omisión y de interpretación son de los autores.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	2
1. EL MERCADO DE REMESAS NACIONALES EN MÉXICO: CONTEXTO Y DEFINICIONES	5
1.1 La migración interna mexicana: tamaño potencial de la demanda por remesas nacionales	6
1.2 Remesas nacionales: tamaño del mercado y su distribución geográfica	10
1.2.1 Tamaño del mercado	10
1.2.2 Distribución	11
1.3 Proveedores de servicios de remesas nacionales: tamaño de la oferta	13
1.4 Costos de los envíos	14
2. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS REMITENTES DE REMESAS NACIONALES	16
2.1 Encuesta cuantitativa en remitentes de remesas nacionales: aspectos metodológicos	16
2.2 Encuesta cualitativa a los remitentes de remesas: metodología	16
2.3 Características de los remitentes y de envío de remesas nacionales	17
2.3.1 Aspectos sociodemográficos y económicos	17
2.3.2 Características del envío de remesas nacionales Método de envío	23
Costo promedio por envío y la calidad del servicio	25
2.3.3 Los emisores de remesas nacionales y su vinculación con el sistema financiero	26
Tarjetas de débito, crédito y prepago	29
Ahorro e inversión	30
Prácticas y métodos de pago	31

2.3.4	Los emisores de remesas y el uso de la tecnología y la banca móvil	33
	Índice de uso de tecnología	35
2.4	Aspectos sociodemográficos del remitente de remesas y su acceso a las finanzas	36
2.4.1	Giros y pagos	36
2.4.2	Finanzas y uso de la tecnología	39
2.4.3	Cambio de método de envío de remesas nacionales y variables financieras	39
3.	BANCOS COMERCIALES: POSICIONAMIENTO EN LA INDUSTRIA DE REMESAS NACIONALES	41
3.1	Productos y servicios ofrecidos	43
3.2	Oferta cruzada	43
3.3	Marco legal	44
3.4	Sistemas informáticos	44
3.5	Tecnología	44
4.	BARRERAS Y RETOS DE LA INDUSTRIA	46
5.	ALGUNAS RECOMENDACIONES QUE PUEDEN CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL MERCADO FORMAL DE REMESAS NACIONALES	49
	APÉNDICE I: RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE REMITENTES DE REMESAS NACIONALES EN MÉXICO	52
	APÉNDICE II: CUESTIONARIO APLICADO A LOS ACTORES DE LA INDUSTRIA DE REMESAS NACIONALES	67

### **Lista de cuadros**

Cuadro 1.	Principales aspectos del entorno de las transferencias de dinero	3
Cuadro 2.	Migración interna en México	8
Cuadro 3.	Ejercicio de estimación del tamaño potencial del mercado de remesas nacionales	11
Cuadro 4.	Principales corredores de remesas nacionales en México	12
Cuadro 5.	Distribución de las muestras por estado	17
Cuadro 6.	Características sociodemográficas y económicas de los emisores de remesas nacionales	18
Cuadro 7.	Razones por las cuales los familiares podrían emigrar de su lugar de origen	20
Cuadro 8.	Algunas características del envío de remesas nacionales	22

Cuadro 9. Posibilidades de acceso financiero	27
Cuadro 10. Tipo de entidad que utiliza	28
Cuadro 11. Tipos de productos financieros con que cuenta	28
Cuadro 12. Otro tipo de tarjetas	30
Cuadro 13. Tipos de pagos y métodos utilizados por los remitentes de remesas nacionales	32
Cuadro 14. Método de pago de los remitentes de remesas nacionales	33
Cuadro 15. Perfil del remitente de remesas nacionales según su uso de tecnología	37
Cuadro 16. Género y características de los envíos	38
Cuadro 17. Estado civil y características de los envíos	38
Cuadro 18. Uso de internet y frecuencia de los envíos de remesas nacionales	38
Cuadro 19. Frecuencia de los envíos de remesas nacionales y el uso de internet	39
Cuadro 20. Frecuencia de los envíos de remesas nacionales y el uso de celular	39
Cuadro 21. Perfil de los emisores de remesas nacionales según su uso de tecnología	40
Cuadro 22. Interés en otros métodos de envío de remesas nacionales	40
Cuadro 23. Principales retos en el mercado de remesas nacionales	45

### **Lista de gráficas**

Gráfica 1. Monto enviado de remesas nacionales	19
Gráfica 2. Ingreso mensual de los remitentes de remesas nacionales	20
Gráfica 3. Frecuencia de envío de remesas nacionales	21
Gráfica 4. Beneficiarios de las remesas	21
Gráfica 5. Método seleccionado para el envío de remesas nacionales	23
Gráfica 6. Costo de los envíos de remesas nacionales	24
Gráfica 7. Nivel de satisfacción con la empresa proveedora del servicio de remesas nacionales	26
Gráfica 8. Personas que cuentan con tarjeta	29
Gráfica 9. Razones para ahorrar	31
Gráfica 10. Remitentes de remesas nacionales que usan internet según la frecuencia de su uso	33
Gráfica 11. Remitentes de remesas nacionales que usan internet para efectuar compras o para transacciones bancarias	34
Gráfica 12. Remitentes de remesas nacionales que utilizan el celular para otras funciones	35
Gráfica 13. Posicionamiento de la industria	48



## INTRODUCCIÓN

**E**ste informe contiene un análisis sobre el mercado de remesas nacionales en México que persigue, entre otros, los siguientes propósitos: identificar las necesidades de los usuarios o clientes de esos servicios, así como identificar oportunidades de negocio para esta industria; presentar algunos ejercicios de cuantificación del tamaño potencial de este mercado; y evaluar la oferta y la demanda de estos servicios considerando distintas opciones para los intermediarios. El documento también muestra los retos que enfrenta este mercado para modernizarse y para lograr que se reduzca el número de transacciones que se llevan a cabo mediante canales no reglamentados. El estudio también plantea algunas recomendaciones para un mejor aprovechamiento del mercado de remesas nacionales.

El mercado de remesas nacionales se ha originado en buena medida por una significativa migración laboral interna que ha ocurrido durante un período de un rápido proceso de modernización financiera. Así, tanto la industria financiera bancaria como la no bancaria han avanzado en su proceso de modernización y en fortalecer la inclusión financiera. En este escenario de transformación, el envío nacional de dinero es un fenómeno poco analizado tanto por la misma industria financiera como por las entidades reguladoras. El tamaño de este mercado, su grado de inclusión y los retos que enfrentan quienes envían dinero o quienes lo intermedian son factores que hasta ahora han sido sólo parcialmente estudiados.

En este marco de referencia, este trabajo persigue aportar información que sea útil para el sector financiero de México y para las autoridades correspondientes sobre distintos aspectos de los flujos de remesas nacionales. En general, el documento busca contribuir a que los proveedores de estos servicios identifiquen y maximicen nuevos canales para la provisión de los servicios de remesas nacionales, considerando incluso medios no tradicionales como son los corresponsales bancarios o los servicios financieros móviles en la recepción de tales recursos. Se considera que este estudio puede aportar información para identificar modelos de negocios rentables, incrementar la inclusión financiera mediante la creación de productos y servicios financieros y lograr que esos flujos de remesas internas se mantengan de manera creciente dentro del sistema financiero mexicano.

## OBJETIVOS

**E**l trabajo representa un esfuerzo por dimensionar el mercado de remesas nacionales en México y para identificar las distintas características de la operación de ese mercado. Las oportunidades potenciales que ofrece dicho mercado son amplias considerando que las cifras del Censo de Población y Vivienda, 2010, indican que ese año 19.7 millones de mexicanos residían en una entidad distinta a la de su nacimiento. Dicha migración interna es un primer indicador del mercado potencial de remesas internas.

En general, el entorno en que se efectúan las transferencias de dinero nacional o internacional, está determinado por las preferencias y necesidades de quienes envían y reciben remesas; por su conocimiento de los distintos aspectos de ese mercado, incluyendo los costos de los envíos y las características del servicio ofrecido; el marco legal que establece las reglas de funcionamiento y de las operaciones de los proveedores de tales servicios y las distintas capacidades de la industria intermediadora (cuadro 1). Un objetivo importante de política económica para este mercado es que haya eficiencia en el proceso de transferencia de dinero y una plena inclusión al sistema financiero de los que envían y reciben los fondos. El logro de lo anterior contribuye de manera significativa al desarrollo económico de un país, ya que se facilita el proceso de transferencia de recursos, las transacciones se llevan a cabo a costos bajos y se acrecientan los activos financieros de los que envían, reciben y hacen la intermediación.

Para analizar los distintos aspectos del mercado de remesas nacionales de dinero, se efectuó un trabajo detallado de investigación de campo, que combinó distintas metodologías y fuentes de información. En particular:

- a) Se llevó a cabo una revisión documental que incluyó las estadísticas censales de población, un análisis del marco legal que regula el envío de dinero dentro del país y la literatura existente sobre la temática.
- b) Se aplicaron técnicas cuantitativas en la elaboración y aplicación de una encuesta.
- c) Se aplicaron técnicas cualitativas mediante entrevistas a migrantes nacionales, y
- d) Se realizaron entrevistas con los distintos proveedores de servicios de la industria de transferencias nacionales.

En general, los datos muestran lo siguiente:

- a) En 2010 en México había 19.7 millones de mexicanos que residían en una entidad federativa distinta a la de su nacimiento. Dicha migración interna comprendió al 17.6% de la población del país.
- b) Los resultados del estudio sugieren que posiblemente el mercado potencial de remesas nacionales podría alcanzar hasta cuatro millones de personas en México y que el monto potencial anual de tales remesas internas podría resultar cercano a 60,000 millones de pesos. Un segmento de tales transferencias se efectúan mediante mecanismos no reglamentados que podrían considerarse informales.
- c) Se estima que, en promedio, los remitentes de remesas nacionales efectúan 17 envíos al año y que el monto promedio enviado se sitúa entre 1,200 y 1,300 pesos por transferencia. Asimismo, entre los remitentes el porcentaje de mujeres supera ligeramente al de hombres y dichas mujeres son relativamente jóvenes.
- d) Hasta ahora la población emisora de remesas nacionales ha tenido un acceso limitado al sistema financiero formal. Ello, no obstante que frecuentemente llevan a cabo una amplia gama de pagos.
- e) El costo de la remesa nacional promedio (1,230 pesos) es de alrededor de 70 pesos.
- f) Alrededor del 40% de los remitentes de remesas nacionales hacen un uso frecuente de tecnología que potencialmente puede utilizarse para efectuar transacciones financieras, tales como el internet y el teléfono móvil.
- g) Los resultados de las encuestas recabadas por este estudio indican que alrededor del 36% de los remitentes de remesas nacionales tienen disposición para dejar de

**Cuadro 1**

<b>PRINCIPALES ASPECTOS DEL ENTORNO DE LAS TRANSFERENCIAS DE DINERO</b>			
<i>Mercado</i>	<i>Características de los emisores-receptores</i>	<i>Papel del marco legal en relación con los requisitos de:</i>	<i>Papel de los intermediadores en cuanto a:</i>
Tamaño del mercado	Perfil	Protección contra fraude	Servicios ofrecidos
Distribución	Preferencias de envío	Autorización para efectuar transferencias	Tipo y nivel de intermediación financiera
Número de emisores	Necesidades de giro	Posesión de cuentas	Marco legal
Cuota de mercado de los proveedores del servicio	Nivel de educación financiera	Creación y gestión de una red de pagadores, subagentes o corresponsales	Sistemas tecnológicos
	Acceso financiero	Introducción de innovaciones tecnológicas	Sistemas informáticos
	Canales de acceso (conveniencia)	Protección al consumidor	Inclusión financiera
			Estructura de costos

usar las transferencias en efectivo. Dicho grupo incluye: *i)* aquellos que ya tienen acceso a productos financieros; *ii)* los que son más activos tecnológicamente; *iii)* los que realizan sus pagos por medio de un banco; y *iv)* los que realizan giros con mayor frecuencia.

- h)* La oferta de la industria de remesas internas está relativamente concentrada en un número reducido de instituciones, mismas que efectúan más de la mitad de las operaciones del mercado formal. Ahora bien, recientemente la banca ha ido fortaleciendo su posicionamiento comercial.
- i)* Los proveedores de servicios de envíos nacionales enfrentan diversos retos, pero sobresalen dos: cumplir con el marco legal que rige a tales transacciones y modificar la cultura en el país de enviar las transferencias en efectivo.

La organización de este Informe está dividida de la siguiente manera: la primera parte ofrece una descripción del comportamiento de la migración interna o nacional y de los proveedores de servicios de remesas nacionales. En la segunda sección se presenta una caracterización de los migrantes nacionales que envían dinero, considerando los resultados de una encuesta recabada en dichos migrantes, la cual fue complementada con entrevistas cualitativas. La caracterización del migrante que envía remesas nacionales considera su perfil sociodemográfico y económico, los servicios de giros que utiliza y sus vínculos con el sistema financiero, con el sistema de pagos y con la tecnología que podría participar en el envío de remesas nacionales. Este análisis facilitó efectuar una evaluación del grado de eficiencia del mercado de remesas nacionales y del acceso a los servicios financieros con que cuentan los remitentes. En la tercera sección del estudio se identifica a los principales proveedores en este mercado y se presentan algunos indicadores sobre el grado de competencia en el envío de dinero. Además, se mide el nivel de participación de esta industria con relación al número estimado de migrantes que envían dinero. La cuarta sección del Informe identifica algunos de los principales retos que enfrenta esta industria en términos de eficiencia y de inclusión financiera. La última sección del documento presenta algunas conclusiones y recomendaciones. En las conclusiones se enfatiza que las estrategias de modernización de los pagos y el acceso financiero pueden retroalimentarse con un impacto positivo sobre la estructura de las transferencias y los beneficiarios. En las recomendaciones también se destaca la necesidad de fortalecer e innovar en los modelos de negocio; se identifican aspectos estratégicos para la captación de clientes; y la necesidad de apalancar la provisión de una diversidad de servicios para los inmigrantes nacionales mediante productos atractivos.

## 1. EL MERCADO DE REMESAS NACIONALES EN MÉXICO: CONTEXTO Y DEFINICIONES

**E**n México el mercado nacional de remesas registró un desarrollo significativo en la última década, tanto en lo referente al número de transacciones como en cuanto al valor de ese mercado. No obstante, dicho mercado ha sido poco estudiado y se conoce poco acerca de las costumbres financieras de los mexicanos que migran de una región del país a otra en la búsqueda de mejores condiciones de vida.

Las personas que envían dinero dentro de México cuentan para llevar a cabo tales transacciones con una variedad de productos y servicios que ofrecen los distintos proveedores. Este negocio de transferencias nacionales es cada vez más competido en las diversas regiones del país, considerando que participan los bancos comerciales, Telecomunicaciones de México (Telecomm-Telégrafos, empresa pública), así como cadenas comerciales.

Los medios más frecuentemente usados para los envíos nacionales de dinero son *los giros telegráficos, las órdenes de pago o money orders y las transferencias bancarias electrónicas*, vía establecimientos comerciales e instituciones bancarias. El servicio más tradicional es el *giro telegráfico* que consiste en una orden de pago de dinero que un remitente efectúa a favor de un beneficiario, a través de la red de oficinas telegráficas, para que sea pagado de inmediato y en efectivo en cualquiera oficina telegráfica. Los *money order* son órdenes de pago que se pueden adquirir con diversos intermediarios como las empresas de envío de dinero, casas de cambio y ciertas tiendas de autoservicio, entre otros. La modalidad de envío y recepción puede ser en efectivo o en forma electrónica. El costo de este servicio es generalmente de entre 35 pesos y 60 pesos, y se requiere proporcionar, además del monto a enviar, los datos del beneficiario y del remitente.

Los bancos comerciales y las cooperativas financieras también ofrecen el servicio de órdenes de pagos nacionales, pero solo lo proporcionan a sus clientes (personas morales) y generalmente se utiliza para el pago de nómina.

Las remesas o giros nacionales no incluyen a las *transferencias bancarias* que se llevan a cabo entre clientes del sistema financiero. Cabe señalar que los avances en el desarrollo del sistema de pagos y el abaratamiento de los costos de los servicios

de transferencia nacionales con el uso del SPEI,<sup>1</sup> así como los esfuerzos de las autoridades para flexibilizar estándares para lograr una mayor inclusión financiera con la introducción de cuentas de apertura simplificada, los corresponsales bancarios y la regulación para habilitar los pagos móviles, abren una ventana de posibilidades para que los proveedores de los servicios de giros nacionales aprovechen mejor las oportunidades que ofrece este mercado interno de transferencias y para la inclusión de los correspondientes clientes.

### **1.1 La migración interna mexicana: tamaño potencial de la demanda por remesas nacionales**

De acuerdo con datos del Censo de Población 2010, ese año había 19,747,511 mexicanos residiendo fuera de la entidad federativa en que habían nacido, lo que representó el 17.6% de la población del país (112,336,538 personas, cuadro 2). Dicho cociente se eleva ligeramente al 17.7%, si se excluye al 0.85% de la población de México que nació en otro país. En cuanto a género, resulta que el 51.9% de los migrantes internos fueron mujeres. Las entidades federativas en cuya población había un mayor número de migrantes nacionales fueron: el Estado de México (5.5 millones de personas), Distrito Federal (1.7 millones), Baja California (1.4 millones), Jalisco (1 millón) y Nuevo León (poco menos de 1 millón). Por otra parte, considerando la proporción de los inmigrantes internos con relación al tamaño de la población, resulta que las cinco entidades federativas con mayor inmigración fueron: Quintana Roo (54%), Baja California (45.1%), Baja California Sur (39.7%), Estado de México (37%) y Colima (29.6%).

En cuanto a la migración reciente, las entidades federativas que presentan un mayor saldo neto migratorio son las siguientes: Baja California Sur que aumentó su población en 10% por la migración interna del país, Quintana Roo con 8.1%, Colima 4%, Nayarit 3.4% y Querétaro 3.4%; mientras que las entidades que presentan un mayor descenso de su población por emigración neta son: Distrito Federal (-6.3%), Guerrero (-1.8%), Tabasco (-1.4%), Chiapas (-1.3%) y Sinaloa (-1.1%).<sup>2</sup>

Los municipios con un mayor número de habitantes nacidos en otra entidad federativa son: Ecatepec de Morelos, Tijuana, Nezahualcóyotl, Benito Juárez (Quintana Roo), Ciudad Juárez, Naucalpan, Tlalnepantla, Mexicali y Chimalhuacán.<sup>3</sup> Las dos principales características de tales municipios es que están localizados en la zona metropolitana de la ciudad de México o son ciudades fronterizas, además de estar altamente poblados.

---

<sup>1</sup> El SPEI es el sistema de pagos desarrollado por el Banco de México y la banca comercial, que permite a los clientes de los bancos enviar y recibir transferencias electrónicas de dinero en cuestión de segundos.

<sup>2</sup> Cálculos propios a partir de los microdatos de INEGI, Censo de Población y Vivienda (2010).

<sup>3</sup> Cálculos propios a partir de los microdatos de INEGI, Censo de Población y Vivienda (2010).

Según los resultados de la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica de 2009, al considerar la estructura de edades de los migrantes internos, resulta que el 52% de ellos se ubicó entre los 15 y 34 años, es decir, son personas jóvenes en una etapa importante de su desarrollo laboral.<sup>4</sup> Por otra parte, los especialistas Soloaga, Lara y Wendelspiess<sup>5</sup> señalan que los principales determinantes de la migración interna en México son el grado de desarrollo de las entidades de salida y recepción. Ellos precisan que la migración se dirige hacia entidades federativas con mayores niveles de ingresos, de ahí que los bajos ingresos en Michoacán, Tlaxcala, Chiapas y Oaxaca determinan que haya muy poca emigración hacia tales entidades.

Durante la década de los cincuenta, el Distrito Federal era el principal polo de atracción de la migración interna en México. No obstante, en los años recientes se ha convertido en la entidad con mayor emigración al resto del país. De hecho, el crecimiento del área metropolitana de la ciudad de México ha implicado que el Estado de México se haya convertido en uno de los principales destinos de la migración interna, particularmente de la proveniente del Distrito Federal.<sup>6</sup>

En México, el 78% de la población es urbana lo que implica que la migración interna es principalmente de unas áreas urbanas a otras. Cabe señalar que utilizando una muestra del censo de 2000, Sobrino (2007) calcula que del movimiento migratorio total, el 47.2% se efectuó entre áreas urbanas, seguido por un 27.1% por movimientos entre el campo y la ciudad.<sup>7</sup> De acuerdo con dicho autor, en general, los migrantes internos son atraídos por los mayores salarios que paga la industria manufacturera, pero no necesariamente por la disponibilidad de fuentes de trabajo. En otras palabras, los migrantes se dirigen hacia las áreas urbanas con industria manufacturera, independientemente de que no tengan la seguridad de que ahí van a encontrar empleo (ver Sobrino, 2007).

Por otra parte, Gasca Zamora (2009)<sup>8</sup> explica el desarrollo urbano-regional de México a través del cambio en su modelo económico, pasando de la industrialización por sustitución de importaciones y su enfoque en el mercado interno, hacia una economía abierta que otorga prioridad a la exportación de manufacturas principalmente hacia Estados Unidos. Asimismo, Gasca Zamora (2009) señala que la dinámica poblacional de las diferentes ciudades ha sido influida por su atracción de

---

<sup>4</sup> Panorama sociodemográfico de México. Principales Resultados, CONAPO, INEGI, 2009

<sup>5</sup> Soloaga, I., G. Lara Ibarra y F. Wendelspiess (2010), "Determinantes de la migración inter-estatal: 1995-2000 y 2000-2005", en *Economía Rural: Los grandes problemas de México*, vol. XI, COLMEX, 2010.

<sup>6</sup> CONAPO (2001), *La población de México en el Nuevo Siglo*, 2ª. Ed., México, diciembre

<sup>7</sup> Jaime Sobrino (2007), "Migración Interurbana en México" (Taller Nacional sobre "Migración y Desarrollo en México: Diagnóstico, Políticas y Perspectivas de 2007).

<sup>8</sup> José Gasca Zamora (2009), *Geografía Regional: la región, la regionalización y el desarrollo regional en México*, Instituto de Geografía, UNAM, México.

Cuadro 2

## MIGRACIÓN INTERNA EN MÉXICO, 2010\*

	Población total (1)		Nacida en:				otra entidad (3)		En porcentajes			
	Total	Hombres	Mujeres	misma entidad (2)		Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	
				Total	Hombres							Mujeres
Total del país	112,336,538	54,855,231	57,481,307	89,918,571	44,019,967	45,898,604	19,747,511	9,490,776	10,256,735	17.6	17.3	17.8
Total ajustado	112,336,538 <sup>b</sup>	54,855,231	57,481,307	89,918,571	44,019,967	45,898,604	15,951,266	7,652,629	8,298,637	14.2	14.0	14.4
Entidades:												
Aguascalientes	1,184,996	576,638	608,358	936,435	459,070	477,365	233,073	109,757	123,316	19.7	19.0	20.3
Baja California	3,155,070	1,591,610	1,563,460	1,685,113	858,838	826,275	1,299,773	643,373	656,400	41.2	40.4	42.0
Baja California Sur	637,026	325,433	311,593	373,696	187,626	186,070	246,685	129,195	117,490	38.7	39.7	37.7
Campeche	822,441	407,721	414,720	622,007	306,990	315,017	180,252	90,733	89,519	21.9	22.3	21.6
Chiapas	4,796,580	2,352,807	2,443,773	4,558,905	2,233,972	2,324,933	140,135	71,230	68,905	2.9	3.0	2.8
Chihuahua	3,406,465	1,692,545	1,713,920	2,688,437	1,330,833	1,357,604	521,469	262,431	259,038	15.3	15.5	15.1
Coahuila	2,748,391	1,364,197	1,384,194	2,320,890	1,153,627	1,167,263	362,707	177,747	184,960	13.2	13.0	13.4
Colima	650,555	322,790	327,765	449,247	223,167	226,080	182,943	90,301	92,642	28.1	28.0	28.3
Distrito Federal	8,851,080	4,233,783	4,617,297	6,872,524	3,349,016	3,523,508	1,679,045	736,456	942,589	19.0	17.4	20.4
Durango	1,632,934	803,890	829,044	1,397,144	687,792	709,352	189,923	93,078	96,845	11.6	11.6	11.7
Guanajuato	5,486,372	2,639,425	2,846,947	4,913,480	2,360,660	2,552,820	494,894	239,847	255,047	9.0	9.1	9.0
Guerrero	3,388,768	1,645,561	1,743,207	3,158,220	1,529,123	1,629,097	185,024	91,974	93,050	5.5	5.6	5.3
Hidalgo	2,665,018	1,285,222	1,379,796	2,205,221	1,071,730	1,133,491	418,529	192,923	225,606	15.7	15.0	16.4
Jalisco	7,350,682	3,600,641	3,750,041	6,205,196	3,036,322	3,168,874	961,503	471,598	489,905	13.1	13.1	13.1

México	15,175,862	7,396,986	7,778,876	9,341,942	4,604,513	4,737,429	5,566,585	2,660,063	2,906,522	36.7	36.0	37.4
Michoacán	4,351,037	2,102,109	2,248,928	3,855,789	1,859,841	1,995,948	390,086	189,438	200,648	9.0	9.0	8.9
Morelos	1,777,227	858,588	918,639	1,253,349	613,984	639,365	479,892	222,681	257,211	27.0	25.9	28.0
Nayarit	1,084,979	541,007	543,972	852,522	423,817	428,705	209,581	105,519	104,062	19.3	19.5	19.1
Nuevo León	4,653,458	2,320,185	2,333,273	3,547,313	1,775,948	1,771,365	961,505	470,977	490,528	20.7	20.3	21.0
Oaxaca	3,801,962	1,819,008	1,982,954	3,507,664	1,677,769	1,829,895	249,076	118,716	130,360	6.6	6.5	6.6
Puebla	5,779,829	2,769,855	3,009,974	5,156,606	2,486,175	2,670,431	531,496	238,069	293,427	9.2	8.6	9.7
Querétaro	1,827,937	887,188	940,749	1,377,480	671,065	706,415	422,346	202,017	220,329	23.1	22.8	23.4
Quintana Roo	1,325,578	673,220	652,358	577,417	291,423	285,994	696,831	355,730	341,101	52.6	52.8	52.3
San Luis Potosí	2,585,518	1,260,366	1,325,152	2,282,773	1,115,901	1,166,872	260,447	123,058	137,389	10.1	9.8	10.4
Sinaloa	2,767,761	1,376,201	1,391,560	2,466,036	1,226,050	1,239,986	267,059	132,496	134,563	9.6	9.6	9.7
Sonora	2,662,480	1,339,612	1,322,868	2,175,694	1,089,086	1,086,608	417,237	214,923	202,314	15.7	16.0	15.3
Tabasco	2,238,603	1,100,758	1,137,845	2,007,173	983,913	1,023,260	197,670	99,882	97,788	8.8	9.1	8.6
Tamaulipas	3,268,554	1,616,201	1,652,353	2,307,632	1,148,328	1,159,304	764,399	367,914	396,485	23.4	22.8	24.0
Tlaxcala	1,169,936	565,775	604,161	970,594	475,524	495,070	189,196	85,221	103,975	16.2	15.1	17.2
Veracruz	7,643,194	3,695,679	3,947,515	6,782,563	3,281,383	3,501,180	731,901	349,830	382,071	9.6	9.5	9.7
Yucatán	1,955,577	963,333	992,244	1,772,324	873,689	898,635	156,210	76,053	80,157	8.0	7.9	8.1
Zacatecas	1,490,668	726,897	763,771	1,297,185	632,792	664,393	160,039	77,546	82,493	10.7	10.7	10.8

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2010.

<sup>a</sup> La suma de los nacidos en la entidad de residencia más los nacidos en otra entidad no es igual a la población total, ya que hay nacidos en el resto del mundo y no especificados. En 2010 en la población total del país había 961,121 personas (0.85% del total) que nacieron en el resto del mundo y 1,709,335 personas (1.52% de la población total) que no especificaron su lugar de nacimiento.

<sup>b</sup> Se excluyen de los nacidos en otra entidad a los habitantes del D. F. que nacieron en el Estado de México y a los habitantes del Estado de México que nacieron en el D. F., ya que dichos excluidos seguramente residen en el área metropolitana de la ciudad de México.

inversión extranjera, incluyendo también a la dinámica del turismo. De esa manera la integración de la economía mexicana a la economía global ha contribuido a generar una tendencia migratoria interna.

## **1.2 Remesas nacionales: tamaño del mercado y su distribución geográfica**

### **1.2.1 Tamaño del mercado**

La metodología para determinar el número de migrantes internos que potencialmente podría enviar remesas nacionales, así como para obtener indicadores del monto potencial de ese mercado, fue la siguiente:

- a) Al número total de mexicanos en 2010 que residían en una entidad distinta a la de su nacimiento (19,747,511 personas) se dedujo el número de habitantes del Distrito Federal que nacieron en el Estado de México (341,118 personas) y el de los habitantes del Estado de México que nacieron en el Distrito Federal (3,455,127 personas), ya que seguramente dicha migración interna no implica un cambio de área metropolitana o de la conurbada en que residían. Con lo anterior el número ajustado de migrantes internos resulta de 15,951,266 personas.
- b) Al número ajustado de migrantes internos se dedujo el de aquellos que eran menores de 20 años (20.3%), con lo que el número ajustado de adultos resultó de 12,713,159 personas. Ello permite considerar principalmente solo migrantes internos en edad laboral y, por ende, potencialmente remitentes de remesas nacionales.
- c) Luego se determinaron dos escenarios. En el primero uno de cada cuatro migrantes internos envía remesas nacionales y en el segundo uno de cada tres. Con ello, el número de remitentes potenciales resultó respectivamente de 3,178,290 y 4,237,720 personas.
- d) Para estimar indicadores sobre el valor del mercado potencial de remesas nacionales se multiplicaron los referidos números de remitentes por el número promedio de envíos por año (17 veces) y por la remesa promedio (1,230 pesos) y alternativamente por los valores de la mediana tanto del número de envíos (12 veces) como de la remesa enviada (1,000 pesos). Los datos del número de envíos y del monto enviado provienen de los resultados de la encuesta que se aplicó a los remitentes de remesas nacionales.

Los resultados de este ejercicio preliminar aparecen en el cuadro 3 y sugieren que potencialmente este mercado de remesas nacionales pudiera situarse entre tres y seis millones de transacciones mensuales y el indicador potencial de tamaño de mercado entre 38,000 millones y 91,000 millones de pesos anuales. Como se verá

más adelante estas cifras superan de manera importante a los indicadores de volumen y de monto de envíos que captó la encuesta en los oferentes o intermediarios de los servicios de remesas nacionales.

Conviene ubicar los resultados del cuadro 3 con relación a los de otras fuentes estadísticas. Así, los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), 2010, muestran que ese año en México 5,679,189 hogares recibieron donativos en dinero provenientes de otras instituciones y de otros hogares, lo que representó el 19.5% de los hogares del país. En promedio, recibieron ese año por ese concepto 17,400 pesos por hogar. No obstante, el concepto de la ENIGH, 2010 acerca de esos ingresos, primero, engloba dos fuentes de ingreso y, segundo, tales ingresos recibidos no pueden adjudicarse necesariamente como provenientes de hogares ubicados en entidades del país distintas a la del hogar receptor. Por tanto, es probable que el número potencial de remitentes internos sea más cercano al de las columnas del lado derecho del cuadro 3.

Cuadro 3

EJERCICIO DE ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO POTENCIAL DEL MERCADO DE REMESAS NACIONALES				
<i>Supuesto sobre quienes remiten</i>	<i>Uno de cada tres adultos</i>		<i>Uno de cada cuatro adultos</i>	
Personas que envían	4,237,720	4,237,720	3,178,290	3,178,290
Número de veces al año <sup>1</sup>	17 (promedio)	12 (mediana)	17 (promedio)	12 (mediana)
Número de envíos por mes	6,003,437	4,237,720	4,502,578	3,178,290
Cantidad enviada cada vez <sup>1</sup>	1,230 (promedio)	1,000 (mediana)	1,230 (promedio)	1,000 (promedio)
Mercado en pesos	91,348,292,320	50,852,640,000	68,511,219,240	38,139,480,000

<sup>1</sup> Encuesta a inmigrantes nacionales sobre el envío de dinero (ver sección 2 de este informe).

### 1.2.2 Distribución

Los resultados de la encuesta recabada en inmigrantes nacionales<sup>9</sup> permitieron identificar varios corredores de remesas nacionales. En la totalidad del territorio nacional se reciben remesas internas, pero tales envíos tienden a concentrarse en algunas entidades. Así, con base en los resultados de la encuesta se estima que Chiapas, Oaxaca y Veracruz reciben en su conjunto una tercera parte del total de los envíos a nivel nacional (cerca del 11% cada uno), mientras que en el otro extremo están Baja California Sur, Colima y Nuevo León, donde la recepción de remesas representa respectivamente menos del 1% de los envíos totales.

<sup>9</sup> Ver sección 2 de este documento para un mayor detalle del contenido y resultados de la encuesta.

Los corredores de remesas nacionales pueden distinguirse entre ellos por presentar distintas peculiaridades. Los resultados de la encuesta permitieron identificar a dos corredores intraestatales. En el caso de los envíos de remesas provenientes de Jalisco un 16% de los destinatarios también viven en Jalisco y un 14.1% de las remesas emitidas en Baja California van a destinatarios en el mismo estado. Por otra parte, en el caso del Estado de México una tercera parte de las remesas enviadas se dirigen a Oaxaca y Veracruz y en el caso de Quintana Roo, la mitad se reparte entre Chiapas y Yucatán. Las remesas originadas en el Distrito Federal se concentran en tres estados: Oaxaca (18.4%); Puebla (16.8%) y Guerrero (11.2%). Por su parte, la mayoría de los envíos desde Nuevo León se dirigen a San Luis Potosí y Veracruz.

**Cuadro 4**

**PRINCIPALES CORREDORES DE REMESAS NACIONALES EN MÉXICO: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS ENVÍOS**

<i>Estado de destino</i>	<i>Estado de origen:</i>					
	<i>Baja California</i>	<i>Distrito Federal</i>	<i>Jalisco</i>	<i>Estado de México</i>	<i>Nuevo León</i>	<i>Quintana Roo</i>
Baja California	14.1	1.6	1.3	2.4	0.0	0.0
Chiapas	16.4	4.8	2.7	9.6	0.0	27.6
Guanajuato	1.6	6.4	1.3	2.4	2.0	0.0
Guerrero	3.1	11.2	4.0	4.0	2.0	0.0
Hidalgo	3.1	8.0	12.0	7.2	8.0	1.0
Jalisco	7.8	1.6	16.0	4.8	2.0	1.0
Michoacán	6.3	6.4	1.3	4.8	2.0	0.0
Estado de México	0.8	0.8	5.3	1.6	2.0	6.7
Nayarit	3.1	2.4	5.3	4.0	0.0	1.9
Oaxaca	9.4	18.4	12.0	19.2	2.0	1.0
Puebla	5.5	16.8	0.0	8.8	4.0	2.9
San Luis Potosí	0.8	2.4	13.3	3.2	42.0	0.0
Tabasco	0.0	0.8	0.0	2.4	0.0	13.3
Veracruz	4.7	9.6	18.7	15.2	14.0	9.5
Yucatán	2.3	2.4	0.0	0.8	0.0	19.1
Resto	21.1	6.4	6.7	9.6	20.0	16.2
Suma	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Cabe señalar que según los resultados de la encuesta, los principales estados receptores de remesas nacionales son Chiapas, Veracruz y Oaxaca. Además, hay diferencias significativas en el monto promedio de los envíos a los distintos destinos. Tales promedios anuales resultaron de 20,559 pesos para Chiapas; 18,694 pesos para Veracruz y de 13,876 pesos para Oaxaca.

### **1.3 Proveedores de servicios de remesas nacionales: tamaño de la oferta**

La oferta de proveedores de remesas nacionales está integrada por bancos comerciales, cooperativas financieras, empresas remesadoras, establecimientos comerciales y las empresas nacionales de telégrafos y correos. En esta sección se revisa el posicionamiento de los distintos segmentos de proveedores en la industria de remesas nacionales en México. En general, puede considerarse que en el país hay una industria de remesas nacionales emergente, que dedica una gran atención y esfuerzo al cumplimiento legal, pero que tiene un desarrollo incipiente en cuanto a la variedad de productos ofrecidos, en la intermediación financiera que lleva a cabo con esos productos y en su innovación tecnológica, así como en el aprovechamiento de los sistemas de información.

Recientemente, algunas empresas remesadoras han incursionado en el mercado de remesas nacionales con transferencias de dinero de persona a persona. El mecanismo tradicional de envío ha sido la orden de pago. En el caso de los bancos comerciales se ofrece el depósito a cuenta bancaria, pero frecuentemente este constituye más una transferencia que una remesa.

El SPEI (Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios) ofrecido por el Banco de México desde 2004 y puesto a disposición de los clientes de los bancos que operan en México, permite la transferencia de fondos en tiempo real entre cuentas bancarias de diferentes bancos. Hasta ahora este sistema ha sido poco utilizado para el mercado de remesas nacionales. Por otra parte, diversos bancos comerciales ofrecen además de sus tradicionales órdenes de pago, el envío de dinero mediante Telecomm-Telégrafos a nombre y por cuenta del banco. El propósito de este mecanismo es facilitar el acceso a los servicios bancarios a las personas que no son atendidas directamente por las instituciones bancarias, mediante el desarrollo de corresponsales bancarios.

Telecomm-Telégrafos ofrece el envío de dinero mediante giro telegráfico que puede cobrarse en efectivo y de inmediato. Las entregas se hacen en ventanilla, pero también pueden efectuarse a domicilio. Las dos principales ventajas de Telecomm-Telégrafos son su amplia red y que los giros telegráficos pueden ser enviados y pagados en efectivo. El servicio postal mexicano también ofrece giros postales en efectivo y con cobertura nacional. Hay otras opciones de envío de remesas en el mercado que tienen características especiales, en los cuales pueden efectuarse transferencias hasta por cierto monto dependiendo de cada intermediario y se pagan en sucursales de tiendas comerciales y departamentales.

Por su parte, las empresas remesadoras internacionales para participar en este mercado de remesas nacionales requieren tener una alianza con una entidad bancaria de amplia cobertura o con una cadena comercial de tiendas. En el caso de las remesas nacionales por medio de establecimientos comerciales, el procedimiento es como sigue: el cliente asiste a la sucursal de la tienda, realiza una transferencia de

efectivo, el remitente avisa ya sea por teléfono o por otro medio al receptor y este último acude a la sucursal más cercana en su municipio para retirar su envío.

Las empresas remesadoras internacionales que ofrecen el envío de remesas nacionales tienen una presencia significativa en dicho mercado y su operación parece efectuarse sin restricciones de exclusividad en lo referente a las instituciones pagadoras, ya que estas últimas pueden operar con distintas remesadoras.

Un aspecto importante de este estudio fueron las entrevistas efectuadas con diversos participantes en la industria de remesas nacionales con el propósito de estimar el tamaño de su oferta. En particular, se consultó a las instituciones sobre el monto anual de las transferencias efectuadas, el promedio enviado y el tiempo que llevan ofreciendo tales servicios.

De acuerdo con la información recabada en los distintos proveedores de servicios de remesas nacionales se estima que esta industria efectúa cerca de dos millones de transferencias mensuales. Aunque la gama de métodos de transferencia es variada, todas las empresas entrevistadas en la industria resaltaron que la cultura del efectivo es un factor dominante en el negocio de envíos y que podría haber un componente significativo de informalidad en este mercado.

Las cifras tentativas sobre el tamaño potencial del mercado de remesas nacionales que se presentan en el cuadro 3 y su comparación con la información captada en los intermediarios sobre su nivel de actividad confirman que si hay un componente de informalidad en este mercado. Dicho componente en parte estaría sustentado en lo que la industria llama la *cultura del efectivo*. Lo anterior se refiere a la práctica cotidiana de enviar dinero por un canal diferente, no regulado y fundamentalmente mediante la entrega personal del dinero.

#### **1.4 Costos de los envíos**

Los costos de envío de las remesas nacionales varían según la entidad emisora, la modalidad de envío y el monto transferido. Ahora bien en el caso de aquellos receptores que tienen cuenta bancaria se puede realizar el depósito en ventanilla sin costo y sin importar en que ciudad del país esté registrada la cuenta. En el caso de los bancos cada uno de ellos establece límites a los montos que se pueden enviar y algunos requieren que el remitente tenga cuenta bancaria en la institución, de manera que la transferencia se efectúe con cargo a dicha cuenta. Asimismo, dependiendo del monto enviado algunos intermediarios pueden solicitar copia de la identificación del remitente. En el caso de otros intermediarios, incluyendo a empresas remesadoras, el costo del envío es función del monto transferido.

Al considerar los costos recabados en los distintos proveedores de servicios de remesas nacionales, se identificó que, en promedio, el costo de enviar mil pesos es de aproximadamente un 6%, pero en el caso de los bancos era superior y para ese monto la mayoría de ellos requiere contar con cuenta bancaria. Ahora bien, cabe

señalar que si se considera que el costo promedio de la remesa promedio (1,230 pesos) es de aproximadamente 67.64 pesos y que el volumen del mercado es de aproximadamente de dos millones de envíos por mes, luego los ingresos brutos mensuales para la industria por efectuar tales transacciones resultarían de 135 millones de pesos al mes o de alrededor de 1,620 millones de pesos al año.

## **2. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS REMITENTES DE REMESAS NACIONALES**

En esta sección se analizan las principales características de los migrantes mexicanos internos y sobre sus envíos de remesas nacionales. Tal información se deriva de los resultados de una encuesta recabada en 609 migrantes nacionales que residen fuera de sus estados de origen, así como de 29 entrevistas cualitativas en dichos migrantes. Como se verá en detalle, los migrantes internos hacen un uso significativo del efectivo, pero también están familiarizadas con la tecnología móvil, más que con el internet o el acceso a cuentas bancarias. Asimismo, dichos migrantes hacen envíos de dinero al interior del país de manera frecuente y por un monto que en promedio no supera a 20,000 pesos por año. Ahora bien, las encuestas captaron que dichos remitentes de remesas nacionales están dispuestos a cambiar sus métodos de envío de dichas transferencias.

### **2.1 Encuesta cuantitativa en remitentes de remesas nacionales: aspectos metodológicos**

La encuesta cubrió una gama de temas, así como seis corredores de remesas nacionales y fue recabada por seis encuestadores calificados. Tales encuestadores contaban con licenciatura o eran pasantes de las carreras de sociología, ciencias políticas y antropología, y fueron capacitados en el Distrito Federal durante dos días, donde levantaron encuestas piloto en dos sucursales de telégrafos. Cada encuestador fue responsable de aplicar la encuesta en un estado del país y recabó en promedio 6.7 cuestionarios por día. La encuesta se aplicó en seis entidades federativas entre el 12 de octubre y el 5 de noviembre de 2011 y se persiguió que la selección de dichos estados captara distintos perfiles de la migración interna (cuadro 5).

### **2.2 Encuesta cualitativa a los remitentes de remesas: metodología**

Para consolidar la información sobre el perfil de las personas que envían remesas nacionales y sobre los receptores de las mismas, se llevaron a cabo 29 entrevistas cualitativas a remitentes. Tales entrevistas perseguían entre otros aspectos, identificar las características sociodemográficas y financieras de los remitentes y

Cuadro 5

DISTRIBUCIÓN DE LAS MUESTRAS POR ESTADO								
Estado	Total		Localización de los encuestados					
	Número de encuestas	(%)	Telecomm-Telegrafos		Bansefi		Otro lugar (calle, parques)	
			Número de encuestas	(%)	Número de encuestas	(%)	Número de encuestas	(%)
Baja California	128	21.0	80	62.5	0	0.0	48	37.5
Distrito Federal	125	20.5	108	86.4	1	0.8	16	12.8
Jalisco	75	12.3	55	73.3	1	1.3	19	25.3
Estado de México	125	20.5	90	72.0	7	5.6	28	22.4
Nuevo León	51	8.4	36	70.6	2	3.9	13	25.5
Quintana Roo	105	17.2	71	67.6	7	6.7	27	25.7
Total	609	100.0	422	72.1	17	2.8	146	24.0

captar sus actitudes frente a los nuevos canales para la provisión de servicios financieros (corresponsales bancarios y los servicios financieros móviles vinculados a la recepción de las remesas). Las entrevistas se llevaron a cabo en el Distrito Federal y en diversos municipios beneficiarios de las remesas nacionales de Baja California, Chiapas y Jalisco, lo que permitió enriquecer la información captada por la encuesta cuantitativa en temas de migración, mercado laboral, prácticas financieras y uso de nuevas tecnologías.

### 2.3 Características de los remitentes de remesas nacionales

Esta sección presenta las principales características de los migrantes internos considerando aspectos sociodemográficos, de envío de dinero y el tema de finanzas personales.

#### 2.3.1 Aspectos sociodemográficos y económicos

En los remitentes de remesas nacionales hay una mayor presencia de mujeres que de hombres; la edad promedio de dichos emisores de remesas es de 38 años; el 75% de ellos tienen hijos; el 70% cuenta con secundaria completa o menos, y el principal sector en que laboran son los servicios, seguido por la industria de la construcción. Asimismo, el 83% de los encuestados tenía una ocupación de tiempo completo y su ingreso promedio resultó de 6,039 pesos mensuales. No obstante, un 11% de ellos expresó que su ingreso mensual no superaba a los 2,500 pesos al mes.

El 58% de los encuestados expresó que en el corto plazo planean seguir viviendo en el municipio donde residen actualmente y el 20% de los entrevistados indicó que estima vivir por temporadas tanto en su residencia actual como en su lugar de origen. Asimismo, el 13% señaló que eventualmente planea retornar a su municipio de origen. Por otra parte, el 72% de los encuestados precisó que no consideran que otro

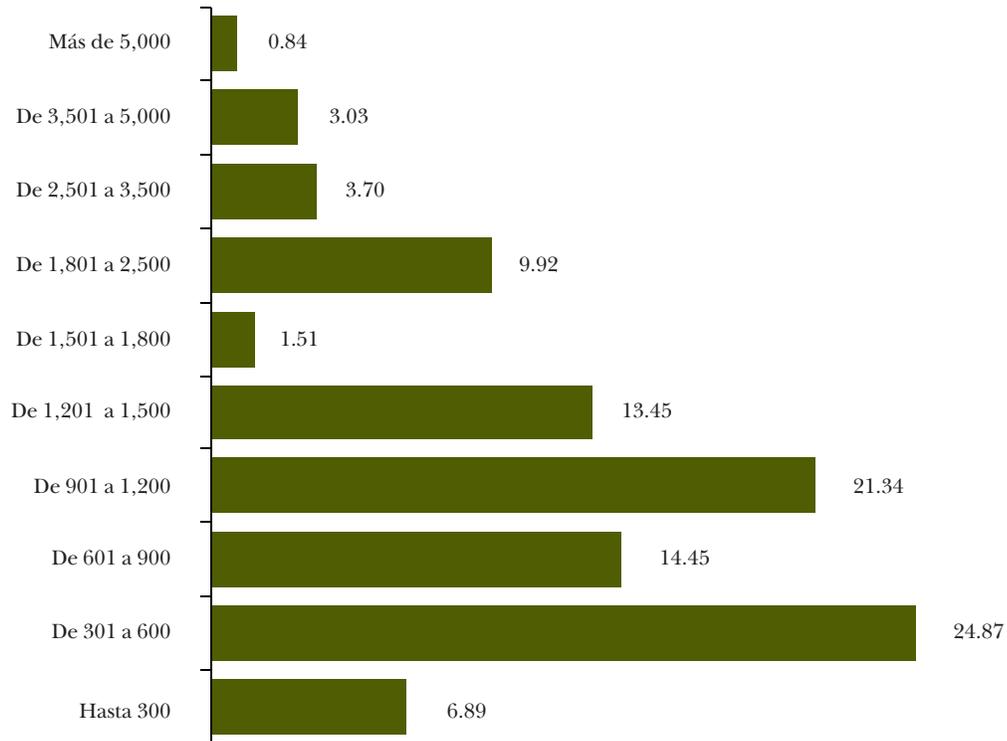
**Cuadro 6**

<b>CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y ECONÓMICAS DE LOS EMISORES DE REMESAS NACIONALES</b>			
		<i>Porcentaje</i>	<i>Número</i>
Edad promedio, en años			38
Género	Mujer	62	
	Hombre	38	
Estado civil	Soltero	29	
	Casado	59	
	Viudo, divorciado	12	
Hijos	No tiene	25	
	Viven con el migrante	36	
	Viven en otro municipio del estado	23	
	Viven en otros lugares	12	
Años de vivir en la localidad			15
Lugar de origen	Veracruz	11	
	Chiapas	11	
	Oaxaca	11	
	Distrito Federal	7	
Escolaridad	Primaria incompleta	14	
	Primaria completa	25	
	Secundaria completa	31	
	Preparatoria completa	17	
	Universidad incompleta	3	
Sector o actividad	Universidad completa	9	
	Servicios	26	
	Construcción	14	
	Ama de casa	13	
	Empresario, cuenta propia, autónomo	8	
Con empleo de tiempo completo		83	
Tiene ingreso mensual de hasta 2,500 pesos		11	
Ingreso promedio mensual, en pesos			6,039

Gráfica 1

**MONTO ENVIADO DE REMESAS NACIONALES**

Distribución porcentual de los envíos según el monto en pesos



familiar o integrante de su hogar de origen vaya a emigrar de su municipio de origen.

Los entrevistados comentaron que el principal motivo para haber emigrado fue la falta de empleo en su lugar de origen, seguido por la búsqueda por mejorar su nivel de vida o el de sus hijos (cuadro 7).

### 2.3.2 Características del envío de remesas nacionales

Los inmigrantes nacionales mandan en promedio 1,230 pesos por envío y llevan a cabo 17 envíos por año (cuadro 8). No obstante, la mediana de dicho número fue de 12 veces. Los resultados de la encuesta muestran que los principales estados receptores de remesas nacionales y, por ende, donde residen los familiares beneficiados son Chiapas, Oaxaca y Veracruz. El 59% de los remitentes indicaron que sus envíos son periódicos y el restante 41% que son esporádicos.

Asimismo, en promedio, los remitentes han efectuado envíos durante los últimos 56 meses, pero la mediana de esta variable resultó de 30 meses. También destaca

Cuadro 7

**RAZONES POR LAS CUALES LOS FAMILIARES PODRÍAN EMIGRAR DE SU LUGAR DE ORIGEN**

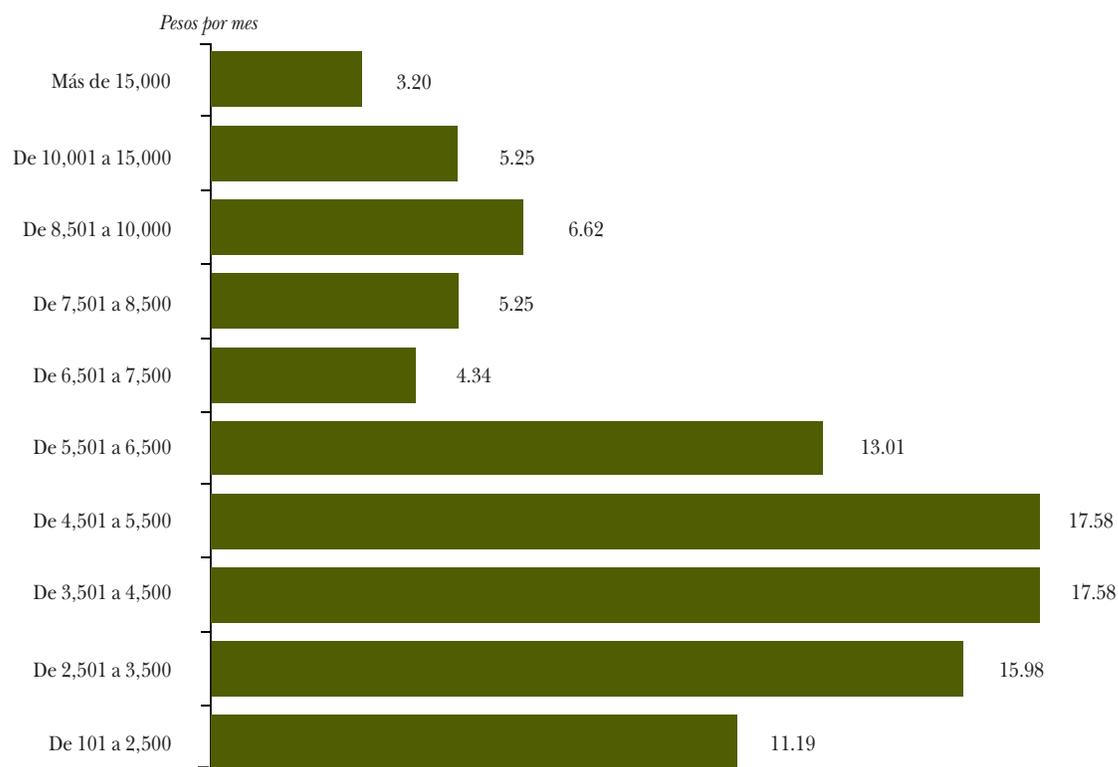
<i>Razones para emigrar</i>	<i>Porcentaje que considera que otro familiar podría emigrar</i>
Por no encontrar trabajo	43.1
Mejorar su nivel de vida o el de sus hijos	12.6
El costo de vida es alto, no alcanza para vivir	9.8
Los salarios son muy bajos	6.9
Para poder enviar dinero a su familia	6.3
Porque tiene familiares o amigos que lo recomendarían	4.6
Por problemas de inseguridad	3.5
Otras razones	13.2

N = 143

Gráfica 2

**INGRESO MENSUAL DE LOS REMITENTES DE REMESAS NACIONALES**

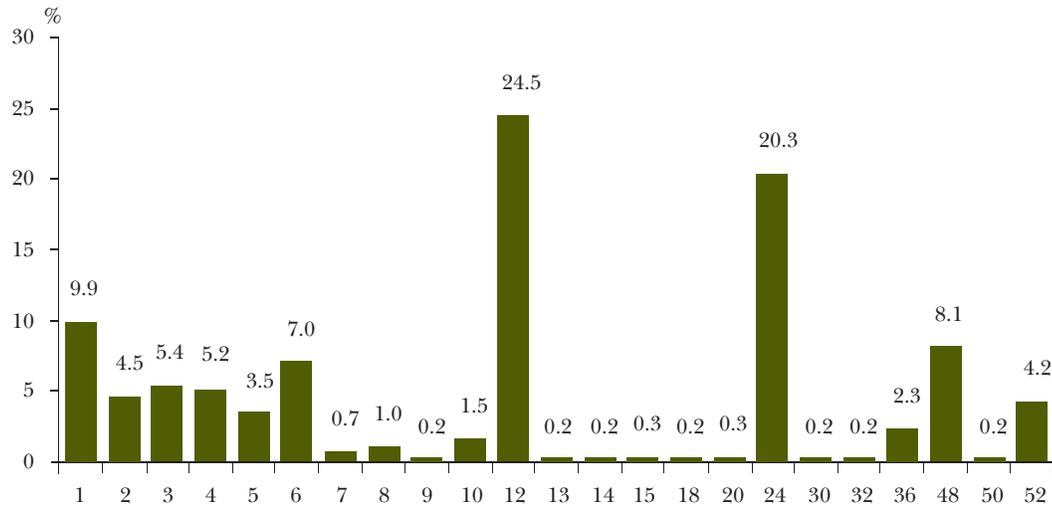
Distribución porcentual



Gráfica 3

FRECUENCIA DEL ENVÍO DE REMESAS NACIONALES

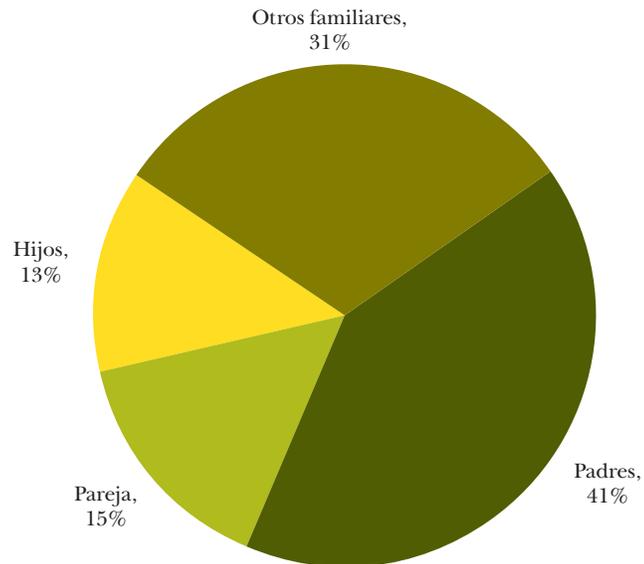
Número de veces y distribución porcentual



Gráfica 4

BENEFICIARIOS DE LAS REMESAS

(porcentajes)



Cuadro 8

## ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL ENVÍO DE REMESAS NACIONALES

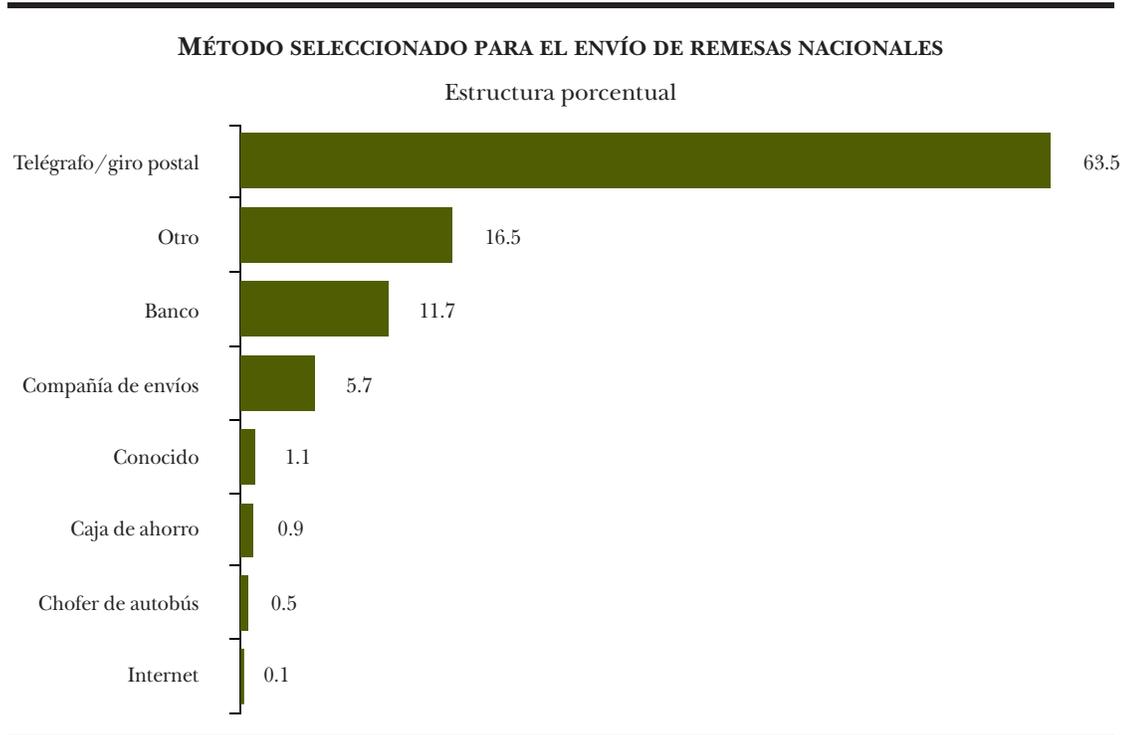
	<i>Porcentaje</i>	<i>Número</i>
Principales estados de destino		
Chiapas	11.5	
Oaxaca	11.5	
Veracruz	11.2	
Puebla	7.2	
San Luis Potosí	6.4	
Hidalgo	6.1	
Promedio enviado en pesos		1,230
Frecuencia de envío (promedio)		17
Periodicidad en el envío		
Regular	59.0	
Esporádico	41.0	
Número de meses enviando dinero		56
Beneficiarios de las remesas		
Madre o padre	41.0	
Pareja	15.0	
Hijos	13.0	
Hermanos	9.0	
Otros familiares	22.0	

que un 20% de los remitentes ha mandado dinero durante diez o más años consecutivamente.

Curiosamente al igual que ocurre con las remesas internacionales, los principales receptores de las remesas nacionales son los padres del remitente. Así, el 41% de los emisores de remesas nacionales expresó que envían tales recursos a sus padres (gráfica 4); un 15% lo manda a su pareja; 13% a sus hijos y un 31% adicional a otros familiares (abuelos, hermanos, suegros, etc.). Tales resultados también fueron confirmados en las entrevistas cualitativas.<sup>10</sup> En estas últimas, un entrevistado precisó que regularmente envía dinero a sus familiares cercanos (padres, hijos, primos y tíos) para contribuir a sus gastos e incluso en algunos casos apoya y presta dinero a personas cercanas. Otro entrevistado expresó que, “mando a Sinaloa a una persona con la cual tengo un niño (...); a tíos porque son personas grandes de edad a los cuales le brindamos ayuda económica; envío dinero a ellos para su mantención”.

<sup>10</sup> De las 23 entrevistas que se recabaron en personas que frecuentemente envían remesas dentro de la República Mexicana, 18 se levantaron en el Distrito Federal y cinco en Jalisco.

Gráfica 5



### *Método de envío*

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el método más utilizado para enviar dinero a sus familiares es el telégrafo o giro postal con el 63.5% de las respuestas, mientras que el menos usado es el internet, con apenas 0.1% de las respuestas (gráfica 5). Cabe reconocer que tales resultados tienen un sesgo muestral considerando que la mayoría de las encuestas se recabaron en las oficinas de Telecomm-Telégrafos. Por lo anterior, las entrevistas proporcionaron información complementaria importante acerca de los medios de envío y sobre otros aspectos del mercado de remesas nacionales.<sup>11</sup>

Por otra parte, los resultados de las entrevistas cualitativas indican que los remitentes de remesas nacionales utilizan más de un método para el envío de su dinero y que su elección depende de factores, tales como los siguientes:

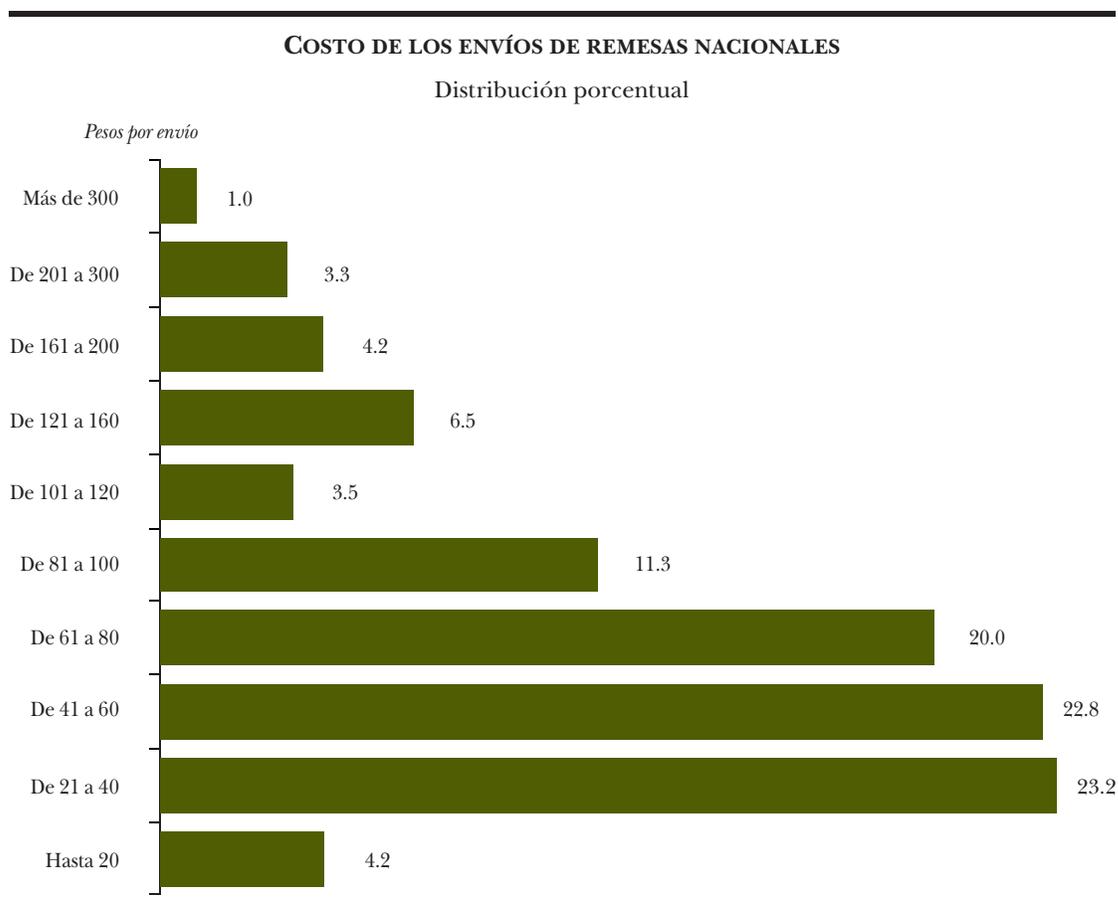
- a) *Horario de trabajo.* Aunque los depósitos a una cuenta de banco no implican comisión, en ocasiones los emisores no pueden mandar sus remesas con este método ya que sus horarios de trabajo no coinciden con los del banco y utilizarlo puede requerir más tiempo. Así, un joven obrero de 19 años que trabaja en el Distrito

<sup>11</sup> De las 609 encuestas, el 72% se recabó en las oficinas de Telecomm-Telegrafos.

Federal expresó: “el banco está bien, pero a veces hay mucha gente, hay que esperar o a veces no se puede o no hay tiempo”.

- b) *Día del envío.* En ocasiones los envíos se efectúan en fin de semana, cuando generalmente los bancos están cerrados, de ahí que sea más fácil hacerlo por medio de una empresa como Elektra que tiene horarios muy flexibles. “Cuando es fin de semana no hay bancos y Elektra está abierta. Y cuando está abierto el banco, envío por medio de la tarjeta”.
- c) *Urgencia.* La urgencia del dinero también influye en la selección del medio del envío. Para algunos de los entrevistados, empresas como Elektra son más eficientes que otros medios, y además es de fácil acceso. Un entrevistado expresó que Elektra “es rápido y al instante que yo deposite, ya tienen el dinero”.
- d) En las entrevistas cualitativas hubo algunos entrevistados que indicaron que en general, tienen preferencia por “mandar el dinero a sus familiares por medio

Gráfica 6



de una tercera persona o se esperan para llevarlo personalmente”. Cuando no es posible enviar el dinero con un conocido o llevarlo personalmente utilizan otros métodos. Así, un trabajador que envía regularmente dinero del Distrito Federal a Puebla comentó: “prefiero llevar el dinero personalmente porque me cobran”. Otro expresó que reconoce el riesgo de llevar o mandar el dinero en efectivo, “pero mis amigos no me cobran nada”.

- e) En las entrevistas cualitativas se advierte que en algunos casos se envía remesas a más de una persona y que “el método de envío depende de las preferencias de los receptores”. En efecto, una mujer de 57 años manda dinero a su hijo en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, por medio de un banco, pero también manda a alguien en su pueblo de origen San Juan Atenco, Puebla, por medio de Telecomm-Telégrafos ya que ahí solo hay esa oficina.

La encuesta cualitativa también captó que en algunos casos el medio seleccionado para el envío remesas nacionales es determinado tanto por las preferencias del receptor de la remesa como por su localización. En aquellos casos en que las localidades de recepción son pequeñas y remotas y no hay sucursales bancarias ni de cadenas comerciales que hacen remesas nacionales, se utiliza el envío mediante oficinas postales y telégrafos. También hay casos en que los receptores tienen que desplazarse hacia otra localidad para cobrar el envío. Así, una joven de 17 años que manda dinero a Oaxaca comentó que “no hay sucursal bancaria, ni telégrafo, ni tienda de Elektra en el pueblo de Santa Catarina Juquila, entonces tienen que ir a la oficina de telégrafo de otro pueblo para cobrar el dinero, ya que es la única oficina en la zona”.

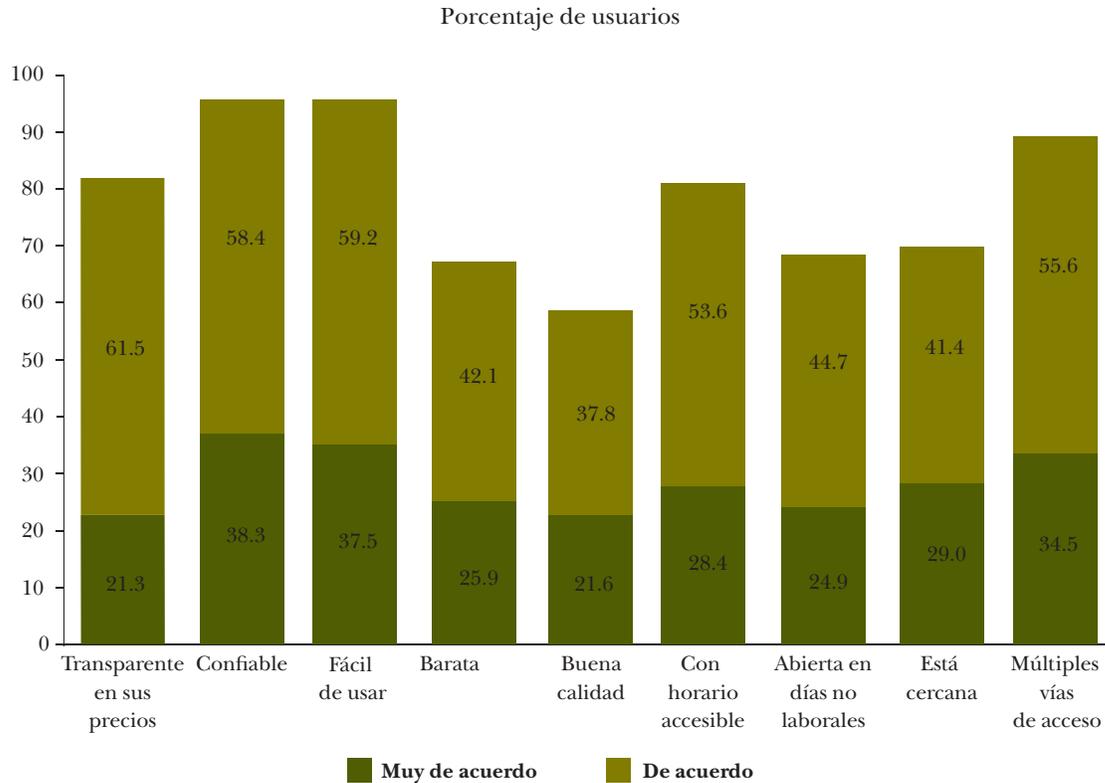
#### *Costo promedio por envío y la calidad del servicio*

De acuerdo con la información recabada, el costo promedio de los envíos de remesas nacionales es de 67.64 pesos (gráfica 6). En relación con la calidad del servicio prestado, el 96.7% de los remitentes dijo estar satisfecho con el servicio de su empresa preferida, ya que es accesible y tiene confianza en que el dinero llega íntegro. No obstante, el 41% indicó que están indiferentes entre el servicio de una empresa y el de otras o que están en desacuerdo de que uno sea de mejor calidad que el prestado por otros oferentes. Asimismo, el 20% de los entrevistados comentó que estaban en desacuerdo de que el servicio del intermediario utilizado sea más barato que el de otros, pero es cercano a su domicilio. En general, los resultados sugieren que los remitentes eligen su empresa de envío de remesas nacionales considerando principalmente la confiabilidad y facilidad de su uso, no obstante que puedan tener ciertas inquietudes acerca de la calidad y el costo del envío (gráfica 7).

La encuesta no identificó que los usuarios de los servicios de remesas nacionales tengan interés por cambiar de método o empresa de envío. Así, el 66.8% no expresó intención de cambiar de medio para el envío de su dinero. Ahora bien, un 14.5%

Gráfica 7

NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA EMPRESA PROVEEDORA DEL SERVICIO DE REMESAS NACIONALES



señaló que le gustaría mejor depositar su remesa en una cuenta del receptor ya sea bancaria o de ahorro y el 7.6% indicó que tenía interés por contar con una tarjeta de débito.

### 2.3.3 *Los emisores de remesas nacionales y su vinculación con el sistema financiero*

El nivel de utilización del sistema financiero del país por parte de los encuestados es relativamente reducido. En general, el acceso al sistema financiero es función de si una persona posee una cuenta bancaria o de ahorros, si hace uso de otros productos financieros, tales como préstamos, seguros, tarjetas de débito y crédito, si sus pagos se efectúan a través del sistema financiero o si en sus actividades cotidianas interactúa con instituciones financieras, bancarias, cooperativas o microfinancieras.

El World Banking Institute mide el acceso financiero considerando cuatro aspectos: facilidad de uso, apertura, formalidad y capacidad funcional.

Cuadro 9

POSIBILIDADES DE ACCESO FINANCIERO				
	<i>Pagos transaccionales</i>	<i>Ahorro</i>	<i>Crédito</i>	<i>Mitigación de riesgo</i>
Utilizable	Las transacciones son competitivas.	La mayoría de los receptores ahorran en instituciones financieras.	Uso reducido de préstamos, sin ser diferente de otros países de América Latina y el Caribe.	Seguros sobre las remesas.
Apertura	Las transacciones son accesibles.	Los receptores de bajos ingresos ahorran al igual que los receptores de áreas rurales.	Los jóvenes pueden conseguir préstamos; los adultos mayores pueden conseguir préstamos.	Las mujeres y los adultos mayores pueden adquirir seguros.
Formalidad	Las transacciones son llevadas a cabo por una amplia gama de instituciones financieras y mediante corresponsalías.	Los bancos comerciales al igual que las instituciones de ahorro y crédito son los principales proveedores. En algunos casos los corresponsales bancarios están autorizados para realizar estos servicios.		
Funcionalidad	Todas las instituciones ofrecen los servicios.			

- a) *Facilidad de uso*: capacidad para abrir cuentas bancarias que sean asequibles y con saldos pequeños.
- b) *Apertura*: capacidad de alcanzar a todos sin afectar a ningún sector social.
- c) *Formalidad*: capacidad de hacer que se respeten las regulaciones financieras sin comprometer la facilidad de uso y de apertura.
- d) *Capacidad funcional*: capacidad de servir las cuatro necesidades financieras básicas: pagos, ahorros, crédito y mitigación de riesgo.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Stephen Peachey y Alan Roe (2006), *Access to Finance: What does it mean and how do savings*

El cuadro 9 muestra la relación existente entre el acceso y las posibilidades financieras. La falta de acceso financiero representa un reto para la política de desarrollo y hay amplia evidencia de que un mayor acceso acrecienta las posibilidades de que las personas generen y acumulen riqueza personal.<sup>13</sup>

Un objetivo de la política económica es lograr que el público pueda acumular activos financieros, lo que facilita que pueda aumentar su riqueza. En general, las políticas para lograr un mayor acceso financiero incluyen cambios en la regulación, en las políticas de crédito, la expansión de las entidades no bancarias que pueden realizar ciertos tipos de transacciones y cambios en los modelos de negocio y en el grado de educación financiera.

**Cuadro 10**

TIPO DE ENTIDAD QUE UTILIZA	
Banco o sociedad cooperativa	35.03
Caja de ahorros	1.64
Otro	3.62
No, no sabe o no responde	59.70
Suma	100.00

**Cuadro 11**

TIPOS DE PRODUCTOS FINANCIEROS CON QUE CUENTA	Porcentajes <sup>1</sup>	
	Porcentajes <sup>1</sup>	Porcentajes
Cuenta de ahorro	27.30	19.81
Cuenta de cheques	29.77	21.60
Préstamo personal	13.98	10.14
Seguro de gastos médico	33.88	24.58
Seguro de vida	27.14	19.69
Tarjeta de apoyo gubernamental	5.76	4.18
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta. N = 608

En esta sección se analizan diversos aspectos de la información recabada por la encuesta y que se refieren a las finanzas personales y la inclusión financiera.

En la población encuestada el 40 % contaba con algún tipo de producto financiero del sistema y en la mayoría de los casos dicho producto provenía de un banco

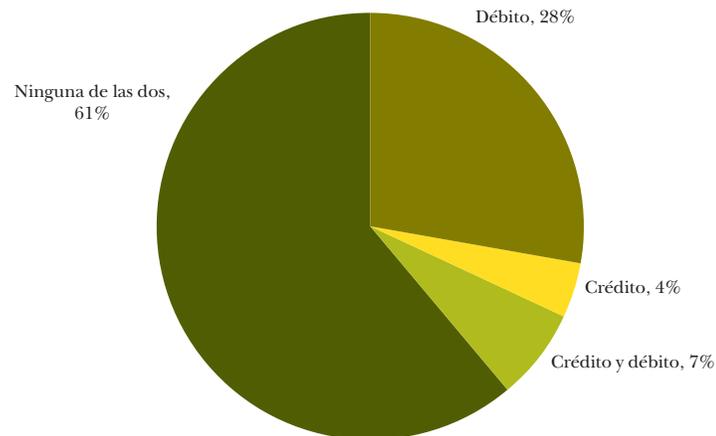
*banks foster access*, World Savings Banks Institute, enero (Perspectives, núm. 49).

<sup>13</sup> Beck, Thorsten y Augusto De la Torre (2006), "The Basic Analytics of Access to Financial Services", Policy Research Working Paper No. 4026.

Gráfica 8

PERSONAS QUE CUENTAN CON TARJETA

(porcentajes)



(cuadro 11) y en menor grado de cajas de ahorro u otras entidades financieras. Tales porcentajes son más bajos que lo que se observa en la población a nivel nacional, donde hay alrededor de 43 millones de cuentahabientes.<sup>14</sup> No obstante, cabe reconocer que la gran mayoría de la apertura de cuentas se lleva a cabo en bancos, lo que puede reflejar una mayor facilidad de un segmento importante de la población mexicana para hacerlo en dichas instituciones y utilizar sus productos (cuentas bancarias, de ahorro, cheques, etcétera).

*Tarjetas de débito, crédito y prepago*

El 61% de los remitentes de las remesas nacionales que fueron encuestados indicó que no contaba con tarjeta de débito o crédito, el 28.5% tenía tarjeta de débito, el 6.9% de crédito y el restante 3.6% indicó que disponía de ambas (gráfica 8).

Por otra parte, el 26.6% de los encuestados señaló que poseía tarjetas que otorgan puntos; el 11.5% tenía tarjeta del sistema de transporte público, el 3% contaba con alguna tarjeta prepagada y el 4% con tarjeta que otorgan beneficios (cuadro 12).

En general, en las entrevistas cualitativas también se captó un bajo nivel de acceso financiero. El 25% del total de los entrevistados tenían tarjeta de nómina que representa una tarjeta de débito. En tales casos fue el empleador quien solicitó la tarjeta para el pago del salario. Cabe señalar que dos de los entrevistados mencionaron que

<sup>14</sup> "Poca bancarización existe en México" (en línea: <http://www.mbw.com.mx/2011/poca-bancarizacion-existe-en-mexico/>, 30 de diciembre de 2011).

Cuadro 12

OTRO TIPO DE TARJETAS		
	<i>Porcentajes<sup>1</sup></i>	<i>Porcentajes</i>
Tarjetas de puntos/lealtad/descuento	26.64	50.47
Tarjetas de sistema de tránsito	11.51	21.81
Tarjetas prepagadas para el teléfono	7.24	13.71
Tarjetas electrónicas de beneficios	4.44	8.41
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta. N = 608

“la empresa pidió documentos a todos los albañiles y se encargó de abrir las cuentas de nómina en el banco”.

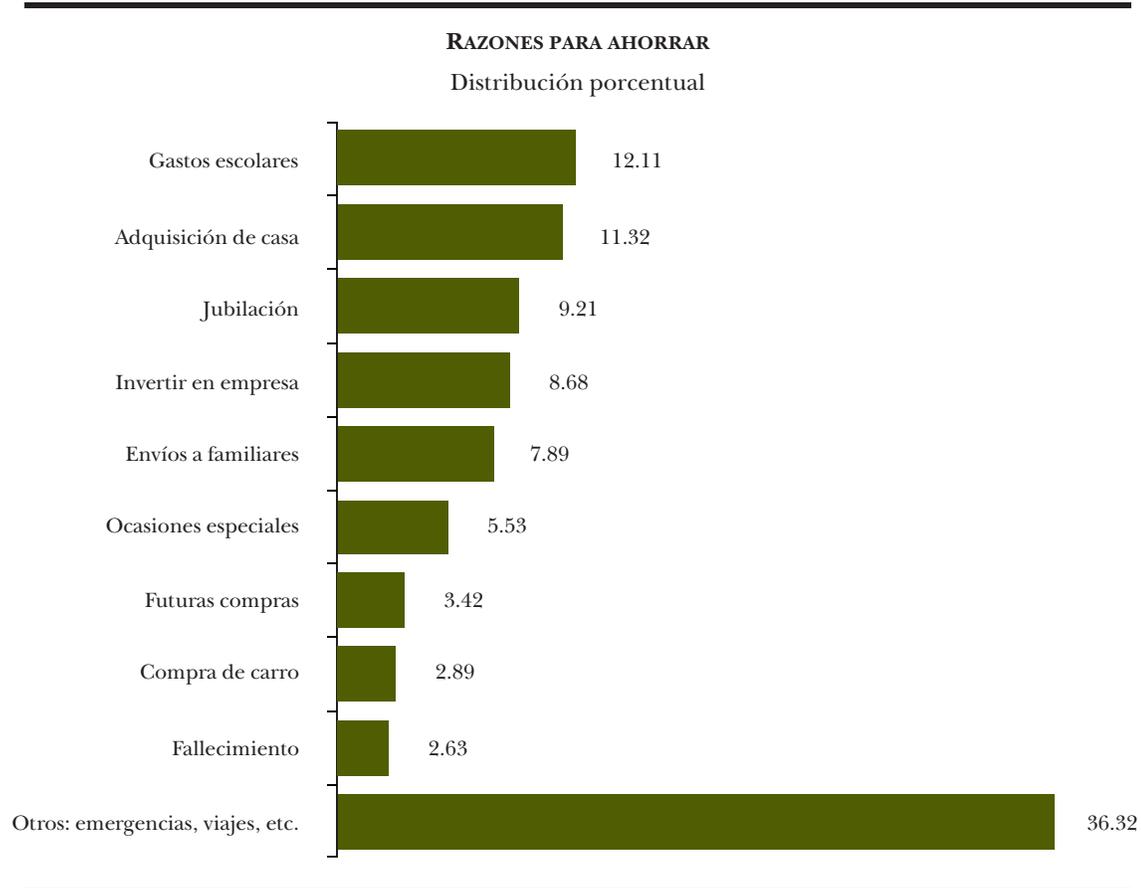
Las entrevistas cualitativas captaron la percepción entre los entrevistados sin cuenta bancaria que no la consideran como necesaria ya que sus ingresos son en efectivo. Un entrevistado de 29 años que se dedica al negocio de alimentos comentó: “No tengo afiliación con ningún banco, todo el dinero que gano lo invierto en el negocio y no me interesa, los bancos no son lo mío, cobran mucho“. Esta visión se conoce en el ámbito financiero como la cultura del efectivo.

### *Ahorro e inversión*

La mitad de los emisores de remesas nacionales encuestados indicó que de alguna manera ahorra algo o invierte. De acuerdo con las respuestas a la encuesta, el ahorro promedio de este subgrupo de encuestados resultó de 14,736 pesos anuales y se destina a propósitos tales como: invertir en una casa; educación; una empresa; guardar recursos para algunas compras futuras; adquisición de vehículos; ocasiones especiales; jubilación; gastos para enfrentar enfermedades; otras emergencias; y la previsión para el fallecimiento. Asimismo, las respuestas de las entrevistas cualitativas fueron congruentes con lo anterior, ya que el 42% de los entrevistados (ocho de ellos) indicaron que ahorran, pero solo la mitad de dicho grupo lo hacía en una institución bancaria, mientras que el resto prefería hacerlo en efectivo. En general, los entrevistados que no ahorran, indicaron que el dinero no les alcanzaba para ahorrar: “es que no alcanza para una cuenta de ahorros. Luego, cuando el dinero se necesita, uno tiene que esperar a que le puedan dar el dinero. Por eso no”.

Aquellos entrevistados que contaban con cuenta de ahorros mencionaron que fue sencillo el proceso de obtenerla “con 50 pesos abres tu cuenta de ahorro, llevas identificación y comprobante de domicilio. Es que son pocos los requisitos”. No obstante, hubo otros que manifestaron que prefieren ahorrar en efectivo porque no confían en las instituciones bancarias, como lo expresó un guardaespaldas de

Gráfica 9



40 años, quien prefiere tener el dinero a la mano y que nunca ha tenido problema guardándolo en su casa.

El cuadro 13 muestra la distribución de la gama de obligaciones de pago que puede tener una persona y el método de pago que utiliza. De acuerdo con las respuestas a la encuesta, la gran mayoría de los pagos de servicios y compras se realizan en efectivo, incluyendo el pago de la tarjeta de crédito. En alguna medida, dichos pagos en efectivo son una actividad cotidiana de tipo social o cultural ya que representan las *vuelatas* que efectúan las personas.

### *Prácticas y métodos de pago*

La gran mayoría de los encuestados indicó que efectúan sus pagos en efectivo. En general, los emisores de remesas nacionales constantemente pagan diversos servicios, tales como la renta de su vivienda, compras de medicinas y el supermercado, pero sólo el 7% de los encuestados utiliza para ello una cuenta bancaria (ver cuadro 14). Mientras tanto, el 93% de los encuestados restantes indicó que paga

Cuadro 13

## TIPOS DE PAGOS Y MÉTODOS UTILIZADOS POR LOS REMITENTES DE REMESAS NACIONALES

Pagos de:	En efectivo en una sucursal				Mediante una cuenta de banco				No sabe o no respondió	Suma
	Del negocio proveedor del servicio	Bancaria	Oficina de telégrafos	Tienda de conveniencia/supermercado	Tarjeta de débito o crédito	Transferencia manual por internet	Transferencia o giro bancario	Cheque		
Celular	7.87	1.66	3.31	85.51	1.45	0.00	0.21	0.00	0.00	100
Colegiatura	61.63	29.55	4.55	0.00	0.00	1.14	0.00	0.00	3.41	100
Crédito en tienda departamental	80.65	3.23	0.00	11.29	3.23	0.00	1.61	0.00	0.00	100
Gasolina	90.73	0.00	0.00	0.00	8.61	0.00	0.00	0.00	0.66	100
Renta de la vivienda	96.32	3.31	0.37	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100
Luz	65.56	10.15	3.97	19.65	0.44	0.22	0.00	0.00	0.00	100
Medicinas	98.29	0.34	0.00	0.34	0.68	0.00	0.00	0.00	0.34	100
Otros servicios	82.24	1.87	0.93	11.21	2.80	0.93	0.00	0.00	0.00	100
Tarjeta de crédito	14.00	68.00	0.00	4.00	2.00	2.00	10.00	0.00	0.00	100
Servicio de agua potable	76.96	7.60	0.98	14.22	0.00	0.25	0.00	0.00	0.00	100
Supermercados	93.81	0.00	0.00	0.38	5.82	0.00	0.00	0.00	0.00	100
Internet	70.59	5.88	2.94	17.65	2.94	0.00	0.00	0.00	0.00	100
Teléfono fijo	71.64	4.48	0.75	17.16	2.24	2.24	0.75	0.75	0.00	100
Otros	70.06	7.34	1.13	19.21	1.69	0.56	0.00	0.00	0.00	100

en efectivo directamente en el establecimiento proveedor del servicio, tienda de conveniencia o supermercado, con excepción de algunos casos de la colegiatura y la tarjeta de crédito que son pagados en una sucursal bancaria. Lo anterior, no obstante, que el 40% de ellos señaló que contaba con una tarjeta de débito. Una entrevistada mencionó que: “Yo nada más voy y saco todo el dinero que me mandan y yo voy pagando en efectivo. La tarjeta no la utilizo más que para depósitos y transacciones.”

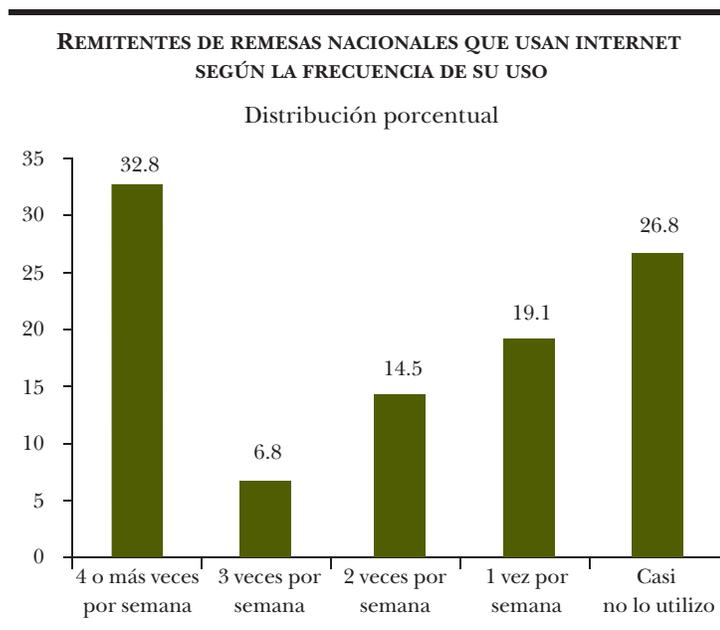
Cuadro 14

MÉTODO DE PAGO UTILIZADO POR LOS REMITENTES DE REMESAS NACIONALES	
<i>Método de pago</i>	<i>Porcentajes</i>
Efectúa un o más pagos mediante una cuenta de banco	7.48
Hace todos sus pagos en efectivo	92.52
Suma	100.00

### 2.3.4 Los emisores de remesas y el uso de la tecnología y la banca móvil

La encuesta también obtuvo información acerca del uso de internet y de la telefonía móvil. Los resultados muestran que el 61% de los emisores de remesas nacionales no utiliza el internet. Al considerar al subgrupo que si lo usa resultó lo siguiente: un tercio de ellos lo hace más de cuatro veces por semana y alrededor de un cuarto de

Gráfica 10



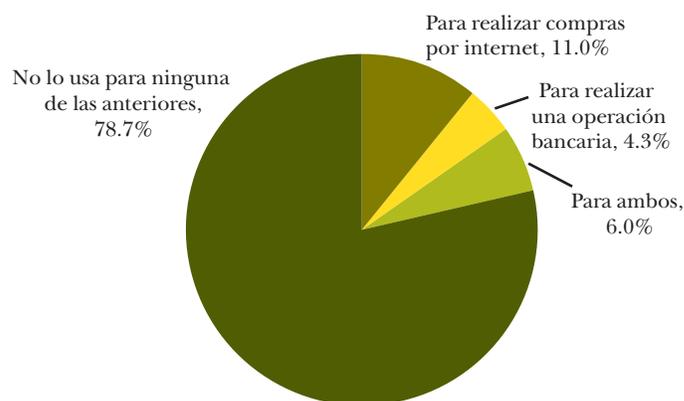
ellos casi no lo usa. Además, entre los usuarios, el 78.7% de ellos no hacen compras o transferencias en línea y solo 3.9% hacen operaciones bancarias por este medio.

Por otra parte, al considerar la encuesta cualitativa resultó que el 69% no utilizaba el internet y, de hecho, el 42% señaló que no lo sabían usar y que nunca habían tenido acceso al mismo. El grupo restante que si utilizaba internet expresó que, generalmente, lo hacía con fines recreativos.

Gráfica 11

**REMITENTES DE REMESAS NACIONALES QUE USAN INTERNET  
PARA EFECTUAR COMPRAS O PARA TRANSACCIONES BANCARIAS**

Distribución porcentual



De acuerdo con las respuestas a la encuesta, el 79% de los remitentes de remesas nacionales entrevistados y la mitad de los receptores de dichas remesas contaban con teléfono celular. Asimismo, el 90.5% de los emisores utiliza los servicios de prepago para recargar sus celulares, de los cuales el 88.8% lo ejecuta mediante la compra de tiempo aire y tarjetas prepagadas que adquiere en tiendas de conveniencia. Solo el 1.7% señaló que recarga su celular mediante la compra de tiempo aire en un banco. También destaca en las respuestas que un elevado porcentaje de los que tienen teléfono celular lo utilizan tanto para llamadas como para enviar mensajes de texto. Un porcentaje pequeño también lo usa para tomar fotos u oír música. De esa manera, lo anterior sugiere que la población encuestada tiene propensión a utilizar el teléfono móvil para diversas aplicaciones adicionales a las llamadas.

Por otra parte, al considerar la encuesta cualitativa sus resultados muestran que todos los entrevistados recargaban sus celulares en tiendas de autoservicio y ninguno de ellos contaba con un plan fijo mensual. Asimismo, el 40% expresó que estaban dispuestos a utilizar la telefonía móvil para transacciones bancarias, ya que les ahorraría

tiempo. No obstante, indicaron que “falta únicamente más publicidad, dar a conocer más los servicios y las ventajas. Porque muchas veces estamos informados de que existe el servicio, pero no sabemos ni cómo funciona ni cómo operan, los costos y eso. Por lo mismo que uno no tiene mucha información por esta razón uno no se confía mucho.”

En contraste, los entrevistados que no mostraron interés por los servicios financieros móviles mencionaron que no le entienden, no es seguro o no lo necesitan: “Es mejor tener un comprobante. Porque luego, uno paga con la tarjeta, no deja comprobante, como es digital todo.” Además, se corre el riesgo de: “Que se vaya a equivocar uno a la cuenta que va a depositar y que deposite a otra persona.” De esa manera, la poca experiencia y conocimiento en el uso de internet y de otros productos electrónicos propicia la percepción de que es difícil o caro el uso del teléfono móvil para transacciones financieras.

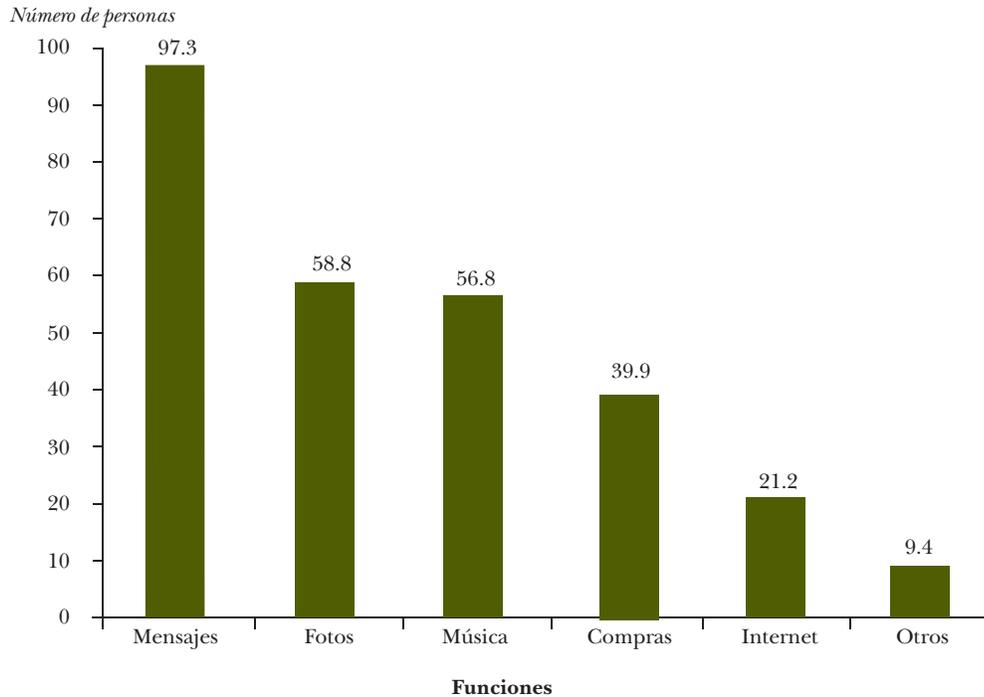
### *Índice de uso de tecnología*

Con el propósito de contar con una visión más precisa acerca del uso potencial de la tecnología por parte de los remitentes de remesas nacionales para efectuar

Gráfica 12

**REMITENTES DE REMESAS NACIONALES QUE UTILIZAN EL CELULAR PARA OTRAS FUNCIONES**

Porcentajes



transacciones financieras, se construyó un *indicador de uso de tecnología* que incorpora los siguientes aspectos: la frecuencia de uso del internet, tipos de funciones que utilizan en sus celulares y si cuentan con tarjeta de crédito, débito o ambas.

El indicador referido se midió de la siguiente manera:

- a) *Variable internet*. Se asignó a los encuestados un valor de uno si lo usan una vez a la semana o más y de cero si no lo conoce o casi no lo usa.
- b) *Variable celular*. Valor de uno si usa tres funciones o más y cero si aplica menos de tres funciones.
- c) *Variable bancaria*. Valor de uno si cuenta con tarjeta de débito, crédito o ambas y cero si no tiene tarjetas.

Lo anterior permitió clasificar a los remitentes de remesas nacionales en tres categorías:

- a) *Activos*, son aquellos con valor de uno en las tres variables.
- b) *Semiactivo*, con valor de uno en una o dos variables.
- c) *Pasivos/no uso*, los que tuvieron valor de cero en las tres variables.

Destaca en este ejercicio que el grupo de activos representa solo el 12% del total de los entrevistados y es notorio que ese grupo muestra características que lo distinguen de los otros.

Al revisar las características sociodemográficas de los remitentes de remesas nacionales resulta que, en general, los emisores *activos* en el uso de la tecnología son un poco más jóvenes que los *semiactivos* y los *pasivos*; y en dicho grupo hay ligeramente una mayor proporción de mujeres; una menor participación de casados; tienen mayores niveles de escolaridad y de ingreso mensual; y el monto de la remesa enviada es más elevada, pero lo hacen en menos ocasiones en el año. Como quiera su monto anual enviado es el más alto de los tres grupos. Asimismo, los emisores activos tienen más años de residir fuera de su entidad de nacimiento, pero menos de enviar remesas.

## **2.4 Aspectos sociodemográficos del remitente de remesas y su acceso a las finanzas**

Considerando la información captada por la encuesta, en esta sección se analizan las diferencias sociodemográficas existentes entre quienes hacen pagos, poseen instrumentos financieros y tienen la disposición de cambiar de método de envío de sus remesas nacionales.

### **2.4.1 Giros y pagos**

Se analizó la relación existente entre la frecuencia de envío de remesas nacionales,

sus montos promedio y varios aspectos sociodemográficos, tales como el género, estado civil, uso de internet y del celular. Los emisores se distribuyeron en tres grupos: el primero agrupa a aquellos que envían remesas nacionales 12 veces o menos durante el año (62.4%); el segundo aquellos que lo hacen entre 13 y 24 veces al año (21.91%); y el tercero aquellos que remiten más de 25 veces por año (15.65%).

**Cuadro 15**

<b>PERFIL DEL REMITENTE DE REMESAS NACIONALES SEGÚN SU USO DE TECNOLOGÍA</b>			
	<i>Pasivo/no uso</i>	<i>Semiactivo</i>	<i>Activo</i>
Distribución de la muestra (porcentajes)	33.6	54.1	12.3
Perfil demográfico y económico			
Edad promedio	41	37	35
De género femenino (porcentajes)	56.4	63.5	66.7
Estado civil casado (porcentajes)	68.1	55.6	50.7
Educación: nivel dominante (porcentajes)	Primaria completa, 35.8	Secundaria completa, 36.1	Preparatoria completa, 36
Ocupación predominante (porcentajes)	Servicios, 21.7 Sector de la construcción, 20.7	Servicios, 30.2 Otra, 22.9	Otra, 24 Servicios, 20
Con ocupación de tiempo completo (porcentajes)	83.3	81.3	85.3
Ingreso mensual: nivel dominante entre 2,501 y 5,000 pesos (porcentajes)	40.9	41.2	Entre 5,001 y 7,500 pesos, 23.6
Ingreso mensual promedio en pesos	3,954	5,107	9,405
Años promedio residiendo en la entidad actual	15.8	14.3	17.9
Con hijos viviendo con el remitente (porcentajes)	35.3	34.3	44.0
No tiene hijos (porcentajes)	14.7	29.2	32.0
Hijos en otro lugares (porcentajes)	50.0	36.5	24.0
Número de envíos por año	17.3	16.6	15.3
Número de años enviando remesas	4.97	4.63	4.38
Monto promedio enviado	1,151	1,185	1,634

En promedio, las mujeres envían un monto anual mayor de remesas nacionales que los hombres, ya que mandan más por envío y con mayor frecuencia.

Por otra parte, no se observa una diferencia significativa entre el monto promedio enviado por año de los emisores solteros, viudos y divorciados frente a los remitentes casados (cuadro 17), pero si hay alguna diferencia en sus hábitos de envío. Así,

los emisores casados envían montos inferiores que los emisores solteros, viudos y divorciados, pero con una mayor frecuencia, lo cual equilibra el monto total enviado por año.

**Cuadro 16**

<b>GÉNERO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS ENVÍOS</b>				
<i>Género</i>	<i>Monto anual enviado</i>	<i>Promedio por envío</i>	<i>Frecuencia anual</i>	<i>Observaciones</i>
Femenino	26,266 pesos	1,431 pesos	20 veces	N = 373
Masculino	14,686 pesos	1,076 pesos	14 veces	N = 232

Para la frecuencia se presenta la mediana de la variable.

**Cuadro 17**

<b>ESTADO CIVIL Y CARACTERÍSTICAS DE LOS ENVÍOS</b>		
	<i>Soltero, viudo(a), divorciado(a)</i>	<i>Casado(a)</i>
Frecuencia	14.2 veces	19.7 veces
Envío promedio	1,482 pesos	1,166 pesos

N = 607 para frecuencia y N = 606 para un envío promedio.

Los resultados de la encuesta no muestran que haya una asociación entre el uso del internet y la frecuencia de envío de remesas nacionales (cuadro 18). Así, entre los remitentes que envían dinero de manera regular a lo largo del año, el 12.29% hacía un uso activo del internet, es decir, cuatro o más veces por semana, pero dicho porcentaje es muy similar al que se presenta en el grupo que envía dinero de manera esporádica. En los dos grupos de emisores (los que mandan dinero de manera frecuente y el esporádico) la gran mayoría de los encuestados no utiliza frecuentemente el internet.

**Cuadro 18**

<b>USO DE INTERNET Y FRECUENCIA DE LOS ENVÍOS DE REMESAS NACIONALES</b>			
Porcentajes			
<i>Tipo de emisor</i>	<i>Usuario activo</i>	<i>Semiactivo</i>	<i>Pasivo-no activo</i>
Remitente frecuente	12.29	17.60	70.11
Remitente esporádico	13.20	12.80	74.00

N= 608

Cuando se desagrega a los emisores de remesas nacionales en tres grupos según la frecuencia de sus envíos de remesas nacionales (aquellos que envían 12 veces o menos por año –cuadro 19–, los que lo hacen de 13 a 24 veces y los que remiten más

de 24 veces al año), sí se observa una diferencia en la frecuencia del uso del internet. En general, los emisores que envían dinero más de 24 veces por año suelen usar menos el internet que los emisores de los otros dos grupos.

**Cuadro 19**

<b>FRECUENCIA DE LOS ENVÍOS DE REMESAS NACIONALES Y EL USO DE INTERNET</b>			
<i>Tipo de Emisor</i>	<i>Usuario activo</i>	<i>Semiactivo</i>	<i>Pasivo-no activo</i>
Envía de una a 12 veces	13.98	16.09	69.92
Envía de 13 a 24 veces	13.53	19.55	66.92
Envía más de 24 veces	6.32	8.42	85.26
N = 608			

Por otra parte, no se observa que haya una diferencia significativa entre los remitentes de remesas nacionales frecuentes y esporádicos y la intensidad del uso del celular y sus aplicaciones.

**Cuadro 20**

<b>FRECUENCIA DE LOS ENVÍOS DE REMESAS NACIONALES Y EL USO DE CELULAR</b>		
<i>Tipo de emisor</i>	<i>Usuario activo</i>	<i>Pasivo-no activo</i>
Emisor frecuente	81.84	18.16
Emisor esporádico	75.50	24.50
N = 607		

#### **2.4.2 Finanzas y uso de la tecnología**

De acuerdo con las respuestas a la encuesta, hay diferencias en el perfil financiero de los remitentes de remesas nacionales según si son o no usuarios activos de la tecnología. Así, aquellos que hacen un uso más intenso de la tecnología muestran mayores montos de ahorro anual, recurren en mayor medida a métodos bancarios para efectuar pagos (el 30.7%) y más del 90% de dicho grupo tiene una cuenta bancaria (cuadro 21). Esto último es importante considerando que para el total de encuestados el porcentaje de aquellos que recurre a la banca para efectuar pagos es de sólo el 7%.

#### **2.4.3 Cambio de método de envío de remesas nacionales y variables financieras**

Considerando que un tercio de los entrevistados señaló estar dispuesto a cambiar su método de envío de remesas nacionales, se analizaron las características de dicho grupo y se compararon con las del resto de remitentes. Los resultados muestran que quienes mostraron mayor interés en adoptar instrumentos de pago por medio

Cuadro 21

<b>PERFIL DE LOS EMISORES DE REMESAS NACIONALES SEGÚN SU USO DE TECNOLOGÍA</b>			
	<i>Pasivo-no uso</i>	<i>Semiactivo</i>	<i>Activo</i>
Distribución de los emisores	33.6	54.1	12.3
Perfil financiero			
Ahorro promedio anual en miles de pesos	10,678.0	13,590.0	22,753.0
Pago promedio por envío de remesa	68.0	67.2	68.3
Utiliza los bancos para pagos (porcentajes)	1.0	6.1	30.7
Tiene cuenta bancaria (porcentajes)	6.9	48.9	94.7

de una cuenta en lugar de efectivo llevan a cabo más transacciones financieras y con mayor frecuencia a través de bancos, poseen más productos financieros y hacen un uso más intensivo de la tecnología.

Cuadro 22

<b>INTERÉS EN OTROS MÉTODOS DE ENVÍO DE REMESAS NACIONALES</b>		
Porcentajes		
<i>Indicador</i>	<i>Sin interés por cambiar de método</i>	<i>Interesado en cambiar de método</i>
Posee tres o más productos financieros	17.2	29.3
Posee dos productos financieros	14.1	21.7
Posee un producto financiero	27.3	25.2
No posee productos financieros	41.4	23.8
Utiliza banco y tiene cuenta	5.3	12.1
Solo efectivo	94.7	87.9
Activo tecnológicamente	9.2	19.7
Semiactivo tecnológicamente	50.2	62.6
Uso pasivo-no usa tecnología	<b>40.6</b>	<b>17.7</b>
Envía más de 24 veces	<b>26.0</b>	<b>31.0</b>
Envía hasta 12 veces	<b>72.2</b>	<b>67.2</b>
Envía de 13 a 24 veces	<b>1.8</b>	<b>1.8</b>

### 3. BANCOS COMERCIALES: POSICIONAMIENTO EN LA INDUSTRIA DE REMESAS NACIONALES

Para evaluar el nivel de eficiencia y de acceso del sistema financiero a los remitentes de remesas nacionales se utilizaron ciertos indicadores de posicionamiento de los intermediarios que participan en dicho mercado. En general, el posicionamiento contribuye a conocer el papel que desempeñan los distintos actores en esta industria y el que juegan en el desarrollo del mercado de remesas nacionales.

En general, el posicionamiento de los intermediarios se mide de acuerdo con varios indicadores:<sup>15</sup>

- a) *Servicios ofrecidos para transferencias de dinero.* Esta variable identifica cuáles son los métodos de pago ofrecidos por cada empresa y su cobertura a nivel geográfico.
- b) *Tipo y nivel de intermediación financiera* asociado con la transferencia de remesas. Este indicador busca identificar si el servicio ofrece cruces de venta con otros productos.
- c) *Marco legal.* Esta variable explora las normas sobre cumplimiento legal que sigue la industria en el mercado de remesas nacionales.
- d) *Sistemas tecnológicos.* Este indicador busca identificar el tipo de tecnología utilizada para las transferencias en este mercado. Por ejemplo, si tienen su propio *software* o si sus servicios están montados en los de otra empresa, como Money Gram, Western Union, Dolex, etc.; si están usando sistemas tecnológicos en el *front end*, es decir hacia el cliente, como el internet, el teléfono móvil, tarjetas o cuenta a cuenta.<sup>16</sup>
- e) *Sistemas.* Este indicador persigue conocer cómo los proveedores de servicios de remesas nacionales integran los datos procesados de sus transacciones en este

---

<sup>15</sup> Orozco, Manuel. *The money in between*, Lynne Reinner Publisher, 2012.

<sup>16</sup> En general, las tecnologías de pago ofrecen dos áreas de operatividad y funcionalidad, el *back end* y el *front end*. El *back end* se refiere a los mecanismos tecnológicos de procesamiento de datos desde el interior de la empresa (como plataformas de *software*, sistemas de *hardware*), mientras que el *front end* se refiere a las tecnologías que llegan al cliente mismo, tales como las tarjetas, las terminales de puntos de venta o el internet.

mercado para aprovecharlos para un mejor conocimiento del cliente (mercadeo, seguridad, cumplimiento legal, etc.). La integración de esta información facilita un mejor aprovechamiento del potencial que ofrecen los clientes.

- f) *Inclusión financiera*. Este indicador asociado con el punto (b) busca identificar qué métodos de los usados para la provisión de servicios, intermediación y tecnología contribuyen a la inclusión financiera. El objetivo es conocer cómo operan los servicios en función de insertar al cliente al sistema financiero y favorecer su generación de riqueza. En términos generales la inclusión financiera se refiere a si: *i*) los servicios financieros ofrecidos son económicos o de bajo costo; *ii*) llegan al cliente (geográficamente y demográficamente); *iii*) son comprensivos (es decir, si cubren una gama variada de pagos, tales como pagos de servicios de teléfono, electricidad, agua, remesas familiares, etc.); *iv*) los requisitos y procedimientos para efectuar las transacciones de remesas nacionales son flexibles.

Todas estas variables o indicadores, aunque no son exhaustivos, pueden contribuir a ubicar a la industria y a sus participantes en un contínuum (en un rango entre lo limitado y lo muy extenso).

La revisión del funcionamiento del mercado de remesas nacionales y del aprovechamiento de la tecnología aunados a estos indicadores facilitan evaluar el nivel de desarrollo de la industria de remesas nacionales y derivar para ella algunas recomendaciones.

Para contar con información sobre los *indicadores de posicionamiento* se llevaron a cabo entrevistas con varios de los intermediarios de la industria de remesas nacionales, a los que se les aplicó un cuestionario (ver apéndice II). El posicionamiento de una empresa ya sea limitado o extenso en cada indicador permite determinar el grado de convergencia dentro de la industria. Entre más instituciones se acercan a un punto de mayor cumplimiento en el contínuum, la industria puede calificarse como un sector desarrollado; el cual puede clasificarse en tres niveles: incipiente, en desarrollo y maduro. Si las instituciones convergen en niveles parecidos y en la misma dirección en el contínuum, significa que van desarrollándose de manera igual hacia la madurez. Si hay disparidad entre las instituciones implica que no se observa una convergencia y el desarrollo del sector podría verse limitado. Asimismo, todo este conocimiento permite identificar las pautas que pudieran instrumentar las estrategias de negocio, mismas que debieran contribuir a mejorar la eficiencia de este mercado y a fortalecer el acceso financiero a sus clientes.

Se entrevistó a funcionarios de nueve de los principales proveedores de servicios de remesas nacionales en México, tanto bancos como otros proveedores. Tales entrevistas se llevaron a cabo del 10 al 13 de enero de 2012 en la ciudad de México y permitieron efectuar una evaluación global de esta industria. Las entrevistas cubrieron

las siguientes instituciones: BBVA Bancomer; Banco Nacional de México, Banamex; Banco Mercantil del Norte, Banorte; Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, Bansefi; Telecomunicaciones de México; HSBC México; Banco Santander; Western Union Holdings, Inc; y Grupo Elektra.

Luego se identificó el posicionamiento de cada proveedor de servicios de remesas nacionales mediante la asignación de puntajes considerando su situación en cada indicador. Los puntajes se transforman posteriormente en una escala de 0 a 100 para efectos comparativos de cada componente, de manera que el análisis permita identificar el grado de convergencia o divergencia empresarial dentro de esta industria con relación a cada uno y al agregado conjunto de los componentes de posicionamiento.

### **3.1 Productos y servicios ofrecidos**

La información recabada en las entrevistas con los actores de la industria de remesas nacionales sugiere que un segmento importante de la oferta en este mercado es relativamente nuevo. Asimismo, las respuestas muestran que es escasa la promoción que lleva a cabo la mayoría de la banca acerca de su oferta de productos de remesas nacionales. En el caso de las órdenes de pagos, estas se han ofrecido desde hace muchos años, pero no son promovidas por los proveedores. Asimismo, las transferencias específicas para remesas tampoco son poco promocionadas, lo que en parte refleja que algunos proveedores son nuevos en este mercado.

### **3.2 Oferta cruzada**

En relación con la oferta cruzada, destaca que son pocos los bancos que ofrecen otros productos financieros a sus clientes de remesas nacionales, pero si se observan esfuerzos en el caso de los otros proveedores de remesas nacionales. En estos últimos hay algunos proveedores que promueven su producto en medios impresos y electrónicos, y entrenan a su personal para que incentiven a sus clientes a adquirir otros, tales como microseguros.

En general, las instituciones entrevistadas indicaron que su personal de ventanilla está entrenado para atender las necesidades de su clientela de remesas nacionales, pero no necesariamente para ofrecerles otros productos. La mayoría de las instituciones financieras entrevistadas expresaron que con excepción del caso de pequeñas comunidades, en general, no sabían si sus clientes enviaban o recibían remesas nacionales, aunque si había interés por aumentar los servicios y productos que ofrecían a su clientela. En suma, no se captó la percepción de que los oferentes de servicios de remesas nacionales estén haciendo esfuerzos por convertir a la clientela de tales servicios en clientes bancarios.

### **3.3 Marco legal**

En general, los funcionarios entrevistados de las instituciones financieras y no financieras confirmaron tener un amplio conocimiento sobre el marco legal aplicable a los envíos de remesas nacionales y sobre los controles que permiten detectar lavado de dinero, fraude u otra actividad irregular. El cumplimiento del marco legal es visto como un aspecto prioritario para las operaciones por encima de otras actividades de este negocio. En este contexto, cabe señalar que las empresas entrevistadas resaltaron que hay cierta confusión sobre el marco legal que regula las cuentas nivel 1.<sup>17</sup>

### **3.4 Sistemas informáticos**

Los proveedores de servicios de remesas han hecho esfuerzos importantes por modernizar sus sistemas de pago y por incluir en ellos a los servicios de remesas, con el propósito de reducir costos y aumentar su eficiencia. El nivel de adaptación de sus plataformas para incluir las transferencias de remesas asegura una mayor eficiencia y economía en el manejo de datos y en su aprovechamiento potencial. Asimismo, la sistematización de los datos sobre la clientela permite desarrollar perfiles sobre sus características lo que facilita la venta cruzada de servicios. No obstante, fue notorio en la mayoría de las instituciones entrevistadas que la plataforma de remesas nacionales es independiente del resto.

### **3.5 Tecnología**

En los años recientes ha habido avances importantes en México en el desarrollo de operaciones financieras mediante el teléfono celular y en el área de corresponsalías bancarias. Así, la mayoría de los bancos en México operan con corresponsales bancarios.

Actualmente un buen número de los bancos en México ofrecen servicios de banca por internet y permiten a sus clientes por ese medio consultar saldos, hacer transferencias a otras cuentas, pagar tarjetas de crédito, propias y de terceros, así como pagar servicios. Además, algunos de ellos cuentan con banca móvil por medio de mensajes de texto e incluso pagar mediante sus teléfonos celulares a tiendas comerciales y realizar traspasos persona a persona.

No obstante todo lo anterior, con la excepción de lo referente al cumplimiento de la reglamentación sobre lavado de dinero, pocos proveedores de servicios de remesas nacionales sistematizan los datos de su clientela para analizarlos como adquirentes potenciales de otros productos.

---

<sup>17</sup> Las cuentas nivel 1 son cuentas anónimas, no se requiere la presencia del interesado para su apertura, los depósitos pueden realizarse en corresponsales o en sucursales bancarias, y tienen, un límite mensual de depósito (750 USD) y mensual de saldo máximo (1,000 USD).

Cuadro 23

**PRINCIPALES RETOS EN EL MERCADO DE REMESAS NACIONALES**

	<i>¿En qué consiste el reto?</i>	<i>¿Cómo mitigan este obstáculo las nuevas disposiciones regulatorias?</i>
	Por el lado de la oferta y de la demanda	
Modelo de negocio	Oferta	
	Enfoque en productos que no resultan atractivos para la población de menores recursos y en zonas de difícil acceso.	Corresponsales bancarios (disminuyen los costos de traslado a puntos donde se provee el servicio).
	Provisión de servicio de transferencia a través de canales tradicionales que son costosos de llevar a la población no atendida	Cuentas de expediente simplificado (adecua el producto a las necesidades transaccionales de la población no atendida).
	Procesos complicados y lentos para la apertura de cuentas.	Servicios financieros móviles (habilitan un canal de bajo costo y amplían la penetración entre la población no cubierta para enviar órdenes de transferencia de recursos).
	Demanda	
	Altos costos de trasladarse a los puntos de servicio de los proveedores formales.	
	Pocos incentivos para transitar del uso del efectivo debido a la falta de disponibilidad de puntos para carga y retiros.	
Liquidez y volumen transaccional	Oferta	Uso de redes de distribución especializadas en el manejo de efectivo como corresponsales de la institución financiera.
	Se requiere de un adecuado manejo de efectivo para poder llevar a cabo todas las transacciones solicitadas	Contratación de establecimientos comerciales con flujo de efectivo superavitario como puntos para retiro de efectivo.
	Demanda	Cuentas de expediente simplificado (incentiva menos retiros y más ahorro y, por tanto, disminuyen los requerimientos de efectivo)
	Buscan realizar muchas transferencias por montos bajos, sin embargo, en canales tradicionales el costo, tanto monetario como de oportunidad de este esquema transaccional resulta elevado.	

#### 4. BARRERAS Y RETOS DE LA INDUSTRIA

Brindar acceso a servicios de transferencia de recursos entre personas es de gran importancia para mejorar la calidad de vida de la población. El acceso a servicios de transferencia de recursos permite un uso más eficiente de los ingresos de los hogares ya que se fomenta el ahorro, disminuyen los costos y riesgos tanto de enviar dinero a familiares y amigos como de llevar a cabo transacciones comerciales y posibilita el acceso a productos financieros de mayor complejidad, como el crédito o los seguros, al generar un historial del flujo de ingreso de los usuarios. De este modo, la transferencia de recursos entre personas puede fungir como un primer escalón para una mayor inclusión financiera, lo que cataliza el crecimiento económico del país.

La inclusión financiera es definida como el acceso y uso de una gama de productos y servicios financieros por parte de la población, bajo una regulación apropiada que cuida los intereses de los usuarios del sistema y fomenta sus capacidades financieras.

El número de transferencias que se efectúan por medio de instituciones financieras formales y empresas de envío de dinero se encuentra muy por debajo del nivel de demanda por este servicio, incluso si las estimaciones sobre la demanda por este servicio dentro del territorio nacional son conservadoras. Lo anterior, indica que existe un importante número de transacciones que están siendo realizadas por medio de proveedores informales, con los mayores costos y riesgos que ello implica. Asimismo, la brecha entre la demanda por servicios de remesas nacionales y la oferta de los proveedores formales es evidencia de que un significativo porcentaje de la población aún no forma parte del sistema financiero formal. De este modo, es posible afirmar que existen oportunidades relevantes para que las instituciones financieras que ofrecen el servicio de transferencia de recursos dentro del territorio nacional incrementen su participación en el mercado.

Aunada a la existencia de una importante demanda insatisfecha, las instituciones financieras que proveen servicios de transferencias ahora se pueden beneficiar de las recientes modificaciones regulatorias que fomentan el desarrollo de modelos de negocio que incorporen a la población no atendida al sistema financiero. En este contexto, la regulación fomenta el desarrollo de productos que se ajustan a las necesidades de la población, como las cuentas de expediente simplificado o los

servicios financieros móviles y habilita canales alternativos que permiten ofrecer dichos productos en forma más rentable que bajo los esquemas de oferta tradicionales. Al implementar estos nuevos modelos de negocio, es necesario que las instituciones tomen en cuenta los retos que existen para que los servicios, y canales por los cuales estos se ofrecen, sean atractivos para la población y resulten exitosos en fomentar un mayor nivel de inclusión financiera.

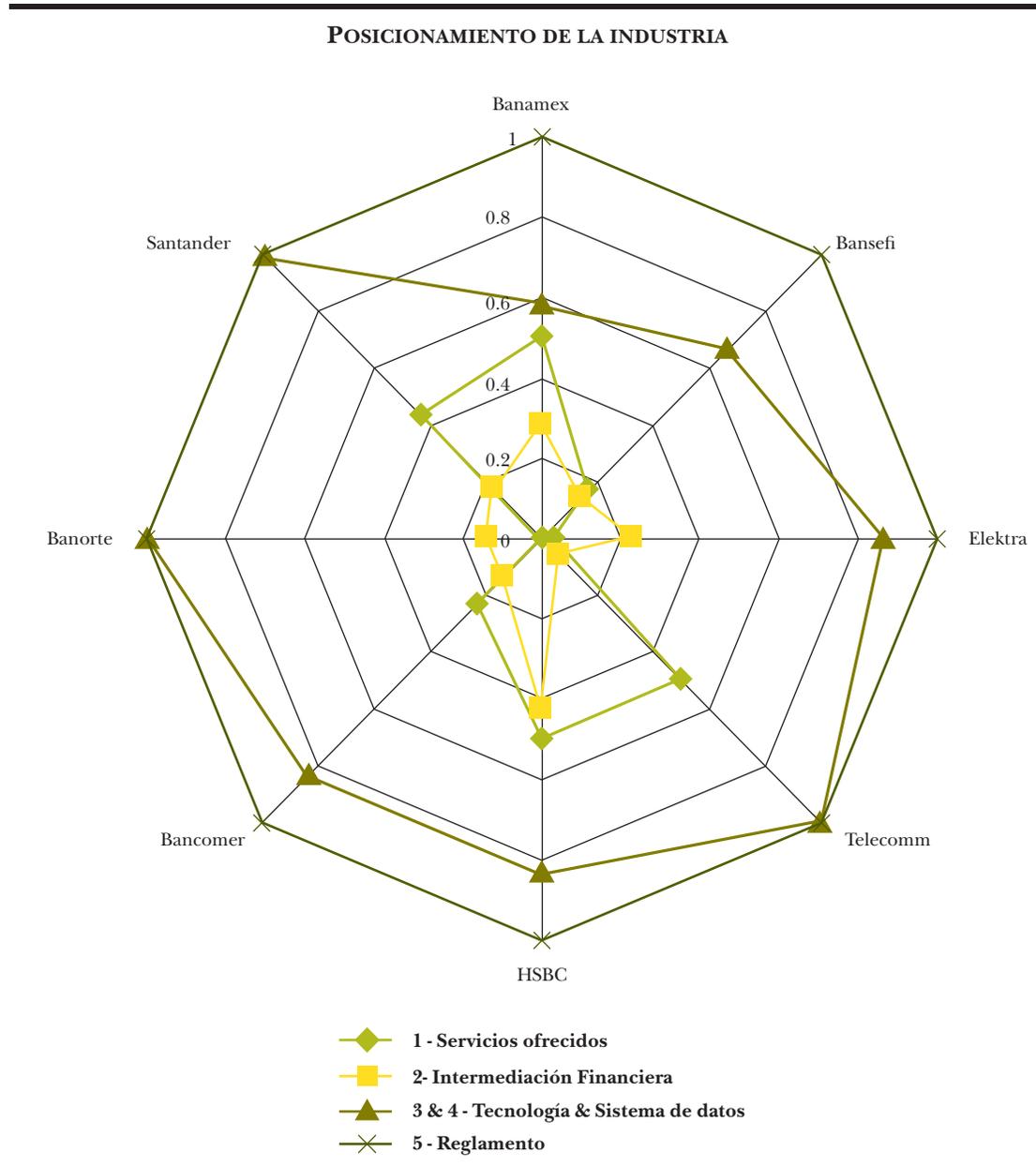
En relación con el nuevo régimen de apertura de cuentas simplificadas, algunos intermediarios señalaron que si bien reconocen que estas pueden generar beneficios importantes, existe inquietud sobre posibles riesgos en su uso para fines irregulares. El hecho de que las instituciones expresen preocupación en este respecto apunta a la necesidad de una mejor difusión sobre los controles que existen en estas cuentas para prevenir su uso de manera contraria a la regulación. Por otro lado, los proveedores de servicios de remesas nacionales indican también que la expansión de su oferta hacia el mercado no atendido implica retos en relación con la liquidez que deben contar en los sitios de pago. Esta respuesta señala la necesidad de informar a los proveedores de la posibilidad de utilizar redes de corresponsales y redes de distribución para incrementar la eficiencia en el manejo de efectivo y reducir sus costos de expansión.

Actualmente, la población sin acceso a un producto que permita la transferencia electrónica de recursos satisface sus necesidades por este servicio por medio de proveedores informales y compañías de envío de dinero. Estos mecanismos obligan a los usuarios a retirar, en una sola exhibición, todos los recursos enviados y por ello fomenta el uso exclusivo del efectivo en sus operaciones cotidianas. Como resultado de lo anterior, los oferentes de servicios financieros en el mercado de remesas nacionales indican que un reto importante que enfrentan es la *cultura del efectivo*. En la opinión de dichos oferentes, debido a esta *cultura* el desarrollo e implementación de nuevos productos y canales que buscan sustituir el uso de efectivo tienen, de acuerdo con las respuestas de los oferentes, altos costos o fuertes limitaciones para lograr su objetivo en el corto plazo. En vista de estas respuestas, resulta necesario difundir mayor información sobre las necesidades de la población no atendida por el sistema financiero formal y su demanda por servicios de transferencias electrónicas. Las cifras en cuanto a las características transaccionales de esta población, así como la experiencia internacional, indican que el uso exclusivo del efectivo entre la población de menores recursos no se debe a una *cultura del efectivo* sino más bien a la falta de canales alternativos, de fácil acceso, adecuados a sus necesidades, y que resulten atractivos para la población.

En general, la industria de remesas nacionales no se ha interesado en identificar de manera clara las características de su clientela y al parecer no se le ha asignado un interés especial con propósitos de comercialización y de fidelización. Todo ello produce poca intermediación y poca sistematización y análisis de datos, que deriva en percepciones erróneas sobre las posibilidades de expansión en el mercado.

Con base en la información recabada en las entrevistas con los intermediarios de remesas nacionales se elaboró la gráfica 13 que muestra el grado de convergencia (en una escala de 1 a 0) de la industria de remesas nacionales. Aparte del apego al cumplimiento legal, los otros indicadores muestran poca concordancia hacia el alcance de los criterios de posicionamiento de los proveedores en dicha industria.<sup>18</sup>

Gráfica 13



<sup>18</sup> Para una explicación de estos resultados ver el apéndice y su cuestionario.

## **5. ALGUNAS RECOMENDACIONES QUE PUEDEN CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL MERCADO FORMAL DE REMESAS NACIONALES**

Como se mencionó en el apartado anterior, facilitar el acceso a servicios de transferencia electrónica de recursos puede contribuir de manera significativa al desarrollo de la economía. A fin de que este potencial sea alcanzado se postulan a continuación algunas recomendaciones dirigidas a fomentar la canalización de las remesas nacionales hacia el sistema financiero formal. Estas recomendaciones se enfocan en los siguientes ejes centrales:

- Recabar, analizar y difundir información sobre la demanda por remesas nacionales, en particular, aquella que no hace uso del sistema financiero formal.

A partir de las encuestas realizadas a los proveedores de servicios de envíos de remesas en territorio nacional, es posible afirmar que los oferentes carecen de información relevante sobre el perfil y necesidades de los remitentes y receptores de estas transferencias en el país. Lo anterior inhibe la capacidad de los oferentes formales para desarrollar modelos de negocio y productos que satisfagan las necesidades de un importante segmento de mercado que actualmente debe utilizar en cambio canales informales y economías basadas en el efectivo. De este modo, la falta de productos que resulten atractivos es confundida por los oferentes como una cultura del efectivo, que obstaculiza la profundización de este mercado.

Más aún, al contar con mayor información sobre la población no atendida, las instituciones financieras pueden expandir su oferta más allá del servicio de envío de remesas e incluir otros productos financieros que se ajusten a las necesidades de la población y les resulten rentables, logrando una mayor participación en el mercado y simultáneamente promoviendo la inclusión financiera en el país.

- Promover el desarrollo de productos que hagan uso de las innovaciones tecnológicas y regulatorias para atraer, en forma rentable para los oferentes, al segmento de la población que no es atendida por el sistema financiero formal.

Por medio de diversas modificaciones regulatorias complementarias implantadas en México en los años recientes, aunadas al progreso tecnológico

en el sector de las telecomunicaciones, la oferta de servicios financieros, en general, y de envíos de transferencias electrónicas, en particular, puede llevarse a cabo en forma segura por medio de canales alternativos que representan menores costos para los oferentes.

El desarrollo de la figura de corresponsales permite a las instituciones expandir su infraestructura para la oferta de servicios de envío y recepción de transferencias en forma rápida, rentable y segura. Más aún, los corresponsales, en conjunto con la introducción de las cuentas de expediente simplificado, permiten el desarrollo de modelos de negocio atractivos, tanto para los oferentes como para los usuarios y, así, para llevar a cabo transacciones frecuentes de bajo volumen, como requiere la población que a la fecha no es atendida por el mercado formal.

Las modificaciones al marco regulatorio permiten entonces expandir la oferta formal hacia productos que se ajustan a las necesidades del mercado. Sin embargo, dada la preocupación que parece persistir entre los oferentes en el uso de las nuevas figuras y productos que habilitó la regulación, se recomienda además realizar campañas y mecanismos de difusión de los controles que garantizan la seguridad de los nuevos canales. Los resultados de las encuestas hacen evidente que estas campañas de educación no sólo son necesarias para los usuarios sino también para los proveedores, a fin de que estos comprendan los beneficios que los nuevos canales generan y no sobreestimen los costos y riesgos que implican la implementación de nuevos modelos de negocio basados en estos canales. En este contexto, resulta especialmente relevante destacar entre las instituciones financieras que en la medida en que los envíos de remesas se lleven a cabo por medio de cuentas, ya sean tradicionales o de expediente simplificado, se cuenta con un registro de las transacciones y flujos que estas reciban y, por ello, con un mayor control para la prevención de riesgos y detección de actividades irregulares.

Adicionalmente, difundir información sobre los canales alternativos y la forma en que estos reducen los costos de proveer el servicio de transferencia de recursos en territorio nacional mitigará las barreras de entrada existentes en el mercado, promoviendo una mayor competencia en beneficio de los usuarios y los oferentes potenciales.

- Identificar mecanismos por los cuales los programas de asistencia y demás servicios que ofrece el gobierno puedan incorporar el uso de estos productos, a fin de fomentar su adopción entre la población.

Hay varias funciones del gobierno que contribuyen a que la población incremente su nivel de inclusión financiera, tales como la realización de pagos (de servicios y bienes públicos, de impuestos, etc.) o recibir transferencias (programas de asistencia social y transferencias gubernamentales). En la medida

en que el gobierno facilite y fomente que estos pagos y recepción de recursos se lleven a cabo por medios electrónicos y mediante el sistema financiero formal, la adopción de los nuevos productos que ofrezca el sector privado para el envío de remesas nacionales será más fácil.

- Difundir entre la población las opciones y ventajas que ofrecen los proveedores formales para el envío de recursos en el territorio nacional.

En muchas ocasiones, la transmisión del efectivo a un nuevo medio electrónico se ve obstaculizada por la falta de información entre la población sobre las alternativas que tiene a su alcance y las ventajas que estas ofrecen frente al *status quo*. En este sentido, se recomienda llevar a cabo, en conjunto con los proveedores de servicios de remesas, campañas de educación y promoción del uso de las transferencias electrónicas, para que la población cuente con la información relevante para evaluar el beneficio neto que este canal ofrece sobre el efectivo.

Por último, un resultado importante de este estudio es que en México las transferencias nacionales que podrían considerarse informales son efectuadas predominantemente por grupos de personas con muchas obligaciones de pago y necesidad de transferir recursos, pero con poco o sin acceso a los canales formales disponibles para llevar a cabo estas transacciones en forma electrónica. En contraste, este segmento de la población está muy familiarizado con las distintas características y posibilidades del teléfono móvil. Por ello, los servicios financieros móviles resultan particularmente adecuados para atraer a la población no atendida hacia canales alternativos que ofrecen los proveedores formales. Las diversas recomendaciones que se presentaron en párrafos anteriores pueden contribuir a reducir la informalidad y a acrecentar las transacciones que se llevan a cabo en el sistema financiero formal.

## Apéndice I. Resultados de la encuesta de remitentes de remesas nacionales en México

### 1 Datos del encuestador

#### 1.1 Lugar donde se recabó la encuesta

Distribución por entidad federativa (en porcentajes)

<i>Baja California</i>	<i>Distrito Federal</i>	<i>Estado de México</i>	<i>Quintana Roo</i>	<i>Jalisco</i>	<i>Nuevo León</i>	<i>Suma</i>
21.05	20.56	20.56	17.27	12.34	8.22	100.00

N = 608 encuestas

Baja California 21.05	→	Tijuana	13.32	→	Tijuana	12.5
				→	La Mesa	0.82
		Mexicali	7.73	→	Mexicali	3.62
				→	San Felipe	4.11
Distrito Federal 20.56	→	Tlalpan	8.72	→	Tlalpan	8.72
		Iztapalapa	6.41	→	Iztapalapa	6.41
		Gustavo A. Madero	5.43	→	Gustavo A. Madero	5.43
Estado de México 20.56	→	Ciudad Nezahualcóyolt	12.01	→	Ciudad Nezahualcóyolt	2.47
				→	Col. Campestre Guadalupeana	3.78
				→	Benito Juárez	5.60
				→	Colonia Impulsora	0.16
		Ecatepec de Morelos	8.55	→	Ecatepec de Morelos	5.92
				→	Col. Jardines de Casa Nueva	0.66
				→	Colonia Centro	1.97
Quintana Roo 17.27	→	Benito Juárez	16.45	→	Cancún	16.45
		Solidaridad	0.82	→	Playa del Carmen	0.82
Jalisco 12.34	→	Zapopan	9.21	→	Zapopan	9.21
		Guadalajara	3.13	→	Guadalajara	3.13
Nuevo León 8.22	→	Monterrey	8.22	→		

*1.1.1 Instituciones donde se levantaron las encuestas (distribución porcentual)*

<i>Telecomm</i>	<i>Bansefi</i>	<i>Otro</i>	<i>Suma</i>
72.04	2.96	25.00	100.00

N = 608

**1.2 Clave de encuestador**

**1.3 Fecha**

*1.3.1 Hora inicio encuesta*

*1.3.2 Hora fin encuesta*

*1.3.3 Duración encuesta en minutos*

**2 Datos del encuestado**

*2.1.1 ¿Cuál es su edad?*

<i>N</i>	<i>Promedio</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
608	38.25	13.47	17	81

*2.1.2 Género (distribución porcentual)*

<i>Masculino</i>	<i>Femenino</i>	<i>Suma</i>
38.49	61.51	100.00

N = 608

*2.1.3 ¿Cuál es su estado civil? (distribución porcentual)*

<i>Soltero(a)</i>	<i>Casado(a)</i>	<i>Viudo(a)/Divorciado(a)</i>	<i>Suma</i>
28.95	59.21	11.84	100.00

N = 608

*2.1.4 ¿Tiene hijos viviendo con usted, en otra vivienda en este municipio o en otro municipio? (distribución porcentual)*

<i>Hijos conmigo</i>	<i>No tengo hijos</i>	<i>Hijos en otro(s) municipio(s)</i>	<i>Hijos en varios lugares</i>	<i>Hijos en otra vivienda de este municipio</i>	<i>Suma</i>
35.86	24.67	23.36	12.16	3.95	100.00

N = 608

2.2.1 ¿Cuáles el código postal de la vivienda en la cual reside?

2.2.2 ¿Cuántos meses tiene viviendo de manera continua en esta ciudad/municipio?

<i>N</i>	<i>Promedio</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
608	15.22	14.65	0	74

2.2.3 ¿Cuáles su estado y ciudad de origen?

Estado (distribución porcentual)

Veracruz	11.18
Chiapas	11.02
Oaxaca	10.69
Distrito Federal	6.58
San Luis Potosí	6.25
Puebla	5.92
Hidalgo	5.43
Jalisco	4.93
Estado de México	4.61
Baja California	4.44
Michoacán	4.44
Yucatán	4.44
Guerrero	3.45
Sinaloa	2.82
Tabasco	2.47
Guanajuato	1.48
Nayarit	1.32
Nuevo León	1.32
Campeche	1.15
Durango	1.15
Zacatecas	1.15
Sonora	0.99
Querétaro	0.66
Chihuahua	0.49
Quintana Roo	0.49
Morelos	0.33
Otros	0.32
Baja California Sur	0.16
Coahuila	0.16
Tamaulipas	0.16
Suma	100.00
N = 608	

Municipio  
Localidad

**2.3 ¿Cuál es su nivel de escolaridad? (distribución porcentual)**

<i>Primaria incompleta</i>	<i>Primaria completa</i>	<i>Secundaria completa</i>	<i>Preparatoria completa</i>	<i>Universidad incompleta</i>	<i>Universidad completa</i>	<i>Suma</i>
14.31	25.49	31.41	16.78	3.13	8.88	100.00

N = 608

**2.4.1 ¿Actualmente cuál es su ocupación principal? (distribución porcentual)**

Servicios	26.07
Otra	20.46
Trabajo de la construcción	13.70
Ama de casa	13.37
Empresario, trabajo por cuenta propia, autónomo	7.76
Vendedor	7.76
Profesional	3.62
Jubilado	2.15
Desempleado	1.65
Estudiante	1.47
Maestro	1.16
Empleado en el campo/agrícola	0.83
Suma	100.00

N = 606

**2.4.2 Su ocupación es de: (distribución porcentual)**

<i>Tiempo completo</i>	<i>Medio tiempo</i>	<i>Menos de medio tiempo</i>	<i>No respondió</i>	<i>Suma</i>
82.51	13.37	0.65	3.47	100.00

N = 606

2.5.1 ¿Cuáles su ingreso mensual personal, en pesos? (distribución porcentual)

Hasta 2,500	11.19
Entre 2,501 y 5,000	46.58
Entre 5,001 y 7,500	21.92
Entre 7,501 y 10,000	11.87
Entre 10,001 y 20,000	6.16
Entre 20,001 y 30,000	1.60
Más de 30,000	0.68
Suma	100.00
N = 438	

2.5.2 ¿Cuáles su ingreso mensual personal? (en pesos)

<i>N</i>	<i>Promedio</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
438	6,039.20	5,078.66	150	50,000

2.5.3 ¿Cuál es el ingreso mensual total de todos los que comparten su hogar y gastos de alimentación, sin contarlos a usted? (distribución porcentual)

0	11.07
Hasta 2,500	9.06
Entre 2,501 y 5,000	19.77
Entre 5,001 y 7,500	10.91
Entre 7,501 y 10,000	4.19
Entre 10,001 y 20,000	2.85
Entre 20,001 y 30,000	1.17
Más de 30,000	1.51
Vivo solo(a)	28.52
No respondió	10.74
Suma	100.00
N = 596	

### 3 Envíos de dinero nacionales

#### 3.1 ¿Generalmente a qué lugar del país manda dinero?

Estado (distribución porcentual)

Chiapas	11.51
Oaxaca	11.51
Veracruz	11.18
Puebla	7.24
San Luis Potosí	6.43
Hidalgo	6.09
Jalisco	5.26
Guerrero	4.44
Baja California	3.95
Michoacán	3.95
Yucatán	3.95
Nayarit	2.96
Tabasco	2.96
Estado de México	2.63
Guanajuato	2.47
Sinaloa	2.14
Sonora	1.81
Campeche	1.32
Zacatecas	1.32
Durango	1.15
Querétaro	1.15
Tamaulipas	1.15
Distrito Federal	0.82
Morelos	0.82
Quintana Roo	0.66
Coahuila	0.33
Aguascalientes	0.16
Baja California Sur	0.16
Chihuahua	0.16
Colima	0.16
Nuevo León	0.16
Suma	100.00
N =608	

### 3.2 En promedio ¿cuánto envía cada vez? (en pesos)

<i>N</i>	<i>Promedio</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
595	1,229.58	1,280.10	150	20,000

### 3.3 ¿Cuántas veces al año envía dinero? (veces)

<i>N</i>	<i>Promedio</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
597	16.67	15.39	1	96

### 3.4 Este envío ¿lo hace de manera periódica, ya como costumbre o de manera esporádica? (distribución porcentual)

<i>Envío regular</i>	<i>Envío esporádico</i>	<i>Suma</i>
58.69	41.21	100.00

### 3.5 ¿Cuánto tiempo lleva enviando dinero? (en meses)

<i>N</i>	<i>Promedio</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
596	56.43	75.86	1	600 meses

### 3.6 ¿A quién le envía dinero generalmente? (distribución porcentual)

Madre/Padre	40.79
Pareja	15.31
Hijo(a)s	12.99
Hermano(a)s	8.72
Otros familiares	8.22
Suegro(a)s	4.11
Otros	4.11
Abuelo(a)s	3.45
Amigos	2.30
Suma	100.00
N = 608	

### 3.7 ¿Qué método utiliza para enviar dinero?

	Porcentajes <sup>1</sup>	Porcentajes
Bancos	14.97	11.56
Caja de ahorro	1.15	0.89
Chofer de autobús	0.66	0.51
Compañía de envíos	7.40	5.72
Conocido	1.48	1.14
Internet	0.16	0.13
Otro	21.38	16.52
Telégrafo/giro postal	82.24	63.53
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100 por ciento por ser tabuladas por frecuencia de respuesta.

N = 608

### 3.8 ¿Cuál es su compañía/banco/método preferida(o) para enviar dinero?

### 3.9 ¿Cuánto le cobran por mandar su dinero?(en pesos)

N	Promedio	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
577	67.64	59.72	0	500

### 3.10 Su empresa preferida de envío es (distribución porcentual):

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Suma
Transparente en sus precios	21.29	61.54	8.09	7.10	1.98	100.00
Confiable	38.28	58.42	1.16	0.98	1.16	100.00
Fácil de usar	37.46	59.24	1.49	0.83	0.98	100.00
Barata	25.91	42.08	13.20	14.03	4.78	100.00
Buena calidad	21.62	37.79	36.14	3.63	0.82	100.00
Con horario accesible	28.38	53.63	8.25	7.76	1.98	100.00
Abierta en días no laborales	24.92	44.72	13.86	11.88	4.62	100.00
Está cercana	29.04	41.42	7.59	16.83	5.12	100.00
Múltiples vías de acceso	34.49	55.61	5.28	3.14	1.48	100.00

N = 606

**3.11 ¿Le interesaría otro medio para enviar su dinero? El 31 % respondió que sí.**

**3.12 ¿Por qué no usa estas alternativas de envío de dinero?**

#### **4 Sistema financiero mexicano**

**4.1 ¿Tiene cuenta en el sistema financiero mexicano? (distribución porcentual)**

Sí	40.46
No	59.54
Suma	100.00
N = 608	

**4.2 ¿En qué tipo de institución tiene su cuenta principal? (distribución porcentual)**

Banco/sociedad cooperativa	35.03
Caja de ahorros	1.64
Otro	3.62
No respondió	59.71
Suma	100.00
N = 608	

**4.3 ¿Cuales de estos servicios financieros personales tiene?**

	<i>Porcentajes<sup>1</sup></i>	<i>Porcentajes</i>
Cuenta de ahorro	27.30	19.81
Cuenta de cheques	29.77	21.60
Préstamo personal	13.98	10.14
Seguro de gastos médico	33.88	24.58
Seguro de vida	27.14	19.69
Tarjeta de apoyo	5.76	4.18
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta.

N = 608

**4.4 ¿Usted ahorra o invierte de alguna manera? (distribución porcentual)**

Sí	50.25
No	49.75
Suma	100.00
N = 597	

#### 4.5 Aproximadamente, ¿cuánto ahorra usted en un año? (en pesos)

<i>N</i>	<i>Promedio</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
263	14,736	15,731.53	500	100,000

#### 4.6 ¿Cuál es el propósito de sus ahorros?

	<i>Porcentajes<sup>1</sup></i>	<i>Porcentajes</i>
Fallecimiento	1.64	2.63
Adquisición de casa	7.07	11.32
Gastos escolares	7.57	12.11
Jubilación	5.76	9.21
Compra de carro	1.81	2.89
Envíos a familiares	4.93	7.89
Invertir en empresa	5.43	8.68
Ocasiones especiales	3.45	5.53
Futuras compras	2.14	3.42
Otro: emergencias, viajes, etcétera	22.70	36.32
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta. N = 608.

#### 4.7 ¿En dónde recoge el dinero el receptor de su envío?

	<i>Porcentajes<sup>1</sup></i>	<i>Porcentajes</i>
Sucursal bancaria	13.16	10.68
Agencia de envíos (como Western Union, Moneygram)	6.91	5.61
Oficina de telégrafos	79.93	64.89
Cooperativa/caja popular	0.66	0.53
Conocido	0.99	0.80
Servicios de transporte	0.49	0.40
Otro	21.05	17.09
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta.

#### 4.8 ¿El hogar al que usted envía dinero tiene otras fuentes de ingreso (distribución porcentual)?

Sí	52.47
No	47.53
Suma	100.00
N = 608	

**4.9 ¿Cual es la principal fuente de ingreso del hogar receptor de remesas (distribución porcentual)?**

<i>Negocio propio</i>	<i>Trabajo asalariado</i>	<i>Apoyo gubernamental</i>	<i>Pensión</i>	<i>Otro</i>	<i>No respondió</i>	<i>Suma</i>
17.76	17.43	4.78	3.78	8.39	47.86	100.00

N = 608

**5 Internet**

**5.1 ¿Con qué frecuencia utiliza internet? (distribución porcentual)**

<i>4 o más veces por semana</i>	<i>3 veces por semana</i>	<i>2 veces por semana</i>	<i>1 vez por semana</i>	<i>Casi no lo utiliza</i>	<i>No lo uso o conozco</i>	<i>Suma</i>
12.66	2.63	5.59	7.41	10.36	61.35	100.00

N = 608

**5.2 ¿Ya ha utilizado internet para hacer alguna compra electrónica o para realizar una operación bancaria? (distribución porcentual)**

<i>Si para realizar compras en internet</i>	<i>Si, para realizar una operación bancaria</i>	<i>Si, para ambos</i>	<i>No lo uso para ninguna de las anteriores</i>	<i>No respondió</i>	<i>Suma</i>
4.28	1.64	2.31	30.26	61.51	100.00

N = 608

**6 Telefonía móvil**

**6.1 ¿Tiene un teléfono celular? (distribución porcentual)**

Sí	79.24
No	20.76
Suma	100.00

N = 607

**6.2 ¿Con qué método recarga su celular? (distribución porcentual)**

Compra de tiempo aire en tienda de conveniencia	78.4
Compra de tarjeta de prepago en tienda de conveniencia	10.4
Compra de tiempo aire en un banco	6.2
Tengo un plan con una compañía	1.7
Otro	3.3
Suma	100.00

N = 608

### 6.3 ¿Además de las llamadas, puede hacer uso de ese teléfono para... ?

	<i>Mensajes</i>	<i>Fotos</i>	<i>Música</i>	<i>Compras</i>	<i>Internet</i>	<i>Otros usos</i>	<i>Suma</i>
Porcentajes <sup>1</sup>	97.30	58.84	56.76	39.92	21.21	9.36	No aplica
Porcentajes	34.41	20.84	20.10	14.09	7.48	3.30	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta.

N = 481

### 6.4 ¿El receptor principal de sus envíos tiene un celular (distribución porcentual)?

Sí	50.49
No	49.51
Suma	100.00
N = 608	

## 7 Prácticas y métodos de pago

### 7.1 ¿Tiene tarjeta(s) de crédito y/o tarjeta(s) de débito? (distribución porcentual)

No tiene ninguna de las dos	61.02
Débito	28.45
Ambas	6.91
Crédito	3.62
Suma	100.00
N = 608	

### 7.2 ¿Quién emite su(s) tarjeta(s) de crédito?

	<i>Banco</i>	<i>Caja de ahorro</i>	<i>Compañía de tarjetas de crédito</i>	<i>Tarjetas de tienda</i>	<i>Suma</i>
Porcentajes <sup>1</sup>	85.23	5.93	0.43	12.39	No aplica
Porcentajes	82.11	5.69	0.41	11.79	100.00
	N= 237	N= 236	N= 233	N= 234	

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta.

### 7.3 ¿Cuál otro tipo de tarjetas tiene usted?

	<i>Porcentajes<sup>1</sup></i>	<i>Porcentajes</i>
Tarjetas de puntos/lealtad/descuento	26.64	50.47
Tarjetas de sistema de tránsito	11.51	21.81
Tarjetas prepagadas para el teléfono	7.24	13.71
Tarjetas electrónicas de beneficios	4.44	8.41
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta.

N =608

### 7.4 ¿Qué tipo de compras realiza usted y cómo las paga generalmente... ?

<i>Pagos...</i>	<i>Porcentajes<sup>1</sup></i>	<i>Porcentajes</i>
en supermercados	87.66	16.42
de celular	79.44	14.88
de luz	74.51	13.95
del servicio de agua potable	67.11	12.57
de medicina	48.19	9.02
de la renta (vivienda)	44.74	8.38
por teléfono fijo	29.32	5.48
de gasolina	24.84	4.65
por servicios de internet	22.04	4.13
de servicio	17.60	3.30
de colegiatura	14.47	2.71
de crédito de tienda departamental	10.36	1.94
de tarjeta de crédito	8.22	1.54
Otros	5.59	1.05
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta.

N =608

### 7.5 ¿Qué tipo de compras realiza usted y cómo las paga generalmente... (distribución porcentual)?

Pagos...	Del negocio proveedor del servicio	Pagos...			Tienda de conveniencia/supermercado	Tarjeta de débito o crédito	Transferencia manual por internet	Transferencia o giro bancario	Cheque	No respondió	Suma
		Bancaria	Oficina de telégrafos								
de celular	7.87	1.66	3.31	85.50	1.45	0.00	0.21	0.00	0.00	100.00	
de colegiatura	61.63	29.55	4.55	0.00	0.00	1.14	0.00	0.00	3.41	100.00	
de crédito de tienda departamental	80.65	3.23	0.00	11.29	3.23	0.00	1.61	0.00	0.00	100.00	
de gasolina	90.73	0.00	0.00	0.00	8.61	0.00	0.00	0.00	0.66	100.00	
de la renta (vivienda)	96.32	3.31	0.37	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	
de luz	65.56	10.15	3.97	19.65	0.44	0.22	0.00	0.00	0.00	100.00	
de medicina	98.29	0.34	0.00	0.34	0.68	0.00	0.00	0.00	0.34	100.00	
de servicio	82.24	1.87	0.93	11.21	2.80	0.93	0.00	0.00	0.00	100.00	
de tarjeta de crédito	14.00	68.00	0.00	4.00	2.00	2.00	10.00	0.00	0.00	100.00	
del servicio de agua potable	76.96	7.60	0.98	14.22	0.00	0.25	0.00	0.00	0.00	100.00	
en supermercados	93.81	0.00	0.00	0.38	5.82	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	
Otros	70.59	5.88	2.94	17.65	2.94	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	
por servicios de internet	71.64	4.48	0.75	17.16	2.24	2.24	0.75	0.75	0.00	100.00	
por teléfono fijo	70.06	7.34	1.13	19.21	1.69	0.56	0.00	0.00	0.00	100.00	

N = 608, excepto teléfono N = 607

## 8 Migración

### 8.1 ¿Piensa que algún otro familiar o miembro de su hogar emigrará de su municipio en los próximos 12 meses? (distribución porcentual)

Sí	23.52
No	71.55
No respondió	4.93
Suma	100.00
N = 608	

### 8.2 ¿Cuál es la razón por la cual su familiar emigraría?

	<u>Porcentajes<sup>1</sup></u>	<u>Porcentajes</u>
Para enviar dinero a la familia	1.81	6.18
Porque los salarios son muy bajos	1.97	6.74
Para mejorar su vida o la de sus hijos (familia)	3.62	12.36
Porque no ha encontrado trabajo	12.5	42.70
Porque tiene familiares o amigos que le recomendaron	1.48	5.06
El costo de vida es alto – no se puede vivir	2.8	9.55
Por la inseguridad	1.15	3.93
Otra razón	3.95	13.48
Suma	No aplica	100.00

<sup>1</sup> Las respuestas no suman 100% por ser tabuladas por frecuencia de respuesta.

N =608

### 8.3 Pensando en el corto plazo ¿usted planea? (distribución porcentual)

Quedarme aquí	58.22
Volver definitivamente a mi estado/municipio	13.32
Volver a mi estado/municipio y regresar aquí en otra temporada	20.72
No sé	6.42
No respondió	1.32
Suma	100.00
N = 608	

## Apéndice II: Cuestionario Aplicado a los Actores de la Industria de Remesas Nacionales

### Cuestionario a actores de la industria

Nombre de la Institución:

- I. Sobre servicios de transferencias internas de dinero
  1. Transferencias de dinero a nivel nacional
  2. Tipo de servicios de transferencias de dinero:
  3. Experiencia (cantidad de años)
  4. Propiedad de plataforma:
  5. Número de transferencias de remesas
  6. Volumen o monto de transferencias actual.
  7. Comparación con el momento en el que se comenzó con el servicio de transferencias:
  8. Tipo de promoción (medios, promotores, encuentros-ferias, otro)
  9. Método de comercialización cruzada otros productos
  10. Producto cruzado más común
  11. [Conocimiento] Posición en el mercado nacional de giros
- II. Sobre la intermediación financiera con respecto a las transferencias de efectivo
  1. [Conocimiento] Porcentaje de clientes o miembros que envían/reciben remesas
  2. [Conocimiento] Mecanismo utilizado para llevar un registro
  3. Tipo de oferta de servicios financieros en donde operan (ninguna, cuenta de ahorro, certificados de depósito, pensiones, créditos y préstamos, depósitos a plazo, otros –seguros–, etcétera)
  4. Método e incentivos para atraer uso de otros productos (ninguno, cupones, tasas de interés bajas, sorteos, etcétera)
  5. Resultados de estos esfuerzos
- III. Sobre el contexto legal de las transferencias
  1. Nivel de familiarización con el marco legal de transferencias de remesas? (áreas de cumplimiento legal, personal dedicado)
  2. Retos legales que encaran para proveer producto de remesas
- IV. Sobre la tecnología en la transferencia de efectivo
  1. Tipo de plataforma tecnológica para las transferencias de remesas (propio, de otra empresa especializada, del operador como MG)
  2. Plataforma propia, identificación cuenta origen, dar de alta, importe máximo, a los 30 minutos, se visualiza dentro de los beneficiarios. Sucursal a que quiero enviar.
  3. Oferta de giros con instrumentos tecnológicos (tarjeta, internet, móvil, otro)

## V. Administración de sistemas de datos (clientes y transferencias)

### 1. Tipo de registro sistematizado de transferencias

Controla área de seguridad/nivel de uso de sistematización de datos (legal, cruce de ventas, etcétera)

### 2. Historial de pagos para evaluar capacidad de pago del cliente :

## VIII. Modelos de inclusión financiera

### 1. Cobertura geográfica de la oferta: población, sector rural, sector menos favorecido

### 2. Cobertura especializada (sector joven, tercera edad, mujer, etcétera)

### 3. Costos de servicio al cliente

### 4. Rango de servicios o productos ofrecidos a 1 y 2 (¿hay diferencias entre sectores?)

### 5. Nivel de penetración de esta población (1 y 2)

### 6. Tipo de requisitos

### 7. Atención especializada (ventanilla única, etcétera)

### 8. Estrategia de acercamiento al cliente

Tendencia de la industria bancaria y de pagos en referencia a remesas internas:  
puntaje

Impreso en Master Copy, S. A. de C. V., avenida  
Coyoacán núm. 1450, colonia Del Valle,  
México D. F., 03220.  
250 ejemplares



UNA INICIATIVA DEL  
CENTRO DE ESTUDIOS MONETARIOS LATINOAMERICANOS,  
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES DEL  
BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Y  
BANCO MUNDIAL

[www.cemla-remesas.org](http://www.cemla-remesas.org)

ISBN: 978-607-7734-41-3



9 786077 734413