

Desarrollo Sostenible e Incluyente

México | ¿Cómo contribuye la digitalización con la inclusión financiera?

Guillermo Jr. Cárdenas Salgado

15 de agosto de 2024

- Hay un aumento de la brecha entre el número de tarjetas de crédito y débito bancarias, en 2016 la brecha era de 27.2 millones y en 2024T1 de 158.5 millones a favor de las tarjetas de débito.
- En 7 años (2014 a 2021), México pasó de 34.5% a 43.9% de adultos (15+) que hacían o recibían pagos digitales, mientras que Perú y Colombia pasaron de 22.6% a 49.1% y 32.6% a 52.1%, respectivamente.
- En 2023, cerca de 3 de cada 10 personas que utilizaron internet, lo hicieron para realizar operaciones bancarias.

En la Política Nacional de Inclusión Financiera de México (2020), se observa que la definición de inclusión financiera contiene cuatro pilares: acceso (1) y uso (2) de servicios financieros formales, con una regulación que garantice protección al consumidor (3) y promueva sus competencias económico-financieras (4). Asimismo, en esta política, aunque no se menciona explícitamente la inclusión financiera digital, se enfatizan los beneficios de la digitalización de los servicios financieros que, en parte, permiten reducir el tiempo y la distancia que antes las personas tenían que recorrer para acceder a sus recursos (programas sociales o remesas), además de permitir enviar dinero, adquirir bienes y servicios desde dispositivos digitales (como teléfonos celulares); en lo que respecta a las empresas, éstas tienen la posibilidad de dispersar la nómina a sus empleados, hacer transferencias o transacciones o aceptar pagos a través de dispositivos digitales.

Es importante mencionar que la Política indica que un elemento que contribuye con el crecimiento económico y el bienestar es la inclusión financiera, ya que ofrece (a la personas o empresas) herramientas para la gestión de liquidez, coadyuva a superar emergencias económicas, permite alcanzar metas u oportunidades financieras, ayuda a tener control sobre las finanzas, y, en suma, permite alcanzar una mejor salud financiera.

La presente nota tiene el objetivo de aportar algunos elementos que permitan ver cómo la digitalización (a través de internet) contribuye con la inclusión financiera para acceder y usar servicios financieros formales (inclusión financiera digital), enfocándonos principalmente a productos de ahorro y crédito.

Aumenta la brecha entre el número de tarjetas de crédito y débito bancarias, en 2016 era de 27.2 millones y en 2024T1 de 158.5 millones a favor de las tarjetas de débito

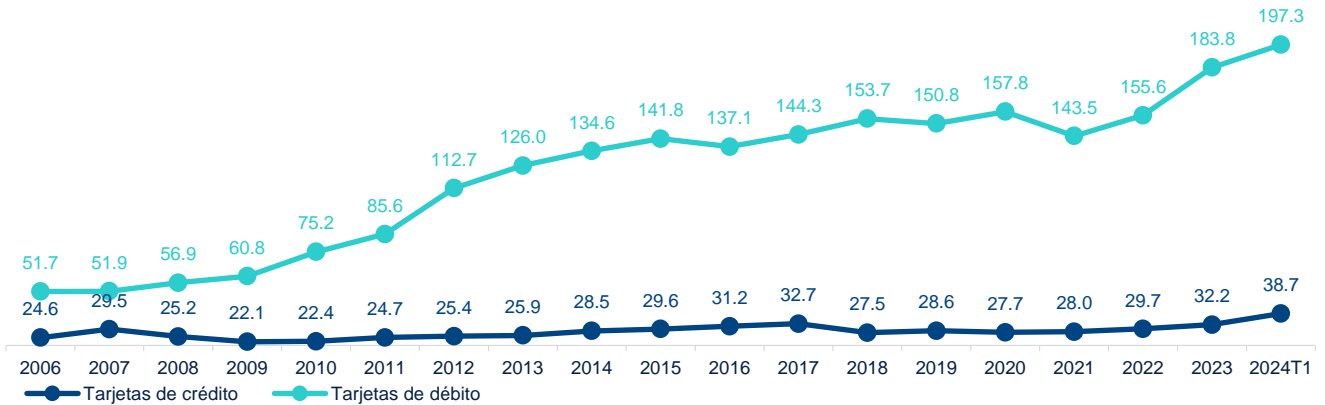
Para responder ¿cómo contribuye la digitalización para que las personas tengan acceso a servicios financieros formales? Hoy en día, existen diversos productos financieros que se pueden obtener sin trasladarse a una sucursal y que se pueden contratar mediante una aplicación (App) o desde el portal de internet de la institución financiera.

- **Cuentas digitales (débito).** En general, este tipo de cuentas se pueden aperturar desde 0 pesos; no se requiere mantener un saldo mínimo; se puede retirar dinero en cajeros sin necesidad de portar la tarjeta en físico; está respaldada por un Banco; son de nivel 2, lo que implica que la suma de los abonos que se realicen en un mes no puede exceder el equivalente a 3 mil UDIS (aproximadamente 24.6 mil pesos, con una UDI de 8.2); se puede utilizar para pagar; acepta depósitos; es un producto protegido por el Instituto para la Protección al Ahorro Bancario; entre otras características (Condusef, 2019)
- **Tarjetas virtuales (débito o crédito).** No existen en formato físico (no hay un plástico), aunque tienen asignado un número de 16 dígitos, una fecha de vencimiento y un código de seguridad (CVV); al no tener tarjeta el mecanismo de pago en un establecimiento es a través del teléfono móvil, por lo que es necesario asociar la tarjeta a una aplicación de cartera digital; en muchas ocasiones no tienen comisiones de emisión ni mantenimiento; entre otras características (Condusef, 2024).
- **Otros servicios financieros.** Aunado a los servicios antes descritos, también se pueden contratar sin necesidad de traslado mediante aplicaciones o portales seguros e inversiones por medios digitales.

El tener productos financieros digitales ha permitido que más personas tengan acceso a tarjetas (principalmente de débito) y existan más el número de contratos que permitan a los clientes de la banca efectuar sus transacciones a través del teléfono celular, cabe señalar que estos contratos son aquellos que tienen asignado un dispositivo de telefonía celular como medio de transacción (CNBV, 2023):

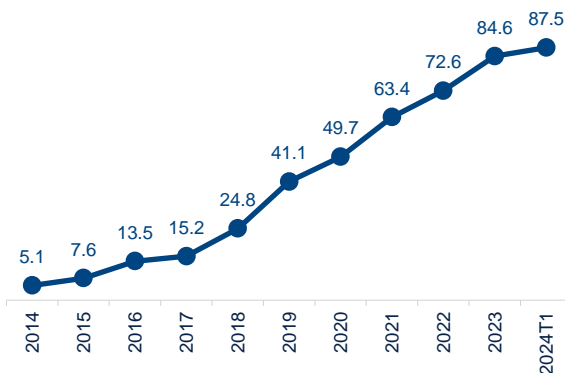
- Con información del Banco de México, se observa que el número de tarjetas de débito vigentes pasó de 51.7 millones en 2006 a 197.3 millones al primer trimestre del 2024 (281.3% de crecimiento)
- Del 2021 al 2024T1, después de la pandemia, se observa un mayor crecimiento del número de tarjetas de débito, respecto del periodo anterior. En promedio, del periodo 2006 al 2020, el crecimiento anual fue de alrededor de 7.5 millones, mientras que del 2021 al 2023 este promedio anual aumentó a 20.2 millones.
- Ha aumentado la brecha entre el número de tarjetas de crédito y las de débito bancarias, en 2016 había 27.2 millones más de tarjetas de débito respecto de las de crédito, mientras que para el 2024T1 hay 158.5 millones más tarjetas de débito que de crédito.
- Con información de la CNBV, del 2014 al 2024T1 el número de contratos que efectúan sus transacciones a través del teléfono celular pasó de 5.1 millones a 87.5 millones.
- Con información del Inegi, del 2019 al 2023, se pasó de 0.6% a 1.4% de los usuarios de internet que lo utilizaron para comprar productos financieros.

Gráfico 1. **TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO BANCARIAS VIGENTES AL CIERRE, 2006-2024T1 (MILLONES DE TARJETAS)**



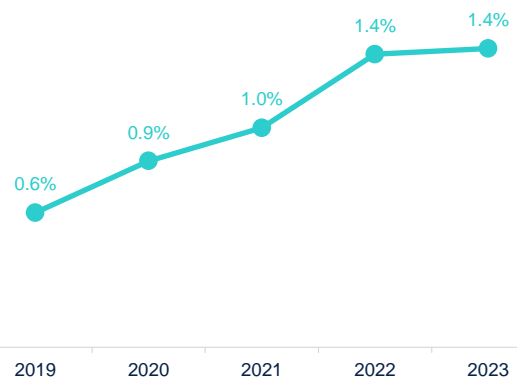
Fuente: BBVA Research con información del Banco de México (todas las marcas de tarjetas)

Gráfico 2. **CONTRATOS QUE EFECTÚAN SUS TRANSACCIONES A TRAVÉS DEL CELULAR, 2014-2024T1 (MILLONES DE CONTRATOS)**



Fuente: BBVA Research con información de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores

Gráfico 3. **PROPORCIÓN DE USUARIOS QUE UTILIZAN INTERNET PARA COMPRAR PRODUCTOS FINANCIEROS, 2019-2023 (%)**



Fuente: BBVA Research con información del Inegi, Endutih

En 7 años (2014 a 2021), Perú y Colombia superaron a México en la proporción de adultos (15+) que hace o recibe pagos digitales.

Una vez que se tiene acceso (o se adquieren los productos financieros), lo idóneo es que las personas utilicen (aprovechen) estos instrumentos financieros, por ejemplo, de acuerdo al Banco Mundial (julio 2022), en las economías en desarrollo, de los adultos que recibieron algún tipo de pago en una cuenta (salario del sector público o privado, transferencias gubernamentales o pagos de pensiones, pagos por la venta de productos agrícolas o remesas internas), el 83% realizaron un pago digital, dos tercios utilizaron la cuenta para guardar dinero y así gestionar el efectivo, y aproximadamente el 40% usaron su cuenta para ahorrar o pedir préstamos.

Respecto de hacer pagos digitales, a continuación, se presentan algunos resultados obtenidos por la encuesta *Global Findex* del banco Mundial:

- Si observamos la proporción de adultos (de 15 o más años) en las economías en desarrollo que hace o recibe pagos digitales, del 2014 al 2021, ha crecido de 34.6% a 56.8%.
- En 7 años, la proporción de adultos que hace o recibe pagos digitales de Chile, Perú y Filipinas fueron los que tuvieron un mayor crecimiento dentro de los países analizados en la Gráfica 3, respectivamente crecieron 29.6 puntos porcentuales (pp), 26.5pp y 22.1pp.
- En 7 años, Perú y Colombia superaron la proporción de adultos que hace o recibe pagos digitales de México. En el caso de Perú pasó de 22.6% a 49.1% y Colombia de 32.6% a 52.1%, mientras que México pasó de 34.5% a 43.9%. En el caso de Filipinas, no logró superar a México, pero tiene proporción similar a la de México (43.5%).

Gráfico 4. **PERSONAS DE 15 AÑOS O MÁS QUE REALIZARON O RECIBIERON PAGOS DIGITALES EN PAÍSES SELECCIONADOS, 2021 (%)**



Nota: * Información al 2022
Fuente: BBVA Research con información del Banco Mundial, Global Findex, 2021

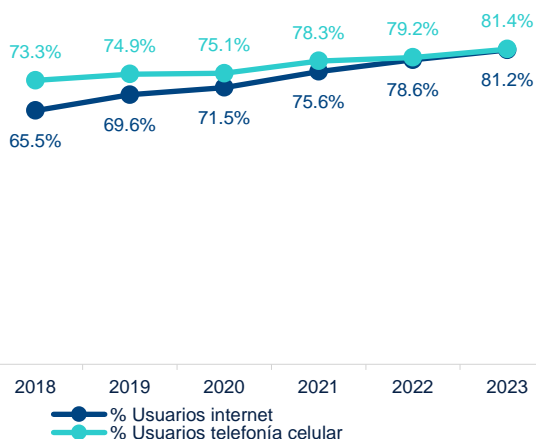
Es importante mencionar que algo que orilló a que aumentara la población que realizaba o recibía un pago digital fue la pandemia por COVID-19, de acuerdo a estimaciones del Banco Mundial en los países en desarrollo (sin incluir a China), “alrededor del 40% de las personas que efectuaron pagos digitales desde su cuenta (a un comerciante o a un servicio público) lo hicieron por primera vez desde el inicio de la pandemia” (Banco Mundial, julio 2022), mientras que en México, el 12% realizó un pago digital en una tienda por primera vez durante la pandemia por COVID-19 (Klapper y Mascaró, febrero 2020).

En 2023, cerca de 3 de cada 10 personas que utilizaron internet, lo hicieron para realizar operaciones bancarias

Para aquellos usuarios que tienen productos financieros, se presentan algunas métricas relacionadas con el uso que se le dan a estos productos con los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), aplicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

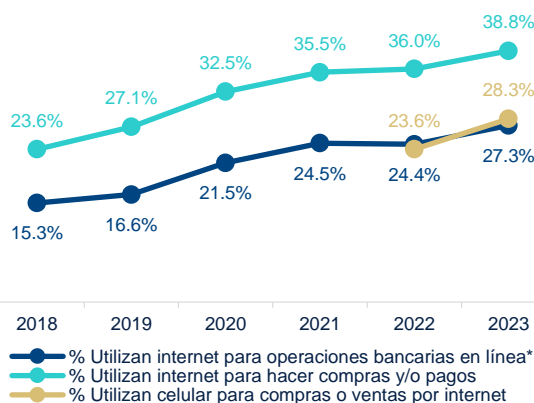
- Cerca del 80% de la población de 6 o más años usan internet o un teléfono celular en México.
- En 2023, aproximadamente 2 de cada 5 personas que utilizaron internet, lo hicieron para comprar y/o hacer pagos. Este indicador aumentó del 2018 al 2023 en 15.2pp (pasó de 23.6% a 38.8%).
- En 2023, cerca de 3 de cada 10 personas que utilizaron internet, fue para realizar operaciones bancarias. Del 2018 al 2023 hubo un avance de 12.0pp, ya que se pasó de 15.3% a 27.3%.
- En 2023, también cerca de 3 de cada 10 personas que utilizaron telefonía celular, lo hicieron para comprar o vender por internet. Del 2022 al 2023 hubo un avance de 4.7pp, ya que se pasó de 23.6% a 28.3%.

Gráfico 5. **PERSONAS (6+) USUARIAS DE INTERNET, 2018-2023 (%)**



Fuente: BBVA Research con información del Inegi, Endutih

Gráfico 6. **PERSONAS USUARIAS POR USO QUE LE DAN A INTERNET, 2018-2023 (%)**



Nota: * La población de referencia es de 15 años o más.
Fuente: BBVA Research información del Inegi, Endutih

Finalmente, detrás de la digitalización hay retos que resolver, por ejemplo, los que tienen que ver con educación financiera y digital, donde hay que trabajar desde el sector público, privado y académico en que los usuarios aprovechen la digitalización para usar de manera eficiente los productos financieros, así como generar una cultura anti-fraudes, mejorando la seguridad, privacidad y confidencialidad de los datos y contratar productos con instituciones reguladas; asimismo, hay que ampliar los productos y servicios tanto públicos como privados que aceptan y dispersan pagos digitales, y finalmente, como se observó, hay que generar herramientas que impulsen aprovechar las ventajas que ofrece la digitalización y hacer uso de ella.

Referencias

- Banco Mundial (21 de julio de 2022). La COVID-19 impulsó la adopción de los servicios financieros digitales. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2022/07/21/covid-19-boosted-the-adoption-of-digital-financial-services>
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros [Condusef] (2019). “Cuentas digitales bancarias”. Revista Condusef, ponlo en la balanza. https://revista.condusef.gob.mx/wp-content/uploads/2019/06/PDF-s_231_cuentas.pdf
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros [Condusef] (2024). “El ABC de las Tarjetas virtuales”. Revista Condusef, ¿qué hay de nuevo? <https://revista.condusef.gob.mx/2024/07/el-abc-de-las-tarjetas-virtuales/>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV] (2023). R24 B Información operativa, R24 B-2422 Información de variables operativa, instructivo de llenado. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/874699/CU_SOFIPOS_R24_B-2422_Informacion_de_variables_operativas_Vigencia_201703-actual_Actualizacion_06_diciembre_2023.pdf
- Gobierno de México (2020). Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF). https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/643214/PNIF_2020.pdf
- Klapper, L. y Mascaró, Y. (07 de febrero de 2022). El aumento de la inclusión financiera digital durante la pandemia de COVID-19. Banco Mundial Blogs. <https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/el-aumento-de-la-inclusion-financiera-digital-durante-la-pandemia-de-covid-19>

AVISO LEGAL

El presente documento no constituye una "Recomendación de Inversión" según lo definido en el artículo 3.1 (34) y (35) del Reglamento (UE) 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre abuso de mercado ("MAR"). En particular, el presente documento no constituye un "Informe de Inversiones" ni una "Comunicación Publicitaria" a los efectos del artículo 36 del Reglamento Delegado (UE) 2017/565 de la Comisión de 25 de abril de 2016 por el que se completa la Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo relativo a los requisitos organizativos y las condiciones de funcionamiento de las empresas de servicios de inversión ("MiFID II").

Los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos u opiniones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA en su sitio web www.bbvarresearch.com.

INTERESADOS DIRIGIRSE A:

BBVA Research: Paseo de la Reforma 510, Colonia Juárez, C.P. 06600 Ciudad de México, México.
Tel.: +52 55 5621 3434
www.bbvarresearch.com