ENCUESTA NACIONAL DE INCLUSIÓN FINANCIERA 2015

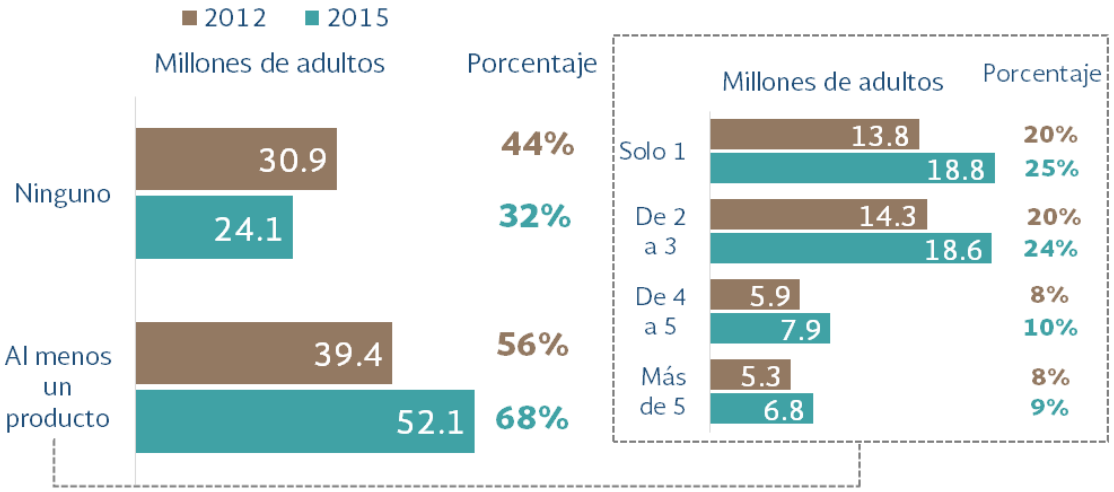
La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), a través de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), llevaron a cabo el segundo levantamiento de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), con los objetivos de continuar con el esfuerzo de medición de la demanda de servicios financieros iniciado en 2012 y generar información relevante para evaluar el avance en inclusión financiera en México.

En comparación con el levantamiento de 2012, en esta ocasión se incluyeron instituciones financieras adicionales a los bancos y se incorporaron temas como el uso de la banca móvil y la banca por Internet, la satisfacción de los usuarios con la atención recibida, la propiedad de los activos y la educación para el ahorro.

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

De acuerdo con la información analizada de la ENIF 2015, el 68% de los adultos en México (52.1 millones) tiene contratado al menos un producto financiero en el sistema formal (una cuenta, crédito, algún tipo de seguro y/o una cuenta de ahorro para el retiro o Afore), lo que representa un avance de 12 puntos porcentuales respecto de lo obtenido en 2012.

Porcentaje de adultos con al menos un producto financiero



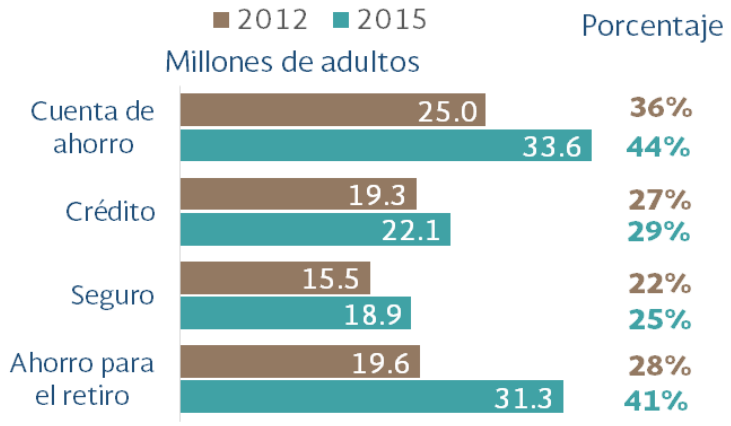
Fuente: ENIF 2012 y 2015.

Entre los resultados de los principales productos financieros encontrados con la ENIF 2015 destacan los siguientes:

- El porcentaje de adultos que tiene una o más cuentas (nómina, pensión, ahorro, cheques, plazo, inversión y transferencias de gobierno) alcanzó el 44% (33.6 millones).

- El 29% (22.1 millones) de la población adulta afirmó tener contratado al menos un crédito formal (tarjeta de crédito departamental o bancaria, crédito de nómina, personal, automotriz, hipotecario y/o grupal) con alguna institución financiera.
- Respecto de la contratación de seguros, el 25% de los adultos (18.9 millones) dijo contar con algún tipo de seguro (de vida, gastos médicos, de auto, personal contra accidentes, de casa, de educación, plan privado de retiro y/o para su negocio o empresa).
- Por otro lado, el 41% de la población adulta (31.3 millones) mencionó tener una cuenta de ahorro para el retiro o Afore.

Resultados de los principales productos financieros

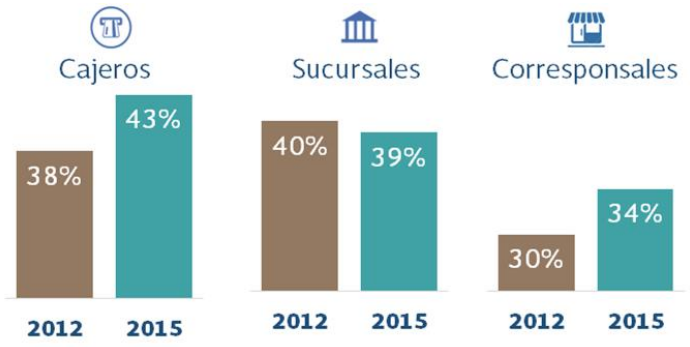


Fuente: ENIF 2012 y 2015.

En cuanto al uso de canales para acceder al sistema financiero, las sucursales dejaron de ser el punto de acceso más empleado por la población adulta en México; en contraste con lo obtenido en 2012, en 2015 los cajeros automáticos se convirtieron en el principal punto de acceso al sistema financiero. Por otro lado, los corresponsales bancarios crecieron 4 puntos porcentuales respecto de 2012.

- Del total de la población adulta, 43% (32.9 millones) utilizó un cajero automático.
- El 39% (29.9 millones) afirmó haber utilizado una sucursal.
- Y el 34% (26.2 millones) dijo haber empleado un corresponsal bancario.

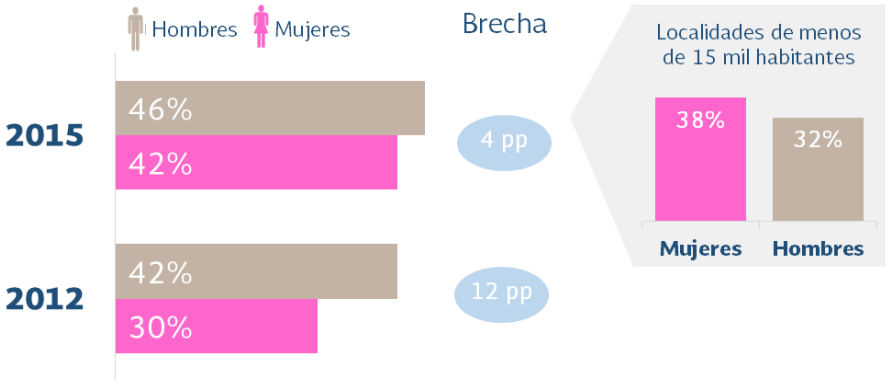
Uso de canales financieros



Fuente: ENIF 2012 y 2015.

En lo que se refiere a la brecha de género, la posesión de cuentas presentó una reducción significativa al pasar de 12 puntos porcentuales en 2012 a 4 puntos porcentuales en 2015. Sin embargo, de acuerdo a los resultados de 2015, el porcentaje de mujeres con cuenta en localidades de menos de 15 mil habitantes es mayor en comparación con los hombres: 38 por ciento en comparación con 32 por ciento.

Brecha de género en la posesión de cuentas de ahorro



Fuente: ENIF 2012 y 2015.

El tamaño de la muestra fue de 7 mil viviendas repartidas en las 32 entidades federativas del país, tomando en cuenta el tamaño de localidad y las características sociodemográficas de los habitantes de las viviendas. El rango de edad de las personas seleccionadas fue de 18 a 70 años y el levantamiento se realizó durante el periodo comprendido entre el 20 de julio y el 28 de agosto de 2015.

Para el diseño de la muestra se utilizó el Marco Nacional de Viviendas 2012 del INEGI. Los documentos relacionados con el diseño muestral, capacitación a encuestadores, cuestionario, notas metodológicas y la base con los micro-datos se puede consultar en el portal del INEGI (http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/enif/enif2015/default.aspx).

En el portal de la CNBV (www.cnbv.gob.mx) se encuentran el libro de tabulados y un documento con los principales hallazgos.

Este segundo levantamiento consolida a la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera como un referente en la medición de la demanda de servicios financieros a nivel nacional.

* * * * * *

COMUNICACIÓN SOCIAL