

**ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS
FINANCIEROS MÓVILES COMO CATALIZADORES DE LA
INCLUSIÓN FINANCIERA: CASO CD. DE TECOLOTLÁN,
JALISCO, MÉXICO**

Área de investigación: Mercadotecnia

Claudia Leticia Preciado Ortiz
Centro Universitario de la Costa Sur
Universidad de Guadalajara
México
claudia.preciado@cucsur.udg.mx

Juan Carlos Moreno Valdovinos
Centro Universitario de la Costa Sur
Universidad de Guadalajara
México
valdovinoscm@gmail.com

XX
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA





ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS MÓVILES COMO CATALIZADORES DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA: CASO CD. DE TECOLOTLÁN, JALISCO, MÉXICO

Resumen

El desarrollo tecnológico continúa su carrera avanzando a ritmos desenfadados y aplicándose en todos los sectores existentes en pos de facilitar la vida de sus usuarios.

El uso de celulares está volviéndose cada vez con más frecuencia una parte central en la vida diaria de las personas, y no es de extrañar, por consiguiente, que los teléfonos se difundan como un medio de pago alternativo.

La presente investigación tuvo como objetivo realizar un análisis de percepción para conocer el nivel de inclusión financiera, la aceptación de los servicios financieros móviles, así como la identificación de las barreras de acceso de la población hacia los instrumentos y productos financieros, en especial los servicios financieros móviles, que ofrecen las instituciones financieras de la Cd. de Tecolotlán, Jalisco, de manera que se pueda conocer la situación actual y el potencial de este servicio como estrategia para aumentar la inclusión de la población.

Palabras Clave: teléfono móvil, inclusión financiera, servicios financieros móviles





1.- Introducción

Planteamiento del problema. En la actualidad los teléfonos móviles representan un canal potencial para promover la inclusión financiera, dado su gran penetración en la población y la factibilidad de realizar la interconexión de datos de forma segura y económica. Así, el uso de teléfonos móviles asociados a productos bancarios permite el desarrollo de nuevos modelos de negocio para poder brindar servicios financieros a personas que tradicionalmente habían quedado excluidas del sistema financiero formal (Alonso, J. Fernández, L. S. Hoyo, C. López-Moctezuma, C. y Tuesta, D., 2013, p. 5).



De acuerdo a la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI) (2010, citado en Alonso, J. et. al., 2013, p. 5) existen alrededor de 100 millones de personas en todo el mundo que utilizan servicios financieros móviles, la mayoría de ellos en Asia y África, y este grupo está creciendo rápidamente. Si bien el grado de penetración de la implementación de servicios financieros móviles continúa siendo modesto en la mayoría de los países, hay señales de que existe una aceleración en la incorporación de estos servicios en algunas regiones.



Para las economías de altos ingresos de la OCDE y para las de la Eurozona el indicador de acceso a servicios financieros formales se ubica en promedio en más del 90% indicando un acceso casi completo. En América Latina y el Caribe por el contrario el indicador es menor al 40% en promedio con importantes diferencias entre países. En el caso de México en particular, presenta sólo un 27.43% en población mayor a 15 años con cuenta en instituciones financieras formales, por debajo de Brasil, Costa Rica, Venezuela, Chile, República Dominicana, Ecuador, Argentina, Colombia y Bolivia (AFI, 2010).

Los bajos niveles de bancarización de la población mexicana en comparación con otros países de Latinoamérica, plantean el reto de incrementar la oferta de servicios financieros hacia nuevos mercados, a través del uso de avances tecnológicos y canales innovadores.

La tecnología móvil ofrece una oportunidad de crecimiento sin precedentes para los bancos en América Latina. En la medida en que estas economías continúan progresando, cada vez más consumidores acaudalados y segmentos no bancarizados crean demanda de nuevos productos y servicios financieros. Muchos consumidores en América Latina poseen teléfonos móviles, pero no poseen cuentas bancarias. Por lo tanto, el canal móvil brinda una forma eficaz de atraerlos hacia el mercado de los servicios financieros.

De acuerdo con el Estudio de usos y hábitos de dispositivos móviles en México (2013, p. 2), el 84% de los mexicanos cuenta con algún dispositivo móvil; de los cuales sólo el 5.06% los utiliza para servicios bancarios (p. 17).

Estas características favorables representan nuevas oportunidades para los bancos que funcionan en América Latina. Según el análisis de Centro de Servicios





Financieros de Deloitte (2012, p. 3), dentro de los próximos años, la banca móvil será una necesidad más que una elección y probablemente se convierta en un componente integral de la estrategia comercial de los bancos. Al ver esto, muchos bancos de la región ya han desarrollado capacidades básicas. Las instituciones que están atrasadas quizás deseen actuar lo antes posible para no quedar relegadas, y quizás hasta los líderes de los mercados se beneficien al volver a examinar sus estrategias para integrar completamente la banca móvil a sus operaciones. Quienes aceleren sus planes y desarrollen estrategias innovadoras podrían dar forma al panorama de la telefonía móvil para su provecho.



La inclusión financiera tiene un efecto positivo contrastado sobre la desigualdad, la pobreza y el crecimiento económico. En particular, se estima que un incremento del 10% en el acceso a servicios financieros repercute en una reducción de 0,6 puntos del coeficiente de desigualdad de Gini (Honohan, 2007) y un incremento del 10% en el crédito privado reduce la pobreza en cerca del 3% (Clarke, Xu y Fou, 2002; y Honohan, 2004). Por su parte, un crecimiento del 1% en los servicios de telecomunicaciones genera un crecimiento cercano al 3% en la economía (Gupta, 2000) siendo mayor el efecto en los países emergentes (Sridhar y Sridhar, 2004, citado en Ontiveros, B. E.; Martín, E. A.; Fernández, D. S.; Rodríguez, T. I. y López, S. V., 2009, p. 2). El aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) para potenciar las iniciativas de inclusión financiera tiene un efecto sobre el crecimiento económico en los países en vías de desarrollo, estableciéndose una suerte de «círculo virtuoso» entre las TIC, el sistema financiero y el bienestar socioeconómico. En este contexto, la telefonía móvil es una herramienta clave para la difusión y el crecimiento financiero.



Uno de los indicadores utilizados para medir el acceso a servicios financieros por parte de los individuos es el que mide la proporción de adultos en la economía que declaran contar con una cuenta en una institución financiera formal. Para las economías de altos ingresos de la OCDE y para las de la Eurozona este indicador se ubica en promedio en más del 90% indicando un acceso casi completo. En América Latina y el Caribe por el contrario el indicador es menor al 40% en promedio con importantes diferencias entre países. En el caso de México en particular, presenta sólo un 27.43% en población mayor a 15 años con cuenta en instituciones financieras formales, por debajo de Brasil, Costa Rica, Venezuela, Chile, República Dominicana, Ecuador, Argentina, Colombia y Bolivia (Vera, C. y Titelman, D., 2013).

Los bajos niveles de bancarización de la población mexicana en comparación con otros países de Latinoamérica, plantean el reto de incrementar la oferta de servicios financieros hacia nuevos mercados, a través del uso de avances tecnológicos y canales innovadores. Los teléfonos móviles son atractivos para promover dicha oferta, dada su alta penetración en la población y su capacidad para conectar en forma rápida y segura a las contrapartes de una transacción. En años recientes, los cambios regulatorios en México han permitido establecer condiciones favorables para el desarrollo del mercado de banca móvil: un régimen de cuentas simplificadas, una amplia red de corresponsales bancarios y regulación específica para cuentas





móviles. Esta nueva regulación, de alguna manera, seguía los pasos de otras experiencias internacionales donde los modelos basados en la oferta de servicios financieros a través del teléfono móvil dieron pasos interesantes para la inclusión financiera de la población no bancarizada. Bajo este nuevo contexto, durante 2012 algunos bancos lanzaron al mercado productos de banca móvil, que han tenido una buena aceptación entre la población, sin embargo, el uso del celular para realizar operaciones en el sistema de pagos de la banca es aún muy bajo como porcentaje del total (Alonso, J. et. al., 2013, p. 2).

La presente investigación tuvo como objetivo realizar un análisis de percepción para conocer el nivel de inclusión financiera, la aceptación de los servicios financieros móviles, así como la identificación de las barreras de acceso de la población hacia los instrumentos y productos financieros, en especial los servicios financieros móviles, que ofrecen las instituciones financieras de la Cd. de Tecolotlán, Jalisco, de manera que se pueda conocer el posicionamiento actual y potencial de este canal como estrategia para aumentar la inclusión de la población y con ello el desarrollo económico de la ciudad.

2.-Marco Teórico

2.1 Inclusión financiera

En los últimos años, el término de Inclusión financiera comienza a ser utilizado por diferentes actores. Responsables de políticas públicas de varios países han comenzado a crear algunas definiciones del mismo. La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) (2013) define la inclusión financiera como el acceso y uso de servicios financieros formales en el marco de una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población. Contempla 4 dimensiones:

Acceso: referido a “la infraestructura financiera disponible para brindar servicios y productos financieros, tales como sucursales, cajeros automáticos, terminales puntos de venta, banca móvil y banca por internet.

Uso: relativo al número de productos financieros accesibles a las personas, tales como, cuentas de ahorro, de cheques y de nómina, depósitos a plazo, tarjetas de crédito, créditos hipotecarios, automotrices y personales, seguros de vida, de auto, de daños y de gastos médicos, cuentas de ahorro para el retiro, entre otros.

Educación financiera: “conocimiento y uso responsable de los servicios y productos financieros”.

Protección al consumidor: “busca la creación de condiciones más equitativas entre proveedores y consumidores de servicios financieros”.





Morales & Yáñez (2006), establecen tres condiciones necesarias para que se dé la inclusión financiera: Estabilidad macroeconómica, Marco institucional y Supervisión efectiva. Sin embargo, el mal funcionamiento de alguna de estas tres condiciones genera barreras, las cuales afectan directamente el acceso que tiene la población a productos y servicios financieros y, por ende, su uso. La identificación de las barreras ofrece la posibilidad de detectar con mayor facilidad las políticas públicas que maximicen el impacto en la inclusión financiera. El desarrollo de indicadores específicos, que permitan medir el impacto de cada barrera, contribuirá al desarrollo de un marco regulatorio que propicie nuevos modelos de negocio e innovación de productos y servicios financieros (CNBV, 2010).

La clasificación del Banco Mundial permite distinguir las posibles razones por las cuales, voluntaria o involuntariamente, las personas no cuentan con servicios financieros. Esta clasificación provee un marco para la identificación de las diferentes barreras y facilita el desarrollo de indicadores para cada una de ellas.



La exclusión voluntaria puede darse por varias razones. A priori, el segmento de la población que señala no necesitar servicios financieros; sin embargo, debe considerarse que pueden existir individuos que declaren no necesitar servicios financieros por falta de información, educación financiera, e inclusive por falta de marketing en este segmento (“lack of targeting”). Existen otras razones para la exclusión voluntaria, por ejemplo: creencias religiosas, factores culturales y la falta de confianza en el sistema financiero (CNBV, 2010).

Entre los grupos excluidos involuntariamente, puede distinguirse la barrera de ingreso insuficiente, se refiere al grupo que no tiene servicios financieros debido a un nivel bajo de ingresos, o bien, cuyos ingresos presentan una alta volatilidad. Otro grupo que sufre de exclusión financiera involuntaria es aquel conformado por los individuos que se localizan a gran distancia de una oficina bancaria ya que, tanto el tiempo de traslado como el costo del transporte se reflejan en costos elevados que les impiden el acceso a los servicios financieros (CNBV, 2010).

Una barrera importante tiene que ver con los costos asociados al mantenimiento de una cuenta bancaria; así como a servicios específicos. Se considera en una categoría a la población de hogares o empresas que son excluidos por razones de precio, o bien, por la falta de productos adaptados a las necesidades de este segmento de la población. Existen otras barreras, como son todas aquellas relacionadas con el marco contractual; dichas barreras se refieren a los requisitos de documentación que se solicitan a los hogares y a las empresas.

2.2 Servicios financieros

En un mercado de consumo, un producto pretende satisfacer la necesidad de un consumidor. Cuando se trata de un servicio se busca lo mismo, pero también se tiende a incrementar el conjunto de valores o beneficios presentados a los consumidores. Por lo tanto, existen diversos servicios. En el ámbito económico y del marketing, un servicio se entiende como el cúmulo de tareas desarrolladas por una empresa para satisfacer la demanda o exigencia del consumidor o cliente (Kotler, 2002). Entre las particularidades intrínsecas de un servicio que permiten





diferenciarlo frente a un producto se pueden citar la intangibilidad, la heterogeneidad, la perecibilidad, la inseparabilidad y la ausencia de propiedad (Kotler 2002; Lamb, 2002).

Los **servicios financieros** son aquellos otorgados por las distintas organizaciones que conforman el sistema financiero y que facilitan el movimiento del dinero. Entre ellas destacan principalmente los intermediarios financieros. De esta manera, el sistema financiero cumple con sus funciones de intermediar recursos y posibilitar la existencia del sistema de pagos en la economía a través de la prestación de diversos servicios financieros (BANXICO, 2012).



Según Quintana (2004) los servicios financieros son aquellos que comprenden todo servicio de esa naturaleza, bien sea servicio de banca, seguros, valores, factoraje, arrendamiento financiero y finanzas; así como cualquier otro servicio conexo o auxiliar de un servicio financiero.

2.2.1 Servicios financieros móviles

En la actualidad los teléfonos móviles representan un canal potencial para promover la inclusión financiera, dado su gran penetración en la población y la factibilidad de realizar la interconexión de datos de forma segura y económica. Así, el uso de teléfonos móviles asociados a productos bancarios permite el desarrollo de nuevos modelos de negocio para poder brindar servicios financieros a personas que tradicionalmente habían quedado excluidas del sistema financiero formal.



Según la AFI (2010), el teléfono móvil puede ser: un canal de suministro de servicios a través del cual se prestan servicios financieros electrónicos, de manera paralela con otros canales, como cajeros automáticos o dispositivos de punto de venta, ya sea directamente al consumidor final y/o a las nuevas redes de agentes que prestan servicios al consumidor final en nombre del proveedor de servicios. Y también un instrumento de pago que permite la trasmisión de instrucciones de pago entre el agente pagador y el beneficiario desde y hacia distintos tipos de cuenta. Aunque la cuenta puede ser bancaria, las cuales ya se encuentran bajo regulación, algunos servicios involucran la creación y emisión de nuevos instrumentos de pago tales como el dinero electrónico.

No existe en la actualidad, en parte debido a la novedad del tema, una definición oficial o aceptada internacionalmente sobre qué debe entenderse por servicios financieros móviles. Sin embargo, generalmente se utiliza la expresión servicios financieros móviles en un sentido muy amplio para designar todo tipo de servicio financiero que se realiza utilizando un dispositivo móvil (AFI, 2010).

La definición establecida en las Disposiciones de Carácter General Aplicables a Instituciones de Crédito (también conocida como Circular Única de Bancos, o CUB), emitidas por la CNBV, se define a la banca electrónica como el conjunto de servicios y operaciones bancarias que se realizan a través de medios electrónicos (equipos, medios ópticos o de cualquier otra tecnología, sistemas automatizados de





procesamiento de datos y redes de telecomunicaciones, ya sean públicos o privados). Y Banca Móvil o servicios financieros móviles los define como el servicio de banca electrónica en el cual el dispositivo de acceso consiste en un teléfono móvil, cuyo número de línea se encuentre asociado al servicio.

A diferencia de otros países, en México los modelos de negocio asociados a la Banca Móvil deben ser estrictamente bancarios. Dado que sólo las entidades financieras autorizadas pueden participar como oferentes en el mercado de servicios financieros móviles, sólo se requirieron ajustes a la normativa financiera y no a la de telecomunicaciones, para permitir operar estos nuevos esquemas. Por lo tanto, a fin de permitir el desarrollo de nuevos modelos de negocio bancario, la CNBV modificó en 2010 la CUB para incluir las reglas de operación a través de corresponsales bancarios, servicios financieros móviles, apertura simplificada de cuentas, y bancos de nicho. De esta forma, las medidas regulatorias recientemente implementadas en México, se complementan para permitir el uso de canales alternativos en la oferta de servicios financieros, otorgando certeza al usuario sobre los medios de acceso electrónico a los productos financieros.

Los servicios financieros móviles comprenden una amplia gama de servicios financieros suministrados a través de teléfonos móviles. En general, se distinguen dos tipos de categorías: los servicios de banca móvil, a través de los cuales el cliente de un banco se conecta a su cuenta bancaria por medio de su teléfono móvil, y los servicios de pago móvil, los cuales comprenden una gama más amplia de servicios de pago que aunque no sean servicios suministrados directamente por un banco, siempre involucran la participación de un banco. En la actualidad, los teléfonos móviles se encuentran ampliamente disponibles y son ampliamente utilizados. Los servicios financieros que sacan provecho de este nuevo canal de suministro de servicios pueden contribuir enormemente a la inclusión financiera (AFI, 2010).

Usando como referencia el informe del Banco Mundial “Integridad en los Servicios Financieros mediante Teléfonos Móviles” publicado en 2008, podemos distinguir cuatro categorías de servicios financieros a través del teléfono móvil: servicios de información financiera móvil, banca móvil, monedero móvil y servicios de pagos móviles. Y Entre los servicios de pago móvil se pueden diferenciar varios modelos: a) modelo de pago móvil centrado en el banco; b) modelo de pago móvil centrado en el operador de telefonía móvil (MNO, por sus siglas en inglés); y c) modelo de pago móvil en colaboración (GAFISUD, 2013).

2.2.2 Usuarios

De acuerdo a Deloitte (2012), existen dos grupos de usuarios de banca móvil: el que pertenece al sector bancarizado y el que no. El primer grupo considera la banca móvil como un canal de acceso adicional a los tradicionales (sucursales, cajeros automáticos, centro de atención telefónica), un porcentaje importante de estos clientes cuentan con smartphones, por lo que las ofertas de valor hacia ellos se están realizando a través del desarrollo de aplicaciones (apps). El segundo grupo es la población no bancarizada, de ingresos bajos, que no necesariamente están en las





grandes ciudades, y quizá no han tenido acceso a los servicios bancarios anteriormente mencionados pero sí los necesitan. Esta comunidad requiere acceso a efectivo y a transacciones, utilizando teléfonos de gama baja y con ofertas de productos que operen a través de mensajes de texto (SMS, Short Message Service) o a través del canal USSD (Unstructured Supplementary Service Data, es el servicio para el envío de datos a través de móviles GSM, al igual que el SMS).

2.2.3 Riesgos

Como lo explican Bezuidenhoudt y Porteous (2008), la identificación de riesgos es el resultado de la medición del impacto y la probabilidad de que algo suceda. Sin embargo, esto siempre depende de la naturaleza del entorno, los tipos de tecnología utilizados y la demanda de los consumidores, entre otros factores únicos para cada mercado.

Sin embargo, para poder cubrir las necesidades de la población y, al mismo tiempo, proteger a los usuarios, los entes reguladores financieros deben comprender y evaluar los riesgos de los servicios financieros móviles que surjan del canal de suministro y del instrumento como tal.

3.-Marco de Referencia

En la tabla 1 se puede observar la ficha técnica de la zona de estudio, siendo el Mpio. De Tecolotlán, Jalisco, México; un mercado aún tradicional pero que poco a poco la tecnología va ganando terreno.





Tabla 1. Ficha técnica de la zona de estudio

Región de estudio	Cd. de Tecolotlán, que se encuentra en la Región Sierra de Amula del estado de Jalisco, México.
Delimitación	Limita al norte con los municipios de Ameca, San Martín Hidalgo y Cocula; al sur, Juchitlán y Chiquilistlán; al este, Atemajac de Brizuela y Cocula; y al oeste, Tenamaxtlán y Atengo (SEIJAL, 2014).
Extensión territorial	795.87 kilómetros cuadrados ^(a)
Economía (Principales actividades productivas desarrolladas) ^(a)	<p>Agricultura De los cultivos locales destacan el maíz, garbanzo, alfalfa, durazno, aguacate, mango y pitayas.</p> <p>Ganadería Se cría ganado bovino de carne y leche, porcino, caprino, equino, aves de carne, postura y colmenas.</p> <p>Industria La principal rama de la industria es la manufacturera.</p> <p>Explotación Forestal Se explotan principalmente los bosques de pino y encino</p> <p>Comercio Predominan los giros dedicados a la venta de productos de primera necesidad y los comercios mixtos que venden artículos diversos y productos lácteos.</p> <p>Servicios Se prestan servicios financieros, profesionales, técnicos, comerciales, sociales, turísticos, personales y de mantenimiento.</p> <p>Minería Se extraen algunos minerales, y existen fábricas de cal y cemento.</p> <p>Pesca Se aprovechan las especies de carpa y lobina en las presas que se encuentran en el municipio, como la del Pochote.</p>
Población municipal por grupos de edad	16,557 personas (8,292 hombres y 8,281 mujeres) ^(b)
0 a 14 años	4,727
15 a 64 años	9,960
Mayores a 65 años	1,870
Población económicamente activa 2010 ^(b)	6,337 personas 38.24% del total de la población
Población alfabeta	11,013 personas de 15 años y más en condiciones de leer y escribir
Tasa de participación económica 2010 ^(b)	49.55%
Tasa de ocupación 2010 ^(b)	94.87%
Tipo de población ^(b)	Urbana 55.45% Rural 44.55%
Infraestructura educativa	En el municipio funcionan 2 escuelas de educación especial con 317 alumnos y 10 docentes, 24 escuelas de educación preescolar con 763 niños y 49 educadoras, 30 primarias con 2,171 alumnos y 119 maestros, 10 secundarias con 964 estudiantes y 64 profesores, 2 de nivel bachillerato con 1,023 estudiantes y 96 profesores y 2 escuelas de capacitación con 45 alumnos y 3 docentes (SEIJAL, 2014).
Principales localidades	El municipio cuenta con 45 localidades habitadas, siendo las más importantes: Tecolotlán (cabecera municipal), Tamazulita, Quila, Ayotitlán y Ojo de Agua.
Grado de migración	Bajo ^(c)

Fuente: ^(a) Sistema Estatal de Información Jalisco (2014). Tecolotlán Gobierno del Estado de Jalisco. Recuperado el 30 de octubre de 2014, de <http://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/tecolotlan>

^(b) INEGI. X Censo General de Población y Vivienda, 1980. Estado de Jalisco. México, 1984.





INEGI. Jalisco. XI Censo General de Población y Vivienda, 1990. Resultados Definitivos. Tabulados Básicos. México. 1991.

INEGI. Jalisco. Censo de Población y Vivienda, 1995. Resultados Definitivos. Tabulados Básicos. México, 1996.

INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda, 2000. Resultados Definitivos. Tabulados Básicos. Jalisco.

Página WEB www.inegi.gob.mx. México, 2001.

INEGI. Jalisco. II Censo de Población y Vivienda, 2005. Resultados Definitivos. Tabulados Básicos. Página web www.inegi.gob.mx México, 2006.

Análisis Sociodemográfico por Región. Consejo Estatal de Población 2011, en <http://coepo.jalisco.gob.mx>

(c) CEDEMUN. Secretaría de Gobernación. *Sistema Nacional de Información Municipal*. 2002



En el municipio de Tecolotlán, existen tres instituciones financieras: BBVA Bancomer, Caja Agustín de Iturbide Cooperativa Financiera Sucursal Tecolotlán y Caja Solidaria Tecolotlán AP de RL de CV.

Entre las funciones de las instituciones financieras en Tecolotlán más solicitadas se encuentran: Ahorros y aportaciones, remesas familiares, seguros, financiamiento de todo tipo, asistencia técnica a sus asociados y capacitaciones y asesorías a sus socios. Las tres instituciones ofrecen actualmente los servicios financieros móviles.



4.-Metodología

Para la realización de este proyecto se determinó emplear el diseño concluyente, de tipo descriptivo, que permitió obtener información de forma precisa y objetiva en lo que se refiere a los indicadores de profundización, cobertura e intensidad de uso para medir la inclusión financiera de la sociedad, así por ende el posicionamiento y aceptación de los servicios financieros móviles ofrecidos.

Además, fue un diseño de sección transversal debido a que este estudio se realizó sólo una vez y en un periodo determinado de tiempo. Se decidió utilizar este tipo de diseño porque en el presente estudio el objetivo es obtener información de la realidad actual que se vive en la ciudad de Tecolotlán en relación a inclusión financiera y el posicionamiento y aceptación que tienen los servicios financieros móviles ofrecidos.

Se optó por utilizar la técnica de encuesta para obtener información, la cual se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida (Malhotra, 2008).

El trabajo de campo se realizó en abril de 2015, el tipo de muestreo fue tradicional porque se seleccionó una muestra antes de iniciar la recolección de datos. Fue un muestreo sin reemplazo y probabilístico aleatorio simple, ya que las unidades se





seleccionaron al azar siempre y cuando cumplieran con el requisito de ser mayores a 15 años tomando en cuenta el criterio internacional utilizado en la base de datos “World Development Indicators (WDI)” del Banco Mundial donde se define que la mayoría de edad es a partir de los 15 años (CNVB, 2010) y el tamaño de la muestra fue seleccionado de la totalidad de población mayor a 15 años reportada por INEGI, siendo el resultado de 377 personas.

5.- Análisis de resultados

Según el Informe oficial del Proyecto de Inclusión Financiera en 2020 del Centro para la Inclusión Financiera en ACCION International (2009), el tamaño de una localidad, la participación del sector informal y los ingresos son elementos clave para determinar si un hogar tendrá acceso a algún servicio financiero. Los pobres tienen mayor probabilidad de ser excluidos del sistema financiero, al igual que los trabajadores del sector informal. Los trabajadores informales tienen menos acceso que sus contrapartes formales provenientes de localidades de todos los tamaños, y el acceso de los trabajadores rurales está rezagado con respecto a los trabajadores urbanos. Entre estas tres poblaciones desatendidas, el uso varía según el producto. En términos de ahorros, los hogares rurales, pobres e informales están levemente más excluidos del sector financiero que el resto del país. No obstante, en términos de seguros de vida y crédito, estos tres grupos están considerablemente rezagados con respecto al resto del país. Las tasas de penetración también muestran que estos tres grupos demográficos dependen más de las remesas que otros grupos.

Para el análisis de resultados se realizó un análisis de frecuencias y tablas cruzadas con chi cuadrada por la naturaleza de las variables.

4.1 Análisis de frecuencias

Primeramente se presenta el perfil socio demográfico de las personas encuestadas en la tabla 2:





Tabla 2. Perfil sociodemográfico

Variables		Frecuencia	Porcentaje válido	Variables		Frecuencia	Porcentaje válido	
Sexo	Femenino	204	54,1	Edad	De 15 a 25 años	109	28,9	
	Masculino	166	44,0		De 26 a 35 años	118	31,3	
	No contestó	7	1,9		De 36 a 45 años	70	18,6	
	Total	377	100,0		De 46 a 55 años	35	9,3	
Nivel de Escolaridad	No sabe leer ni escribir	1	,3		De 56 años en adelante	41	10,9	
	Sin estudios pero sabe leer y escribir	6	1,6		No contestó	4	1,1	
	Primaria	48	12,7		Total	377	100,0	
	Secundaria	78	20,7		Ingreso Mensual	Entre \$35,000 y \$84,999	1	,3
	Preparatoria	131	34,7			Entre \$11,600 y \$34,999	17	4,5
	Licenciatura	72	19,1			Entre \$6,800 y \$11,599	59	15,6
	Posgrado	7	1,9	Entre \$2,700 y \$6,799		142	37,7	
Carrera técnica	8	2,1	Entre \$0 y \$2,999	154		40,8		
No contestó	26	6,9	No contestó	4		1,1		
Total	377	100,0	Total	377		100,0		
Ocupación	Empleado de tiempo completo	138	36,6	Marque a cuales dispositivos tiene acceso	Computadora portátil	183	48,54%	
	Empleado de medio tiempo	58	15,4		Celular	244	64,72%	
	Empleado desde casa (tiempo completo o medio tiempo)	2	,5		Teléfono inteligente	231	61,27%	
	Trabajador independiente	41	10,9		Computadora de Escritorio	105	27,85%	
	Ama de casa (Padre o madre)	54	14,3		MP3 o Reproductor portátil	85	22,54%	
	Estudiante de tiempo completo	50	13,3		Consola	36	9,54%	
	Jubilado	11	2,9		Tablet	158	41,90%	
	Desempleado	17	4,5		Otro	1	0,26%	
	No trabaja pero percibe prestaciones (remesas)	6	1,6		Teléfono fijo	11	2,91%	
	Total	377	100,0		Ninguno	1	0,26%	
			Total	377				

Fuente: Elaboración propia.

Los dispositivos más utilizados son el celular, el teléfono inteligente y la computadora portátil independientemente del ingreso mensual.

La inclusión financiera crea oportunidades mejores y más equitativas para que las personas mejoren su nivel de vida. Además, fomenta la justicia económica y permite a todos los ciudadanos contribuir a una sociedad y economía productivas. México tiene la necesidad y el potencial para una inclusión integral. Se estima que el 45% de todos los hogares no utilizan ningún servicio financiero, una cifra que refleja el importante y reciente avance y un serio desafío para el futuro. Una cantidad mucho mayor de familias cuentan únicamente con una inclusión parcial en el sistema financiero al utilizar uno o dos servicios de manera limitada y con baja calidad (Acción Internacional, 2012).



Entre las principales razones que se identifican para la baja inclusión financiera de los pobres se encuentran, por el lado de la oferta, baja cobertura de entidades financieras en zonas rurales y urbanas marginales, altos costos operativos, riesgo asociado a las transacciones (altos costos de monitoreo y screening para créditos, por ejemplo), inestabilidad jurídica, límites a las tasas de interés (Asobancaria, 2009; Marulanda, 2006; citado en Maldonado, J. Moreno, R. Giraldo, I. y Barrera, C., 2011, p. 29); y por el lado de la demanda, desconocimiento y desconfianza hacia las instituciones financieras, requerimientos de depósitos mínimos, documentos de identificación, falta de colateral o garantías (crédito), excesivos trámites y documentación, cuotas de manejo e impuestos a las transacciones (Tejerina & Westley, 2007; Marulanda, 2006; citado en Maldonado, J. et. al., 2011, p. 29).



Cuando se les cuestionó si tenían cuenta en alguna institución financiera, de las 377 personas cuestionadas, 203 de ellas correspondiente al 53.8% respondieron que no tenían cuenta, mientras que 174 (46.2%) afirmaron contar con una cuenta en alguna institución financiera. Al analizarlo de manera cruzada, respecto a si tienen cuenta en una institución, del 46.2% de personas que afirmaron tener cuenta 27.8% tienen ingresos menores a \$6,799; el 17.5% cuentan con ingreso de \$34,999 a \$6800 y el 3% restante de \$35,000 hasta \$84,999. Por otra parte del 53.8% de encuestados que no tienen una cuenta, el 50.6% tienen ingresos menores a los \$6,799 y el 3.2% restante entre los \$34,999 y \$6800.



Tomando en cuenta la respuesta de las 174 personas que si tenían cuenta en alguna institución financiera, se pidió proporcionaran en que institución la tenían, las respuestas fueron: 63 personas correspondiente al 36.2% en caja popular, 100 (57.4%) en banco y 8 personas en ambas instituciones.

En relación a la razón por la cual no tienen cuenta en alguna institución financiera, 112 (29.7%) mencionó que la razón principal eran ingresos bajos, 41 personas (10.9%) porque no la necesitan, 22 (5.8%) prefieren manejar efectivo, 12 (3.2%) por desconfianza, 4 (1.1%) consideran que los costos de mantener una cuenta son altos, 3 (.8%) porque el horario es inflexible, una persona (.3%) desconoce los servicios y productos ofrecidos, otra (.3%) no cuenta con los documentos necesarios, y una más (.3%) considera que brindan mal servicio.

De los 174 que si tienen cuenta o son socios de alguna institución financiera, 132 personas (75.8%) tiene menos de 10 años, el resto varía de 11 años hasta una persona de 39 años como socio o cuenta habiente.

La inclusión financiera implica encontrar mecanismos que permitan a los hogares tomar ventaja de los productos y servicios financieros ofrecidos por la banca formal. Los principales servicios financieros a los que puede acceder la población son depósitos, créditos y seguros. Hay también otros servicios como la posibilidad de hacer giros o transferencias, o recibir remesas y cambiar moneda extranjera, que en algunos contextos cobran especial relevancia (Maldonado, 2011, p. 13). Se les preguntó sobre el producto que más utilizan, un 60.3% utiliza el ahorro y 10.2% el



crédito. De acuerdo con el ingreso mensual, todos los rangos utilizan el ahorro y el crédito en frecuencia similar.

Respecto a si su institución financiera ofrece servicios financieros a través de dispositivos móviles, el 41.37% respondió positivamente, un 18.39% respondió que no y un 36.78% desconoce.

Al preguntarles sobre los servicios que más utilizan, 98 personas utilizan el cajero automático, 56 la tarjeta de crédito, 50 la tarjeta de débito, 113 ventanilla, 14 banca en línea, 6 terminales de punto de venta y 22 servicios financieros móviles.

Como se observó anteriormente, sólo 22 personas que representan el 11.49% utilizan los servicios financieros móviles, representando un porcentaje muy pequeño respecto a la muestra. Por lo que se les preguntó a los que aún no la utilizan, qué tan dispuestos estarían a utilizar la telefonía celular para la banca, las respuestas fueron las siguientes: 5.3% totalmente de acuerdo, 18% de acuerdo, 9.8% manifestaron una postura neutral, 5.6% en desacuerdo y 0.8% en total desacuerdo.

Respecto a la pregunta de las razones por las que no utiliza o utilizaría los servicios financieros móviles, de las 148 personas que contestaron, se muestra que 81 manifiestan que es por preocupaciones de seguridad / privacidad, 2 prefieren realizar operaciones por computadora, 48 prefieren realizar operaciones bancarias en sucursal, 5 por mala estabilidad en la conexión / recepción, 10 consideran que es costoso el servicio, 1 el tamaño de la pantalla, 3 por incomodidad, 3 por alguna mala experiencia anterior, 3 porque la institución financiera a la que pertenecen no ofrece el servicio a través del celular, 10 porque la tecnología no es accesible y 65 existe desconfianza o miedo.

En caso de utilizar los servicios financieros móviles, las 22 personas que contestaron afirmativo, mencionaron que a diario un 7 personas, 10 una vez por semana, 4 cada quince días y 1 rara vez.

El tipo de transacciones que realizan con los servicios financieros móviles es: de las 22 personas que lo utilizan, 19 lo hacen para consultar saldos, 20 para realizar transferencias, 10 recibir notificaciones, 2 retiros, 15 hacer pagos, 5 depósitos, 2 hacer giros, 12 recarga de celular y 1 compras.

A las 22 personas encuestadas que respondieron positivamente en el uso de los servicios financieros móviles, se les preguntó sobre la satisfacción respecto a la institución financiera y a los servicios financieros móviles en particular. Los resultados fueron los siguientes (Tabla 3):





Tabla 3. Satisfacción de servicios financieros móviles

		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
¿Cuál es su opinión respecto a los requisitos necesarios para activar los servicios financieros móviles?	Frecuencia	0	1	3	4	14
	Porcentaje	0	4,6	13,6	18,2	63,6
¿Cuál es su opinión respecto a la medida en que la información proporcionada por la institución financiera facilita el uso del dispositivo móvil?	Frecuencia	0	0	7	6	9
	Porcentaje	0	0	31,8	27,2	41
¿Cuál es su opinión respecto a la facilidad de uso?	Frecuencia	1	1	3	8	9
	Porcentaje	4,5	4,5	13,6	36,3	41,1
¿Cuál es su opinión respecto al costo?	Frecuencia	0	1	3	5	13
	Porcentaje	0	4,5	13,6	22,7	59,2
¿Cuál es su opinión respecto al número de transacciones que se pueden realizar a través de la telefonía móvil?	Frecuencia	0	1	4	7	10
	Porcentaje	0	4,5	18,18	31,81	45,45
¿Cuál es su percepción de la seguridad y privacidad en la información al realizar las transacciones?	Frecuencia	0	3	6	6	7
	Porcentaje	0	13,63	27,27	27,27	31,81
¿Cuál es su satisfacción con respecto a la atención e información proporcionada por los empleados de la institución financiera?	Frecuencia	0	1	4	10	6
	Porcentaje	0	4,54	18,18	45,45	27,27
¿Cuál es su satisfacción general con los servicios financieros móviles?	Frecuencia	0	2	3	10	7
	Porcentaje	0	9,09	13,63	45,45	31,81
¿Cuál es su satisfacción general con la institución financiera?	Frecuencia	0	2	6	7	7
	Porcentaje	0	9,09	27,27	31,81	31,81

Fuente: Elaboración propia.

Referente al ítem: opinión respecto a los requisitos necesarios para activar los servicios financieros móviles, 63.6% y 18.2% se manifestaron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, respectivamente. Un 13.6% en una posición neutral y sólo un 4.6% de acuerdo.

En la variable su opinión respecto a la medida en que la información proporcionada por la institución financiera facilita el uso del dispositivo móvil, el 68.2% no estuvo de acuerdo y el 31.8% restante se manifestó neutral. En lo que respecta a la variable de facilidad de uso, sólo 9% estuvo de acuerdo, 13.6% neutral, y el resto en total desacuerdo.

Correspondiente a la variable costo, 13 (59.2%) están totalmente en desacuerdo, 5 (22.7%) están en desacuerdo, 3 (13.6%) no están de acuerdo ni en desacuerdo, y 1 (4.5%) está de acuerdo. Referente a la variable número de transacciones que se puede realizar a través de la telefonía móvil, 45.45% está totalmente en desacuerdo y 31.81% está en desacuerdo.





Se les cuestionó sobre la percepción que tienen sobre la seguridad y privacidad en la información al realizar transacciones, 59.08% se manifestó en desacuerdo, 27.27% neutral y 13.63% de acuerdo.

De acuerdo con la variable satisfacción que tienen sobre la atención e información que les proporcionan los empleados de la institución financiera, 72.72% expresó estar en desacuerdo y 18.18% se manifestó neutral. En relación a la satisfacción general con los servicios financieros móviles, sólo un 9.09% estuvo de acuerdo, 13.63% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 45.45% en desacuerdo y 31.81% totalmente en desacuerdo.

Respecto al ítem sobre la satisfacción general con la institución financiera, 63.62% expresó estar en desacuerdo.



4.2 Análisis de inferencias chi cuadrada por ingreso mensual

Los métodos estadísticos univariados ofrecen mayor exactitud en el análisis, utilizando el programa estadístico SPSS V-15 se procedió a realizar:

- La tabulación cruzada, como una técnica estadística que describe dos variables simultáneamente y que a través de tablas de contingencia se muestra la distribución conjunta de dos variables que tienen un número limitado de categorías o valores distintos y son llamadas también tablas de contingencia.
- Chi cuadrado (de Pearson) que en esta investigación permite comprobar si en una tabla de contingencia, una de las variables influye sobre la otra.

En las pruebas de dos muestras se puede examinar la diferencia entre dos medias o entre dos proporciones y ver si ésta es significativa. Las pruebas de ji – cuadrada permiten hacer mucho más que probar la igualdad de varias proporciones. Si se clasifica una población en diferentes categorías respecto a dos atributos (por ejemplo, edad y desempeño laboral), entonces se puede utilizar una prueba de ji cuadrada para determinar si dos atributos son independientes entre sí (Levin, R. et. al, 2004).

El nivel de significancia utilizado en esta investigación es $\alpha=0,05$; como se sabe, si un contraste de hipótesis proporciona un valor “p” inferior a “ α ” la hipótesis nula es rechazada, considerando el resultado de manera significativa, cuanto menor sea el valor de P será más significativo el resultado. La hipótesis es la proposición no probada que explica tentativamente ciertos hechos o fenómenos, diferenciando de dos maneras la hipótesis nula: siendo el estado en que se encuentran las cosas y en el que no se espera ninguna diferencia ni efecto, cuyo símbolo es “ H_0 ” y la hipótesis alternativa siendo un enunciado en el que se espera alguna diferencia o efecto y su símbolo es “ H_1 ”.





Las hipótesis planteadas son:

Ho: La percepción de los servicios financieros móviles y el ingreso mensual son independientes.

H1: La percepción de los servicios financieros móviles y el ingreso mensual no son independientes.

Identificando el grado de significancia de acuerdo al valor de $p > 0,05$ no es significativa y $P < 0,05$ es significativa.

Tabla 4. Análisis de inferencias Chi cuadrada de servicios financieros móviles por la variable ingreso mensual en la población adulta de la Cd. de Tecolotlán, Jalisco.

Pregunta	Chi cuadrada	Gl	Valor de P	Grado de significación	Influencia	Hipótesis Ho
¿Tiene cuenta en alguna institución financiera?	123.857	5	0.000	Es significativa	Hay asociación entre las variables	Se rechaza
¿Cuál es la razón principal por la que no tiene cuenta?	121.575	32	0.000	Es significativa	Hay asociación entre las variables	Se rechaza
¿Cuáles son los servicios que más utiliza?	254.490	120	.000	Es significativa	Hay asociación entre las variables	Se rechaza
En caso de no usar servicios financieros móviles ¿Qué tan dispuesto está a usar la telefonía celular para la banca?	40.327	16	.001	Es significativa	Hay asociación entre las variables	Se rechaza
¿Cuáles son las razones por las que no utiliza o utilizaría los servicios financieros móviles?	127.173	112	.155	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta
En caso de usar los servicios financieros móviles ¿Cuál es la frecuencia de uso?	24.464	9	.004	Es significativa	Hay asociación entre las variables	Se rechaza
Tipo de transacciones que realiza con los servicios financieros móviles	54.209	42	.098	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta
¿Cuál es su opinión respecto a los requisitos necesarios para activar los servicios financieros móviles?	11.108	9	.268	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta
¿Cuál es su opinión respecto a la medida en que la información proporcionada por la institución financiera facilita el uso del dispositivo móvil?	3.618	6	.728	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta
¿Cuál es su opinión respecto a la facilidad de uso?	19.769	12	.072	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta
¿Cuál es su opinión respecto al costo?	11.390	9	.250	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta
¿Cuál es su opinión respecto al número de transacciones que se pueden realizar a través de la telefonía móvil?	19.234	9	.023	Es significativa	Hay asociación entre las variables	Se rechaza
¿Cuál es su percepción de la seguridad y privacidad en la	10.249	9	.331	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta





información al realizar las transacciones?								
¿Cuál es su satisfacción con respecto a la atención e información proporcionada por los empleados de la institución financiera?	8.069	9	.527	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta		
¿Cuál es su satisfacción general con los servicios financieros móviles?	9.335	9	.407	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta		
¿CUÁL ES SU SATISFACCIÓN GENERAL CON LA INSTITUCIÓN FINANCIERA?	9.626	9	.382	No es significativa	No hay asociación entre las variables	Se acepta		

Fuente: Elaboración propia



Los resultados muestran que en los estratos de ingreso mensual existen diferencias respecto a la inclusión financiera y el uso y percepción de los servicios financieros móviles en las variables: tienen cuenta en alguna institución financiera, razón por la que no tienen cuenta, los servicios más utilizados, disposición para usar los servicios financieros móviles, la opinión respecto a la facilidad de uso, frecuencia de uso y la opinión respecto al número de transacciones que se pueden realizar a través de este medio. En cuanto al resto de las variables no se presentaron diferencias (Tabla 4).

6.-Conclusiones

El interés por el análisis de la inclusión financiera responde no sólo al propósito de conocer el nivel de contribución global de la actividad financiera en la economía, sino sobre todo a determinar si la distribución de los puntos de atención y de los servicios financieros instalados en las diferentes localidades y poblaciones del país por las instituciones financieras, responden a las condiciones necesarias que permitan alcanzar un mayor impacto de la actividad del sistema financiero en todos los sectores de la sociedad, principalmente los de más bajo ingreso. Para esto el dispositivo móvil es un canal cada vez más prometedor para satisfacer estos objetivos.

Los avances revolucionarios en los dispositivos móviles y en la infraestructura de soporte, junto con el deseo de las instituciones financieras de estimular el desarrollo y la eficiencia en un entorno cada vez más competitivo, han provocado un nuevo empuje hacia la capitalización de las oportunidades que ofrecen los servicios bancarios móviles. La adopción de teléfonos móviles en mercados emergentes como Latinoamérica se ha disparado en los últimos años y, de hecho, es mayor que la adopción de servicios financieros formales (Deloitte, 2012).

Tradicionalmente, los hogares pobres en América Latina y el Caribe han tenido escaso o nulo acceso a los servicios financieros formales. Sin embargo, la evidencia demuestra que los hogares pobres sí ahorran y se endeudan. Si bien suelen utilizar estrategias informales, ello refleja una demanda efectiva por servicios financieros.





Generalmente lo hacen para múltiples propósitos como suavizar el consumo — ahorros para enfrentar emergencias o para anticipar shocks que puedan afectar sus niveles de ingreso—, pagar servicios, comprar víveres o bienes durables. Cuando es posible, además, acumulan activos para eventualmente invertirlos en capital humano (v.g. salud y educación de sus hijos), en mejorar sus viviendas y en abrir negocios propios (Maldonado, 2011, p. 29).

La encuesta de Inclusión Financiera realizada en 2011 por el Banco Mundial (Global Findex), muestra que el 50.5% de la población mundial tiene una cuenta en institución financiera y un 22% realizó algún tipo de ahorro en dichas instituciones. En México estos porcentajes se reducen a 27.4% y 7% respectivamente, niveles inferiores a los observados en la región de Latinoamérica y el Caribe. Si bien sólo 7% de los mexicanos encuestados respondieron haber ahorrado en una institución financiera formal en el último año, 27.1% indicaron haber realizado ahorros monetarios. Esta brecha entre los ahorros realizados y el porcentaje que se canaliza a las instituciones financieras evidencia que la falta de uso de los servicios financieros formales en México no se debe a una ausencia de demanda por los mismos, sino a la incapacidad de la oferta actual para satisfacer las necesidades de dicha demanda. Además de que sólo el 55% de municipios en México cuenta con al menos un punto de acceso de instituciones bancarias, donde se pueden realizar retiros y depósitos de efectivo. En algunas áreas rurales no hay presencia de bancos, ya que el volumen de transacciones puede no compensar los costos de abrir y mantener una sucursal (Alonso, J. et al., 2013, p. 3).



Según Maldonado (2011) y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2010), existe una serie de factores tanto desde la demanda como desde la oferta que limita el acceso de los pobres al sistema financiero formal. En el lado de la demanda, se destacan no tener ingresos suficientes; altos costos de transacción y de manejo; excesiva documentación y trámites; desconocimiento y falta de confianza en el sistema financiero. En el lado de la oferta, el acceso a servicios financieros formales, como el crédito, se ve limitado por la falta de cobertura y por la escasez de servicios especialmente adaptados a las necesidades de este tipo de hogares. Frente a ello, los hogares pobres recurren a estrategias tradicionales e informales como ahorrar en alcancías, en materiales de construcción, en efectivo en la casa, en animales, en joyas o invirtiendo en sus negocios. Forman también clubes de ahorro, grupos de autoayuda y cadenas o tandas. No obstante, estas estrategias se caracterizan por ser de alto riesgo o de baja liquidez.

Como conclusión y en relación al objetivo del presente análisis de percepción para conocer el nivel de inclusión financiera, se puede mencionar que aún falta mucho por hacer para aumentar el número de personas que pertenecen a alguna institución financiera, siendo el ingreso el principal factor de impedimento. Respecto a la aceptación de los servicios financieros móviles, es un porcentaje muy bajo el que los utiliza y el que le interesaría utilizarlos, la educación, la cultura y otros factores como desconfianza e inseguridad influyen en el posicionamiento de este tipo de servicio.





Derivado de lo anterior, este estudio sienta las bases para futuras investigaciones al respecto ampliando la muestra y de un reflejo más claro del comportamiento de la población mexicana en relación al uso de los dispositivos móviles en servicios bancarios. Así como también por parte de la oferta, uno de los principales retos de las instituciones financieras consiste, entonces, en diseñar productos financieros adecuados a las necesidades de estos usuarios, que reduzcan los costos de transacción en términos de trámites y requisitos, y acerquen efectivamente los servicios a estas poblaciones. Además, se requiere un esfuerzo en el tema de educación financiera que reduzca de forma transparente y efectiva las dudas e incertidumbres acerca del funcionamiento del sector financiero y el uso de sus servicios. De tal manera que no solamente pierdan el miedo hacia el sector financiero, sino que reconozcan las ventajas que pueden obtener de él.



Teniendo en cuenta los limitantes en México para el acceso y uso del sistema bancario, es importante considerar el potencial de desarrollo que puede tener la telefonía móvil como eje de penetración financiera hacia los colectivos que se encuentran actualmente excluidos.

Aunado a lo anterior, aparte de que las instituciones financieras tienen que ofrecer productos financieros adecuados a las necesidades de estos usuarios, también tiene que proveer tecnologías de servicios financieros adecuadas para este sector de la población, en términos de costos, acceso y facilidad de uso, lo que puede llevar a revisar incluso el marco regulatorio de las entidades financieras, para ver la manera en que se podrían reducir los obstáculos encontrados por las entidades para ofrecer estos productos especializados.



7.- Alcances y limitaciones

Los resultados recabados en este proyecto de investigación contempla un solo municipio de Jalisco, es necesario para poder establecer recomendaciones formales y poder implementar estrategias precisas con el objetivo de aumentar la inclusión financiera contar un estudio de percepción más amplio, sea por regiones o zonas, para poder tener un panorama más amplio del comportamiento del usuario y del posicionamiento de los servicios financieros móviles que actualmente ofrecen las instituciones financieras.

El sector de más bajos recursos presenta un potencial para el desarrollo de los servicios financieros móviles pero sigue faltando investigación al respecto por ser un tema que relativamente es nuevo en nuestro país, sin embargo, se pretende perfeccionar y generalizar la metodología empleada para poder continuar con el estudio.

8.- Referencias bibliográficas

Alianza para la Inclusión Financiera (2010). Servicios financieros móviles. Ampliar el acceso mediante la regulación. Recuperado el 30 de marzo de 2015, de <http://www.afi->





global.org/sites/default/files/publications/AFI%20Mobile%20Financiera%20Services%20Policy%20Note-SP.pdf

Alonso, J. Fernández, L. S. Hoyo, C. López-Moctezuma, C. y Tuesta, D. (2013). “La banca móvil en México como mecanismo de inclusión financiera: desarrollos recientes y aproximación al mercado potencial”. BBVA Research. Documento de trabajo Número 13/19. Análisis económico. México, D.F. 05 de junio de 2013. Recuperado 01 de mayo de 2015, de https://www.bbva.com/wp-content/uploads/migrados/WP_1319_Mexico_BancaMovil_tcm346-390713.pdf



Alonso, J. Fernández, L. S. Hoyo, C. López-Moctezuma, C. y Tuesta, D. (2013). “El reto de la inclusión financiera y el marco regulatorio de la banca móvil en México”. BBVA Research. Observatorio económico. México, D.F. Julio 2013. Recuperado 01 de mayo de 2015, de https://www.bbva.com/KETD/fbin/mult/1307_Observatorio_Economico_Mexico-Inclusion_Financiera_tcm346-398561.pdf?ts=782013

Bezuidenhout, J. y Porteous, D. (2008). Managing the Risk of Mobile Banking Technologies. Bankable Frontier Associates LLC. Recuperado el 15 de enero de 2015, de <http://www.oecd.org/dev/emea/41837245.pdf>



Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2010). Reporte de Inclusión Financiera 2. Recuperado el 15 de enero de 2015, de <http://www.cnbv.gob.mx/Prensa/Paginas/inclusionfinanciera.aspx>.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2013) “Reporte de Inclusión Financiera 5”. Recuperado el 15 de mayo de 2015, de www.cnbv.gob.mx/Inclusion/.../Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%205.pdf

Deloitte (2012). Un marco para evaluar las oportunidades de servicios bancarios móviles ¿Debería haber una aplicación para eso? Recuperado el 15 de enero de 2015, de http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/financial-services/mx%28es-mx%29Aplicacion_ESO_2012.pdf

Estudio de Usos y Hábitos de dispositivos móviles en México. Noviembre, 2013. Recuperado el 15 de enero de 2015, de <http://es.slideshare.net/iabmexico/estudio-de-usos-y-habitos-de-dispositivos-moviles-2013>

Gupta, N. K. (2000) «The Business of Telecommunication». Tata McGraw-Hill Publishing Company Limited. Nueva Delhi. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de <http://www.oecd.org/dev/americas/42825577.pdf>





Grupo de Acción Financiera de Sudamérica, GAFISUD. (2013). Informe sobre nuevos métodos de pago: tarjetas prepagadas, pagos por telefonía móvil y pagos por internet. Recuperado el 16 de enero de 2015, de http://www.gafilat.org/UserFiles/documentos/es/doc_interes/gafi-practicas/007-

Informe%20sobre%20nuevos%20metodos%20de%20pago.pdf

Honohan, P. (2007) «Cross-country variation in household access to financial services». The World Bank, Trinity College Dublin y CEPR. Presentado en la Conferencia «Access to Finance» en Washington D.C., 15-16 de marzo, 2007. Recuperado el día 21 de enero de 2015, de: citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?...



Honohan, P. (2004) «Financial Development, Growth and Poverty: How Close are the Links», en Financial Development and Economic Growth: Explaining the Links, Ed. Charles Goodhart. Recuperado el 20 de marzo de 2014, de <http://www.oecd.org/dev/americas/42825577.pdf>

Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. 1ª Edición. México: Prentice Hall.

Maldonado, J. H., Moreno, S. R., Giraldo, P. I. & Barrera, O. C. A. (2011). Programas de Transferencias Condicionadas e Inclusión Financiera: Oportunidades y Desafíos en America Latina. Extraído el 26 de diciembre de 2012 desde http://www.idrc.ca/EN/Programs/Social_and_Economic_Policy/Supporting_Inclusive_Growth/Documents/Informe-completo-PTCeIF-JHM-v200511.pdf.



Malhotra, N. (2008) Investigación de Mercados. 5ª edición. México. Prentice Hall. Pp. 810.

Morales, L. & Yáñez, A. (2006). La bancarización en Chile. Concepto y Medición. Recuperado el 15 de abril de 2015, de https://www.sbif.cl/sbifweb/internet/archivos/publicacion_5291.pdf.

Ontiveros, B. E.; Martín, E. A.; Fernández, D. S.; Rodríguez, T. I. y López, S. V. (2009). Telefonía móvil y desarrollo financiero en América Latina. Recuperado el 18 de enero de 2015, de <http://www.oecd.org/dev/americas/42825577.pdf>

Perspectivas para México de Inclusión Financiera Integral. Informe Oficial del Proyecto Inclusión Financiera en 2020 del Centro para la Inclusión Financiera en ACCIÓN Internacional. Borrador de discusión. Septiembre de 2009. Recuperado el 20 de agosto de 2014 de <http://www.bansefi.gob.mx/Patmir/EstadisticaInficadores/EPerspectivas%20para%20Mxico%20de%20Inclusin%20Financiera%20In/Perspectivas%20>





para%20M%C3%A9xico%20de%20Inclusi%C3%B3n%20Financiera%20Integral.pdf

Sistema Estatal de Información Jalisco (2014). Tecolotlán Gobierno del Estado de Jalisco. Recuperado el 30 de octubre de 2014, de <http://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/tecolotlan>

Vera, C. y Titelman, D. (2013). El sistema financiero en América Latina y el Caribe. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35880/LCL3746_es.pdf?sequence=1

