



Inclusión financiera: uso de servicios financieros móviles por los egresados de la Licenciatura en Contaduría

Chiñas-Valencia, Juan José¹; Sáinz-Barajas, Ma. Teresa de la Luz²
& Zapata Lara, Helena del Carmen³

¹Universidad Veracruzana, Facultad de Contaduría y Administración, Coatzacoalcos, Veracruz, México, *jchinas@uv.mx*, Av. Universidad Veracruzana km. 7.5 Col. Santa Isabel, (+52) 921 21 15714

²Universidad Veracruzana, Facultad de Contaduría y Administración, Coatzacoalcos, Veracruz, México, *tsainz@uv.mx*, Av. Universidad Veracruzana km. 7.5 Col. Santa Isabel, (+52) 921 21 15714

³Universidad Veracruzana, Facultad de Contaduría y Administración, Coatzacoalcos, Veracruz, México, *disanchez@uv.mx*, Av. Universidad Veracruzana km. 7.5 Col. Santa Isabel, (+52) 921 21 15714

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex

Revisión por pares

Fecha de aceptación: Abril de 2018

Fecha de publicación en línea: Septiembre de 2018

Resumen

En los últimos años, los avances tecnológicos en las TIC son aprovechados por el sistema financiero para atraer a nuevos clientes, tratando, no solo hacer más sencillas las transacciones financieras, como transferencias de recursos o pagos de servicios, sino de generar una estrategia que promueva la inclusión financiera, convirtiéndose en verdaderos proveedores de servicios financieros, que a través de los dispositivos móviles, constituyan canales para ampliar el acceso y el uso a los servicios que ofrecen las instituciones, fortaleciendo la relación entre cuentahabientes y los productos de ahorro, inversión y crédito, además de contribuir a mejorar la educación financiera. Esta investigación pretende conocer lo que los egresados de Contaduría realizan a través de los servicios financieros móviles y el nivel de satisfacción que obtienen al usar en funciones sustantivas sus dispositivos móviles, así como la atención que reciben de sus instituciones financieras como un factor motivante para generar actividad financiera.

Palabras claves: inclusión financiera, dispositivos móviles, egresados.

Abstract

In recent years, technological advances in ICT are used by the financial system to attract new customers, trying not only to make financial transactions easier, such as resource transfers or service payments, but to generate a strategy that promotes financial inclusion, becoming true providers of financial services, that through mobile devices, constitute channels to expand access and use to the services offered by institutions, strengthening the relationship between account holders and savings, investment and credit products, in addition to contributing to improve financial education. This research seeks to know what the graduates of Accountancy do through mobile financial services and the level of satisfaction they get when using their mobile devices in substantive functions, as well as the attention they receive from their financial institutions as a motivating factor to generate financial activity.

Key words: financial inclusion, mobile device, graduates.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las autoridades e instituciones que integran el sistema financiero en México se esfuerzan por revestir a las instituciones en organizaciones estables y sólidas, que ofrezcan servicios financieros de calidad y dentro de un marco de innovación, bajo un entorno regulado e incluyente, que procure proveer de productos y servicios financieros a todos los mexicanos.

En este sentido, como parte de las políticas de desarrollo, en 2011 se crea de manera formal un organismo de consulta y asesoría, en el que participan las distintas autoridades financieras, lo que constituye el primer paso para dar lugar a la Política Nacional de Inclusión Financiera. Reconociendo que falta avanzar en materia financiera, por lo cual propone fortalecer la inclusión financiera buscando el incremento de puntos de acceso, modificando algunas normativas establecidas que empoderen a las entidades de ahorro y crédito popular (EACP) debido a su representación en el territorio nacional. Ente otras cosas, lo que pretendía era una eficiente bancarización, dando pie a acciones encaminadas a crear el servicio de corresponsales, cuentas de expediente simplificados y la banca móvil.

Con la banca móvil, aun cuando no es considerada como un punto de acceso, las tendencias vistas en las TIC predicen que en un futuro muy cercano, el manejo financiero será totalmente electrónico, en plataformas móviles, ejemplo de ello, las aplicaciones electrónicas que las distintas instituciones financieras han diseñado para ser utilizadas a través de un dispositivo móvil, es decir, en un teléfono celular inteligente, un aparato común entre la población.

De esta manera, este trabajo lo que pretende es describir el uso de los servicios financieros móviles en los egresados de la Licenciatura en Contaduría de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos, en el entendido que por sus características de edad y del entorno en que han crecido, existe una tendencia al uso de dispositivos móviles con especificaciones que permiten manejar, en caso de tener una, sus cuentas bancarias en un entorno cómodo y ágil, por lo que, con esta nueva forma de operar los servicios financieros, se promovería la inclusión financiera a través del uso y el acceso a productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras, fortaleciendo los procesos innovadores y algo importante, generando mayores hábitos de educación financiera.

2. MARCO TEÓRICO

La inclusión financiera. Una aproximación teórica

Referirse al término inclusión financiera, es aludir al alcance (uso y acceso) de los servicios y productos que ofrece un sistema financiero, a través de las instituciones y medios establecidos para ello.

Según lo define el Banco Mundial (2018), la inclusión financiera se refiere al acceso que tienen las personas y las empresas a una diversidad de productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfacen sus necesidades (pagos, transferencias, ahorro, seguros y crédito) y que son prestados en un marco de responsabilidad y sostenibilidad.

Por su parte, para la Alliance for Financial Inclusion (AFI), citado por Alberro, Henderson y Yúñez (2016), la inclusión finan-

ciera es un instrumento eficaz en el combate a la pobreza, multifacético que incluye los elementos de:

- Acceso. Refiriéndose a la capacidad de las personas para utilizar los servicios y productos financieros que ofrecen las instituciones formales;
- Calidad. Relevancia del servicio financiero dentro de las necesidades del consumidor;
- Uso. Adopción de servicios financieros y;
- Bienestar. Impacto del servicio financiero en el consumidor.

En este mismo sentido, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) (2016) refiere a la inclusión financiera como el acceso y uso de servicios financieros formales bajo una regulación apropiada que garantice la protección al consumidor, así como la promoción de la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población. Al igual que la AFI, la Comisión dimensiona a la inclusión en los elementos de acceso y uso, además de añadir la protección y defensa al consumidor y la educación financiera, en un contexto donde intervienen instituciones, infraestructura, mecanismos, actitudes y habilidades.

Para la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), la inclusión financiera es vista como un proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuada a una amplia gama de servicios y productos financieros regulados y la ampliación de su uso hacia todos los segmentos sociales, apoyados en la innovación y en la educación financiera, y que busca además la inclusión económica y social (García, Grifoni, López, & Mejía, 2013).

De esta forma, Roa (2013) retoma la definición de la Asociación Global para la Inclusión Financiera (CGAP), en la que se refiere a una situación en la que todos los adultos en edad de trabajar, incluidos aquellos actualmente excluidos del sistema financiero tienen acceso efectivo a los servicios financieros que proveen las instituciones financieras formales, como lo son el crédito, ahorro, pagos y seguros.

Así pues, analizando el concepto, el acceso efectivo se relaciona con la prestación del servicio conveniente y responsable (aquel que marca una relación entre una conducta de mercado responsable de quien provee y la protección efectiva del consumidor financiero), donde el cliente puede asumir el costo y que resulta sostenible para quien lo provee, dando lugar a que los clientes excluidos (que no tienen acceso o la cobertura de los servicios formales no son suficiente) utilicen servicios financieros formales (aquellos que se ofrecen en un ámbito regulado y supervisados legalmente y por instituciones reconocidas por las autoridades respectivas)

Entonces, la inclusión financiera es una acción que tiene como eje central la relación de la población y los servicios financieros, por lo que integra la parte institucional a través de la participación de entidades gubernamentales y órganos desconcentrados, así como la de instituciones financieras; por otro lado, involucra los medios, es decir, los canales de acceso, los mecanismos y la infraestructura necesaria para acercarlos, y finalmente, la educación financiera, en la medida en que la población esté informada y alfabetizada, tendrá un mejor acceso y un eficiente uso de los servicios y productos.

De tal forma, entre más incluyente sea el sistema financiero, mayor será el impacto en la población, se tendrá acceso no sólo a créditos, sino también a productos de ahorro e inversión, además de fortalecer las transferencias de recursos entre las personas, de

esta manera, la banca no se concentrará únicamente en las grandes ciudades sino buscará extenderse en todas las regiones geográficas del país, cubriendo las necesidades presentes del consumidor y asegurando su permanencia a través del ofrecimiento de servicios financieros eficientes e innovadores.

Como se ha observado en la conceptualización anterior, la inclusión financiera tiene que ver con dos dimensiones básicas: el acceso y el uso de los servicios financieros.

El acceso está relacionado con la penetración del sistema financiero, es decir, evalúa si la infraestructura a través de la cuales se ofrecen los servicios financieros es adecuada para el tipo de población y si además da lugar a que el oferente desarrolle nuevos productos y servicios. Este alcance, está determinado por los puntos de contacto entre las personas y las instituciones, los cuales son denominados canales. (Oulhaj, Ayala, & López Rodríguez, 2017).

Por su parte, el uso se refiere a la adquisición o contratación de algún o algunos productos y servicios financieros, incluyendo la periodicidad y la frecuencia con la que se utilizan. Se relaciona con la demanda por parte de los usuarios. Esta dimensión, añaden Oulhaj et al. (2017), permite observar cuáles son los productos con mayor demanda o más utilizados y en qué zonas o poblaciones se ofrecen.

Los indicadores que se consideran en la evaluación de estas dimensiones, se presentan en la tabla siguiente:

Tabla 1. Dimensiones de la inclusión financiera

DIMENSIÓN	INDICADORES	DEFINICIONES
Acceso	<ul style="list-style-type: none"> Número de puntos de acceso por cada 10,000 adultos a nivel nacional, segmentados por tipo y por unidad administrativa. Porcentaje de unidades administrativas que cuentan cuando menos con un punto de acceso. Porcentaje de la población total que habita en unidades administrativas donde existe al menos un punto de acceso. 	<ul style="list-style-type: none"> Punto de acceso: Cualquier entidad física donde una persona puede realizar operaciones de abono o cargo con una institución regulada (sucursal bancaria, cajeros automáticos, corresponsales y terminales de punto de venta [PV]) Unidad Administrativa: Se refiere a cualquiera que sea la división territorial de un país (Estado, municipio, distrito, provincia) Adulto: Persona de 15 años o más, o el que defina un país en particular.
Uso	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de adultos que tienen cuando menos un tipo de cuenta de depósito regulada. Porcentaje de adultos que tienen cuando menos un tipo de cuenta de crédito regulada. En países donde estos datos no están disponibles, se utilizan como sustitutos: Número de cuentas de depósito reguladas por cada 10,000 adultos Número de cuentas de crédito reguladas por cada 10,000 adultos. 	<ul style="list-style-type: none"> Instituciones reguladas: Proveedor de servicios financieros que cuente con autorización para operar como tal y que reciba supervisión constante

Fuente: Elaboración propia, basado en AFI (2013)

Para el caso de la dimensión de “acceso” la medición se realiza con datos suministrados por las instituciones financieras formales o reguladas (oferente), así como de estadísticas nacionales. A su vez, la dimensión de “uso”, requiere de datos de los demandantes, es decir, implica la recolección de encuestas a una muestra representativa a nivel nacional; en las variables sustitutas del uso, los datos son suministrados por la parte que oferta.

La inclusión financiera en México

En los últimos años, el gobierno mexicano y las autoridades financieras – CNBV, Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) y la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), en conjunto con las principales instituciones financieras han procurado hacer del sistema financiero mexicano un conjunto de entidades capaces de ofrecer servicios eficientes, en un marco de estabilidad e inclusión.

Para octubre de 2011, el Ejecutivo Federal, bajo el amparo del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, que apuntaba en uno de sus objetivos a lograr un sistema financiero eficiente, crea el Consejo Nacional de Inclusión Financiera (CONAIF), que entre otras funciones tendrá las siguientes (DOF, 2011):

- Conocer, analizar y formular propuestas de políticas relacionadas con la inclusión financiera;
- Formular los lineamientos concernientes a la Política Nacional de Inclusión Financiera;
- Proponer criterios para la planeación y ejecución de políticas y programas de inclusión financiera que incluya a los ámbitos federal, regional, estatal y municipal y;
- Establecer metas de inclusión financiera de mediano y largo plazos.

En América Latina, México, Brasil y Colombia son los precursores en elaborar reporte de inclusión financiera. En el caso mexicano, la CNBV, a través de la Dirección General para el Acceso a Servicios Financieros, ha elaborado y publicado los Reportes de Inclusión Financiera en sus 8 ediciones y que contienen información relativa a los años 2009 a junio 2016.

La información utilizada por la Comisión para la elaboración de este Reporte involucra además la participación de distintas autoridades financieras: El Banco de México, la CONSAR, la CNSF, la CONDUSEF, además de la Comisión Nacional de Población (CONAPO). Así también, se incluye información obtenida de la Política de Inclusión Financiera y de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF).

Sin duda, otro evento relevante que ha contribuido a la inclusión financiera, es la promulgación de la Reforma Financiera, en enero de 2014, contribuyendo con sus acciones a impulsar esta gran tarea (CONAIF, 2016):

- Estableció la posibilidad de que las EACP ofrezcan cuentas de expediente simplificado (de apertura sencilla, con una identificación oficial y un número de teléfono móvil), banca móvil y servicios de corresponsalía.

- Brindó nuevas facultades a la CONDUSEF, otorgándole transparencia y protección al consumidor.
- Asentó bases para que se incremente la competencia en las redes de medios de disposición.
- Fortaleció a la banca de desarrollo enfatizando su atención en grupos prioritarios.
- Modificó el marco legal para que instituciones privadas ofrezcan mayor crédito, en especial a las micro, pequeñas y medianas empresas.

De acuerdo con los Reportes de Inclusión Financiera que publica la CNBV, las principales cifras en asuntos de inclusión financiera, se muestran en la tabla siguiente:

Tabla 2. Indicadores de inclusión financiera

INDICADOR	JUNIO 2016	DICIEMBRE 2011	CAMBIO %
Puntos de acceso por cada 10,000 adultos	11.5	9.08	26.65 %
Porcentaje de municipios con al menos un punto de acceso	72.5 %	65 %	11.54 %
Porcentaje de adultos que viven en un municipio con al menos un punto de acceso	97.6 %	96 %	1.67 %
Productos de captación por cada 10,000 adultos	12,493	12,150	2.82 %
Tarjetas de débito por cada 10,000 adultos	12,718	9,732	30.68 %
Productos de crédito por cada 10,000 adultos	5,936	4,227	40.43 %
Pagos en comercio a través de TPV por cada 10,000 adultos	16,080	14,263	12.73 %
Retiros de efectivo en cajeros automáticos por cada 10,000 adultos	16,318	15,022	8.62 %

Fuente: Elaboración propia, basado en Reportes de Inclusión Financiera de la CNBV (2017) y CNBV (2012)

Adicionalmente, la CNBV en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), desde el 2102 y cada tres años, realiza la ENIF, que constituye la principal fuente de datos sobre el acceso y el uso de servicios y productos financieros que se realizan a nivel nacional, teniendo como proveedor de la información a la demanda, es decir, la población.

Además, a través de esta Encuesta se genera información adicional relacionada con la satisfacción de los usuarios con los productos y canales, así como el uso de los servicios financieros móviles e información sobre personas que en algún momento fueron usuarios del sistema financiero, entre otros.

De este modo, la Encuesta expone datos interesantes sobre población y el uso de los servicios y productos financieros, que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 3. Resultados sobre inclusión financiera según la ENIF

CONCEPTO	CIFRAS AL 2015			
	Urbana	%	Rural	%
Población adulta total de 18 a 70 años	76,157, 088			
Población urbana	49,410,635	64.9 %		
Población rural	26,746,453	35.1 %		
Ahorro formal	8,329,329	16.9	3,184,131	11.9
Población con cuenta o tarjeta de nómina, ahorro, cheques, pensión o donde reciba apoyos de gobierno en algún banco o institución financiera.	24,132,148	48.8	9,420,805	35.2
Población a la que no le interesa una cuenta de ahorro por:				
• Interés bajo o comisión alta				
• Desconfianza o mal servicio de las instituciones financieras	2,406,297	4.9	1,148,302	4.3
• Preferencia de otras formas de ahorro				
• Lejanía de la sucursal o inexistencia				
Población con servicio de banca por internet	4,667,247	9.4	768,475	2.9
Población con cuenta bancaria sin servicio de banca por internet.	19,464,901	39.4	8,652,330	32.3
Población con servicio de banca por celular contratado.	2,742,420	5.6	461,242	1.7
Población con crédito bancario, tarjeta de crédito bancaria, departamental, de tienda de autoservicio o con alguna otra institución financiera.	16,942,024	34.3	5,181,899	19.4
Población que no ha tenido préstamos, crédito o tarjeta de crédito:				
• No cumple los requisitos				
• Interés o comisión alta	24,458,094	49.5	18,925,758	70.8
• Desconfianza o mal servicio de las instituciones financieras				
• No le gustan las deudas				
Población con al menos una tarjeta de crédito bancaria	4,981,226	10.1	1,024,614	3.8
Población con algún seguro de auto, casa, de vida, gastos médicos, entre otros	14,846,399	30.0	4,030,435	15.6
Población que tiene una cuenta de ahorro para el retiro	24,599,626	49.8	6,741,955	25.2

Fuente: Elaboración propia, basado en CNBV (2015)

Como se observa, los avances institucionales por llevar los servicios y productos financieros a la mayor parte de la población mexicana, aun son insuficientes, si bien se trabaja en ellos, es

necesario crear estrategias innovadoras que permitan minimizar los indicadores de barrera, como son los costos de transacción, las largas distancias a las que se tienen que desplazar los pobladores de pequeños municipios o regiones rurales, así como la simplificación de los documentos que se requieren para tener acceso y usar algunos de estos servicios y productos. Hacer de los servicios financieros servicios de calidad y confiables es una tarea pendiente que sin duda, gobiernos e instituciones deberán trabajarlos en el corto, mediano y largo plazo.

Los dispositivos móviles y la inclusión financiera

La revolución tecnológica de los últimos años, derivada de los grandes avances en telecomunicaciones, ha aportado elementos valiosos a cada uno de los sistemas financieros del mundo, promoviendo la inclusión financiera a través del uso de computadoras y dispositivos móviles, constituyendo así, canales ágiles e innovadores disponibles para realizar operaciones sin acudir físicamente a una institución bancaria o financiera, además de desarrollar nuevos modelos de negocio, atrayendo así a clientes que tradicionalmente estaban excluidos del sistema financiero formal.

De acuerdo con la AFI (2010), los servicios financieros móviles comprenden una gama de servicios financieros que son suministrados por medio de teléfonos móviles. En este sentido, distingue dos categorías, la primera, los servicios de banca móvil, referidos como aquellos en los que el cliente de un banco se conecta a su cuenta bancaria utilizando su teléfono móvil como canal de acceso. Por su parte, la segunda, se refiere a los servicios de pago móvil, que comprende una gama más amplia de servicios de pago que aunque no sean suministrados por un banco, siempre involucran la participación de uno.

La banca móvil, considera tres categorías de servicios: Mantenimiento de la cuenta, transacciones y administración del servicio, dejando la combinación de ellas como una decisión de quien ofrezca el servicio. Las soluciones de banca móvil pueden variar en cuanto a su complejidad y enfoque, así una estrategia centrada en el mantenimiento de la cuenta reduciría los costos al cambiar los costos de las interacciones del cliente de las sucursales al canal móvil; o en su caso, si la estrategia se centra en la administración del servicio incrementaría los ingresos mediante un mayor uso de servicios de alto valor. (Ruiz Chamorro, Srinivas, Goslin, & Contri, 2011)

Tabla 4. Principales servicios financieros móviles

SERVICIO MÓVIL	USO
Mantenimiento de la cuenta	<ul style="list-style-type: none"> • Información de acceso a la cuenta • Consulta de saldos • Movimientos de la cuenta • Recepción de alertas • Administración de recompensas • Localización de sucursal y cajeros automáticos
Transacciones	<ul style="list-style-type: none"> • Transferencias cuentas propias y de terceros • Pago de servicios e impuestos • Pago de tarjeta de crédito • Retiros de efectivo con referencia electrónica • Compra de tiempo aire

Administración de servicios

- Inicio de sesión o cancelación de banca en línea
- Cambio de contraseña
- Incremento o disminución de límite de crédito
- Administración de cuentas de inversión
- Aclaraciones

Fuente: Elaboración propia, basado en Ruiz Chamorro et al. (2011)

3. MÉTODO

La presente investigación se abordó desde un enfoque cuantitativo con alcances descriptivo y transversal. La recolección de datos se realizó mediante la técnica de encuesta, basada en el cuestionario utilizado en la investigación “Análisis de percepción de los servicios financieros móviles como catalizadores de la inclusión financiera: Caso Cd. de Tecolotlán, Jalisco, México” realizada por Preciado y Moreno (2015). Dicho instrumento, consta de 26 ítems, cinco de ellos son datos generales de edad, género y datos económicos de los egresados, 12 se refieren al uso de dispositivos móviles y servicios financieros y finalmente, nueve se presentan en una escala tipo Likert para medir la percepción de los servicios financieros móviles.

En el marco de esta investigación, los clientes son los egresados en los últimos tres años (2017, 2016 y 2015) de la Licenciatura en Contaduría de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana y el uso que, en su caso, hacen de sus teléfonos celulares relacionadas con el manejo de la banca móvil como una práctica que fortalezca la inclusión financiera.

Debido a que los sujetos de la investigación fueron los 238 egresados de la Licenciatura en Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana correspondientes a los últimos tres años, 2017, 2016 y 2015, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, obteniendo 113 respuestas de los egresados, ya que el instrumento fue aplicado en línea según la disposición y localización del encuestado.

Este trabajo se ha enfocado a identificar el uso de la banca móvil que practican los egresados de la Licenciatura en Contaduría. Por ello, no se establece hipótesis, pues no se supone ningún hecho y resulta poco sencillo realizar estimaciones con cierta precisión a fenómenos de comportamiento humano (Hernández, 2014)

Planteamiento del problema

Las nuevas tecnologías de información, entre las que se encuentran los teléfonos móviles inteligentes (smartphones) y las computadoras portátiles (tablets), han venido a revolucionar las formas de interacción, no solo interpersonal sino también la interacción con proveedores de productos y servicios, por lo que hoy estos dispositivos van más allá de un simple canal de comunicación, facilitando la realización de actividades personales cotidianas, como pedir un taxi, realizar una videollamada en tiempo real y sin importar la distancia, comprar en línea y administrar cuentas bancarias.

La AFI (2013) en su Conjunto Principal de Indicadores de Inclusión Financiera, se refiere a los puntos de acceso como entidades físicas, por lo que excluye a los teléfonos celulares y computadoras personales, argumentando que a través de ellos no se realizan operaciones físicas de depósito y retiro de dinero. Esto no significa que

por no ser puntos de acceso, los dispositivos móviles y las computadoras no contribuyen a la inclusión financiera.

Actualmente, muchas de las operaciones bancarias que se realizan físicamente se han trasladado a una plataforma conocida como banca electrónica, permitiendo realizar operaciones bancarias sin necesidad de acudir a una sucursal, como transferencias de recursos, pagos de servicios, entre otros.

Sin embargo, los cambios tecnológicos y en la competencia por personalizar la atención al cliente, la mayoría de instituciones bancarias han desarrollado aplicaciones informáticas móviles (apps) operables en teléfonos inteligentes y en tablets, promoviendo la realización de operaciones bancarias desde un dispositivo móvil, de una forma controlada y ágil, reduciendo considerablemente las visitas físicas a las instituciones.

El reto de los gobiernos y las instituciones financieras, no sólo es ser incluyentes al establecer estrategias que fortalezcan el acceso y el uso de los productos y servicios financieros a todos los sectores económicos y sociales de la población, sino crear estrategias innovadoras que permitan mantener ese vínculo entre el cliente y los servicios financieros.

Sin duda, la banca móvil constituye un canal innovador para la inclusión financiera, ahora la tarea consiste en brindar seguridad al cliente, garantizando que la aplicación que utiliza es confiable y que su dinero estará resguardado, de esta manera la banca móvil tendrá un mayor uso, favoreciendo los niveles de inclusión financiera, abaratando costos de transacción, acortando distancias, simplificando trámites y generando un mayor acceso a los servicios financieros.

Objetivo general

Identificar la percepción de los egresados de la Licenciatura en Contaduría de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos sobre el uso de los dispositivos móviles para la realización de operaciones bancarias como una forma de fortalecer la inclusión financiera.

Objetivos específicos

- Describir el uso de los servicios financieros móviles practicados por los estudiantes egresados de la Licenciatura en Contaduría de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos
- Conocer el nivel de satisfacción con los servicios financieros móviles que ofrecen las instituciones bancarias de los egresados de la Licenciatura en Contaduría de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos

Justificación

En el contexto profesional, con este proyecto se pretende fomentar el uso de los dispositivos móviles como una canal para acceder y usar la banca móvil, dando a conocer las bondades de la misma y la relevancia que tiene en temas de inclusión financiera, el hecho que las personas la usen en operaciones tan sencillas como checar saldos de sus cuentas, realizar pagos de servicios e incluso, sustituir a la propia tarjeta de crédito o débito en la compra de bienes y

servicios. De esta manera, no sólo se contribuirá a mantener los niveles de inclusión financiera, sino también a la educación financiera como elementos básicos para tomar decisiones adecuadas relacionadas con el manejo de los recursos.

La elaboración del proyecto que se propone, tiene la finalidad de proporcionar información que les permita a los egresados de la Licenciatura en Contaduría, utilizar sus teléfonos inteligentes más allá de un simple administrador de redes sociales, sino como un medio de administrar alguna cuenta bancaria relacionada con la nómina, ahorro, alguna inversión e incluso de sus propias tarjetas de crédito, considerando que por su condición, estos egresados ya cuentan con un trabajo remunerado, y están en condiciones de crear historial crediticio, además de que el manejo tecnológico es una característica de la generación.

Delimitación del problema

Temática: Esta investigación está referida a temas relacionados con la inclusión financiera y el uso de los dispositivos móviles para el acceso de los servicios financieros.

Espacial: La investigación se realizó en línea utilizando la red social de Facebook con los perfiles correspondientes a los egresados de la Licenciatura en Contaduría de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos.

Temporal: Este trabajo se realizó en el periodo de enero a marzo 2018.

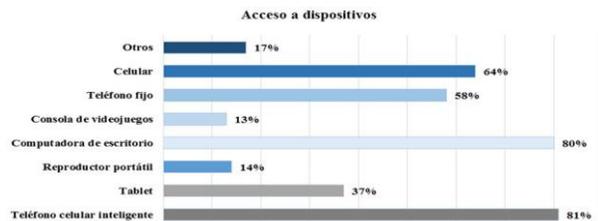
4. RESULTADOS

En la primera sección referida a las generalidades, se obtuvo que de la muestra, 78 de los encuestados corresponden al género femenino, en tanto que 35 al género masculino, es decir, una representación del 69 % femenino y 31 % masculino. De esta muestra, el 22 % respondió tener entre 22 y 23 años de edad, el 24% entre 23 y 24 años, el 26 % de 24 a 25 años y más de 25 años, el 28 % de ellos.

En cuanto al grado académico que poseen los egresados, el 96 % de ellos manifestó contar con Licenciatura, mientras que el resto, 4% poseía grado de Maestro. Además, como egresados, 78 % cuenta con un empleo permanente, de los cuales el 19% obtiene un salario mensual entre \$3,000 y \$5,000, el 46 % una remuneración mensual que oscila entre los \$5,000 y \$10,000 y el 35% más de \$10,000 mensuales. Por su parte, del 22 % que declaró tener un trabajo temporal, el 52% recibe entre \$3,000 y \$5,000 mensuales, el 44 % un salario mensual entre \$5,000 y \$10,000 y solo el 4% una remuneración mayor a \$10,000.

La segunda parte de la encuesta se centró en información relacionada con el acceso y el uso de dispositivos móviles y los servicios financieros. Cuando se cuestionó sobre a qué dispositivos tenían acceso, el 81 % respondió que a un teléfono celular inteligente, mejor conocido como Smartphone, seguido por el 80 % que señaló a la computadora de escritorio, el 64 % a un teléfono móvil o celular, entendiéndose como aquel que solo funciona parallamadas y mensajes SMS (servicio de mensajes cortos), el 58 % manifestó tener un teléfono fijo, así como el 37 % indicaron tener una tablet. Los resultados se observan en la Figura 1:

Figura 1. Dispositivos a los que se tiene acceso



Fuente: Elaboración propia, 2018.

El primer paso para iniciar este proceso de la inclusión financiera es promover el acceso a los servicios y productos financieros, esto no sería posible sin la apertura de una cuenta bancaria, por lo que se les cuestionó a los egresados de Contaduría si poseían una cuenta en alguna institución financiera, a lo que el 98 % respondió que si la posee, en tanto, solo el 2 % manifestó no tener contacto con alguna institución financiera. De los que señalaron poseer al menos una cuenta, el 97 % indicó tenerla en una institución bancaria y el resto en una institución financiera no bancaria, es decir, en una Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo, tradicionalmente conocida como Caja Popular.

En cuanto a la temporalidad, al preguntar sobre el tiempo en que han mantenido su cuenta en la institución financiera, el 80 % respondió menos de cinco años, el 18 % un poco más de cinco años y solo el 2 % más de diez años. En este sentido, la respuesta más frecuente se asocia al hecho de que los entrevistados son egresados de los últimos tres años y a partir de su egreso obtuvieron un trabajo remunerado, suministrando los recursos necesarios para la apertura de una cuenta en una institución financiera.

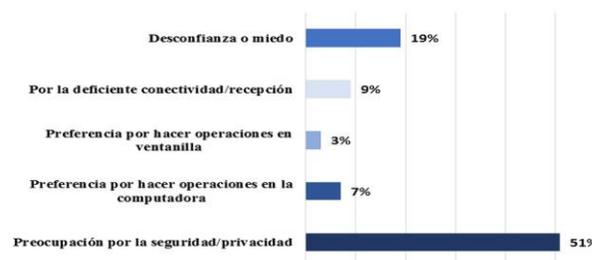
Respecto al producto financiero más utilizado por los egresados, las cuentas de ahorro predominaron, obteniendo un 93 %, seguidas por los productos de crédito con un 46 %, además que el 39 % de los encuestados señaló que posee cuenta de ahorro y también de crédito. Esto refleja que la mayoría de los egresados al tener un empleo formal, recibe el pago de nómina en una cuenta de débito, la cual utiliza como cuenta de ahorro, no así los productos de crédito, donde en primer instancia es necesario contar con historial crediticio para tener acceso a ellos.

Por otra parte, cuando se les preguntó sobre si la institución financiera les ofrece servicios a través de dispositivos móviles o banca móvil, el 97 % de los encuestados contestó de forma positiva, mientras que el resto, el 3 % manifestó que su institución no ha ofrecido este tipo de servicio. Como es de observarse, esta respuesta es un reflejo de todos aquellos que contestaron tener una cuenta vinculada a una institución bancaria. En los últimos años, el mercado de los servicios financieros móviles es propio de los grandes corporativos bancarios como parte del valor agregado que ofrecen a sus clientes, no así con las instituciones financieras no bancarias, cuya infraestructura resulta insuficiente y que además ofrecer este tipo de servicios pudiera resultar costoso.

Al preguntar si estarían dispuestos a utilizar su teléfono móvil para los servicios financieros, el 85 % de los encuestados manifestó disposición a asociar las funciones de su smartphone a la banca móvil, en tanto que el 15 % restante mencionó no estar dispuesto. Del mismo modo, se les preguntó cuál sería la razón por

la que no estarían dispuestos a utilizar los servicios financieros móviles, el 51 % señaló estar preocupado por la seguridad y privacidad en el uso de la banca móvil, el 7 % preferiría realizar operaciones en banca electrónica desde la computadora, el 3 % prefiere hacer operaciones directamente en ventanilla y un 19 % manifestó miedo o desconfianza al sistema de banca móvil en el celular. Como se observa, una tarea de las autoridades e instituciones financieras que contribuya al uso de los servicios móviles es eliminar la barrera de la seguridad y privacidad de este mecanismo, que sin duda, es lo que actualmente más adolecen las aplicaciones electrónicas bancarias. Por otra parte, la tendencia a dejar de utilizar servicios por ventanilla es manifestada en los resultados. Lo anterior se muestra en la figura siguiente:

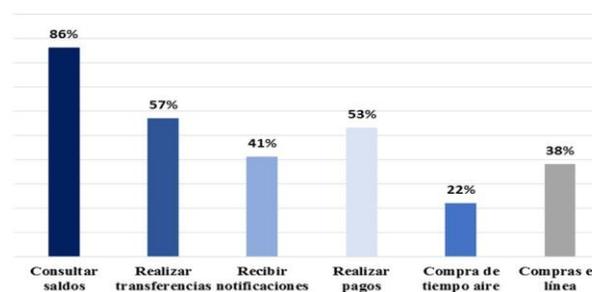
Figura 2. Principales razones por las no utilizaría los servicios financieros móviles



Fuente: Elaboración propia, 2018

En lo que respecta a la frecuencia con que los egresados de Contaduría utilizan los servicios financieros móviles, el 14% de ellos declaró utilizarlo diariamente, el 45% una o dos veces por semana, el 21% cada 15 días y el 20% manifestó que rara es la vez en que utilizan este mecanismo. De los que indicaron de manera diaria, el 94% lo utiliza principalmente para consultar el saldo de su cuenta bancaria, el 100% realiza transferencias bancarias, 75% para recibir notificaciones de su proveedor bancario. Del total de los encuestados, los resultados se presentan a continuación:

Figura 3. Tipo de transacciones que realiza con los servicios financieros móviles



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Finalmente, la última sección de la encuesta se relacionaba con la satisfacción de los egresados respecto a los servicios móviles que son ofrecidos por las diversas instituciones financieras. En

esta parte se utilizó una escala tipo Likert donde: 1 es “totalmente en desacuerdo”, 2 es “en desacuerdo”, 3 es “ni en desacuerdo ni de acuerdo”, 4 es “de acuerdo” y 5 es “totalmente de acuerdo”. Considerando estos valores, los resultados que se obtuvieron se muestran en la siguiente figura:

Figura 4. Satisfacción con los servicios financieros móviles ofrecidos por la institución financiera



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Como se ilustra en la Figura 4, los egresados de Contaduría mostraron estar de acuerdo con los requisitos necesarios para activar en sus teléfonos móviles las aplicaciones para acceder y utilizar los servicios financieros móviles, además, señalaron que la institución financiera proporcionó información que facilitó el uso de la banca móvil. Es importante resaltar, que por su característica de edad, a este segmento de la población no se le dificulta la manipulación de sus equipos móviles, por lo que el manejo de las aplicaciones bancarias no representan una dificultad al momento de instalarlas y manejarlas.

En este sentido, los encuestados respondieron estar muy de acuerdo con lo fácil que es usar los servicios financieros móviles y estar de acuerdo con el costo de los mismos. Es de resaltar, que generalmente estas aplicaciones móviles no representan un alto costo para quien las utiliza, ya que la institución financiera en la mayoría de los casos lo carga en la llamada anualidad, de esta forma ofrecen los servicios móviles como un valor agregado al hecho de ser cliente de la institución.

Del mismo modo, los encuestados están de acuerdo con las transacciones que se realizan a través de los servicios móviles, ya que de alguna forma disminuyen las visitas a las instituciones financieras y de exponerse a la pérdida de su dinero. Asimismo, estuvieron de acuerdo con la seguridad y privacidad de los servicios móviles, esto porque para ellos el teléfono se asocia a una situación personal que está bajo su control, además que las instituciones financieras, a diario intentan innovar en nuevas medidas de seguridad.

En consecuencia con los resultados mostrados, los egresados exteriorizaron de acuerdo, es decir, satisfechos no solo con el acceso y uso de los servicios móviles, sino también con la institución financiera en la que mantienen sus cuentas y que además se encarga de suministrar esta innovadora forma de acercarse a los productos y servicios financieros.

5. CONCLUSIONES

Como lo demuestran los resultados de esta investigación, las instituciones financieras se preocupan por ofertar los servicios financieros, como una manera de promover el acceso y el uso a los productos y servicios financieros, buscando consolidarse en un sistema financiero sólido e innovador, además de incluyente. En este sentido, los servicios móviles financieros constituyen una valiosa estrategia para alcanzar un mayor impacto de la actividad financiera y cubrir las necesidades requeridas por los diferentes sectores sociales.

Asimismo, la investigación demostró que los egresados por su condición económica ya manejan alguna cuenta bancaria, sin embargo, no aprovechan al máximo las bondades que la banca electrónica ofrece a través de los dispositivos móviles. De tal forma, que el uso lo han limitado a la consulta de saldos y a recibir notificaciones.

En cuanto a la desconfianza o miedo, así como la preocupación por la seguridad y/o privacidad, los estudiantes manifestaron una pronunciada tendencia por estos elementos, por lo que es necesario adecuar los canales de acceso a las nuevas tendencias tecnológicas en las que se desarrolla el entorno actual, reforzando las acciones para ofrecer servicios financieros móviles de calidad, que garanticen la transparencia de las operaciones, que sean capaces de brindar la confianza y seguridad de que sus recursos estarán resguardados y administrados correctamente.

Además, es prioritario que las autoridades e instituciones financieras enfoquen esfuerzos en minimizar los indicadores de barrera, esto es, ofrecer servicios financieros móviles a un bajo costo, o en la medida que se pueda, gratuitos, así también, replantear los procedimientos relacionados con la documentación que se solicita al abrir una cuenta, en la medida en que más cuentas de ahorro, inversión o crédito se promuevan más incluyentes serán las instituciones financieras. Sin embargo, los servicios móviles se verán fortalecidos en la medida en que las instituciones cierren la brecha geográfica y se preocupen por crear puntos de acceso cercanos a los clientes procurando la atracción de los mismos.

En cuanto a la satisfacción, los egresados de la Licenciatura en Contaduría están de acuerdo con los servicios financieros móviles ofrecidos por la institución financiera, principalmente por las características de la muestra, son jóvenes que han crecido con estos avances tecnológicos, por lo que la manipulación de aplicaciones móviles no es complicado, además que existe una predisposición a utilizar el teléfono móvil en lugar de acudir a la institución, buscan la comodidad y aprovechar tiempo en otras actividades; así también cada vez es más frecuente no utilizar el dinero físico y comprar o pagar con tarjeta de débito o crédito, por lo que las instituciones financieras empiezan a innovar esta forma de pago eliminando poco a poco los plásticos y utilizando como medio de pago el dispositivo móvil. De esta manera, esta estrategia innovadora mantiene a sus actuales clientes y atrae a los futuros, contribuyendo a la inclusión financiera.

REFERENCIAS

- Alberro, I., Henderson, M., & Yúñez Naude, A. (2016). *Inclusión financiera en México: retos y perspectivas*. México, D.F. El Colegio de México, A.C. (COLMEX).
- Alliance for Financial Inclusion. (2010). Servicios financieros móviles. Ampliar el acceso mediante la regulación. En de www.afi-global.org: <https://www.afi-global.org/sites/default/files/pdfimages/AFI%20Mobile%20Financiera%20Services%20Policy%20Note-SP.pdf>
- Alliance for Financial Inclusion. (2013). Medición de la inclusión financiera. Conjunto Principal de Indicadores de Inclusión Financiera. En de www.cnbv.gob.mx: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/69640/Indicadores_AFI.pdf
- Banco Mundial. (2018). Banco Mundial. En www.bancomundial.org: <http://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview>
- CNBV. (2016). Comisión Nacional Bancaria y de Valores. En www.cnbv.gob.mx: <http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Paginas/Descripci%C3%B3n.aspx>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2012). Reporte de Inclusión Financiera 4. En www.cnbv.gob.mx: <http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusi%C3%B3n%20Financiera%204.pdf>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2015). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera. En www.cnbv.gob.mx: <http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Encuesta%20Nacional%20de%20IF/ENIF%202015.pdf>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2017). Reporte Nacional de Inclusión Financiera 8. En www.cnbv.gob.mx: <http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusi%C3%B3n%20Financiera%208.pdf>
- CONAIF. (2016). Consejo Nacional de Inclusión Financiera. En Política Nacional de Inclusión Financiera: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/110408/PNIF_ver_1jul2016CONAIF_vfinal.pdf
- DOF. (2011). Diario Oficial de la Federación. Obtenido de www.dof.gob.mx: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5212351&fecha=03/10/2011
- García, N., Grifoni, A., López, J., & Mejía, D. (2013). Financial Education in Latin America and the Caribbean: Rationale, Overview and Way Forward. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, (33).
- Herdenson & Yúñez (2004). *Inclusión financiera en México: Retos y perspectiva*. Editorial El colegio de México.
- Hernández, S. R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Oulhaj, L., Ayala, M. A., & López Rodríguez, L. (2017). *Avanzar en la inclusión financiera. Propuestas en torno a la conceptualización y al marco legal de dos cooperativas de ahorro y préstamo como actores de las finanzas solidarias en México*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana, A.C.
- Preciado Ortiz, C., & Moreno Valdovinos, J. (2015). *Análisis de percepción de los servicios financieros móviles como catalizadores de la inclusión financiera: Caso Cd. de Tecolotlán, Jalisco*. México. En www.congreso.investigafca.unam.mx: <http://congreso.investigafca.unam.mx/docs/xx/docs/15.01.pdf>
- Roa, M. J. (2013). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad. *Boletín. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos*, LIX(3), 121--148. En http://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LIX03-01.pdf
- Ruiz Chamorro, J., Srinivas, V., Goslin, D., & Contri, B. (2011). Deloitte Center for Financial Services. En www2.deloitte.com: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/py/Documents/about-deloitte/Futuro_banca_movil_2012.pdf