



*Celebra
a México*

7a Convención Nacional de **L@Red de la Gente**
25 al 28 de agosto 2010 • Acapulco, Gro.

BIENVENIDOS



Servicios financieros y envíos de dinero

L@RED DE LA GENTE

El banco de la persona

Encuesta sobre preferencias y necesidades de usuarios de productos y servicios financieros del Sector de Ahorro y Crédito Popular



Nathanael Bourns

María O'Keefe

27.8.2010



Objetivos del estudio mapeados desde los TdR

1. Perfiles de Usuarios

2. Percepciones sobre Servicios

3. Relación Usuario – Institución

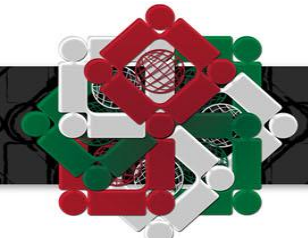
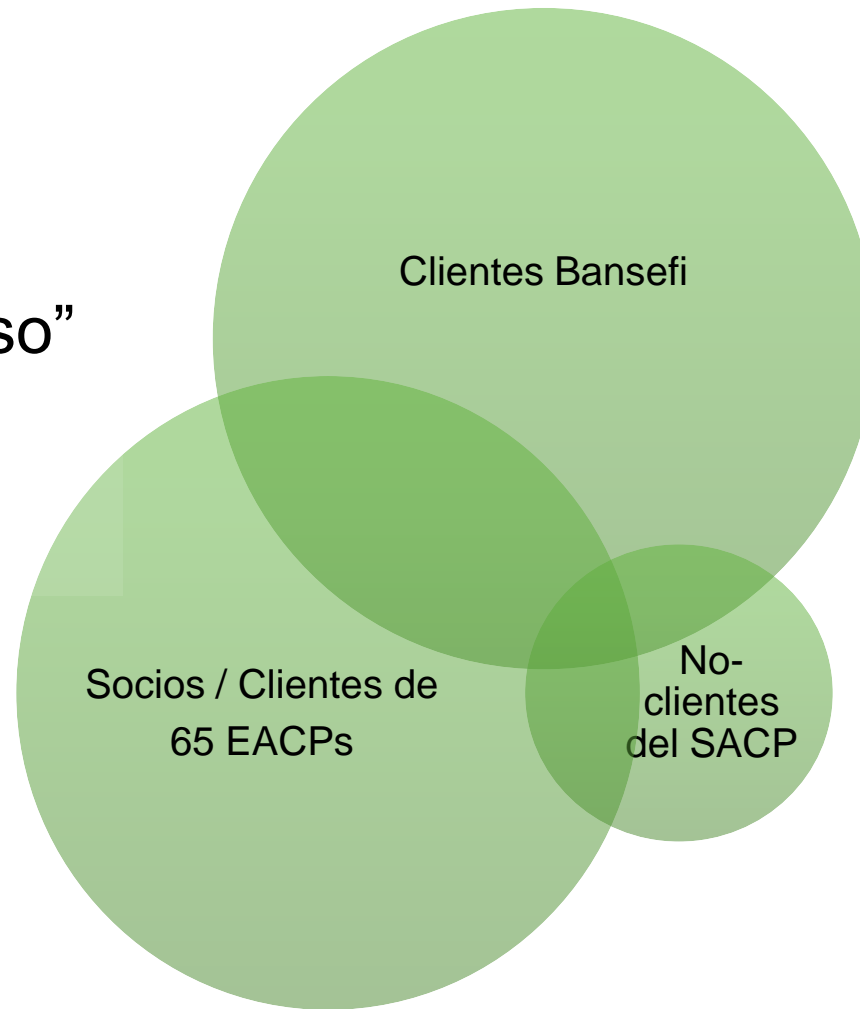
4. Canales de Atención

5. Condicionantes del uso del SACP



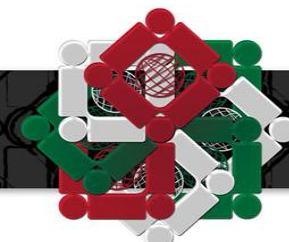
Tres universos del estudio (n=5,272)

+ el “sub-universo”
Beneficiarios de Oportunidades



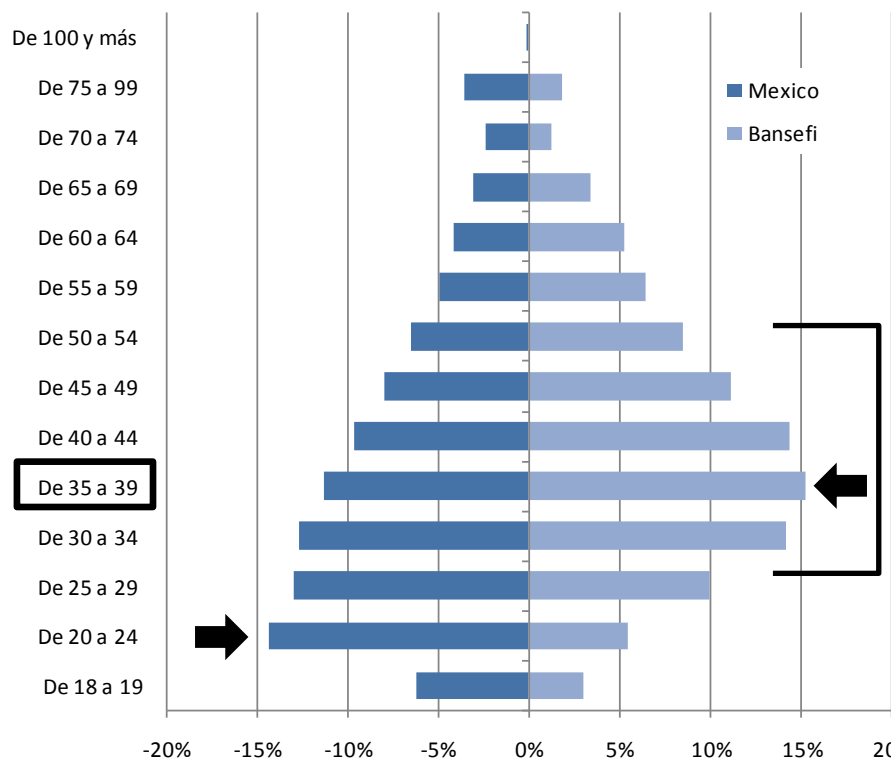
65 EACPs participantes, 112 localidades, 17 estados

- Caja Buenos Aires
- Caja Crescencio Cruz
- Caja Cristo Rey
- Caja de la Sierra Gorda
- Caja Depac Poblana
- Caja Gerardo Green
- Caja Hipódromo
- Caja Inmaculada
- Caja Itzaez
- Caja La Asunción
- Caja La Natividad
- Caja La Sagrada Familia
- Caja Lagunillas
- Caja Libertad
- Caja Morelia Valladolid
- Caja Popular Apaseo el Alto
- Caja Popular Cerano
- Caja Popular Concordia
- Caja Popular Dolores Hidalgo
- Caja Popular Ezequiel Montes
- Caja Popular José María Mercado
- Caja Popular José María Mercado
- Caja Popular La Merced
- Caja Popular Oblatos
- Caja Popular San Juan Bosco
- Caja Popular San Rafael
- Caja Popular Santiago Guadalupano
- Caja Popular San Juan Bosco
- Caja San Nicolás
- Caja Solidaria Guachinango
- Caja Solidaria Aramberri
- Caja Solidaria Campesinos Unidos de Culiacán
- Caja Solidaria Dr. Arroyo
- Caja Solidaria Moctezuma Venado
- Caja Solidaria Poanas
- Caja Solidaria San Dionisio Ocoatepec
- Caja Solidaria Tamaulipas
- Caja Solidaria Teuchitlan
- Caja Solidaria Unidos por el Progreso de Sayula
- Caja Solidaria Vicente Guerrero
- CAME
- CESDER
- Chalcatongo
- Cooperativa Cajín
- Cooperativa las Vegas
- Cooperativa Pirámides
- Cooperativa San Antonio de Tula
- Cosechando junto lo sembrado (URAC)
- Cooperativa San Juan Bautista de San Juan del Rio
- CREDIMICH
- FICREA
- FINAMIGO
- FINCAFE
- FINCOMUN
- FINSOL
- Operadora de Recursos Reforma
- SEFIA
- SERFINSO
- SERFIR
- Sociedad Cooperativa San Andrés Coyutla
- SOFIPA
- Solución ASEA
- TEPADI
- Tosepantomin
- Unión Progreso
- URAC

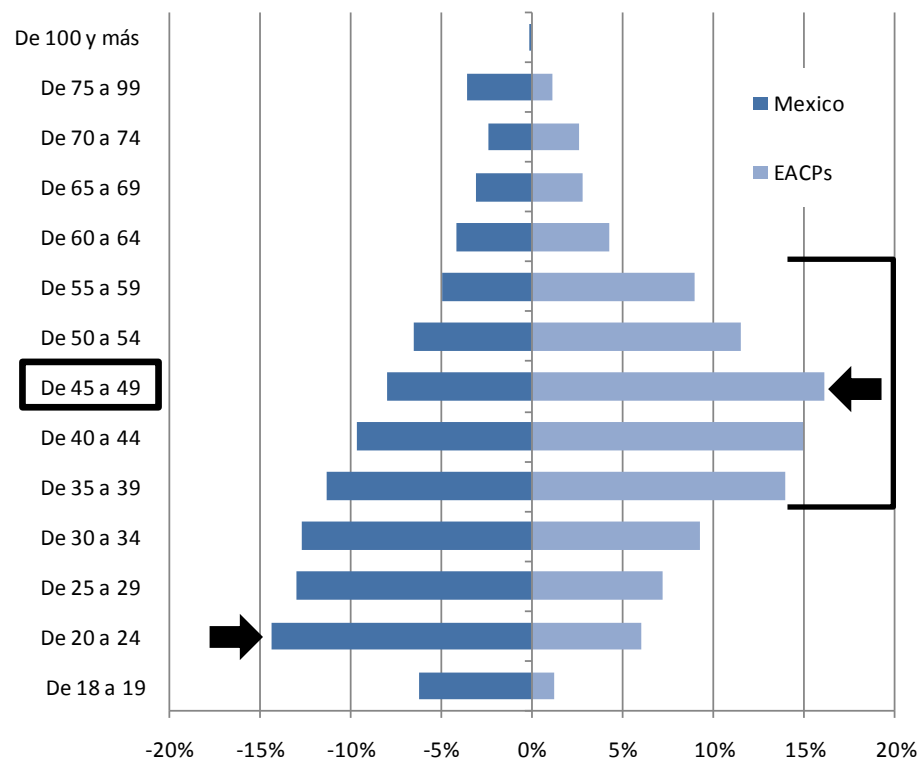


Población SACP: mas vieja que el resto del país

Rangos de Edad: México y BANSEFI



Rangos de Edad: México y EACPs

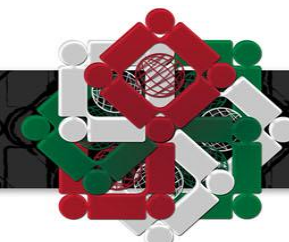


Cientes BANSEFI: Mas viejo que la población*

➔ **Rango moda**

Cientes / Socios EACPs Sustancialmente mas viejo

*Fuente población general: INEGI Censo 2005 usando solamente la Población mayor a los 18 años. El rango 18-19 es desproporcional a los demás rangos.



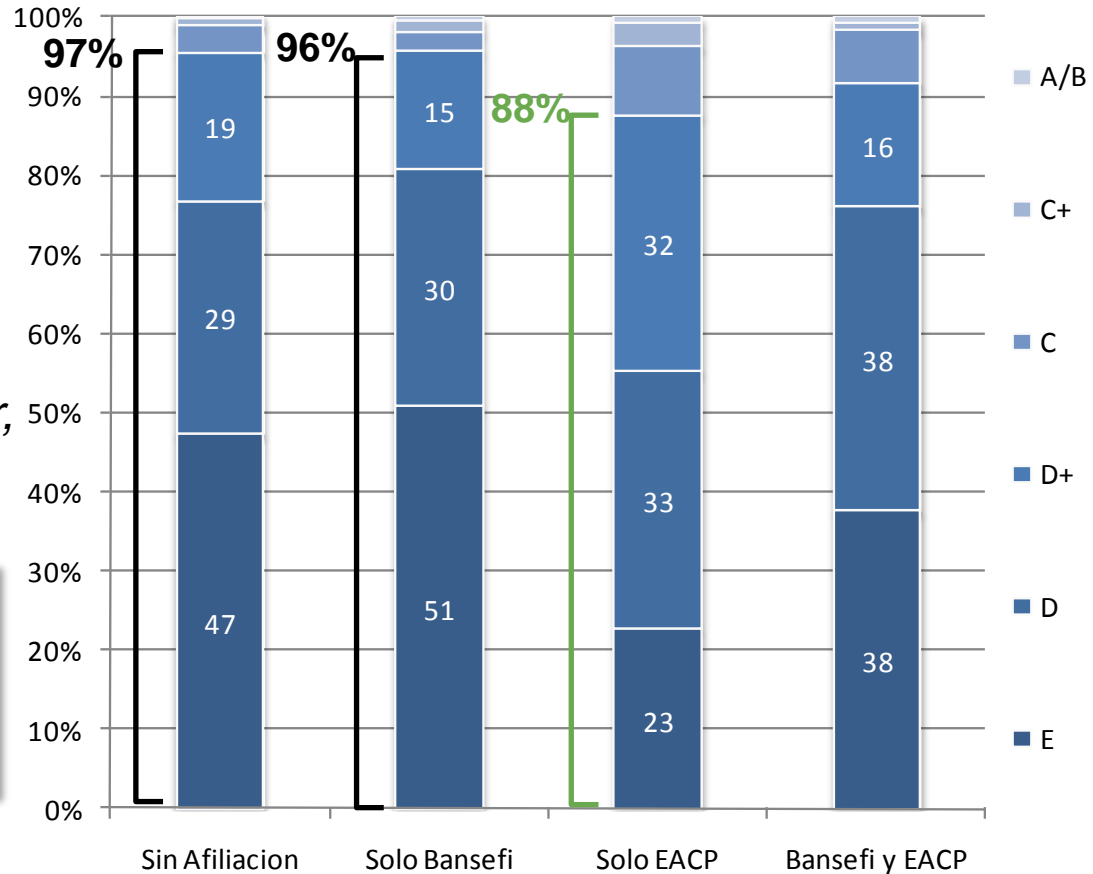
Predominan Niveles Socioeconómicos* E y D

BANSEFI sirve un público en NSE similar a los sin afiliación a ninguna institución financiera

Controlando ambos por Oportunidades, diferencia es menor, pero aun similar a los sin afiliación

Ambos EACPs y Bansefi atienden población meta para **Inclusión financiera**

NSE por afiliación institucional

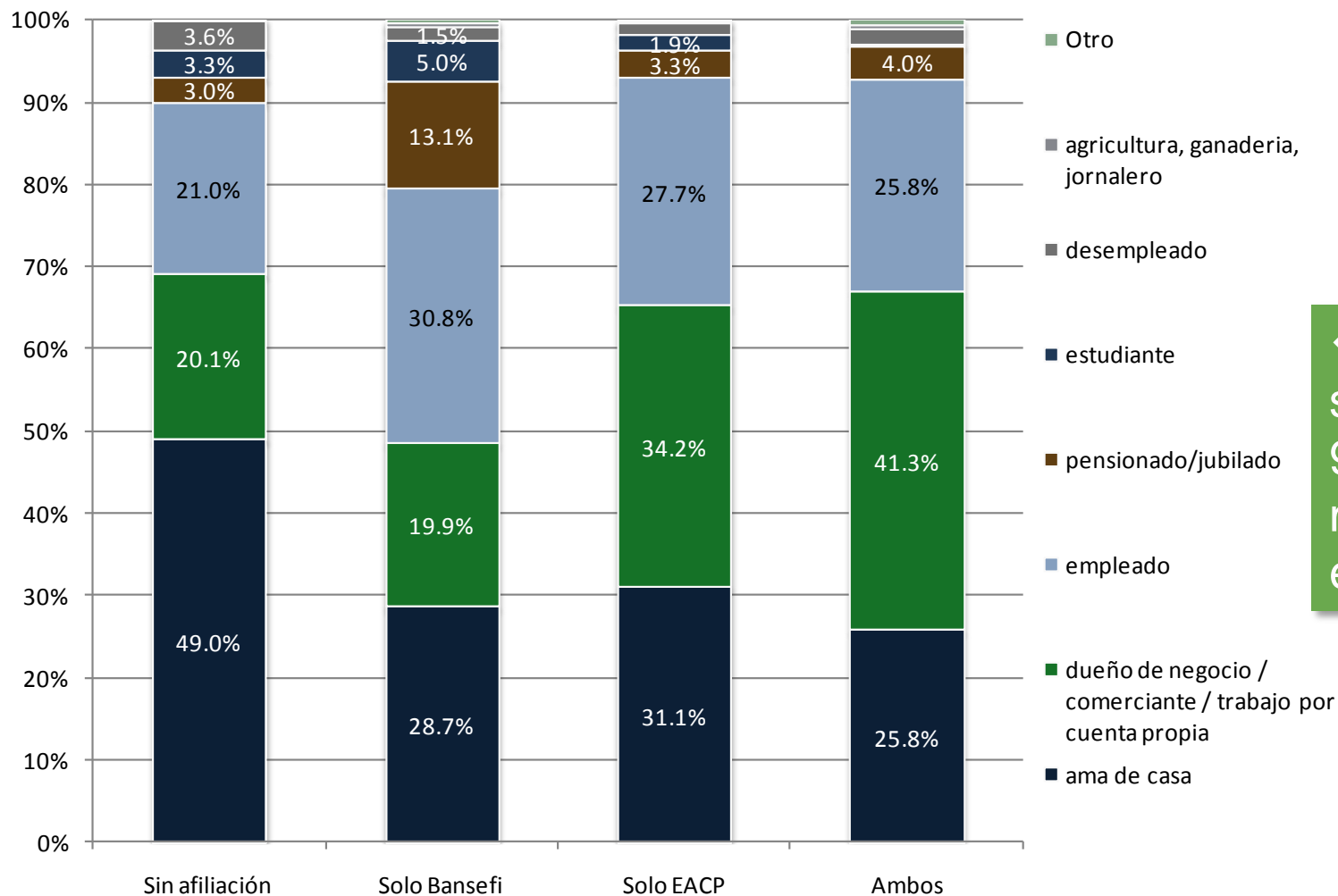


* NSE de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación (AMAI) basado en 10 preguntas: "regla AMAI 10x6" (establecido por AMAI Septiembre 2009) para ser comparable con otros estudios socioeconómicos en México.

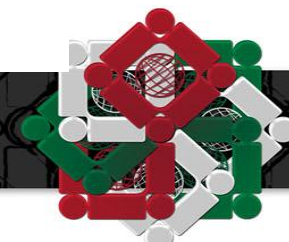


Ocupación según afiliación institucional

Ocupación según afiliación institucional, controlando por Receptores de Oportunidades

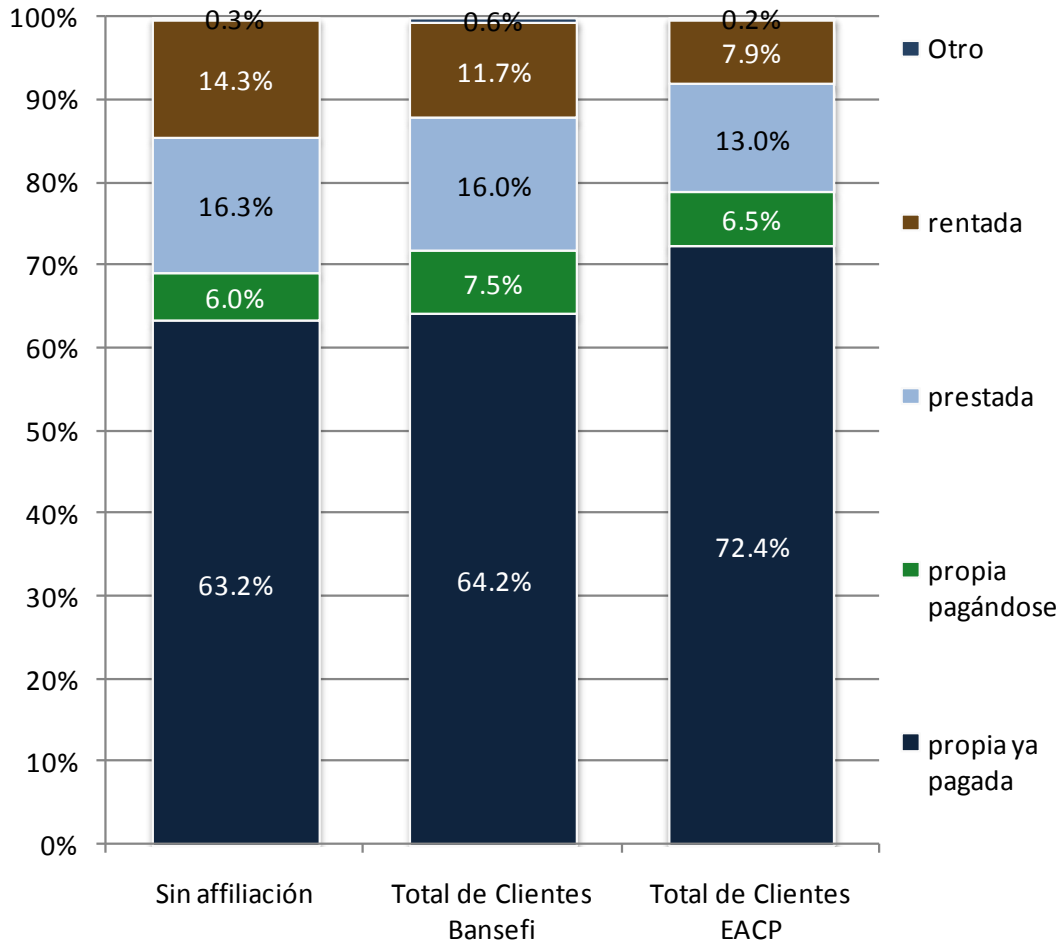


← Empresas son micro: el 96% tiene menos de 3 empleados



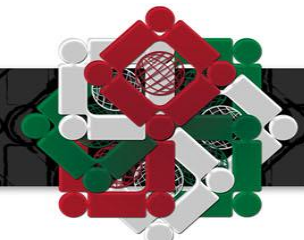
Mayoría de clientes en el SACP cuenta con vivienda propia

Propiedad de vivienda en el SACP



Gran mayoría de los casos: “casa sola” (83% para Bansefi, 92% para EACPs)

→ Diseñar ahorro y crédito para vivienda considerando **construcción progresiva** (mejora de vivienda)

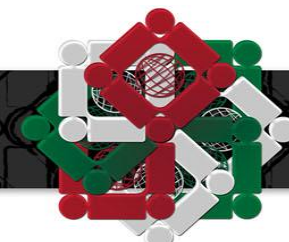
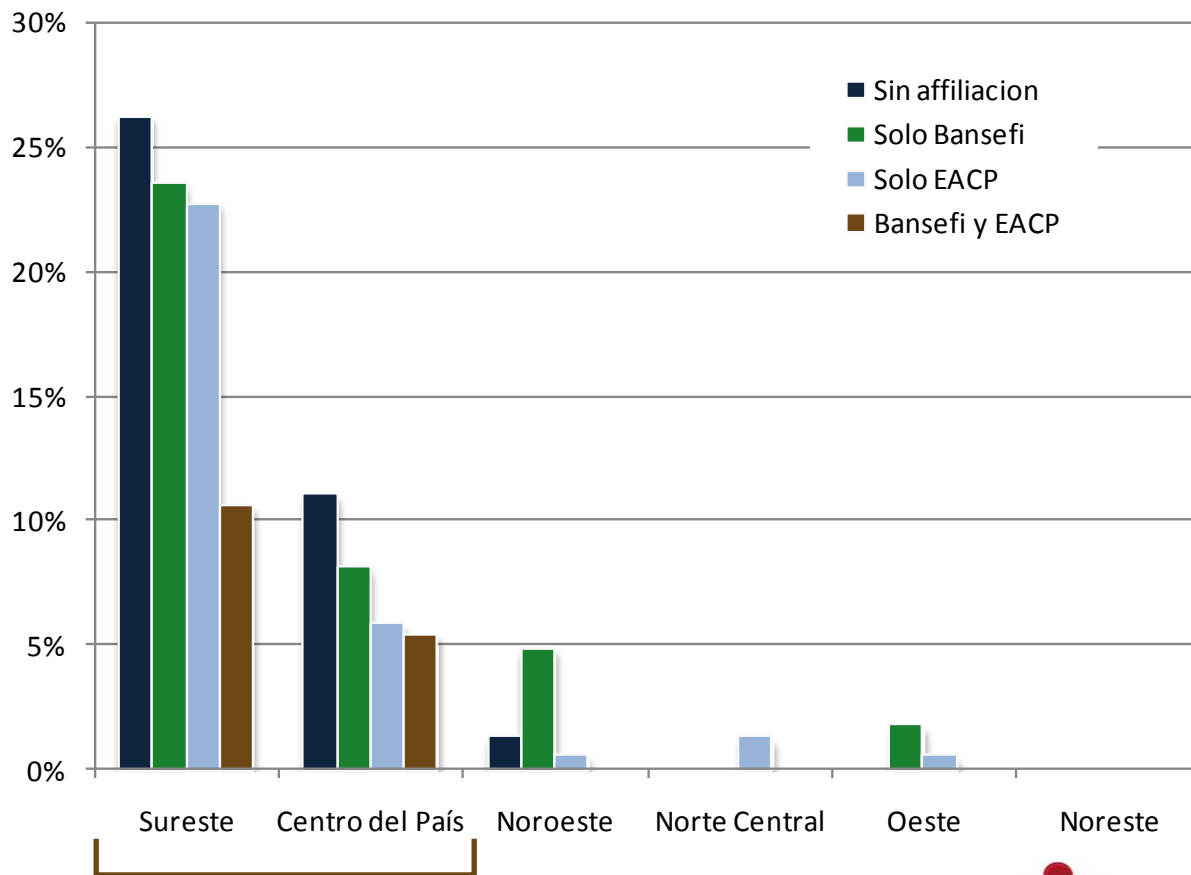


Clientes / Socios y lenguas indígenas

10.5% de clientes BANSEFI habla una lengua indígena comparado con 5.7% entre clientes EACP y 8.9 % entre testigos

Fuerte concentración en el Sureste y el Centro del País

Proporción de respondientes que habla alguna lengua indígena, por estrato regional



Nivel de educación formal

- Nivel de educación formal varía sustancialmente por segmento estudiado
- Poblaciones marcadamente distintas una de la otra en términos de su nivel de educación formal

→ necesidad de distintas formas de comunicación (y en su caso educación financiera) sobre los productos y servicios a distintos segmentos

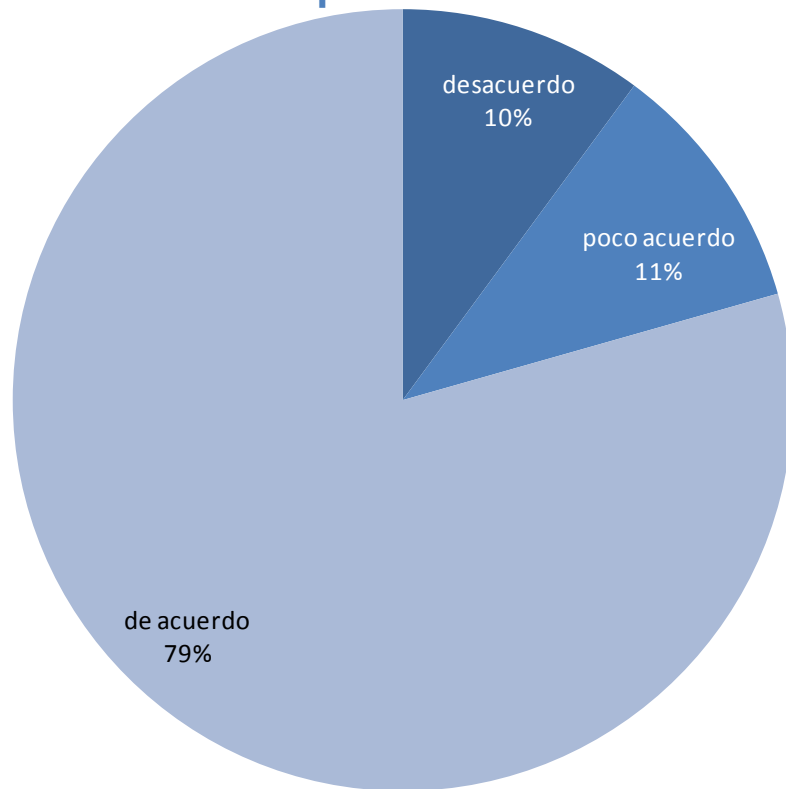


Percepciones sobre Servicios Financieros

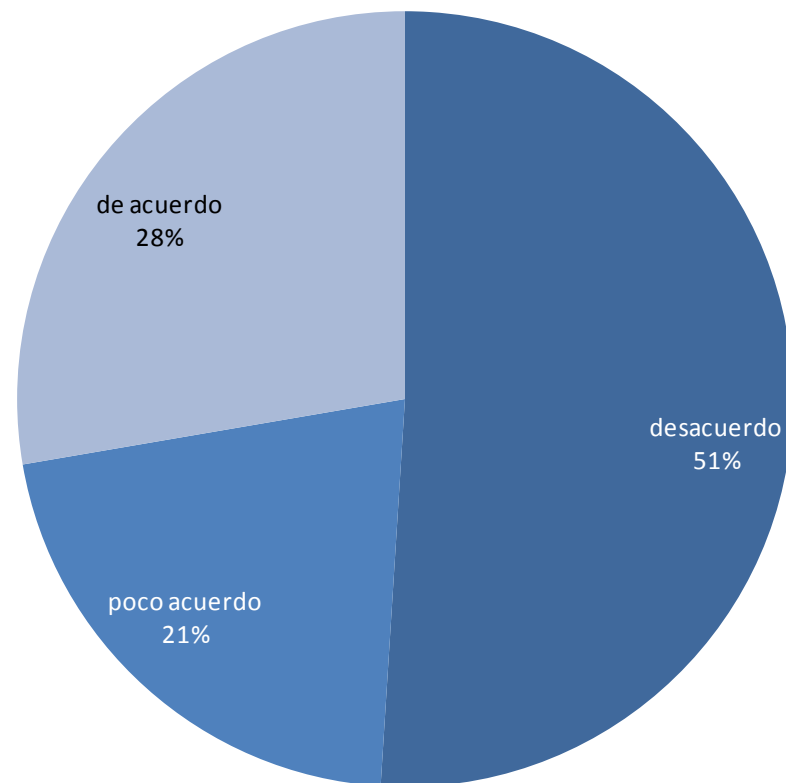
Ahorro

(n=5,272)

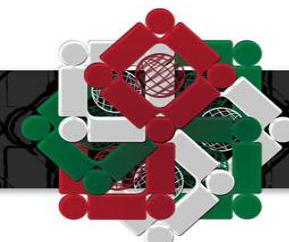
El ahorro es para protegerse contra eventos inesperados



Prefiero pedir prestado que ahorrar para una emergencia



Unidad de percepción sobre *papel* del ahorro para emergencias (juega un rol de seguro) pero podría haber retos en su *función*

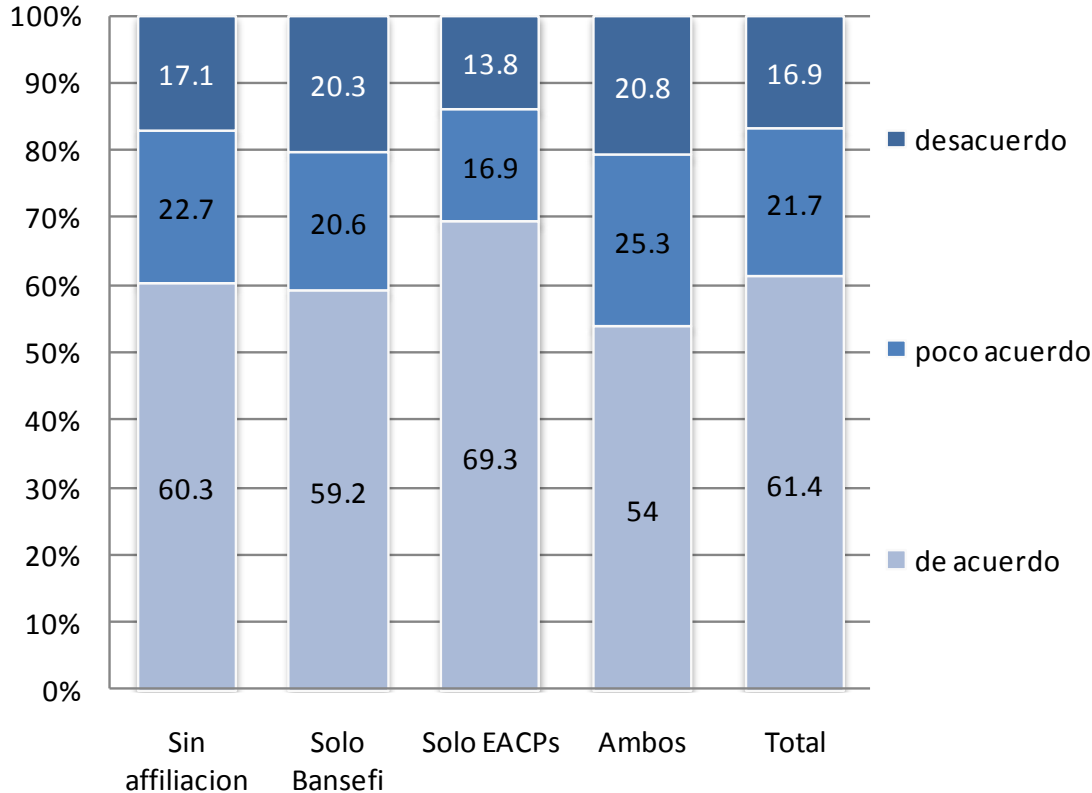


Percepciones sobre Servicios Financieros

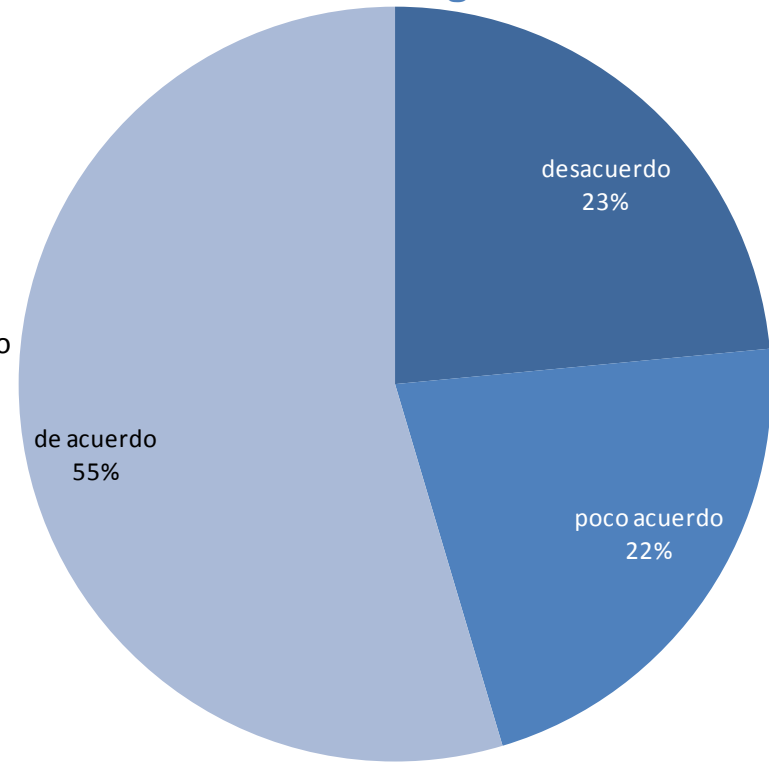
Ahorro (cont.)

(n=5,272)

No es conveniente que la gente sepa que uno está ahorrando



Es mejor no ahorrar en casa para no tener tentaciones de gastarlo

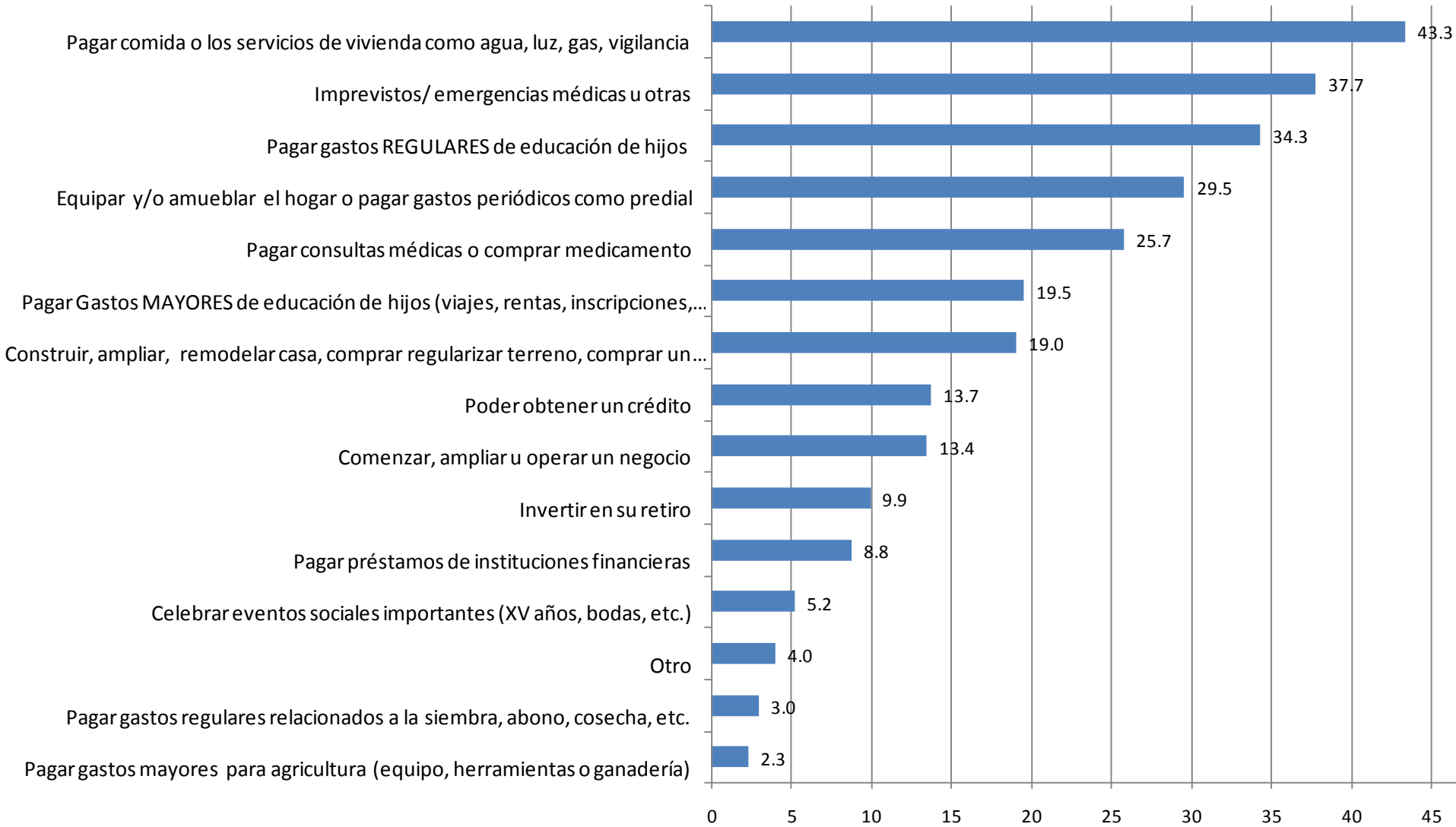


→ Valorarían la discreción de una tarjeta, evitar guardar en casa



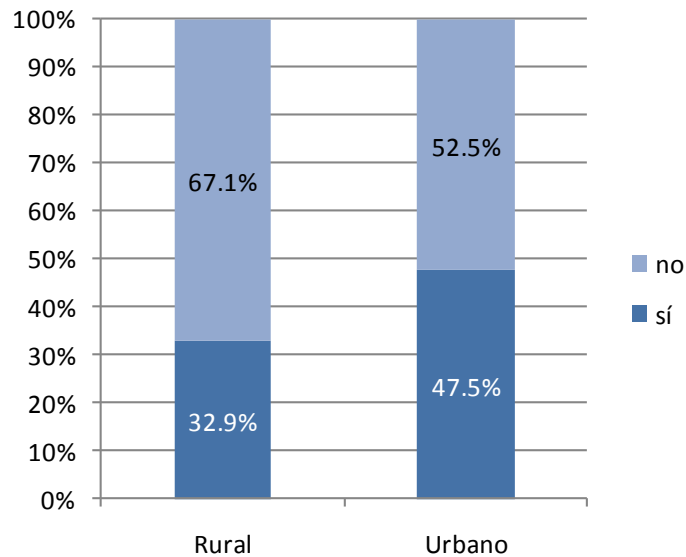
Las razones por ahorrar mas citadas tenían que ver con gastos regulares e imprevistos

(n=5,272)

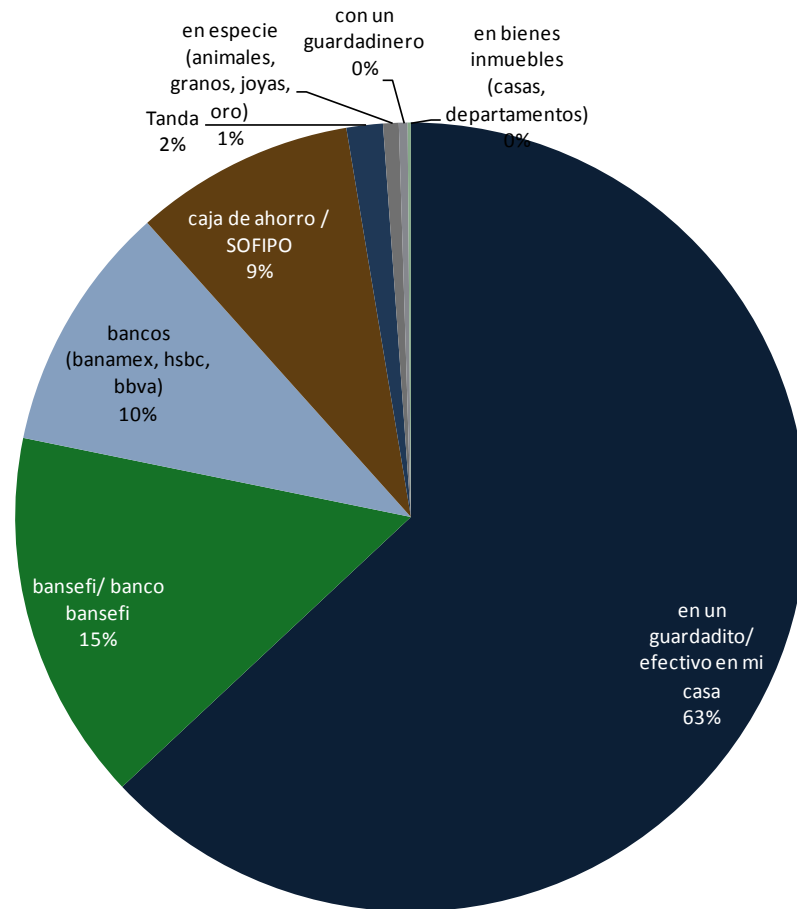


Del 43% que ahorra para pagar comida o los servicios de vivienda, ¿cómo ahorra?

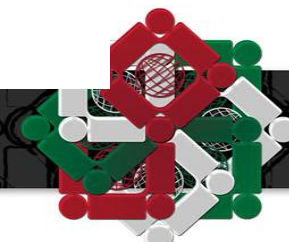
Ahorra para pagar comida o los servicios de vivienda, segmentación rural - urbana



Como se ahorra para pagar comida o los servicios de vivienda, según afiliación



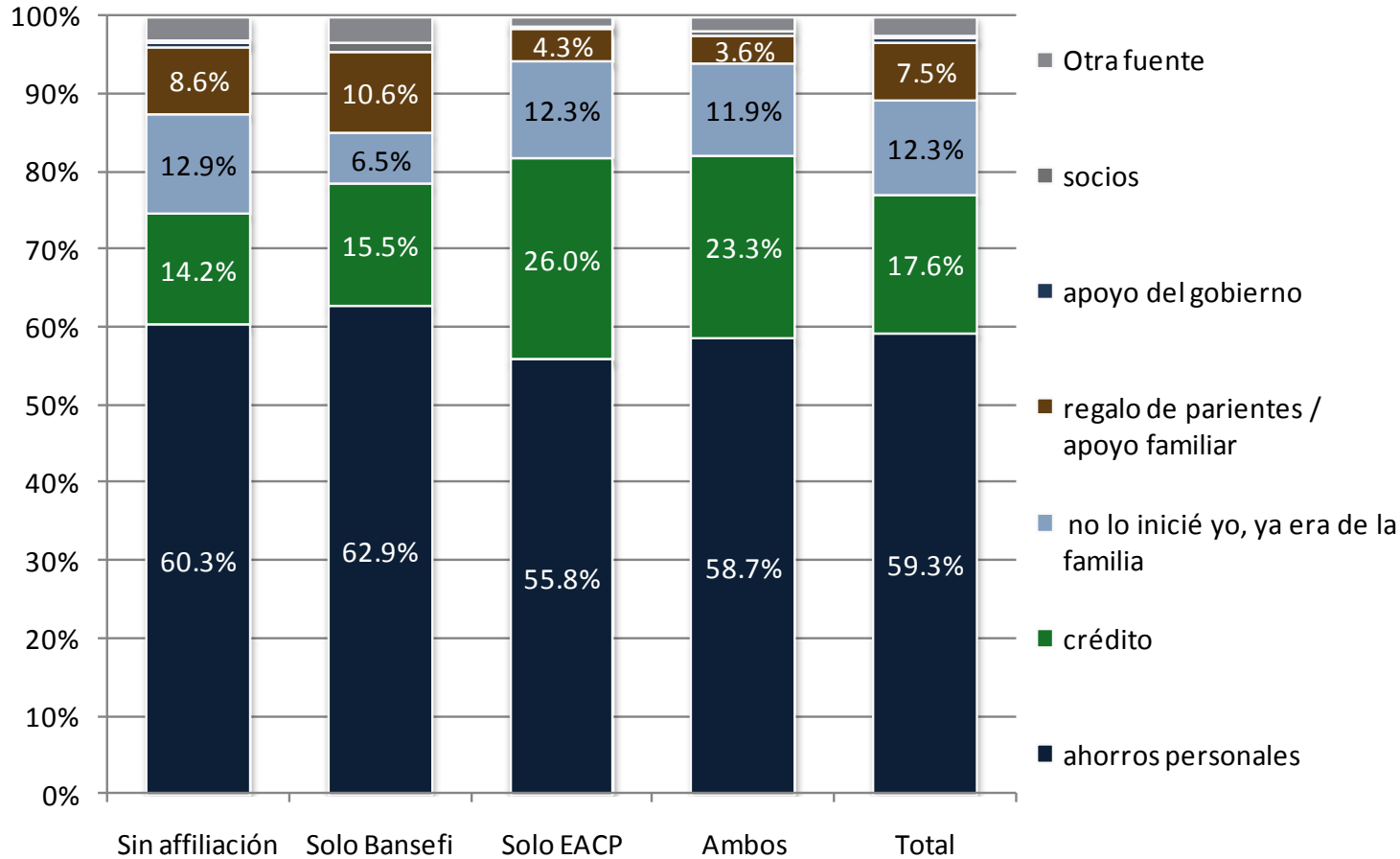
Competencia principal → mecanismos informales



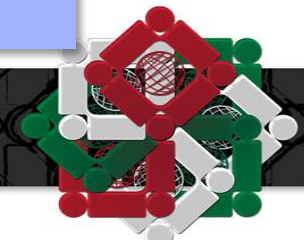
Para iniciar un negocio: ahorro personal

Fuente de recursos para iniciar empresa propia o de la familia

(n=5,272)

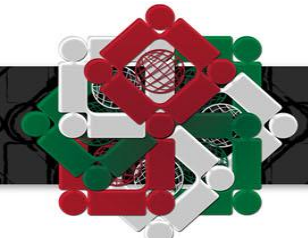
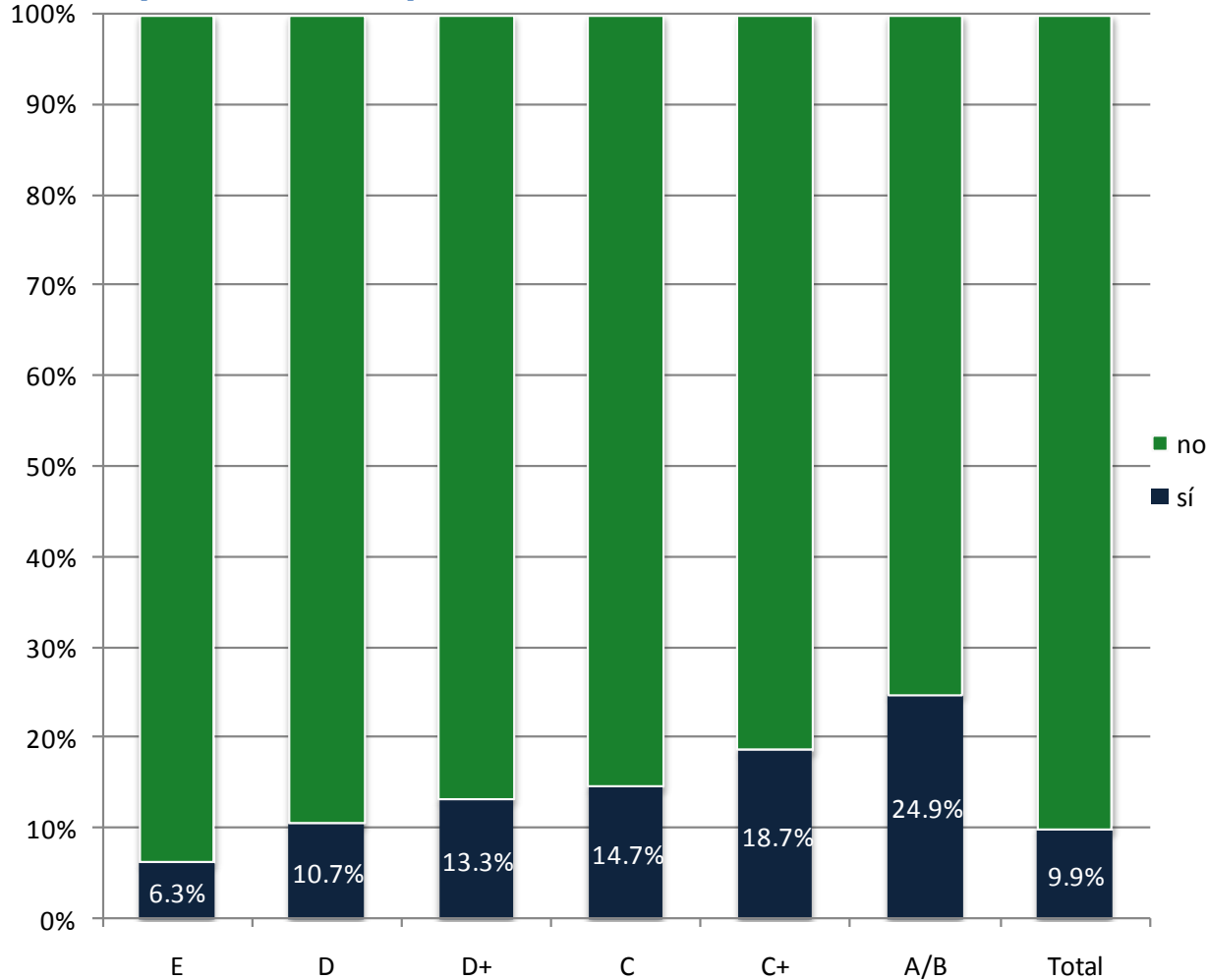


→ Diseñar ahorro para micro-empresarios (flexible, accesible): producto “entrada”

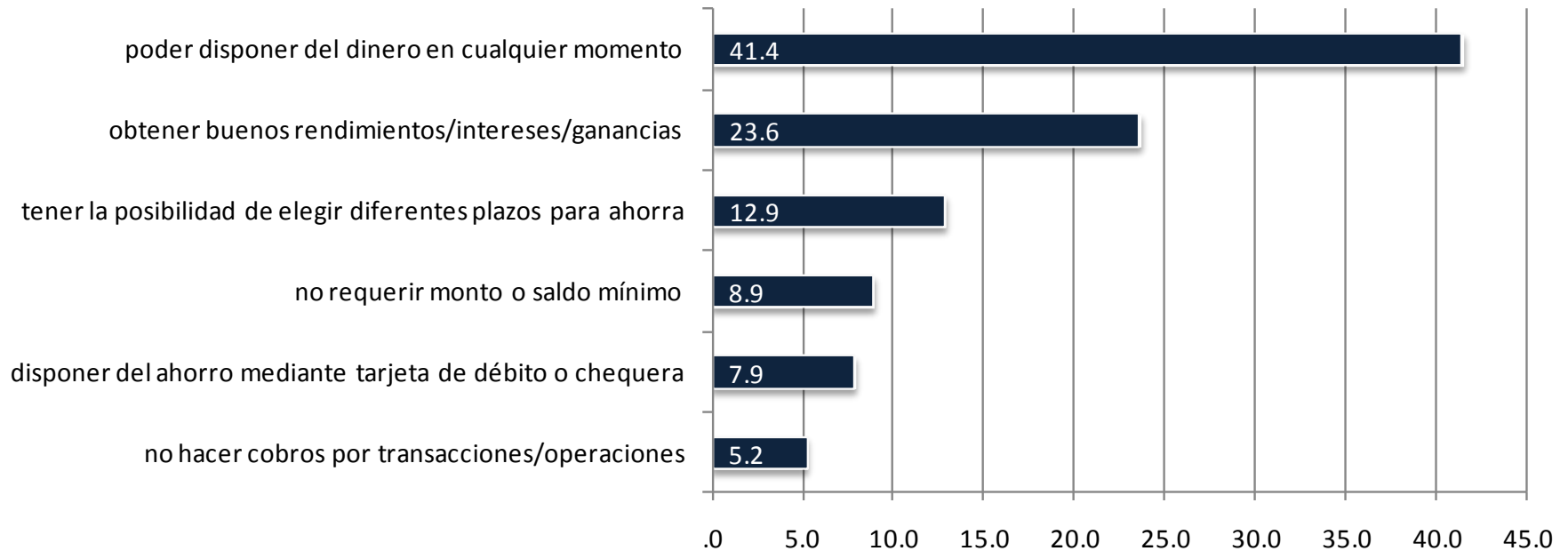


Ahorro para el retiro

Ahorro para el retiro por nivel socioeconómico



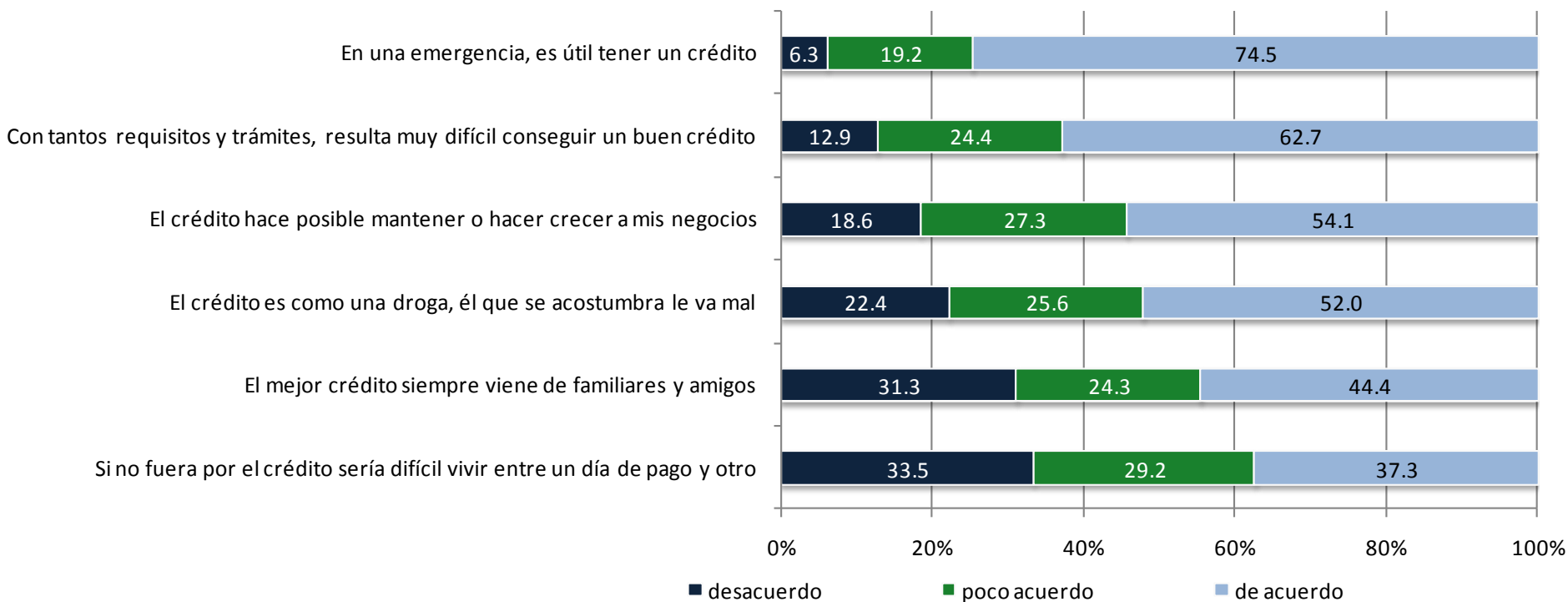
Ahorro – atributos deseables



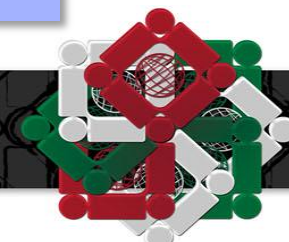
→ Buscar mecanismos, canales para mejorar la accesibilidad a cuentas de ahorro (evitar horario de banquero...)



Percepciones sobre el crédito



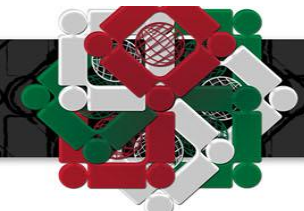
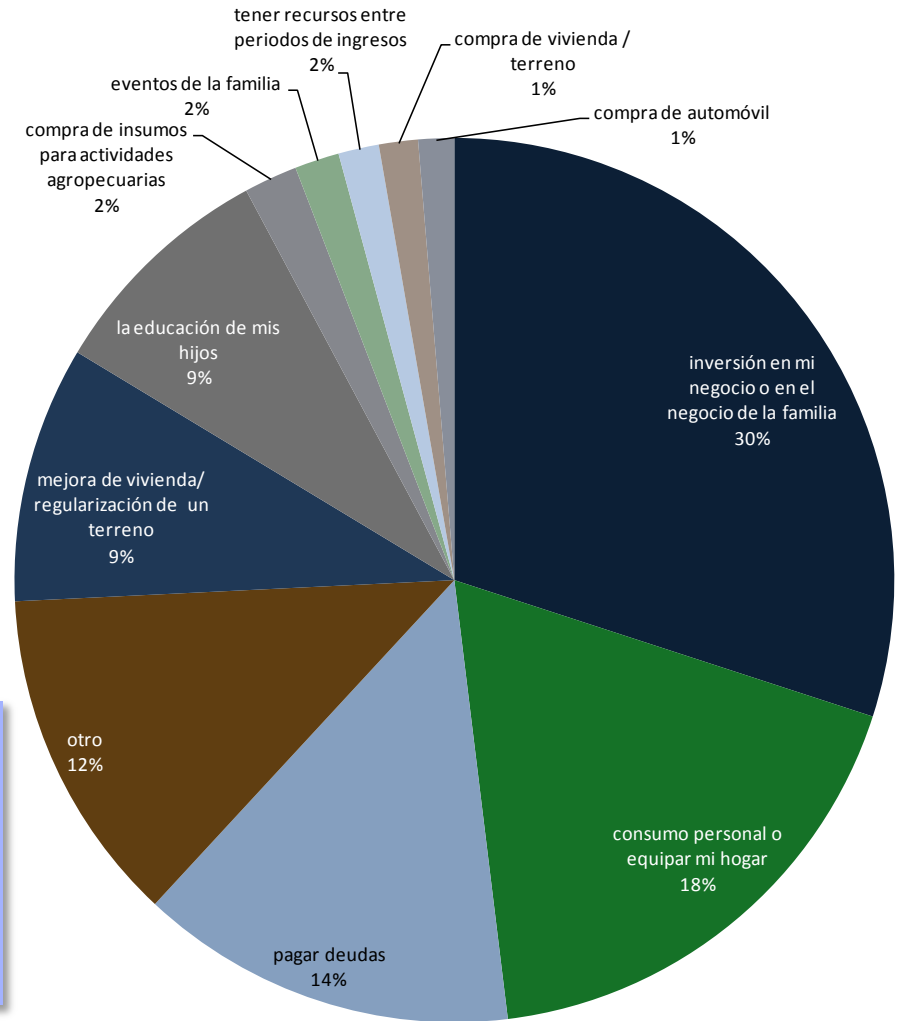
→ Equilibrar requisitos para manejo de riesgo institucional con accesibilidad, tramites necesarios



Destino de los 2 créditos más útiles

Independientemente al destino, valoran el acceso a cualquier cuenta de ahorro suya en la institución durante el plazo de su crédito

→ Flujo familiar del socio/cliente de **múltiples fuentes, variables** y de **difícil comprobación** vuelve cada vez mas clave en el SACP



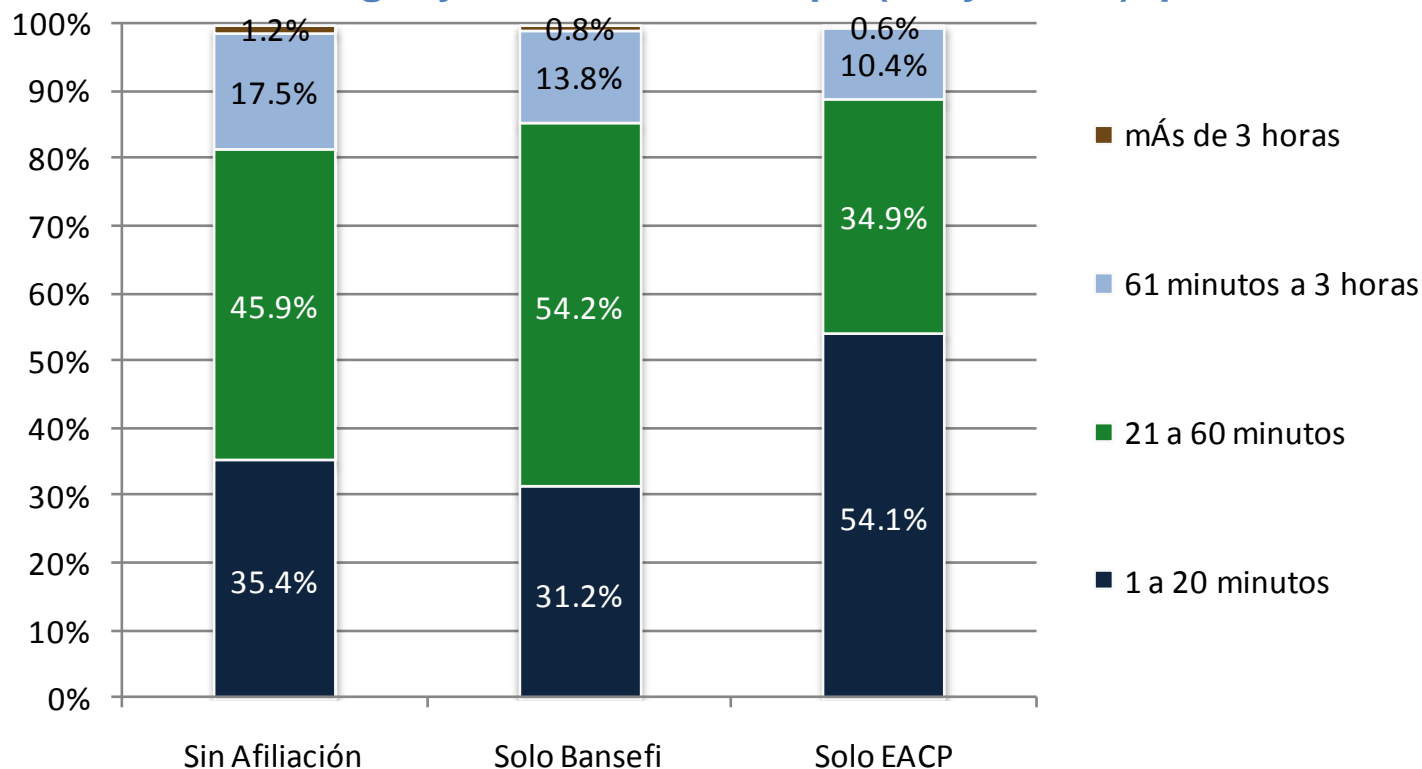
Uso de sucursales

- 41% de los encuestados van acompañados a la sucursal, independientemente del tipo de institución
- 44.4% usan un cajero automático
 - Hombres mas que mujeres
 - Clientes BANSEFI menos probables de usar un cajero actualmente, aunque 36% responden usar uno
 - Los que no los usan tiende a ser porque no tienen tarjeta o cuenta, o por que no hay uno cerca



Costos de transacción

Distancia entre hogar y sucursal en tiempo (ida y vuelta), por afiliación

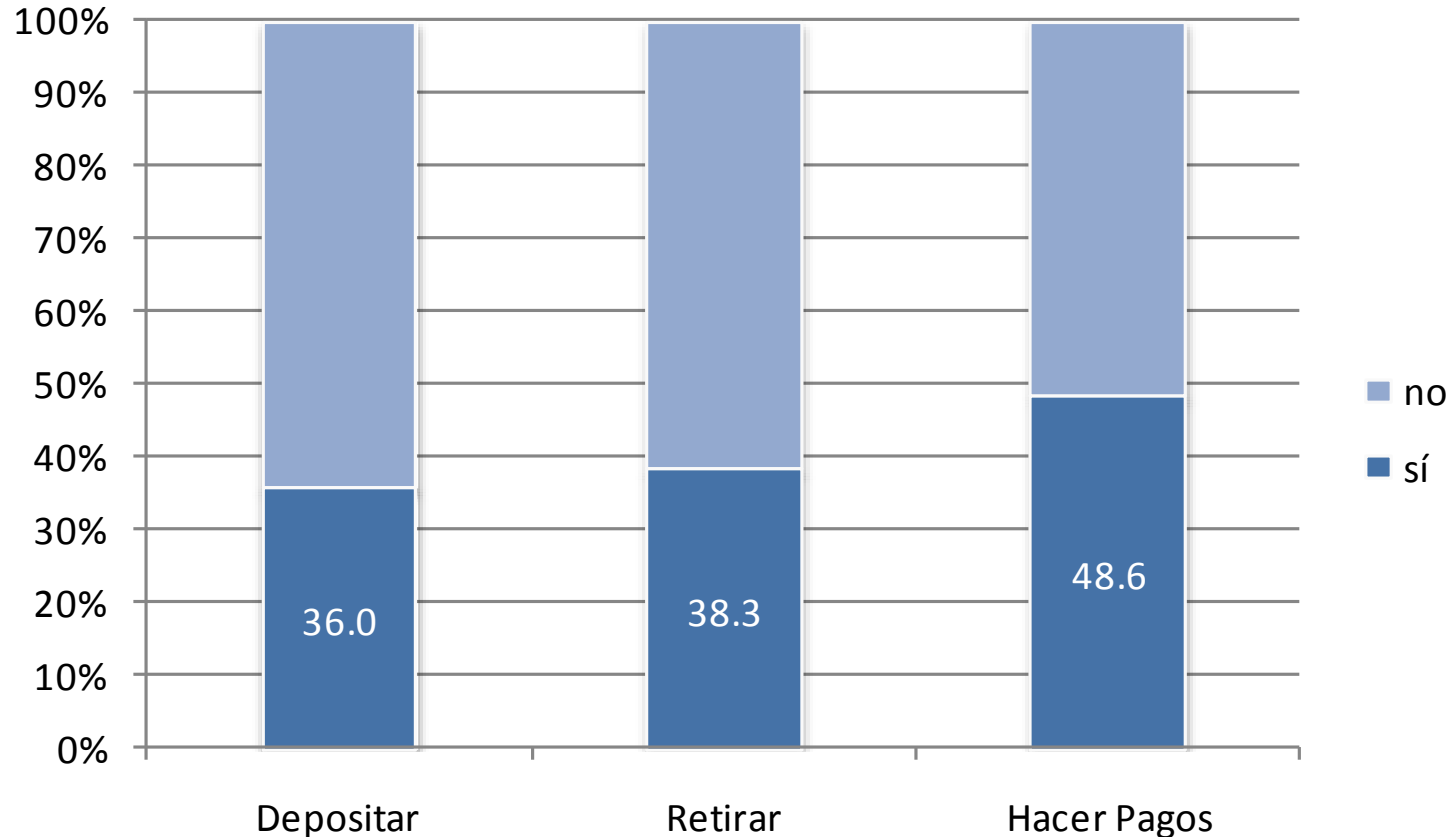


→ Optimizar costos de transacción de los clientes/socios: ¿cuando no tienen que ir? ¿ Que han sacrificado para estar en su oficina?

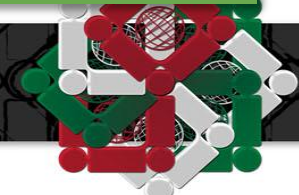


Percepciones sobre corresponsales

¿Si su institución financiera tuviera una alianza con alguna tienda, negocio, u otra organización para ofrecer servicios, se imagina probar los siguientes servicios?

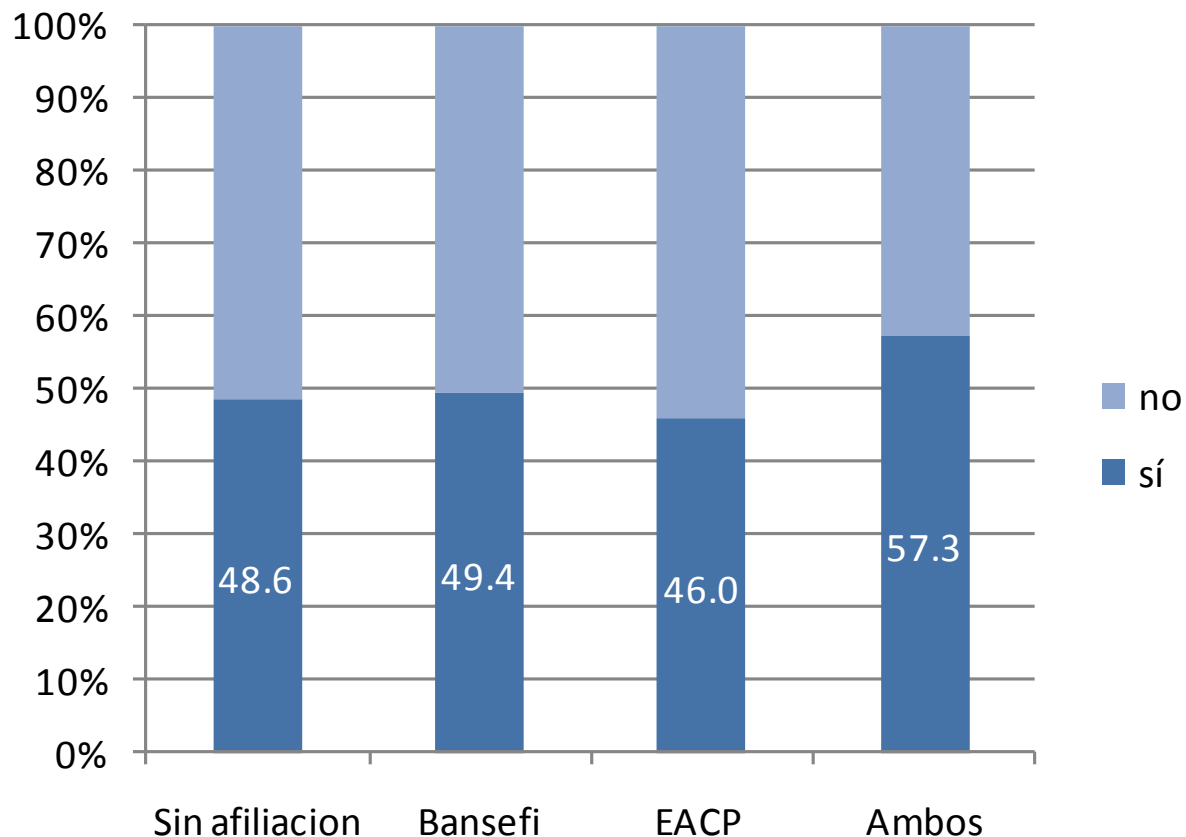


Receptores de Oportunidades y no-receptores responden igual

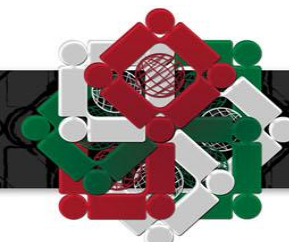


Enfocando en efectuar pagos, que requiere menor confianza que depositar o retirar

Predisposición para uso de corresponsales, por tipo de afiliación

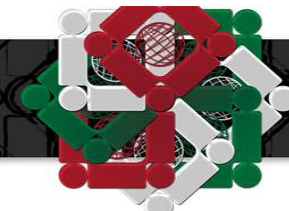
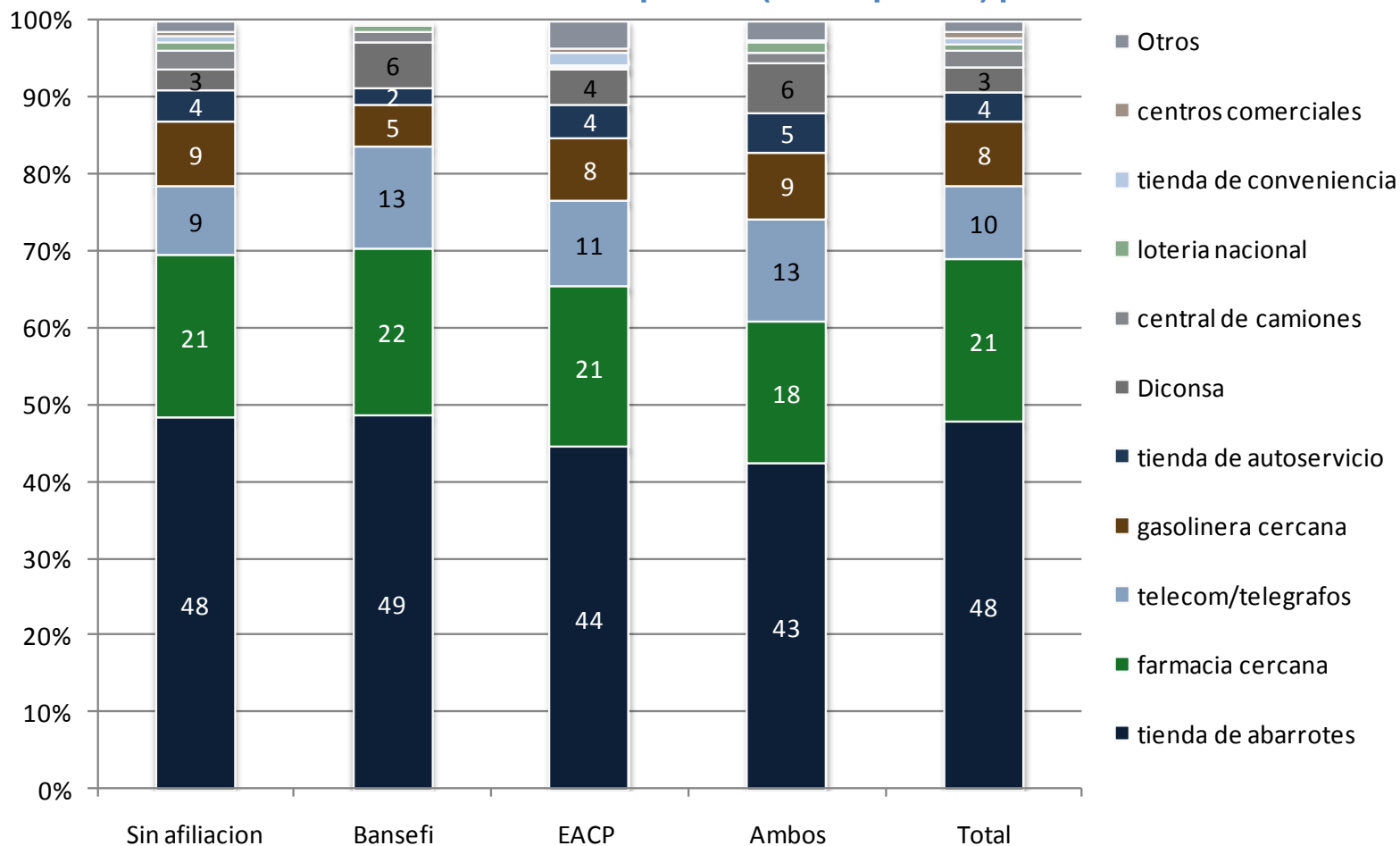


Aunque con aceptación menor, otros tipos de transacción siguen las mismas tendencias por institución



De clientes Bansefi que respondieron que 'sí' a depositar en corresponsal (n=860)

En dónde más le convendría depositar (corresponsal) por afiliación

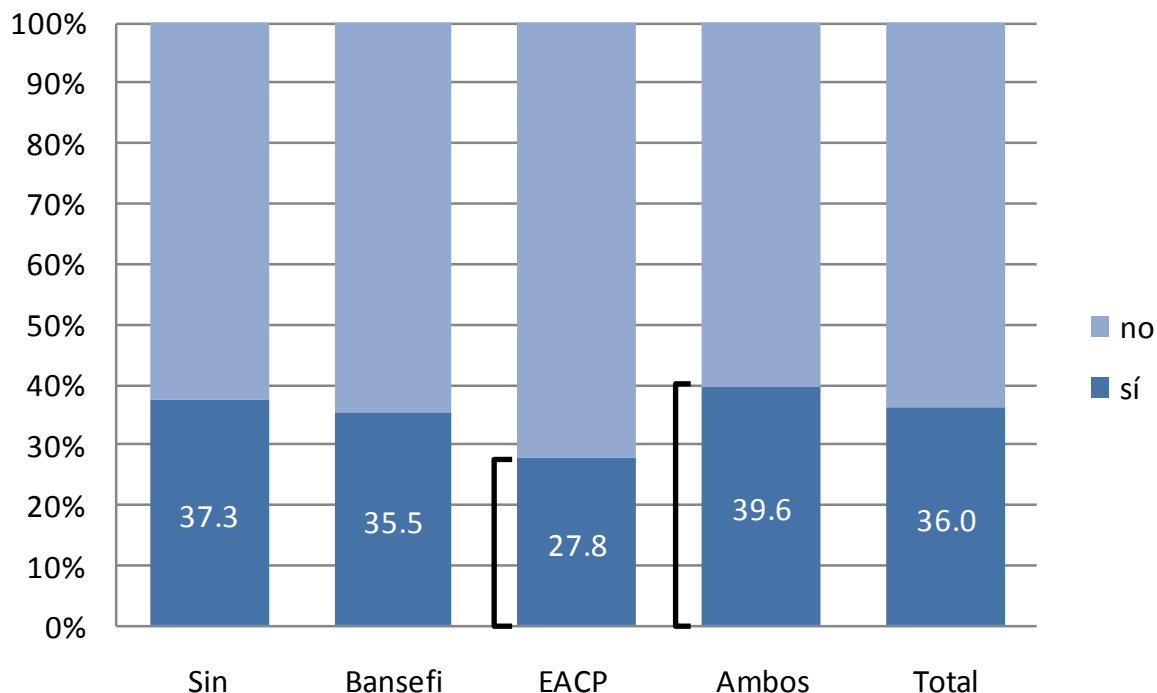


Percepciones sobre banca móvil *conocimiento y potencial uso**

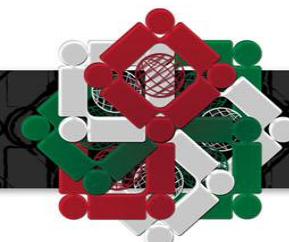
34% ha **escuchado** de modalidades de pagos o acceso a información de cuentas por telefonía móvil

36% indica que **estaría interesado** en acceder a servicios financieros por su teléfono celular.

Los usuarios de teléfonos celulares que quisieran acceder a servicios financieros a través de su celular

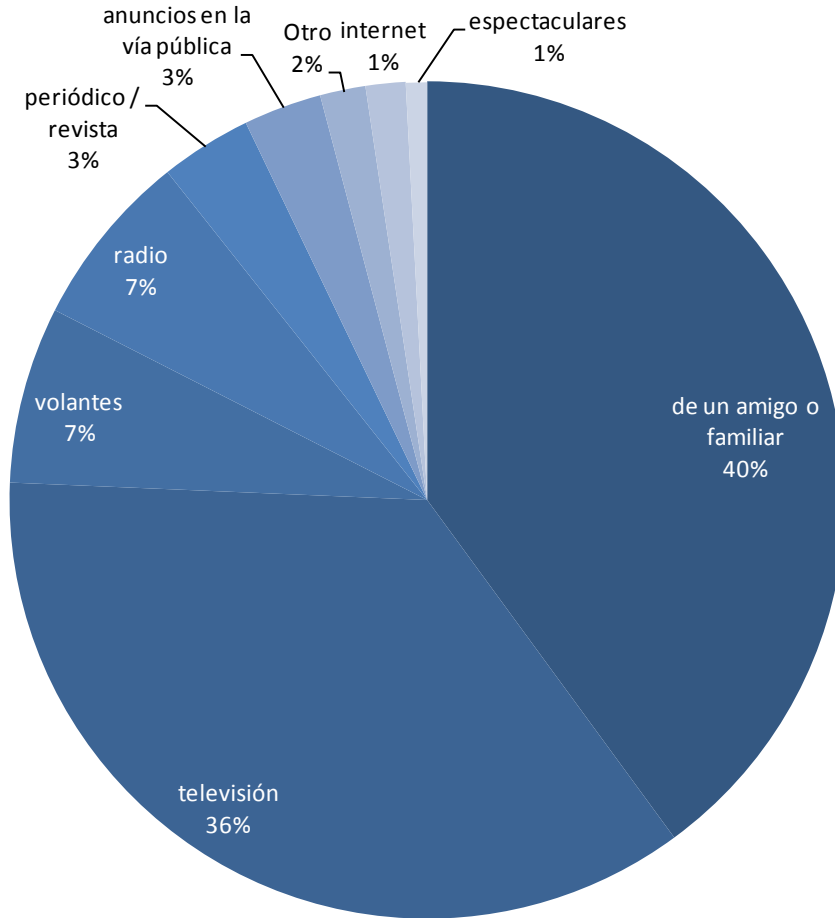


Cientes EACP usan celular en mayor porcentaje (57%) que clientes BANSEFI (48%) y los sin afiliación al SACP (44%), *menos interesados* en banca móvil



Fuentes de información en que mas confían

Fuentes de información en que mas confían clientes y no-clientes para probar un nuevo servicio



Televisión puede informar pero confían más en amigos y familiares para toma de decisión



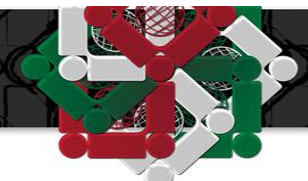
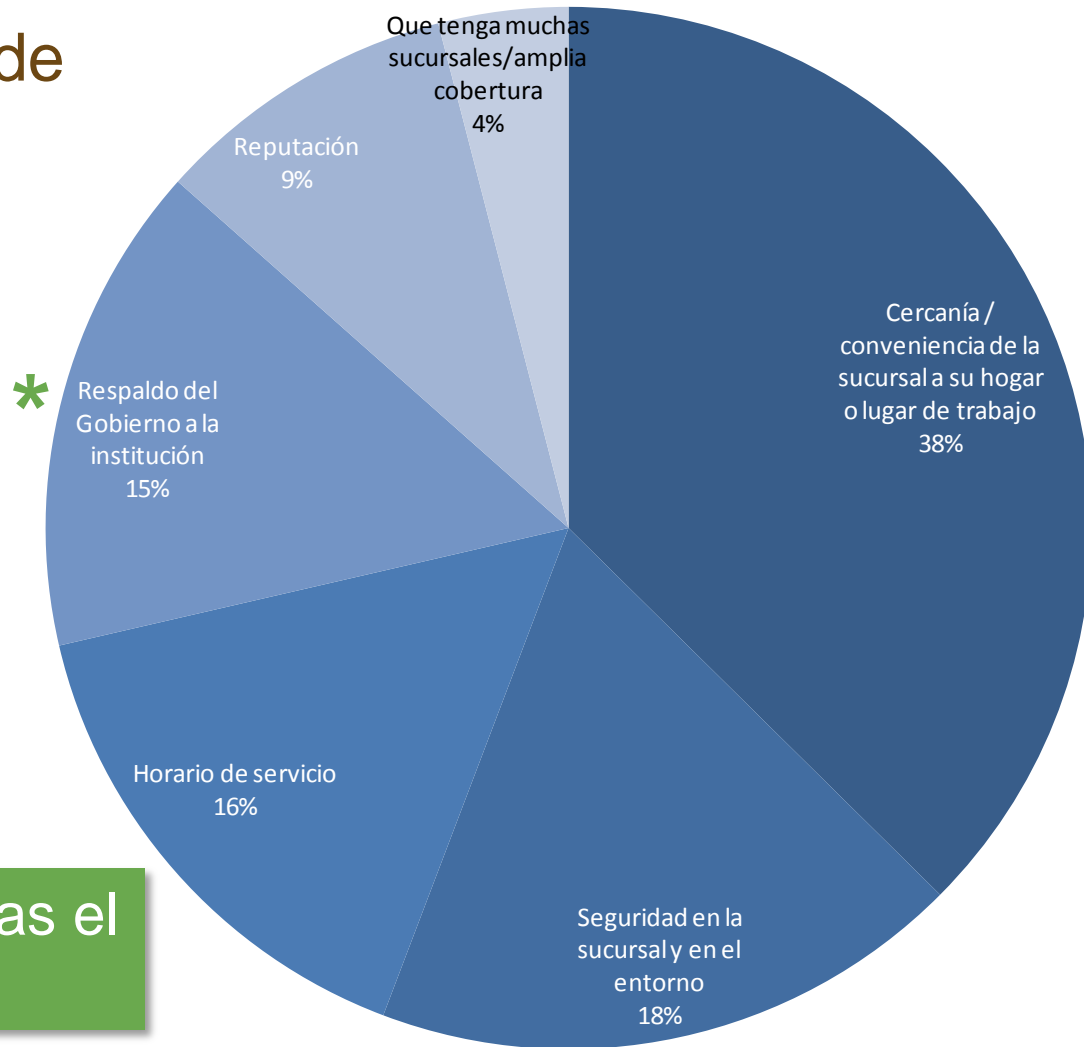
Factores clave en la selección de institución

Predominan elementos de **Conveniencia**

Clientes rurales valoran más el **horario de servicio**

... Mientras clientes urbanos valoran **seguridad de sucursales y sus entornos**

Clientes BANSEFI valoran más el respaldo del gobierno (21%)



Conclusiones



Conclusiones: Productos y servicios

- No es cuestión de agregar muchos productos, sino de asegurar que los productos que tienen cumplen con necesidades
 - Afinar atención y condiciones de acceso
- Mantener los tramites lo más simple posible, comisiones lo mínimo posible
- Ofrecer pagos y ahorros de corto plazo, potencialmente vinculados (tipo auto-pago sin perder control)
- Hacer a los clientes Oportunidades clientes plenos, reconociendo su realidad y necesidades distintas
 - Punto de partida para la **inclusión financiera**
 - Transición hacia estatus de cliente (ej. no obligar retiro)



Conclusiones

- Sector D y E con edad promedio mas vieja que la población: con pequeñas emergencias se desestabiliza toda la economía familiar
 - Pobreza y/o Precariedad
- Según mejora acceso al SACP existe menor preferencia por mecanismos informales.....
- ...Pero la principal competencia sigue siendo estos mecanismos informales (la gente si esta ahorrando)
- Horizonte de ahorro corto con alta *transaccionalidad*
 - Administración de escasez “¿cual pago primero?”

→ Muchos de los cambios en atención que buscan están bajo control de las instituciones integrantes de L@ Red de la Gente

