

ÍNDICE DE INCLUSIÓN FINANCIERA DE CREDICORP

Estudio elaborado por Ipsos para

CREDICORP

Presentación:

Alfredo Torres, presidente ejecutivo de Ipsos Perú



OBJETIVO PRINCIPAL

Desarrollar un índice de inclusión financiera en Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, México, Panamá y Perú, representativo de cada país a nivel urbano y rural.



FECHAS DE CAMPO
**MAYO - JUNIO
2021**



REPRESENTATIVIDAD
NACIONAL URBANO/
RURAL

ENCUESTAS CARA A
CARA EN SEIS PAÍSES
(BOLIVIA, CHILE,
COLOMBIA, ECUADOR,
MÉXICO Y PERÚ), Y
TELFÓNICA EN UN
PAÍS (PANAMÁ).



7
PAÍSES EN
LATINOAMÉRICA



8,400
PERSONAS MAYORES
DE 18 AÑOS



7
PAÍSES EN
LATINOAMÉRICA



LOS IPSOS DE CADA
PAÍS PARTICIPANTE
ESTUVIERON A CARGO
DEL RECOJO DE
INFORMACIÓN
**BAJO LA
COORDINACIÓN
DE IPSOS PERÚ**



<https://www.grupocredicorp.com/indice-inclusion-financiera/>

Se hizo una **revisión de fuentes secundarias** de publicaciones del Fondo Monetario Internacional, el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Mundial, y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

LA INCLUSIÓN FINANCIERA ES UN FACTOR CLAVE PARA REDUCIR LA POBREZA E IMPULSAR LA PROSPERIDAD

IMPORTANCIA



Mejora el potencial de **ingresos** de las personas

Facilita el **aumento del ahorro**

Promueve el **desarrollo de negocios**

Permite aprovechar **oportunidades productivas**

Ayuda a mejorar el **manejo de riesgos** financieros

UTILIDAD



Identifica las **brechas** existentes

Monitorea sus avances

Sustenta las decisiones de **políticas públicas**

Proporciona información al mercado sobre las **oportunidades de negocio**

Incentiva el **desarrollo de productos y servicios** financieros

APORTE DEL ESTUDIO

El Índice de Inclusión Financiera de Credicorp explora la relación de las personas con el sistema y los productos financieros a través de 3 dimensiones: acceso, uso y calidad percibida.



El índice no solo explora la relación de las personas con la banca, sino que se ha evaluado a las distintas instituciones financieras: cajas, aseguradoras, AFPs.



Acceso

Subdimensiones

Infraestructura financiera
Conocimiento de productos
Tenencia de productos

Indicadores

9



Uso

Transacciones básicas
Ingresos
Ahorros

5



**Calidad
percibida**

Confianza
Calidad

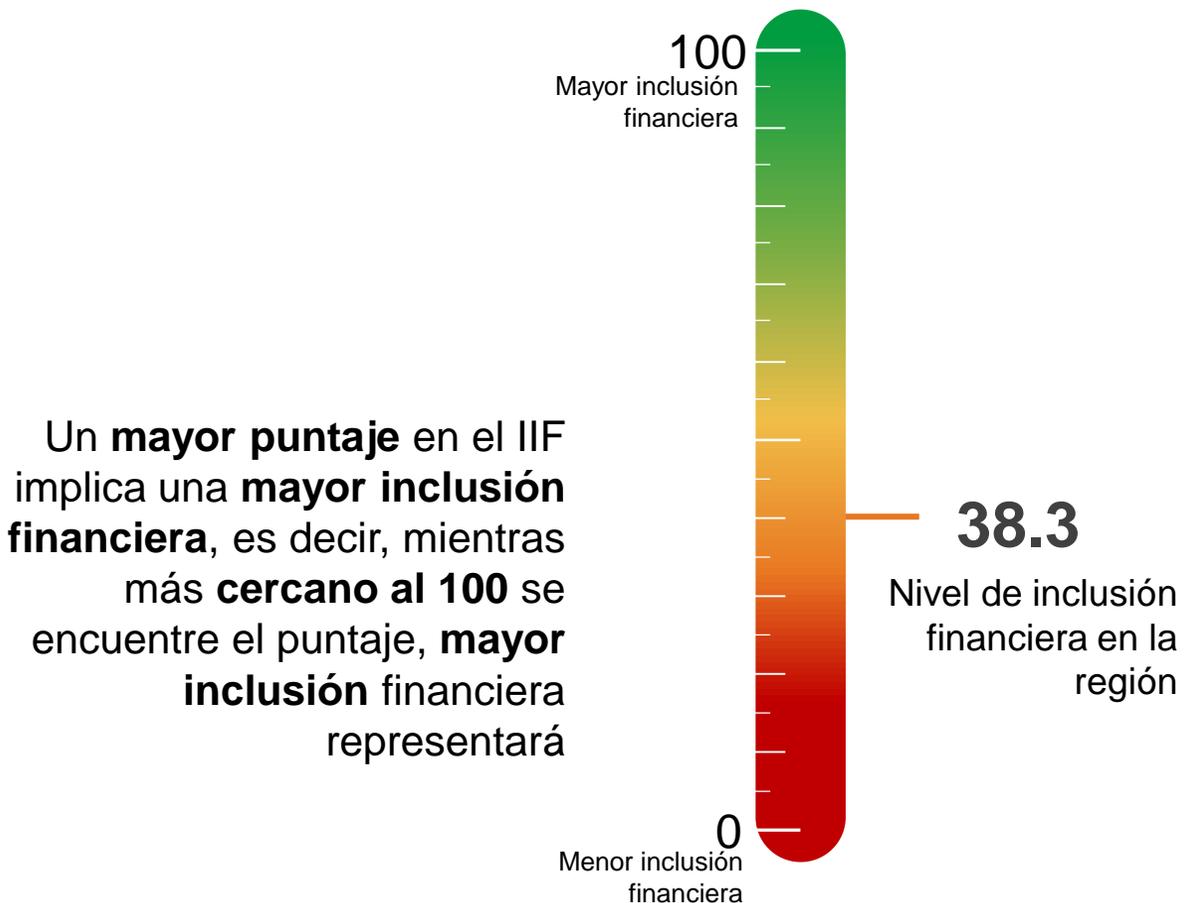
7

PRINCIPALES RESULTADOS

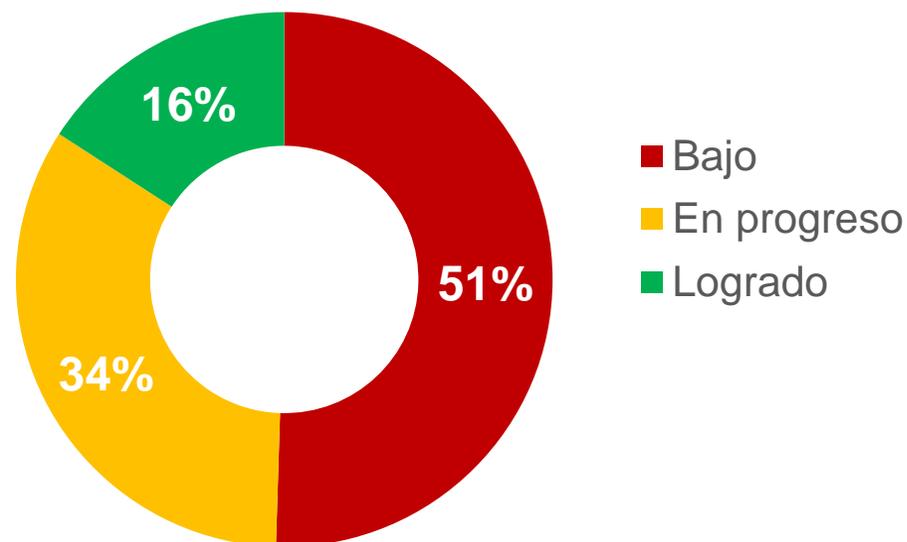


AMÉRICA LATINA SALE DESAPROBADO EN EL ÍNDICE DE INCLUSIÓN FINANCIERA Y SOLO UN 16% TENDRÍA UN NIVEL LOGRADO

Índice de Inclusión Financiera de Credicorp

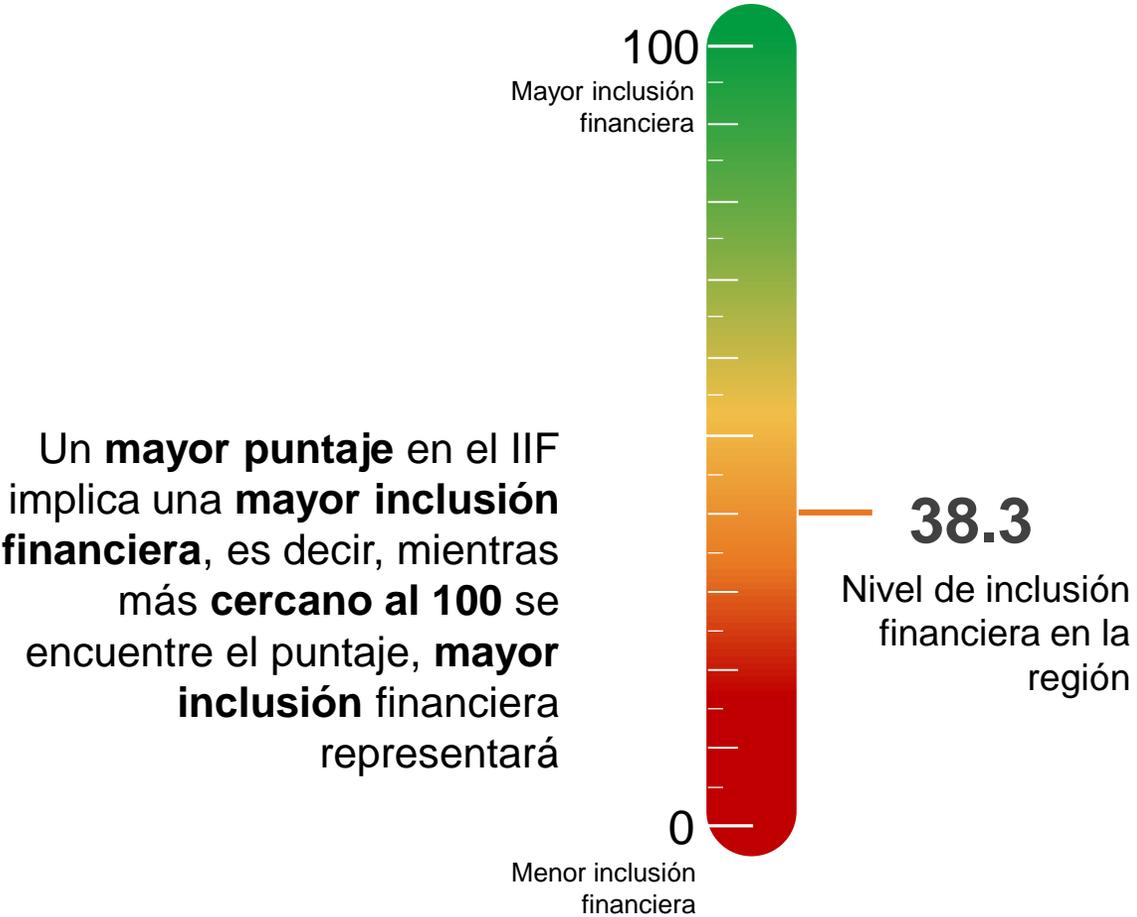


Inclusión financiera por niveles Total 7 países

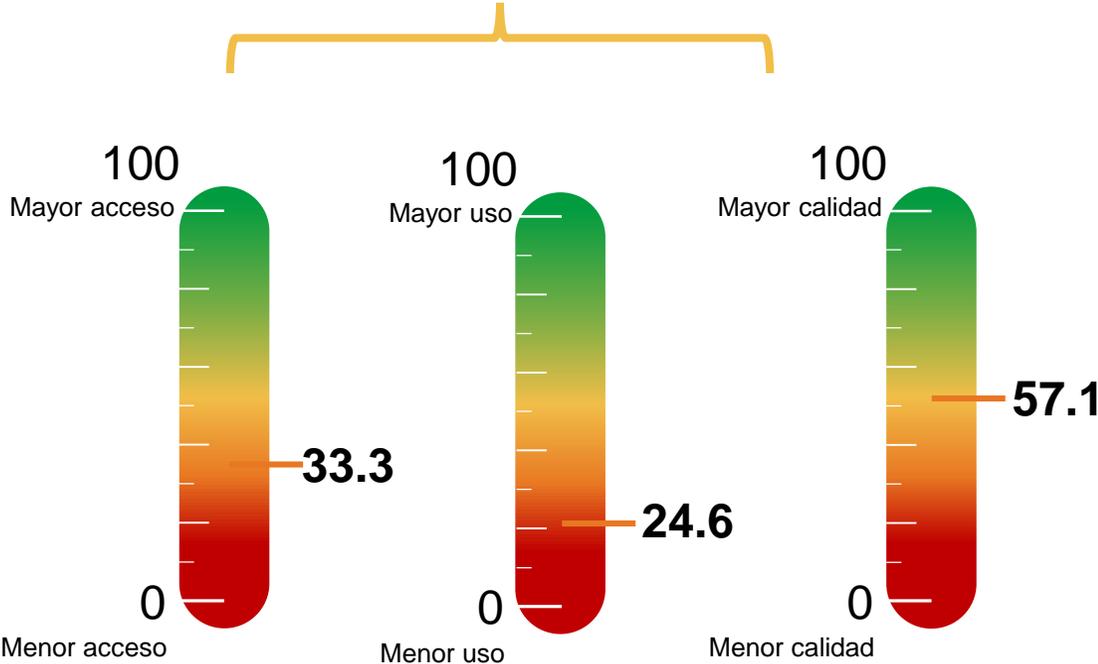


PARA LA REGIÓN, EL IIF REFLEJA UN NIVEL MEDIO BAJO, CON UNA PUNTUACIÓN DE 38.3 SOBRE 100. LAS DIMENSIONES DE ACCESO, Y PARTICULARMENTE USO, SON LAS MÁS CRÍTICAS

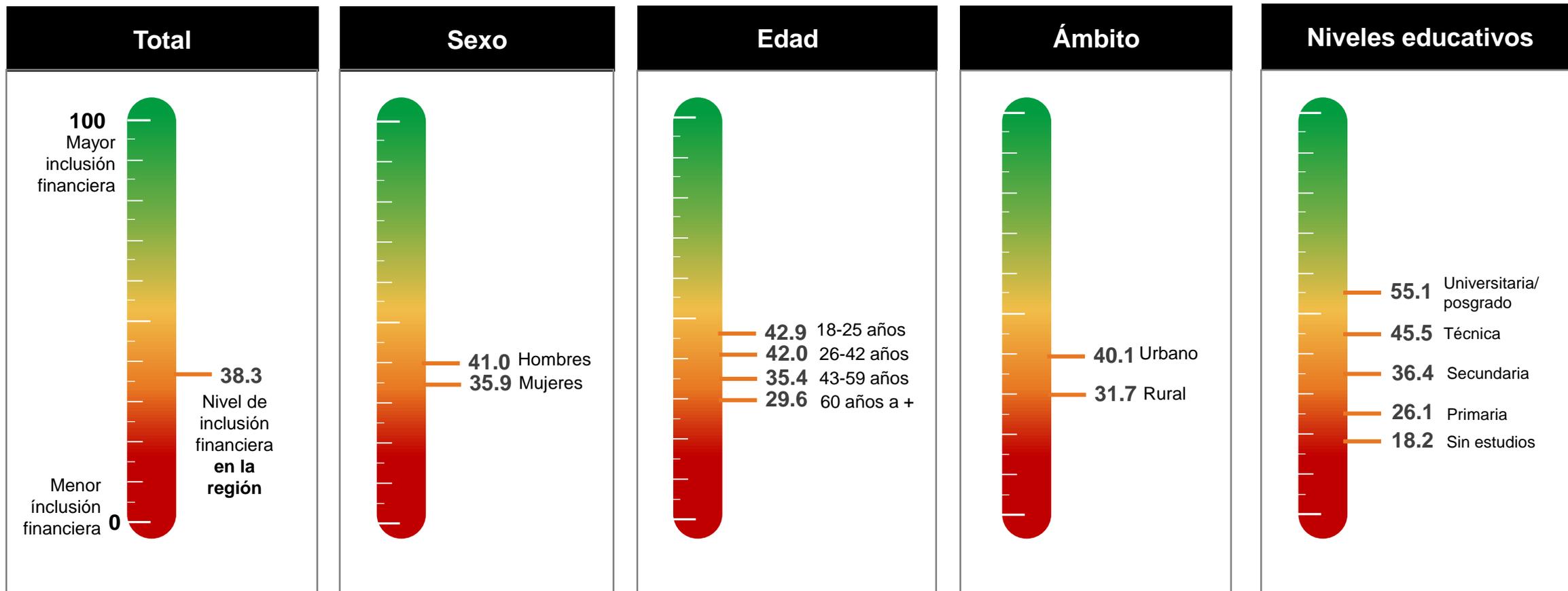
Índice de Inclusión Financiera de Credicorp



El IIF está construido en base a 3 dimensiones: acceso, uso y calidad percibida



LAS MUJERES, LAS PERSONAS ADULTAS, LAS PERSONAS QUE VIVEN EN ZONAS RURALES, ASÍ COMO LAS PERSONAS SIN NIVEL EDUCATIVO O CON EDUCACIÓN BÁSICA PRESENTAN MENORES NIVELES DE INCLUSIÓN FINANCIERA

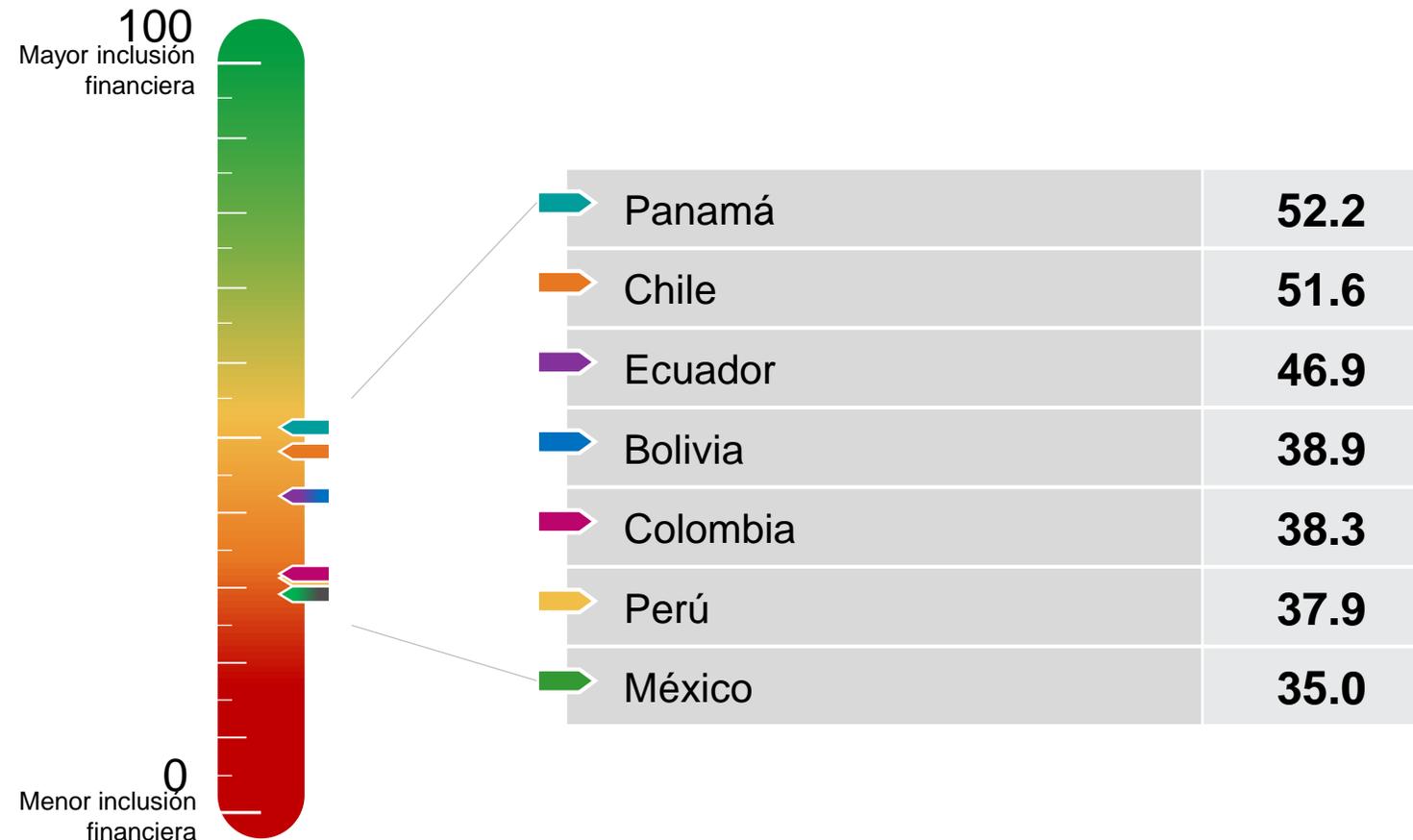


Un mayor puntaje implica una mayor nivel de inclusión financiera, así como mayores niveles de acceso, uso y calidad percibida.

PANAMÁ Y CHILE PRESENTAN MEJOR DESEMPEÑO EN EL IIF. ECUADOR SE ENCUENTRA TERCERO, MIENTRAS QUE BOLIVIA, COLOMBIA, PERÚ Y MÉXICO MUESTRAN EVALUACIONES MÁS BAJAS

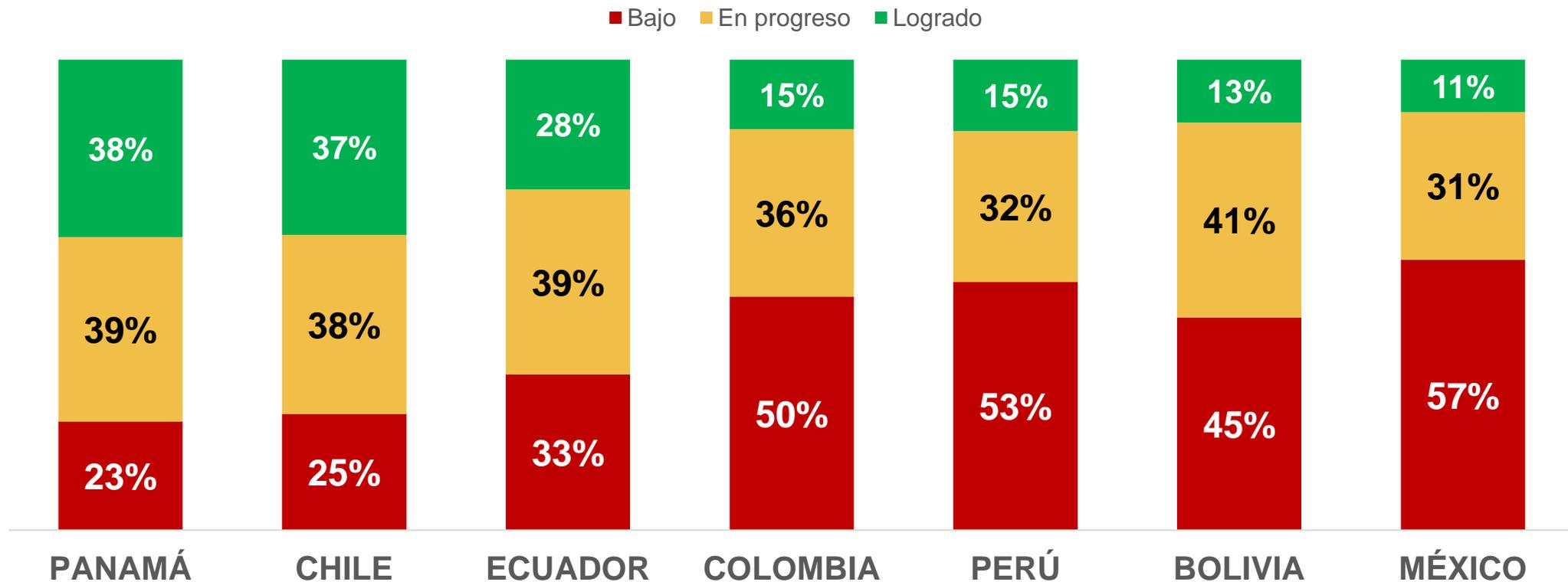
Índice de Inclusión Financiera de Credicorp

Un **mayor puntaje** en el IIF implica una **mayor inclusión financiera**, es decir, mientras más **cercano al 100** se encuentre el puntaje, **mayor inclusión financiera** representará



PANAMÁ Y CHILE TIENEN UNA PROPORCIÓN MAYOR DE SUS POBLACIONES EN NIVELES LOGRADOS DE INCLUSIÓN

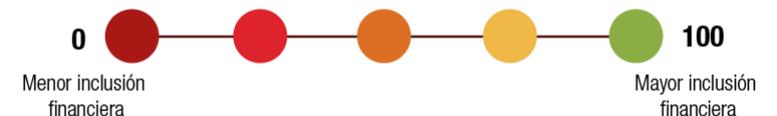
Índice de inclusión financiera (% de la población de 7 países, según niveles)



Chile, Panamá y Ecuador encabezan las dimensiones de acceso y uso. Sin embargo, Chile pasa al último lugar en la dimensión de calidad percibida, donde los primeros lugares son ocupados por Panamá, Ecuador y Colombia. Cabe destacar que esta última dimensión es mejor evaluada frente a acceso y uso, que tienen puntuaciones menores en todos los países



Un mayor puntaje implica una mayor nivel de inclusión financiera, así como mayores niveles de acceso, uso y calidad percibida.



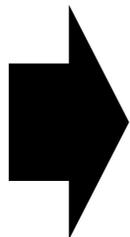
ACCESO



1



Acceso



Subdimensión

Indicador

Infraestructura financiera

- Ind. 1** Número de puntos presenciales que usó durante el último año
- Ind. 2** Número de transacciones que realizó en puntos presenciales durante el último año

Conocimiento de productos

- Ind. 3** Número de productos financieros formales que conoce
- Ind. 4** Número de posibles transacciones financieras que conoce

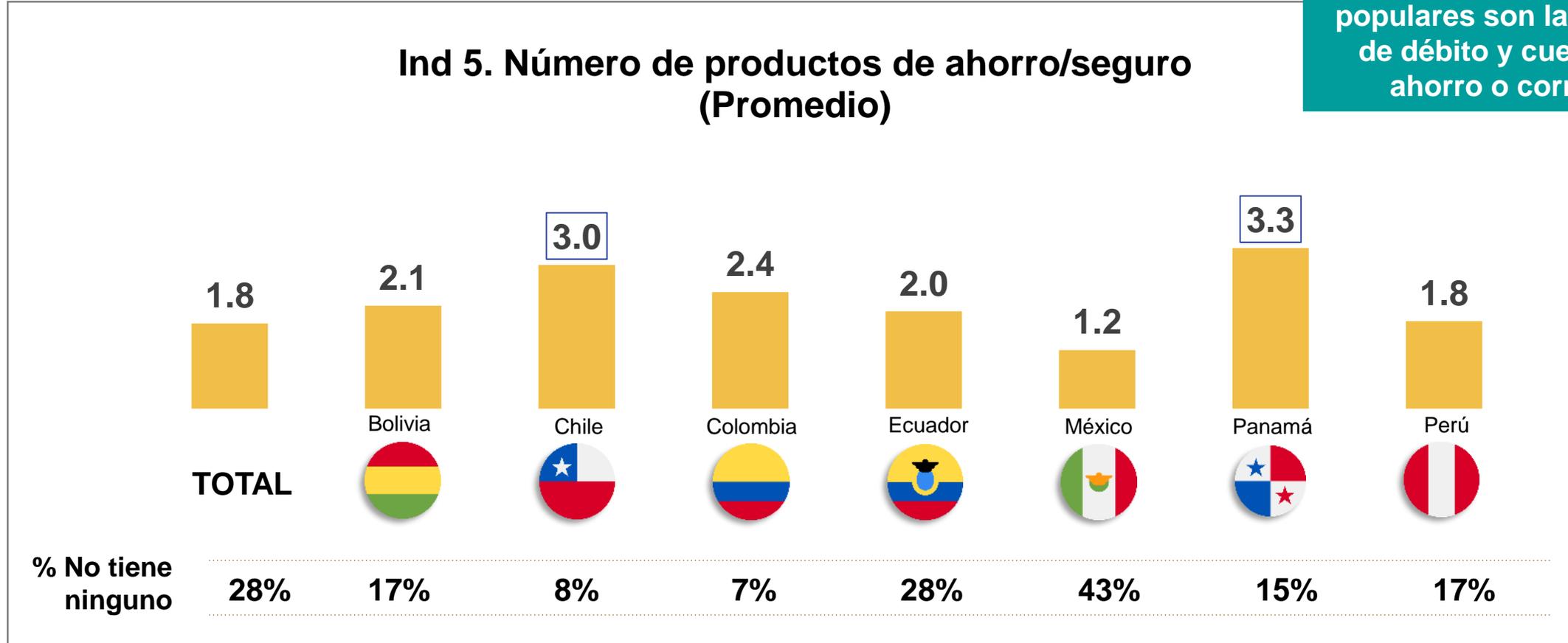
Tenencia de productos

- Ind. 5** Número de productos de ahorro/seguros que tiene
- Ind. 6** Número de productos de crédito que tiene
- Ind. 7** Número de entidades de las cuales es cliente
- Ind. 8** Tenencia de productos de crédito en entidad formal
- Ind. 9** Número de barreras para tener productos financieros

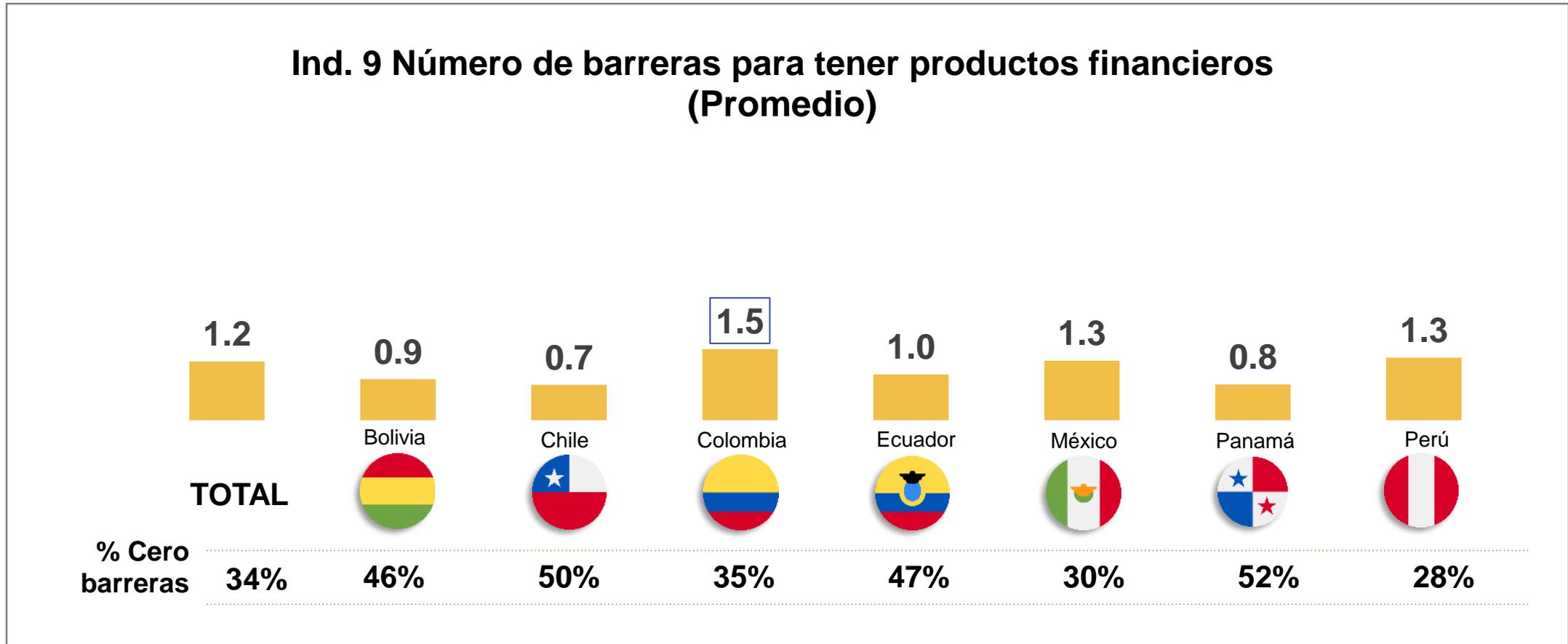
En Chile y Panamá, las personas cuentan con más productos de ahorro/seguro en promedio, mientras que los ciudadanos de México y Perú cuentan con menos productos.

Los productos más populares son las tarjetas de débito y cuentas de ahorro o corriente

Ind 5. Número de productos de ahorro/seguro (Promedio)



Colombia es el país que más barreras percibe para tener productos financieros.



PRINCIPALES BARRERAS PARA LA TENENCIA DE PRODUCTOS DE...

ACCESO

Ahorro/seguros



Productos de crédito



P12.1 (Solo si no tiene ningún producto financiero para el ahorro) ¿Cuáles son las razones principales por las que no tiene productos de depósito/ahorro? ¿Alguna otra? ESPONTÁNEA

Base: Bolivia (465) / Chile (122) / Colombia (453) / Ecuador (471) / México (576) / Panamá (251) / Perú (489)

21 – © Ipsos | Índice de Inclusión Financiera de Credicorp

P12.2 (Solo si no tiene ningún producto financiero de crédito) ¿Cuáles son las razones principales por las que no tiene productos de crédito? ¿Alguna otra? ESPONTÁNEA

Base: Bolivia (755) / Chile (719) / Colombia (770) / Ecuador (744) / México (847) / Panamá (530) / Perú (786)

USO

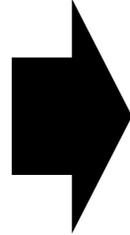


2





Uso



Subdimensión

Indicador

Transacciones básicas

Ind. 10 Número de medios bancarizados que se utilizan para pagar distintos tipos de productos o servicios

Ind. 11 Frecuencia de uso al mes de productos financieros

Ind. 12 Número de medios formales utilizados para realizar transferencias

Ingresos

Ind. 13 Recibe ingresos a través del sistema financiero formal

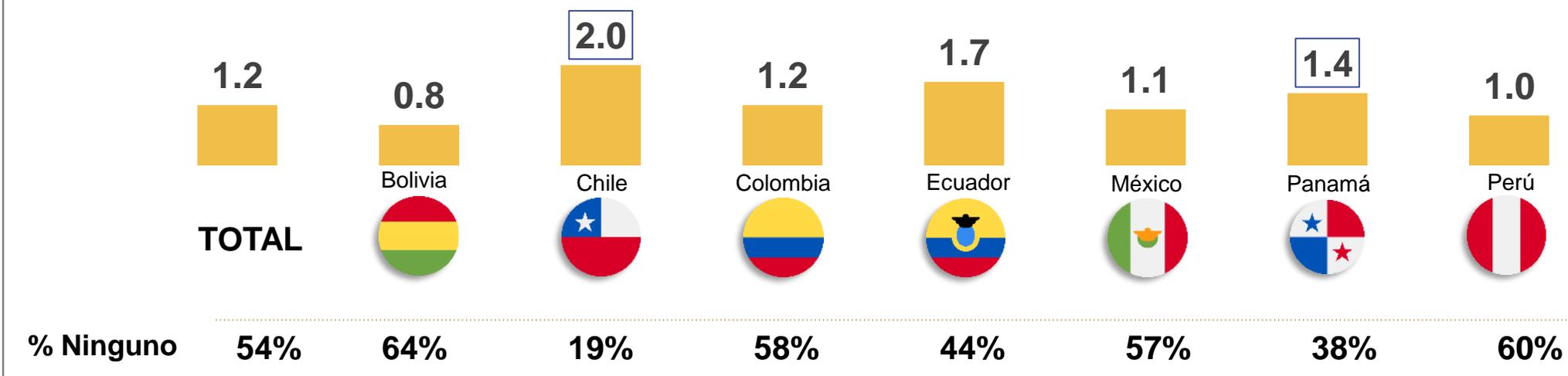
Ahorros

Ind. 14 Ahorra a través del sistema financiero formal

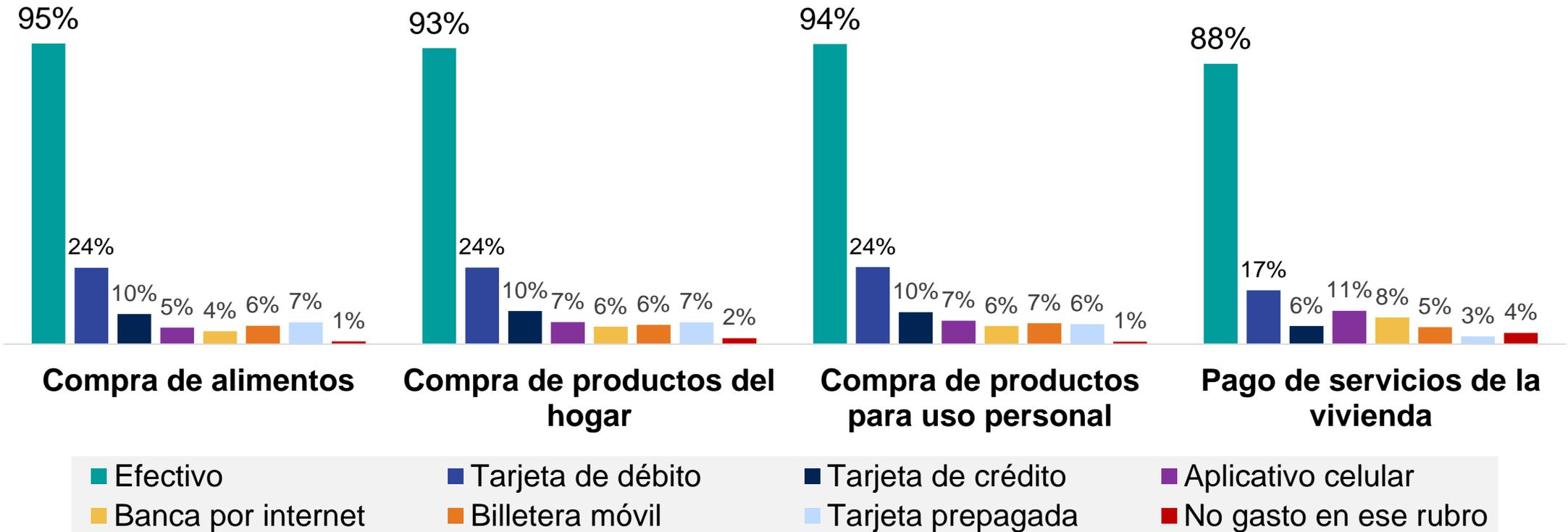
Chile usa en promedio dos medios bancarizados para pagar distintos productos o servicios. Bolivia, Perú, Colombia y México son países donde la mayoría de sus ciudadanos suele pagar la gran mayoría de sus transacciones con efectivo

TRANSACCIONES BÁSICAS

Ind 10. Número de medios bancarizados que se utilizan para pagar distintos tipos de productos o servicios (Promedio)



Formas de pago en transacciones básicas



En el caso de Chile el uso de tarjetas de débito para este tipo de pagos es casi tan extendido como el efectivo

CALIDAD PERCIBIDA



3



**Calidad
percibida**



Subdimensión

Indicador

Confianza

Ind. 15 Puntaje general de confianza en el sistema

Ind. 16 Evaluación general de la imagen de las entidades financieras

Calidad

Ind. 17 Evaluación general de la facilidad para obtener un producto de ahorro o crédito

Ind. 18 Evaluación general de la amplitud física del sistema financiero

Ind. 19 Evaluación general de la variedad de productos de ahorro y crédito que ofrece el sistema financiero

Ind. 20 Evaluación general de los costos a los usuarios del sistema financiero

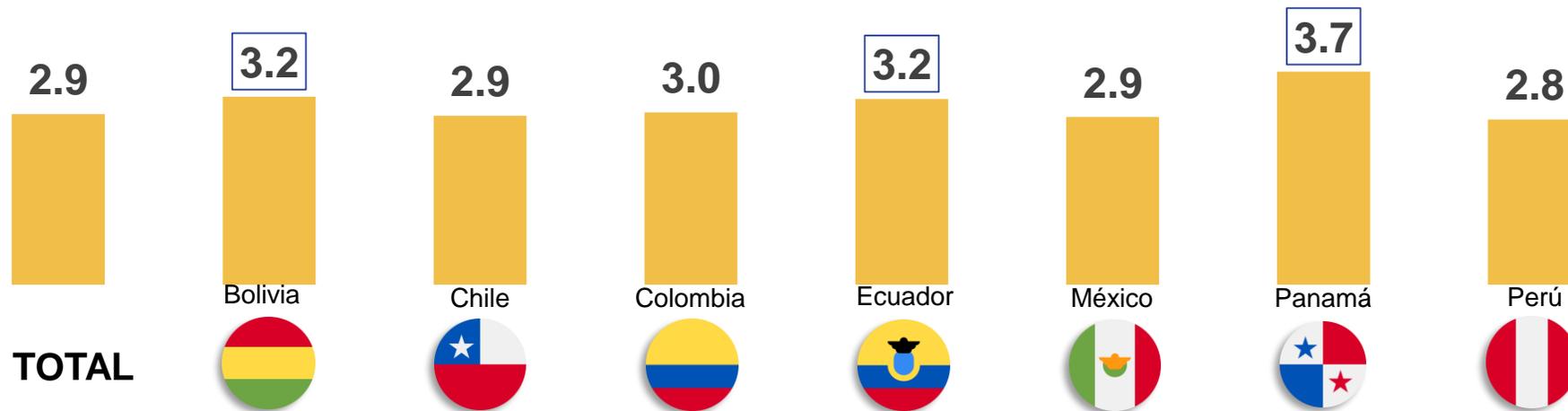
Ind. 21 Evaluación general de la utilidad de medios digitales

Panamá tiene el puntaje de confianza en el sistema más alto entre los países evaluados

CALIDAD PERCIBIDA

Ind 15. ¿Cuánto diría usted que confía en las instituciones financieras de su país?

(Escala del 1 al 5, donde 1 es Desconfía totalmente y 5 es Confía totalmente) - Promedio

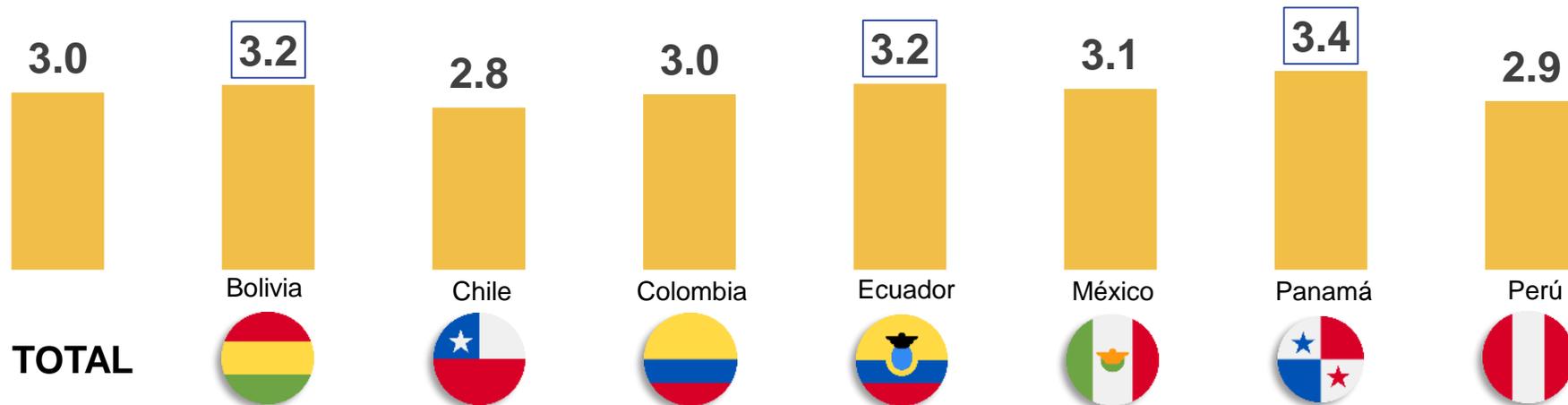


La imagen general que tienen los ciudadanos de las entidades financieras es mejor en Panamá, Ecuador y Bolivia. Los bancos (ya sean privados o estatales) son los que tienen mejor imagen.

Entidades evaluadas: Bancos privados, bancos estatales, cajas municipales o rurales, cooperativas financieras o microfinancieras, aseguradoras, administradoras de fondos de pensiones (AFP o ONP)

Ind. 16 Evaluación general de la imagen de las entidades financieras

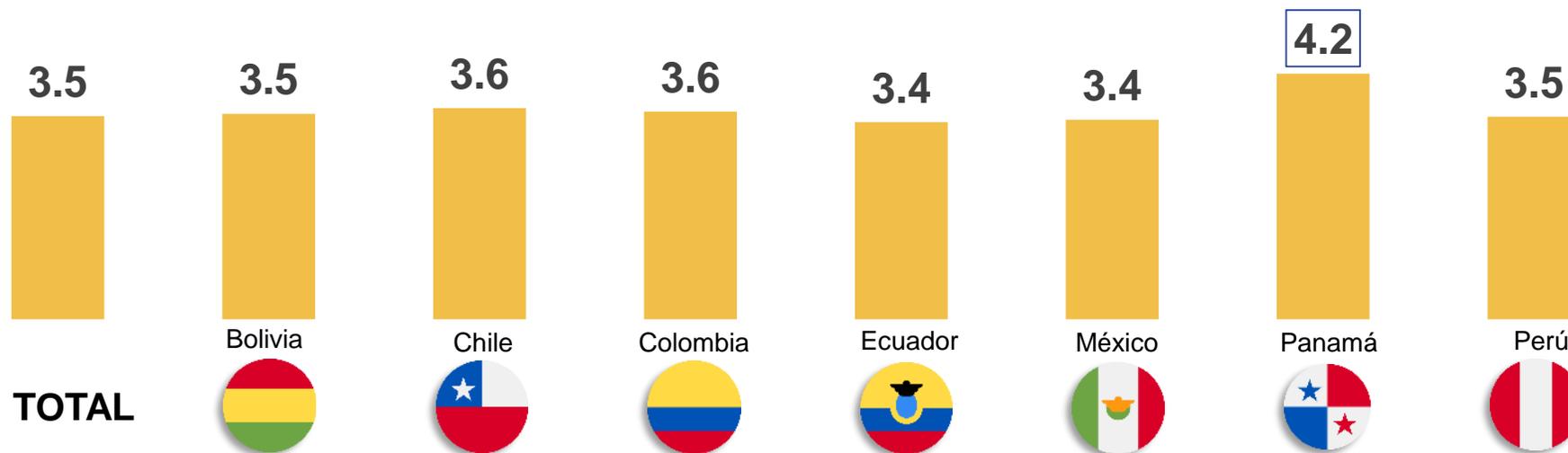
(Escala del 1 al 5, donde 1 es muy mala y 5 es muy buena) - Promedio



Mejor evaluado	Bancos privados	Bancos estatales	Bancos privados	Cooperativas	Bancos privados	Bancos privados	Bancos estatales
Peor evaluado	Cajas	AFP	Financieras	AFP/Aseguradoras	Cooperativas/financieras	Financieras	AFP/Aseguradoras

Los medios digitales son en general uno de los aspectos mejor evaluados. En Panamá los ciudadanos evalúan mucho mejor a los medios digitales en comparación con el resto de países. Se valora tanto las billeteras móviles que existen en cada país como los aplicativos celulares de las entidades financieras

Ind. 21 Evaluación general de la utilidad de medios digitales
(Escala del 1 al 5, donde 1 es muy mala y 5 es muy buena) - Promedio



Medios evaluados: Billeteras móviles y aplicativo celular de las instituciones financieras

KEY FINDINGS



4

KEY FINDINGS

INCLUSIÓN FINANCIERA EN PROCESO EN LA REGIÓN

- En la región, la inclusión financiera llega a **38.3**
- Solo el **16%** está en un **nivel logrado** de inclusión.
- Las dimensiones de **acceso** y **uso** son las **más críticas**
- El panorama general es **mejor en Chile y Panamá**

CALIDAD PERCIBIDA ES EL ASPECTO CON MEJOR PUNTAJE

- La dimensión de **calidad** es la que tiene un **mejor puntaje: 57.1**.
- Los **bancos** privados y estatales son los que tendrían **mejor imagen**.
- Por otro lado, las **aseguradoras y administradoras de fondos de pensiones** tienen importantes **oportunidades de mejora en su imagen**.

POBLACIONES MÁS EXCLUIDAS

Los grupos más excluidos financieramente son las **mujeres**, las personas de **mayor edad**, las personas del ámbito **rural** y **menor nivel educativo**.

BARRERAS PARA LA INCLUSIÓN

- Entre las **principales barreras** para acceder a productos de ahorro o crédito se identifican aspectos relacionados con el **nivel de ingresos de las personas**.
- También hay barreras que implican la cercanía o familiaridad del sistema: **falta de interés o percepción de la población de que no necesita al sistema financiero**.

GRACIAS

GAME CHANGERS

