

**ÍNDICE  
DE INCLUSIÓN  
FINANCIERA DE  
CREDICORP  
2023**

Brechas  
de género:  
Un enfoque  
interseccional



## I. Inclusión financiera y brecha de género

Durante los últimos tres años, el Índice de Inclusión Financiera de Credicorp (en adelante IIF)<sup>1</sup> ha monitoreado el desarrollo de este tema en la región y ha proporcionado una visión única de su evolución, caracterizada por avances, retrocesos y brechas pendientes en cada uno de los países participantes<sup>2</sup>. La inclusión financiera es evaluada a través de indicadores de acceso, uso y calidad percibida del sistema financiero, lo que además de brindar un panorama general de los países y resaltar los desafíos, también permite identificar en qué grupos estos son más urgentes.

Este estudio se enfoca en la brecha de género que existe en el ámbito de la inclusión financiera, que puede ser definida como la disparidad entre mujeres y hombres reflejada en logros o actitudes sociales, políticas, intelectuales, culturales o económicas<sup>3</sup>. En la primera edición del IIF, en 2021, el 21% de los hombres logró un nivel alcanzado de inclusión financiera, en contraste con el 11% de las mujeres. En la segunda edición, en la cual se identificaron avances importantes post pandemia y confinamiento, se encontró que un 28% de hombres se encontraba en el nivel alcanzado en comparación con el 23% de las mujeres.

A pesar de la tendencia general hacia la reducción de la brecha de género en la inclusión financiera, esta aún persiste. Es más probable, por ejemplo, que las mujeres carezcan de un teléfono móvil, vivan a una distancia considerable de una sucursal bancaria o requieran apoyo para abrir y utilizar eficientemente una cuenta<sup>4</sup>. A esto se suma que en los países evaluados las mujeres, en promedio, cuentan con menos productos de ahorro y de crédito que los hombres, así como un uso mensual de productos financieros menos frecuente<sup>1</sup>.

En los últimos años, fenómenos como la digitalización han impulsado la inclusión financiera en la población en general<sup>5</sup>. En la región se observa un crecimiento de los pagos digitales. Estos nuevos productos y servicios, como las cuentas de dinero móvil, generan nuevas oportunidades para brindar un mejor servicio a las mujeres y otros grupos que han sido tradicionalmente excluidos del sistema financiero formal. De hecho, podrían contribuir a reducir estas brechas<sup>4</sup>.

Además, un tema importante a tener en cuenta es que el género no es la única característica individual que influye sobre la inclusión financiera. El nivel socioeconómico, la edad, la situación laboral o el ámbito de residencia, así como la manera en que estas variables interactúan, son importantes al momento de hablar de brechas<sup>4</sup>. Al igual que en las ediciones anteriores de esta investigación, se adopta un enfoque interseccional que explora la interacción entre estas características demográficas y el impacto que tienen sobre la inclusión financiera de las mujeres. Este análisis se realiza de manera longitudinal, permitiéndonos observar la evolución de los distintos grupos de mujeres a lo largo del tiempo.

Para esta edición se consideran variables que no habían sido estudiadas previamente desde una perspectiva de género, como la tenencia y uso de billetera móvil, la tenencia de productos de crédito o la seguridad percibida en las instituciones financieras. Se explora también en las diferencias encontradas en algunas características de las personas como tener un emprendimiento, la recepción de ingresos y el nivel de digitalización.

Esta investigación aspira a aportar nueva información sobre la brecha de género en la inclusión financiera en Latinoamérica y que estos hallazgos contribuyan a la generación de perspectivas más profundas para la atención de aquellos grupos identificados como más vulnerables.



<sup>1</sup> Credicorp, 2023

<sup>2</sup> Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá y Perú

<sup>3</sup> Harris, 2017

<sup>4</sup> Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer, & Ansar, 2022

<sup>5</sup> Hinojosa & Ramírez, 2023

## II. Metodología

El IIF explora la relación de las personas con el sistema y los productos financieros a través de tres dimensiones: acceso, uso y calidad percibida.

Cada dimensión está construida a partir de variables recogidas con encuestas a muestras representativas de ciudadanos de ocho países de Latinoamérica: Perú, Chile, Ecuador, Colombia, Bolivia, México, Panamá y Argentina.

### Acceso

La dimensión de acceso está compuesta por tres subdimensiones: a) infraestructura financiera, que aborda las barreras para el uso de infraestructura financiera; b) conocimiento de productos, que se refiere a información sobre el conocimiento de productos financieros formales; y c) tenencia de productos, que se enfoca en la tenencia de productos de ahorro y crédito y las barreras existentes para acceder a estos productos. En esta dimensión se incorporan el conocimiento y la tenencia de productos digitales (aplicativo celular, banca por internet y billetera móvil), aspectos claves para el desarrollo de la inclusión financiera.

### Uso

Esta dimensión está conformada por tres subdimensiones: a) transacciones básicas, que aborda información sobre uso de medios bancarizados para realizar pagos y transferencias; b) ingresos, que recopila información acerca de los medios de recepción de ingresos; y c) ahorros, que se refiere a los medios de ahorro dentro y fuera del sistema financiero.

### Calidad percibida

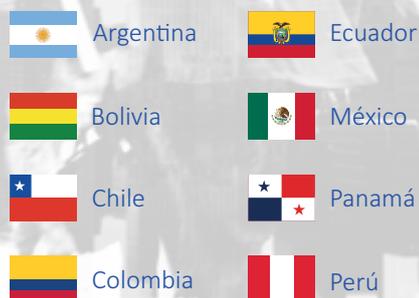
Esta dimensión se compone de dos subdimensiones: a) confianza, que aborda la calificación de confianza en las entidades financieras, y b) calidad, que trata sobre la calificación de estas entidades en rubros como imagen general, facilidad para obtener productos, amplitud de la red de atención física, variedad de productos ofrecidos y costos a los usuarios.

### Fechas de campo **JUNIO 2023**

**13,443**  
Personas mayores de 18 años

**Representatividad Nacional Urbano / Rural.**  
Método de recolección de la información: encuestas cara a cara en hogares

**8**  
Países de Latinoamérica



 Coordinación General:  
**IPSOS PERÚ**

### III. Brechas de género expuestas en el IIF

En 2023, el nivel de inclusión financiera en la región se mantiene en un rango ‘medio bajo’ con respecto al año anterior<sup>6</sup>, con una puntuación de 45.5 puntos sobre 100, donde 0 representa una menor inclusión y 100 una mayor inclusión financiera. En cuanto a las dimensiones, uso (30.5) y acceso (45.1) se mantienen como las menos desarrolladas, mientras que en calidad percibida (60.9) se reporta un ligero avance.

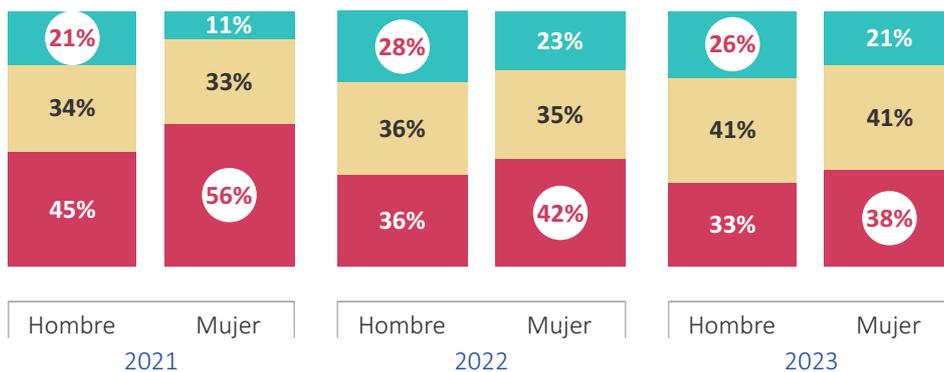
Si se observan los resultados del IIF por niveles de logro, el 24% de ciudadanos se ubica en un nivel alcanzado<sup>7</sup>, cifra que no presenta un cambio significativo respecto a 2022. Sin embargo, hay una tendencia decreciente en el número

de ciudadanos clasificados en el nivel bajo (35%), una reducción de 16 puntos porcentuales desde 2021.

En 2021, el 21% de los hombres se encontraba en el nivel alcanzado, en comparación con solo el 11% de las mujeres, lo que significó una brecha de 10 puntos porcentuales. Sin embargo, en 2022 se redujo 5 puntos porcentuales. En 2023 esta brecha se mantiene estable. Asimismo, a pesar de que la diferencia entre hombres y mujeres en el nivel bajo ha disminuido desde 2021, el porcentaje de mujeres (38%) en el nivel bajo es significativamente mayor que el de hombres (33%).

**Gráfico 1: Índice de Inclusión Financiera de Credicorp por género-evolución por años**

(% de la población, según niveles de logro)



**NOTA**

Los números en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa entre hombres y mujeres.

Elaboración: Ipsos Perú 2024

● Alcanzado  
● En Progreso  
● Bajo

Los países que presentan la mayor proporción de mujeres en el nivel alcanzado de inclusión financiera son Argentina (38%), Panamá (33%), Chile (31%) y Ecuador (27%), una tendencia que se ha mantenido desde 2021. En contraste, Perú, México, Colombia y Bolivia muestran los porcentajes más bajos de mujeres en este nivel: 18%, 17%, 16% y 12%, respectivamente.

Al comparar estos datos por países, la brecha identificada a nivel total varía en magnitud. En 2022, México era el único país que no reportaba diferencias de género en ningún nivel de logro. Esta tendencia se mantuvo en 2023, mientras que, en Panamá y Argentina la ligera brecha que había entre hombres y mujeres en el nivel alcanzado se ha reducido hasta llegar a ser no significativa.

<sup>6</sup> En 2022 se obtuvo una puntuación de 44.2 sobre 100.

<sup>7</sup> Los ciudadanos clasificados en el nivel alcanzado son aquellos que utilizan regularmente diversos productos y servicios financieros y evalúan positivamente el sistema financiero. El nivel “en progreso” está conformado por personas que, si bien no están fuera del sistema financiero formal, cuentan con pocos productos y, pese a tenerlos, usan principalmente efectivo para realizar pagos. Suelen ahorrar o percibir ingresos fuera del sistema formal, y tienen una evaluación media del sistema financiero (bancos, cooperativas, financieras, etc.) y sus atributos. El nivel “bajo” agrupa a personas poco incluidas en el sistema financiero, con un bajo conocimiento y tenencia de productos. Cuentan con un alto nivel de barreras percibidas, con casi nulo uso del sistema financiero formal para el ahorro o recepción de ingresos, y suelen tener una mala percepción del sistema financiero (bancos, cooperativas, financieras, etc.) y sus atributos.

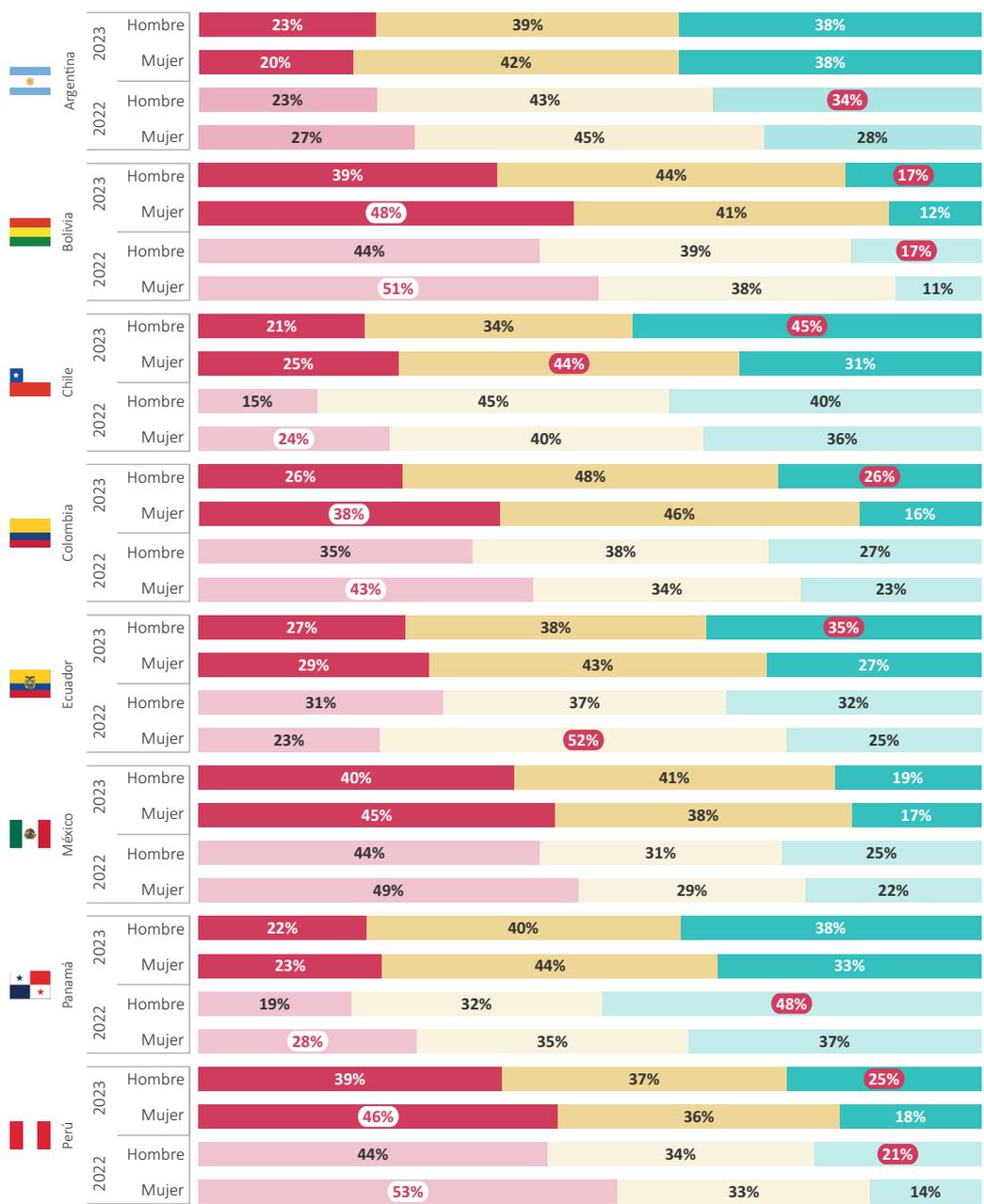
En 2022, tanto Bolivia como Perú evidenciaban diferencias de género en el nivel alcanzado y en el nivel bajo de inclusión financiera, con una mayor proporción de hombres en el nivel alcanzado y de mujeres en el nivel bajo. Esta tendencia persiste en 2023 sin grandes modificaciones.

Por otro lado, Chile, Colombia y Ecuador presentaban ligeras diferencias entre hombres y mujeres en ediciones

anteriores, las cuales han pasado a ser significativas en 2023. En 2022, en Chile no había diferencias en los niveles alcanzado y “en progreso” entre hombres y mujeres, aunque sí en el nivel bajo de inclusión, donde había una mayor proporción de mujeres (24% frente a 15% de los hombres). En el 2023 ya no existe esa diferencia tan pronunciada, pero sí se identifican diferencias en el nivel “en progreso” y “alcanzado”.

### Gráfico 2: Índice de Inclusión financiera por país y género

(% de la población, según niveles de logro)



**NOTA** Los números en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa entre hombres y mujeres.

Elaboración: Ipsos Perú 2024

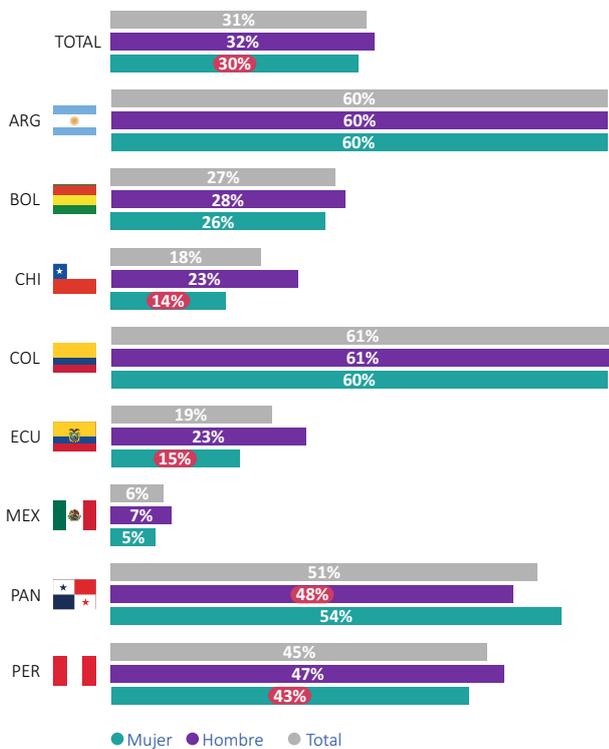
- Alcanzado
- En Progreso
- Bajo

Al analizar ciertos indicadores clave que conforman la inclusión financiera, se observan tendencias similares que evidencian las persistentes brechas de género en la región. En lo que respecta a la tenencia de billeteras móviles, existe una ligera diferencia a favor de los hombres (32% frente al 30% de las mujeres). En Argentina, Colombia y Bolivia -algunos de los países con los mayores índices de tenencia de este tipo de producto financiero-, no se observa actualmente mayores diferencias entre hombres y mujeres. Sin embargo, esta brecha es evidente en Chile, Ecuador y Perú, (mucho más notoria en los dos primeros). Panamá destaca como una excepción, en la medida en que son las mujeres las que reportan una mayor tenencia de billeteras móviles en comparación con los hombres (54% frente a 48%).



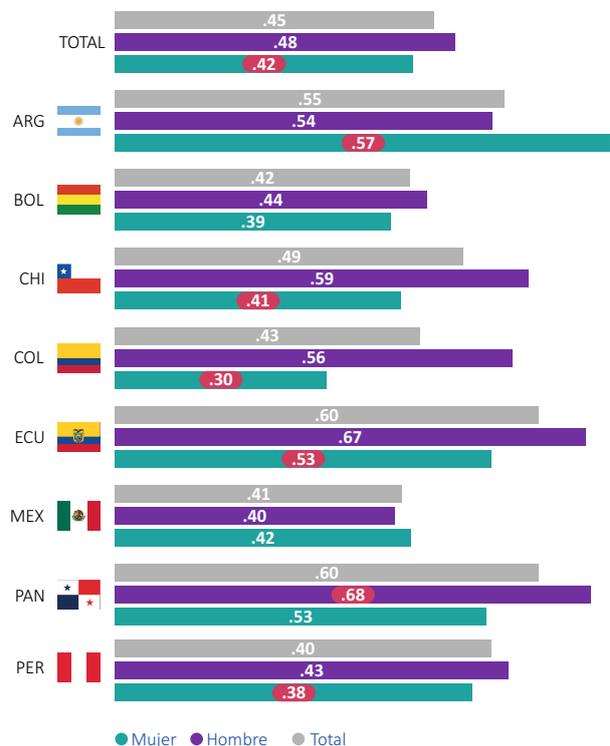
La brecha de género también se puede observar en la tenencia promedio de productos de crédito: hombres alcanzan .48<sup>8</sup>, mientras que las mujeres, .42. Argentina, Bolivia y México no presentan estas diferencias. Sin embargo estas se muestran muy pronunciadas en el resto de los países participantes, en particular en Colombia.

Gráfico 3: Tenencia de billetera móvil\*



**NOTA** Los números en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa entre hombres y mujeres.  
\*En cada país se preguntó por las principales marcas de billeteras digitales  
Elaboración: Ipsos Perú 2024

Gráfico 4: Promedio de tenencia de productos de crédito



**NOTA** Los números en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa entre hombres y mujeres.  
Elaboración: Ipsos Perú 2024

...se observan tendencias similares que evidencian las persistentes brechas de género en la región...

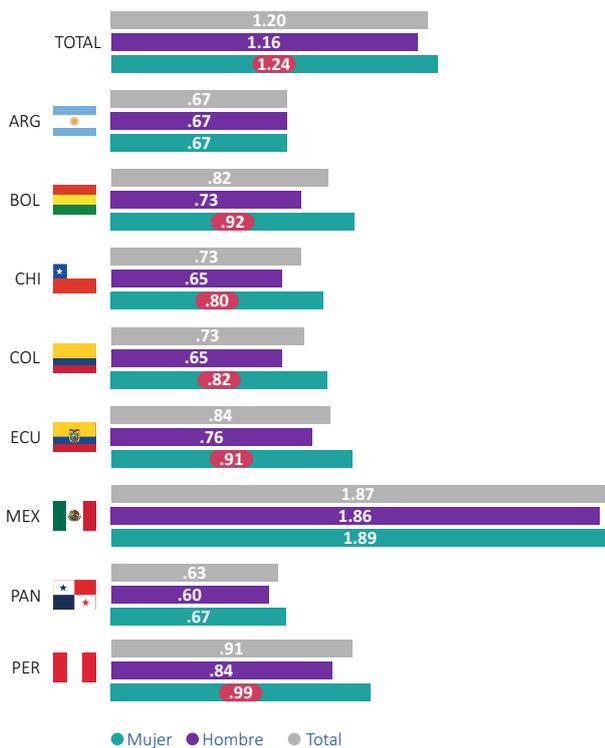
<sup>8</sup> El número es menor a 1 debido a que el 69% de ciudadanos declara no tener ningún producto de crédito.



En cuanto al uso frecuente de la billetera móvil para pagar productos y servicios, aunque globalmente se notan diferencias significativas entre hombres (63%) y mujeres (55%), estas son notables en Colombia, México, Panamá y Perú. En Bolivia y Ecuador parecería haber una tendencia que favorecería a las mujeres, pero esta no sería sustancial.

Al preguntar por las barreras para tener productos financieros, se puede observar que, en la mayoría de los países participantes, con excepción de Argentina, Panamá y México, las mujeres (1.24) reportaron más obstáculos en promedio que los hombres (1.16). La brecha más pronunciada se identifica en Bolivia.

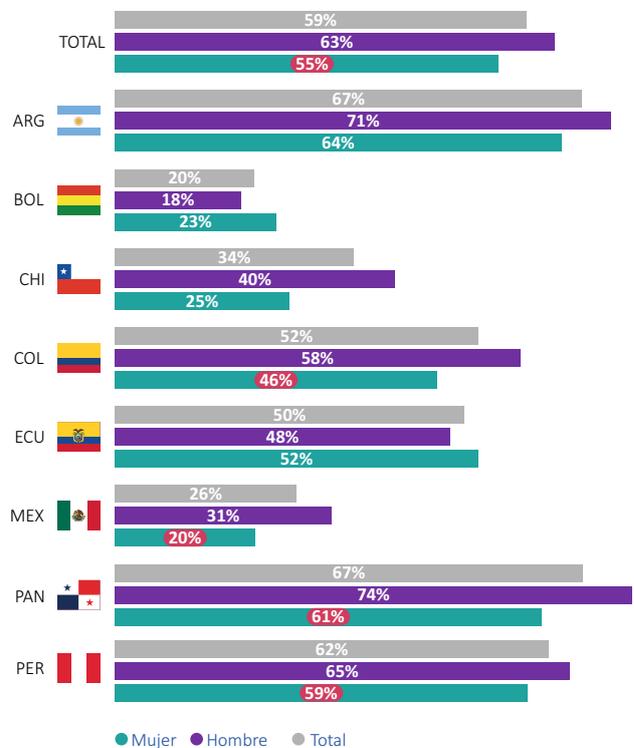
**Gráfico 5: Promedio de barreras para tener productos financieros**  
(ahorro o crédito)



**NOTA** Los números en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa entre hombres y mujeres.  
Elaboración: Ipsos Perú 2024

**Gráfico 6: Uso de billetera móvil para compras y pagos de servicios**

Frecuencia diaria o varias veces a la semana



**NOTA** Los números en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa entre hombres y mujeres.  
Elaboración: Ipsos Perú 2024

En cuanto al uso frecuente de la billetera móvil para pagar productos y servicios... se notan diferencias significativas entre hombres y mujeres... solo en dos países...

Al analizar la variable de ahorro, se observa que un mayor porcentaje de mujeres en comparación con los hombres no ahorra (75% vs. 70%). Esta diferencia es más notable en

Argentina y Colombia, donde además la brecha entre hombres y mujeres es más pronunciada.

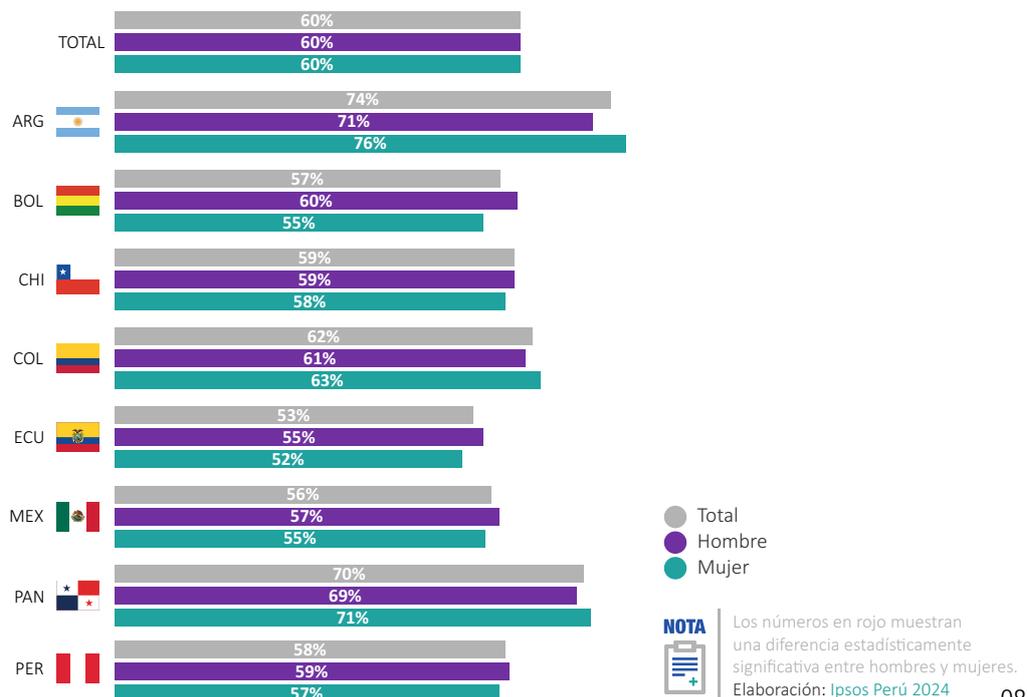
Gráfico 7: Ciudadanos que no ahorraron en el último año



Respecto a la utilidad percibida de los medios digitales como billeteras móviles o aplicativos de bancos, los hombres (60%) reportan una evaluación general de la utilidad de medios

digitales similar a la de las mujeres (60%), por lo que no se encuentra alguna brecha significativa en este indicador a nivel general o en algún país.

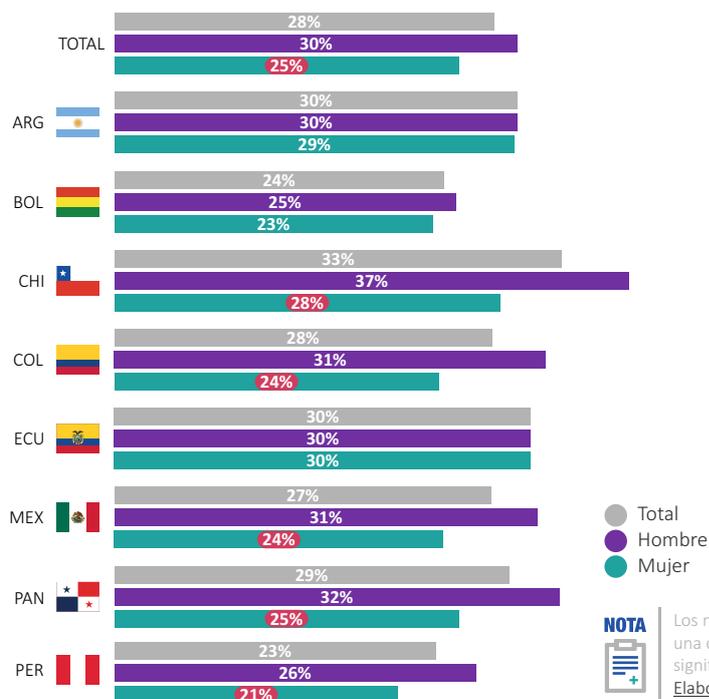
Gráfico 8: Personas que evalúan bien la utilidad de los medios de pago digitales (% buena + muy buena)



Sin embargo, cuando se examinan las percepciones que tienen las personas en torno a la seguridad de realizar transacciones, a nivel general, las mujeres reportan sentir una menor seguridad, diferencia que se evidencia en Chile, Colombia, México, Panamá y Perú.

### Gráfico 9: Personas que se sienten seguras haciendo transacciones financieras

(% de acuerdo + completamente de acuerdo)



...en torno a la seguridad de realizar transacciones ...a nivel general las mujeres reportan sentir una menor seguridad...

## IV. Análisis interseccional: Resultados dentro del grupo de mujeres

Esta sección presenta los resultados del estudio desde un enfoque interseccional de la mujer. La interseccionalidad se refiere a la interacción entre dos o más factores sociales que definen a una persona. En este caso, el género, el nivel socioeconómico, el ámbito geográfico, la edad o la autoidentificación étnica afectan a una persona de manera conjunta, y se entrelazan de distintas formas, dando lugar a diversas desigualdades<sup>9</sup>. Por ejemplo, las experiencias de una mujer en un entorno urbano difieren de aquellas en un contexto rural.

Así, las mujeres de los países participantes del estudio no forman un único grupo homogéneo, sino que dentro de ellas se presentan grupos que son más vulnerables que

otros. Por lo tanto, cuando se habla de brechas de género, la interseccionalidad es clave para entender las distintas inequidades que afectan a las mujeres de la región<sup>9</sup>, y en este caso, las diferencias observadas en los niveles de logro de inclusión financiera.

Además, es posible observar este proceso desde una perspectiva histórica al analizar la data recopilada en ediciones anteriores del IIF. En primer lugar, se evidencia una tendencia decreciente en la proporción de mujeres con un bajo nivel de inclusión financiera, que disminuyó de 56% en 2021 a 38% en 2023. Por otro lado, si bien el porcentaje de mujeres en el nivel alcanzado aumentó de 11% a 23% en 2022, se mantiene estable en 21% en 2023

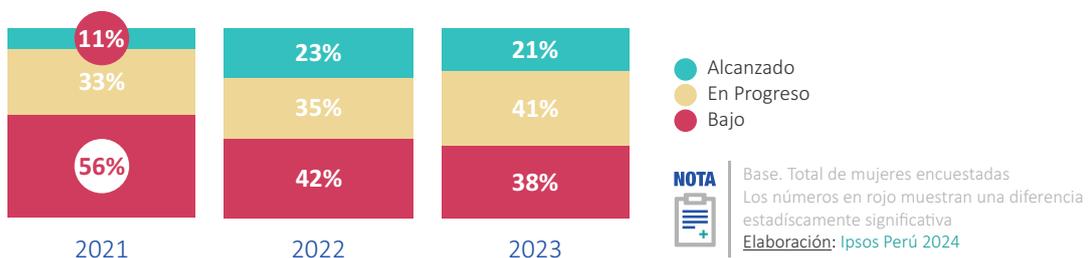
### Interseccionalidad

El enfoque interseccional intenta dar un marco analítico para comprender cómo el género converge con otras variables e identidades (nivel socioeconómico, edad, ocupación principal, etc.), lo que da lugar a experiencias de privilegio o discriminación.



Gráfico 10: Índice de Inclusión Financiera de Credicorp entre mujeres-evolución por años

(% de la población, según niveles de logro)



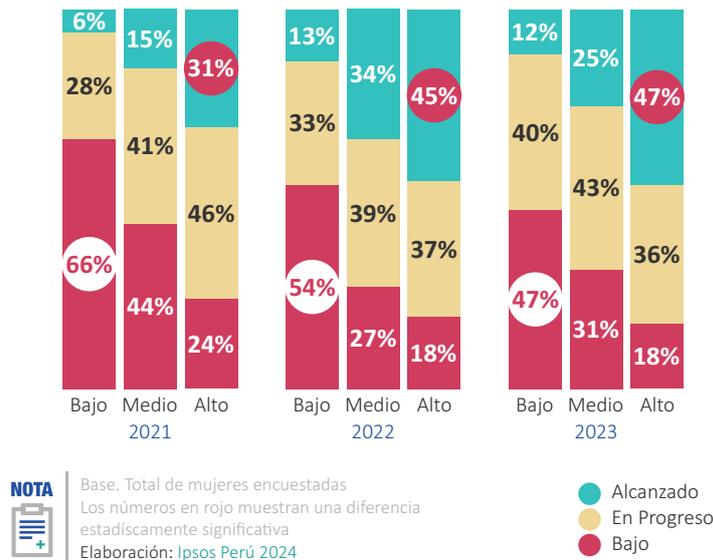
<sup>9</sup> Ríos, 2022

Al analizar a las mujeres según su nivel socioeconómico (NSE), se observa que la mitad de aquellas de un NSE alto se encuentra en un nivel alcanzado de inclusión financiera, mientras que la mitad de las mujeres de NSE bajo se encuentra en un nivel bajo de inclusión financiera. Sin

embargo, a lo largo de los años se evidencia una disminución en la proporción de mujeres en el nivel bajo de inclusión financiera, en particular entre aquellas de NSE bajo y medio.

**Gráfico 11: Índice de Inclusión Financiera de Credicorp entre mujeres por nivel socioeconómico-evolución por años**

(% de la población, según niveles de logro)

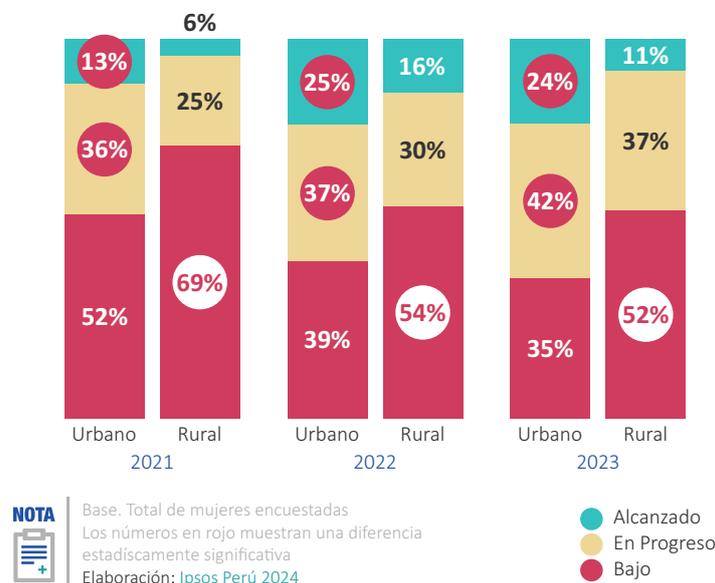


Mientras que el 24% de las mujeres de zonas urbanas se encuentra en un nivel alcanzado de inclusión financiera, solo el 11% de mujeres rurales llega a este nivel, lo que genera una brecha de 13 puntos porcentuales, la cual es

más amplia que las registradas en las dos primeras mediciones. Sin embargo, en ambos grupos la proporción de mujeres en el nivel bajo ha disminuido a un ritmo similar desde la primera medición.

**Gráfico 12: Índice de Inclusión Financiera de Credicorp entre mujeres por ámbito-evolución por años**

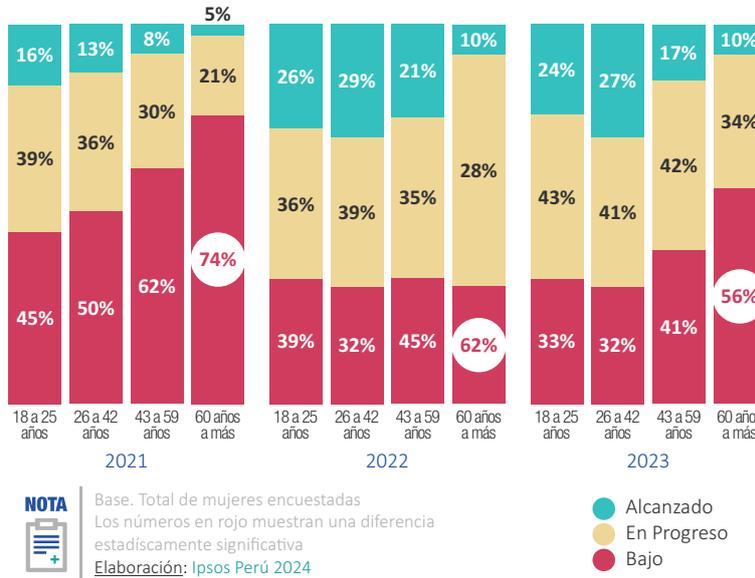
(% de la población, según niveles de logro)



En cuanto a los resultados por edad, se evidencia que a una menor edad hay un mayor nivel de inclusión financiera, mientras que con las mujeres que superan los 60 años ocurre lo contrario. No obstante, la tendencia a ampliarse

de los grupos “en progreso” y alcanzado, y la disminución del grupo que clasifica con un nivel bajo de inclusión financiera se observa en casi todos los grupos de edad.

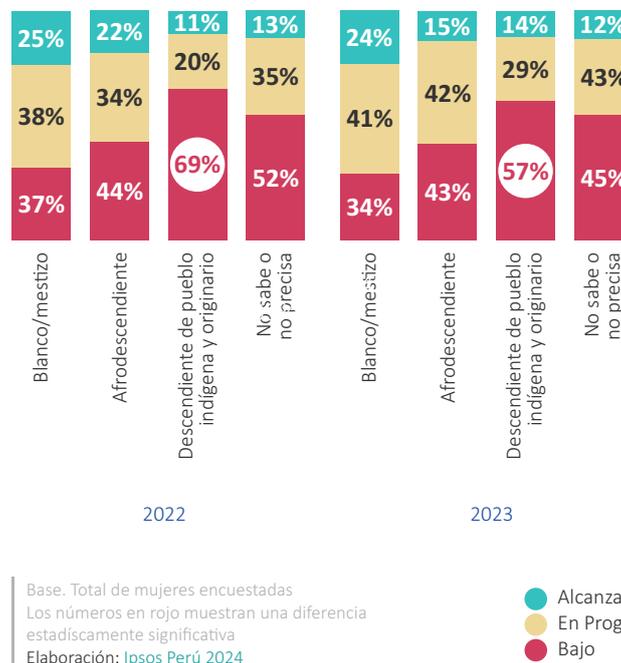
**Gráfico 13: Índice de Inclusión Financiera de Credicorp entre mujeres por grupos de edad-evolución por años**  
(% de la población, según niveles de logro)



Por último, solo el 14% de mujeres que se autoidentifican como indígenas se encuentran en un nivel alcanzado de inclusión financiera, en comparación con mujeres que se identifican como blanca/mestiza (24%). Sin embargo, al igual que con las otras variables estudiadas, las mujeres

que se autoidentifican como descendientes de pueblos originarios en el nivel bajo de inclusión financiera han pasado de un 69% en 2022 a un 57% en 2023, la mayor reducción observada entre los segmentos.

**Gráfico 14: Índice de Inclusión Financiera de Credicorp entre mujeres por autoidentificación étnica-evolución por años**  
(% de la población, según niveles de logro)

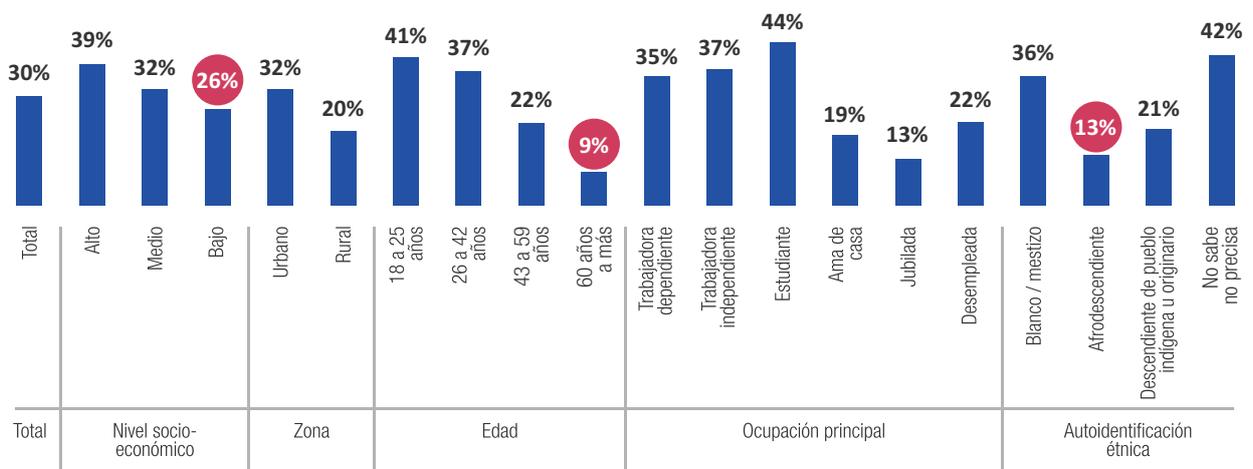


## Dimensión de acceso

El 30% de mujeres en los países participantes del IIF cuenta con una billetera móvil. No obstante, esta proporción sube a 39% entre las mujeres de NSE alto, mientras que entre las mujeres de NSE bajo llega al 26%. Por otro lado, la proporción de tenencia de billetera móvil es mayor entre mujeres del ámbito urbano (32% vs. 20% mujeres del ámbito rural). En cuanto a la edad, solo 1 de cada 10

mujeres de 60 años a más cuenta con una billetera móvil. En tanto que la tenencia de este producto llega al 41% entre las mujeres más jóvenes. Las mujeres que se autoidentifican como afrodescendientes son el grupo étnico con una menor proporción de tenencia de billetera móvil (13%).

Gráfico 15: Tenencia de billetera móvil



Base. Total de mujeres encuestadas

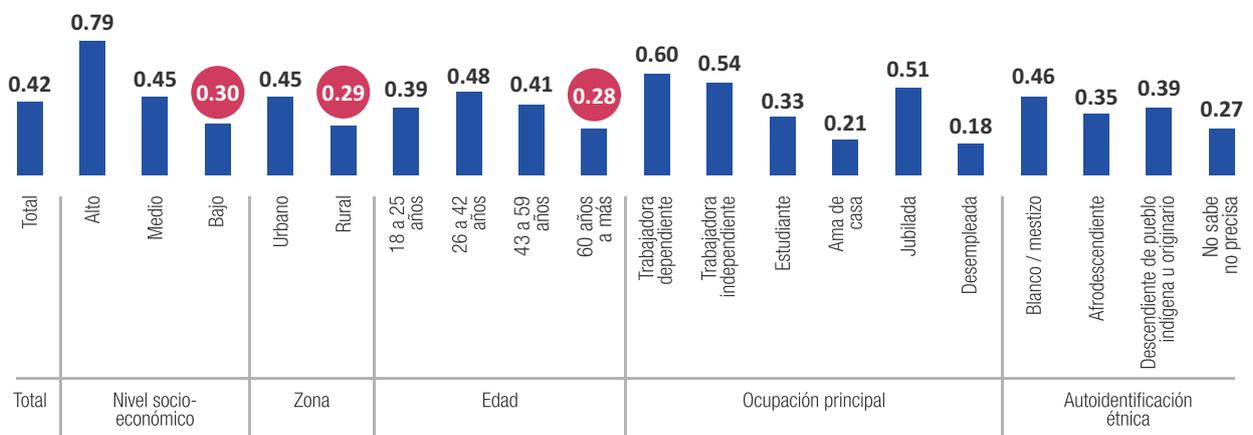
Nota. Los números marcados en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa menor frente a los otros grupos, mientras que los números marcados en azul muestran una diferencia estadísticamente mayor.

Elaboración: Ipsos Perú 2024

Las mujeres de NSE bajo (0.30), del ámbito rural (0.29) y mayores de 60 años (0.28) reportan un menor número de productos de crédito que sus contrapartes. Las amas de

casa (0.21) y las desempleadas (0.18) presentan el menor número de estos productos entre los demás grupos ocupacionales.

Gráfico 16: Mujeres: Promedio de tenencia de productos de crédito



Base. Total de mujeres encuestadas

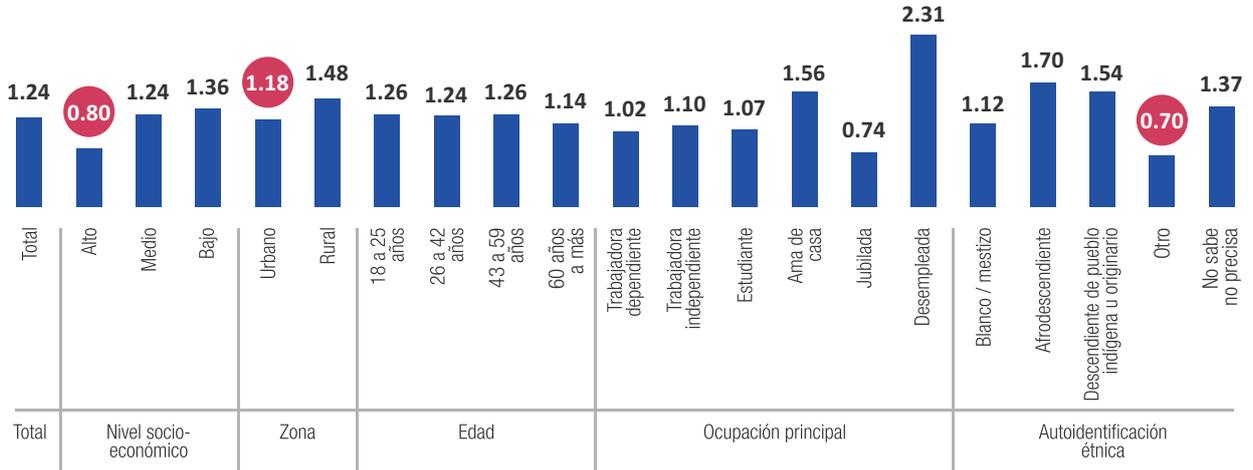
Nota. Los números marcados en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa menor frente a los otros grupos, mientras que los números marcados en azul muestran una diferencia estadísticamente mayor.

Elaboración: Ipsos Perú 2024

En línea con esto, las mujeres de NSE bajo (1.36) y del ámbito rural (1.48) reportan un mayor número de barreras para tener productos financieros. Entre los grupos ocupacionales, son las mujeres desempleadas (2.31) y las amas de casa (1.56) quienes reportan un mayor número de

barreras. Por autoidentificación étnica, las mujeres afrodescendientes (1.70) e indígenas (1.54) indican un mayor número de barreras que las mujeres blancas o mestizas (1.12).

**Gráfico 17: Mujeres: Promedio de barreras para tener productos financieros (ahorro o crédito)**



Base. Total de mujeres encuestadas

Nota. Los números marcados en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa menor frente a los otros grupos, mientras que los números marcados en azul muestran una diferencia estadísticamente mayor.

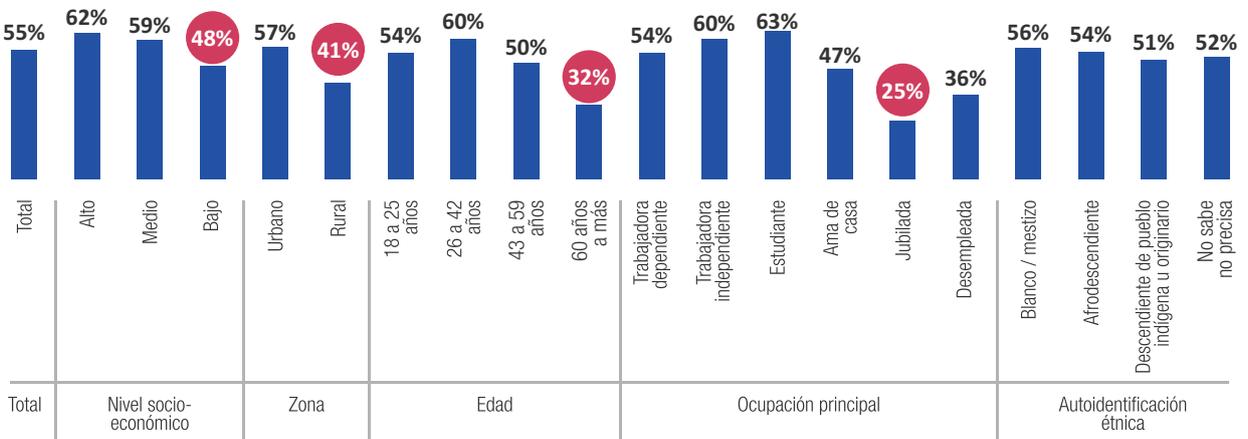
Elaboración: Ipsos Perú 2024

## Dimensión de uso

A nivel global, más de la mitad (55%) de las mujeres que poseen una billetera móvil hacen uso de ella de manera diaria o varias veces a la semana. Sin embargo, esta cifra

disminuye de manera significativa entre las mujeres de NSE bajo (48%), del ámbito rural (41%), de 60 años a más (32%) y jubiladas (25%).

**Gráfico 18: Mujeres: Uso de billetera móvil para compras y pagos de servicios-Frecuencia diaria o varias veces a la semana**



Base. Total de mujeres encuestadas que tienen billetera móvil

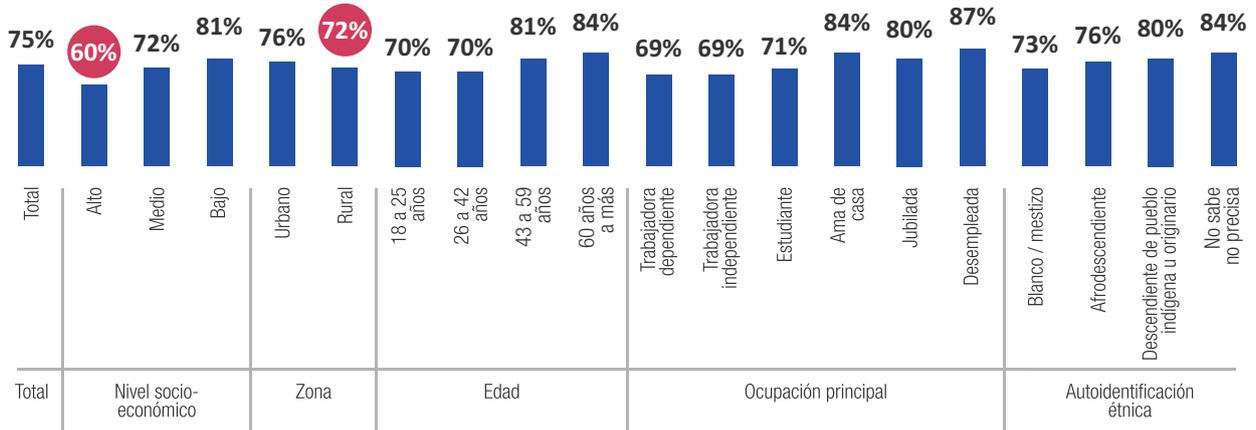
Nota. Los números marcados en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa menor frente a los otros grupos, mientras que los números marcados en azul muestran una diferencia estadísticamente mayor.

Elaboración: Ipsos Perú 2024

Tres de cada cuatro mujeres de la región reportan no tener ahorros. Esta cifra se eleva a un 81% entre mujeres de NSE bajo. A diferencia de los demás indicadores estudiados, un porcentaje mayor de mujeres urbanas (76%) señala no ahorrar en comparación con las mujeres rurales (72%).

Los grupos de mayor edad, mujeres entre 43 y 59 años (81%) y aquellas de 60 años a más (84%), así como amas de casa (84%) o desempleadas (87%) indican, en mayor medida, que no ahorran.

Gráfico 19: Mujeres: Ciudadanas que no ahorraron en el último año



**NOTA** Base. Total de mujeres encuestadas  
 Nota. Los números marcados en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa menor frente a los otros grupos, mientras que los números marcados en azul muestran una diferencia estadísticamente mayor.  
 Elaboración: Ipsos Perú 2024



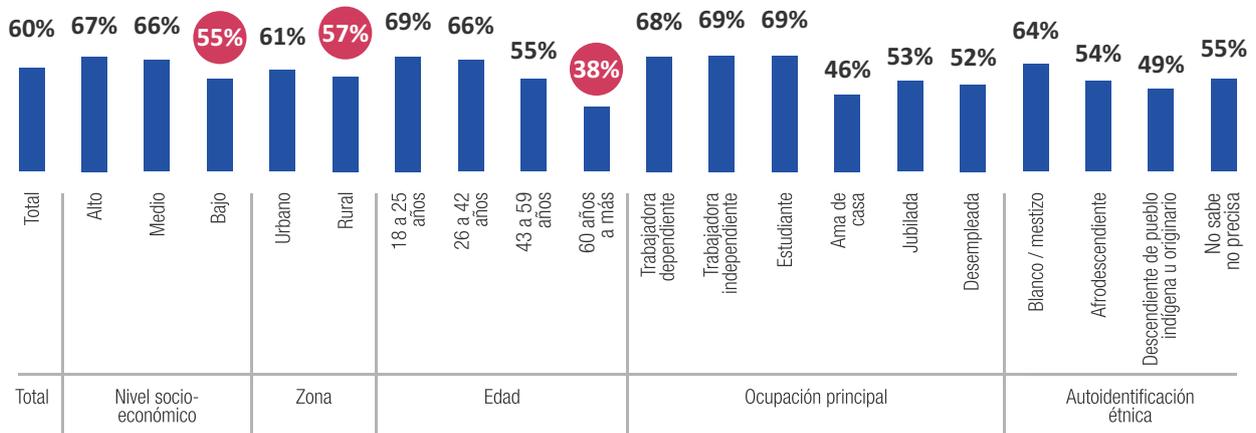
## Dimensión de calidad percibida

Seis de cada 10 mujeres reportan evaluar bien o muy bien la utilidad de los medios de pago digitales. Mientras que dos de cada tres mujeres de NSE alto evalúan la utilidad de manera positiva, esta cifra se reduce a 55% en mujeres de NSE bajo. Lo mismo ocurre al analizar mujeres del ámbito urbano (61%) con mujeres del ámbito rural (57%).

Respecto a la edad, tan solo el 38% de mujeres de 60 años a más evalúa la utilidad de los medios digitales de manera positiva. Por autoidentificación étnica, las mujeres del grupo blanco/mestizo (64%) reportan una mayor opinión favorable en comparación con los grupos afrodescendiente (54%) o indígena (49%).

Gráfico 20: Mujeres: Personas que evalúan bien la utilidad de los medios de pago digitales

(% buena + muy buena)



**NOTA** Base. Total de mujeres encuestadas  
 Nota. Los números marcados en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa menor frente a los otros grupos, mientras que los números marcados en azul muestran una diferencia estadísticamente mayor.  
 Elaboración: Ipsos Perú 2024

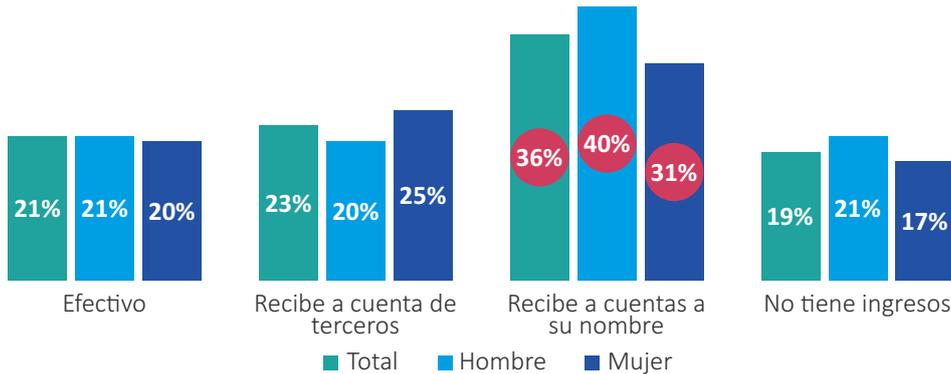
## Ingresos formales

Los pagos digitales desempeñan una función importante para cerrar la brecha de género en el acceso a los servicios financieros. Las transferencias electrónicas ofrecen un acceso más seguro a los pagos para las mujeres y les brindan un control mayor sobre su uso. Esto, a su vez, puede servir como una palanca para acceder a otros servicios financieros como el ahorro, el crédito y los seguros.<sup>10</sup>

De esa manera, se observa que las personas que reciben ingresos a cuentas en su nombre puntúan más alto que las personas que reciben sus ingresos en efectivo, a través de cuentas de terceros, o que no tienen ingresos, en la seguridad percibida del sistema financiero. Esta diferencia se mantiene tanto en hombres como en mujeres.

Gráfico 21: **Personas que se sienten seguras realizando transacciones financieras por medio de recepción de ingresos**

(% de acuerdo + completamente de acuerdo)



**NOTA**

Base. Total de encuestados  
Los números en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa entre hombres y mujeres.  
Elaboración: Ipsos Perú 2024

## Digitalización

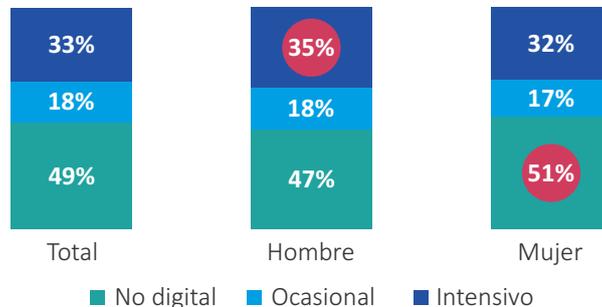
Cuando se habla de digitalización se hace referencia a la tenencia, el uso y las percepciones de productos y servicios digitales, entre los que se incluyen las aplicaciones móviles de entidades financieras, la banca en línea y las billeteras móviles. Estos productos y servicios digitales desempeñan un importante papel en la inclusión financiera<sup>11</sup>.

financiera: a) usuario no digital, b) usuario ocasional y c) usuario intensivo<sup>12</sup>.

Cuando se comparan estos niveles de digitalización por género, se observa que la proporción de hombres que clasifica como usuario intensivo es significativamente mayor que la de mujeres (35% vs. 32%). Asimismo, el 51% de mujeres es clasificada como usuario no digital, en comparación con el 47% de hombres.

Los indicadores recogidos por el IIF permiten clasificar a los ciudadanos en tres diferentes niveles de digitalización

Gráfico 22: **Niveles de digitalización por género**



**NOTA**

Base. Total de encuestados  
Los números en rojo muestran una diferencia estadísticamente significativa entre hombres y mujeres.  
Elaboración: Ipsos Perú 2024

<sup>10</sup> World Economic Forum, 2022

<sup>11</sup> World Economic Forum, 2022

<sup>12</sup> Usuario intensivo: Usuarios que hacen uso de medios digitales para hacer transacciones financieras por lo menos una vez al mes.

Usuario ocasional: Usuarios que hacen uso de medios digitales para llevar a cabo transacciones financieras de manera ocasional.

Usuario no digital: Personas que no hacen uso de medios digitales para realizar transacciones financieras

## V. Key findings

- A pesar de que la brecha de género en inclusión financiera en América Latina persiste, esta ha disminuido desde la primera medición del IIF. A la fecha, mientras que un 26% de hombres se encuentra en el nivel alcanzado de inclusión financiera, solo un 21% de mujeres logra ubicarse en el mismo nivel. Sin embargo, mientras que en 2021 más de la mitad de las mujeres (56%) se situaban en el nivel bajo, esta cifra en 2023 es de 38%.
- Al ver los resultados por dimensiones, se evidencia que hay un mayor porcentaje de hombres que de mujeres en el nivel alcanzado en acceso, uso y calidad percibida de productos y servicios financieros. Solo 1 de cada 5 mujeres se ubicó en el nivel alcanzado en la dimensión de uso.
- La brecha de género también se observa en los diferentes indicadores recolectados en el IIF. En la dimensión de acceso, los hombres reportan mayores niveles de tenencia de billeteras móviles y productos de crédito en general, mientras que las mujeres indican un mayor número de barreras para contar con productos financieros.
- A pesar de las diferencias significativas a nivel global entre hombres (63%) y mujeres (55%) que utilizan su billetera móvil para compras y pagos de manera diaria o varias veces a la semana, a nivel de país estas brechas destacan en Colombia, México, Panamá y Perú.
- Se observa una brecha en el indicador de seguridad percibida entre hombres (30%) y mujeres (25%), la cual se replica en Chile, Colombia, México, Panamá y Perú. Esto es un indicador de que las mujeres se sienten menos seguras que los hombres al hacer transacciones financieras.
- Además, recibir ingresos en una cuenta a su nombre brinda a las mujeres una mayor percepción de seguridad, en comparación con otros medios como el efectivo o recibir ingresos a través de cuentas de terceros.
- Es necesario seguir con la evaluación de los resultados desde un enfoque interseccional, pues la brecha de género no es la misma para todos los grupos de mujeres. Las mujeres de NSE bajo, mujeres de ámbito rural, mujeres mayores de 60 años y aquellas que se autoidentifican como indígenas o como parte de un pueblo originario son las que se encuentran más rezagadas en términos de inclusión financiera.
- En torno al tema de digitalización, hay también una brecha ligera a favor de los hombres: el 51% de las mujeres aún no son usuarias de los productos digitales, mientras que este porcentaje es menor entre los hombres (47%). Independientemente de esto, se considera a ambos porcentajes como altos. Adicionalmente, el nivel de digitalización no es parejo entre todas las mujeres: las de NSE bajo, mayores de 60 años y quienes se autoidentifican como afrodescendientes son quienes menos acceden a billeteras digitales. Además, las mujeres mayores, jubiladas, de NSE bajo y quienes viven en zonas rurales son las que menos utilizan este medio digital para sus transacciones.

## VI. Referencias

1. Credicorp (2022). Índice de inclusión financiera de Credicorp 2022. Disponible en: <https://grupocredicorp.com/indice-inclusion-financiera/>
2. Harris, B. (2017). What is the gender gap (and why is it getting wider)? Disponible en: <https://www.weforum.org/agenda/2017/11/the-gender-gap-actually-got-worse-in-2017/>
3. Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, and Saniya Ansar. 2022. The Global Findex Database (2021). Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19. Washington, DC: World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1897-4>
4. Hinostroza, Á., & Ramírez, D. (2023). Políticas y marcos normativos de inclusión financiera en los países de la Alianza del Pacífico. Revista Moneda, (193), 30-36.
5. Ríos, L. (2022). Qué es la interseccionalidad y por qué te importa saberlo. Disponible en: <https://blogs.iadb.org/igualdad/es/que-es-interseccionalidad/>
6. Saavedra, M., Briseño, N., & Velázquez, K. (2022). Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 1-29.
7. World Economic Forum (2022). Acelerando los pagos digitales en América Latina y el Caribe. World Economic Forum.

**ÍNDICE  
DE INCLUSIÓN  
FINANCIERA DE  
CREDICORP  
2023**

Brechas  
de género:  
Un enfoque  
interseccional

Autores:  
**Grupo Crédito S.A.**

Equipo de investigación de Ipsos:  
Patricia Rojas, Investigadora Principal  
Lucía Wiener, Investigadora  
Susana Pinedo, Analista de Investigación  
Luis Sánchez, Director Metodológico

Redacción:  
Hugo Bayona

Diseño y diagramación:  
Marco Antonio Zeballos