

ÍNDICE DE INCLUSIÓN FINANCIERA DE CREDICORP 2024

II Encuentro Regional de
Desarrollo e Inclusión
Financiera de Credicorp

19 agosto 2024

Powered by Ipsos Facto



Ficha técnica 2024

Se ha desarrollado un índice de inclusión financiera en varios países de América Latina. Este índice se centra en la demanda y recopila información directamente de la ciudadanía mediante encuestas realizadas en hogares.



Fechas de campo
ABRIL 2024



13,408
personas mayores de
18 años



**Representatividad
nacional urbano rural**

Encuesta cara en hogares de todos los niveles socioeconómicos. Margen de error: ± 2.8 para cada país ($\pm 1.4\%$ para Perú).



8 países en
Latinoamérica



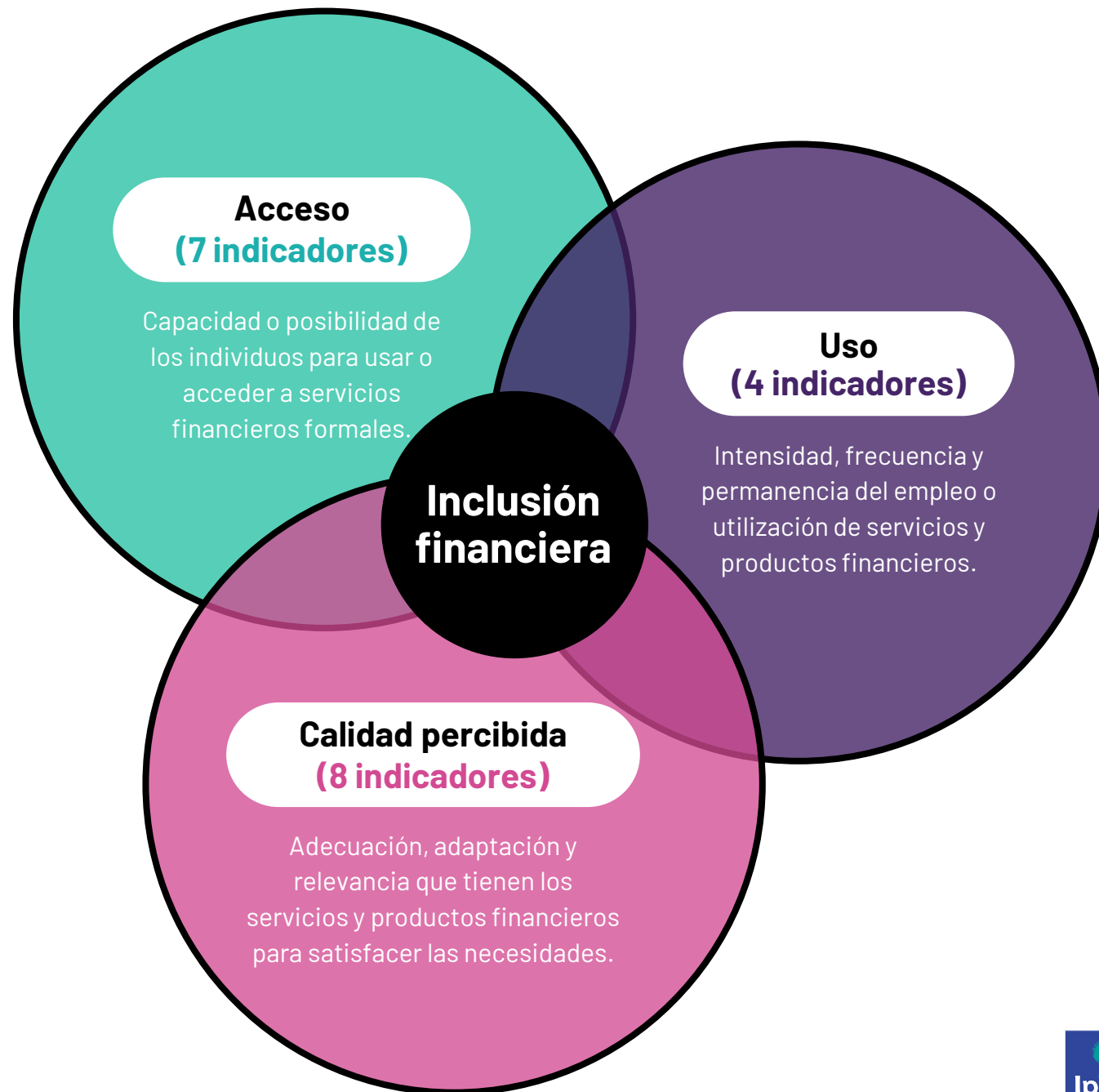
Coordinación general:
IPSOS Perú



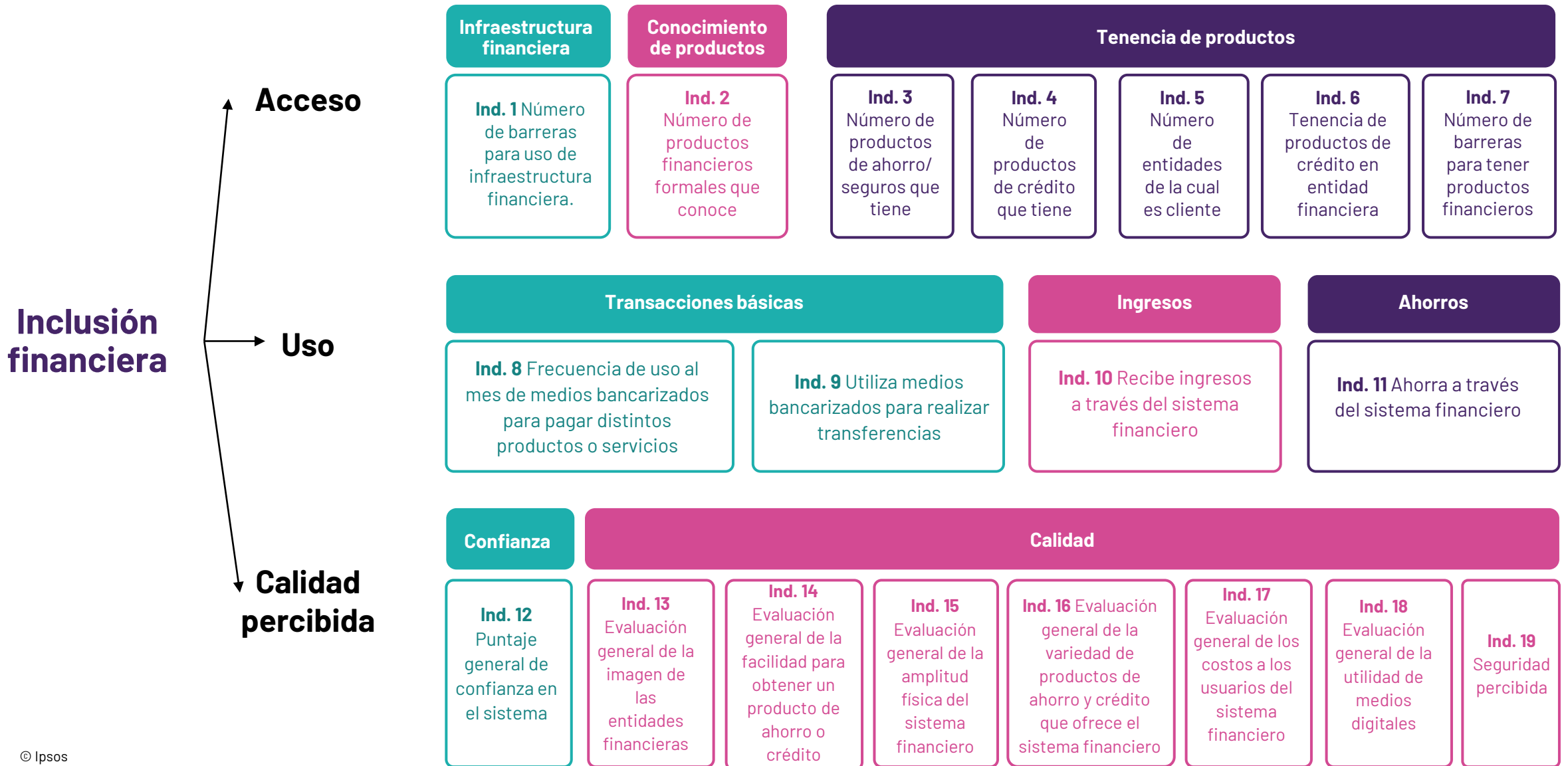
<https://www.grupocredicorp.com/indice-inclusion-financiera/>

¿CÓMO SE MIDE LA INCLUSIÓN FINANCIERA?

El IIF está compuesto por 19 indicadores.



¿CÓMO SE MIDE LA INCLUSIÓN FINANCIERA?



1 RESULTADOS GENERALES 2024

Latinoamérica

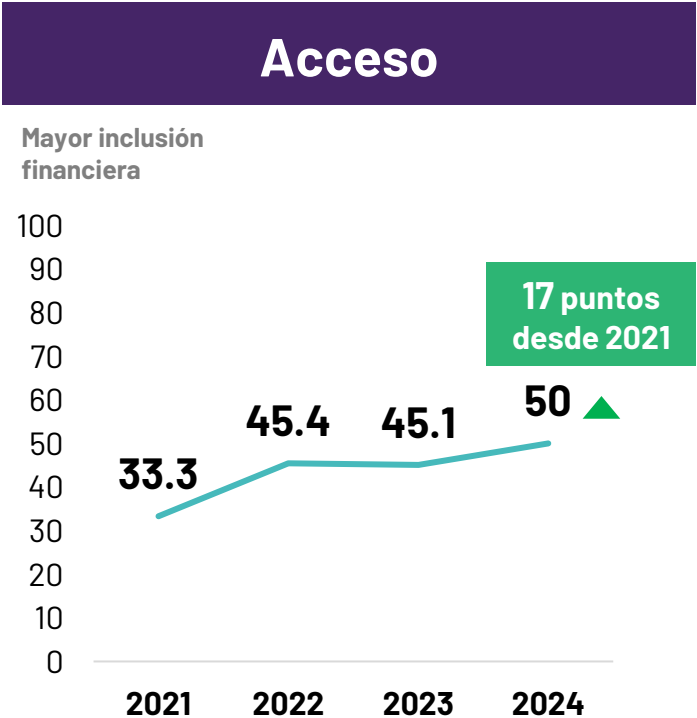
ÍNDICE DE INCLUSIÓN FINANCIERA DE CREDICORP

El IIF a nivel de Latinoamérica sigue mejorando desde su primera medición en el 2021.



Un mayor puntaje en el IIF implica una mayor inclusión financiera; mientras más cercano al 100 se encuentre el puntaje, mayor inclusión financiera representará.

Las dimensiones de **acceso** y **uso** siguen siendo las más críticas, aunque la primera ha mostrado un mayor progreso en comparación con la segunda.



IIF 2024 – Ranking por países

Chile sube una posición, ubicándose en el primer puesto y dejando a Panamá y Argentina en segundo y tercer puesto respectivamente. Perú se mantiene en sexto puesto, arriba de Bolivia y México.

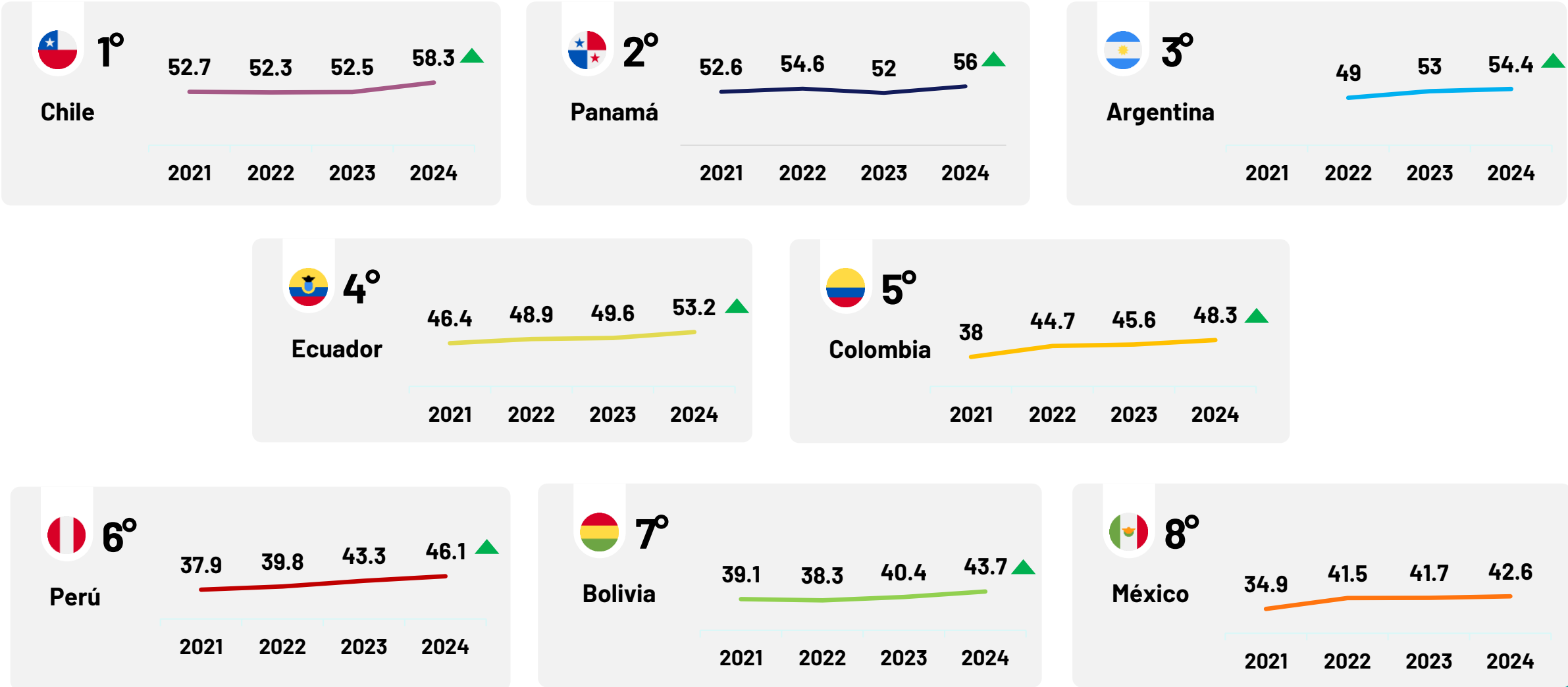
	IIF 2024	RANKING 2024	POSICIÓN (2024 vs. 2023)
 TOTAL	47.6	-	
 Chile	58.3	1	+1
 Panamá	56.0	2	+1
 Argentina	54.4	3	-2
 Ecuador	53.2	4	=
 Colombia	48.3	5	=
 Perú	46.1	6	=
 Bolivia	43.7	7	+1
 México	42.6	8	-1



Un mayor puntaje en el IIF implica una mayor inclusión financiera; mientras más cercano al 100 se encuentre el puntaje, mayor inclusión financiera representará.

Chile, Panamá y Argentina lideran el IIF 2024

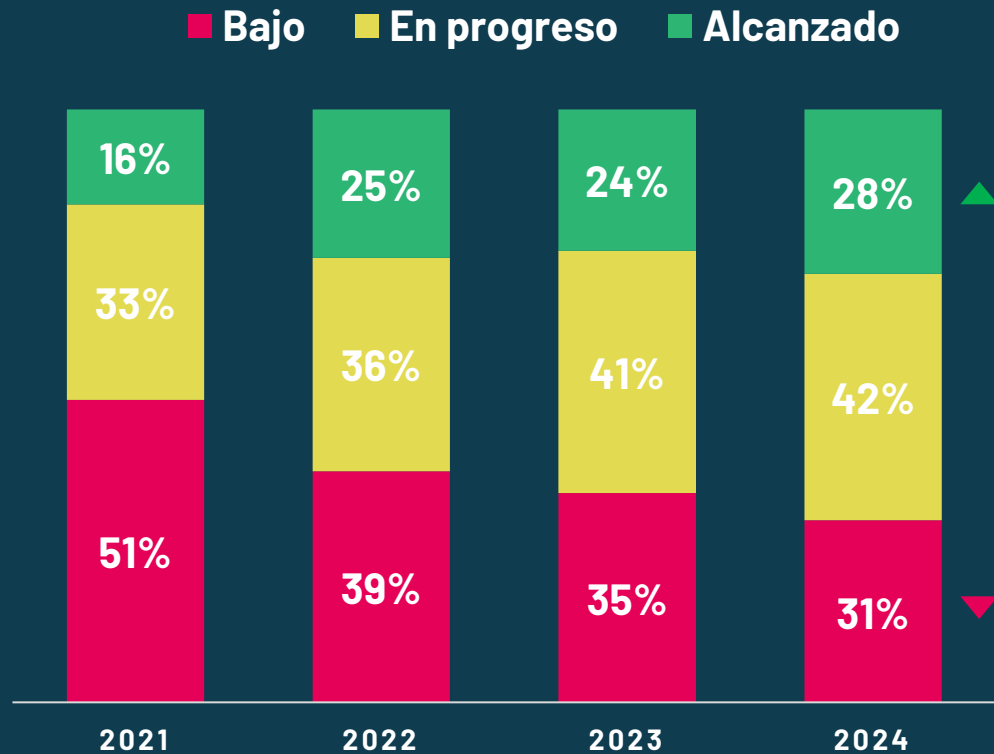
Las principales mejoras en puntaje 2024 se dan en Chile, Panamá y Ecuador.



Un mayor puntaje en el IIF implica una mayor inclusión financiera; mientras más cercano al 100 se encuentre el puntaje, mayor inclusión financiera representará.



RESULTADOS DEL IIF POR NIVELES DE LOGRO POBLACIONAL



En el 2021, solo el 16% de la población adulta latinoamericana tenía un nivel alcanzado de inclusión financiera. A efectos de este índice, el término **"alcanzado"** se refiere al estado en el que una persona no solo conoce y tiene acceso a herramientas financieras, sino que también las utiliza de manera eficiente y regular, confiando en su utilidad y calidad.

En 2022, se observó una mejora en este indicador, logrando que el 25% de la población se encuentre en este nivel, proporción que se mantuvo en el año 2023 y aumenta a un 28% en el 2024.

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.

© Ipsos

El nivel "bajo" agrupa a personas poco incluidas en el sistema financiero, con un bajo conocimiento y tenencia de productos. Tienen 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.

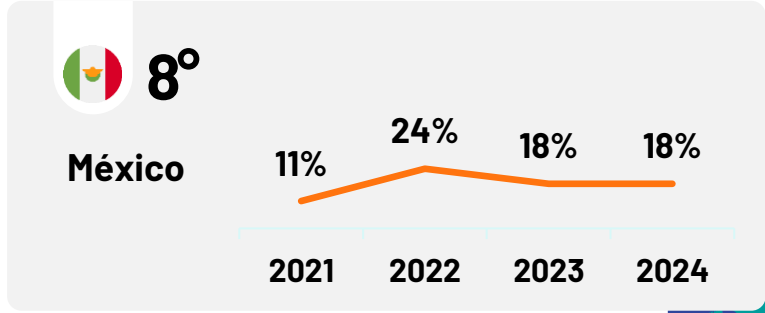
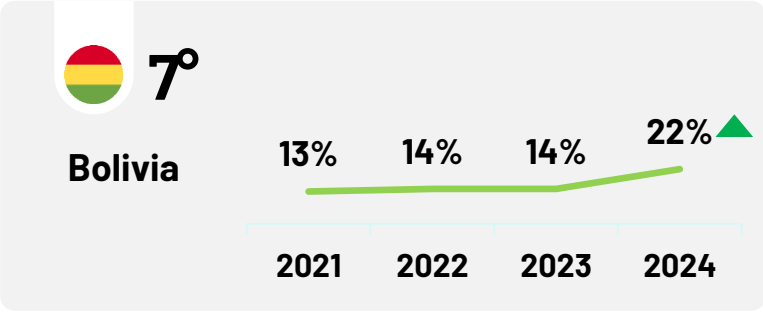
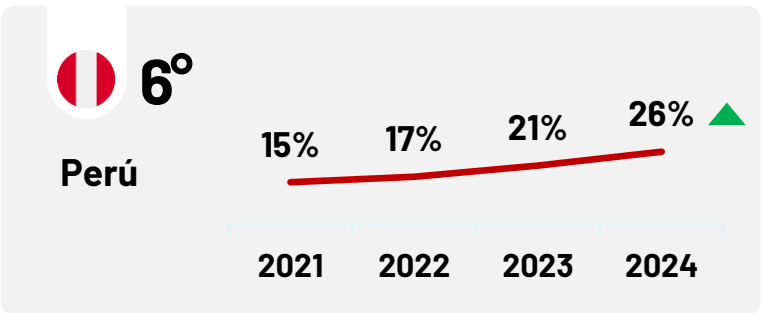
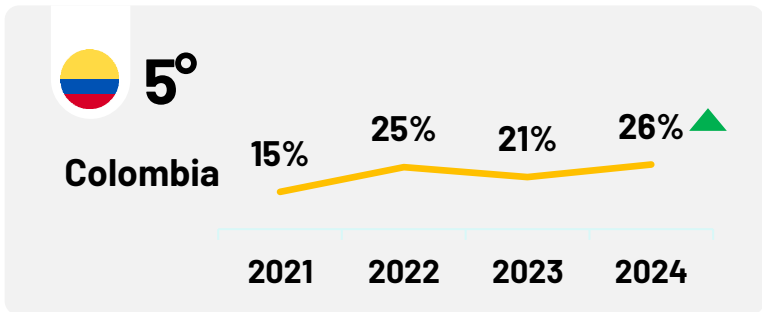
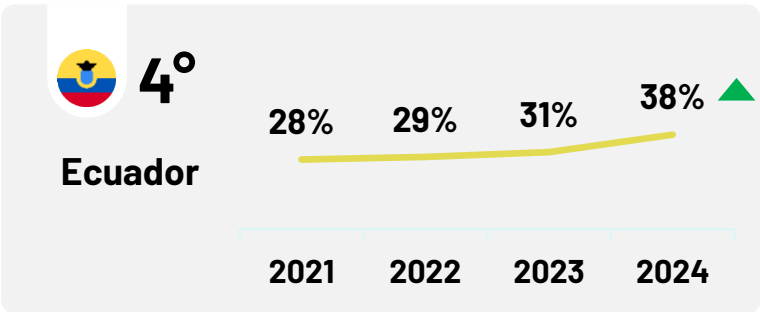
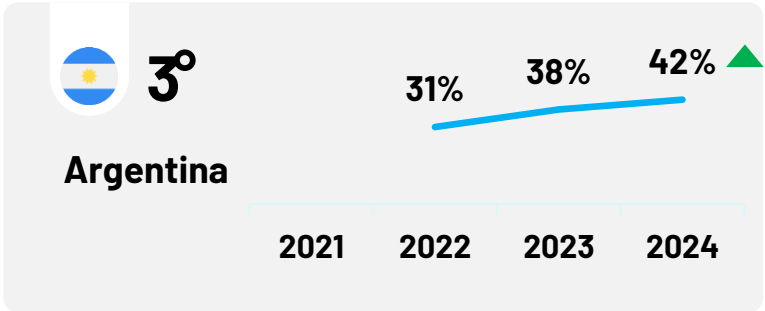
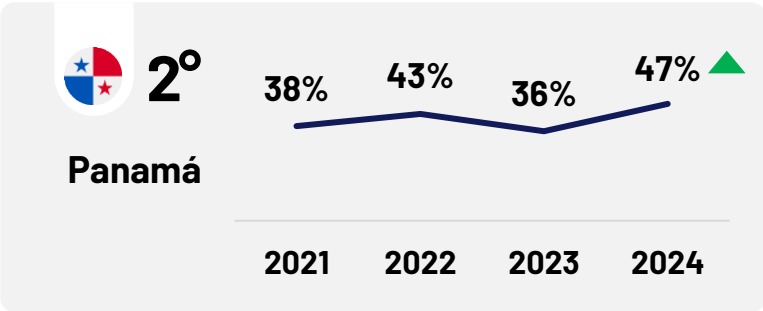
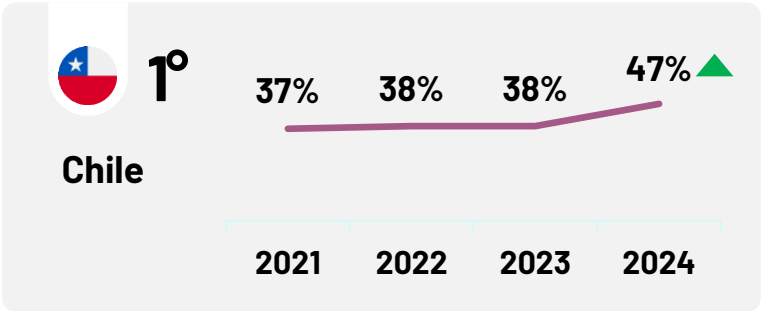


▲ ▼ Significativamente superior/ inferior a 2023

EVOLUCIÓN DEL NIVEL DE LOGRO ALCANZADO

México es el único país que no registra mejoras.

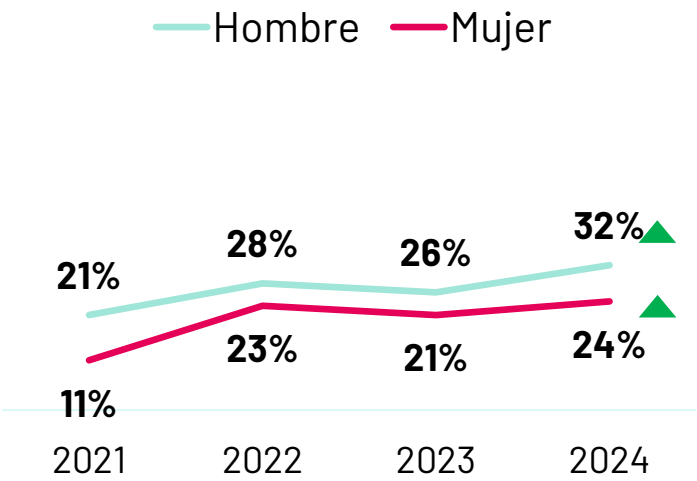
Porcentaje de ciudadanos que se encuentran en el nivel alcanzado de inclusión financiera



BRECHAS: NIVEL DE LOGRO ALCANZADO

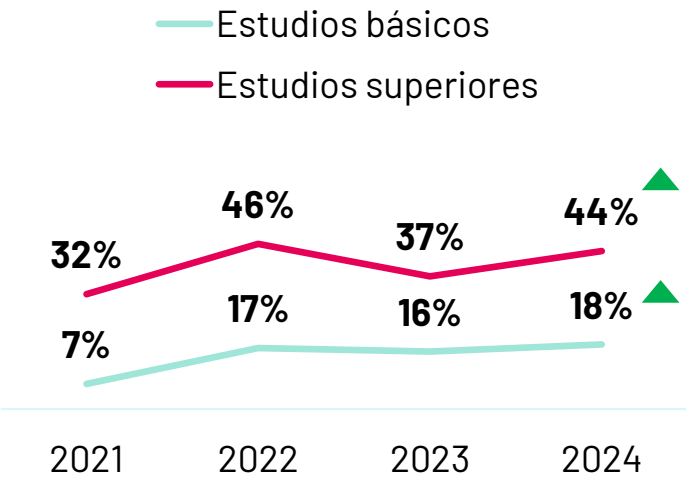
Porcentaje de ciudadanos que se encuentran en el nivel alcanzado de inclusión financiera

Género



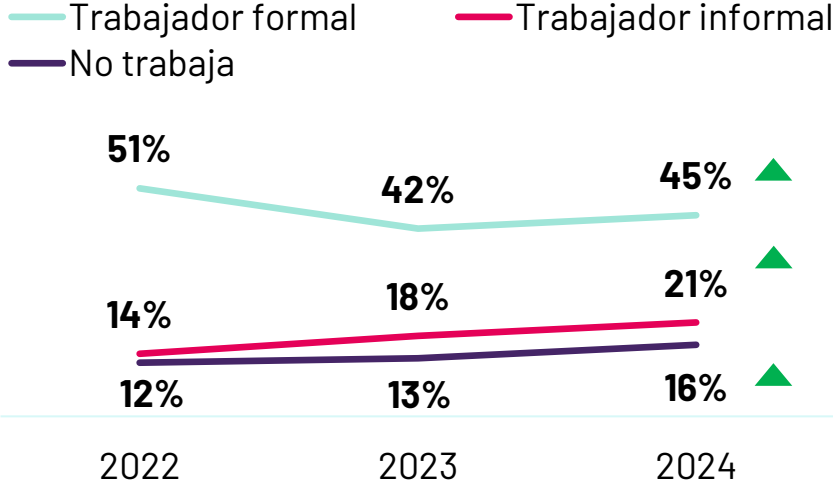
Hombres y mujeres han aumentado su inclusión financiera, pero el avance ha sido mayor en hombres, ampliando la brecha de género en el nivel alcanzado.

Nivel educativo



El segmento con educación superior se recupera respecto a 2023, mientras que el de educación básica no avanza al mismo ritmo, profundizando la brecha entre ambos.

Formalidad del empleo



Si bien la inclusión de trabajadores informales en el nivel de logro alcanzado muestra una tendencia positiva, se mantiene más cerca del segmento que no trabaja que del formal.

2 RESULTADOS POR DIMENSIÓN



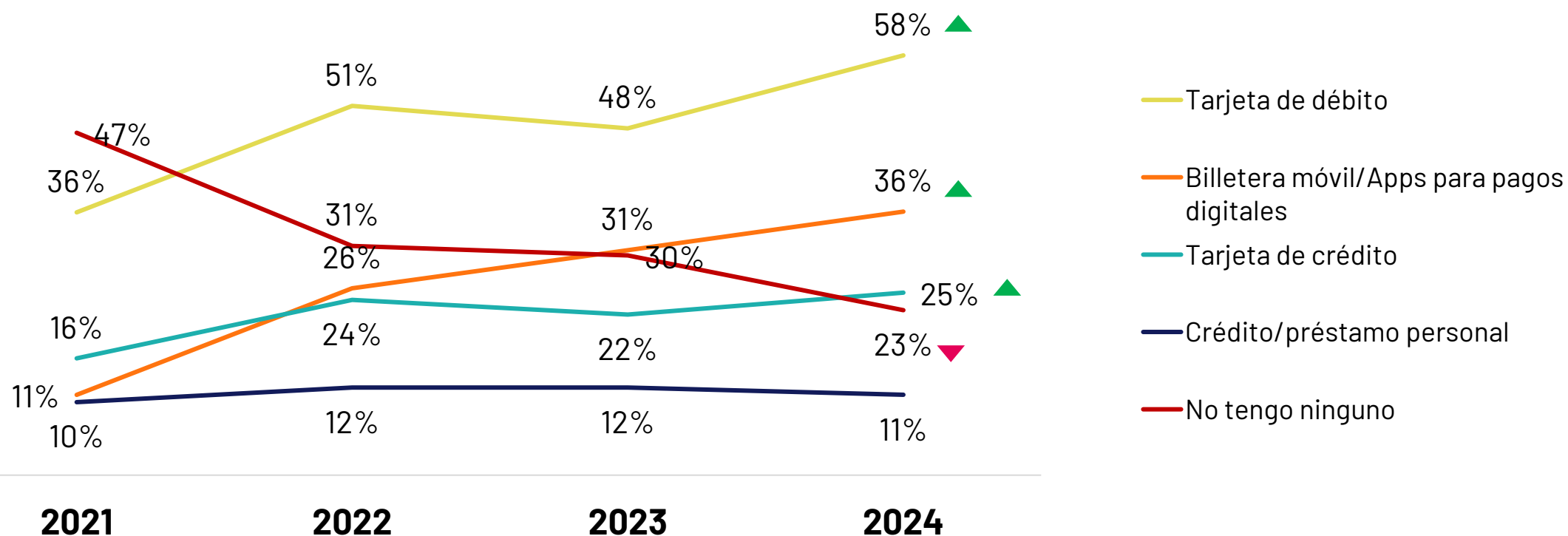
Dimensión de Acceso



Acceso a productos financieros



Tenencia propia o compartida de productos de ahorro y crédito (principales menciones)



Acceso a productos financieros



Panamá, Argentina, Colombia y Perú destacan en la adopción de billeteras móviles y apps de pago, superando incluso a las tarjetas de débito en algunos casos.

Argentina y Panamá lideran en tarjetas de crédito, seguidos de Chile y Ecuador.

									
Principales menciones de productos financieros	Total	Perú	Chile	Ecuador	Colombia	Bolivia	México	Panamá	Argentina
Tarjeta de débito	58%	37%	90%	60%	32%	38%	65%	51%	72%
Billetera móvil, Apps para pagos digitales *	36%	58%	20%	31%	62%	34%	11%	63%	65%
Cuenta de ahorro o corriente	29%	28%	48%	73%	25%	30%	10%	57%	58%
Tarjeta de crédito	25%	18%	32%	31%	19%	15%	22%	37%	40%
Fondo de pensiones/jubilación	18%	12%	35%	10%	26%	12%	13%	24%	20%
Crédito/préstamo personal	11%	15%	14%	19%	13%	13%	8%	25%	11%
No tiene ningún producto financiero (de ahorro o crédito)	23%	28%	4%	14%	26%	32%	28%	19%	12%

Base: Total de entrevistados (13408), Argentina (1202), Bolivia (1200), Chile (1200), Colombia (1201), Ecuador (1220), México (1200), Panamá (1200), Perú (5005)

P7. Por favor, responda con un SÍ o un NO si usted, de manera personal o junto a otras personas, tiene...

* En cada país se preguntó por las principales marcas de billeteras/apps para pago

P10. Por favor responda con un SÍ o un NO si usted, de manera personal o junto a otras personas, tiene...

Significativamente superior/ inferior a otros países

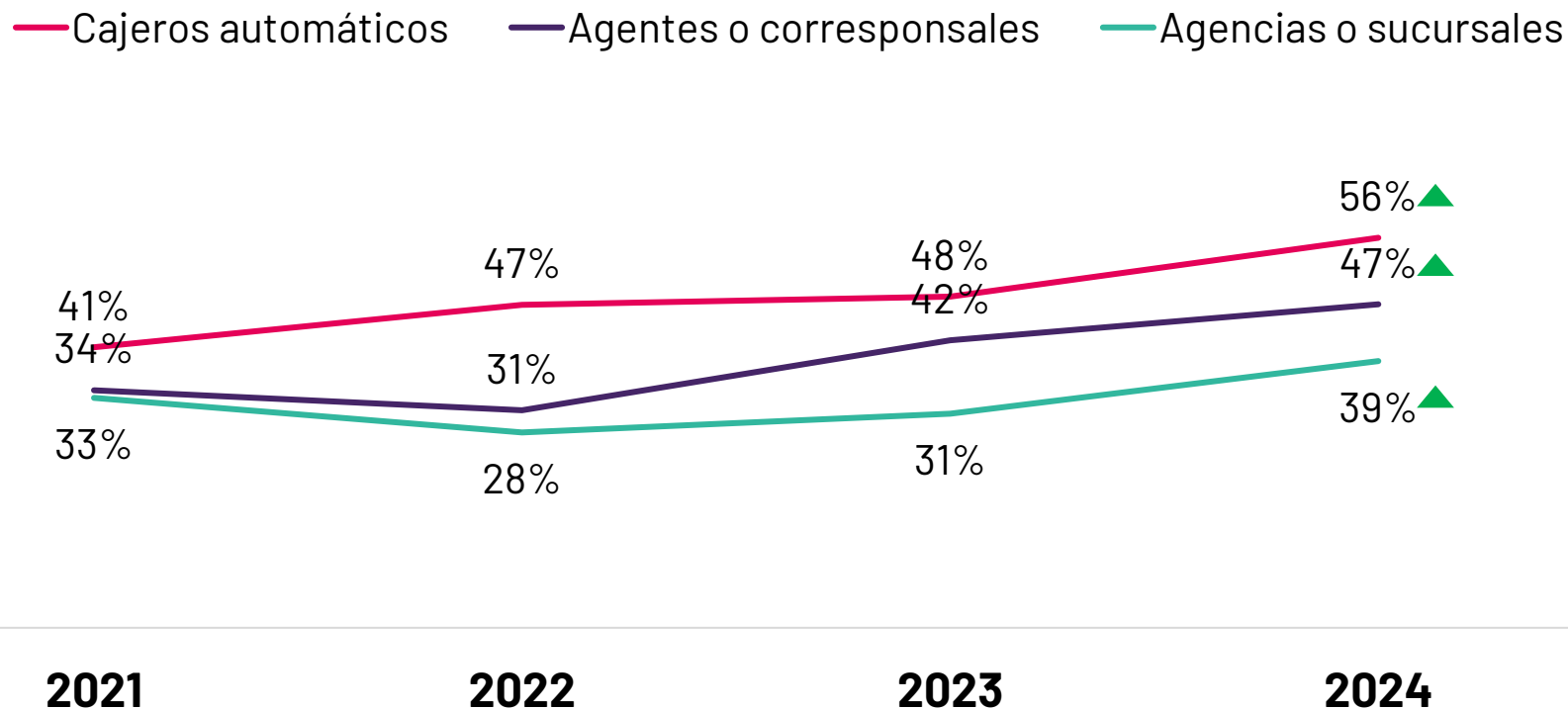
Uso de canales presenciales



Aumento en la cifra de personas que realizan transacciones a través de canales presenciales como cajeros, corresponsales y sucursales.

La mayoría no utiliza estos canales porque no los ha necesitado o prefiere medios digitales. Sin embargo, 1 de cada 4 que no ha usado no ha podido acceder a ellos debido a factores como la lejanía de las sucursales o la falta de conocimiento sobre su funcionamiento.

Uso de alguno de los siguientes lugares de atención en el último año





Dimensión de Uso



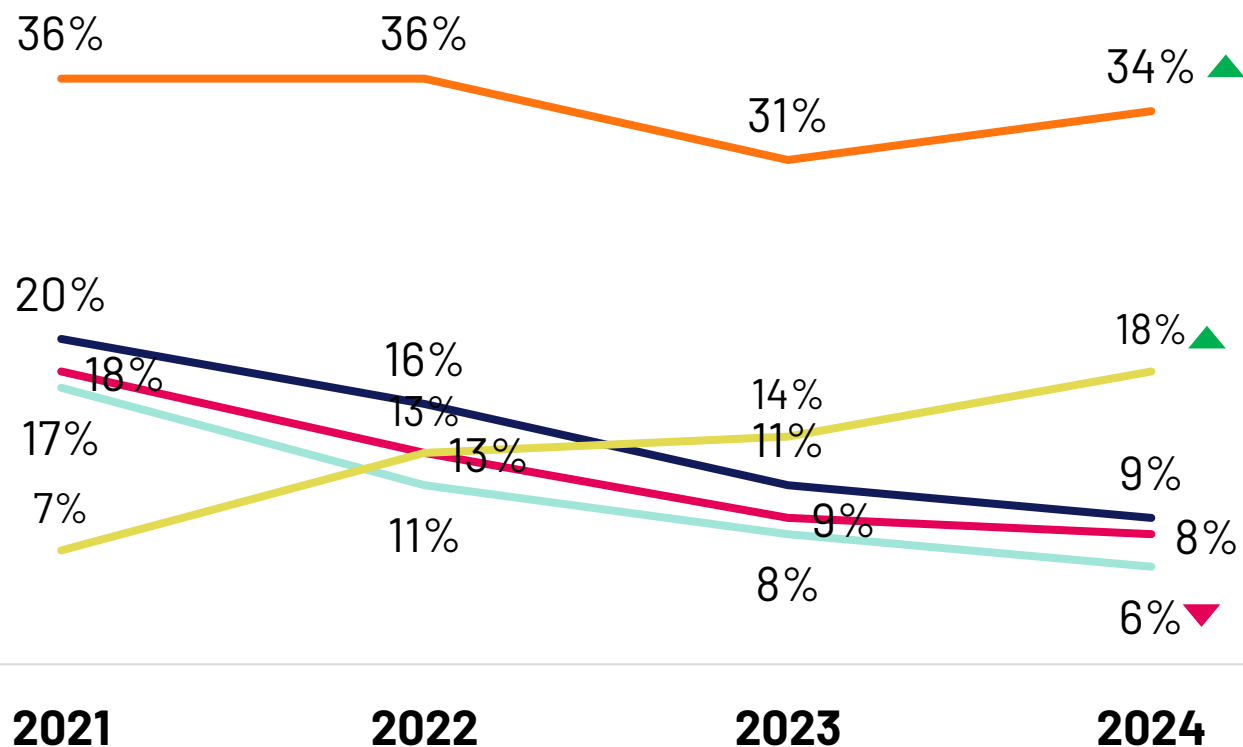
96%

usa **efectivo** como medio de pago para productos y servicios.

La billetera móvil es el medio digital más común.

Medios de pago bancarizados que utilizan para pagos de productos y servicios

- App de entidades financieras
- Banca por internet
- Billeteras móviles/Apps para pagos*
- Tarjeta de crédito
- Tarjeta de débito



Base: Total de entrevistados (13408)

P02. Por favor, responda con un Sí o un NO: cuando ..., usted suele pagar con... Leer opciones.

* En cada país se preguntó por las principales marcas de billeteras/apps para pago



▲ ▼ Significativamente superior/inferior a 2023

Uso de productos financieros



Chile destaca por el uso de tarjetas de débito para el pago de productos y servicios, igualando los niveles de uso del efectivo.

Argentina, Panamá y Perú, los países con mayor acceso a billeteras digitales, muestran un uso importante de estos servicios.

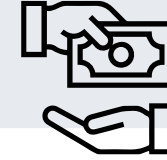
									
Medios con los que suele pagar productos y servicios	Total	Perú	Chile	Ecuador	Colombia	Bolivia	México	Panamá	Argentina
Efectivo	96%	98%	73%	100%	99%	100%	99%	96%	89%
Tarjeta de débito	34%	17%	77%	32%	16%	10%	35%	24%	52%
Billetera móvil Apps para pagos digitales	18%	38%	1%	10%	27%	13%	2%	39%	45%
Aplicativo/APP celular de Entidad Financiera	9%	9%	27%	15%	6%	12%	5%	16%	13%
Tarjeta de crédito de una Institución Financiera	8%	5%	10%	15%	5%	2%	6%	7%	20%
Banca por internet	6%	7%	12%	14%	5%	8%	3%	7%	8%

Base: Total de entrevistados (13408), Argentina (1202), Bolivia (1200), Chile (1200), Colombia (1201), Ecuador (1220), México (1200), Panamá (1200), Perú (5005)

P2. Por favor, responda con un SÍ o un NO: cuando ..., usted suele pagar con...

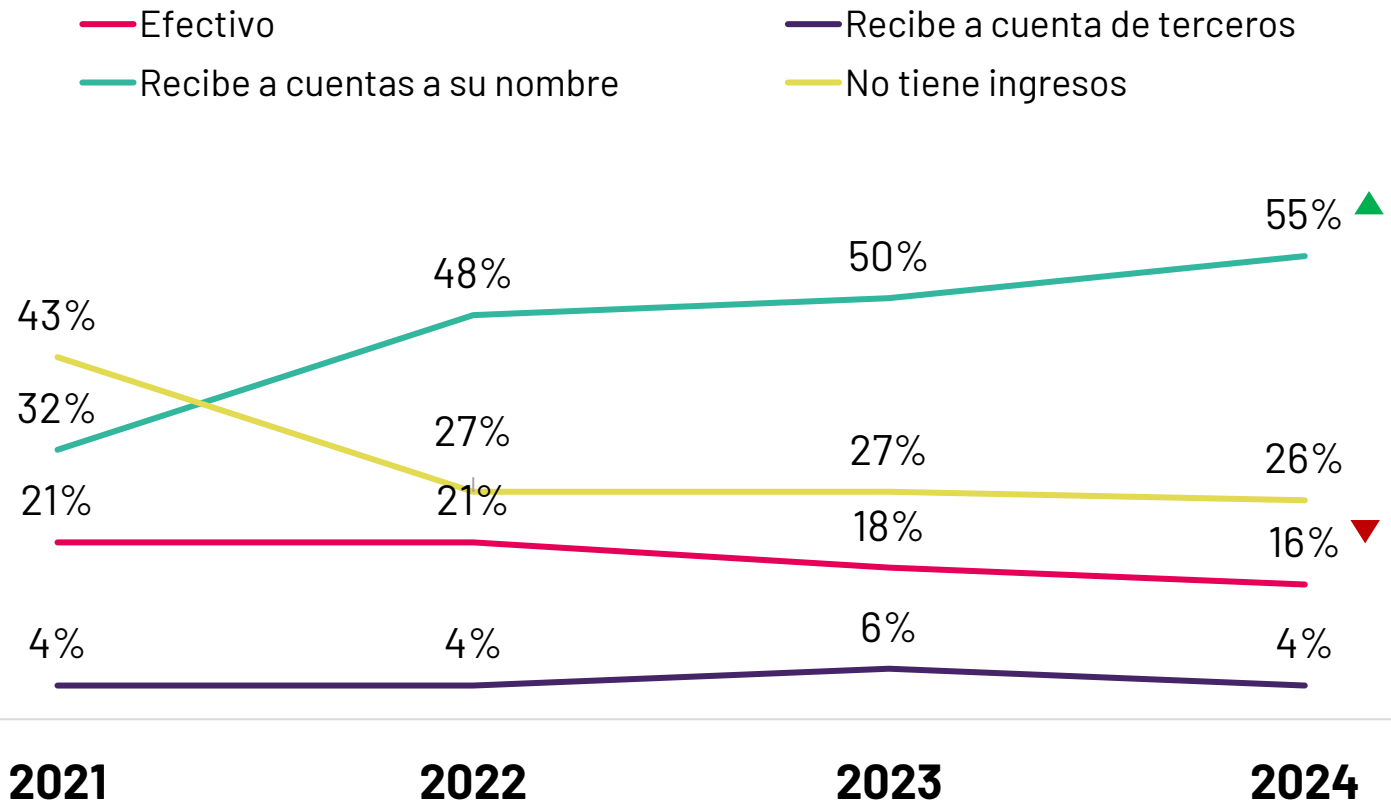
* En cada país se preguntó por las principales marcas de billeteras/apps para pago

Recepción de ingresos



Medios a través de los cuales recibe ingresos

En el último año se ha visto un incremento en la proporción de ciudadanos en la región que reciben ingresos a cuentas personales en detrimento del uso del efectivo.

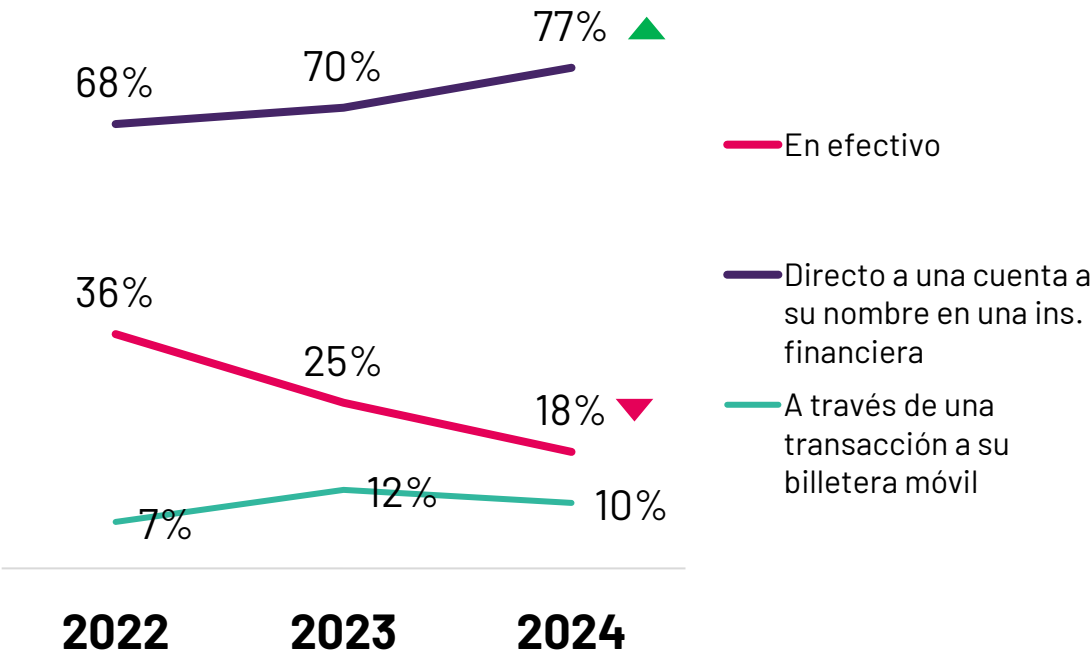


Base: Total de entrevistados (13408), Argentina (1202), Bolivia (1200), Chile (1200), Colombia (1201), Ecuador (1220), México (1200), Panamá (1200), Perú (5005)
P18. En el último año, ¿recibió dinero con cierta regularidad por alguno de los siguientes motivos? ¿Algún otro? ...P19. ¿Por cuál de los siguientes medios recibe usted...?

Medios por los que recibe ingresos

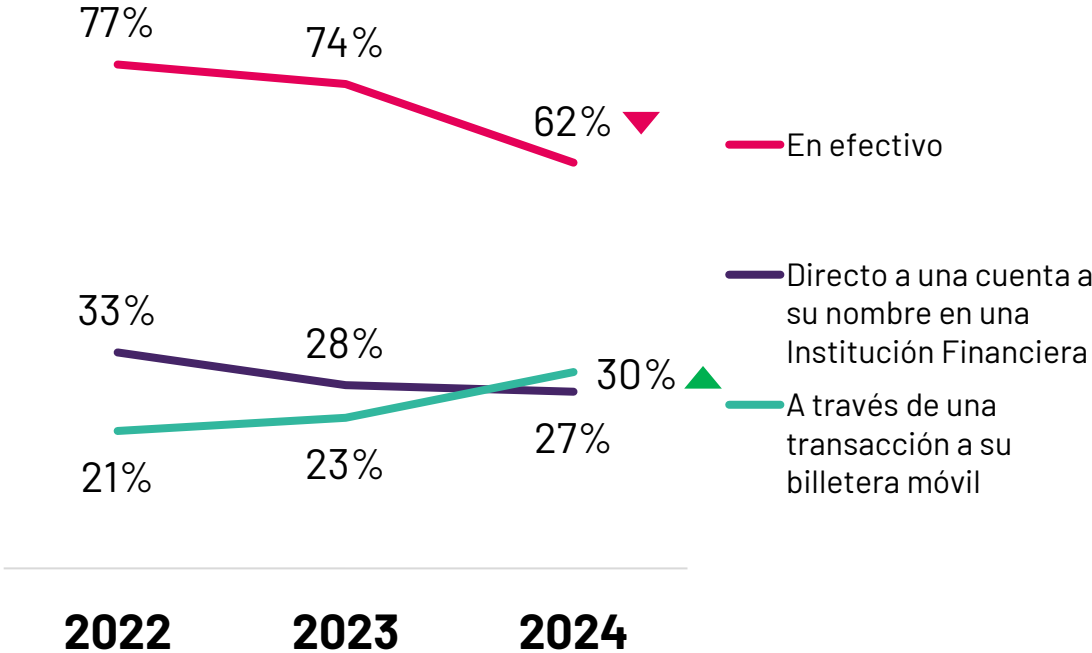
A pesar de que el efectivo sigue siendo el principal medio de pago, se observa una creciente adopción de otros métodos, como el depósito directo en cuentas bancarias para sueldos y salarios, y el uso de billeteras móviles para la venta de productos.

Sueldo o salario



Base: Total de entrevistados que recibe sueldo o salario (5447 en 2022, 3069 en 2023, 3201 en 2024)
P19. ¿Por cuál de los siguientes medios recibe usted...? - Sueldo o salario

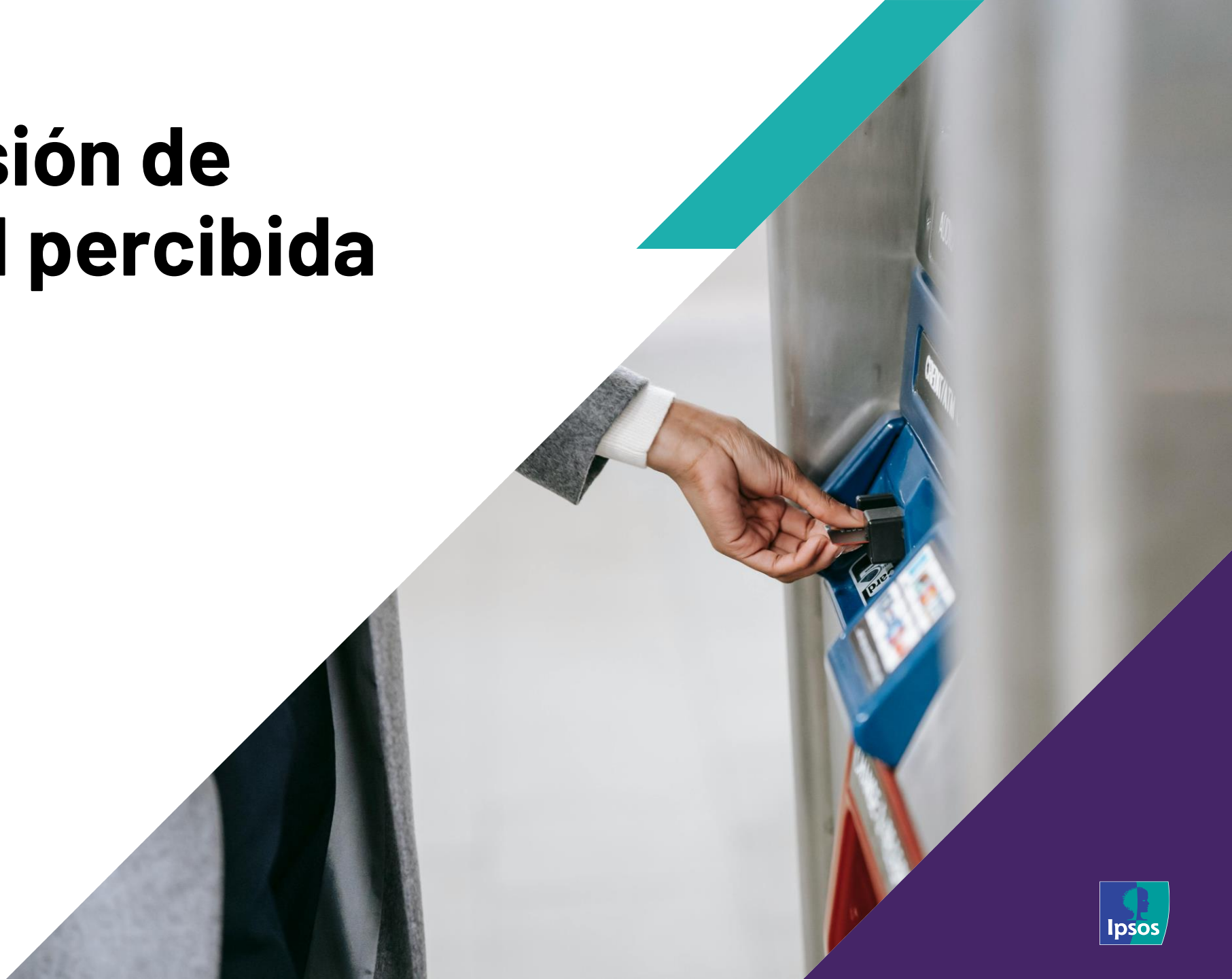
Venta de productos



Base: Total de entrevistados de venta de productos (1822 en 2022, 1229 en 2023, 1245 en 2024)
P19. ¿Por cuál de los siguientes medios recibe usted...? - Venta de productos



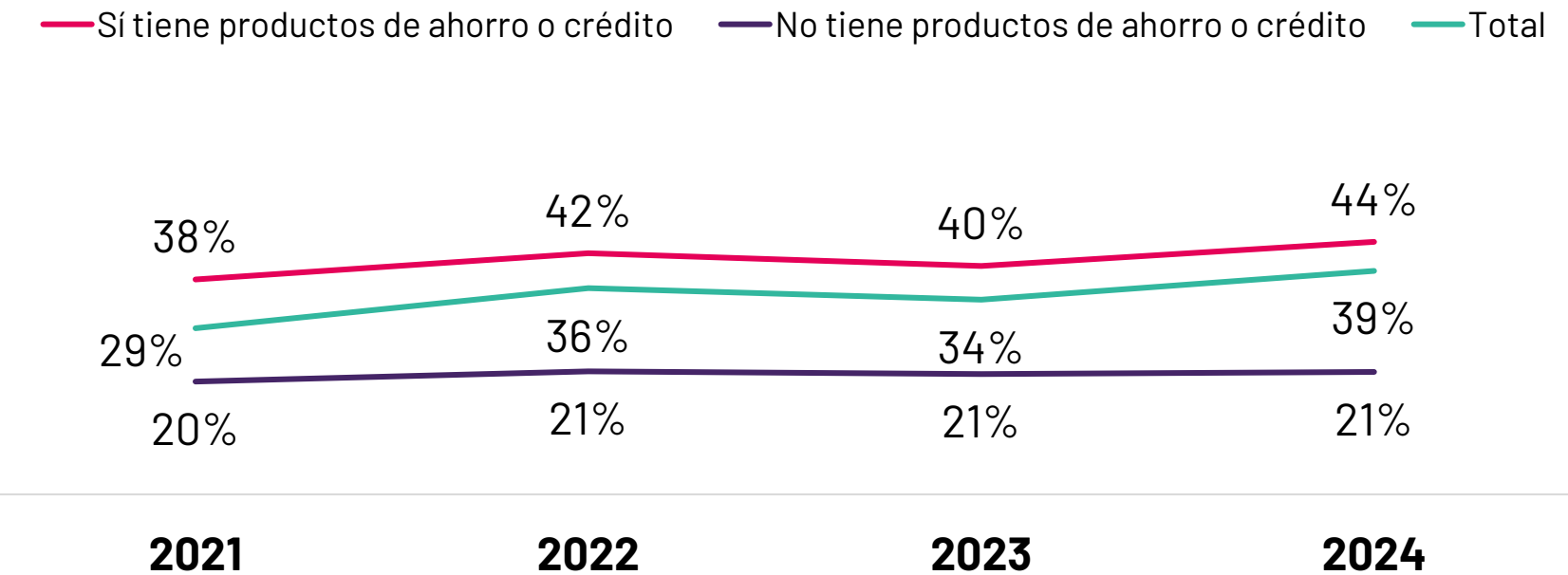
Dimensión de Calidad percibida



Brecha persistente entre usuarios y no usuarios

La confianza en las instituciones financieras es significativamente mayor entre los usuarios de productos de ahorro o crédito en comparación con los no usuarios.

Confianza en instituciones financieras (confía algo + confía totalmente)



Ranking por países (T2B)

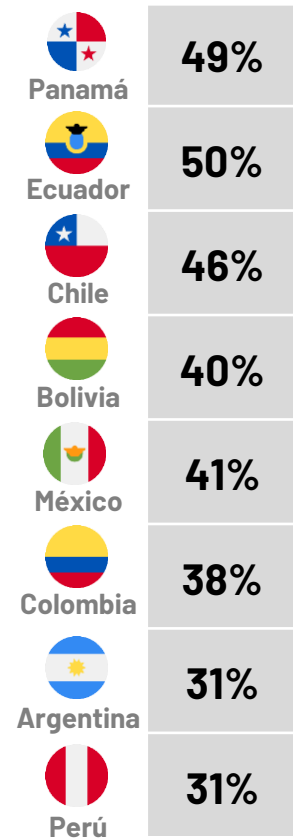
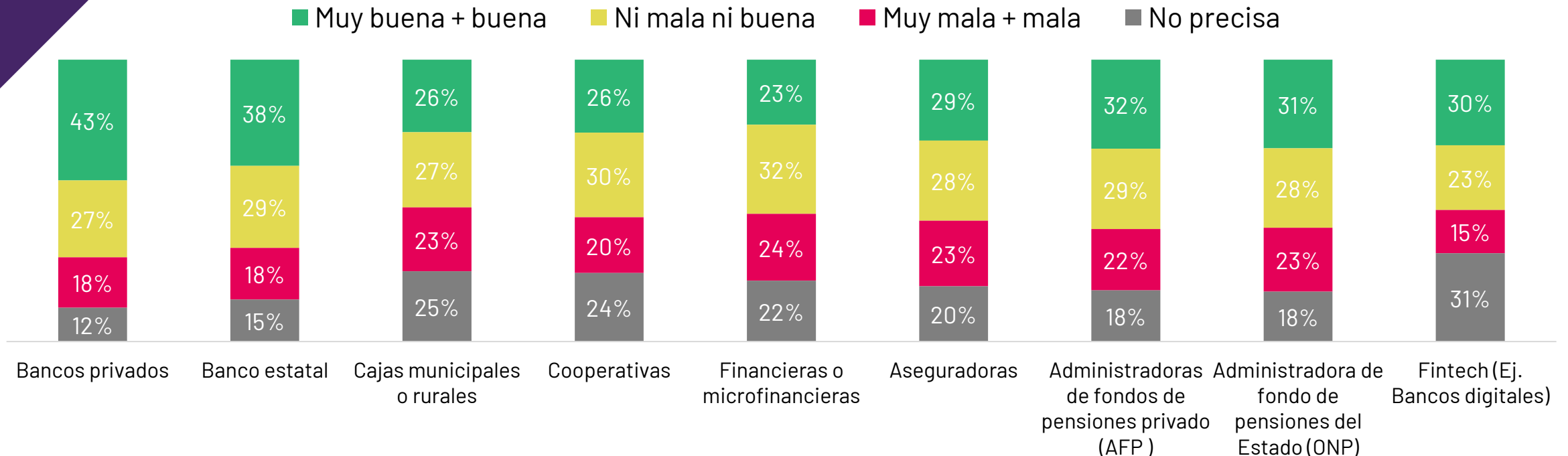


Imagen de entidades financieras

3 de cada 10 latinoamericanos no tiene una opinión formulada hacia las Fintech.

Imagen de la entidad

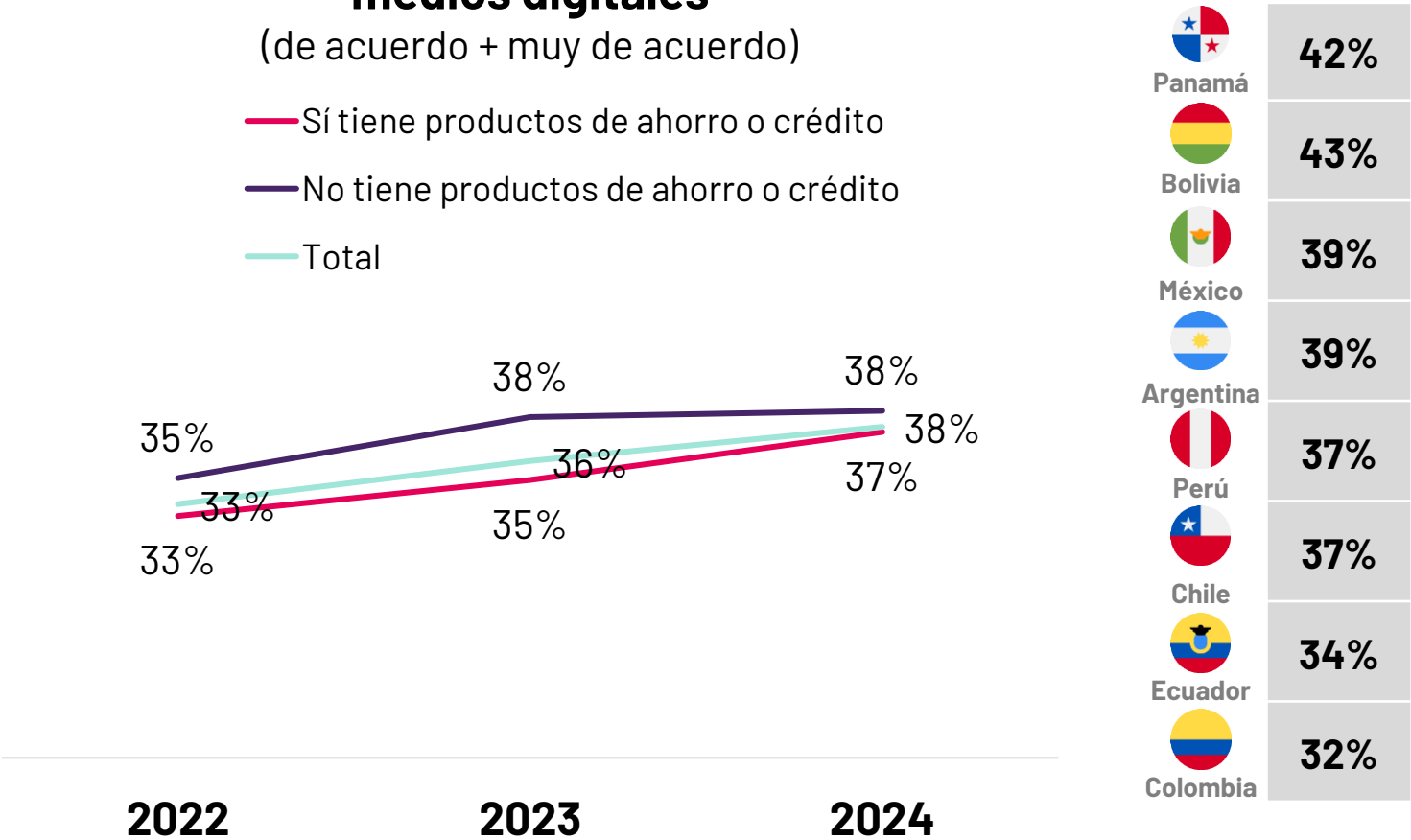


Temor a transacciones digitales

A pesar del aumento en la adopción de servicios financieros digitales, persiste el temor a realizar transacciones por medios digitales, tanto entre usuarios como no usuarios de productos de ahorro y crédito.

Miedo a realizar transacciones por medios digitales (de acuerdo + muy de acuerdo)

- Sí tiene productos de ahorro o crédito
- No tiene productos de ahorro o crédito
- Total



Base: Total de entrevistados (13408), Argentina (1202), Bolivia (1200), Chile (1200), Colombia (1201), Ecuador (1220), México (1200), Panamá (1200), Perú (5005) P30. En una escala de 1 a 5, donde 1 quiere decir que está completamente en desacuerdo y 5 que está completamente de acuerdo, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo se encuentra con lo siguiente...?



El Índice de inclusión financiera ofrece una mirada actualizada del panorama financiero regional, al presentar tendencias emergentes, desafíos persistentes y oportunidades de desarrollo.



1

La creciente preferencia por canales digitales, impulsada por el auge de billeteras móviles y apps de pago, coexiste con la dependencia de una parte significativa de la población en puntos físicos. Superar barreras como la distancia y la falta de educación financiera es clave para fomentar el acceso.



2

A pesar del constante crecimiento en la adopción y uso de billeteras móviles y aplicaciones de pago, el efectivo mantiene una presencia significativa en las transacciones cotidianas. Esto sugiere la consolidación de un ecosistema de pagos diversificado, donde nuevos medios coexisten con el efectivo.



3

La mayor confianza en el sistema financiero y la valoración positiva de la banca y billeteras móviles son signos prometedores. Sin embargo, a pesar del aumento en la adopción de servicios financieros digitales, persiste el temor generalizado a realizar transacciones a través de esos medios.



ÍNDICE DE INCLUSIÓN FINANCIERA DE CREDICORP 2024

II Encuentro Regional de
Desarrollo e Inclusión
Financiera de Credicorp

19 agosto 2024

Powered by Ipsos Facto

