**Credicorp presenta el Índice de Inclusión Financiera (IIF) en Colombia y otros seis países de la región**

**Colombia: Buen conocimiento de productos financieros, pero bajos niveles de ahorro y uso de canales y servicios formales**

* *Estudio mide la inclusión financiera a través de las dimensiones de acceso, uso y calidad percibida en Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá y Perú.*
* *Colombia ocupó el quinto lugar en ránking de inclusión financiera de la región, con un puntaje de 38.3 sobre 100.*
* *El 93% de los colombianos cuenta con algún producto de ahorro o seguro y el 85% conoce, al menos, un producto financiero formal. 58% no utiliza medios bancarizados para pagar por productos o servicios. El 79% de los colombianos no ahorra. 47% considera que las billeteras móviles son buenas o muy buenas.*

**Bogotá, 9 de agosto de 2021.** En línea con su estrategia de sostenibilidad, que busca crear una economía más inclusiva y sostenible, el Grupo Credicorp, holding financiero líder en el Perú, encargó a la empresa Ipsos el desarrollo del Índice de Inclusión Financiera (IIF) en Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá y Perú, el cual pone a disposición de las autoridades, la comunidad académica y la sociedad en general de la región.

*"Al revisar la información disponible sobre inclusión financiera en América Latina vimos que no existía una herramienta comparativa desde el lado de la demanda, lo cual dificultaba comprender mejor los retos de la inclusión. Creemos que este índice es una herramienta novedosa que ayudará a tomar mejores decisiones para incluir a más personas al sistema financiero formal, lo que generará más bienestar social. En Credicorp estamos convencidos de que la inclusión financiera es mucho más profunda que la bancarización”,* señaló Enrique Pasquel Rodríguez, gerente de la División de Asuntos Corporativos de Credicorp.

Para la construcción del IIF se han considerado tres dimensiones: acceso, uso y calidad percibida. Asimismo, se definió una escala de 0 a 100, en la que un mayor puntaje significa un mayor nivel de inclusión financiera. Según el IIF, el promedio obtenido por los siete países analizados es de 38.3. Panamá registró el mayor puntaje con 52.2. Le siguen Chile (51.6), Ecuador (46.9), Bolivia (38.9), Colombia (38.3), Perú (37.9) y México (35.0).

**El IIF en Colombia**

Con un puntaje de 38.3, Colombia ocupó el quinto puesto dentro del ranking del IIF, con calificaciones de 57.3 en calidad percibida, 34.8 en acceso y 22.8 en uso. Desde una perspectiva comparativa con los demás mercados, el país alcanzó algunas de las puntuaciones destacadas en calidad y acceso, pero se ubicó por debajo de la media en uso.

**Calidad percibida**

Colombia destaca entre los tres países con mejor puntuación en la dimensión de calidad percibida: Panamá (68.0), Ecuador (67.2) y Colombia (57.3). Esta dimensión analiza la confianza y calidad de los productos financieros disponibles. En un rango del 1 al 5, los colombianos calificaron la confianza en su sistema financiero formal con un promedio de 2.95, ubicándose ligeramente por encima del promedio alcanzado por los 7 países del IIF (2.92).

Colombia también destaca en la medición que se hace sobre la utilidad de los medios digitales con una evaluación de 3.55 en una escala del 1 al 5 y es el tercer país con mejor evaluación en esta categoría, luego de Panamá (4.20) y Chile (3.61). Entre los productos financieros digitales, Colombia es el segundo país que mejor valora la utilidad de las billeteras móviles, pues un 47% considera que son canales financieros muy buenos o buenos.

**Acceso**

Esta dimensión del IIF toma en consideración la infraestructura financiera, el conocimiento y la tenencia de productos de ahorro o seguro. Colombia destaca, pues el 93% de los colombianos cuenta con algún tipo de producto de este tipo y el 85% conoce, al menos, un producto financiero formal. Los productos más conocidos son la cuenta de ahorros o corriente, la tarjeta de crédito y la tarjeta de débito. Asimismo, el 50% de los colombianos conoce sobre las billeteras digitales o las cuentas conectadas al teléfono.

De otro lado, se observa que el 10% tiene un producto de crédito con entidades formales, mientras que el 22% cuenta con productos informales (prestamistas, familiares o conocidos, grupos o juntas) y el 68% no posee ningún producto crediticio. Un dato que resalta es que el 65% de los colombianos percibe, al menos, una barrera para tener productos financieros. Entre las personas que no tienen productos de ahorro o seguro, el 52% señala que no cuenta con recursos suficientes, mientras que el 18% considera que no le interesa y un 12% afirma que no lo necesita.

**Uso**

En esta dimensión se analiza la información sobre las transacciones básicas, ingresos y ahorros. El IIF reveló que el 58% de los colombianos no utiliza medios bancarizados para pagar por productos o servicios. Asimismo, existe un alto uso de efectivo para comprar alimentos (98% de los colombianos), productos del hogar (97%), productos para uso personal (98%), pagar créditos (72%), entre otros.

El 72% de los colombianos no usa ningún producto financiero al mes. En promedio, un colombiano utiliza 3.7 productos financieros al mes, muy por debajo de la media regional (5.86).

Por otro lado, el 32% de los colombianos realizó transferencias de dinero a través de medios formales, durante el último año. De las personas que realizaron transferencias, el 46% lo hizo a través de una billetera móvil, el 45% a través de agencias, agentes o cajeros y el 44% la hizo de manera personal a través de familiares o conocidos.

Así como se presenta en los demás países analizados, en Colombia también se percibe que el ahorro es una práctica poco común. El 11% de los colombianos señaló que ahorra a través de medios formales, mientras que un 10% no cuenta con medios formales de ahorro. El 79% de los colombianos señaló que no ahorra. De las personas que ahorran, el 46% lo hace a través de una cuenta a nombre propio mientras que el 43% lo hace en una alcancía o debajo del colchón.

**Hallazgos regionales**

Al revisar de forma agregada los resultados, se encontró una serie de desafíos comunes para los 7 países, los cuales se relacionan con variables como la educación, género, edad y zona de residencia. Respecto a la primera variable se evidenció que, a mayor nivel educativo de las personas, mayor inclusión financiera. Por ejemplo, quienes tienen estudios universitarios alcanzan un puntaje de 55.1, por encima de aquellos con estudios técnicos (45.5) o de educación secundaria (36.4).

Respecto al género, los datos expresan que los hombres tienen una mayor inclusión financiera frente a las mujeres, con puntajes de 41 y 35.9, respectivamente. En relación con la edad, las personas mayores suelen tener menores niveles de inclusión: para el rango de edad entre 26 y 42 años el puntaje es 42, mientras que para los mayores de 60 años el puntaje es de 29.6.

Por último, de acuerdo con el IIF, vivir en ámbitos rurales y urbanos es un condicionante de la inclusión financiera en todos los países, principalmente en la dimensión de uso, en la que se observa una diferencia de 11 puntos entre el ámbito urbano (26.9) y el ámbito rural (15.9).

###

**Acerca del índice**

El índice de inclusión financiera (IIF) está construido sobre la base de 1.200 encuestas presenciales y telefónicas realizadas a personas mayores de 18 años en cada uno de los 7 países en los que tiene operación el Grupo Credicorp (Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Panamá, Perú y México) en el periodo comprendido entre mayo y junio de 2021. Para efectos metodológicos y conceptuales debe tenerse en cuenta las siguientes definiciones: i). *Acceso* es la capacidad o posibilidad de los individuos para poder usar o acceder a servicios financieros formales; ii). *Uso* es la intensidad, frecuencia y permanencia del empleo o utilización de servicios y productos financieros; y iii.) *Calidad percibida* comprende la percepción sobre la adecuación, adaptación y relevancia que tienen los servicios y productos financieros para satisfacer las necesidades.

**Sobre Credicorp**

Holding de servicios financieros líder en el Perú con presencia en Bolivia, Chile, Colombia, Estados Unidos y Panamá. Cuenta con un portafolio diverso de servicios organizado en cuatro líneas de negocio: Banca Universal, a través del Banco de Crédito del Perú - BCP y Banco de Crédito de Bolivia; Microfinanzas, a través de Mibanco y Mibanco Colombia; Seguros y Fondos de Pensiones, a través de Grupo Pacifico y Prima AFP; y Banca de Inversión y Gestión de Patrimonios, a través de Credicorp Capital, Gestión de Patrimonios del BCP y Atlantic Security Bank. Asimismo, a través de Krealo, el brazo innovador de la corporación, se crean, invierten y gestionan fintechs en la región.

**Para más información:**Fernando Reyes

Relaciones Institucionales Credicorp

51 999357399
freyes@credicorpperu.com