

La inclusión financiera en América Latina: nuevos retos y desafíos

Diana Mejía
Especialista Sénior, Desarrollo
Productivo y Financiero
dmejia@caf.com

Agenda

1. Inclusión financiera – definición
2. Indicadores disponibles de inclusión financiera en América Latina
 - a. Acceso
 - b. Uso
 - c. Multidimensionales (acceso, uso, barreras)
3. Educación financiera en América Latina
4. Retos y desafíos

Inclusión financiera – definición



Inclusión financiera – definición

- **OECD/INFE:** “El proceso de promoción de un **acceso asequible, oportuno y adecuado** a una amplia gama de servicios y productos financieros regulados y la ampliación de su **uso** hacia todos los segmentos de la sociedad mediante la **aplicación de enfoques innovadores hechos a la medida**, incluyendo actividades de sensibilización y **educación financiera** con el objetivo de promover tanto el **bienestar** financiero como la **inclusión económica y social**”.
- Otras (**AFI, CGAP**): naturaleza **multidimensional** de la inclusión financiera, con elementos tanto del lado de la **oferta** de productos financieros como del de la **demanda**, siendo sus dimensiones básicas el **acceso y el uso**, y más recientemente **la calidad y el impacto**.

Inclusión financiera – definición

ACCESO

- Permite a consumidores nuevos o desatendidos obtener servicios y productos financieros.
- **Barreras:** Precio (tasas), comisiones, información, productos y servicios inadecuados.

USO

- Regularidad y frecuencia de la asimilación de los servicios y productos financieros.
- **Barreras:** Falta de conocimiento o **educación financiera**, falta de ahorros, empleo o ingresos, falta de confianza en las instituciones financieras, miedo a endeudarse, o autoexclusión.

CALIDAD

- El grado en que los servicios y productos financieros satisfacen las **necesidades** de los consumidores.
- El grado en el que los consumidores se pueden beneficiar de estos servicios.

IMPACTO

- En términos de ingresos, pobreza, productividad, empleo, género, etc.

Indicadores disponibles de inclusión financiera en América Latina



Indicadores de inclusión financiera en AL

Uso de productos y servicios financieros

Hogares (Findex)

- Cuenta en institución financiera formal
- ATM es principal medio de retiro (% con cuenta 15+)
- Tarjeta débito (% 15+)
- Préstamo de una institución financiera (% 15+)
- Ahorro en una institución financiera (% 15+)
- Tarjeta de crédito (% 15+)

Firmas (Enterprise Survey)

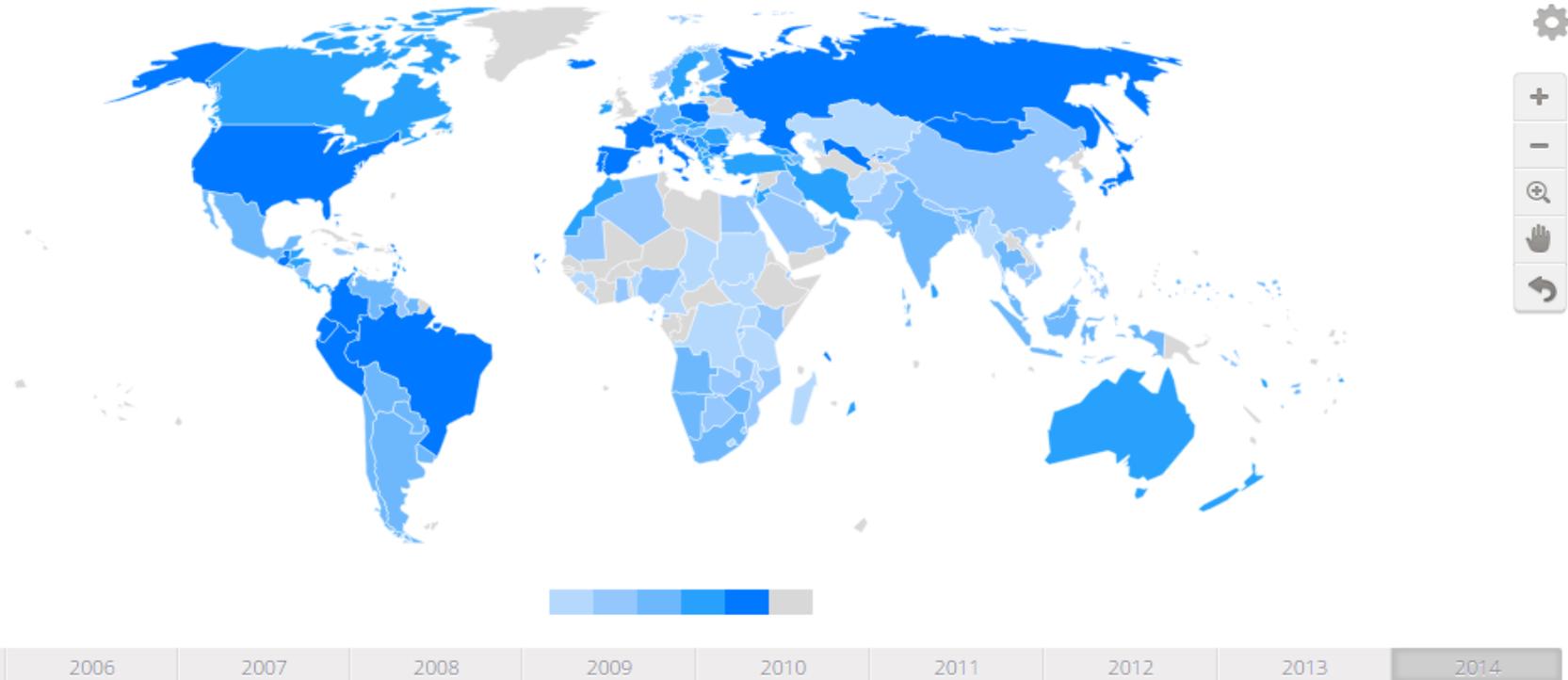
- % de pymes con cuenta corriente o de ahorros
- % de pymes con préstamos bancarios o líneas de crédito
- % de pymes usando bancos para financiar inversiones
- Financiamiento de capital de trabajo a través de bancos
- % de pymes que no necesitan préstamo
- % de pymes que identifican falta de acceso financiero como principal obstáculo

Acceso a IF (FAS, IMF) y entorno (Microscopio)

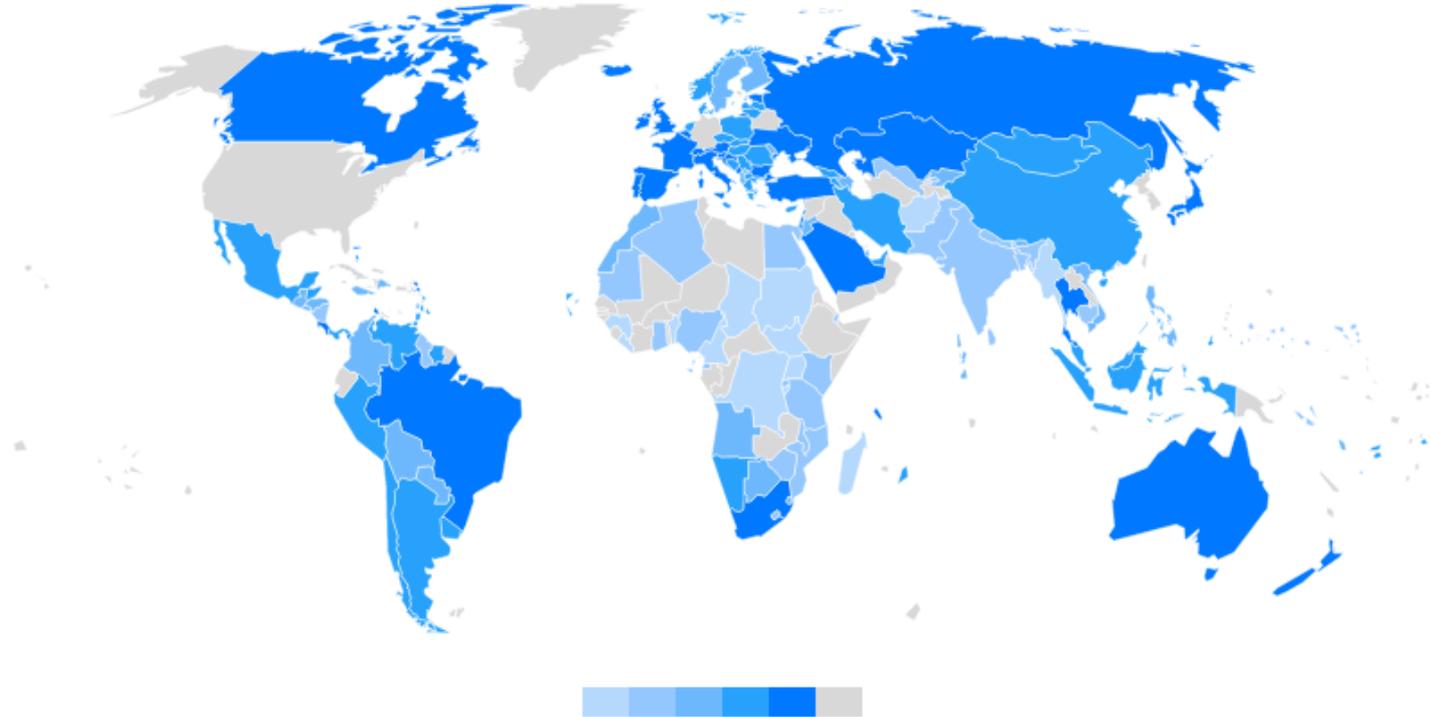
- Número de ATM por mil Km²
- Número de sucursales por mil Km²
- Número de sucursales y corresponsales bancarios por 100.000 adultos
- Número de ATM por 100.00 adultos
- Apoyo del gobierno a la IF
- Regulación y supervisión
- Sistemas de información crediticia
- Pagos electrónicos

ACCESO – AL ha avanzado de manera importante en materia de acceso financiero

Sucursales bancarias por cada 100.000 adultos



ACCESO – ATM por cada 100.000 adultos



2005

2006

2007

2008

2009

2010

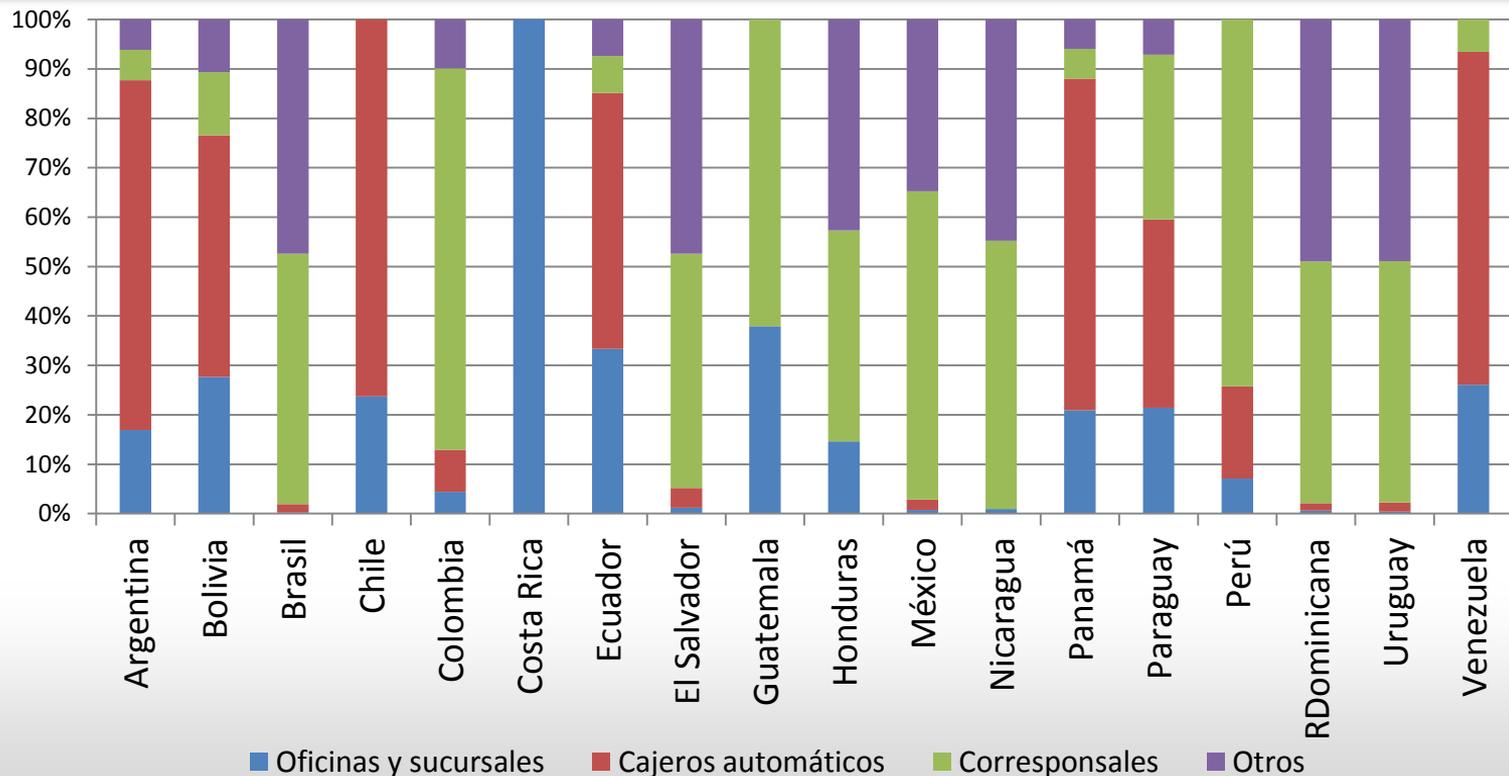
2011

2012

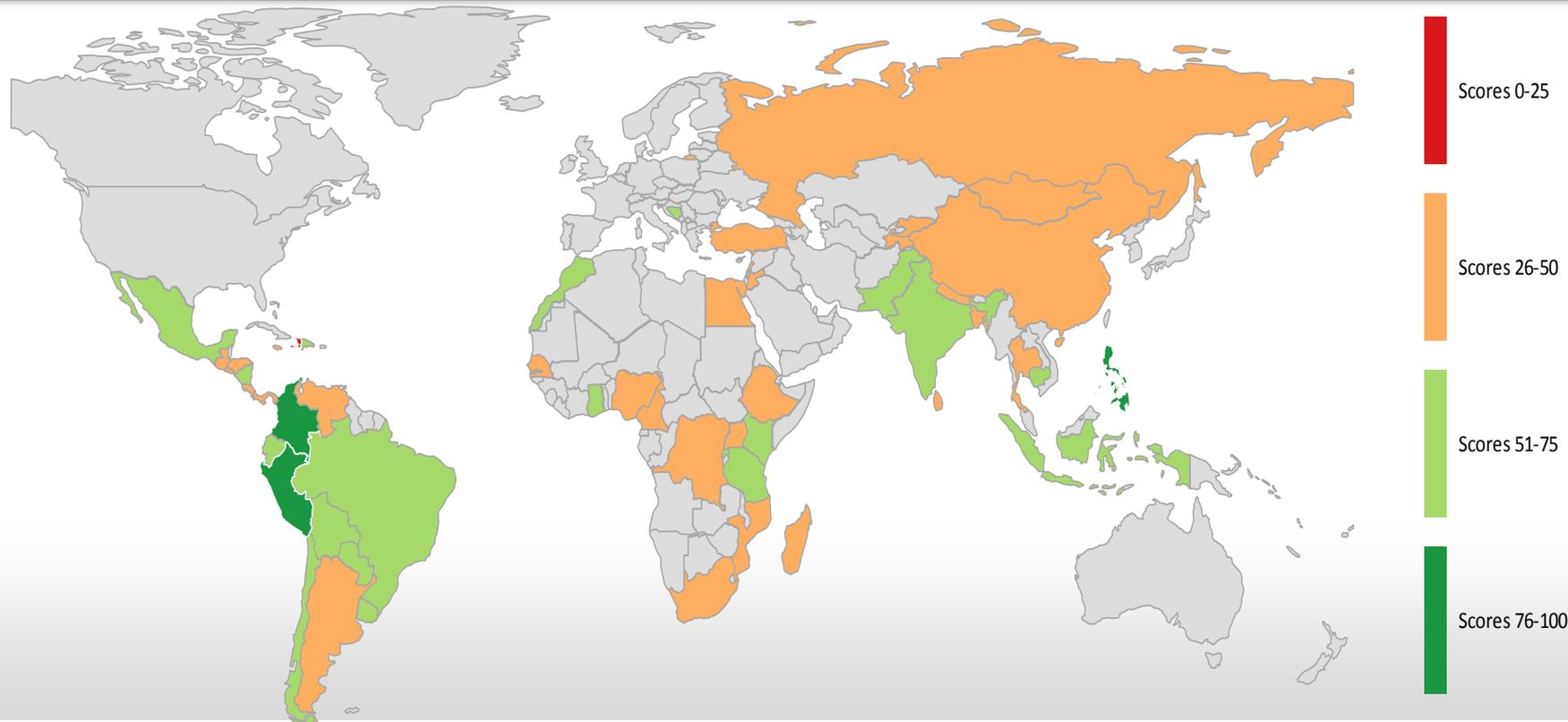
2013

2014

ACCESO – Puntos de atención del sistema financiero por 100.000 adultos

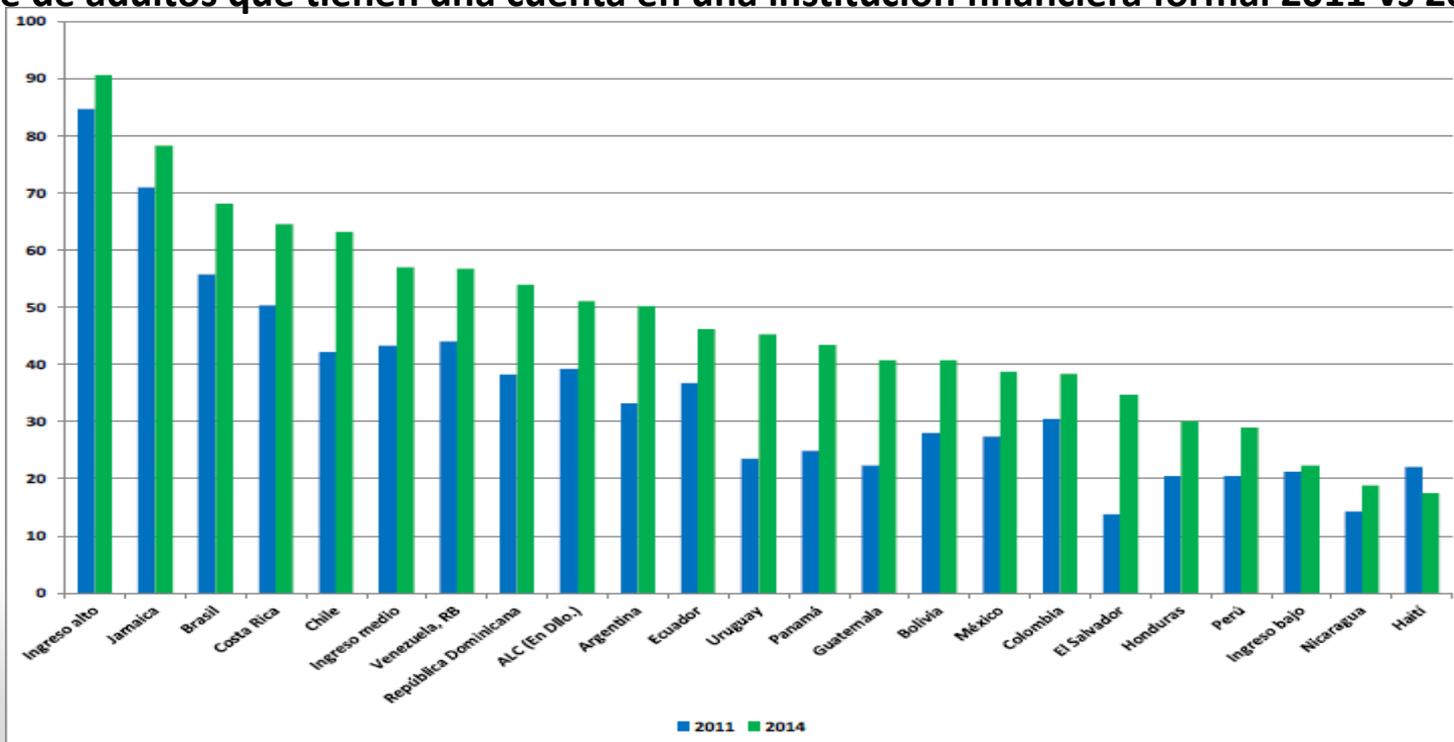


ACCESO – Microscopio Global – Perú y Colombia primeros países en el ranking



USO – Aún cuando el uso ha aumentado, AL aún sigue rezagada con respecto a otras regiones

Porcentaje de adultos que tienen una cuenta en una institución financiera formal 2011 vs 2014



USO – La cuenta de ahorro es el producto de mayor penetración en Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú



Bolivia



Ninguno **43**



Colombia



Ninguno **43**



Ecuador



Ninguno **31**

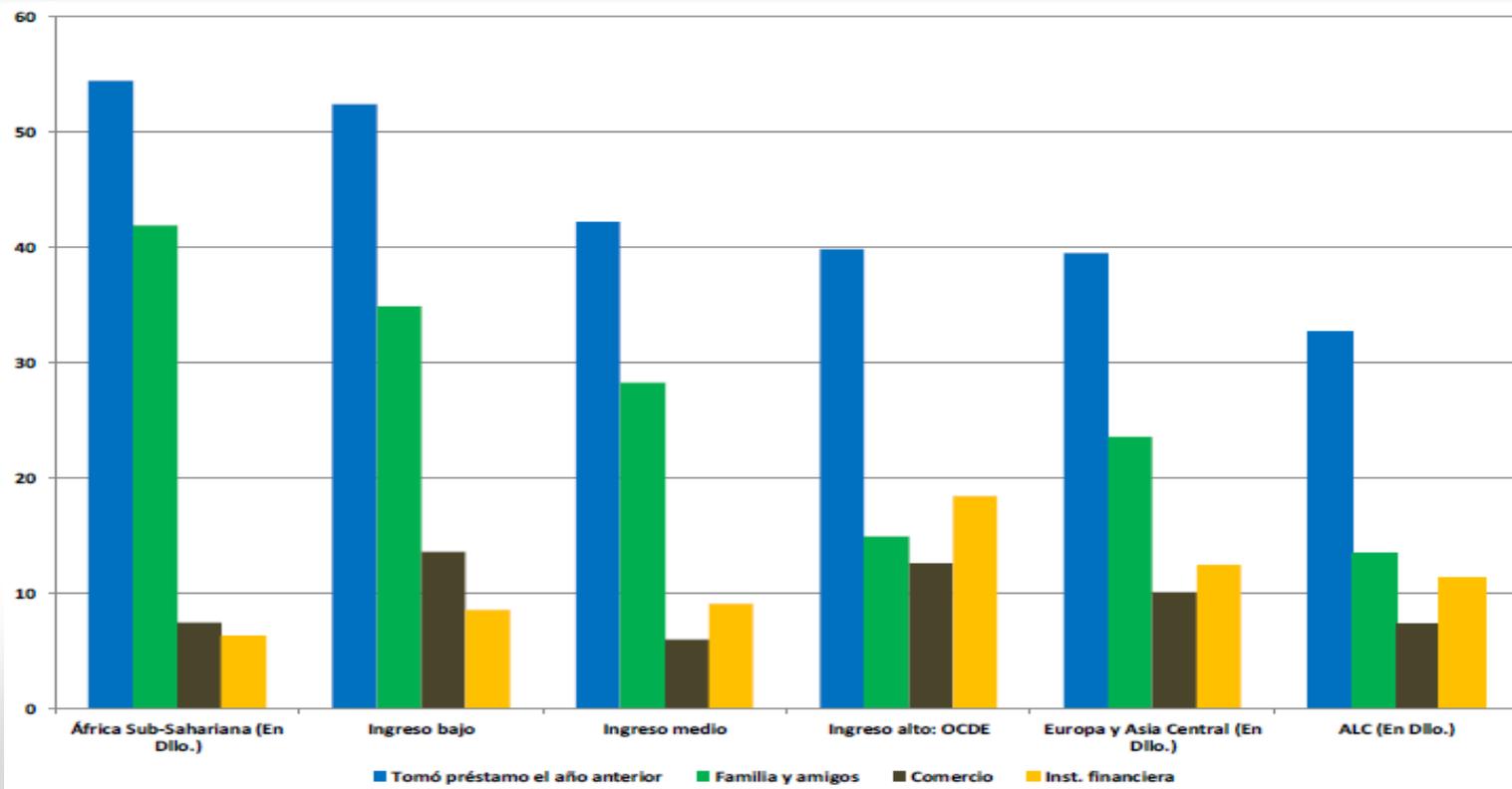


Perú

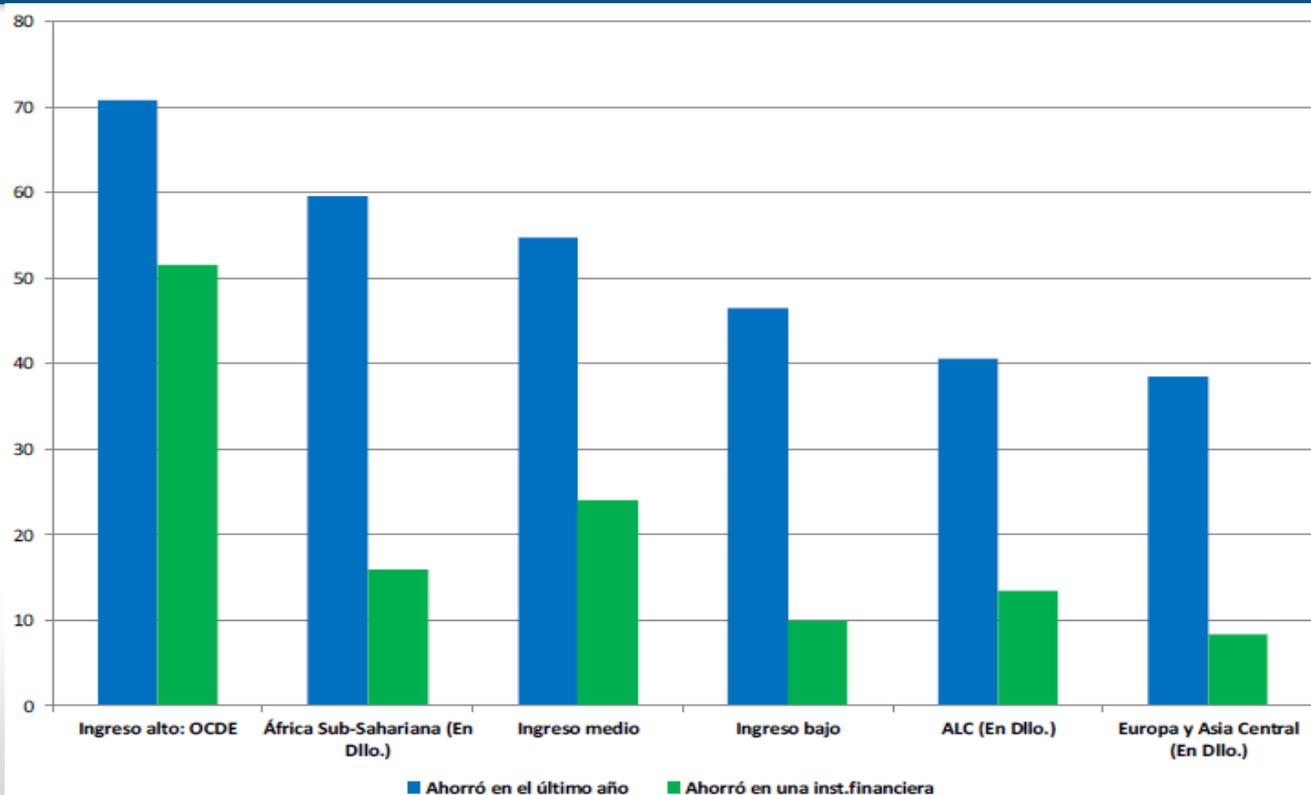


Ninguno **56**

USO – Porcentaje de adultos que tomaron prestado dinero en el último año y fuentes, 2014



USO – Porcentaje de adultos que ahorraron en el último año y porcentaje de adultos que ahorraron en una institución financiera formal, 2014



USO – Ahorro en Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú



Bolivia



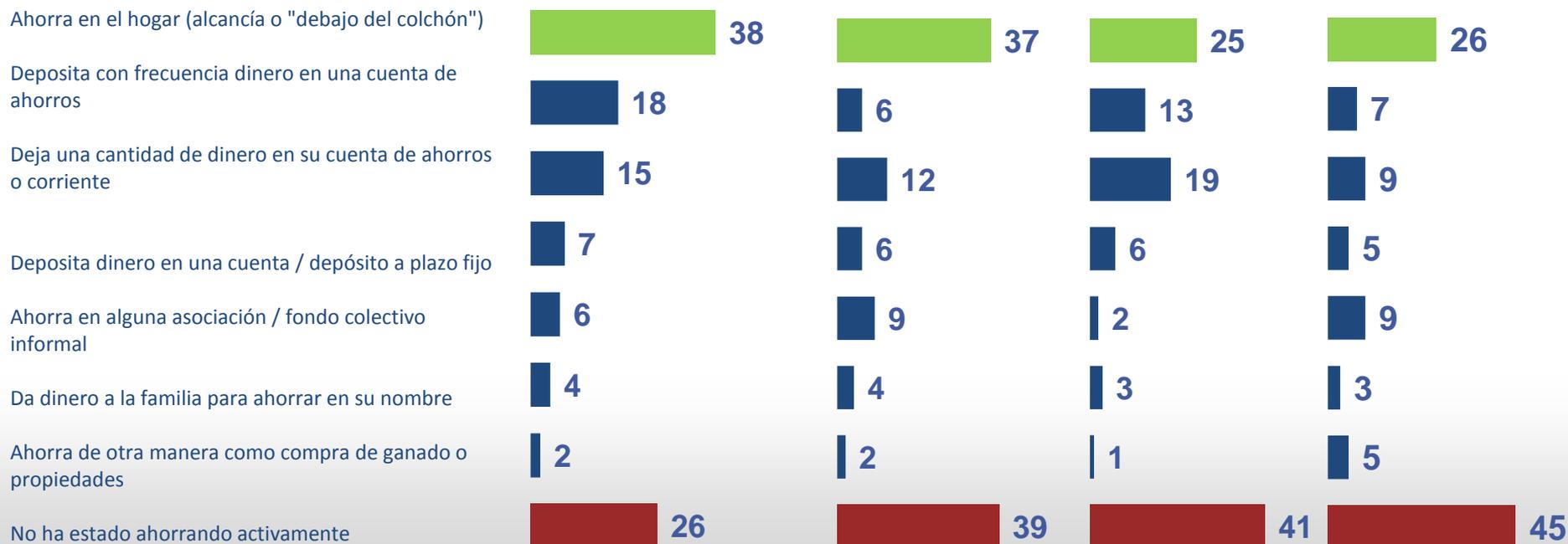
Colombia



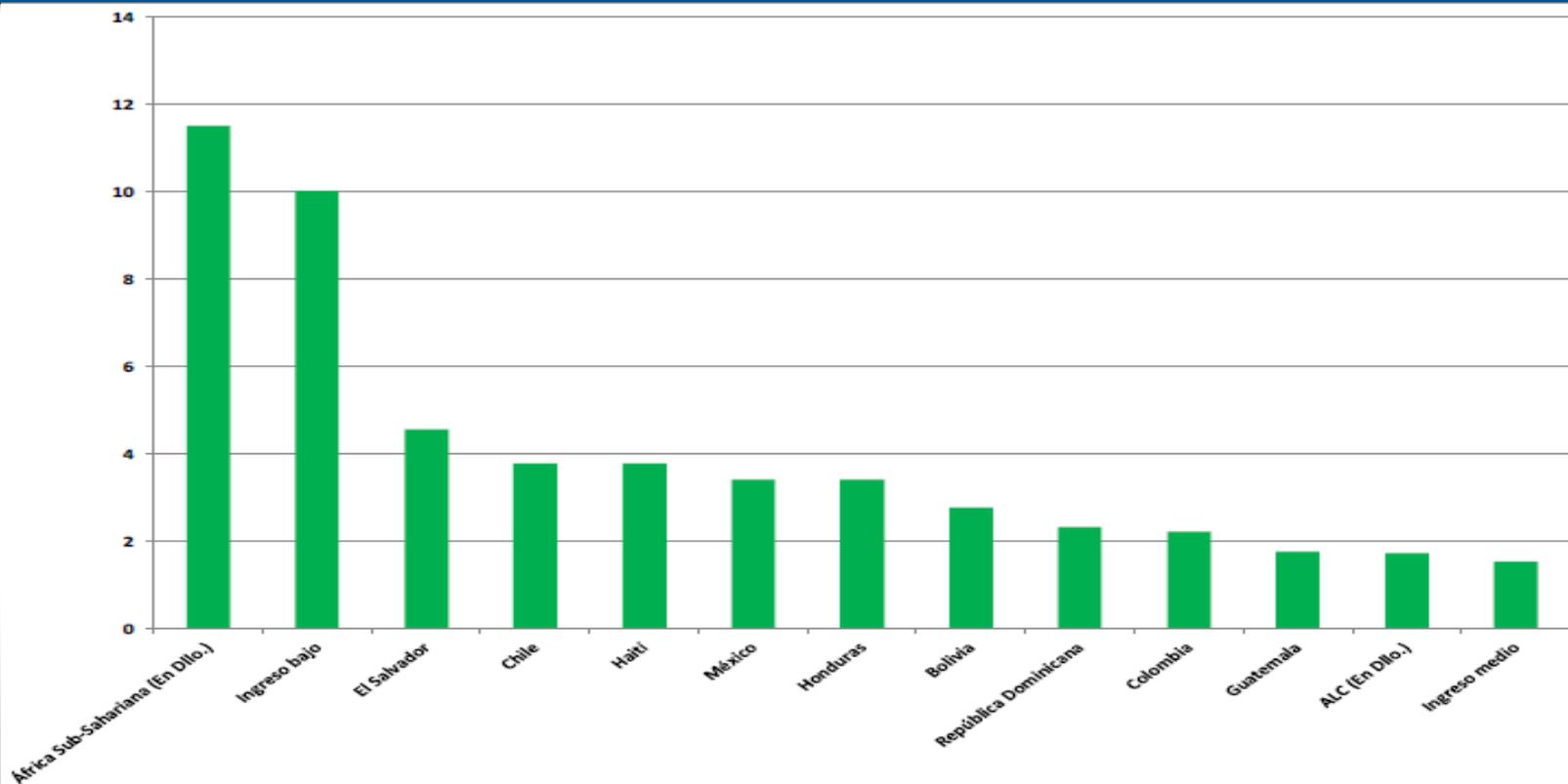
Ecuador



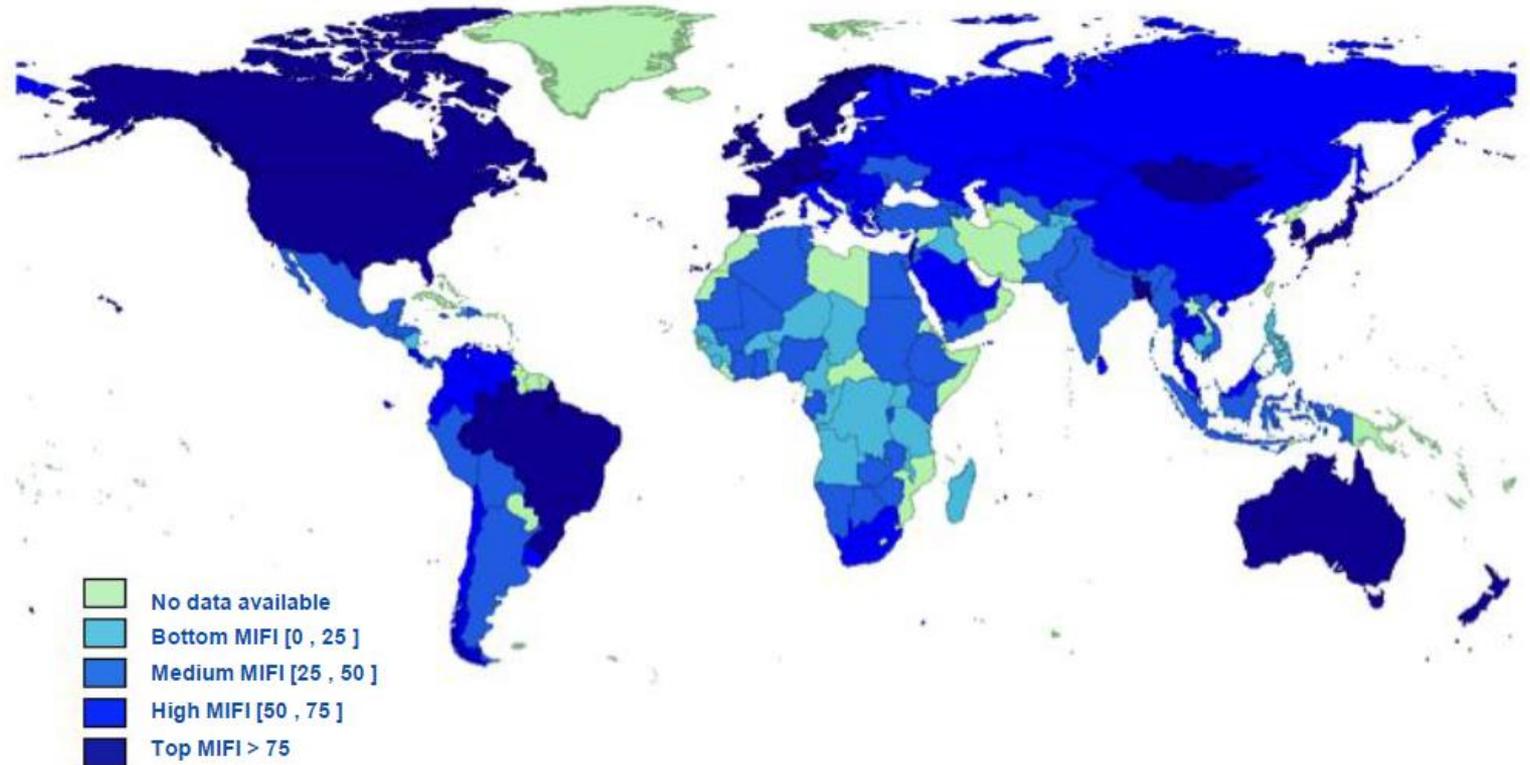
Perú



USO – Porcentaje de adultos que tienen cuentas móviles, 2014



ACCESO, USO Y BARRERAS – Índice multidimensional de inclusión financiera BBVA



ACCESO, USO Y BARRERAS – Índice multidimensional de inclusión financiera BBVA

Top 10 de países en AL en el índice multidimensional del BBVA

1	Brasil	6	Ecuador
2	Chile	7	Venezuela
3	Colombia	8	Perú
4	Costa Rica	9	Argentina
5	Uruguay	10	República Dominicana

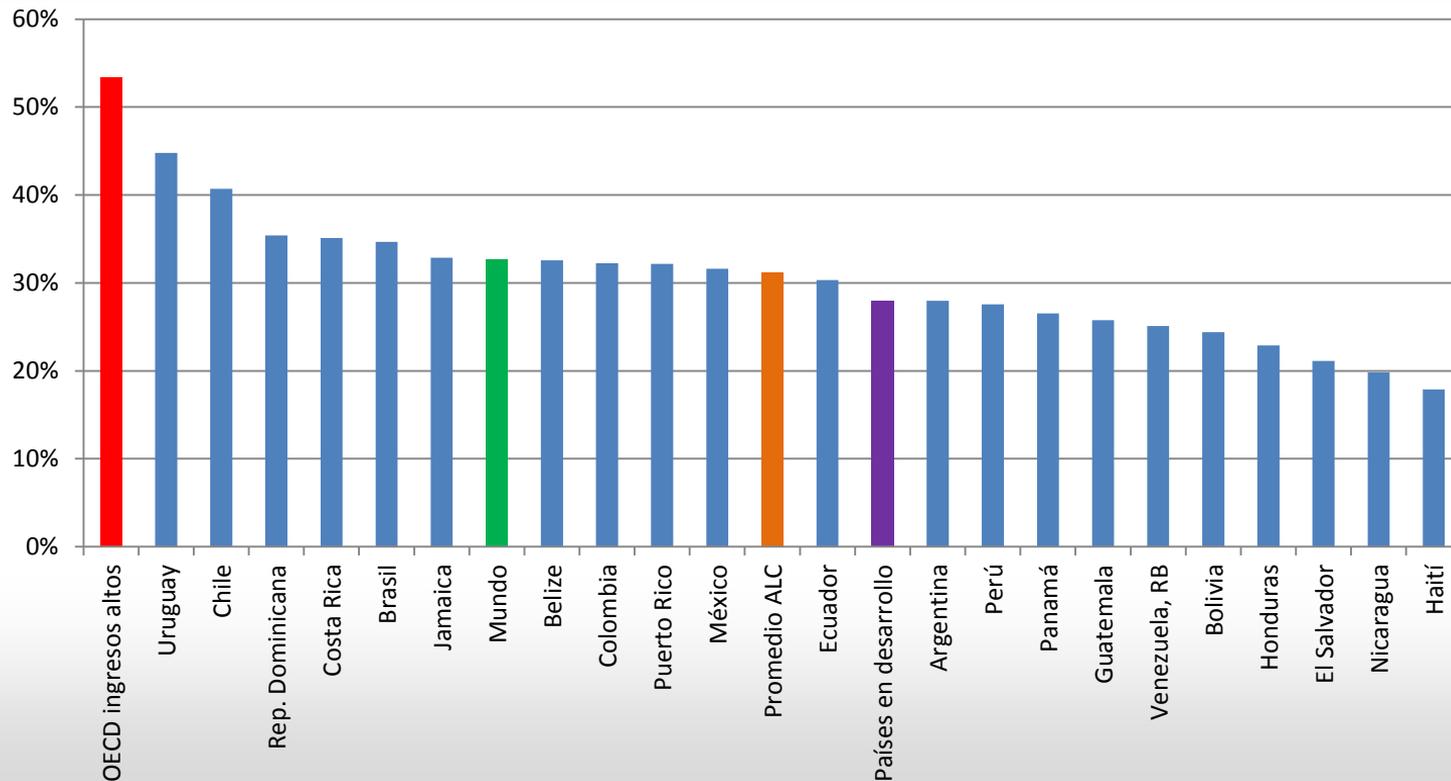
¿Y LA CALIDAD?

Educación financiera en América Latina



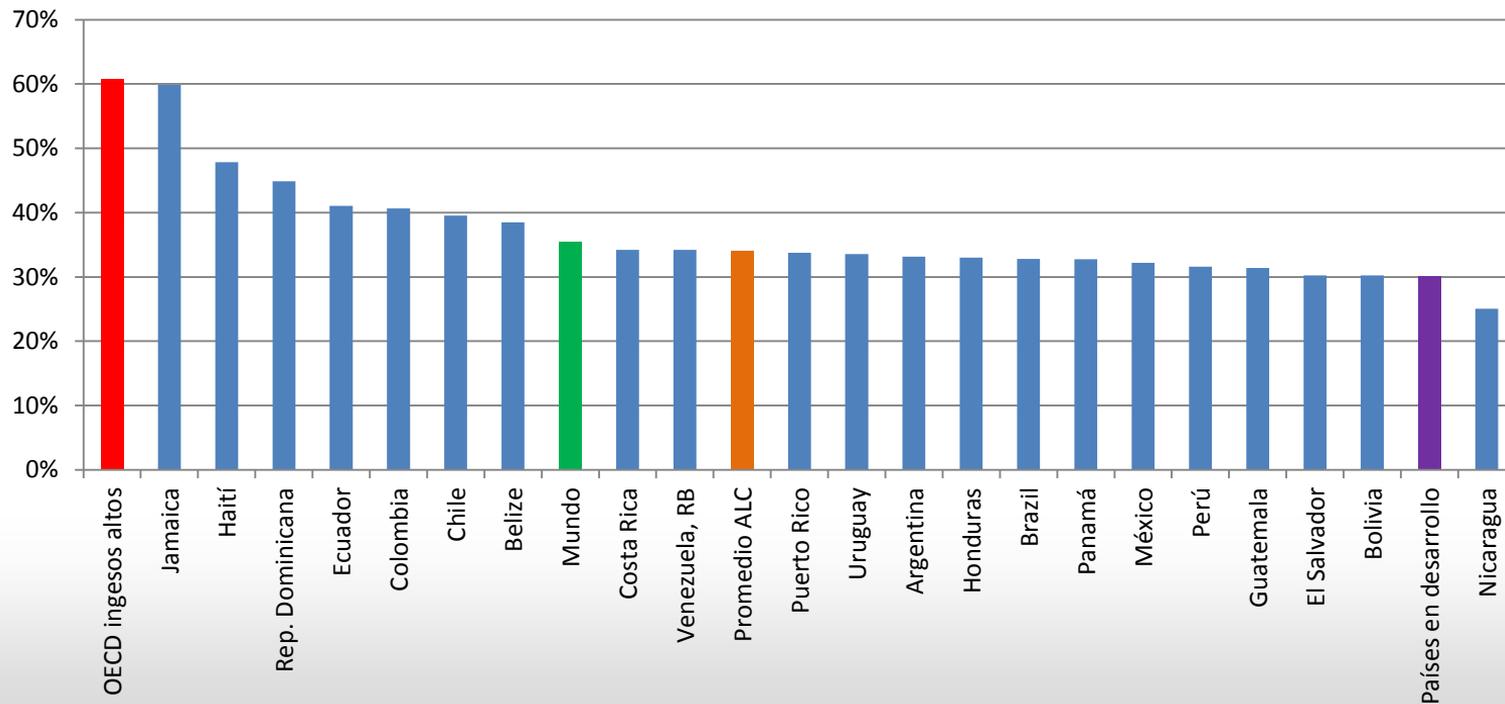
Educación Financiera en AL – mucho camino por recorrer

Conocimiento sobre inflación, diversificación del riesgo y tasas de interés (3 de 4 respuestas correctas)



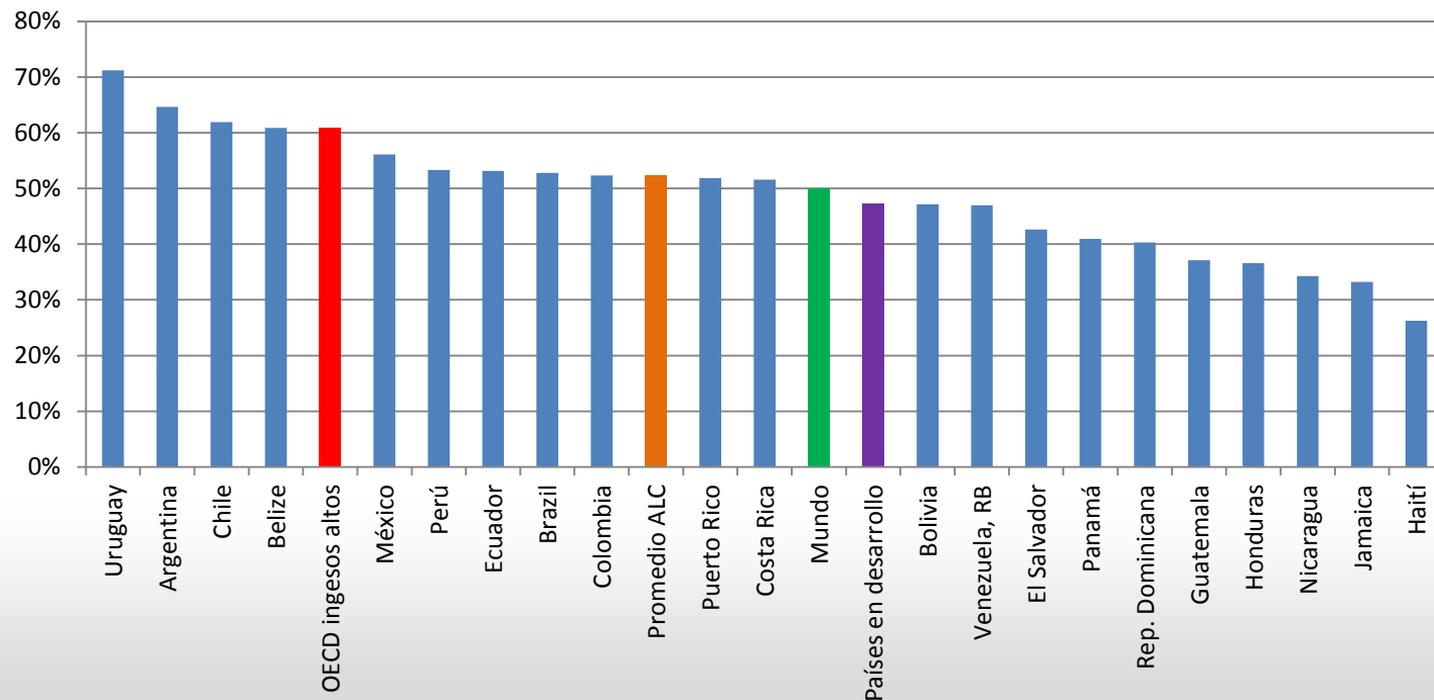
Educación Financiera en AL – menor conocimiento sobre diversificación de riesgo

Porcentaje de mayoría de respuestas correctas sobre diversificación de riesgo



Educación Financiera en AL – Encuestados en países con historia inflacionaria saben más sobre inflación

Porcentaje de mayoría de respuestas correctas sobre inflación

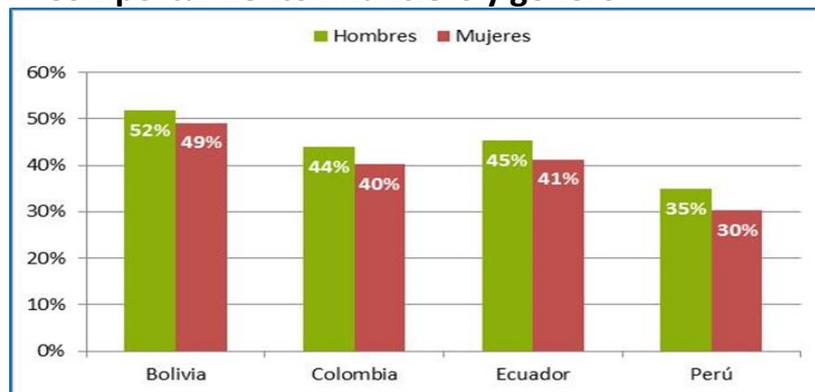


Educación financiera y género

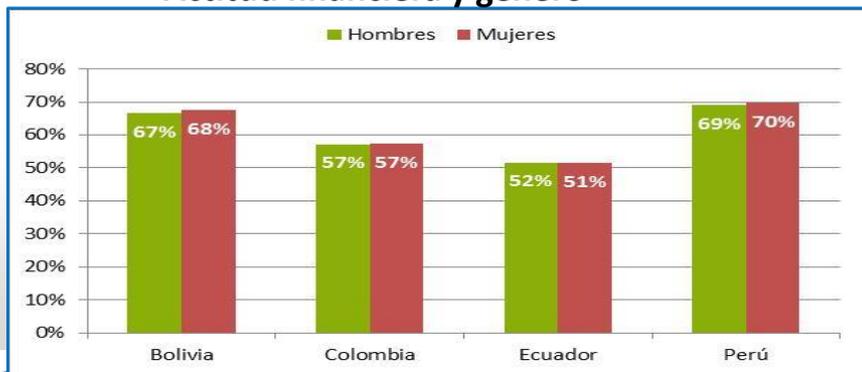
Conocimientos financieros y género



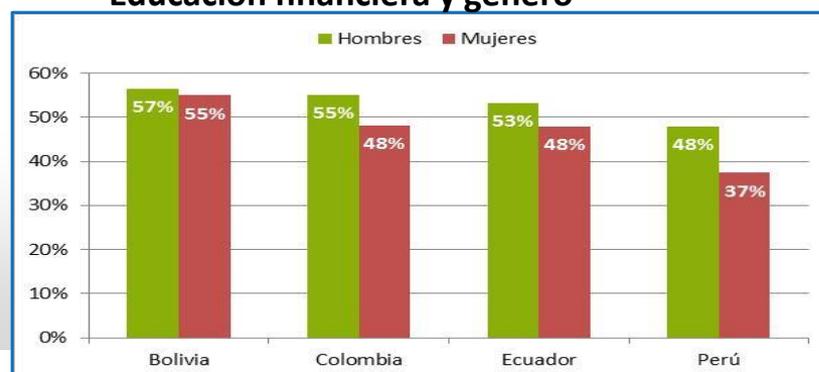
Comportamiento financiero y género



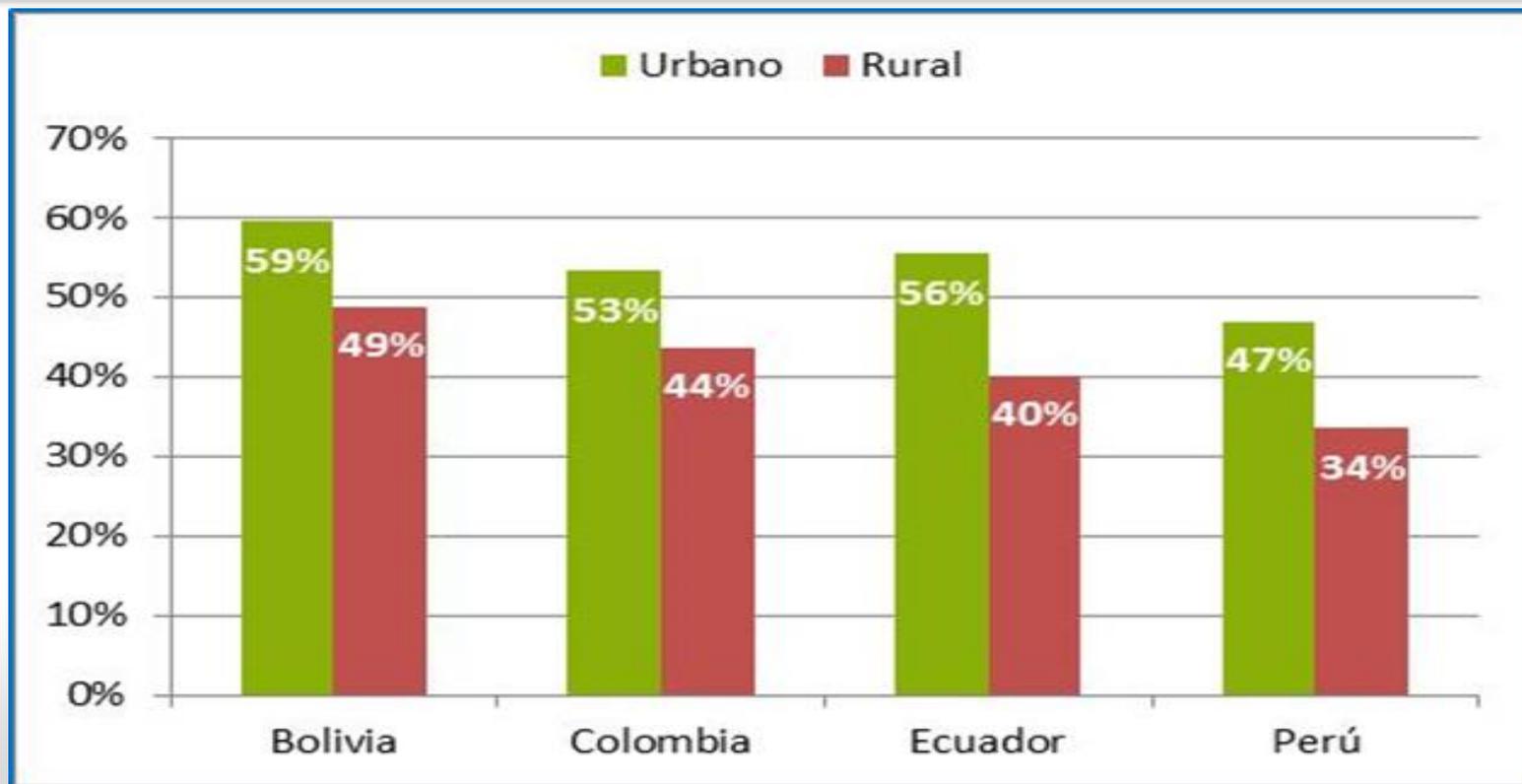
Actitud financiera y género



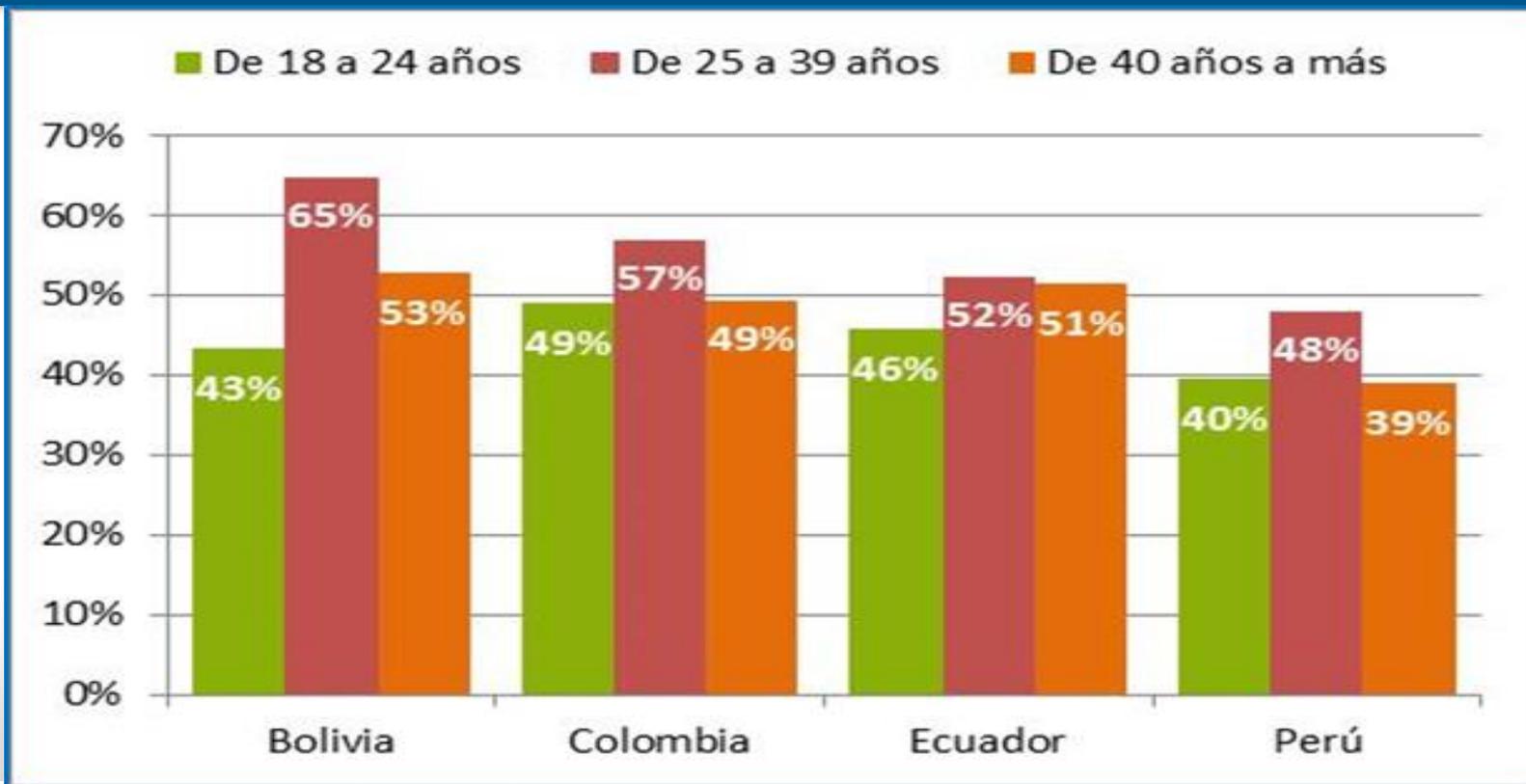
Educación financiera y género



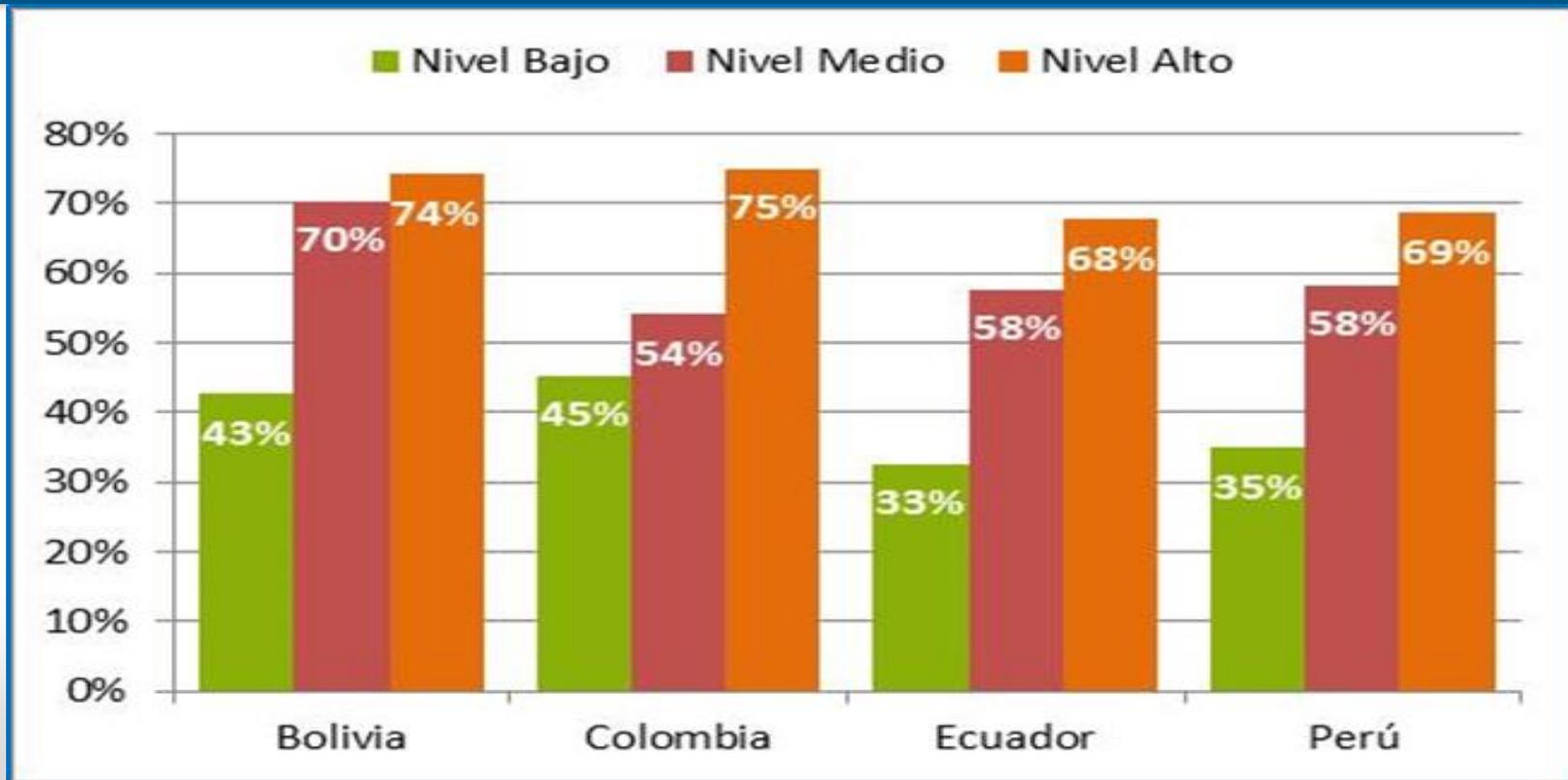
Educación financiera y ámbito geográfico



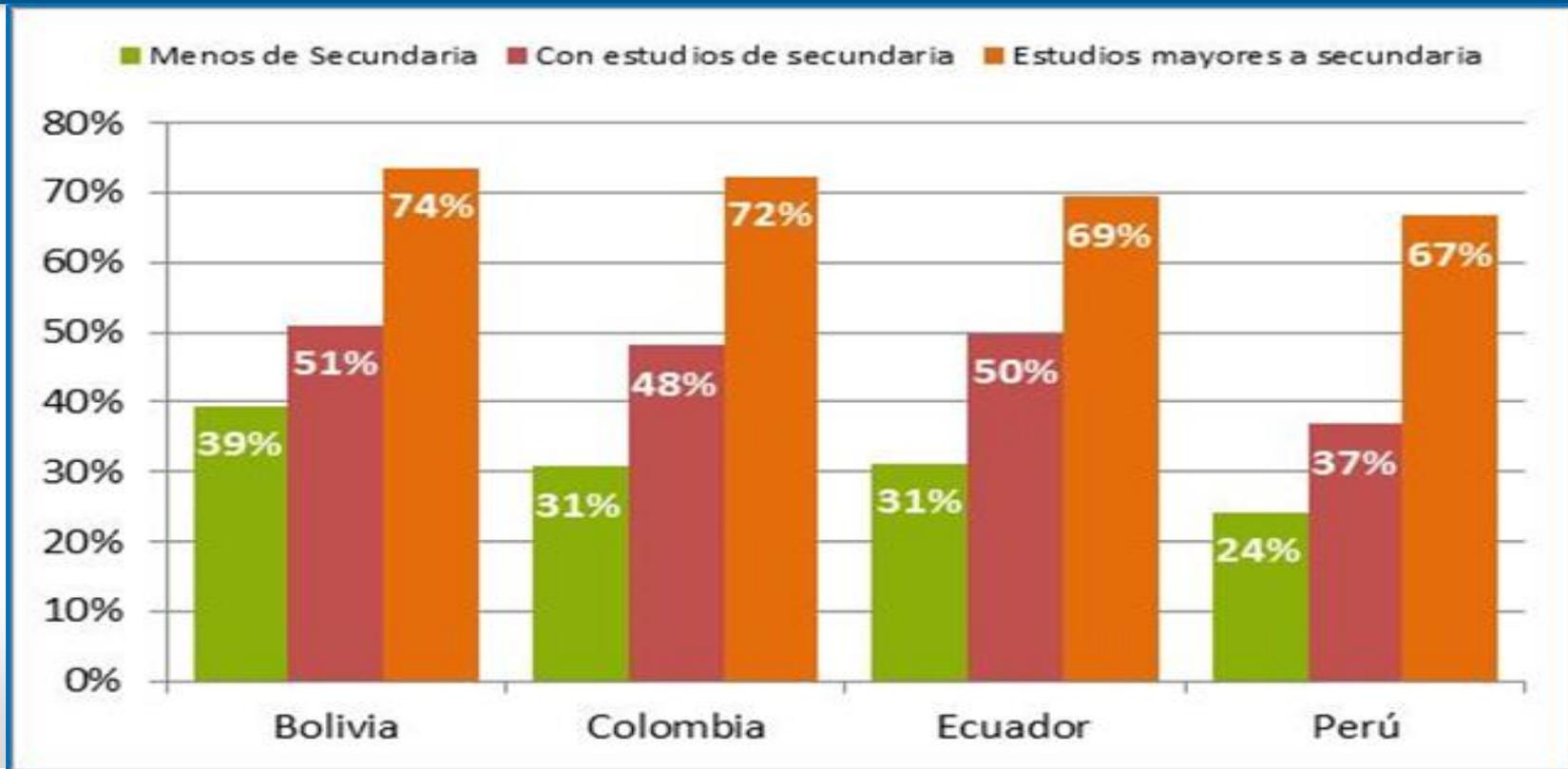
Educación financiera y edad



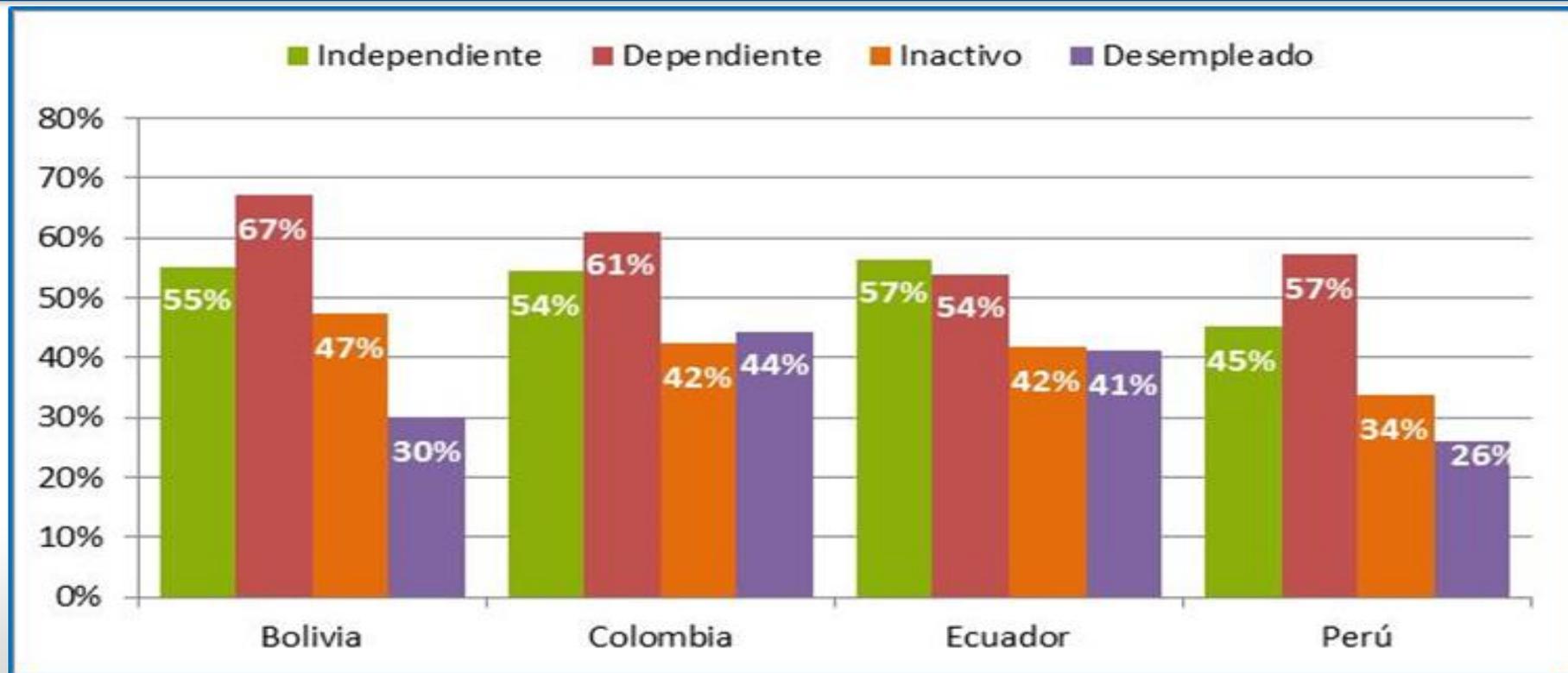
Educación financiera y nivel socioeconómico



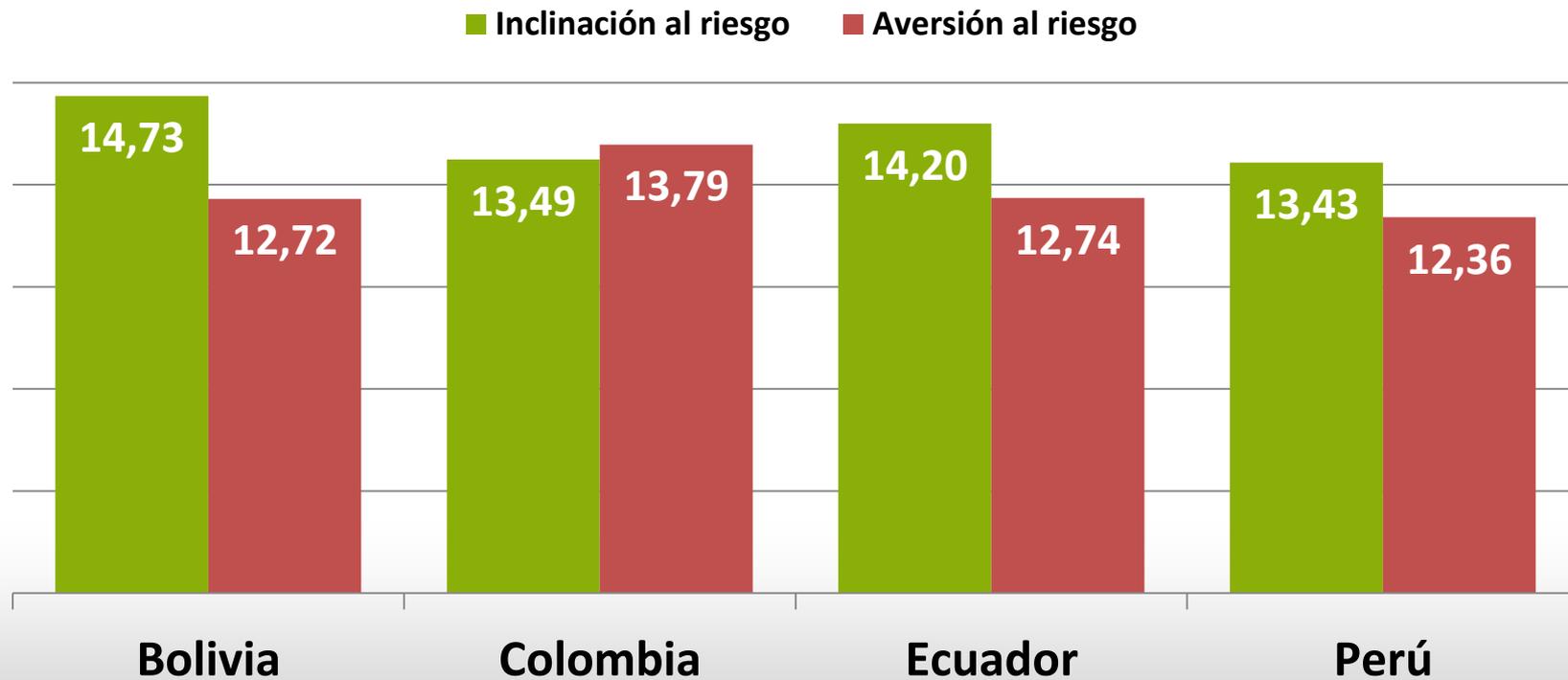
Educación financiera y nivel educativo



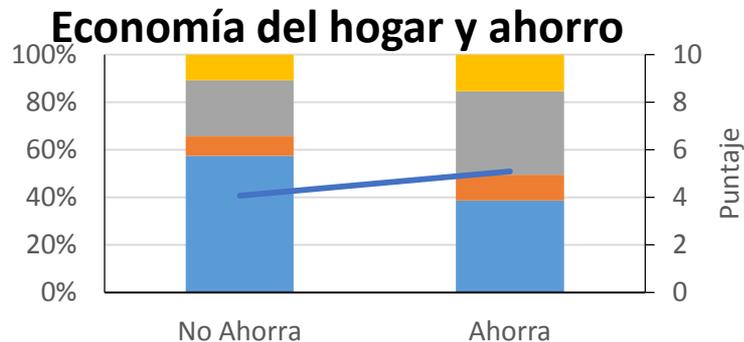
Educación financiera y condición laboral



Inclinación y aversión al riesgo

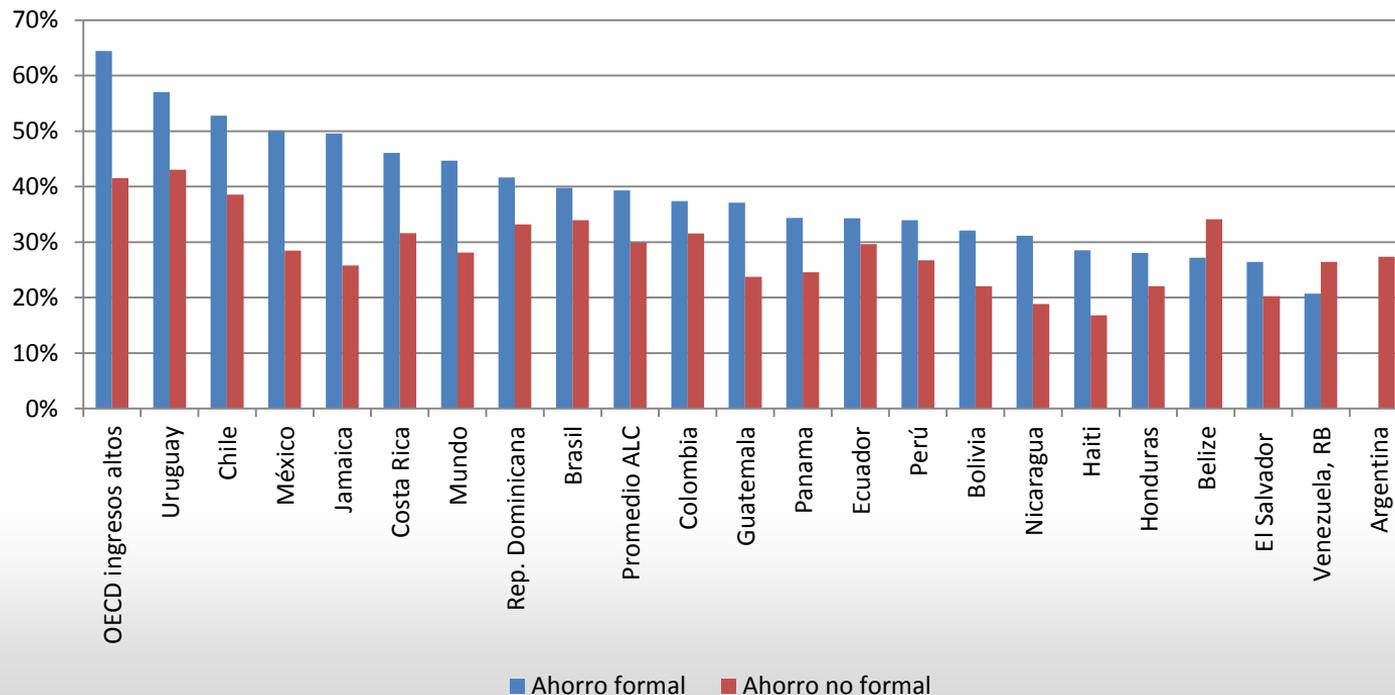


Educación financiera y ahorro



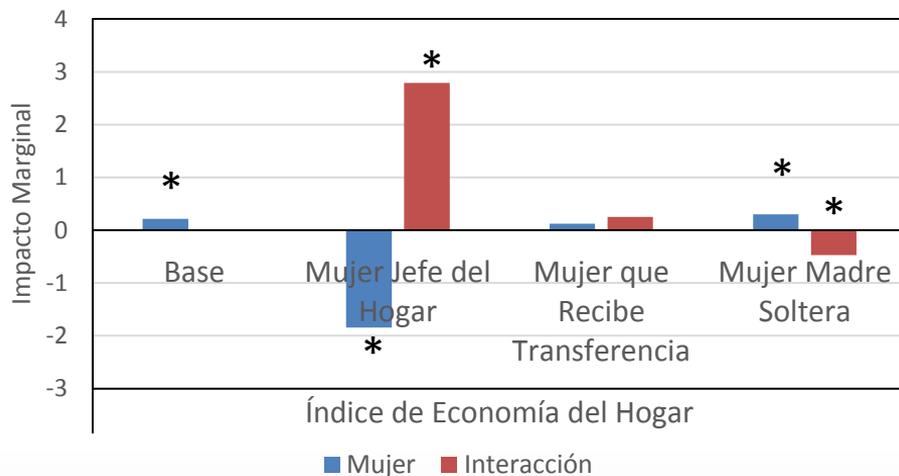
Educación financiera y ahorro – evidencia para AL

Porcentaje de respuestas correctas de quienes ahorran de manera formal y no formal

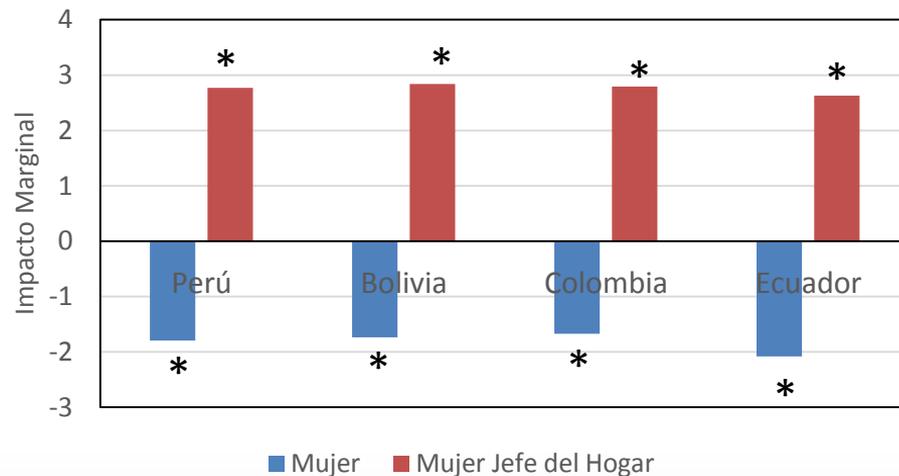


Brecha de género

Índice de Economía del Hogar - Impacto de ser Mujer



Índice de Economía del Hogar - Impacto de ser Mujer por país



Las mujeres obtienen **mejores resultados en la planificación del hogar**, pero al incluir las interacciones se demuestra que **ese efecto se debe a aquellas que son jefes de sus hogares**, siendo este efecto mayor que el impacto negativo de ser mujer. Para cada país de la muestra se encuentran resultados similares.

Mujeres jefes de hogar

- Estas mujeres están más inclinadas a **formular un presupuesto**, que este sea un **plan específico** de ingresos y gastos, y a emplearlo de **forma exacta**.
- Las mujeres que son jefe del hogar revelan tener **mejores actitudes y conductas**. Para **Bolivia**, el efecto positivo identificado en el caso de las mujeres se elimina y muestra ser relevante **exclusivamente** para aquellas mujeres que participan en la toma de decisiones financieras de sus familias.
- Este segmento de mujeres son **menos aversas al riesgo**, aunque sin superar el impacto negativo asociado al género femenino, **revelan vigilar personalmente sus finanzas** y son **más propensas a planificar** en función a metas financieras de largo plazo.

Retos y desafíos



El reto de la calidad – adecuar productos financieros a las necesidades y comportamiento de los usuarios

- Importancia de **establecer estrategias diferenciadas** para **diferentes segmentos poblacionales**, dentro de los cuales evidencian menores capacidades financieras las personas con:
 - **Niveles limitados de educación**
 - **Ingresos bajos**
 - **Sin ingresos regulares**
 - **Residentes en zonas rurales**
 - **Mujeres**
 - **Jóvenes**
 - **Personas mayores**
 - **Solteros**
 - **Quienes no tienen capacidad de ahorro**

El reto de la calidad – aprendizajes de la economía del comportamiento

- Las decisiones sobre el ahorro no siempre son racionales - se pueden ver afectadas por los sesgos de comportamiento, que incluyen:
 - Preferencias inconsistentes en el tiempo (sesgo hacia el presente vs el futuro) y problemas de auto-control/tentaciones
 - Inatención
 - Sesgos en las expectativas/aversión a las pérdidas
- Los productos financieros que toman en cuenta estos sesgos de comportamiento han mostrado tener éxito.

Ejemplos

- En Afganistán, la creación de una **cuenta de ahorro simple para teléfonos móviles** con **descuento automático** incrementó la probabilidad de ahorrar y de aumentar los ahorros totales de las personas que usaron el producto.
 - Lograr que ahorrar sea una decisión “pasiva” es altamente efectivo.
- **Compromiso de ahorro:** estudios en Filipinas, Kenia, Malawi, Uganda, Ghana y Bolivia muestran que el compromiso de ahorro puede incrementar los niveles de ahorro y la inversión en salud, educación y bienes durables.
 - Compromisos suaves: “rotular” la cuenta para una meta de gasto en particular sin penalidad explícita por retirar los ahorros.
 - Compromisos duros: pueden incluir restricciones para retirar los ahorros o penalidades por olvidar realizar los depósitos.
- **Los mensajes de texto recordatorios en varios países** provocaron aumentos pequeños pero significativos en el ahorro y mejoraron las tasas de repago de préstamos cuando son **personalizados**.

Ejemplos

- **Ahorro para el retiro:** individuos sienten que no saben por dónde empezar o no tienen suficiente información; piensan que no tienen suficiente dinero para empezar a ahorrar; no tienen auto-control.
 - En EEUU se diseñó una guía para ayudar a las personas a planificar que redujo la complejidad de abrir una cuenta de ahorro para la pensión. La intervención duplicó la apertura de cuentas en 60 días.
- **Auto-ayuda y presión de grupo para incentivar el ahorro:** en Chile, los participantes que hicieron parte del grupo de pares con auto-ayuda depositaron dinero 3,5 veces más frecuentemente y su saldo promedio fue de casi más del doble que aquellos con una cuenta de ahorros básica. Una mayor tasa de interés tuvo muy poco efecto sobre la decisión de ahorrar.
 - Tener un compañero de ahorro hizo muy poca diferencia con relación a los mensajes de texto, los cuales fueron igual de eficaces.

Retos y desafíos

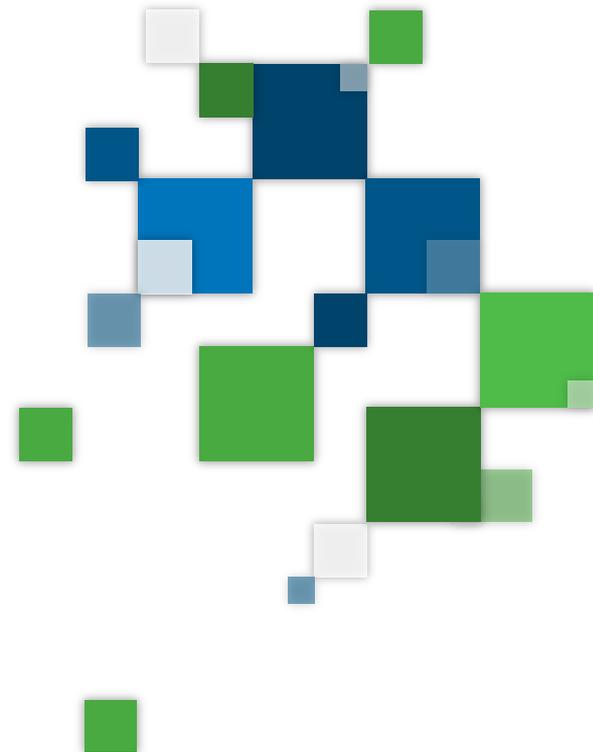
- La **capacidad de ahorro**, especialmente a través de mecanismos **formales** como cuentas de ahorro, tiene un impacto muy importante sobre las capacidades financieras de los individuos. Los programas de inclusión y EF deben enfocarse no solamente en la transmisión de conceptos y conocimientos, sino también impactar actitudes relacionadas con la importancia del ahorro y los costos relativos del ahorro informal, así como promover productos de ahorro innovadores que se adecúen a las necesidades de los diferentes segmentos poblacionales.
- Las **diferencias de género** no afectan a todas las mujeres por igual, sino que aquellas que **son jefes del hogar muestran mejores actitudes y conductas financieras**. Este resultado tiene importantes implicaciones de política, ya que las mujeres que participan en la toma de decisiones financieras de sus hogares pueden desarrollar mejores capacidades financieras, por lo que programas que busquen promover el empoderamiento femenino a través de la inclusión en los procesos productivos pueden tener también réditos favorables sobre las conductas y actitudes que tomen las familias para alcanzar un mayor grado de bienestar financiero.

Retos y desafíos

- Los **receptores de transferencias** o subvenciones por parte del gobierno tienen peores resultados en conceptos y conocimientos financieros, y muestran actitudes contrarias al ahorro. Estos hallazgos permiten indicar que este tipo de programas sociales no solo deben ir acompañados de capacitaciones sobre conceptos financieros básicos como el uso de las tarjetas débito y los cajeros electrónicos para el retiro del monto de dinero asociado a las transferencias, sino de estrategias innovadoras para promover el ahorro entre los beneficiarios de estas subvenciones.



Más oportunidades, un mejor futuro.



www.caf.com



@AgendaCAF



CAF.America.Latina



Youtube: CAFenVideo



company/caf