

Deloitte.



Inclusión financiera: impulsando la digitalización en América Latina y el Caribe

Septiembre 2023

Inclusión financiera: impulsando la digitalización en América Latina y el Caribe

El mercado financiero en América Latina y el Caribe, al igual que en el resto del mundo, está caracterizado por la rápida evolución de las tecnologías digitales, aunque con un notable rezago en la implementación de éstas en el caso latinoamericano. En este sentido, el uso y desarrollo integrado de esas herramientas es esencial en la era digital, pero no por sí solo, ya que debe estar acompañado de la inclusión financiera para ser, en conjunto, un medio unificado de impulso para la transformación digital en los servicios financieros.

Las tecnologías digitales y la inclusión financiera permiten dar alcance a la transformación digital necesaria en el mercado financiero latinoamericano al permitir crear productos y operaciones más eficientes para de esa forma expandir la oferta y, a su vez la demanda, bajo el principio económico: “toda oferta genera su propia demanda”. No obstante, la demanda debe ser incentivada, lo que significa que, por un lado, deberá existir la cuasiperfecta identificación de las necesidades de clientes y prospectos en el mercado financiero y, por el otro, deberá promoverse constantemente el uso de servicios financieros para todas aquellas personas excluidas hoy en día en el sistema financiero.

La inclusión financiera es, en sí misma, un proceso de adaptación frente al cambio en la era digital por parte de los agentes económicos (consumidores, instituciones financieras y gobiernos latinoamericanos), el cual implica integrar a todas las personas al mercado financiero, dotándolas de mayor utilidad y practicidad esperada al usar los productos financieros del mercado. Las tecnologías digitales, por su parte, son un factor de producción, las cuales se integran dentro de la oferta de servicios financieros como una ventaja competitiva al ser implementada de forma óptima en los productos financieros ofrecidos en el mercado.

Los agentes económicos interactúan a través de un proceso de intercambio mutuamente beneficioso, con dotaciones iniciales diferenciadas entre sí, dando como resultado un nivel de eficiencia y de bienestar económicos determinados en el mercado financiero, aunque este estado no muestra necesariamente la participación de todos los consumidores. Ahora bien, si cierto tipo de consumidores, los cuales son mayormente excluidos en el mercado, fuesen incluidos en dicho proceso de intercambio, es altamente probable que el nivel de eficiencia y bienestar económicos mejorasen notablemente porque se promovería un mayor volumen y posibilidades de intercambio.

En este proceso de intercambio, la inclusión de consumidores excluidos, y el uso eficiente de las tecnologías digitales, juegan un papel determinante en el mercado financiero, puesto que, al incluir e integrar a más consumidores concatenado con la

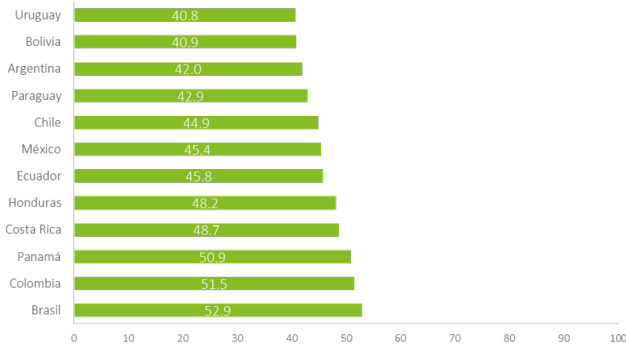


implementación óptima de tecnologías digitales en los productos financieros, sería posible incrementar el nivel de eficiencia y de bienestar económicos hasta alcanzar niveles óptimos en el largo plazo en función de los resultados donde, claro está, deberá existir cuantificación y evaluación continua del desempeño obtenido.

El contexto macroeconómico y social inherente en que interactúan estos agentes en América Latina y el Caribe, además de mostrar indicadores de crecimiento y de desarrollo económicos en condiciones emergentes, hace necesario enfrentarse también con el problema de la desigualdad (ya sea de género, de oportunidades, por nivel de ingresos, educación financiera o infraestructura de servicios financieros), y al mismo tiempo con otros factores del entorno, tales como políticos, regulatorios, o incluso, de usos y costumbres, los cuales pueden limitar el desempeño de estos mismos agentes en cuanto al poder de decisión y las posibilidades operativas que se les presentan.

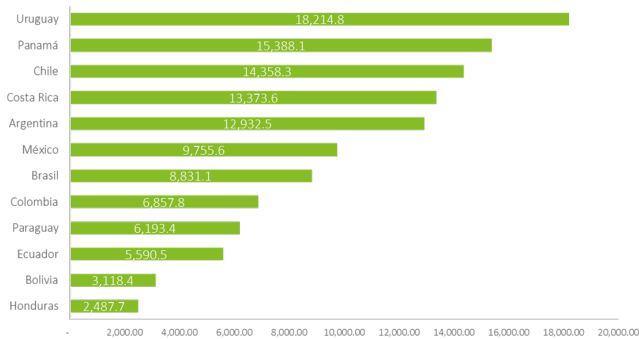


Índice de Gini



Fuente: elaboración propia con base en datos del Banco Mundial.

PIB per cápita en dólares (a precios constantes de 2010)



Fuente: elaboración propia con base en datos del Banco Mundial.

Tanto el Índice de Gini, como el PIB per cápita, son indicadores relevantes al momento de observar el grado de desigualdad y distribución del ingreso en América Latina y el Caribe. El Índice de Gini señala; por ejemplo, que Uruguay es el país latinoamericano con menor desigualdad y mejor distribución del ingreso, frente al resto de la región; sin embargo, tiene una puntuación de 40.8, en una escala del 0 al 100, donde 0 es considerado el menor grado de desigualdad. Esto indica que hay un largo camino por recorrer.

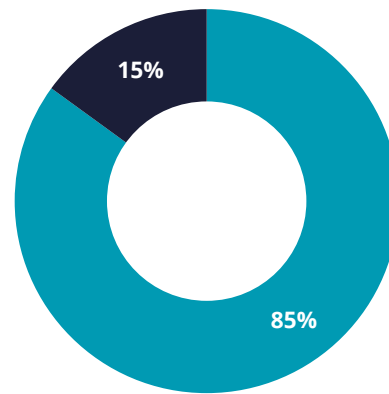
Al mismo tiempo, podemos ver que una menor desigualdad no representa necesariamente una mejor distribución del ingreso; esto se hace notar en el caso de Bolivia. Sin embargo, la convergencia de ambos factores, es decir, menor desigualdad y mejor distribución del ingreso económico es, indudablemente, una mejoría en términos de bienestar en la sociedad y en el mercado, lo cual es deseable en cualquier economía.

Tomando en cuenta estos hallazgos, podemos definir a latinoamericana como desigual y con una mala distribución del ingreso, además de que la problemática se acentúa para aquellas personas que están inmersas en una posición económica poco favorable frente al resto. Lo anterior, por lo tanto, representa una oportunidad de promover un cambio para mejorar el nivel de bienestar económico en el mercado: de aquí proviene la importancia de la inclusión financiera y las tecnologías digitales.

¿Cómo se maneja el dinero en América Latina y el Caribe?

No se puede promover un cambio futuro sin antes conocer los antecedentes. En este sentido, un buen punto de partida para analizar el estado actual de la inclusión financiera en América Latina y el Caribe es conocer los patrones de movimiento del dinero. De acuerdo con un estudio realizado por Visa International (2023), sobre las maneras en que los consumidores de América Latina y el Caribe reciben dinero, 85% de estos utiliza medios digitales (aplicaciones móviles, billeteras digitales, entre otros) para administrarlo.

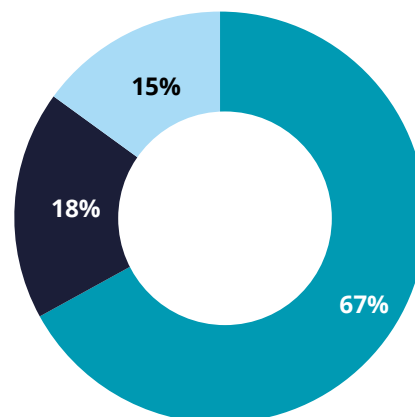
Movimiento del dinero



- Utiliza medios digitales como aplicaciones móviles y billeteras digitales para administrar el dinero
- Utiliza solo efectivo para administrar su dinero

Fuente: elaboración propia con base en datos de Visa International.

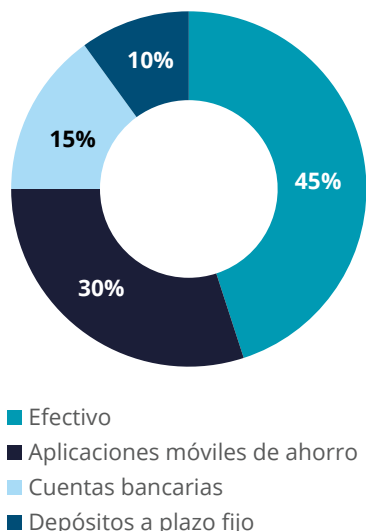
Movimiento del dinero en medios digitales



- Cuentas bancarias tradicionales
- Medios digitales de pago
- Otros medios digitales

Fuente: elaboración propia con base en datos de Visa International.

Medios de ahorro principales



Fuente: elaboración propia con base en datos de Visa International.

De ese 85% de consumidores, 67% utiliza cuentas bancarias tradicionales, 18% solo usa medios digitales de pago, y 15% recibe fondos por otros medios digitales, tales como aplicaciones móviles y billeteras digitales. En contraste, 43% del total de consumidores latinoamericanos recibe dinero en efectivo. Por otra parte, un estudio de Mastercard (2023) mostró que, antes de la pandemia por COVID-19, 25% de los consumidores latinoamericanos tendía a usar efectivo para cubrir más de 75% de sus gastos mensuales. Hacia 2023, este número bajó a 15%, lo cual permite entender que el uso de efectivo y los medios digitales conviven en el mercado financiero de nuestra región. A pesar de ello, el uso del dinero en efectivo como medio de cambio sigue siendo lo usual.

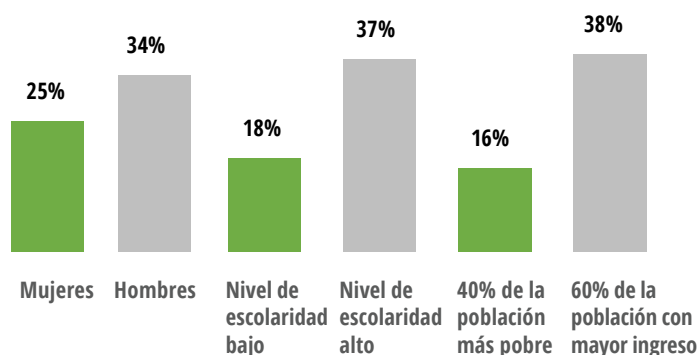
El estudio de Visa International (2023) destaca que aproximadamente 4 de cada 10 consumidores latinoamericanos dicen no poder ahorrar, ya que sus ingresos apenas llegan a cubrir sus gastos cotidianos. Quienes sí ahorran tienden a concentrar su dinero en efectivo, seguidos por aquellas personas que hacen uso de aplicaciones móviles de ahorro e inversión, cuentas bancarias tradicionales, y depósitos a plazo fijo. A pesar de que las transacciones monetarias se realizan en mayor proporción a través de transferencias bancarias, la acumulación de efectivo es todavía la forma de ahorro predominante.

En cuanto a gastos, el estudio de Visa International (2023) identificó que la forma en que las personas reciben dinero influye en cómo lo gastan. Quienes reciben dinero a través de un método digital, ya sean transferencias bancarias u otras opciones digitales, prefieren utilizar el formato digital como medio de pago o, en su defecto, el uso de tarjetas de crédito o débito. Quienes reciben dinero en efectivo, en cambio, preferirán realizar sus compras y pagos por medio de este método.

Desigualdad: ¿la mayor barrera para la digitalización?

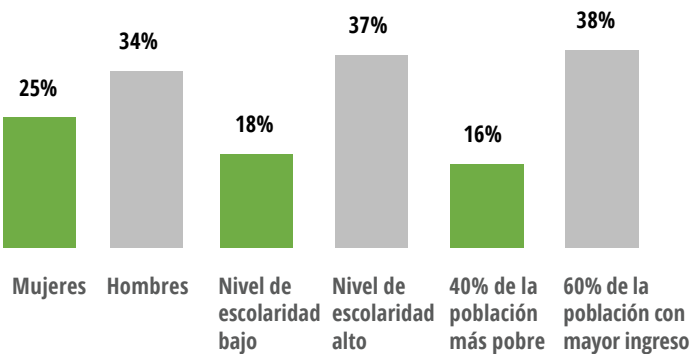
Para vislumbrar un espectro más amplio en términos de indicadores de inclusión financiera, podemos basarnos en el Índice Global de Inclusión Financiera (The Global Findex) que realiza el Banco Mundial (2022). En este estudio, encontramos hallazgos relevantes por género, nivel de estudios y nivel de ingresos en América Latina y el Caribe. Estas tres categorías son de gran relevancia, dado que reflejan el estado de la desigualdad social y económica en cuanto a inclusión y exclusión en el mercado financiero.

Tarjeta de débito



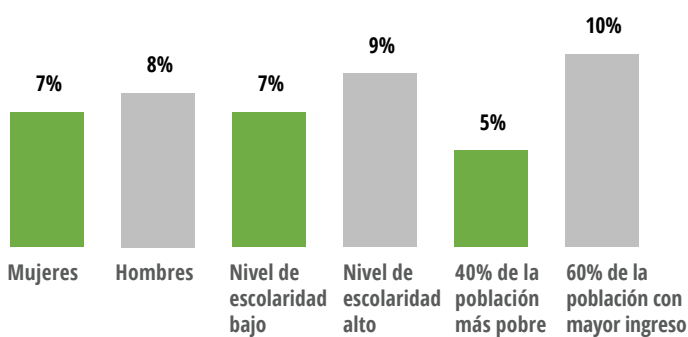
Fuente: elaboración propia con base en datos de The Global Findex.

Tarjeta de crédito



Fuente: elaboración propia con base en datos de The Global Findex.

Préstamos



Fuente: elaboración propia con base en datos de The Global Findex.

Sobre la posesión de una tarjeta de débito, 25% de las mujeres tiene este instrumento, en contraste con 34% de los hombres. En tanto, 18% de las personas con un nivel educativo bajo posee una, en contraste con 37% de las personas que cuentan con una escolaridad más alta. Adicionalmente, 16% de las personas que pertenecen al 40% de la población más pobre tiene una tarjeta de débito, mientras que 38% de la población perteneciente al 60% de mayor ingreso cuenta con este producto.

En lo que concierne a las tarjetas de crédito, 16% de las mujeres tiene al menos una, en contraste con 21% de los hombres. Mientras que 10% de las personas con un nivel educativo bajo posee una, en contraste con 24% de las personas que cuentan con un nivel de estudios más alto. Asimismo, 9% de las personas dentro del 40% de la población más pobre posee este recurso financiero, en contraste con 25% de la población perteneciente al 60% de mayor ingreso.

En cuanto a la solicitud de préstamos a instituciones financieras, 7% de las mujeres tiene activo algún préstamo, en contraste con 8% de los hombres. Además, 7% de las personas con un nivel educativo bajo solicitó un préstamo, a diferencia del 9% de personas con una escolaridad más alta. Finalmente, 5% de las personas del 40% de la población más pobre tiene contratado algún préstamo, en contraste con 10% de la población perteneciente al 60% de mayor ingreso.

Lo anterior, muestra una clara evidencia de las brechas que existen en la región, empezando por el hecho de que las mujeres están en una situación menos que proporcional respecto a los hombres en cuanto a la tenencia de tarjetas de débito, crédito y préstamos a instituciones financieras. Además, los factores de nivel educativo y de nivel de ingresos influyen en el grado de inclusión financiera, dado que, a mayor nivel educativo y mayor nivel de ingresos, la participación y el acceso a los productos del mercado financiero son más factibles.

Si observamos con atención el informe de Mastercard (2023), podemos entender que el acceso a los servicios financieros no está distribuido de manera uniforme, ya que existe una marcada diferencia en cuanto a las posibilidades que las personas tienen para entrar en el sistema financiero, como indican los hallazgos del Banco Mundial. Por otra parte, los indicadores de este estudio señalan un avance progresivo hacia la inclusión financiera, puesto que los consumidores latinoamericanos adoptan nuevos productos cada vez más y con mayor velocidad; entre dichos productos, podemos encontrar inversiones, seguros y soluciones “buy now, pay later” (compre ahora, pague después).

No obstante, el informe mencionado anteriormente enfatiza que el dinero en efectivo es todavía el método de pago diario más usado en la región. Esto refleja la importancia que tienen los pequeños negocios en la aceptación de los pagos digitales para darle continuidad a la inclusión financiera, en parte, debido a los altos niveles de informalidad que existen en su operación, así como al uso de cuentas personales en este tipo de comercios (Mastercard, 2023).

Digitalización: una oportunidad para promover la inclusión financiera

El desplazamiento del efectivo como método de pago principal es una tarea compleja, debido a que una cantidad importante de la población latinoamericana todavía se encuentra excluida del sistema financiero, debido a diversos factores (género, nivel de estudios e ingresos, informalidad, accesibilidad de los productos financieros, e incluso usos y costumbres en cuanto al movimiento de su dinero). Considerando todo esto, es necesario entender que existen alternativas y mecanismos capaces de revertir esta situación: lo importante es generar incentivos que permitan una migración de más personas hacia un entorno financiero que se maneje predominantemente en lo digital.

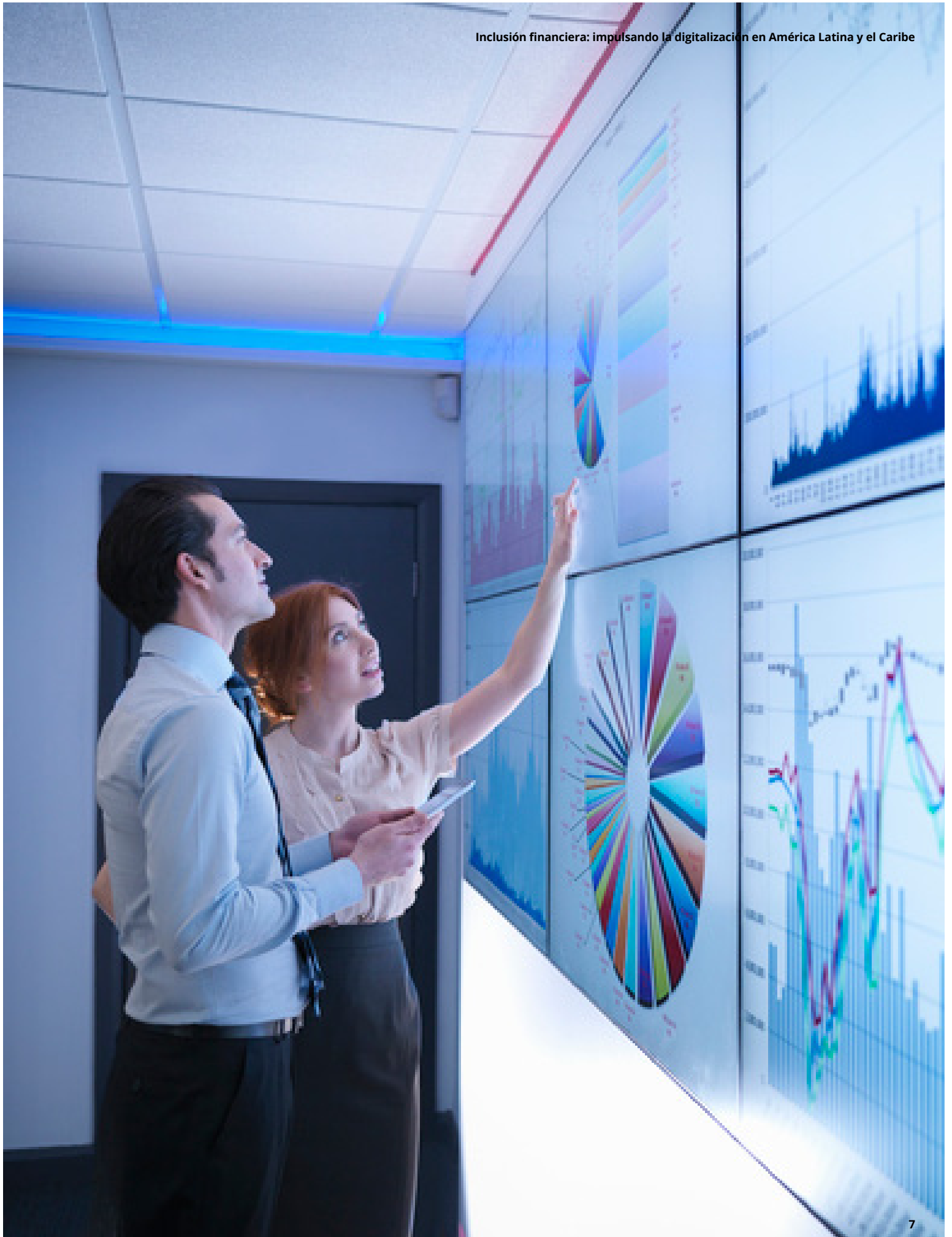
El sector público, en conjunto con la iniciativa privada, desempeñan un papel crucial al promover la inclusión financiera, debido a que son los encargados de generar o modificar las políticas financieras que se traduzcan en incentivos tanto para los consumidores como para las instituciones financieras (Mastercard, 2023). Al procurar estas políticas con fines mutuamente beneficiosos, se podrá conseguir una mayor eficiencia económica, al tiempo que se impulsará la inclusión de las personas hoy excluidas del mercado financiero y, por lo tanto, será más asequible alcanzar un nivel de bienestar económico mayor.

Queremos reiterar la importancia de incluir en el mercado financiero a las mujeres, a los pequeños comercios y a la población con menores niveles de ingresos. Al facilitar el acceso de más personas a los servicios financieros a través de productos financieros basadas en tecnologías digitales, la inclusión se hará más amplia en América Latina y el Caribe, además fortalecerá la confianza en las instituciones financieras y permitirá la generación del valor vitalicio por parte de los clientes, siempre y cuando exista también un servicio de atención al cliente eficiente y empático en las instituciones financieras.

El camino hacia la digitalización en el sistema financiero de América Latina y el Caribe debe basarse en la colaboración e inclusión de todos los agentes económicos, en el uso eficiente de las tecnologías, la aplicación de incentivos relevantes, y también en un servicio de atención al cliente eficiente y empático. De este modo, habrá tanto una expansión de la oferta de productos financieros personalizados que procuren forjar relaciones a largo plazo entre los clientes y las instituciones financieras, así como una cuasiperfecta identificación de necesidades y riesgos y, por lo tanto, será posible alcanzar un nivel más alto de eficiencia y bienestar económicos, así como lograr la transformación digital deseada de los servicios financieros en América Latina y el Caribe.

Referencias

- Banco Mundial, *The Global Index Database 2021*. Estados Unidos de América, 2022. Recuperado de: <https://www.worldbank.org/en/publication/globalindex/Report>.
- Mastercard, *Nuevo estudio de Mastercard revela el impulso de la inclusión financiera en América Latina y destaca las brechas que faltan por cerrar*. Estados Unidos de América, 2023. Recuperado de: <https://www.mastercard.com/news/latin-america/es/sala-de-prensa/comunicados-de-prensa/pr-es/2023/junio/nuevo-estudio-de-mastercard-revela-el-impulso-de-la-inclusion-financiera-en-america-latina/>.
- Visa Internacional, *Tendencias del movimiento de dinero en América Latina y el Caribe. Estudio sobre el uso y las actitudes del consumidor en 2023*. Estados Unidos de América, 2023. Recuperado de: https://globalclient.visa.com/lac_moneymovement_sp.



Autores

Gustavo Méndez

Socio Líder de la Industria
de Servicios Financieros
Deloitte Spanish Latin America
gmendez@deloittemx.com

Roberto A. Villalvazo

PMO de la Industria
de Servicios Financieros
Deloitte Spanish Latin America
rvillalvazo@deloittemx.com

Deloitte.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 415,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte S-LATAM, S.C." es la firma miembro de Deloitte y comprende tres Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades relacionadas, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta publicación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.