PayU

Barómetro de prosperidad financiera

Percepciones de prosperidad en mercados de alto crecimiento

Contenidos

Metodología 3

Prólogo 4

Resumen ejecutivo 5

Capítulo Uno: Definición de prosperidad 7

Capítulo Dos: Acceso a servicios financieros 10

Capítulo Tres: El vínculo entre los servicios financieros y la prosperidad 17

Capítulo Cuatro: Servicios financieros: los beneficios prácticos y emocionales 20

Conclusión 24

Metodología

Para encontrar el vínculo entre las percepciones de prosperidad y el acceso a los servicios financieros en los mercados de alto crecimiento a nivel mundial, encuestamos a más de 10.500 adultos en 18 países de África, Asia, Europa, América del Sur y el Medio Oriente, con una distribución uniforme de género y edad.

Los países encuestados fueron: Kenia, Nigeria, Sudáfrica, República Checa, Hungría, Polonia, Rumania, Grecia, Eslovaquia, Turquía, Israel, Indonesia, Vietnam, Brasil, Argentina, Colombia, Chile, India del Norte (Nueva Delhi), India Occidental (Mumbai), India del Este (Kolkata) e India del Sur (Bangalore).

América del Sur	África	Europa	Medio Oriente	Asia
Brasil	Kenia	República Checa	Israel	Indonesia
Argentina	Nigeria	Hungría		Vietnam
ColOmbia	Sudáfrica	Polonia		India
Chile		Rumania		
		Grecia		
		Eslovaquia		
		Turquía		

Para propósitos de este informe, hemos tomado los países encuestados como representantes de la región en la que se encuentran, es decir, que Rumania, Hungría, República Checa, Turquía, Grecia, Polonia y Eslovaquia formaron la región de Europa del Este. Cabe notar que se agrupó a Israel dentro de África (Nigeria, Kenia, Sudáfrica).

A los encuestados se les envió una encuesta en línea, por lo que cualquier discrepancia entre los datos globales acerca del acceso a los servicios financieros tradicionales en los mercados encuestados y la percepción de los encuestados sobre el acceso a los servicios financieros como se describe en la encuesta puede ser debido a una mayor proporción de usuarios de Internet que completaron la encuesta.

Preámbulo

En PayU, nuestra visión es crear un mundo sin fronteras financieras donde todos puedan prosperar. Todos los días nos esforzamos por cumplir con esta ambiciosa visión.

Muchos factores diferentes influyen en la forma en que las personas acceden y participan en los servicios financieros. Este conocimiento del mercado local siempre ha sido el pilar de nuestra estrategia en PayU. Nosotros entendemos las economías locales, los entornos y las sociedades, y desarrollamos tecnología que satisface las necesidades específicas del mercado.

Esta oportunidad de brindar un mayor acceso a los servicios financieros a las personas en todo el mundo es inconmensurable. Es por eso que nos esforzamos por llevar nuestro conocimiento y entendimiento más allá.

Realizamos este proyecto de investigación para descubrir el impacto final que puede traer un mundo sin fronteras financieras. Nuestro enfoque está específicamente diseñado para aprender más sobre el comportamiento humano y las diferentes maneras en que las personas entienden el término prosperidad.

Para algunos, ser próspero se trata de felicidad, buena salud o estabilidad laboral, mientras que para otros se trata de dinero y tener ahorros para proteger su futuro.

Este es el primer estudio de este tipo que muestra la compleja relación entre los servicios financieros y la prosperidad. Miramos más allá del acceso para descubrir los beneficios de los servicios financieros para el consumidor y, por último, consideramos cómo eso da forma a la economía global.

Queremos reunir a los gobiernos, analistas, comerciantes, proveedores de tecnología y servicios financieros para analizar estos hallazgos. Un mejor entendimiento de la relación entre los servicios financieros y la prosperidad permite a todas las partes interesadas promover un cambio mayor y crear un impacto más positivo.

Por lo tanto, me complace compartir con ustedes este primer Barómetro de Prosperidad Financiera: Percepciones de prosperidad en mercados de alto crecimiento, que investiga las percepciones de prosperidad en 18 mercados de alto crecimiento en todo el mundo y revela el impacto que los servicios financieros tienen en el concepto de prosperidad de las personas.

Los hallazgos son fascinantes y hablan por sí mismos, pero aquí hay dos cosas en particular que me llaman la atención.

En primer lugar, el papel de la educación financiera. Más allá de la inclusión financiera, la educación financiera juega un papel importante en todo el mundo para que todos, desde los consumidores hasta las empresas, y los actores de la industria hasta los reguladores, ayudemos a las personas en su camino hacia un futuro mejor y más próspero para nosotros y para nuestros hijos.

En segundo lugar, la tecnología. La tecnología es fundamental para mejorar la inclusión financiera y la educación a escala global. Los líderes empresariales deben asumir mayores riesgos y traer nuevas innovaciones al mundo real, como la Inteligencia Artificial (IA) y el aprendizaje automático, para maximizar la oportunidad tecnológica.

Sólo veamos cómo la Inteligencia Artificial ya nos permite eludir la infraestructura financiera tradicional que excluía a muchos, y esto es sólo el comienzo. La tecnología se trata de cómo nosotros cambiaremos el mundo.

Es nuestra responsabilidad ahora, como líderes mundiales en tecnología financiera, entender la línea dinámica entre los servicios financieros y la prosperidad, y utilizar todos los recursos en nuestras manos, siendo la tecnología avanzada el de mayor peso, para construir un mundo sin fronteras financieras donde todos podamos prosperar.

A esto va dirigido este informe. Espero que me acompañes en este viaje.

Laurent Le Moal
CEO, PayU

Resumen Ejecutivo

Las definiciones de prosperidad varían considerablemente según la geografía.

- Ser feliz con su vida
- Buena salud para sus amigos y familiares
- Tener un trabajo bueno y estable
- Tener suficientes ahorros para el futuro

Los ingresos y la prosperidad no están necesariamente relacionados.

Solo el **15%** de las personas se consideraban muy prósperas

Apesar de que el **54%** de los encuestados percibe un ingreso familiar superior al promedio de su región.

75% de las personas cuyos ingresos están por debajo del promedio de igual manera sienten cierto nivel de prosperidad

Solo **una cuarta** parte de las personas cree es necesario "ser rico" para tener prosperidad.

Pero las finanzas son más que solo ingresos; la mayoría de las personas en mercados de alto crecimiento identifica una relación entre los servicios financieros y la prosperidad.

- **Más del 75% de las personas en los países encuestados cree que los servicios financieros pueden ayudar a las personas a planificar su prosperidad futura.**
- El 60% considera que los servicios financieros ya los han ayudado en este sentido y casi el 50% de los encuestados cree que no puede ser próspero sin acceso a los servicios financieros.
- En cuanto a las personas que se sienten menos prósperas, es menos probable que vean cómo los servicios financieros pueden afectar positivamente su prosperidad.

Al observar a las personas que mencionaron el acceso a los servicios financieros, también hubo una clara relación entre el acceso y la convicción de que los servicios financieros pueden aumentar la prosperidad.

- **En cuanto a las personas que manifestaron tener el acceso más bajo a los servicios financieros, era menos probable que concordaran con el impacto positivo que éstos pueden tener en la prosperidad.**
- Europa del Este reportó el acceso más bajo a los servicios financieros y la menor convicción de la correlación entre los servicios financieros y la prosperidad (45% frente al promedio del 60%).

Algunos servicios financieros tienen beneficios emocionales más evidentes que los prácticos - **estos servicios financieros están más claramente relacionados con la prosperidad.**

- Los beneficios emocionales, por ejemplo, incluyen la capacidad de reducir el estrés financiero y sentirse más cerca de sus seres queridos. Los beneficios prácticos, por otro lado, incluyeron respuestas como garantizar que las deudas y facturas se paguen de manera rápida y fácil.
- **El crédito y los pagos fueron los únicos servicios en donde los encuestados identificaron con más facilidad los beneficios prácticos por sobre los beneficios emocionales.**

Capítulo Uno

Definición de prosperidad

Las definiciones de prosperidad están influenciadas por la región en la que viven las personas. Los factores que se consideran necesarios para la prosperidad varían según la geografía y la cultura.

¿Qué significa ser próspero?

Según el Diccionario de Cambridge, "prosperidad" es "la condición de tener éxito y tener mucho dinero". Sin embargo, la definición del mundo real no es tan simple. De hecho, descubrimos que la prosperidad no está directamente relacionada con el ingreso monetario en los mercados de alto crecimiento. Por el contrario, nuestra encuesta mostró que los principales factores en general para definir la prosperidad fueron:

- **Estar feliz con tu vida**
- **Buena salud para amigos y familiares**
- **Tener un trabajo bueno y estable**
- **Tener suficientes ahorros para el futuro**

La falta de relación entre los ingresos directos y la prosperidad resaltó aún más cuando se preguntó a los encuestados qué tan prósperos se sentían en la vida. Solo el 15% de las personas encuestadas consideró que eran muy prósperas a pesar de que el 54% de los encuestados tenía un ingreso superior al promedio para su región. Esto parecía aplicar en ambos sentidos; las tres cuartas partes de las personas cuyos ingresos estaban por debajo del promedio aun así sentían algo de prosperidad, lo que demuestra la falta de relación entre los ingresos y la prosperidad.

"Tener mucho dinero" podría estar relacionado igualmente con la riqueza general, no sólo con los ingresos, pero nuestra encuesta también desmintió esta relación. Las respuestas de los encuestados mostraron que la riqueza no era un requisito clave para la prosperidad, ya que sólo una cuarta parte de las personas expresaron que ser rico era un requisito para ser considerado próspero.

Sin embargo, para aquellas personas que se autodenominaron como "nada prósperos" era mucho más probable que percibieran la riqueza como un requisito para la prosperidad. La sensación de una persona de sentirse perjudicada, entonces, afecta qué tanto creen que la riqueza define su prosperidad.

[1] This skew for above-average income across the regions is likely caused by the required internet access for the survey.

Prosperidad alrededor del mundo

En el momento de definir la prosperidad en los mercados de alto crecimiento, vimos una gran discrepancia entre las regiones. Las diferentes regiones priorizaron diferentes elementos de prosperidad, siendo la salud la única prioridad clara en todas las geografías.

Un trabajo seguro y bien remunerado fue considerado menos relevante para la prosperidad en África/Israel y Asia (alrededor del 35%) en comparación con América del Sur (51%) y Europa (45%).

Alrededor de la mitad de los encuestados en Asia considera que es necesario tener una familia llena de amor para ser prósperos, posicionándose como el segundo factor más popular en esta región, comparado con el 40% o menos en otras áreas.

Solo el 9% de los encuestados en América del Sur sintió que "ser rico" es necesario para considerar a alguien próspero, comparado con el 36% en África/Israel.

El 25% de las personas en África/Israel, reduciéndose al 13% en Europa del Este, consideró que el acceso a los servicios financieros es clave para que alguien sea próspero.

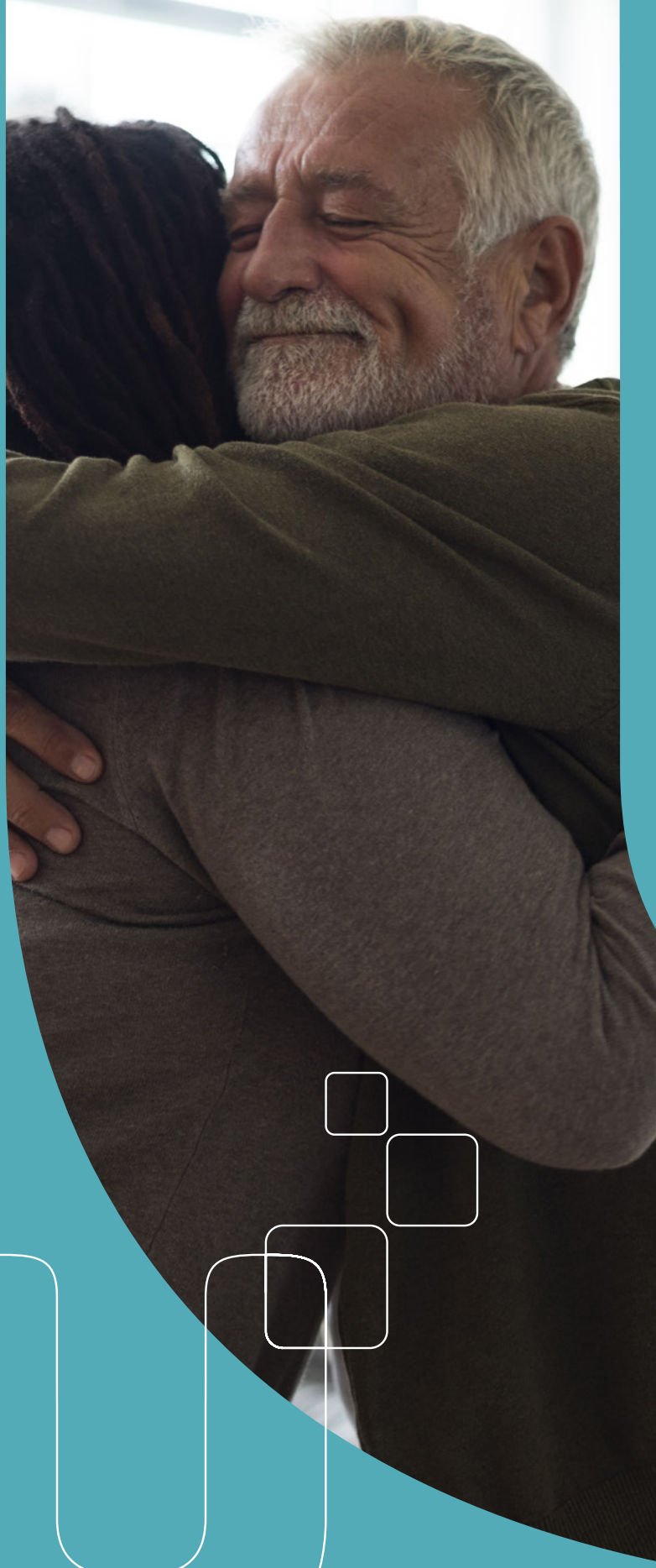
Europa del Este fue la única región donde menos de una de cada tres personas consideró que poder dar la mejor educación a sus hijos califica como prosperidad.

En lugar de ser puramente financiero, la prosperidad cubrió aspectos como tener capacidades prácticas hasta factores evidentemente sentimentales.

Aunque los ingresos como tal no estaban claramente relacionados con la prosperidad, la estabilidad financiera sí. Al observar las percepciones de prosperidad de las personas en los últimos años, el país en el que viven también tuvo un efecto sobre qué tan prósperas se sienten. Tres cuartas partes de los asiáticos afirmaron que su prosperidad había aumentado, mientras que menos de la mitad de los europeos orientales sentían de igual manera.

Los datos del FMI muestran que Asia Pacífico tuvo una tasa de crecimiento del PIB de más del doble que la de Europa del Este, y el PIB a menudo aplica como un indicador de mejor economía general, más seguridad laboral y más gasto de los consumidores[2]. Estos factores, por supuesto, conducen a una situación financiera más estable.

El acceso a los servicios financieros fue otra influencia clave en las percepciones de prosperidad; casi la mitad de las personas en mercados de alto crecimiento cree que no se puede ser próspero sin acceso a servicios financieros.



[2] Panorama Económico Mundial. Abril del 2019.

Capítulo Dos

Acceso a servicios financieros

Una exploración del acceso percibido a cinco de los servicios financieros principales en mercados de alto crecimiento: ahorro y acumulación de dinero, depósito de dinero, pagos (enviar y recibir dinero de otros lugares), seguro de salud y propiedad, y crédito (préstamos).

Una cuestión de acceso

Los datos del Banco Mundial indican que prácticamente todas las personas no bancarizadas del mundo viven en los países en vías de desarrollo[3]. En lugar de mirar solo los volúmenes de cuentas, nosotros preguntamos a los encuestados en mercados de alto crecimiento en África/Israel, Asia, Europa del Este y América del Sur si tenían acceso a algún servicio financiero importante. Encontramos diferencias considerables por región.

Asia reportó el mejor acceso a los servicios financieros, mientras que Europa del Este sintió que tenía el peor acceso, con un 13% afirmando que no tenía forma de acceder a ningún servicio financiero. Los encuestados en Grecia y Hungría lo perciben particularmente mal, ya que uno de cada cinco encuestados afirmó no tener acceso en comparación con el promedio de uno de cada diez. Según el análisis de McKinsey, Europa del Este ha intentado modelar bancos en las redes de sucursales tradicionales en Europa Occidental, pero los bajos niveles de ingresos hacen que esto sea inviable, lo que podría explicar la sensación de acceso deficientez.

Curiosamente, tanto Asia como Europa del Este tienen países que el Banco Mundial ha identificado como prioridades para mejorar la inclusión financiera en su iniciativa centrada en 25 países, en donde vive el 73% de todas las personas financieramente excluidas. India, Vietnam e Indonesia pertenecen a Asia, mientras que Turquía está incluida en Europa[5].

[3] Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, Saniya Ansar, and Jake Hess. 2018. The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. Overview booklet. Washington, DC: World Bank.

[4] Dietz, Miklós, Ádám Homonnay, and Irene Shvakman. 2012. What's ahead for banking in Eastern Europe. McKinsey. Online.

[5] El Banco Mundial. Acceso financiero universal 2020.

La disparidad entre el acceso percibido y las áreas problemáticas verificadas sugiere problemas que no se registran en el estudio de inclusión financiera. La comunicación de los servicios disponibles puede ser deficiente, o que no se tengan en cuenta las soluciones de servicios financieros habilitados por la tecnología en tiempo real, y las consideraciones prácticas pueden impedir que las personas accedan a los servicios financieros disponibles en su área.

La necesidad de un enfoque local personalizado es clara cuando la percepción de acceso en diferentes mercados de alto crecimiento es tan variada; es crucial mejorar el acceso y la percepción de accesibilidad.

Asuntos financieros: ¿demasiado complicado o demasiado simplificado?

Las personas en áreas rurales en mercados de alto crecimiento mostraron una mayor probabilidad de sentirse aislados del acceso a servicios financieros (17%). En países con poca infraestructura, esto es decepcionante más que sorprendente ya que, como punto de referencia, más del 25% de las personas sin una cuenta bancaria en Indonesia y Malasia consideran la distancia física a un banco como una barrera para la inclusión[6].

Sin embargo, es particularmente interesante que a estas personas no se les hacía más confuso los asuntos financieros que a las personas en áreas urbanas o suburbanas. Los asuntos financieros sin servicios son, quizás, menos complicados: simplemente se tiene dinero en efectivo o no.

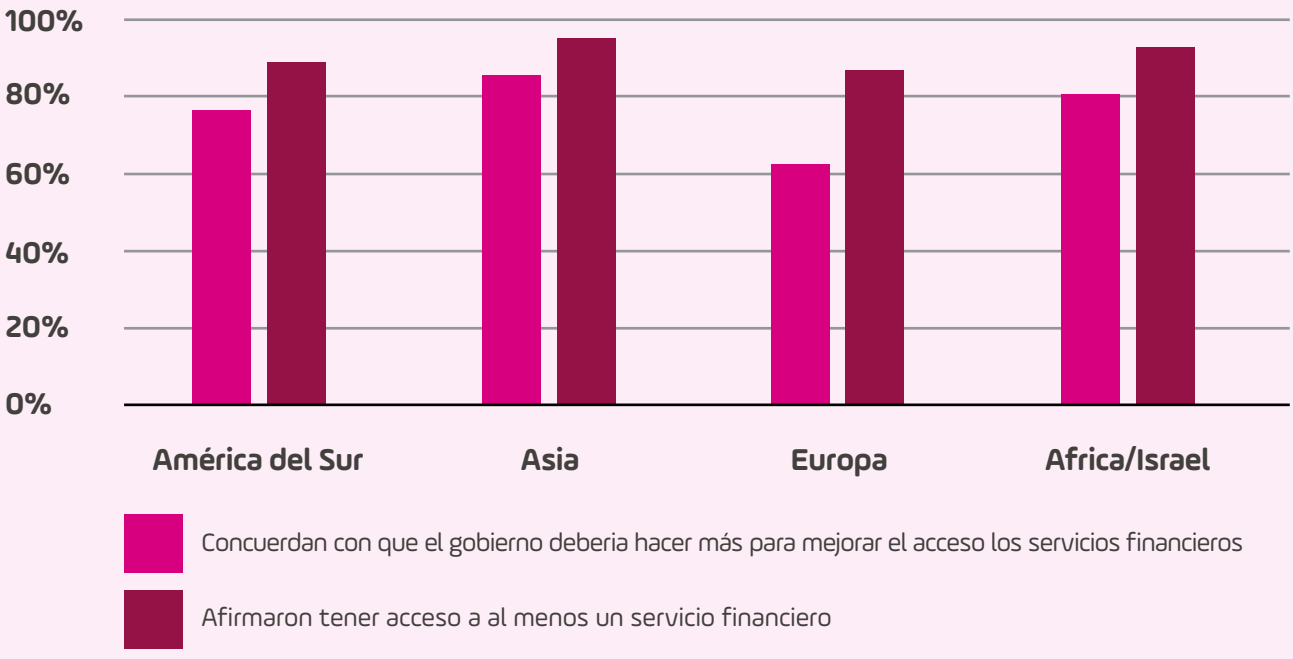
De hecho, el Banco Mundial encontró que la razón principal para no manejar una cuenta bancaria es tener muy poco dinero para usar una cuenta[7]. El hecho de que no les parezca confusos los temas financieros no necesariamente indica una comprensión positiva de los servicios financieros y lo que pueden ofrecer.

Finanzas gobernantes

Si una de cada diez personas siente que no tiene acceso, esto deja al 90% de los encuestados creyendo que tienen acceso a al menos un servicio financiero importante. Cuando comparamos esto con las cifras que indican que 1.700 millones de adultos aún no cuentan con servicios bancarios, la mayoría de ellos en mercados de alto crecimiento, la influencia del Internet se hace evidente, y el acceso percibido y el acceso registrado difieren significativamente[8].

Sin embargo, tres cuartos de todos los encuestados todavía piensan que sus respectivos gobiernos deberían hacer más para mejorar su acceso. Lo más interesante aquí es que las regiones con el mayor acceso percibido, Asia y África/Israel, son las que están más de acuerdo con este llamado a la acción, mostrando un 80% o más de personas que requieren más acción por parte sus gobiernos. Europa del Este, por otro lado, fue la región que menos consideró que sus gobiernos deberían responsabilizarse por proporcionar acceso a los servicios financieros, a doce puntos porcentuales por debajo del promedio (63%).

Relación entre el acceso percibido y la responsabilidad del gobierno



[6] Banca en mercados emergentes: Aprovechar las oportunidades, superar los desafíos. Ernst & Young.

[7] Base de datos Global Findex 2017: Medición de la inclusión financiera y la revolución fintech

[8] Ibídem.

Existe una relación positiva entre el número de personas por región que sentía que tenían acceso a los servicios financieros y aquellas que sentían que su gobierno tenía la responsabilidad de hacer más para mejorar el acceso. Desafortunadamente, las exigencias de una mayor disponibilidad de los principales servicios financieros son presumiblemente menores en las regiones donde la gente siente que no están disponibles. Por lo tanto, podemos inferir que aquellos que sienten que tienen servicios financieros a su disponibilidad probablemente ven valor en este acceso y sienten que su estado debe responsabilizarse de ello.

Desglose por servicio

No todos los servicios financieros se crean de la misma forma, ni son igualmente accesibles. Para abordar las necesidades en los mercados de alto crecimiento, primero tenemos que identificar qué servicios son considerados como los menos disponibles y en qué región.

La mayoría de las personas dice que tiene una forma de ahorrar y hacer crecer su dinero, seguido de cerca por una forma de depositar dinero, enviar o recibir pagos, y asegurar la salud o la propiedad y los pagos. Mientras que acceder a un crédito es significativamente más difícil.

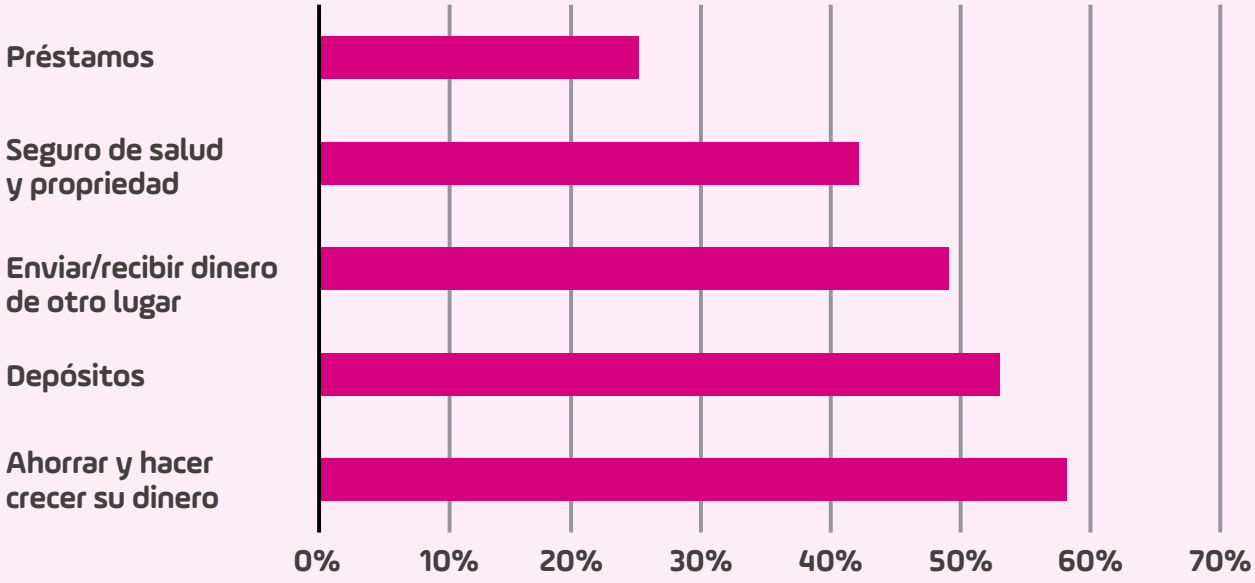
"Nos esforzamos por ofrecer un impacto positivo y valor en todo el ecosistema financiero en los países en donde operamos, y trabajar de la mano con los gobiernos y reguladores es una parte vital de eso. Nuestro alcance global, combinado con el conocimiento hiperlocal, nos ayuda a ofrecer asesoraría acerca de cómo los servicios financieros pueden mejorar y ampliar su alcance en cada mercado.

En Europa, hemos visto de primera mano el despliegue y el impacto de PSD2, y en muchos mercados la regulación se está utilizando como una herramienta para mejorar y potenciar los servicios financieros. En Kenia, por ejemplo, la Ley de Comunicaciones (Enmienda) de Kenia ayudó a infundir una confianza generalizada en las transacciones electrónicas. Esta promoción del comercio electrónico ha permitido a Kenia convertirse en un líder tecnológico y económico en África y ha incrementado enormemente la adopción de suscripciones por Internet.

Poder trabajar tan de cerca con los reguladores y los entes gubernamentales en diferentes regiones es increíblemente valioso para ambas partes. Compartir nuestro conocimiento garantiza los mejores servicios y los más accesibles para las personas en esos países, y me siento particularmente orgulloso de cómo esto nos ayuda a derribar las fronteras financieras"

Patrick Ellis
Consejo General, PayU

Encuestados que afirmaron tener acceso a cada servicio financiero



"Permitir el acceso al crédito de una manera que se adapte a cada individuo es una de las principales innovaciones que ha logrado la tecnología en los últimos años. Observar permanentemente la manera en que utilizamos la tecnología actual y la futura es vital para garantizar que el crédito sea más accesible universalmente.

Estoy increíblemente orgulloso del trabajo que hemos realizado en PayU para ofrecer crédito a las personas que de otro modo no podrían pedir préstamos debido a estructuras tradicionales obsoletas. No sólo transformamos quién puede tener acceso, sino también cómo las personas acceden al crédito. Si hay algo que resaltamos en este informe, es que las finanzas y los sentimientos de prosperidad son personales. Por lo tanto, los servicios financieros deben ser localizados y personalizados en lo posible para dar un mejor servicio a las personas que los utilizan, y se debe aprovechar la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para viabilizarlo.

¿Cómo funciona esto en la práctica? Un ejemplo radica en cómo utilizamos los datos transaccionales y de los consumidores de manera responsable para entender mejor a nuestros clientes que los actores tradicionales. Podemos ofrecer crédito a aquellas personas que de otro modo no tendrían acceso y, en el caso de los microcréditos, podemos hacer que hasta un 30% de la población en algunos países acceda al comercio electrónico. Colombia e India, dos de los mercados más activos de PayU, representan varios cientos de millones de transacciones por año. Este big data, combinándolo con el aprendizaje automático y la tecnología de inteligencia artificial, ofrece una visión única y predicciones de los hábitos y comportamientos de pago de los consumidores."

Sid Jajodia
Jefe de Crédito, PayU

Menos de la mitad de los europeos orientales dicen que tienen una forma de depositar dinero

África/Israel tiene un acceso mucho mayor a los servicios de pago que otras regiones, en donde un 63% de personas tiene la posibilidad de enviar y recibir dinero de otros lugares en comparación con un promedio del 49%.

Esto también aplica para el acceso a créditos, reflejando un 41% de personas que pueden pedir préstamos en comparación con un 25% en promedio

Estas diferencias regionales se explican en parte por la manera en que las personas acceden a sus servicios. Por ejemplo, África/ Israel muestra una preferencia mucho mayor por usar proveedores de dinero móvil para hacer depósitos, pedir préstamos y ahorrar (teniendo en cuenta el sesgo hacia los usuarios de Internet). Esto se alinea con el impresionante crecimiento de los servicios de dinero móvil en África Subsahariana en donde, en el 2017, la Asociación GSM afirmó que tenía la mitad de todos los servicios de dinero móvil en el mundo[9]. Para poner esto en términos numéricos, durante los tres meses hasta junio de 2018, M-Pesa procesó 581 millones de transacciones para sus 23 millones de suscriptores en Kenia, por un valor de $14,6 mil millones o $162 millones por día, según la Autoridad de Comunicaciones de Kenia[10].

Para los países que tenían una infraestructura financiera mínima hace sólo unos años, la tasa de cambio ha sido asombrosa y demuestra la aceptación de proveedores de servicios financieros alternativos en mercados de alto crecimiento como Kenia.

Donde hay voluntad, ¿cuál es el camino?

Cuando se trata de interactuar con proveedores de servicios financieros, los teléfonos inteligentes claramente allanan el camino. Más encuestados afirmaron tener un teléfono inteligente (92%) que un portátil, computador o tableta.

Las preferencias varían según el servicio al que se accede. Mientras que los teléfonos inteligentes fueron la opción preferida de interacción con los proveedores para hacer depósitos (48%), pedir préstamos (38%) y enviar dinero (50%), las personas que ahorran y ganan dinero prefieren interactuar por medio de la sucursal (43%) y el sitio web (42%) en lugar de los teléfonos inteligentes (41%).

También hay diferencias dependiendo del lugar de donde se acceda al servicio.

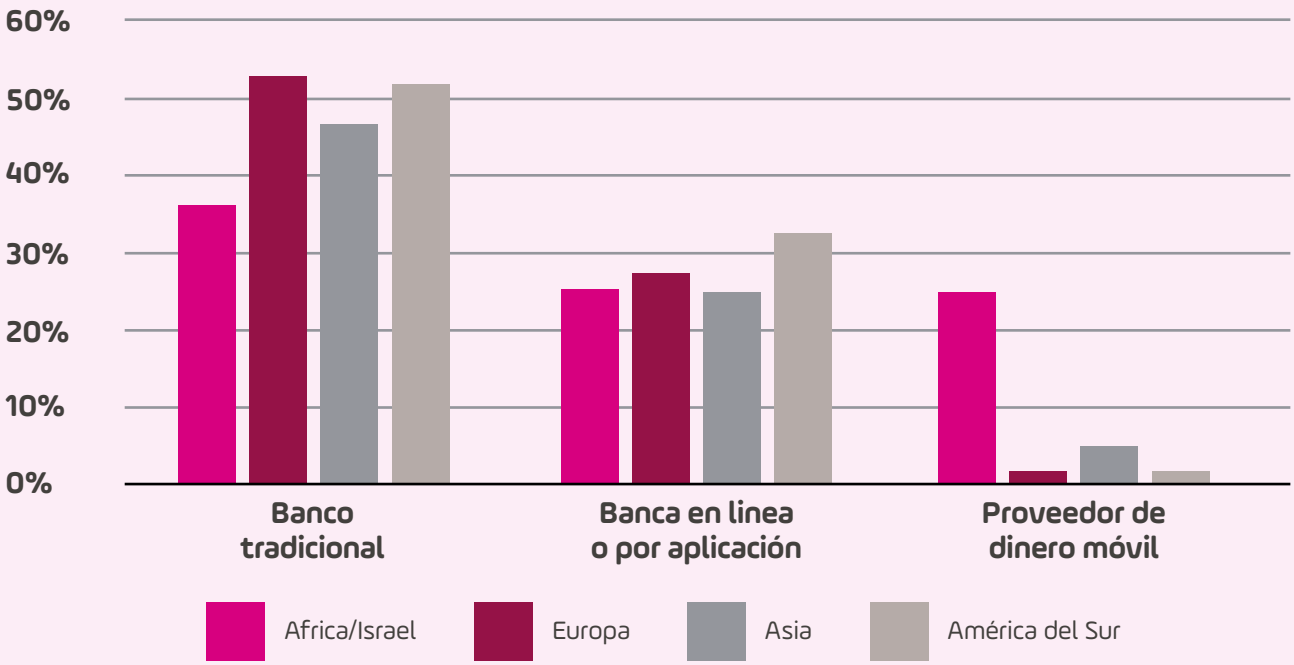
Depósitos:

Casi la mitad de las personas utilizaron un banco tradicional en todas las regiones, excepto en África/Israel, donde sólo un

[9] Shapshak, Toby. "Cómo el dinero móvil continúa en auge en África". Forbes.com. Noviembre de 2018.

[10] La Asociación GSM. La economía móvil 2019. 2019.

Proveedores utilizados para depósitos de dinero



36% empleó el mismo medio. África/Israel mostró una preferencia particularmente fuerte por los proveedores de dinero móvil, en donde el 25% de los encuestados comentaron que depositaban dinero de esta manera. La segunda región que más utiliza los proveedores de dinero móvil fue Asia, con un 5% menor.

Préstamos:

Para solicitar préstamos, América del Sur y Europa del Este tuvieron una clara preferencia por los bancos tradicionales (67% y 68% respectivamente), mientras que Asia reflejó el 40% y África/Israel el 31%. África/Israel, por el contrario, mostró mucho más interés por los proveedores de dinero móvil (36%), por encima de más del doble de la segunda región más alta con este tipo de preferencia. Los encuestados asiáticos mostraron una respuesta peculiar interesante, en donde casi el 20% afirmó que era más probable que pidieran un préstamo a un pariente o amigo.

Ahorrar y hacer crecer el dinero:

El 72% de los encuestados en América del Sur y Europa del Este utilizó bancos tradicionales para ahorrar y hacer crecer su dinero, mientras que en Asia fue del 52% y en África/Israel del 45%. Nuevamente, África/Israel declaró una mayor preferencia por los proveedores de dinero móvil, con un 21% de ahorro y crecimiento de dinero utilizando proveedores de dinero móvil, en comparación con sólo el 9% en Asia, la siguiente región más alta con esta preferencia.

Desde una perspectiva más centrada en los negocios, los proveedores de inversión también fueron claramente más populares en Asia y África/Israel que en América del Sur y Europa del Este en cuanto a ahorrar y hacer crecer el dinero.

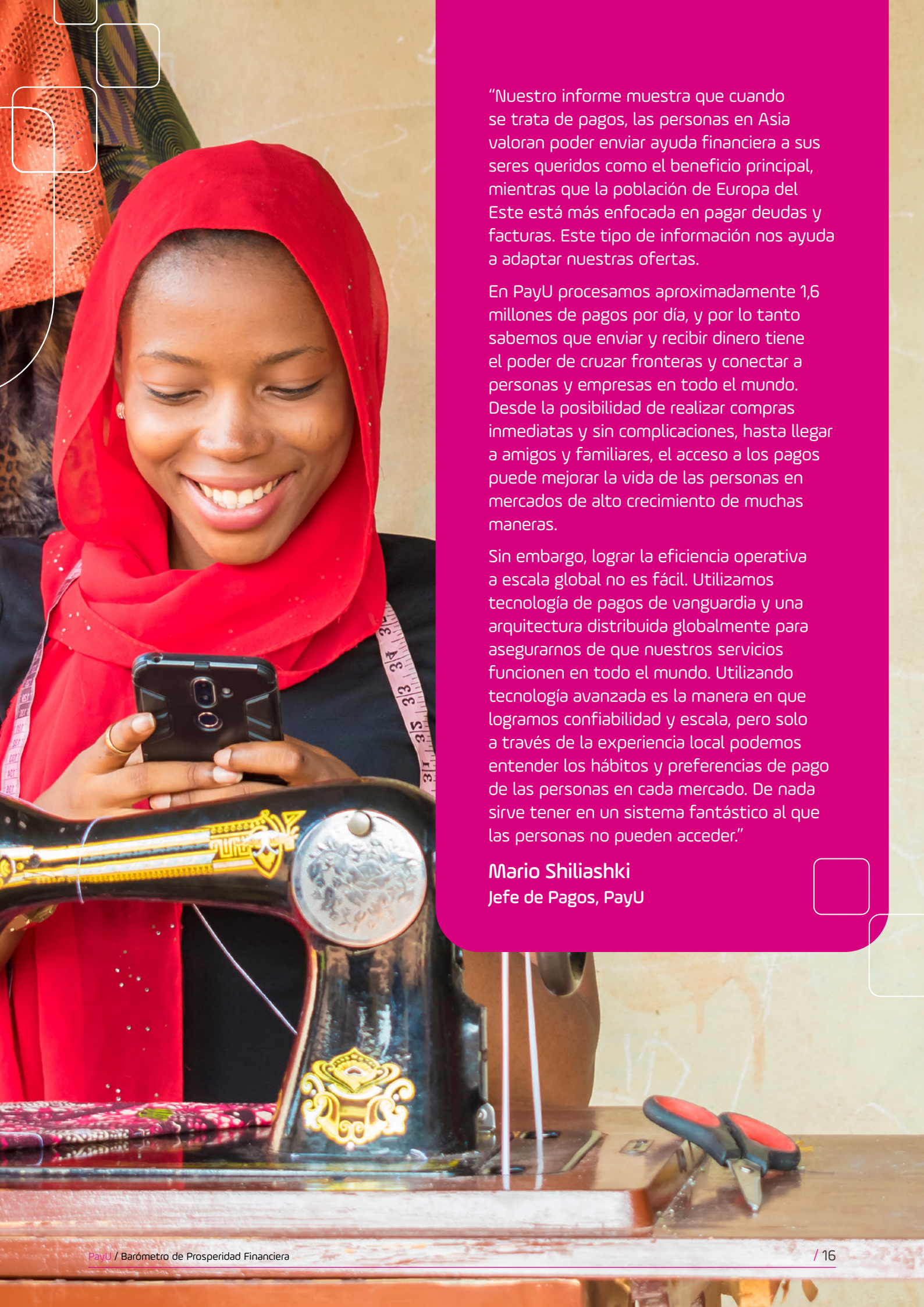
Enviar o recibir dinero:

Poco menos del 50% del total de encuestados consideró que podía realizar pagos desde/hacia otros lugares. Esto fue mucho mayor en Asia con el 63%. Aparentemente, se utilizan las compañías de transferencia de dinero en línea casi tanto como los bancos, y Asia mostró el uso más alto de estos servicios, según nuestro estudio, con un 38%, y Europa del Este el más bajo, aún con un considerable 21%.

Los europeos orientales, por otro lado, mostraron una clara preferencia por los bancos tradicionales para enviar o recibir dinero, con un 45% de personas accediendo al servicio a través de un banco. Alrededor de una cuarta parte de las personas en otras regiones lo hacen a través de un banco.

Infraestructura influyente

Se estima que hoy en día, más de cinco mil millones de personas tienen dispositivos móviles en el mundo, por lo que se deduce que existe una gran preferencia a nivel mundial por acceder a servicios financieros a través de teléfonos inteligentes. Sin embargo, es sorprendente que, a pesar del crecimiento de la telefonía móvil, los bancos tradicionales siguen siendo tan dominantes en los mercados de alto crecimiento.



"Nuestro informe muestra que cuando se trata de pagos, las personas en Asia valoran poder enviar ayuda financiera a sus seres queridos como el beneficio principal, mientras que la población de Europa del Este está más enfocada en pagar deudas y facturas. Este tipo de información nos ayuda a adaptar nuestras ofertas.

En PayU procesamos aproximadamente 1,6 millones de pagos por día, y por lo tanto sabemos que enviar y recibir dinero tiene el poder de cruzar fronteras y conectar a personas y empresas en todo el mundo. Desde la posibilidad de realizar compras inmediatas y sin complicaciones, hasta llegar a amigos y familiares, el acceso a los pagos puede mejorar la vida de las personas en mercados de alto crecimiento de muchas maneras.

Sin embargo, lograr la eficiencia operativa a escala global no es fácil. Utilizamos tecnología de pagos de vanguardia y una arquitectura distribuida globalmente para asegurarnos de que nuestros servicios funcionen en todo el mundo. Utilizando tecnología avanzada es la manera en que logramos confiabilidad y escala, pero solo a través de la experiencia local podemos entender los hábitos y preferencias de pago de las personas en cada mercado. De nada sirve tener en un sistema fantástico al que las personas no pueden acceder."

Mario Shiliashki
Jefe de Pagos, PayU

Capítulo Tres

La relación entre los servicios financieros y la prosperidad.

Existe una relación definitiva entre los servicios financieros y la prosperidad en los mercados de alto crecimiento; esto fue identificado por la mayoría de los encuestados. Cuanto más acceso sentía que tenía una región, más obvio era el vínculo entre los servicios financieros.

Los servicios financieros y la prosperidad no se tratan sólo de ingresos y riqueza. Los ahorros y la seguridad financiera tienen una mayor calificación que la riqueza, y los servicios financieros que contribuyen a estos factores están más claramente vinculados con la sensación de prosperidad.

Estableciendo un vínculo...

La mayoría de los encuestados en los mercados de alto crecimiento identificaron una correlación entre el acceso a los servicios financieros y una mayor la prosperidad personal. Tres de cada cinco personas creen que los servicios financieros los ha ayudado a aumentar su prosperidad, y más del 75% fue optimista al creer que los servicios financieros pueden ayudar a planificar su prosperidad futura. Y casi la mitad de los encuestados cree que no se puede ser próspero sin tener acceso a servicios financieros.

A pesar de que la riqueza específicamente no era un criterio clave para la prosperidad, se consideró que tener seguridad y ahorros para el futuro es fundamental. El 42% de los encuestados en los mercados de alto crecimiento a nivel mundial afirmó que un trabajo seguro y bien remunerado es un

Ver es creer

Aquellas personas que se consideraban más prósperas eran las más propensas a ver cómo los servicios financieros les habían ayudado a alcanzar esta prosperidad hasta la fecha y también a creer que los servicios financieros ayudarían con su prosperidad futura.

Esto fue más claro en Asia, donde los encuestados tendían a considerarse relativamente o muy prósperos, y el 80% expresó que los servicios financieros los ayudaron a ser más prósperos en comparación con el 60% de las personas a nivel mundial en mercados de alto crecimiento.

Esto aplicó en ambos sentidos, ya que aquellas personas que se sentían menos prósperas presentaron a menor probabilidad de pensar que los servicios financieros habían afectado positivamente su prosperidad, con sólo el 35% de personas aceptando que su prosperidad había aumentado con el acceso a los servicios financieros, mientras que esto aplicaba para el 78% de personas que se sentía muy próspera. Las personas que se sintieron menos prósperas también afirmaron tener el acceso más bajo a los servicios financieros, y casi uno de cada cinco afirmó la falta de acceso a algún servicio importante.

Si bien la experiencia generalmente forma la opinión, lo pertinente es cuán marcadas fueron las diferencias de opinión en el papel que pueden desempeñar los servicios financieros entre quienes sienten falta de prosperidad y quienes se sienten conformes. Esta percepción de prosperidad evidencia claramente cuánto valor se asigna al acceso a los servicios financieros.

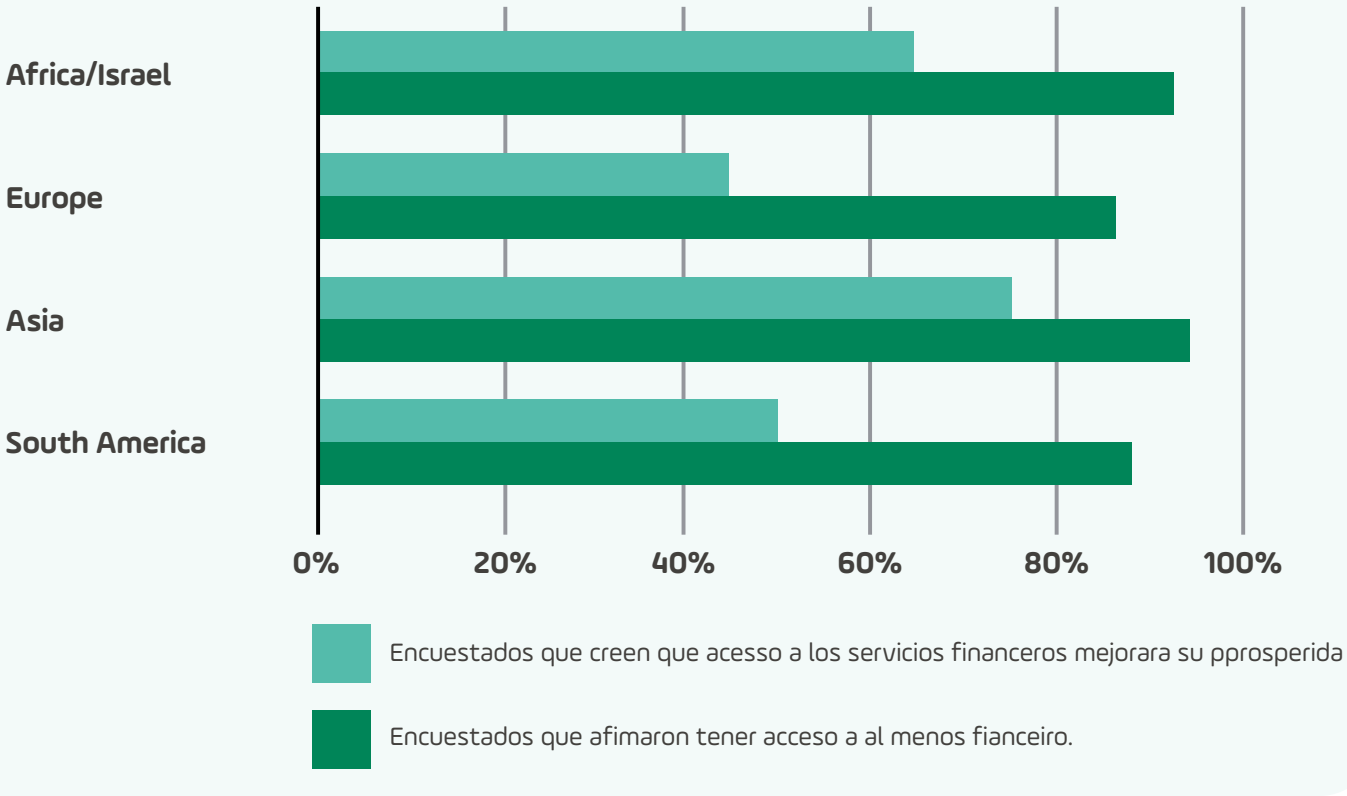
Acceso e influencia

El nivel de acceso a los servicios financieros en todos los continentes afecta cómo los encuestados identifican el impacto de los servicios financieros en su prosperidad

Europa del Este es la única región donde menos de la mitad cree que un mayor acceso a los servicios financieros aumenta la prosperidad (45% frente al promedio del 59%) y también es la región con el acceso percibido más bajo a los servicios financieros.

América del Sur no está muy lejos, ya que la mitad de los encuestados concuerda con que un mayor acceso a los servicios financieros generará más prosperidad. Esta región también reporta un acceso general bajo,

Acesso percibido e impacto de los servicios finaceiros en la prosperidad



Cuanto más fácil sea el acceso, más obvio es el impacto.

Depositar dinero, el servicio que la mayoría de los encuestados consideraba de fácil acceso, también fue uno de los servicios que a las personas les parece más fácil de identificar. Solo el 3% de los encuestados a nivel mundial no pudo identificar los beneficios en depositar dinero.

Si bien se consideró que el crédito tiene el de menor impacto en la prosperidad comparado con otros servicios, también fue percibido como el de más difícil acceso; a cuatro de cada cinco personas no les resultó fácil pedir un préstamo. Parece que la falta de educación financiera y la falta de experiencia en la vida real con el uso del crédito hace que las personas no vean los beneficios del mismo.

Curiosamente, el crédito también fue el servicio con la calificación más baja para satisfacer muchas o todas las necesidades financieras, y sólo la mitad consideró que el crédito era satisfactorio. Esto habla tanto de la necesidad como de la oportunidad en esta área: se requiere un mejor acceso, facilidad de acceso y capacidad para satisfacer las necesidades de los encuestados para dar un mejor servicio a las personas y demostrar los beneficios de pedir préstamos.

Las percepciones acerca de ahorrar dinero fueron un poco más matizadas. Si bien no se consideraba el servicio más fácil de acceder, tenía el nivel de acceso más alto y era el de mayor influencia en la prosperidad. Esta cifra global tal vez oculta algunas distinciones, como el hecho de que fue el servicio con la mayor discrepancia entre regiones en términos de facilidad de acceso. Tres cuartas partes de las personas en Asia dijeron que es de fácil acceso, mientras que esto se redujo al 50% en América del Sur. Los encuestados con un ingreso superior al promedio también tenían muchas más probabilidades de pensar que ahorrar es un servicio de fácil acceso que aquellas personas cuyos ingresos están por debajo del promedio en su región.

"No existe una solución única para todos, y hacer que los principales servicios financieros sean fáciles y accesibles para todos, particularmente para aquellos que se sienten más vulnerables financieramente, se debe tener en cuenta el papel de la tecnología en nuestra industria. A medida que nos esforcemos por crear ecosistemas digitales que dependan de la colaboración, garantizar que nuestros servicios estén abiertos de principio a fin es la manera en cómo maximizaremos la oportunidad que ofrece la tecnología para marcar una diferencia real en los mercados de alto crecimiento en todo el mundo.

Hemos visto el enorme impacto que los servicios como el crédito pueden tener en las personas y las economías, pero no es sorprendente que quienes no tienen acceso no conozcan todos los beneficios potenciales. Cuanto antes podamos romper las fronteras y mejorar la inclusión financiera, más pronto podrán sentirse las personas empoderadas para mejorar su prosperidad".

Laurent Le Moal
CEO, PayU

Capítulo Cuatro

Servicios financieros: los beneficios prácticos y emocionales

Las personas en mercados de alto crecimiento pudieron identificar los beneficios que brindan los servicios financieros. Los beneficios emocionales se relacionaron más fácilmente con la prosperidad que los beneficios prácticos, identificando la seguridad y la tranquilidad mental como los de más alto valor.

Identificar los beneficios

Después de establecer un vínculo entre el acceso a los servicios financieros y las percepciones de prosperidad en los mercados de alto crecimiento, profundizamos aún más y les preguntamos a las personas cuáles sentían que eran los beneficios específicos de cada servicio. Estos se clasificaron en beneficios prácticos, como poder ahorrar para el futuro o proveer por la familia, o beneficios emocionales/sociales como reducir la incertidumbre financiera o sentirse más cerca de los seres queridos.

Entender dónde las personas ven el mayor beneficio, y cuál es ese beneficio, es crucial para crear los servicios financieros adecuados que ofrezcan el impacto apropiado para los mercados de alto crecimiento.

Al menos el 90% de los encuestados pudieron identificar los beneficios emocionales y prácticos de cada servicio financiero, lo que demuestra que las personas en los mercados de alto crecimiento pueden ver claramente el valor que estos servicios contribuyen a su vida diaria.

Seguridad y protección

En los mercados de alto crecimiento, la seguridad y la tranquilidad fueron percibidas como los principales beneficios de casi todos los servicios financieros. Existe un claro enfoque en el futuro, con la capacidad de poder protegerse contra las principales dificultades potenciales que puedan surgir. Por ejemplo, más de la mitad de los encuestados consideró que tener ahorros para los tiempos difíciles o las situaciones de emergencia era el beneficio de tener la capacidad de ahorrar y hacer crecer el dinero. Se hizo hincapié en la protección contra circunstancias negativas en lugar de los cambios activamente positivos que los servicios financieros pueden ofrecer en la actualidad.

Victorias emocionales

De los cinco servicios financieros principales, los encuestados pudieron identificar más fácilmente los beneficios en la capacidad de ahorrar y hacer crecer el dinero; el 98% de las personas pudo reconocer los beneficios prácticos del ahorro y el 100% pudo identificar los beneficios emocionales. Incluso en el caso del crédito, el servicio financiero de más bajo acceso, el 94% de las personas pudo identificar beneficios prácticos en la posibilidad de pedir un préstamo y el 90% pudo identificar beneficios emocionales.

Los beneficios más populares de los servicios financieros corresponden a las percepciones que tienen las personas acerca de la definición de prosperidad. Por ejemplo, tener ahorros para los tiempos difíciles, como se mencionó anteriormente, corresponde a la afirmación de más del 40% de personas de que es necesario tener un trabajo seguro y bien remunerado para considerar a alguien próspero. Los dos servicios donde los beneficios emocionales eran más difíciles de identificar que los prácticos representaron el porcentaje más bajo de encuestados que aceptaron que los servicios incrementan la prosperidad. Esto indica una correlación más fuerte entre los beneficios emocionales y las percepciones de prosperidad que los beneficios prácticos.

Instant gratification: deep dive into credit and payments

El crédito y los pagos fueron los únicos servicios en donde a los encuestados les pareció más fácil identificar los beneficios prácticos que los emocionales. Como se espera que el comercio electrónico supere los 4,6 billones de dólares en el mundo hacia el 2022, la 'Economía del Ahora', que es la capacidad de compra inmediata, se está convirtiendo en estándar a nivel global[11]. Las compras sin complicaciones que reducen el tiempo de consideración de los clientes son parte de lo que mueve a la industria, por lo que es lógico pensar que es más fácil ver los resultados prácticos y tangibles de estos dos servicios ya que satisfacen las necesidades más inmediatas.

Con respecto a los seguros, depósitos y ahorros, por otro lado, los encuestados identificaron más beneficios centrados en el futuro y, por lo tanto, se relacionan más fácilmente con los beneficios emocionales/sociales como la tranquilidad y una menor preocupación.

Beneficios de los pagos

Los beneficios de los pagos se centraron en los problemas financieros actuales, como pagar facturas y ayudar a amigos o familiares, en donde el beneficio emocional fue sentirse menos preocupados por las situaciones financieras personales o de las personas cercanas. Más de la mitad de los encuestados en todas las regiones comentaron que asegurarse de que las deudas y facturas se paguen de manera fácil y rápida es uno de los mayores beneficios prácticos. Además, la mitad de los encuestados a nivel mundial reconocieron el poder dar o recibir ayuda cuando se necesite como un beneficio de los pagos. Estos usos reactivos y basados en fechas de vencimiento de este servicio financiero enfatizan la practicidad sobre lo psicológico o emocional. Asia fue mucho más propenso a enviar o recibir dinero como regalos y sorpresas, y lo identificó como uno de los mayores beneficios de este servicio (38% frente al promedio del 26%).

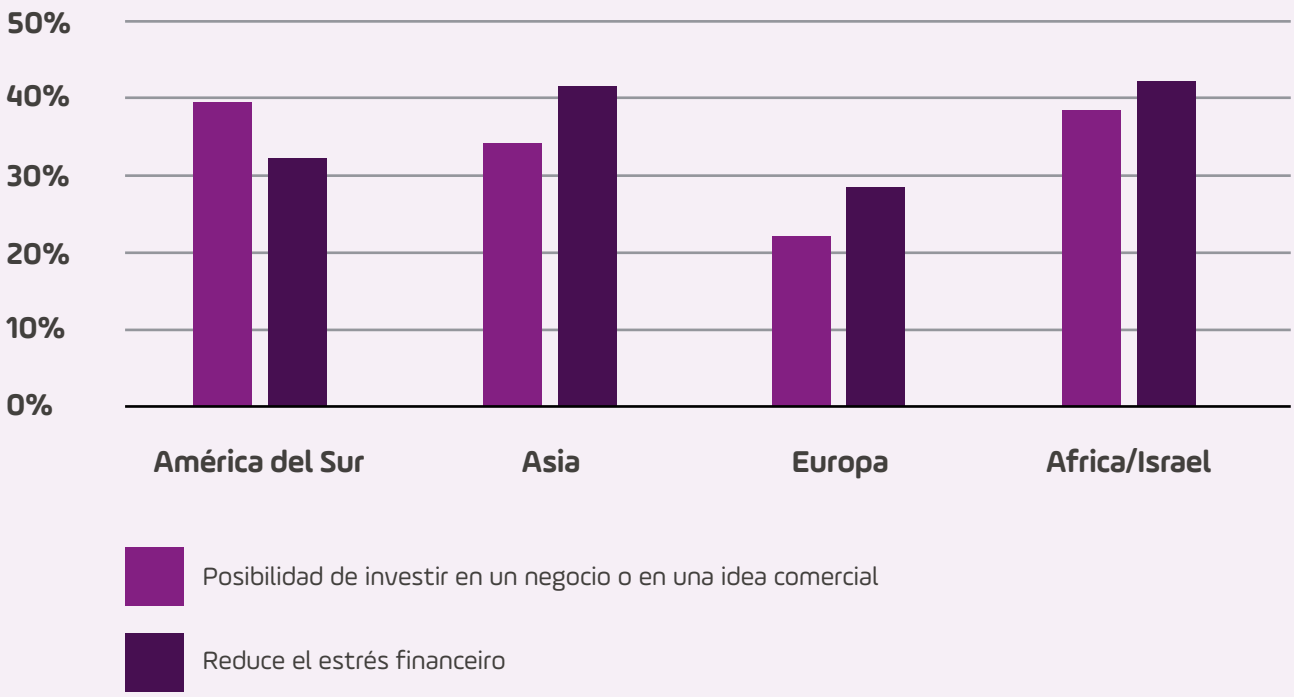
[11] Worldpay Informe global de pagos. Noviembre de 2018..

Beneficios del crédito:

Un tercio de las personas identificó la capacidad de invertir en un negocio o idea como un beneficio práctico del crédito. Esto fue seguido de cerca por la capacidad de pagar lo básico en los momentos difíciles, con la mayor calificación en África/Israel (37%), y el menor porcentaje en América del Sur (25%).

Los dos beneficios emocionales más populares del crédito fueron la capacidad de reducir el estrés y la incertidumbre financiera. Sin embargo, éstos recibieron una calificación mucho mayor en Asia y África/Israel que en América del Sur o Europa del Este. Los datos del Banco Mundial aclararon esta situación, al revelar que el mayor porcentaje de adultos no bancarizados se encuentra en el Medio Oriente, África subsahariana y Asia meridional[12]. Las regiones con más probabilidades de tener adultos no bancarizados son también las regiones en donde la reducción del estrés y la incertidumbre son consideradas como los valores principales del acceso al crédito.

Beneficios con mejor calificación para préstamos por région



Los servicios están para servir

Lo que requiere atención a nivel mundial es que incluso los servicios financieros mejor calificados satisfacen solo seis de cada diez necesidades de los consumidores. El mensaje es claro: hay un margen de mejora, y escuchar las preocupaciones de los clientes es la mejor manera de crear soluciones.

La facilidad de acceso juega un papel importante; los servicios de más fácil acceso también fueron aquellos percibidos como los que mejor satisfacen las necesidades de los consumidores. La capacidad de depositar dinero y enviar o recibir pagos fueron considerados los más adecuados, pero sigue siendo preocupante que sólo el 62% de los encuestados haya afirmado que estos dos servicios financieros satisfacen la mayoría o todas sus necesidades.

[12] Demirguc-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer y Peter Van Oudheusden. Base de datos Global Findex 2014: Medición de la inclusión financiera en el mundo. Documento trabajo de investigación de políticas del Banco Mundial 7255

"Habiendo trabajado en toda Europa, conozco bien las variaciones extraordinarias que puede haber en todas las regiones. Desde los programas tecnológicos más avanzados hasta los mercados que a veces han sido descuidados y tratados como homogéneos, cada continente presenta diversidad en sus sistemas financieros.

Europa es fascinante debido a la complicada relación entre patrimonio e innovación; la infraestructura financiera que funciona en un país no necesariamente prospera en otro. Cada vez más, la industria está entendiendo la importancia de los servicios de conservación basados en la resolución de las necesidades públicas y de depender menos de la banca tradicional.

Los resultados de este informe subrayan la importancia crucial de esto para la inclusión financiera. La innovación en cuanto a cómo y dónde atendemos las necesidades financieras de las personas es un desafío continuo, pero emocionante. Mientras más información obtengamos de nuestros clientes en todo el mundo, mejor podrán ser todos y cada uno de los proveedores de servicios financieros."

Jane Zavalishina
Junta Asesora de Fintech, PayU

Enfoque en Europa del Este

Cuando pedimos que identificaran los beneficios prácticos y emocionales de los principales servicios financieros, los encuestados en Europa del Este, en general, fueron los que menos pudieron hacerlo. Cabe destacar que también fueron la región con el acceso más bajo percibido a estos servicios[13].

La referencia cruzada de este análisis de sentimientos con otras investigaciones de inclusión financiera resalta un problema importante para el sector financiero en Europa Central y Oriental, donde la actitud hacia las instituciones financieras tradicionales (bancos, en particular) no es particularmente positiva. En un estudio realizado por el Departamento de Comercio Internacional, la República Checa, Hungría, Polonia, Rumania y Eslovaquia mostraron que sus poblaciones bancarizadas variaban entre el 60-82%. Sin embargo, la confianza en los bancos no es superior al 50% en ninguno de estos países, reduciéndose al 27% en Hungría, donde el 72% de la población está bancarizado[14].

Nuestro estudio encontró que estos mercados de Europa del Este divergen en sus percepciones de los beneficios de los servicios financieros en comparación con los otros mercados de alto crecimiento analizados. En casi todos los principales servicios financieros, los encuestados de Europa del Este percibieron menos beneficios que los de otras regiones. Esto fue más evidente cuando se analizaron los beneficios del crédito; uno de cada diez en Europa del Este reportó que no conoce los beneficios prácticos de pedir un préstamo, y desconocen aún más los beneficios sociales/emocionales (16%).

[13] Tenga en cuenta que esto está ponderado hacia aquellos con acceso a Internet.

[14] Departamento de Comercio Internacional en colaboración con Deloitte. Fintech en Europa Central y Oriental: Trazando el rumbo para la innovación en tecnología de servicios financieros. 2016

Conclusión

Este informe demuestra lo que algunos pudieron haber sospechado, pero nunca lo han probado: que el concepto de prosperidad significa algo diferente para las personas en diferentes mercados.

A lo largo de este informe, hemos descubierto las connotaciones de estos diferentes puntos de vista que rodean el significado de ser próspero, y analizamos cómo el acceso a diferentes servicios financieros puede afectarlos.

Puede ser una gran sorpresa para muchas personas que los ingresos y la riqueza no estén explícitamente vinculados a la noción de prosperidad de las personas, ya que tres cuartas partes de los encuestados en los mercados de alto crecimiento desconocen la riqueza como un factor influyente. Por el contrario, se destaca la seguridad y la tranquilidad como componentes clave de la prosperidad, recordándonos así el impacto humano de nuestro trabajo y resaltando cómo las finanzas complejamente saludables están relacionadas a las mentes sanas.

Seis de cada diez personas con las que hablamos sintieron que los servicios financieros los habían ayudado a ser más prósperos. Sin embargo, surgieron señales de advertencia con las personas de menor acceso a cualquier servicio financiero al no ver cómo éstos podrían mejorar su situación. En esencia, aquellos que carecen de acceso a los servicios financieros carecen de una visión de prosperidad futura.

Por lo tanto, estamos enfrentando nuestro mayor desafío como industria. Tenemos la responsabilidad no sólo de fomentar la inclusión financiera, sino de garantizar que cada individuo se sienta con derecho a los servicios financieros y entienda cómo éstos enriquecerán su futuro.

Para tener éxito en esta misión, necesitamos que los gobiernos, los reguladores, los proveedores de tecnología y las compañías de servicios financieros se eduquen acerca de los motores humanos del comportamiento expuestos a lo largo de este informe, para que podamos trabajar hacia un objetivo común de prosperidad para todos.

Podemos ver en los resultados que el impacto de la tecnología en el comportamiento humano y la participación de las personas en los servicios financieros es imposible de ignorar. En África, la amplia adopción de proveedores de dinero móvil ha transformado totalmente quiénes pueden acceder a los servicios financieros. Mientras que en India, la inteligencia artificial ha extendido créditos a comunidades enteras que anteriormente estaban excluidas. Los efectos de la revolución tecnológica se sienten en toda Asia, con el 63% de las personas afirmando que el crédito es de fácil acceso en comparación con el 53% a nivel mundial.

La integración de la tecnología es un gran logro que conlleva una gran responsabilidad. A medida que nos percatamos del impacto global de nuestro trabajo, debemos seguir enfrentando el desafío de la inclusión financiera. Usando la tecnología del hoy, y del mañana, realmente podemos crear un mundo sin fronteras financieras donde todos podamos prosperar".

Laurent Le Moal
CEO, PayU

Visita payu.com