****

Encuesta nacional sobre inclusión financiera



Informe de Resultados

San José de Costa Rica

Marzo 2020

**Contenido**

*Pág.*

**Introducción 03**

**1. Objetivos**  04

1.1 Objetivo general 04

1.2 Objetivos específicos . 04

**2. Descripción general del servicio 05**

**3. Principales aspectos metodológicos 06**

3.1 Población objetivo 06

3.2 Diseño de la muestra 06

3.3 Selección de la muestra 06

3.4 Los temas de estudio – El cuestionario 07

3.5 Prueba del cuestionario 07

3.6 El trabajo de campo 07

3.7 Crítica, validación y procesamiento de la información 09

**4. Resultados principales 10**

4.1 Características generales de residentes en viviendas y hogares 10

4.2 Características de los entrevistados 11

4.2.1 Perfil sociodemográfico 11

4.2.2 Perfil laboral 12

4.2.3 Acceso a los servicios 13

4.3 Administración de gastos, comportamiento y educación financiera 13

4.4 Ahorro formal e informal 16

4.5 Crédito formal e informal 21

4.6 Pagos y otros 24

4.7 Uso de canales financieros 27

4.8 Protección de usuarios de servicios financieros 29

4.9 Toma de decisiones y propiedad de activos en el hogar 30

**5. Resumen de hallazgos y recomendaciones 32**

5.1 Perfil sociodemográfico y del hogar 32

5.2 Administración de gastos, comportamiento y educación financiera 32

5.3 Ahorro formal e informal 33

5.4 Crédito formal e informal 34

5.5 Pagos y otros 34

5.6 Uso de canales financieros 35

5.7 Protección de usuarios financieros 35

5.8 Toma de decisiones y propiedad de activos en el hogar 36

5.9 Recomendaciones 36

**6. Anexos 37**

**Introducción**

**La “inclusión financiera”** se refiere a la situación en que todos los adultos en edad de trabajar tienen acceso efectivo a los servicios de crédito, ahorro, pagos, seguros, etc. prestados por proveedores de servicios formales, es decir, los prestados por proveedores autorizados por la superintendencia correspondiente.

La inclusión financiera tiene dos componentes fundamentales: **acceso** (poder acceder a las entidades para obtener productos y servicios) y **uso** (hacer un uso efectivo de los productos y servicios una vez que se tiene acceso a ellos).

**La carencia de productos que cumplan las expectativas de los usuarios potenciales** (por exceso de requisitos, no cumple perfil de entidades, etc.) promueve que la personas busquen entidades fuera del sistema financiero para satisfacer sus necesidades (Shadow banking) o que del todo se les imposibilite satisfacer sus necesidades financieras con el consecuente impacto económico y social.

**En el país existe un rezago regulatorio muy significativo en materia de inclusión financiera**. La gran mayoría de países en vía de desarrollo ya cuentan con desarrollos en la materia que van desde leyes específicas en materia de inclusión financiera, estrategias nacionales de inclusión financiera o cuando menos reglamentos emitidos por los reguladores financieros en temas específicos como corresponsales bancarios, microcrédito o dispositivos móviles.

Consecuentemente, es de **vital importancia la coordinación entre las autoridades financieras reguladoras y otros organismos públicos**, en temas de inclusión financiera, con el propósito de que se unifiquen esfuerzos y se implemente una Estrategia Nacional de Inclusión Financiera que genere un impacto significativamente positivo en las entidades supervisadas y en la población nacional.

En línea con lo anterior, para implementar medidas en relación con Inclusión Financiera, **es indispensable contar con indicadores y datos que permitan tomar decisiones** que tengan un mayor impacto positivo en la sociedad costarricense, motivo por el cual la encuesta de demanda será un insumo esencial para dicha labor.

# Objetivos de la encuesta

**1.1 Objetivo general**

**Recopilar información financiera detallada de los hogares** que no está disponible en otras fuentes, para determinar el nivel de inclusión financiera de la población de Costa Rica.

**1.2 Objetivos específicos:**

* Identificar la **incidencia del acceso de la población a los diferentes instrumentos financieros** (cuentas, tarjetas, deudas formales e informales, seguros)
* Explorar las **causas que bloquean el acceso** de la población a los sistemas financieros
* Conocer la **administración de gastos del hogar**, el comportamiento con relación a los gastos y educación financiera
* Conocer el **nivel de ahorro formal e informal en los hogares** y el acceso a créditos formales e informales
* Medir el **uso de canales financieros** y las barreras hacia los mismos
* Conocer **variables de interés sobre el potencial consumidor**: nivel de ingresos, estado civil, entre otros.

# Descripción general del servicio

* **Características del proyecto:** LaSUGEF ha contratado a la compañía IPSOS para la aplicación de la encuesta sobre Inclusión Financiera Costa Rica 2020.
* **Desagregación geográfica**: Representatividad por:
  + Provincia
  + Zona: Urbana / Rural.
  + Género: Masculino / Femenino
  + Nivel Socioeconómico: Alto/Medio/Bajo
* **Población de estudio**:
  + Hombres y mujeres, entre los 15 y 70 años y residentes habituales en residencias particulares ubicadas en el territorio nacional, indistintamente de su nacionalidad.
* **Distribución de la muestra**: 1,200 entrevistas efectivas
  + **San José:** 390
  + **Alajuela**: 230
  + **Cartago**: 135
  + **Heredia**: 120
  + **Guanacaste**: 100
  + **Puntarenas**: 115
  + **Limón**: 110
* **Metodología de recolección:** Cara a cara en hogares.
* **Instrumento a Implementar:** Cuestionario estructurado suministrado por la SUGEF, con una duración aproximada de 30 minutos.
* **Informante calificado**: jefe de hogar, el cónyuge u otro integrante del hogar entre los 15 y 70 años, residente habitual de la vivienda.

1. **Principales aspectos metodológicos**

Para dar respuesta a los objetivos planteados en la Encuesta sobre Inclusión Financiera Costa Rica 2020, se entrevistaron en total 1,200 hogares a nivel nacional.

**3.1 Población objetivo**

Hombres y mujeres, entre los 15 y 70 años y residentes habituales en residencias particulares ubicadas en el territorio nacional, indistintamente de su nacionalidad.

**3.2 Diseño de la muestra**

La muestra se controló de tal manera que permitiera el análisis como mínimo a nivel de Provincia, Zona, Sexo y NSE. La distribución de la muestra a nivel provincia corresponde a la proporción de cada una de ella de acuerdo con el último censo de población y vivienda 2011.

1,200 entrevistas efectivas para un error aproximado del 2.8% con un nivel de confianza del 95%.



**3.3 Selección de la muestra**

Para la selección de la muestra, se procedió con un método de muestreo en dos etapas, de acuerdo con el siguiente esquema:

* **Etapa 1 Selección de distritos:** Se seleccionaron distritos dentro de cada una de las provincias, controlando la representatividad urbana/rural.
* **Etapa 2 Selección de viviendas:** Se seleccionaron al interior de cada distrito, las viviendas como unidades de observación y dentro de cada una de ellas, se solicitó la colaboración a un adulto perteneciente al hogar, para hacerle la entrevista.

**3.4. Los temas de estudio – El Cuestionario**

El cuestionario utilizado consta de diez módulos.

**Sección 1**: Características generales de residentes en viviendas y hogares

**Sección 2**: Características sociodemográficas del entrevistado

**Sección 3**: Administración de gastos, comportamiento y educación financiera

**Sección 4**: Ahorro formal e informal

**Sección 5**: Crédito formal e informal

**Sección 6**: Pagos

**Sección 7:** Otros

**Sección 8:** Uso de canales financieros

**Sección 9:** Protección de usuarios de servicios financieros

**Sección 10:** Toma de decisiones y propiedad de activos en el hogar

**3.5 Prueba de Cuestionario**

Se realizó una prueba piloto del cuestionario con el objetivo de evaluarlo en diferentes aspectos de su ejecución, así como servir de retroalimentación para el equipo que llevó a cabo el trabajo final.

La población a la que se aplicó dicha prueba presentaba características similares a las señaladas en el diseño de la muestra.

Los resultados de la prueba piloto contribuyeron a identificar barreras de ejecución y temas sensibles por parte del entrevistado y determinó la duración aproximada de la entrevista.

**3.6 Trabajo de campo**

Se realizaron entrevistas personales (cara a cara) en hogares, al jefe de hogar, el cónyuge u otro integrante del hogar entre los 15 y 70 años.

El trabajo de campo inició en Área Metropolitana, seguido de la Gran Área Metropolitana (GAM) urbano y rural. Por último, se visitó el resto del país urbano y el resto del país rural.

En este estudio se emplearon un total de 20 personas, desglosadas de acuerdo con el siguiente esquema:

*Figura 1.* ***Organización Encuesta de Inclusión Financiera CR 2020***

Para el levantamiento de la información se contó con un total de 3 equipos de trabajo, compuesto por: Un supervisor de campo y 4 entrevistadores a cargo, debidamente coordinados y supervisados por el jefe de operaciones de campo. Estos equipos estuvieron debidamente capacitados y con experiencia previa en este tipo de labores.

En tareas de aseguramiento de calidad, se contó con un equipo de 2 personas, encargadas de la verificación, validación y análisis de inconsistencias, brindando retroalimentación oportuna al personal de campo para subsanar errores u optimizar la obtención de la información.

El manejo del proyecto estuvo a cargo de los siguientes profesionales:

* **Director del proyecto** (Ever Molina): responsables de desarrollar el proyecto en los plazos establecidos y mantener comunicaciones permanentes con el equipo técnico, debiendo relacionarse con su contraparte definida por la SUGEF.

Profesional con grado universitario en estadística y experiencia en la dirección y realización de encuestas de opinión.

* **Jefe de Operaciones de Campo** (Danny Rivera)**:** responsable del pilotaje de los cuestionarios, otros instrumentos de medición, y manuales de campo; de la selección y capacitación de los equipos de campo; de desarrollar el plan de encuesta según los lineamientos entregados por el equipo técnico; definir los procedimientos de control de calidad que serán aplicados por los supervisores de campo, y asegurar la logística y control de las operaciones de campo.

Experiencia en la adaptación y pilotaje de cuestionarios, y en la dirección de encuestas en terreno.

* **Jefe de Gestión de Datos** (Informático) responsable de la elaboración de la plantilla para levantamiento de la información por medio de dispositivos móviles.

Una vez completado el trabajo de campo, es responsable de la limpieza de la base de datos y la generación de tablas de procesamiento con los resultados obtenidos, para la etapa de elaboración de informes finales.

Las entrevistas se realizaron entre el **06 y el 21 de febrero de 2020.**

**3.7 Crítica, validación y procesamiento de la información**

Una vez que el material se recibió en oficinas de operaciones, se inició con el proceso de crítica o revisión de los cuestionarios vía reproducción de los audios, para cumplir con este proceso se revisó un 30% de las encuestas realizadas por encuestador.

El personal de crítica y validación se aseguró que los datos no muestren inconsistencias en las respuestas de los entrevistados.

**Validación telefónica (proceso continuo en oficina)**

Una vez que las entrevistas ingresaron a la plataforma, el personal de aseguramiento de calidad se hizo cargo de seleccionar cuestionarios de forma aleatoria que pasaron por el proceso de validación telefónica, este proceso consistió en volver a contactar a los entrevistados y aplicar preguntas predefinidas, así como algunas aleatorias para asegurar su veracidad, algunos de los puntos que se verificaron de rigor fueron:

* Verificar que la entrevista fue llevada a cabo en el domicilio registrado por el encuestador.
* Preguntar al entrevistado sobre el uso correcto del cuestionario; y si el encuestador había portado su identificación en un lugar visible.
* Aplicar nuevamente al entrevistado algunas preguntas de control, así como sus datos socios demográficos.

**Procesamiento de la información y tabulados de resultados**

Una vez estructurada la máscara de captura de acuerdo con el cuestionario utilizado, la información es ingresada al sistema para posteriormente generar las bases de datos en formato SPSS de acuerdo con las especificaciones de la SUGEF.

# IPSOS ha generado los tabulados correspondientes que permiten la elaboración de los informes finales. Todas las variables se han incluido codificadas y etiquetadas adecuadamente en la base de datos, según el diccionario de variables.

1. **Resultados**

Se presentan los principales resultados del estudio mediante cuadros y gráficos, analizando los hallazgos más relevantes relacionados con los objetivos del estudio.

Se presentan inicialmente las características generales de los hogares y las personas entrevistadas y en las secciones siguientes, los resultados de cada uno de los apartes del cuestionario.

**4.1 Características generales de residentes en viviendas y hogares**

En primera instancia se cuenta con los indicadores a nivel vivienda y/o hogar resumidos en el *Cuadro No. 2*.

**3.9** es la cantidad promedio de personas que habitan en la vivienda, siendo más alto en Cartago (**4.4**) y el más bajo en Puntarenas (**3.6**).

En el **92.9%** de las viviendas, los grupos familiares que las habitan comparten los mismos gastos, lo que hace considerarlos como un mismo hogar. **2.2** familias o grupos en promedio son las que habitan en el **7.1%** de las viviendas con presencia de múltiples hogares.

**3.7** es la cantidad promedio de integrantes de cada hogar, donde poco menos de la mitad (44%) con personas mayores de 35 años.



**4.2 Características del entrevistado**

**4.2.1 Perfil sociodemográfico**

**40.3** años es la edad promedio de los informantes, donde **4 de cada 10 son jefes de hogar.**

Poco menos de la mitad (**47.8%**) tienen vida de pareja, ya sea casados o en unión libre. **2.5** personas en promedio, dependen económicamente del informante.

**18.4%** de los informantes, con estudios técnicos y/o universitarios. Los resultados del perfil sociodemográficos se resumen en el *cuadro No. 3.*



**4.2.2 Perfil laboral**

**1 de cada 4** de los informantes declararon tener un trabajo remunerado formal. **El 52.1%** con actividad laboral que supone un ingreso formal.

Dentro de aquellos que tienen un negocio propio (**4%**), la principal actividad de este negocio está ligada a la prestación de servicios.

**7 de cada 10** informantes con ingresos menores o iguales a ¢500,000.

Los resultados del perfil laboral del entrevistados se presentan resumidos en el *cuadro No. 4.*



**4.2.3 Acceso a los servicios**

**4 de cada 10** de los entrevistados reciben sus ingresos por medio de una cuenta de ahorro, corriente o tarjeta de débito. **49.8%** los reciben en efectivo.

**3 de cada 4** manifestaron contar con el seguro médico de la CCSS y el **21.1%** no cuentan con ningún tipo de seguro médico.

**93.3%** cuentan con telefonía móvil de los cuales sólo un **12.4%** conservan el teléfono tradicional para llamadas y mensajes de texto. **61.8%** con teléfonos inteligentes.

**54.7%** con líneas prepago, al tiempo que un **4.6%** con servicio Híbrido (Pre y Post pago). *Cuadro No. 5.*



**4.3 Administración de gastos, comportamiento y educación financiera**

**Un tercio** tiene un presupuesto o registro de ingresos y gastos, más segmento entre **25-64 años**, de nivel alto y en zonas urbanas. No obstante, el presupuesto **no está sistematizado**, siendo mayormente mental o en papel. *Cuadro No. 6.*



**Solo 2 de cada 10** han tomado algún curso sobre cómo ahorrar o hacer presupuesto, siendo más alto entre hombres, los más jóvenes, en el segmento alto. Entre quienes tuvieron asesoría, el trabajo, INA y colegio son los principales lugares a los que acudieron. *Cuadro No. 7.*



**6 de cada 10** declaran que rara vez o algunas veces realizan compras no planeadas o fuera su presupuesto, mientras que sólo **2 de cada 10** afirma que lo hace habitualmente, siendo más alto entre hombres, menores de 34 años, de NSE alto. *Cuadro No. 8.*



A **4 de cada 10** no les es suficiente el dinero que recibe cada mes para cubrir sus gastos. Pedir prestado a familiares o amigos, utilizar los ahorros o bien, reducir los gastos, son las acciones más recurrentes para solventar esta situación. Pocos acuden a una institución financiera. *Cuadro No. 9.*



Asimismo, los ahorros o un préstamo a conocidos son las opciones de pago a las que se acude para enfrentar un gasto inusual e igual a lo que gana en un mes. Solo 6% acudiría a un crédito financiero. *Cuadro No. 10.*



Pagar a tiempo es la principal acción realizada, seguida de evaluar cuidadosamente un gasto antes de hacerlo. Establecer metas económicas a largo plazo es una acción menos usual. *Cuadro No. 11.*



**4.4 Ahorro formal e informal**

**6 de cada 10** realizó alguna acción de ahorro, siendo el ahorro de dinero en su casa y en su trabajo, las principales acciones. **3 de cada 10** no realizó ninguna de estas acciones, más entre nivel socioeconómico bajo y mayores de 35 años.

El ahorro se destina principalmente a **gastos básicos**: comida, personales o pago de servicios; así como educación, emergencias y vacaciones o fiestas. *Cuadro No. 12.*



**6 de cada 10** posee actualmente alguna cuenta bancaria, incidencia que crece en hombres, 25-34 años, de nivel medio alto. Entre quienes no tienen cuenta o pensión, la mayoría nunca tuvo. *Cuadro No. 13.*



La principal barrera para tener cuenta o tarjeta es no calificar para el producto, donde las principales razones asociadas a este rubro ajustan el **48%**, específicamente porque no le alcanzan sus ingresos (**34.5%**). 1 de cada 4 considera que no los necesita.

Las razones de abandono tienen que ver principalmente con dejar la actividad que le permitía acceder al producto: “Dejó de trabajar” (**40.8%**), “Dejó de recibir apoyo del gobierno” (**12.4%**) y “Dejó de recibir pensión” (**2.4%**). Cuadro No. 13.



Cuenta de ahorro es el producto con mayor incidencia (**63.7%**), más entre hombres, segmento económicamente activo y ABC1. Un tercio tiene cuenta corriente (+18 a 34 y C1/2/3). Pensiones y ayudas del gobierno están más presente entre las mujeres y segmento D1/D2.

En promedio las personas poseen **1 o 2 cuentas**, con una antigüedad promedio de **8 años**. Quienes tienen plazo fijo, suelen tener **más de 1**, y son más recientes con antigüedad de **5.5 años** en promedio. *Cuadro No. 14.*

**Más del 80%** de las personas que cuentan con alguna cuenta poseen tarjeta de débito. Las cuentas de ahorro, cuenta corriente y Depósitos son los productos donde más se guarda ahorro, a diferencia de cuentas de pensión o ayuda.

**6 de cada 10** de aquellos que poseen tarjeta de débito la usan para pagar sus compras, con un promedio de **8 veces al mes**. Asimismo, el retiro de efectivo de cajeros automáticos es alto (**82%**) y se realiza en promedio **3 veces al mes**.

La principal barrera de uso de la tarjeta de débito para hacer compras es la preferencia por el efectivo (**55.6%**). Asimismo, un **12.1%** afirma tener desconfianza al medio de pago y **9.1%** afirma que hay comisiones por uso de débito o descuentos al usar efectivo.

Las principales razones para usar efectivo para pagar las compras tienen que ver con llevar un control de los gastos (**19.5%**) o por costumbre (**18.4%**). Los establecimientos también condicionan el uso de efectivo al no aceptar otro medio de pago (**15.9%**) o al imponer comisiones/ descuentos (**12.9%**). *Cuadro No. 15.*



**35.5%** usa la aplicación de Banca Móvil, más los jóvenes menores de 34 años. Usan el servicio en promedio **8 veces al mes**, y casi el 80% utiliza un dispositivo tipo token para ingresar a la aplicación.

Consulta de saldos (**74.9%**) es la transacción por excelencia que realizan a través de la Banca Móvil. Asimismo, la mitad realiza pagos de servicios públicos y transferencias de dinero (**43.2%**).

La preferencia por otros medios (**37.2%**) es una de las principales barreras para ampliar el uso de la Banca Móvil. No obstante, le siguen razones que están asociadas a un desconocimiento del canal: no conoce el servicio, no sabe dónde contratarla (**27.4%)**, temor al mismo: es complicado (**29.3%**) o tiene desconfianza (**24.4%**). *Cuadro No. 16*.



Pocos compararon su cuenta con otros productos en otros bancos al momento de adquirirla (**16.7%**). Entre aquellos que, si compararon, se basaron en información proporcionada por la misma institución (**67.2%**) o bien por alguna recomendación de amigos o familiares (**33.6%**). Cuadro No. 17.



**4.5 Crédito formal e informal**

**3 de cada 10** han adquirido algún tipo de préstamo, principalmente de familiares o amigos (**19.8%**). El préstamo se destinó a gastos básicos: comidas, personas o pago de servicios (**35.7%**) o bien a pagar o consolidar deudas (**15.7%**). Cuadro No. 18.



Muy baja incidencia de tarjetas de tiendas departamentales (**5.0%**), así como de créditos bancarios (**13.8%**). Entre quienes no tienen crédito actualmente, **22.1%** ha tenido en alguna oportunidad, siendo mayor entre hombres, mayores de 35 y segmento ABC1. Cuadro No. 19.



La principal barrera para acceder a un crédito es la desconfianza (**38%**), aspectos ligados a este rubro: “no le gusta endeudarse”, “no confía en las instituciones financieras”, “desconoce cómo obtenerlo” y “le da miedo”. Asimismo, otro **26.4%** afirma que no lo necesita y un cuarto restante porque no califica, en rubros como: “no cumple con los requisitos”, “es menor de edad” y “cree que lo van a rechazar”. Las razones de abandono se reparten entre intereses altos (**25.9%**), la no necesidad (**23.7%**) y no querer volver a endeudarse (**20.2%**). *Cuadro No.20*.



Tarjeta de crédito de banco es el producto con mayor incidencia (**58.4%**), con un promedio de 1**.6 por entrevistado,** seguido de créditos personales (**43.4%**), que en promedio se toman **entre 1 y 2**.

**3 cada 10** se han retrasado en el pago de su crédito personal y/o tarjeta de crédito, esta proporción **sube a 5** cuando es una tarjeta de crédito de tienda departamental. *Cuadro No. 21*.



**7 de cada 10** recibió una copia del contrato y **6 de cada 10** firmó la autorización para SUGEF. El crédito se destinó a compra, reparación o remodelación del hogar, pero también para gastos básicos como comida o pago de servicios. **20.5%** lo usó para pagar deudas. *Cuadro No. 22.*



La tarjeta de crédito se usa en promedio **5.8 veces** al mes y **61%** paga el total de contado.

Entre quienes no usan su tarjeta de crédito, la mayoría afirma que no le gusta endeudarse (**40%**). *Cuadro No. 23.*



Al adquirir el préstamo, 4 de cada 10 lo compararon con otros productos, basándose en información proporcionada por la misma institución (**68.8%**) o bien por alguna recomendación de amigos o familiares (**26.2%**).

**4 de cada 10** de los que solicitaron alguna vez un crédito, les fue rechazado, principalmente por no contar con los ingresos suficientes o no poder demostrarlos (**49.4%**) , seguido de manchas en el historial crediticio (**19.8%**). *Cuadro No. 24.*

****

**4.6 Pagos y otros**

El efectivo es el medio de pago más utilizado para realizar las transacciones evaluadas, principalmente las compras de menos de ¢20,000 (**85.2%**) y los pagos por concepto de transporte público (**85.8%**). Bajo uso de las tarjetas de crédito, transferencias y SINPE móvil. *Cuadros No. 25 y 26*.





Pocos cuentan con algún seguro (**18.4%**). Siendo la principal barrera no contar con dinero o trabajo (**35.0%**), o bien, no necesitarlos (**33.2%**). Cuadro No. 27.



Es bastante baja la proporción de personas que comparan el seguro contratado con otros seguros (**5.7%**). Entre quienes sí lo hacen, comparan con información proporcionada por la aseguradora o institución financiera (**72.1%**). *Cuadro No. 28*



9 de cada 10 no tienen una cuenta de pensión voluntaria, principalmente por falta de dinero (**24.4%**), porque no trabaja o nunca ha trabajado (**21.3%**) o bien, porque no le interesa o piensa que no le conviene (**21.2%**).

No es despreciable que un **20.1%** de los entrevistados desconoce sobre la existencia de este tipo de cuentas voluntarias o no sabe cómo tramitarla. *Cuadro No. 29.*



**75.1%** no realiza aportes voluntarios a su cuenta de ahorro para la pensión ROP, principalmente porque no le queda dinero para ahorrar (**47.8%**). Un 16.9% no sabe qué es o cómo tramitarla y **6.2%** desconoce las ventajas. *Cuadro No. 30.*



**4.7 Uso de canales financieros**

4 de cada 10 han utilizado alguna sucursal bancaria en el último año. La principal barrera está asociada a no tener la necesidad de ir a una sucursal, ya sea porque no le interesa o porque no tiene cuenta. Otra razón es porque no califica para tener una cuenta.

Retiro de efectivo (49.8%) y depósitos (46.3%) son las principales acciones realizadas en la sucursal. *Cuadro No. 31.*



En promedio, tardan **20.5** **minutos** en trasladarse de su casa o trabajo a la sucursal, con un gasto promedio de **1.641 colones**. El tiempo de espera para ser atendido en su última visita a la sucursal fue de **34.3 minutos** en promedio, el cual para la mayoría (**69.6%**) fue adecuado.

La atención recibida fue correcta para casi todas las personas entrevistadas (**96.8%**). Cuadro No. 32.



**6 de cada 10** han utilizado cajeros automáticos de alguna sucursal bancaria en el último año. La principal barrera está asociada a no tener la necesidad de usarlo porque no tiene cuenta (**51.4%**). Un **19.5%** no los utiliza, pues sus ingresos son insuficientes al tiempo que un **15.1%** no los conoce o le generan desconfianza.

Los cajeros automáticos se usan principalmente para retiro de efectivo (**96.4%**). Además, se utilizan para consultar saldos (**35.7%**) y en menor medida, para hacer depósitos (**12.3%**). *Cuadro No. 33.*



Poco menos de la mitad (**46.3%**) ha utilizado alguna tienda o comercio para retirar dinero o hacer pagos en el último año. La principal barrera está asociada a preferir otro canal para realizar estas acciones (en especial, el cajero). Asimismo, un **19.7%** afirma que otra persona hace sus trámites y **12.3%** no tuvo la necesidad. *Cuadro No. 34.*

****

**4.8 Protección de usuarios de servicios financieros**

La incidencia de fraudes financieros o uso de datos sin autorización es baja, siendo el segmento ABC1 el que más ha sufrido este tipo de eventos. Ante este tipo de sucesos, poco menos de la mitad (**45.1%**) de los entrevistados se comunicaría con el banco y un **21.8%** con alguna autoridad judicial, para interponer su queja o reclamo. *Cuadro No. 35.*



Pocos han presentado alguna queja o demanda en contra de algún banco o entidad financiera (**6.0%**). Entre quienes lo han hecho, la gran mayoría (**82.8%**) presentaron su queja ante el mismo banco o entidad, misma que se hizo en su mayoría desde **hace más de 6 meses**.

El **31.0%** de los casos aún no se ha resuelto. La insatisfacción con la resolución es alta en la medida que alcanza un **44.8%**. *Cuadro No. 36*.

****

**4.9 Toma de decisiones y propiedad de activos en el hogar**

Las decisiones en el hogar se reparten entre decisiones unipersonales (**37.0%**) y decisiones con la pareja (**30.8%**) o bien con otras personas en el hogar (**14.8%**). El decisor cambia naturalmente según la edad.

**3 de cada 10** son propietarios de alguna vivienda (más los mayores de 35 años) y **18.0%** de un vehículo. Sólo **5.3%** es propietario de un terreno para cultivar.

La vivienda y el terreno para cultivo se adquieren principalmente por donación o herencia (**51.9% y 53.1%** respectivamente), mientras que para la compra de un vehículo se utilizan los ahorros (**57.4%**). Entre un **14% y 24%** utilizó un crédito de una institución financiera para poder adquirir alguno de los bienes.

Para poder vender, rentar o prestar la vivienda, la mayoría debe pedir opinión a otro (**51.7%**); mientras que, en el caso del vehículo o terreno, es una decisión que se toma mayoritariamente solo (**68.1% y 54.7%** respectivamente). *Cuadro No. 37.*



1. **Resumen de hallazgos y recomendaciones**

**5.1 Perfil sociodemográfico y de hogares**

* Predomina el segmento adulto (**48% tiene entre 36 y 64 años**), y de nivel socioeconómico medio (**57%**). **41%** es soltero y **48%** está casado o en unión libre. **48%** alcanzó nivel educativo medio (Colegio), mientras que **32%** sólo completó la Escuela. Pocos alcanzaron niveles educativos superiores. En cuanto a su situación laboral, **23%** tiene un empleo formal, **20%** se dedica a quehaceres del hogar y **18%** es desempleado. **4 de cada 10** realiza alguna actividad informal, principalmente un servicio o venta de algún producto. El nivel de ingresos es menor a **250.000 colones** para el **44%** y entre **250.000 y 500.000** colones para el **25%.**
* **4 de cada 10** cobra sus ingresos a través de una cuenta, mientras que la mitad lo hace en efectivo. Casi **8 de cada 10** cuenta con un seguro de la CSSS.
* El celular está ampliamente extendido (**93% tienen uno**), y en general, son teléfonos inteligentes (**62%**). El tipo de línea se reparte entre prepago (**55%**) y post pago (**41%**). Un **5%** tiene un sistema híbrido de pagos.
* En promedio, hay 4 habitantes por hogar, con edades distribuidas homogéneamente (**18% son menores de 15**, **20%** tienen entre **15 y 24**; **18%** tiene entre **25 y 34**; y **34%** tiene más de **35 años**). La mayoría de los hogares residen en zona urbana (**74%**), predominando San José (**33%**).

**5.2 Administración de gastos, comportamiento y educación financiera**

* Un tercio lleva un presupuesto o registro de ingresos y gastos, este comportamiento se intensifica en el segmento de **25 a 64 años**, en el nivel socioeconómico alto y en la zona urbana. No obstante, el registro o presupuesto es mayormente manual (**40% lo hace mentalmente y 33% en papel**). Sólo **26%** lo hace en la computadora o en una APP. Asimismo, solo **2 de cada 10** han tomado algún curso o ha recibido asesoría sobre cómo hacer un presupuesto.
* La compra no planeada es relativamente inusual: mientras que **60%** nunca o rara vez realiza compras no planeadas, sólo **17%** afirma que lo hace siempre o casi siempre; siendo un comportamiento mayor entre hombres, menores de **34 años**, y segmento **ABC1.**
* Como contracara, existe una alta proporción de individuos a los que no le alcanza el dinero para cubrir sus gastos (**42%** - más mayores de 35 años, D1/D2) y que acuden a familiares (**41%**), o bien, reducen gastos generales (**37%**) para poder afrontar este déficit. Pocos acuden a una institución financiera. En efecto, ante un gasto grande inesperado, **41%** acude a sus ahorros, **35%** pide un préstamo a familiares o conocidos y solo **6%** solicita un crédito a una institución. Las acciones de ahorro y cuidado se relacionan con pagar a tiempo (no endeudarse) y ser precavidos a la hora de comprar (evaluar cuidadosamente si se puede o no hacer el gasto).

**5.3 Ahorro formal e informal**

* El ahorro es una práctica bastante extendida: **6 de cada 10** realizó alguna acción de ahorro en el último año. Aunque es predominantemente informal en la medida que **34%** guardó dinero en su casa. El destino del ahorro es para afrontar gastos básicos de comida, personales o pagar servicios (**38%**), así como para gastos de educación (**17%**). Un **16%** lo usó para atender gastos imprevistos o emergencias.
* **57%** posee actualmente alguna cuenta bancaria, incidencia que crece en hombres, **25-34** años, de nivel medio alto. Entre quienes no tienen cuenta bancaria o pensión, la mayoría nunca tuvo cuenta (**63%**). La principal barrera de acceso a una cuenta se relaciona con no contar con los requisitos suficientes (**48% - no le alcanzan los ingresos, no trabaja**), seguido por no necesitar una cuenta (**26%**). Un bajo porcentaje (**6%**) prefiere otros medios de ahorro o pago y otro **7%** rechaza las instituciones financieras por desconfianza o porque no le gusta endeudarse. Asimismo, quienes abandonaron una cuenta o tarjeta, lo hicieron principalmente porque dejaron de hacer la actividad relacionada a la cuenta (**55% - dejó de trabajar o bien, dejo de recibir ayuda del gobierno**) y un **22%** dio de baja la cuenta porque ya no la usaba.
* Entre quienes tienen cuenta, predomina la caja de ahorro (**64%**), seguida de la cuenta corriente (**30%**). En promedio tienen 1 o 2 cuentas y la abrieron hace 8 años en promedio. 8 de cada 10 cuenta con una tarjeta de débito asociada.
* **6 de cada 10** utilizan la tarjeta de débito para realizar pagos, con un promedio de 8 pagos al mes. Asimismo, **82%** usan la tarjeta para retirar dinero del cajero automático, y lo hacen 3 veces al mes en promedio. La principal barrera para no utilizar la tarjeta de débito para realizar pagos o compras es la preferencia por otros medios de pago, en especial, por el efectivo (**56%**). Un **12%** manifiesta tener desconfianza y un 9% afirma que los comercios aplican descuentos por pago en efectivo o bien, cobran comisiones por pago con tarjeta, desincentivando su uso.
* En efecto, un **29%** usa el efectivo porque hay comercios que solo aceptan efectivo, porque el establecimiento aplica descuentos si se paga en efectivo o bien, cobra comisiones si se utiliza otro medio. Asimismo, el efectivo permite llevar mejor control de sus gastos para el 19%, y es un hábito para el **18%**.
* El acceso a sus cuentas a través de la banca móvil no está extendido: **35%** lo hace (**porcentaje que crece entre menores de 35 años y ABC1**), utilizando el servicio en promedio 8 veces al mes, mayormente para consultar el saldo (75%) o realizar pagos (**54%**) y casi el **80%** accede a través de un dispositivo tipo token. La principal barrera de uso de la banca móvil es la preferencia por otro medio (**37%**). Asimismo, un tercio no sabe cómo usarlo y un cuarto tiene desconfianza.
* Antes de adquirir la cuenta, solo **17%** comparó con otros productos de otra institución, siendo el banco el principal medio de información (**67%**) o bien, recomendaciones de conocidos (**34%**).

**5.4 Crédito formal e informal**

* **3 de cada 10** han adquirido algún tipo de préstamo en el último año, siendo este mayormente informal (de familiares o amigos). El préstamo se destinó a gastos básicos: comidas, personas o pago de servicios (**36%**) o bien a pagar deudas (**16%**).
* En efecto, solo **14%** tienen algún crédito o tarjeta de crédito formal, de alguna institución bancaria. Y entre quienes no tienen, sólo el **22%** tuvo acceso a algún crédito o tarjeta de crédito. La experiencia con un crédito formal crece en el segmento ABC1, siendo que tienen más posibilidades de cumplir con los requisitos.
* La principal barrera para acceder a un préstamo o tarjeta de crédito está asociada a la desconfianza o el rechazo a endeudarse (**38% - no le gusta endeudarse, no confía en las instituciones, le da miedo**). **26%** no muestra interés y 25% no califica por no tener ingresos suficientes. Quienes han tenido alguna vez un préstamo o tarjeta, lo abandonaron por los intereses altos (**26%**), por no precisarlo más (**24%**), o bien, por no querer volver a endeudarse (**20%**).
* Tarjeta de crédito de banco es el producto con mayor incidencia (**58%**), con un promedio de 1.6. Seguido de créditos personales, que en promedio se toman entre 1 y 2. Ambos productos registran un **30%** de personas que se atrasaron en el pago. **29%** usó o piensa usar el crédito para remodelar o reparar su casa, mientras que **27%** lo utilizó para afrontar gastos básicos de comida, personales o pago de servicio. **20%** lo usó para pagar deudas. Por otro lado, 6 de cada 10 firmó la autorización para que se consultara su historial en el Centro de Información del SUGEF.
* La tarjeta de crédito se usa en promedio 6 veces al mes y **61%** paga el total. Entre quienes no usan su tarjeta de crédito, la mayoría afirma que no le gusta endeudarse.
* No contar con ingresos suficientes o no poder demostrarlos es la principal razón para que la institución haya rechazado la solicitud.

**5.5 Pagos y otros**

* El efectivo es el medio más utilizado para realizar todas las transacciones, seguido por la tarjeta de débito. El resto de los medios registra muy bajo uso.
* Solo **18%** cuenta con algún seguro, porcentaje que se duplica en el segmento ABC1 (**44%**). Las principales razones son no tener dinero, trabajo o ingresos suficientes (**35%**) o bien, no necesitarlo (**33%**). Asimismo, sólo **6%** tiene una cuenta de pensión voluntaria y las razones para no tenerla son similares: **24%** no tiene dinero, **21%** no trabaja o no ha trabajado y **21%** considera que no le conviene. Por último, sólo **7%** realiza aportes en su cuenta para la pensión, siendo la principal barrera no contar con ahorro para poder hacerlo (**41%**) y **17%** afirma que desconoce cómo hacerlo.

**5.6 Uso de canales financieros**

* En el último año, **4 de cada 10** han concurrido a alguna sucursal bancaria, más los hombres, segmento de 25 a 34 años y ABC1. La principal barrera para ir a una sucursal está asociada a no tener la necesidad, ya sea porque no le interesa (**25%**) o porque no tiene cuenta (**17%**). Otra razón relevante es porque no califica para tener una cuenta (**24%**). Entre quienes van a la sucursal, la mitad realizan retiro de efectivo y otro 46% depósitos. El tiempo de espera promedio es de 34 minutos, considerado por la mayoría como adecuado. Asimismo, casi nadie declaró haber recibido mala atención (**solo 3%**). Para llegar a la sucursal, se tarda en promedio **21 minutos**, implicando un gasto de **¢1641 colones**.
* El uso de cajeros automáticos se encuentra bastante extendido (**64%**), siendo mayor entre hombres, menores de 35 años, y segmento ABC1. La principal barrera de uso es no tener tarjeta o cuenta (**51%**), o bien, no contar con los ingresos suficientes (**20%**). Sólo **11%** menciona como barrera el desconocimiento. Además del retiro de efectivo, el cajero se usa para consulta de saldos (**36%**) y en menor medida, para depósitos (**12%**). La distancia promedio es de **3 o 4 km**, con un gasto de traslado de **¢1625** colones en promedio.
* La mitad ha utilizado alguna tienda o comercio para realizar retiro de efecto o pagos, siendo transversal a todos los segmentos. La principal razón para no usarlas es la preferencia por otros medios (**30%**), la no necesidad ya que otra persona hace esos trámites u operaciones (**20%**) o porque no lo ha necesitado (**12%**). Cabe destacar que **11%** tiene desconfianza hacia este medio. La distancia recorrida promedio hasta una tienda es de **1300 mts**. e implica un gasto de traslado promedio de **¢1500 colones**.

**5.7 Protección de usuarios de servicios financieros**

* La incidencia de fraudes financieros es muy baja (en el orden del **7%**), siendo el segmento ABC1 el que más ha sufrido algún fraude con su tarjeta o han utilizado sin autorización sus datos para realizar transacciones (**24% a 15%**). Ante cualquier inconveniente, la mitad se comunicaría directamente con el banco y un **22%** con alguna autoridad judicial.
* **Solo 6%** ha presentado alguna queja reclamo o demanda en contra de algún banco o institución financiera. Entre quienes lo hicieron, presentaron la queja directamente al banco (**83%**), hace más de 6 meses. El **31%** no ha sido aun resuelta, dando como resultado un alto porcentaje de clientes insatisfechos (**45%**).

**5.8 Toma de decisiones y propiedad de activos en el hogar**

* Las decisiones sobre cómo se gasta o ahorra el dinero en el hogar se reparten entre decisiones unipersonales (**37%**) y decisiones con la pareja (**31%**) o bien con otras personas en el hogar (**15%**).
* **3 de cada 10** es propietario de una vivienda (porcentaje que crece con la edad). **18%** es dueño de algún vehículo y sólo **5%** es propietario de algún terreno para cultivo. La vivienda y el terreno para cultivo se adquieren principalmente por donación o herencia (**52% y 53% respectivamente**), mientras que para la compra de un vehículo se utilizan los ahorros (**57%**). Entre un **14% y 24%** utilizó un crédito de una institución financiera para poder adquirir el bien.
* Para poder vender, rentar o prestar la vivienda, la mayoría debe pedir opinión a otro (**52%**); mientras que en el caso del vehículo es una decisión que se toma solo (**68%**).

**5.9 Recomendaciones**

* Para incentivar el acceso de la población a los sistemas financieros se recomienda trabajar en derribar las principales barreras tanto subjetivas (miedo, desconfianza, costumbre, etc.) como objetivas (no contar con los requisitos necesarios para calificar, desconocimiento, etc.).
* De esta manera, para facilitar el acceso a una cuenta o tarjeta de débito, se recomienda realizar acciones de educación remarcando las ventajas de tener una cuenta y usar una tarjeta de débito para realizar los pagos (mejor control de gastos, prescindir del efectivo, mayor seguridad, entre otras) y derribando los miedos de su uso (reforzar la seguridad del sistema bancario y de las transacciones realizadas con tarjeta). Asimismo, se podría incentivar el uso de tarjeta de débito aplicando un descuento en cada transacción (en términos de devolución de impuesto) y controlando que los comercios no apliquen comisiones sobre su uso.
* En cuanto a los préstamos y la tarjeta de Crédito, es preciso trabajar específicamente en el miedo a endeudarse.
* Por último, para aumentar el uso de cajeros o tiendas para retirar efectivos o realizar pagos, se sugiere comunicar qué otras operaciones se pueden realizar de manera segura en un cajero (además de extracción de efectivo), remarcando la ventaja de no tener que realizar trámites en la sucursal y, así, ahorrar tiempo.

**6. ANEXOS**

1. ANEXO 1: Cuestionario
2. ANEXO 2: Cuadros usados en informe
3. ANEXO 3: Base de datos formato SPSS
4. ANEXO 4: Diccionario de variables
5. ANEXO 5: Libro de códigos