



# Índice de Ánimo Inversionista Colombia, Perú y Chile

Informe del Estudio

Noviembre, 2021



# Agenda

## 1. El Estudio

- Contexto..... [pg. 4](#)
- Objetivos..... [pg. 6](#)
- Ficha técnica..... [pg. 7](#)

## 2. Detalle de la muestra..... [pg. 8](#)

## 3. Índice de Ánimo Inversionista.. [pg. 12](#)

## 4. Estudio - Resultados

- Percepción y expectativas.. [pg. 18](#)
- Conocimiento ..... [pg. 29](#)
- Ahorro ..... [pg. 37](#)
- Inversión ..... [pg. 45](#)

## 5. *Key Findings* por país..... [pg. 71](#)

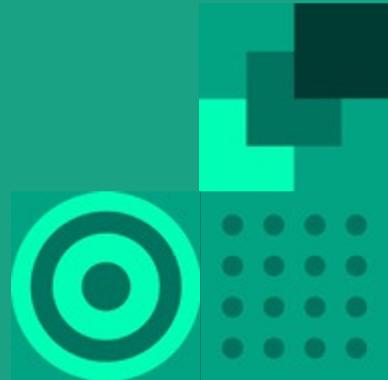
## 6. Anexos

- Cuestionarios ..... [pg. 76](#)
- Metodología Índice de Ánimo Inversionista ..... [pg. 83](#)

## 7. Información de contacto..... [pg. 88](#)



# El Estudio



## Contexto - ¿Qué es tyba?



- **tyba** es una aplicación móvil que presta asesoría financiera y cuyo objetivo es brindarle a las personas acceso a inversiones desde bajos montos, a través de distintas alternativas como: Fondos de Inversión Colectiva, Fondos de Pensiones Voluntarias y CDT Digital en Colombia, y Fondos Mutuos en Perú, por el momento.
- **tyba** ofrece portafolios de inversión a la medida de los usuarios, los cuales se crean con base a la diversificación, identificación y asignación de riesgos de cada usuario. A la vez, **tyba** busca promover la educación financiera y reducir costos de transacción.
- **tyba** es una empresa que hace parte de Credicorp Ltd. y forma parte del portafolio de Krealo, que es el brazo de innovación abierta del holding.

## Contexto general del estudio

- Bajo los pilares de **tyba** de democratizar las inversiones y ser brutalmente transparente, la *fintech* colomboperuana, que hace parte del holding financiero Credicorp Ltd., **encargó a la Agencia de Investigación de mercado DEEP Market research, con el apoyo de la Agencia SmartPR**, el desarrollo de un estudio para determinar el Índice de Ánimo Inversionista en Colombia, Perú y Chile, el cual queda disponible para ser consultado libremente por todo público.
- Este estudio pretende convertirse en una **fuente de información confiable que permita conocer y comprender la afinidad de las personas hacia las inversiones** y saber, si efectivamente, estas se convierten en una opción cada vez más afianzada entre la población en general. De esta forma, el estudio ofrece un panorama más claro sobre variables de intención, confianza, conocimiento y tenencia de alternativas de inversión como también de productos financieros, además, del nivel de bancarización de los encuestados.
- Para el desarrollo de esta investigación se tuvo en cuenta la opinión de 2.000 personas bancarizadas por país: **Colombia, Chile y Perú**, para un total de 6.000 encuestados. Estos tres países son aquellos en donde **tyba** ya se encuentra operando o pretende hacerlo para finales de 2021, como es el caso de Chile.

## Objetivo

Entender de forma concisa (breve y precisa) al inversionista colombiano, peruano y chileno.

### Objetivos específicos

- Establecer si las personas invierten o no.
- Identificar motivos para que la gente invierta o no.
- Identificar metas de inversión.
- Evaluar nivel de conocimiento de alternativas de inversión.
- Identificar alternativas de inversión usados o contemplados.
- Entender barreras y *drivers* para la inversión.
- Observar la evolución de los inversionistas en el tiempo.

## Ficha técnica

- **Proveedor:** DEEP Market research SAS
- **Metodología:** Encuestas online auto diligenciadas de 6 min a través de un panel online de personas con certificación ISO 20252 .
- **Instrumentos:** Cuestionario aprobado por el cliente.
- **Público objetivo:** Hombres y mujeres, entre 18 y 60 años, todo nivel socioeconómico (NSE), que cuenten con algún producto financiero.
- **Ciudades:**
  - **Colombia:** Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla
  - **Perú:** Lima, Arequipa, Trujillo
  - **Chile:** Santiago, Valparaíso-Viña del Mar y Concepción-Talcahuano.
- **Muestra:** 2000 encuestas en cada país, para un total de 6000. Para ajustar la distribución de la muestra a la distribución real del universo por región y tamaño se aplicaron factores de ponderación.
- **Marco muestral:** Panel online de personas en cada país.
- **Fechas de recolección de información:** 30 de agosto al 9 de septiembre de 2021.

# Detalle de la muestra

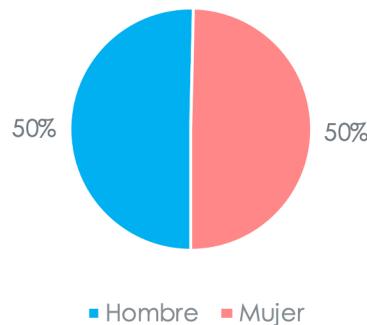




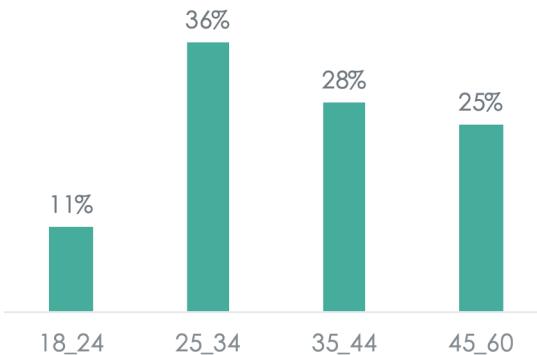
## Muestra Colombia

- Se realizaron en total 2004 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

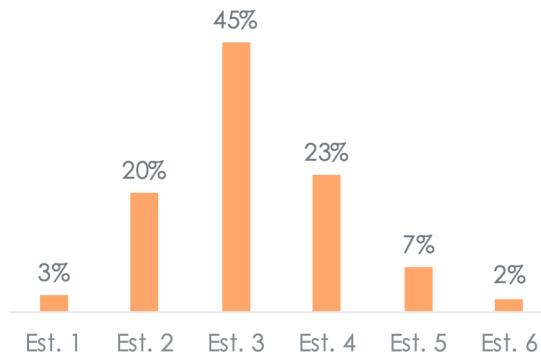
Género - COL



Rangos de Edades - COL



Nivel Socioeconómico - COL



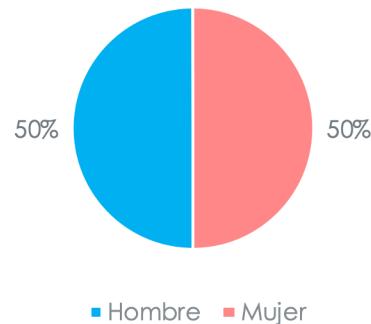


## Detalle de la muestra

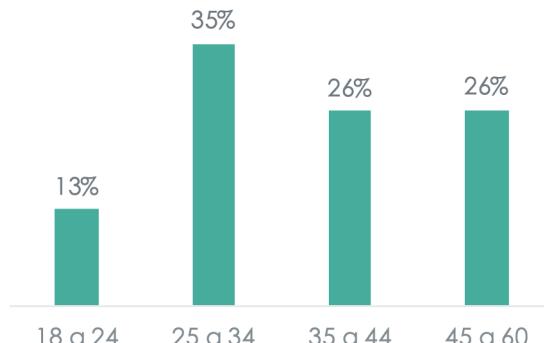
### Muestra Perú

- Se realizaron en total 2004 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

Género - PER



Rangos de Edades - PER



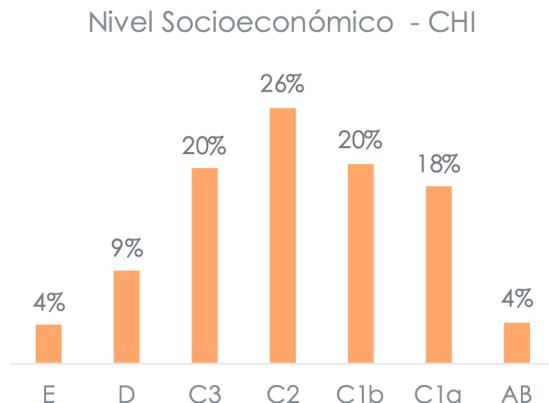
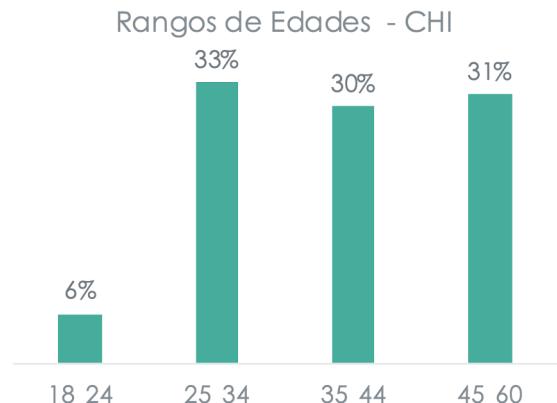
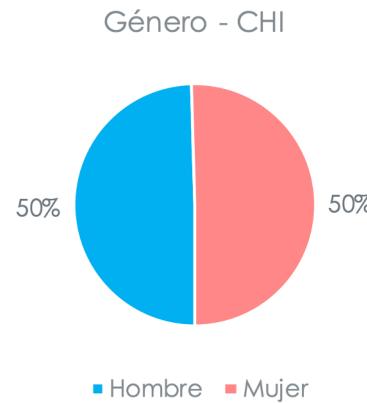
Nivel Socioeconómico - PER



## Detalle de la muestra

### Muestra Chile

- Se realizaron en total 2020 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

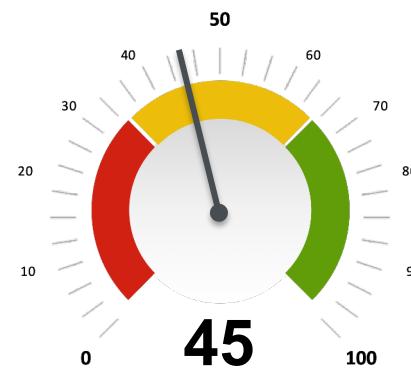


# Índice de Ánimo Inversionista



## ¿Cómo está el “ánimo inversionista” en Colombia?

- El Índice está compuesto por dos indicadores, el **Indicador 1 pesa 64,9% y el Indicador 2 pesa 35,1%** ([para ver la metodología ir al anexo 2](#)).
- **Colombia es el país que mejor le fue en las variables del Indicador 1**, las relacionadas a la confianza, actitud hacia la inversión, tenencia de diferentes formas de ahorro y de inversión; y fuentes de información. Sacando un puntaje de 48.
- **Y en el Indicador 2**, que es el que se asocia al nivel de bancarización de los individuos observados, Colombia obtuvo un puntaje de 40, el cual es **menor que el de Chile, pero mayor que el de Perú**.
- Aunque los 3 países tienen un “animo inversionista” medio, **Colombia es el país con el mayor “ánimo”**.

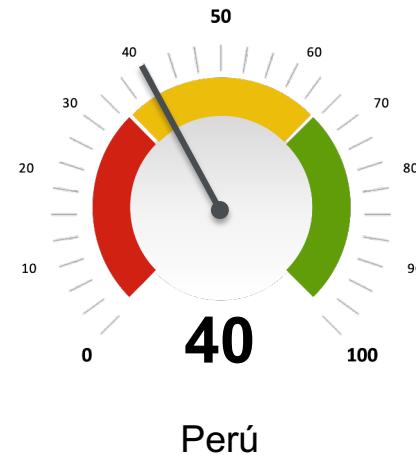


Colombia



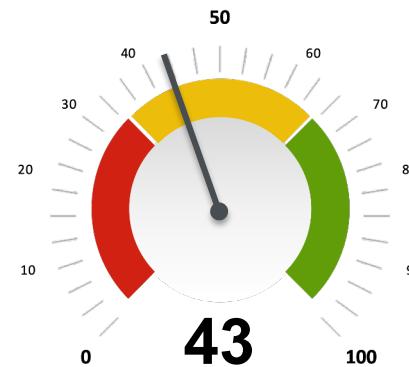
## ¿Cómo está el “ánimo inversionista” en Perú?

- El Índice está compuesto por dos indicadores, el **Indicador 1 pesa 64,9% y el Indicador 2 pesa 35,1%** ([para ver la metodología ir al anexo 2](#)).
- **Perú se muestra más cauto en las variables del Indicador 1**, es decir, las relacionadas a la confianza, actitud hacia la inversión, la tenencia de diferentes métodos de ahorro y de inversión; y fuentes de información. Los efectos de la pandemia y el contexto electoral que ha tenido durante este año podría estar influyendo en su disposición para invertir. En este indicador obtuvo 42, lo cual es **más que Chile, pero menos que Colombia**.
- En el Indicador 2, Perú tiene menos puntos que los otros países (36), porque **es el que menos tiene familiaridad con los productos financieros** y en particular con los de inversión.
- Aunque los 3 países tienen un “ánimo inversionista” medio, **Perú es el país con el menor “ánimo”**.



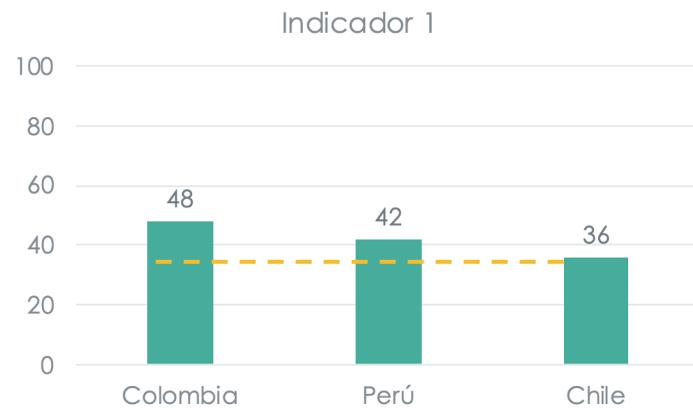
## ¿Cómo está el “ánimo inversionista” en Chile?

- El Índice está compuesto por dos indicadores, el **Indicador 1 pesa 64,9% y el Indicador 2 pesa 35,1%** ([para ver la metodología ir al anexo 2](#)).
- **Chile, al igual que Perú, se muestra más cauto en las variables del Indicador 1**, es decir, las relacionadas a la confianza, actitud hacia la inversión, la tenencia de diferentes métodos de ahorro y de inversión; y fuentes de información. Los efectos de la pandemia y el contexto electoral que ha tenido en este año podría estar influyendo en su disposición para invertir. En este indicador obtuvo 36, que **es el menor puntaje de los 3 países**.
- A diferencia de Colombia y Perú, **Chile tiene una fortaleza muy marcada en el Indicador 2**, que es el que está relacionado con la bancarización. Este país tiene buenas calificaciones en las variables que hablan de tenencia de productos financieros para ahorro y para inversión. Obtuvo un puntaje de 57.



Chile

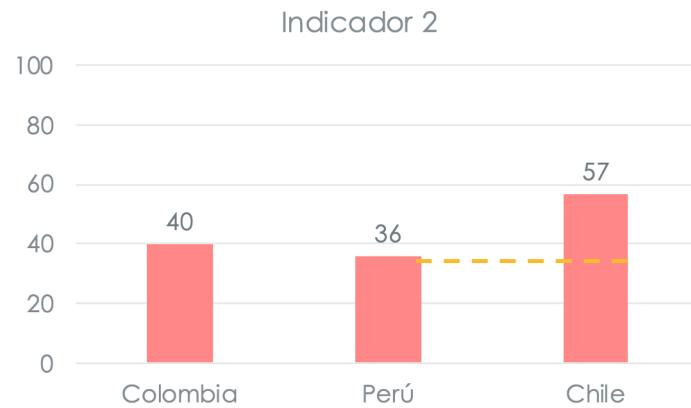
## Interpretación: Indicador 1\*



- Dado que el Indicador 1 tiene un mayor peso (64.9%), Colombia queda con una mayor calificación por una combinación entre diversas variables: confianza, actitud hacia la inversión y tenencia de diferentes formas de ahorro, inversión y fuentes de información. No siempre relacionadas con entidades financieras.
- Perú y Chile, en cambio, se muestran mucho más cautos en las mismas variables. El tema de pandemia y el contexto electoral que han tenido este año podría estar influyendo en su disposición para invertir.

\*Ver metodología en [Anexos](#)

## Interpretación: Indicador 2\*



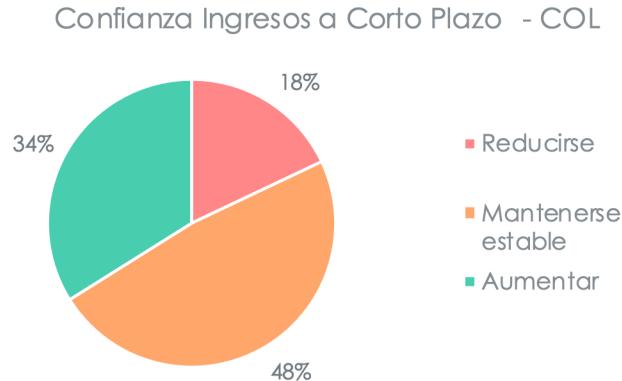
- Chile tiene una fortaleza muy marcada en el Indicador 2, el cual tiene un peso menor (35.1%) y está relacionado con bancarización. Este país tiene buenas calificaciones en las variables que hablan de tenencia de productos financieros para ahorro y para inversión.
- Perú, en cambio, resta puntos debido a esta misma razón; de los 3 países es el que menos tiene familiaridad con los productos financieros, en particular los de inversión.

\*Ver metodología en [Anexos](#)

# Estudio - Resultados Percepción y expectativas



## Hay confianza: La mitad de las personas confían en que sus ingresos van a mantenerse estables.

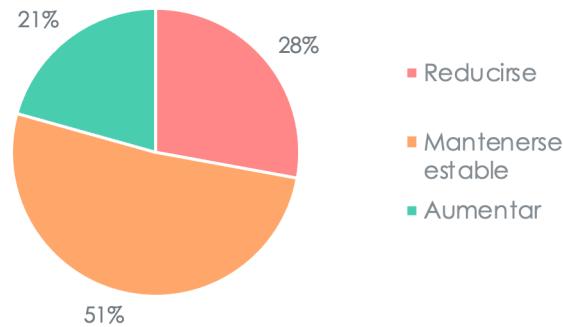


- Y una tercera parte de los participantes creen, incluso, que van a **aumentar**.
- Los hombres son los que más afirman que sus ingresos van a crecer en el próximo año (R/aumentar: H: 37% vs. M: 31%).
- Los más jóvenes creen, en mayor medida, que sus ingresos aumentarán en los próximos 12 meses (R/aumentar: 18 a 24 años: 41% vs. 30% para mayores de 35 años).



## Hay confianza: La mitad de las personas confían en que sus ingresos van a mantenerse estables.

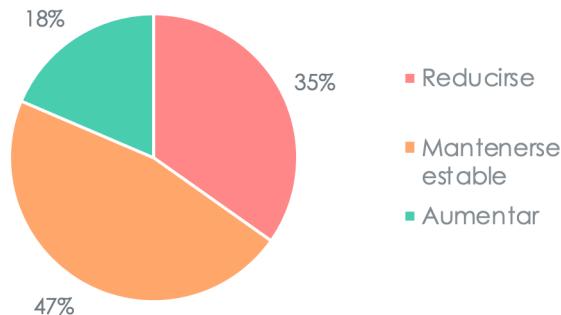
Confianza Ingresos a Corto Plazo - PER



- Un 21% cree que pueden **aumentar** en los próximos 12 meses.
- La diferencia entre la opinión de hombres y mujeres al respecto es considerable. Los hombres son los más optimistas (R/aumentar: H: 30% vs. M: 11%).
- Los menores de 35 años creen, en mayor medida, que sus ingresos pueden crecer (18 a 24 años: 23% y 25 a 34: 32% vs. Mayores: 9% y 13%).

**Si bien, la mitad de las personas confían en que sus ingresos van a mantenerse estables, hay un tercio que piensa que va a reducirse.**

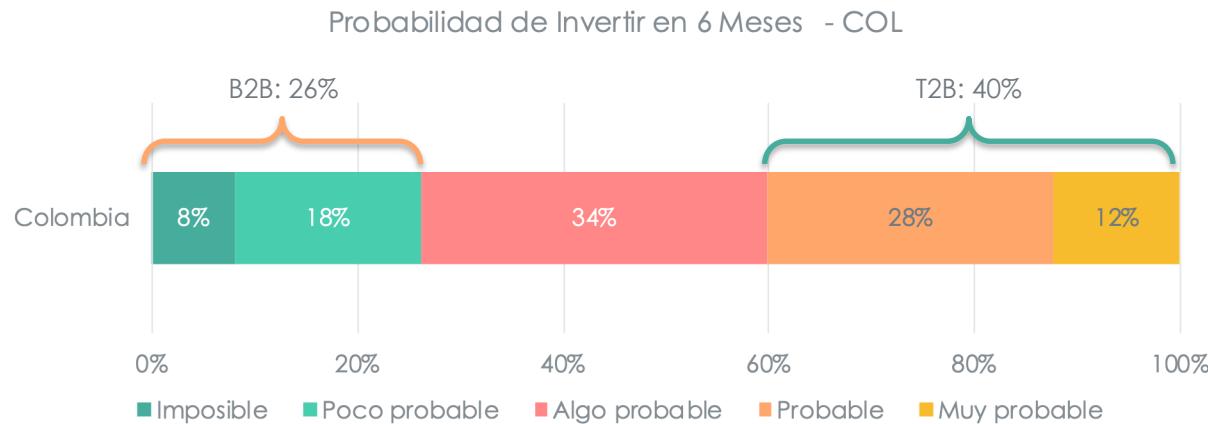
Confianza Ingresos a Corto Plazo - CHI



- En particular las mujeres están más pesimistas acerca de sus ingresos futuros (R/reducirse: M: 37% vs. H: 32%).
- Los NSE bajos creen, en mayor proporción, que sus ingresos pueden tener una reducción en el corto plazo (R/reducirse: E: 51%, D: 38% y C: 36% vs. <21% para los demás).
- Los más jóvenes son más optimistas al respecto, aunque de forma conservadora, (R/aumentar: 18 a 24 años: 29% y 25 a 34: 25% vs. Mayores 9% y 14%).

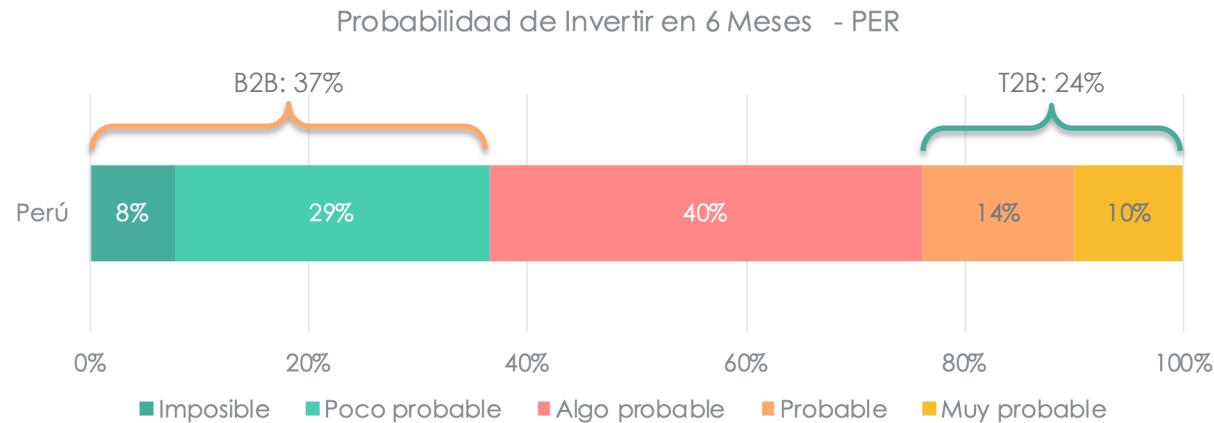


## 2/3 partes de las personas ven probable algún tipo de inversión en el corto plazo.



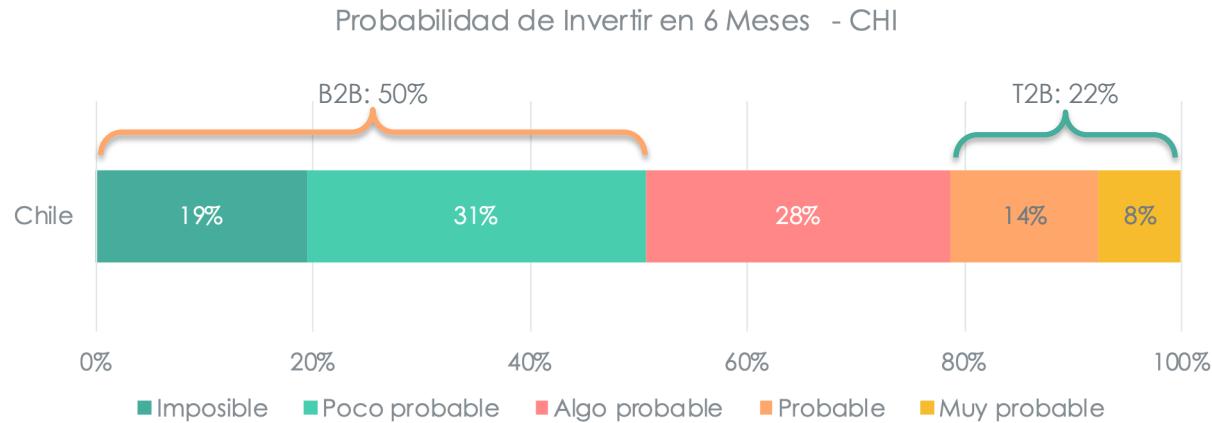
- El 40% de los encuestados cree que es probable o muy probable invertir en los próximos 6 meses.
- De nuevo son los hombres los que parecen tener más clara su intención de invertir (T2B → H: 46% vs. M: 34%).
- Los adultos jóvenes son los más dispuestos a invertir en el corto plazo (T2B → 25 a 34 años: 48% vs. Mayores 36% y 35%).

## Una tercera parte de los peruanos no está considerando invertir en los próximos meses.



- Solo un 24% de los encuestados cree que es probable dedicar recursos para inversión en el corto plazo.
- Aunque los hombres son más optimistas en cuanto a sus ingresos futuros, afirman en mayor proporción que no invertirán dentro de los próximos 6 meses (B2B → H: 39% vs. M: 34%).
- Los mayores de 35 años están menos convencidos de invertir pronto (T2B → 18 a 24 años: 25% y 25 a 34: 29% vs. Mayores: 22% y 17%).

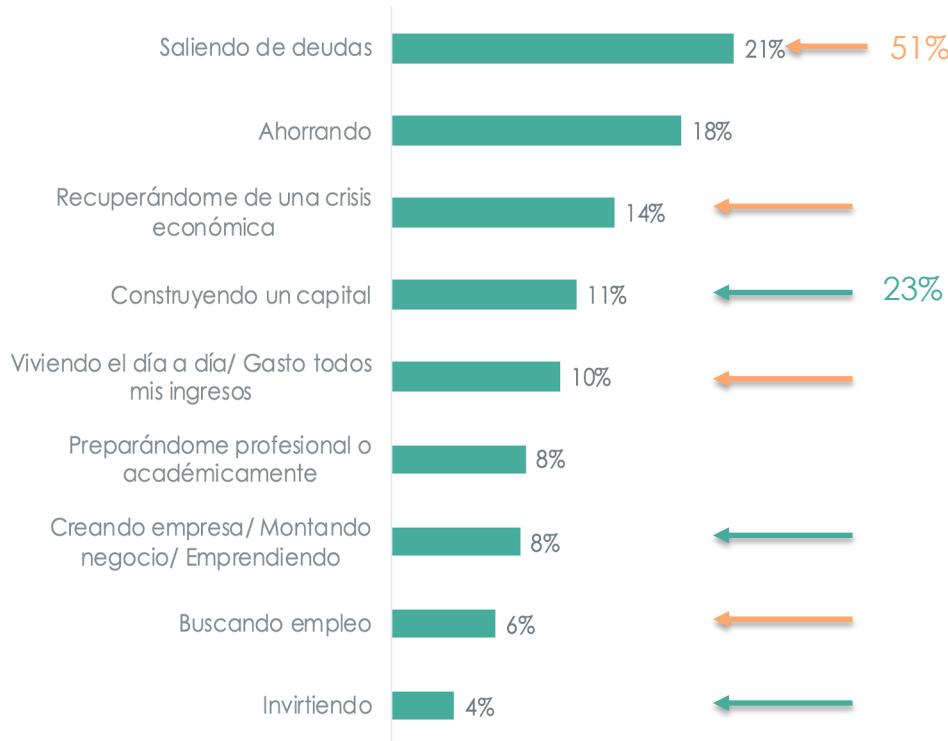
## La mitad de los chilenos no está considerando invertir en los próximos meses.



- Solo un 22% de los encuestados cree que es probable dedicar recursos para inversión en el corto plazo.
- Los más jóvenes opinan, en mayor medida, que es probable invertir en los próximos 6 meses (T2B → 18 a 24 años: 33% vs. Mayores: 21%, 14% y 20%).
- La mayoría de las mujeres y en mayor proporción que los hombres afirman que es poco probable invertir en los meses siguientes (B2B → M: 59% vs. H: 42%).
- Los NSE bajos son los que más opinan que no invertirán pronto (B2B → AB: 29%, C1b: 29%, C2: 45% vs. C3: 47%, C4: 47%, D: 55% y E: 57%).

## Percepción y expectativas

### Descripción de Situación Financiera Actual - COL



### Situación: Saliendo de deudas.

- Un 21% de las personas reconocen que tienen deudas que deben afrontar. La pregunta que surge es si saben cómo hacerlo.
- Un 51% no cuentan con los medios para construir un capital actualmente (flechas naranjas).
- Un 18% ya han tomado acciones para separar una porción de sus ingresos (R/ahorrando).
- El 23% ya está en “modo inversionista” (flechas verdes).
- Los más jóvenes son los que están en mayor proporción buscando empleo (18 a 24 años: 14% vs. Mayores: 5%, 4% y 4%).

## Percepción y expectativas

### Descripción de Situación Financiera Actual - PER

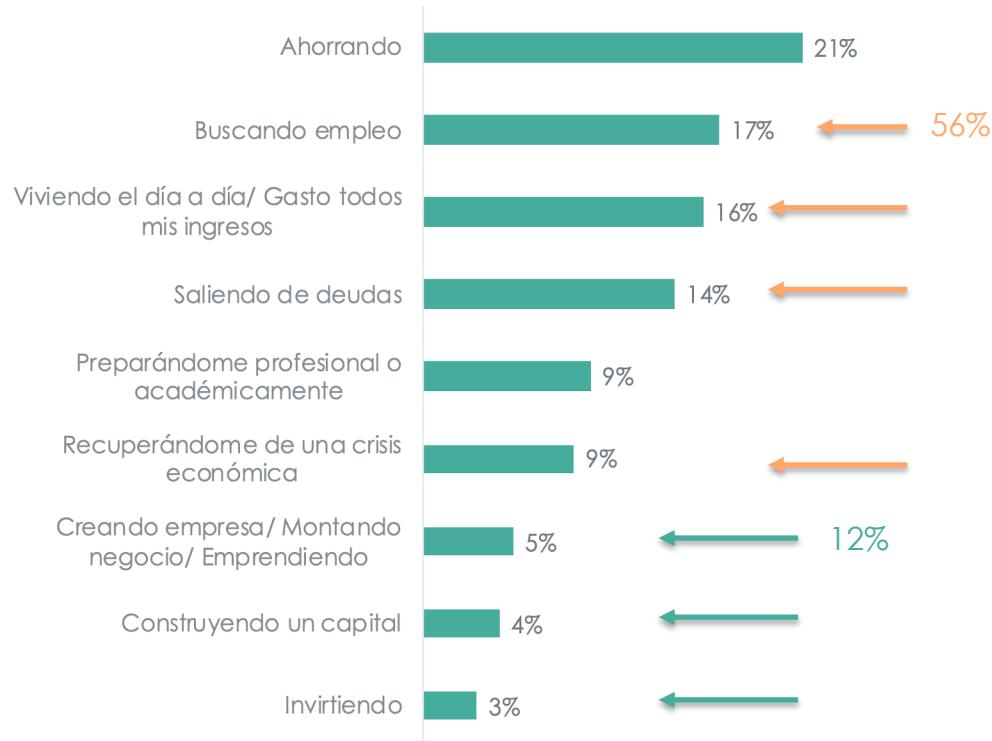


### Situación: Saliendo de deudas.

- 26% de los participantes dicen que la situación que mejor los describe es saliendo de deudas.
- Las mujeres, en mayor proporción, se describen saliendo de deudas (H:18% vs. M: 33%).
- El 56% no podría acumular capital en estos momentos (flechas naranjas).
- Solo un 20% está en “**modo inversionista**” (flechas verdes).
- Los jóvenes son los que más se describen que están **ahorrando** actualmente (18 a 24 años: 21% y 25 a 34: 22% vs. Mayores: 13% y 10%).

## Percepción y expectativas

### Descripción de Situación Financiera Actual - CHI



### Situación: Ahorrando.

- Un 21% afirma que su situación actual es **ahorrando**. Esta proporción es mayor que en los demás países.
- El 17% se describe en situación de **búsqueda de empleo**.
- Un 56% tiene una situación en la que no podría acumular capital (flechas naranja).
- A diferencia de los otros países, solo un 12% está en **“modo inversionista”** (flechas verdes).
- Los más jóvenes son los que se describen, en mayor medida, que están **ahorrando** (18 a 24 años: 32% y 25 a 34: 25% vs. 18% y 15%).

## Conclusiones:

- No es una época sencilla para los latinoamericanos. La pandemia ha tenido un impacto importante en las finanzas de los hogares y en su percepción acerca del futuro de las mismas. No sorprende que solo una pequeña parte de cada país se describa en una situación que llamamos “**modo inversionista**”, y que a su vez, más de la mitad se describa en una **situación actual que no les permite acumular capital**.
- **Colombia es el país más optimista**, tanto por la expectativa que tiene acerca de sus ingresos futuros, como por su disposición a invertir. Sin embargo, los colombianos tienen como prioridad primero **salir de deudas y recuperarse de la crisis**.
- **Perú** por su parte, tiene una **opinión más moderada**. Los peruanos **no están pensando en invertir**, y al igual que los colombianos, actualmente su prioridad número uno también es **salir de deudas**.
- De los 3 países **el menos optimista es Chile**. Los chilenos confían menos en que sus ingresos mejoren y **no están pensando en invertir en el corto plazo**. Sin embargo, son los que **más se describen en situación de “modo ahorro”** y este es el primer paso para una vida financiera saludable.
- Los 3 países muestran una buena disposición hacia el ahorro (casi 1/5 en cada país), y en particular, la población menor de 25 años.
- Se observa que en general los hombres y las personas entre los 18 a 24 años, tienen una posición más optimista frente a sus ingresos futuros.

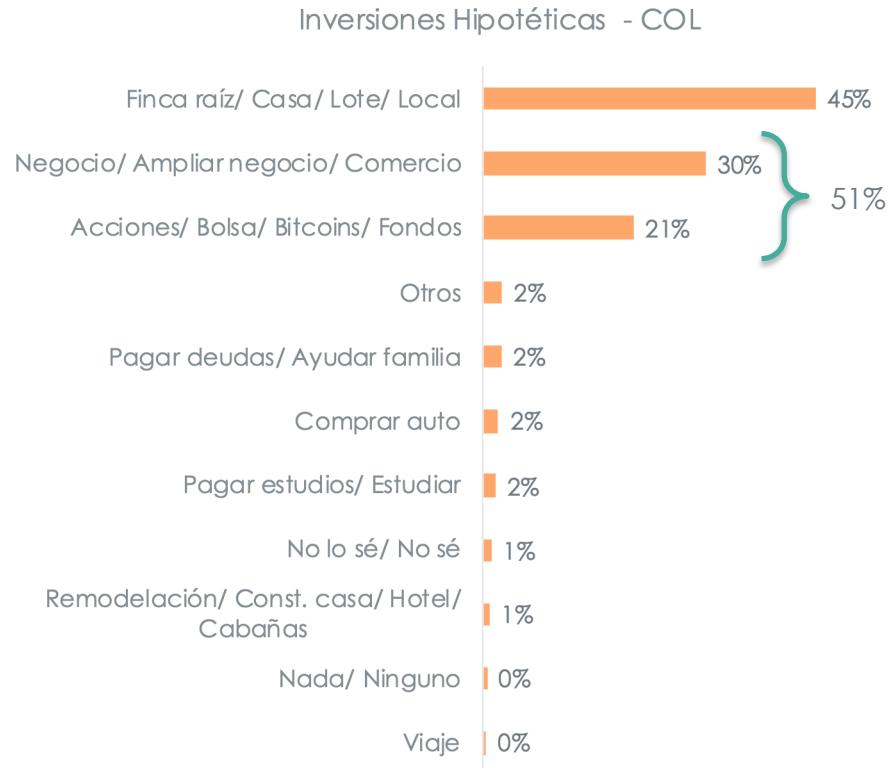
# Estudio Conocimiento





## La finca raíz es lo que más les atrae a los colombianos para invertir.

- La forma de inversión que más les interesa a los colombianos es la **finca raíz** (45%). Esto puede deberse a que efectivamente sea un buen negocio o a un desconocimiento de otras formas de inversión.
- Un 51% de los encuestados consideraría poner a trabajar ese dinero.
- Las mujeres son las que, ligeramente, se inclinan más por tener **finca raíz** (M: 48% vs. H: 43%).
- Los hombres se inclinarían más por alternativas financieras (H: 24% vs. M: 17%).
- Las personas más jóvenes se inclinarían por **negocios** (18 a 24 años: 38% vs. 29%, 31% y 26%) e **inversiones financieras** (18 a 24 años: 27% vs. 19%, 16% y 21%).

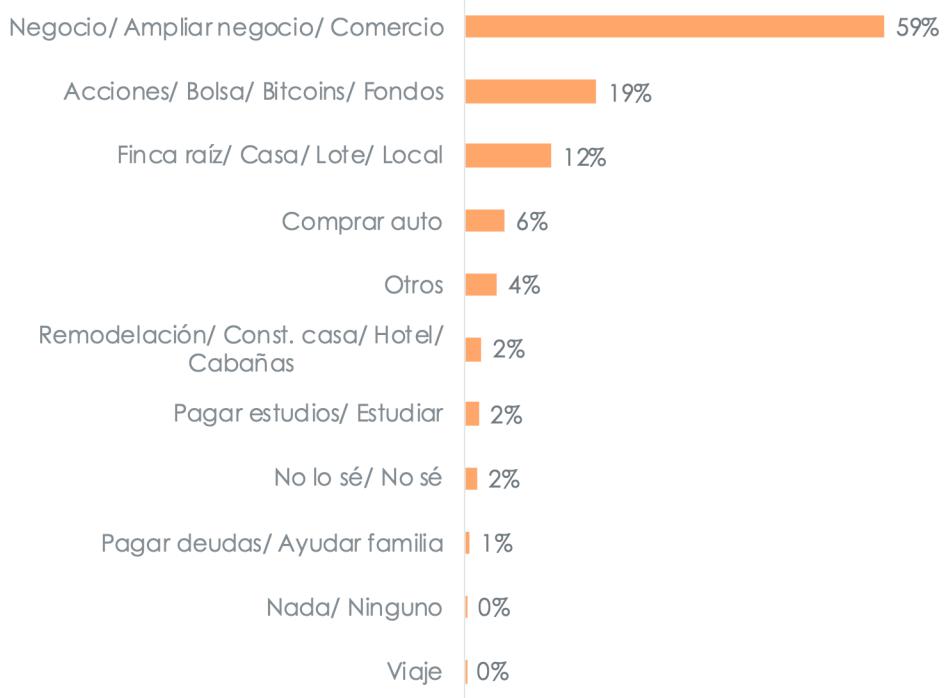




## Los peruanos ven los negocios y los emprendimientos como un buen destino para invertir un dinero extra.

- Ni los **productos financieros de inversión** ni la **finca raíz** compiten con la posibilidad de poner a producir el dinero en un **negocio**.
- Los hombres serían los que en mayor proporción se inclinarían a invertir en **alternativas financieras** (H: 22% vs. M: 15%).
- Los menores de 35 años son a los que más les llama la atención las **opciones financieras** (18 a 24 años: 25% y 25 a 34: 23% vs. 11% y 15%), así como a los NSE altos (A1: 41%, A2: 34%, B1: 27% y B2: 23% vs. C1: 14%, C2: 20%, D: 20% y E: 13%)

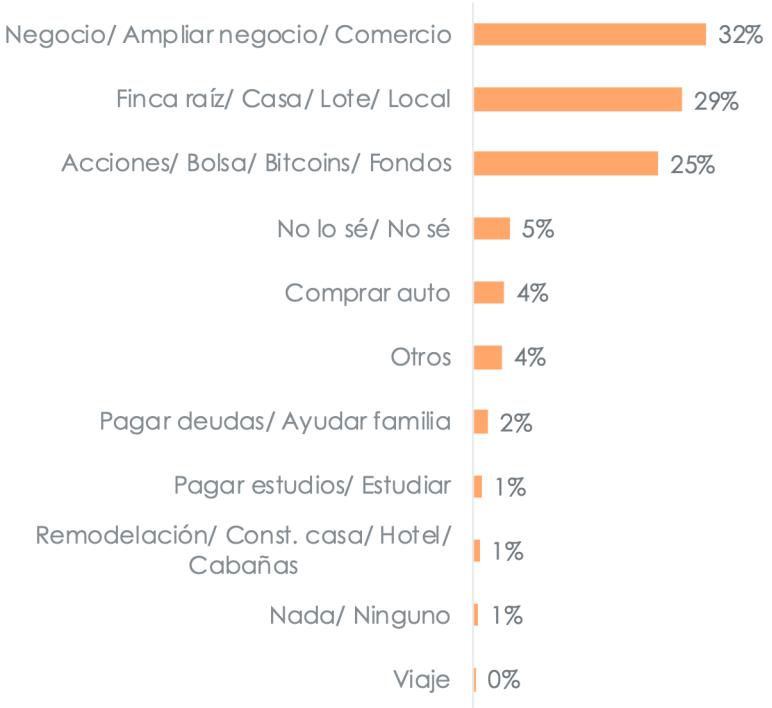
### Inversiones Hipotéticas - PER



## Los chilenos tienen 3 opciones para invertir un dinero extra.

- Si bien invertir en **negocios** es la opción más mencionada, le siguen de cerca la **finca raíz** y las **alternativas financieras**.
- En este caso, las mujeres se inclinarían en mayor medida por la **finca raíz** (M: 34% vs. H: 23%) y los hombres por las **opciones financieras** (H: 33% vs. M: 18%).
- Los NSE más bajos son a los que más les llama la atención la idea de montar un **negocio** (AB: 9%, C1a: 27%, C1b: 18%, C2: 24% y C3: 29% vs. D: 35% y E: 43%).

### Inversiones Hipotéticas - CHI

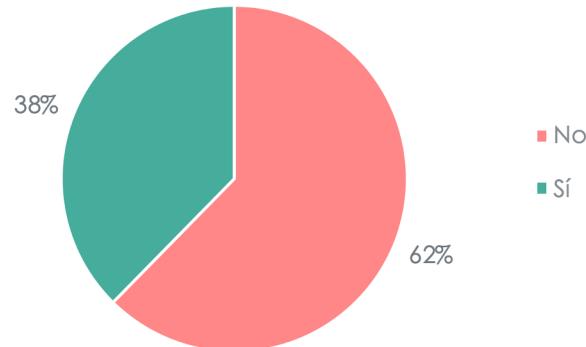




## La mayoría no se sienten cómodos con sus conocimientos financieros.

Nivel de Conocimiento Percibido -

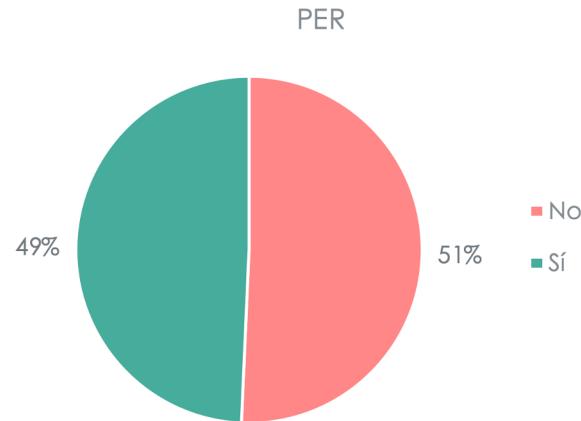
COL



- Un 38% de los participantes afirma sentirse bien informados acerca de cómo invertir su dinero.
- Sin embargo, esta proporción parece muy alta si se compara con el 23% que está en el **“modo inversionista”** de la pregunta 3.
- Los hombres son los que se sienten más confiados con sus conocimientos para invertir su dinero (H: 46% vs. M: 30%).

## La mitad de los peruanos no se sienten bien informados para invertir su dinero.

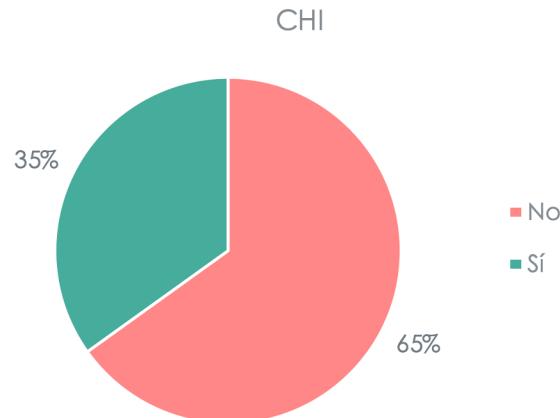
Nivel de Conocimiento Percibido -



- Un 49% de los participantes afirma que se siente bien informado acerca del tema.
- Los que afirman estar bien informados son en su mayoría hombres (H: 52% vs. M: 47% ) y personas mayores de 25 años (18 a 24 años: 32% vs. Mayores: 44%, 69 y 46%).
- Este porcentaje de los que afirman sentirse bien informados parece alto si se compara con el 20% que está en el **“modo inversionista”** de la pregunta 3.

## 2/3 de los chilenos no se sienten bien informados acerca de cómo invertir su dinero.

Nivel de Conocimiento Percibido -



- 35% de los chilenos siente que cuenta con la información suficiente para invertir su dinero.
- Los hombres son los que en mayor proporción afirman estar tranquilos con su nivel de conocimiento (H: 41% vs. M: 29%).
- Los más jóvenes son los que se consideran con menos información sobre inversiones (R/No - 18 a 24 años: 69%, 25 a 34: 69% vs. Mayores: 65% y 60%).

«Parece, pues, que al menos soy más sabio que él en esta misma  
pequeñez, en que lo que no sé tampoco creo saberlo.»

## Conclusiones:

Sócrates en los Diálogos de Platón.

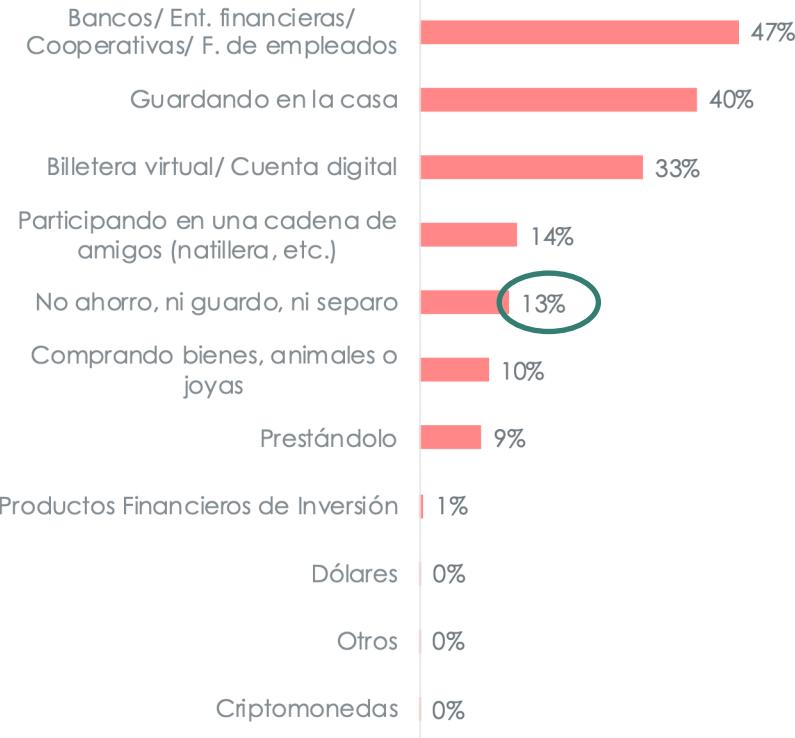
- En Colombia y Perú hay un tema puntual que llama más la atención como posible alternativa de inversión.
  - Para Colombia, la **finca raíz** es la alternativa de mayor interés, incluso, cuando se propone un monto que no es suficiente para adquirir toda una propiedad (USD \$10,000). Algunos interrogantes que esto nos deja para reflexionar son: ¿Está sobrevalorada? o ¿De verdad es un buen negocio para los colombianos?
  - Mientras tanto, los peruanos se inclinan fuertemente por **emprender e invertir en el sector productivo**. Dejándonos también con algunos interrogantes como: ¿Esta inclinación es por falta de familiaridad con el sector financiero? ¿Hay alguna tradición al respecto? ¿Qué sectores son los más comunes como destinos de inversión? ¿Son negocios formales o informales?
- De los 3 países, **los peruanos son los que mejor se sienten con su nivel de conocimientos** acerca de cómo invertir su dinero.
- En todos los países, en general los hombres y personas mayores de 35 años, son los que se sienten mejor informados para invertir.
- Si se compara la proporción de personas que describe en “**modo inversionista**” de la pregunta 3 de cada país, pareciera que se sobrevalora el nivel de conocimiento propio al respecto. Más adelante veremos si esto coincide con el conocimiento real acerca de algunos productos del mercado financiero.

# Estudio Ahorro





## Método de Ahorro - COL



**Para los colombianos, las entidades financieras y cooperativas son las más populares para ahorrar (47%).**

- Esto es coherente con el impulso que tuvo la bancarización y la digitalización durante la pandemia.
- Sin embargo, un 40% prefiere tener su dinero o una parte de este por fuera del sistema financiero.
- Las **billeteras virtuales** y las **cuentas digitales** ya tienen un 33% de penetración como vehículo de ahorro, y se espera que este dato siga creciendo de acuerdo a las tendencias de la última década.
- **Métodos sociales de ahorro** (cadenas de amigos, natilleras, etc.) son más comunes en Colombia que en los otros dos países.



**En Colombia, las personas mayores de 35 años son las que más indicaron que no están ahorrando (35 a 44 años: 14% y 45 a 60: 22%).**

Razones Para No Ahorrar - COL



- Mientras que los que menos respondieron “**no ahorro**” fueron los adultos jóvenes (25 a 34 años: 7%). Lo que podría significar que son los que más están ahorrando.
- “**El dinero no alcanza**” es la principal razón para no ahorrar (54%). Esto puede ser indicio de un bajo nivel de conocimiento sobre finanzas personales.
- “**Pagar deudas**” se considera incompatible con ahorrar para un 24% de los que no ahorran, lo cual puede indicar que no hay una estrategia clara para gestionar las deudas.

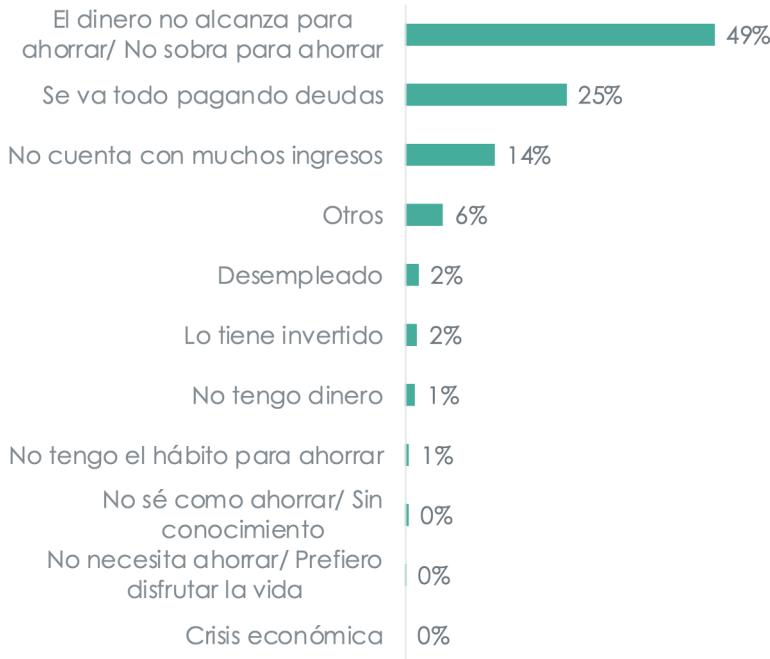
## Ahorro



**Para los peruanos, las entidades financieras y cooperativas son las más populares para ahorrar (49%).**

- Para un 25% las **billeteras virtuales y cuentas digitales** se han convertido en una opción para guardar sus ahorros, siendo las personas menores de 35 años las que más la usan (18 a 24 años: 47% y 25 a 34: 28% vs. Mayores: 13% y 16%).
- Un 20% de los encuestados prefiere tener **el dinero en sus casas y no en el sistema financiero**, esto es un comportamiento más común en mujeres que en hombres ( M: 25% vs. H: 15%).

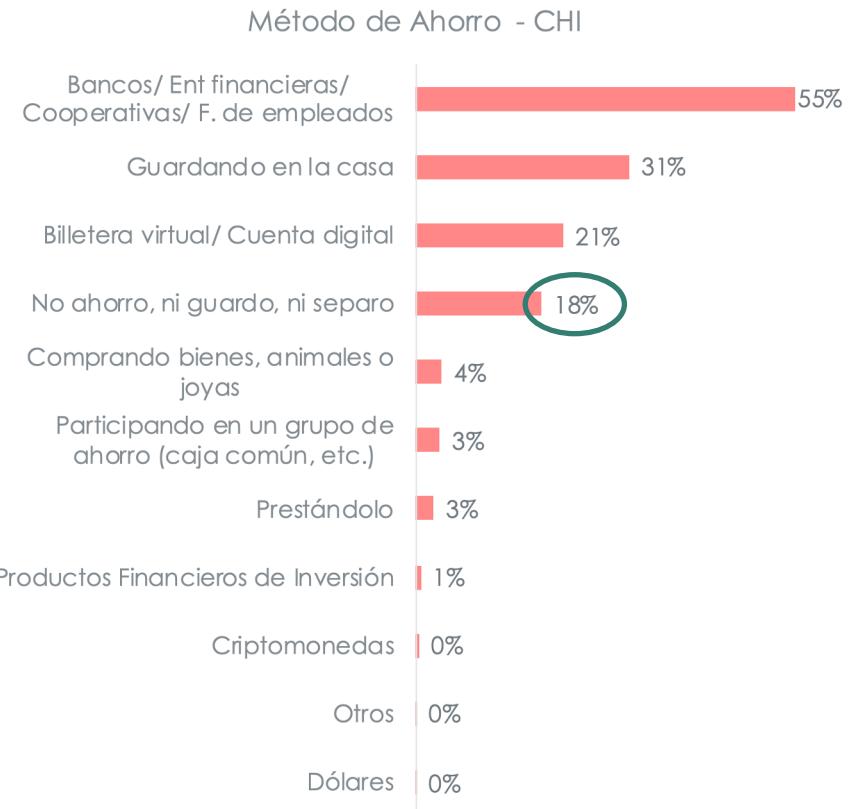
## Razones Para No Ahorrar - PER



## Ahorrar no se ve como una prioridad para un 10% de los peruanos.

- “**El dinero no alcanza**” es la razón más mencionada para no ahorrar (49%). Esta opinión corresponde en mayor proporción a mujeres (M: 61% vs. H: 43%).
- En general, las respuestas en el listado hacen referencia a que las personas que no ahorran no cuentan con el flujo de dinero suficiente para hacerlo.

## Ahorro



**Para los chilenos, las entidades financieras y cooperativas son las más populares para ahorrar (55%).**

- Este dato es coherente con la óptima gestión de bancarización por parte de Chile, según se evidencia en varios estudios al respecto.
- Sin embargo, un 31% de los **chilenos aún mantiene sus ahorros o parte de ellos fuera del sistema financiero**. Esto es más común en las mujeres (M: 37% vs. H: 25%).
- Para un 21% las **billeteras virtuales y cuentas digitales** se han convertido en un vehículo para ahorrar y se espera que esta cifra crezca de acuerdo a las tendencias de los últimos años



**Para los chilenos, la principal razón para no ahorrar es que el dinero no alcanza.**

- “**El dinero no les alcanza para ahorrar**” fue más mencionada en Chile (65%) que en Colombia y Perú (54% y 49% respectivamente).
- En general, las respuestas en el listado hacen referencia a que las personas que no ahorran no cuentan con el flujo de dinero suficiente.

## Conclusiones:

- De los tres países, Chile es el que reporta un mayor ahorro en **entidades financieras**. Esto se debe a que han tenido un proceso de bancarización más fuerte históricamente.
- Menos de **1/5 de los participantes de cada país respondieron que actualmente no ahorran**. Perú es el país en el que menos personas respondieron que no guardaban dinero de ninguna forma (10%), mientras que en Chile es donde más se afirma que no están ahorrando (18%).
- La razón más mencionada en los tres países para no ahorrar es que **no les alcanza el dinero** para hacerlo. Esto limita sus posibilidades de inversión en un futuro.
- La penetración de las **billeteras virtuales y cuentas digitales** en los tres países es evidencia de la evolución del **sector fintech** en los últimos años, especialmente, de su aceleración durante la pandemia.

# Estudio Inversión





## La mitad de los colombianos no tiene ningún tipo de inversión (50%).

- Este fenómeno se observa más en las mujeres (R/ninguno: M: 53% vs. H: 46%) y en NSE bajos (R/ninguno: Est. 1: 48%, Est. 2: 60% y Est. 3: 52% vs. Est. 4: 37%, Est. 5: 28% y Est. 6: 30%).
- Para las personas que ya cuentan con un producto financiero, invertir en **alternativas del mismo sistema financiero** es la opción más común (17%).
- Conforme a las opciones de inversión propuestas en la pregunta, la **finca raíz** es la segunda alternativa más frecuente.

### Alternativas que generan alguna renta - COL

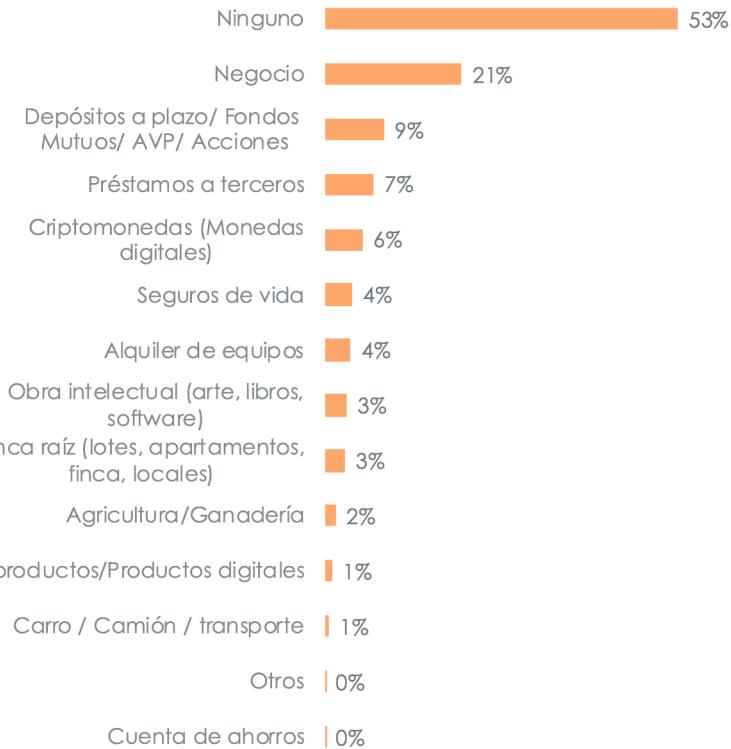




## 53% de los peruanos no tiene ninguna inversión actualmente.

- Son más las mujeres las que mencionan no tener ninguna inversión actualmente (M: 58% y H: 48%).
- La alternativa de inversión más mencionada es en **negocio**, lo cual coincide con las inversiones hipotéticas que se veían en la pregunta 4.
- **Las inversiones en opciones del sector financiero** solo cuentan con un 9% de penetración entre los peruanos.

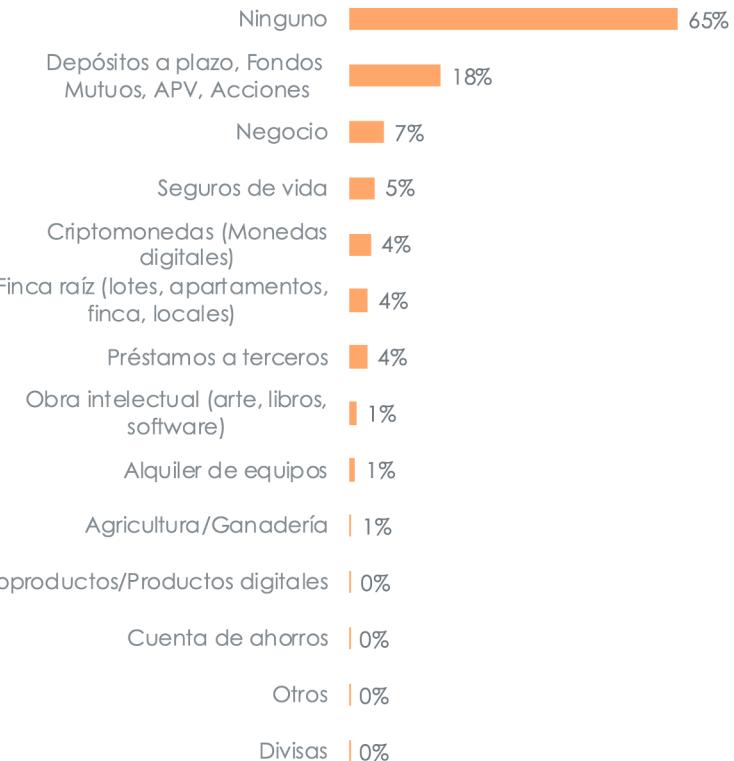
Alternativas que generan alguna renta - PER



## 2/3 de los chilenos no tiene ninguna inversión actualmente.

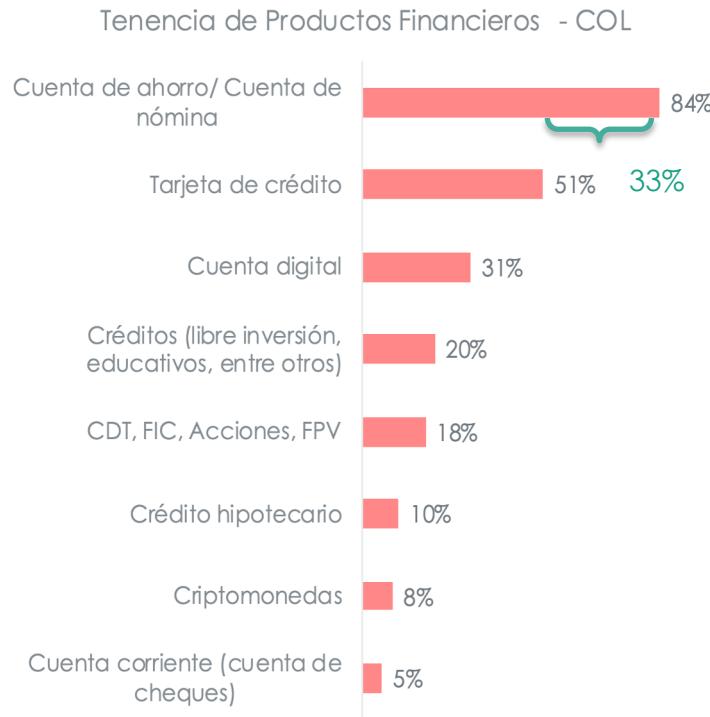
- Son más las mujeres las que mencionan no tener ninguna inversión actualmente (R/ninguno: M: 68% vs. H: 62%).
- El NSE más bajo también es donde más respondieron no tener ningún tipo de inversión (R/ninguno: AB: 63%, C1a: 42%, C1b: 39%, C2: 25%, C3: 22%, D: 14%, E: 1%).
- Conforme a una mayor cultura de bancarización, las **alternativas de inversión dentro del sistema financiero** son las más mencionadas (18%).
- Los más jóvenes son los que menos tienen **inversiones dentro del sistema financiero** (18 a 24 años: 9% vs. Mayores: 17%, 20% y 22%).

Alternativas que generan alguna renta - CHI





## La cuenta de ahorros y la tarjeta de crédito son los productos financieros más comunes.



- Por lo general, la tenencia de una **cuenta de ahorros (C/A)** es el primer paso en el proceso de incluir personas al mundo financiero (aunque con el avance de las cuenta digitales está cambiando). Por otro lado, hay una gran diferencia en penetración entre las **C/A** y las **tarjeta de crédito (TC)** (33%).
- Las **cuentas digitales** vienen ganando terreno en la inclusión financiera (31%).
- Un 18% de los encuestados afirman tener algún tipo de **producto financiero de inversión**.
- Las **cuentas digitales** (H: 36% vs. M: 25%), los **créditos** (H: 23% vs. M: 18%), las **criptomonedas** (H: 11% vs. M: 5%) y las **cuentas corrientes** (H: 7% vs. M: 4%) tienen una mayor acogida por los hombres.
- Las **TC** tienen menos apropiación entre jóvenes (18 a 24 años: 43% vs. Mayores: 54%, 52% y 53%). Pasa lo contrario con las **cuentas digitales** (18 a 24 años: 44% vs. Mayores: 35%, 32% y 16%).
- En general, los estratos 1 y 2 están menos incluidos en el sistema financiero, lo cual es más evidente en las **TC** (Est.1: 39% y 2: 45% vs. Est. 3: 51%, 4: 63%, 5: 73% y 6: 75%) y en los **productos de inversión** (Est. 1: 10% y 2: 10% vs. Est. 3: 18%, 4: 33%, 5: 35% y 6: 36%).



## Tenencia de Productos Financieros - COL

CDT, FIC, Acciones, FPV 100%

Cuenta de ahorro, de nómina 85%

Tarjeta de crédito 63%

Cuenta digital 38%

Créditos (libre inversión, educativos, entre otros) 24%

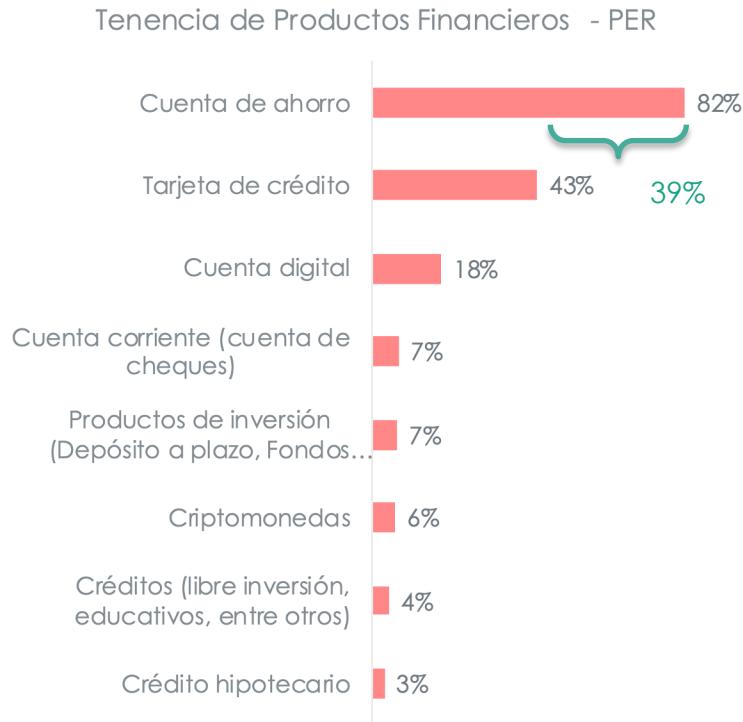
Criptomonedas 14%

Crédito hipotecario 14%

Cuenta corriente (cuenta de cheques) 11%

**La cuenta de ahorros es el producto que más convive con las inversiones del sistema financiero.**

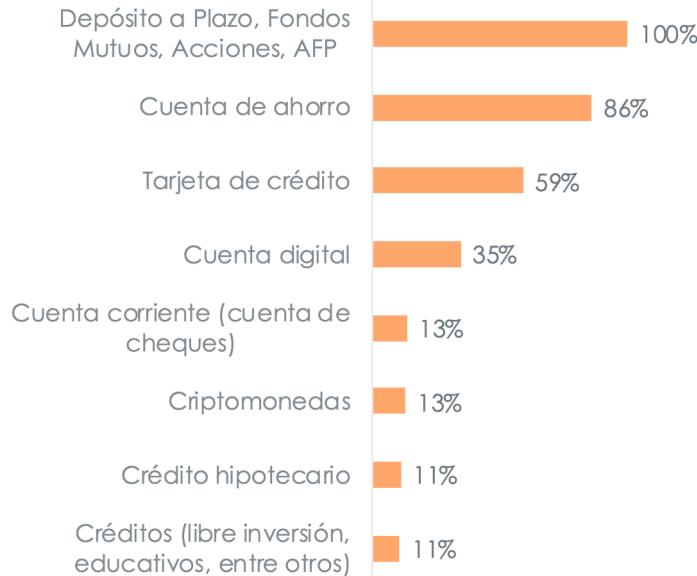
- Si analizamos esta pregunta solo para las personas que respondieron que actualmente tienen algún producto de inversión del sistema financiero, se observa que la **cuenta de ahorros** es el producto que más coexiste con los productos de inversión.
- Después sigue la **tarjeta de crédito** y en tercer lugar están las **cuentas digitales**.
- 1/4 parte tienen **créditos de libre inversión o educativos**.



## La mayoría de los peruanos tiene cuenta de ahorros (82%).

- Las **cuentas de ahorros** son los productos financieros más comunes. Sin embargo, hay una gran oportunidad para las **tarjetas de crédito (TC)** (39%) y demás productos financieros.
- La tenencia de **TC** fue más mencionada por las mujeres (M: 46% vs. H: 41%).
- Las personas menores de 35 años se observan más afines a tener **cuentas digitales** (18 a 24 años: 23% y 24% vs. Mayores: 12% y 11%) que productos tradicionales.
- Si bien, los NSE más bajos están, por lo general, más excluidos del sistema, la diferencia es especialmente notoria en la tenencia de **TC** (A2: 76%, B1: 67%, B2: 62%, C1: 45% vs. C2: 35%, D: 49% y E: 35%) y de **productos de inversión** (A1: 42%, A2: 33% y B1: 20% vs. B2: 14%, C1: 7%, C2: 5%, D: 1%, E: 0%).

## Tenencia de Productos Financieros - PER

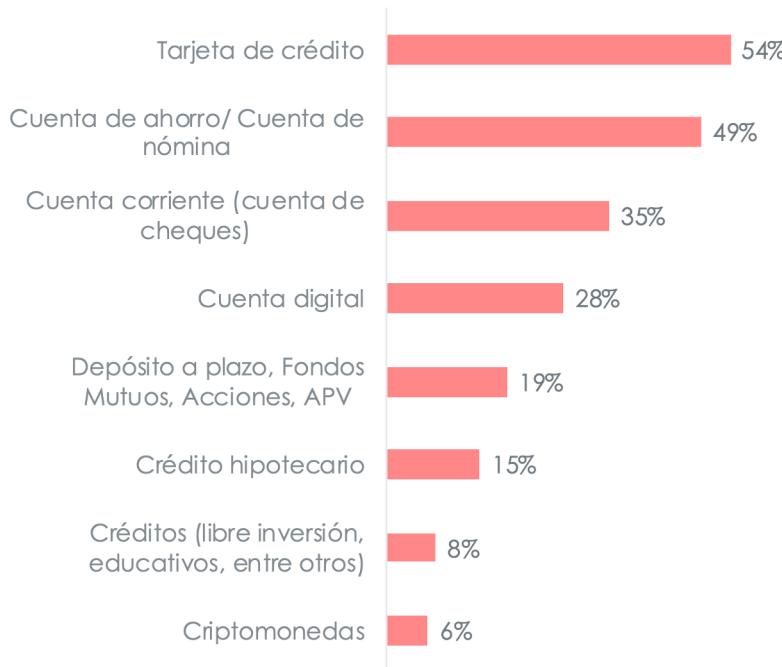


**La cuenta de ahorros es el producto que más convive con las inversiones del sistema financiero.**

- Si analizamos esta pregunta solo para las personas que respondieron que actualmente tienen algún producto de inversión del sistema financiero, se observa que la **cuenta de ahorros** es el producto que más coexiste con los productos de inversión.
- Al igual que en Colombia, le siguen las **tarjetas de crédito y las cuentas digitales**.
- Los **créditos**, tanto **hipotecarios como de libre inversión**, son los que menos comparten usuarios con inversiones financieras.

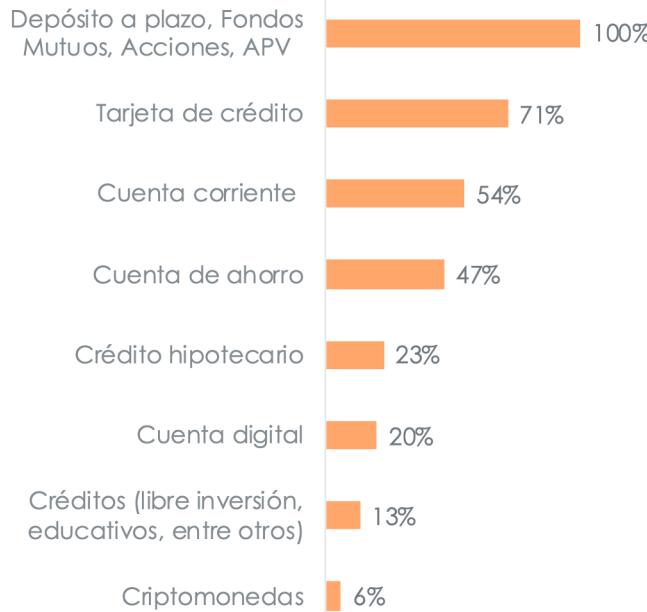
## Chile es el mercado más maduro en tenencia de productos financieros.

Tenencia de Productos Financieros - CHI



- Es más probable que las personas que ya están en el sistema financiero tengan más de un producto en Chile que en los otros países.
- En Chile, la **cuenta corriente** tiene una penetración más importante que en Colombia y en Perú.
- Los productos financieros, en general, tienen una mayor penetración en el grupo de hombres que de mujeres, excepto para la **cuenta de ahorros (C/A)** (M: 55% vs. H: 44%).
- Las **C/A** (18 a 24 años: 58% vs. Mayores: 56%, 46% y 43%) y las **cuentas digitales** (18 a 24 años: 56% vs. Mayores: 23%, 21% y 22%) están más presentes entre los jóvenes.
- Los productos como los **créditos hipotecarios** (18 a 24 años: 1% vs. Mayores: 10%, 19% y 23%) y los **productos de inversión** (18 a 24 años: 6% vs. Mayores: 16%, 22% y 26%) son más fuertes entre personas mayores.
- El NSE E, y en menor medida el D, son los que menos productos financieros tienen.

## Tenencia de Productos Financieros - CHI



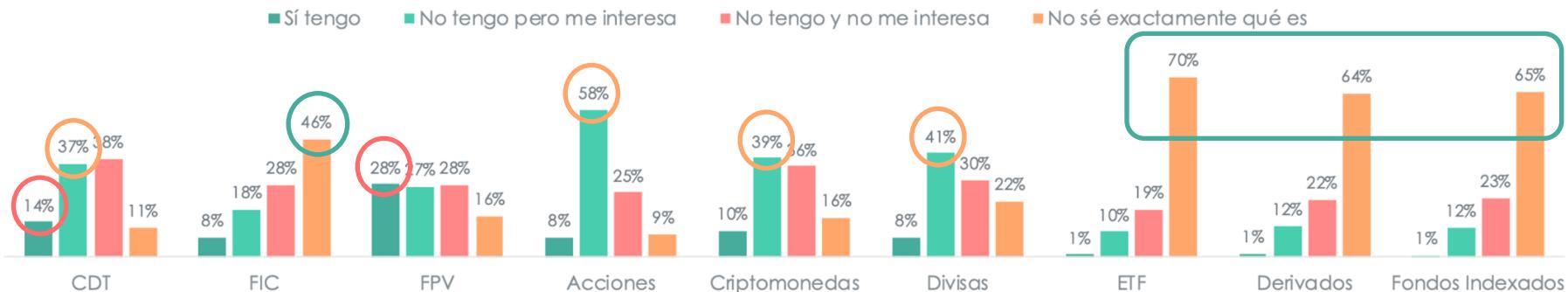
**La tarjeta de crédito es el producto que más convive con las inversiones del sistema financiero.**

- El caso de Chile es particular. Si analizamos esta pregunta solo para las personas que respondieron que tenían actualmente algún producto financiero de inversión, se observa que los productos que más coexisten con estos son las **tarjetas de crédito y las cuentas corrientes**.
- Solo la mitad de las personas que tiene actualmente algún producto financiero de inversión también tiene **cuenta de ahorros**.
- Solo una pequeña porción tienen **créditos** diferentes a las **tarjetas de crédito (R/crédito hipotecario: 23% y otros créditos: 13%)**.



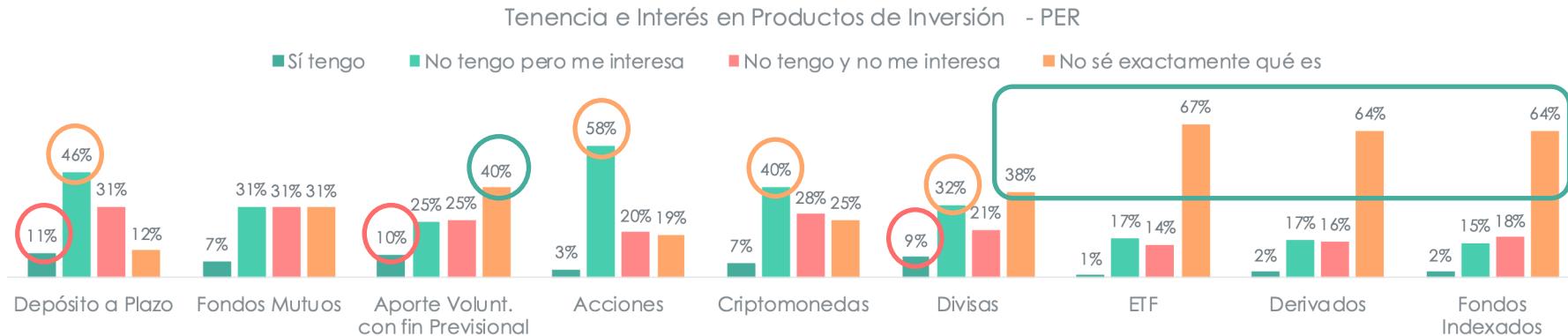
## En Colombia hay un interés evidente por adquirir diferentes productos de inversión.

Tenencia e Interés en Productos de Inversión - COL



- Cuando se pregunta específicamente por productos de inversión se observa que la tenencia real baja considerablemente, los **fondos de pensiones voluntarias** son los más comunes seguidos por los **CDTs**.
- Las **acciones, divisas, criptomonedas** y **CDTs** generan más interés en este público. Una característica común de estas opciones es que actualmente se pueden acceder a ellas a través de apps y plataformas.
- Los productos más sofisticados están aún muy lejos del ciudadano común: **ETFs, derivados y fondos indexados**.

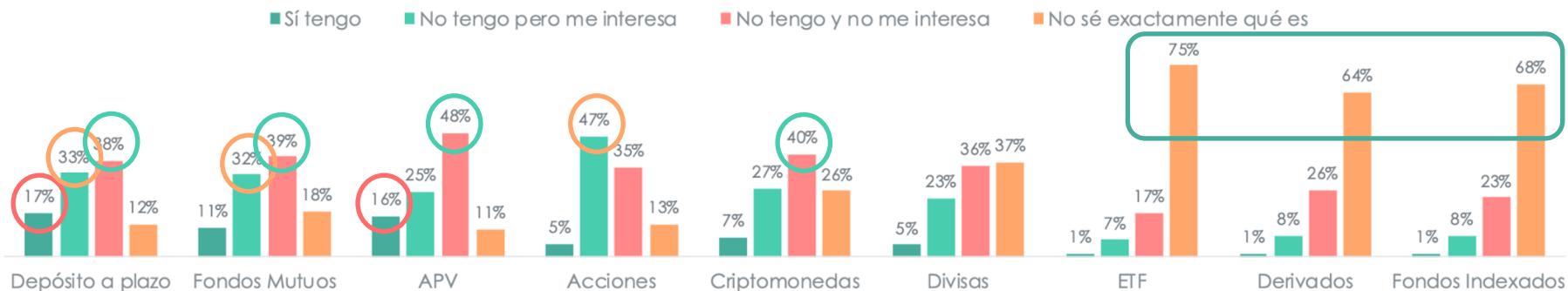
**En Perú hay un interés evidente por adquirir diferentes productos de inversión, mientras que también se reporta una falta de conocimiento con varios de estos.**



- En cuanto a tenencia, los **aportes voluntarios con fin previsional** y los **depósitos a plazo** son los productos de inversión más comunes.
- Acciones y depósitos a plazo** son los que generan mayor interés, seguido por **criptomonedas**.
- Hay una gran cantidad de productos de inversión desconocidos para más de la mitad de los peruanos, por lo tanto, hay que hacer un esfuerzo importante en educación financiera.

## En Chile los productos que generan mayor interés son los más tradicionales.

Tenencia e Interés en Productos de Inversión - CHI

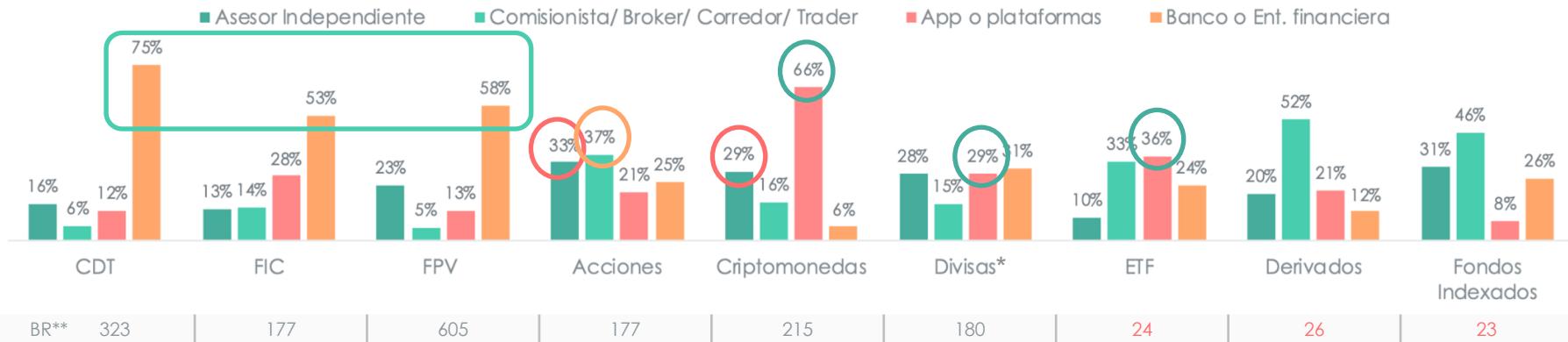


- El **depósito a plazo y ahorro previsional voluntario** son los productos con mayor penetración.
- Hay un interés por invertir en **acciones, fondos mutuos y depósitos a plazo**; todas opciones tradicionales. Pero a las que ya se pueden acceder a través de apps y plataformas.
- Los productos más sofisticados son aún desconocidos por buena parte de los chilenos (**ETFs, derivados, fondos indexados**).
- La opción “**No tengo y No me interesa**” fue más mencionada que en Colombia y en Perú, lo cual denota una falta de interés por adquirir productos de inversión.



## Adquirir productos de inversión a través de canales tradicionales sigue siendo la opción más común para los inversionistas.

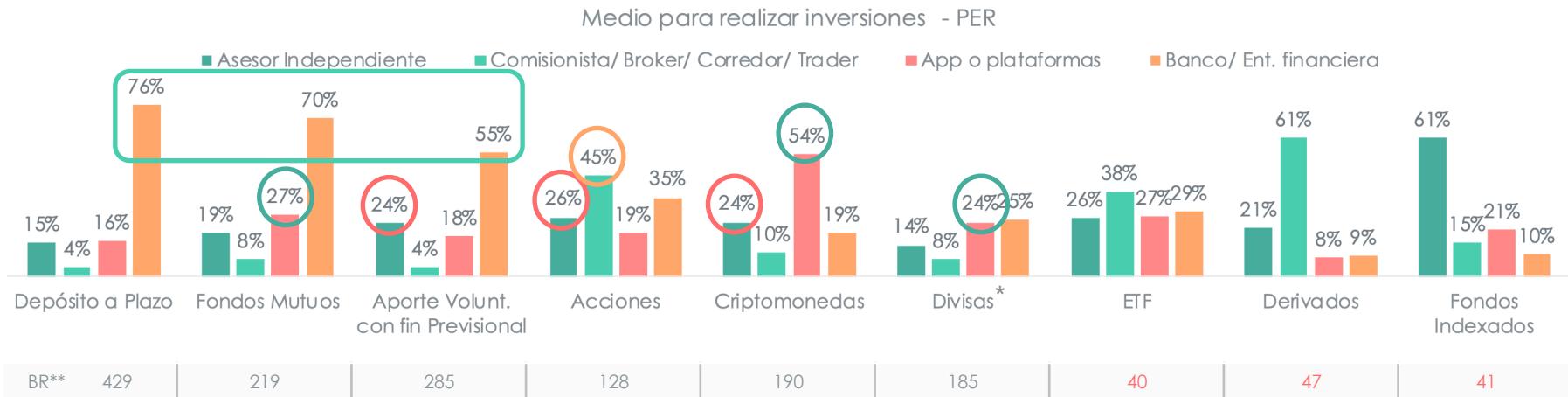
Medio para realizar inversiones - COL



- Para los **CDTs, FICs y FPVs** el canal más utilizado es el **banco o la entidad financiera tradicional**.
- Las **comisionistas** son relevantes para el mercado bursátil.
- Acudir a **apps y plataformas** de forma autónoma ocurre en mayor proporción en alternativas de inversión menos tradicionales como las **criptomonedas, divisas y ETFs**.

\*Para el caso de **divisas**, un 13% menciona que las hace a través de casas de cambio, conocidos, revendedores o amigos.

**En Perú, acuden con más frecuencia a bancos y entidades financieras para invertir en depósitos a plazo, fondos mutuos y para sus aportes voluntarios con fin previsional.**

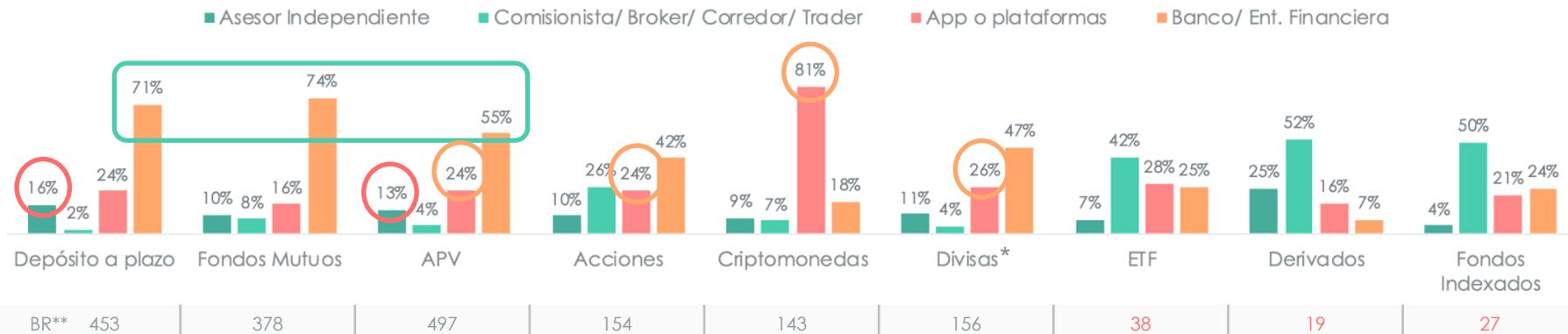


- Las **comisionistas o brokers** son más buscados cuando se invierte en **acciones, ETFs y derivados**.
- Para **criptomonedas, fondos mutuos y divisas** cobra mayor importancia el uso de **apps o plataformas**.

\*Para el caso de **divisas**, un 38% menciona que las hace a través de negocios, socios o casas de cambio.

## Los bancos y entidades financieras siguen siendo el medio de preferencia para los chilenos.

Medio para realizar inversiones - CHI



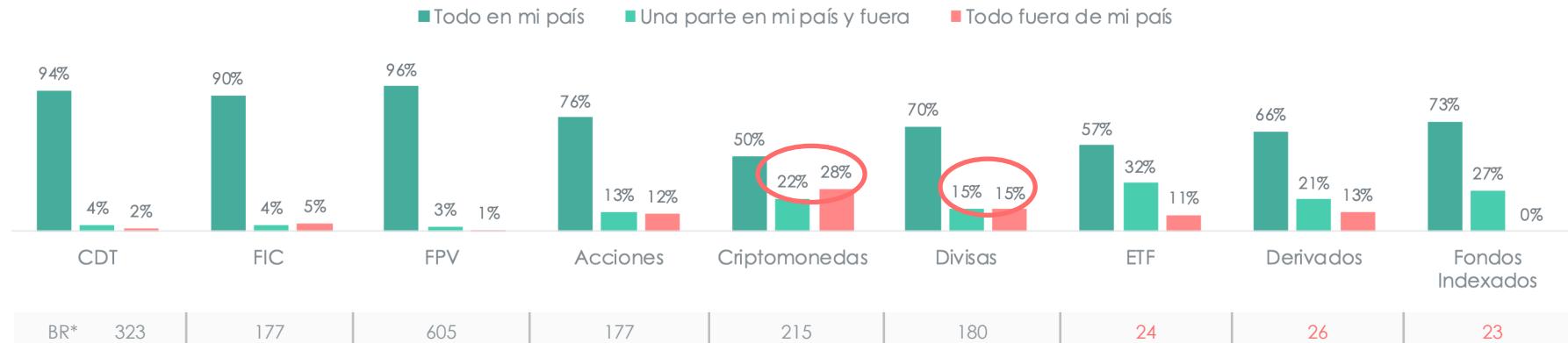
- Cuando se invierte en **depósitos a plazo, fondos mutuos** y en **APVs** la mayoría acude al canal tradicional ya sean **bancos y entidades financieras**.
- Las **comisionistas** son populares para invertir en acciones y alternativas más sofisticadas como **ETFs, derivados y fondos indexados**.
- Las **apps y plataformas** están ganando terreno en las alternativas de inversión mencionadas.

\*Para el caso de **divisas**, un 13% menciona que hace el cambio personalmente en casas de cambio u otros comercios.



## En Colombia predomina la inversión en alternativas locales antes que las extranjeras.

Inversión Local o Internacional - COL



- Las **criptomonedas, divisas y acciones** son las alternativas que presentan mayor inversión fuera del país.
- En el caso de las **criptomonedas, las apps o plataformas** de compra y venta de este activo son extranjeras. Por lo tanto, cuando se indica que se tienen dentro del país, debe ser porque lo hacen a través de un intermediario.

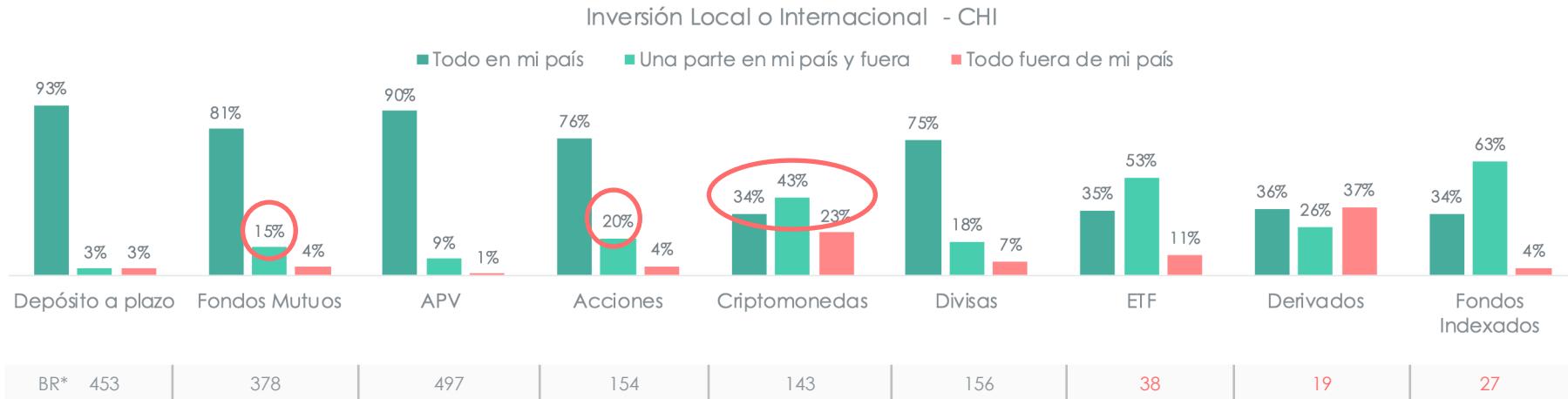


## Los inversionistas peruanos mantienen, en su gran mayoría, sus inversiones dentro del país.



- En cuanto a las **criptomonedas, acciones y divisas** se observa un comportamiento mixto, es decir, se tienen inversiones tanto dentro como fuera del país.
- En el caso de las **criptomonedas, las apps o plataformas** de compra y venta de este activo son extranjeras. Por lo tanto, cuando se indica que se tienen dentro del país, debe ser porque lo hacen a través de un intermediario.

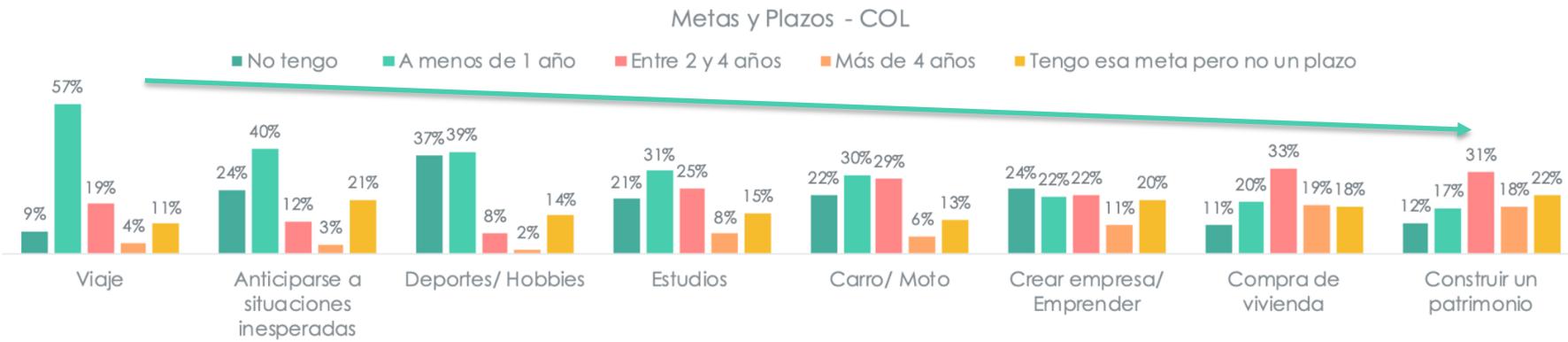
## En Chile predomina la inversión en alternativas locales antes que las extranjeras.



- En Chile se observa una mayor diversificación entre tener inversiones dentro del país y en el extranjero.
- En el caso de las **criptomonedas**, las **apps o plataformas** de compra y venta de este activo son extranjeras. Por lo tanto, cuando se indica que se tienen dentro del país, debe ser porque lo hacen a través de un intermediario.

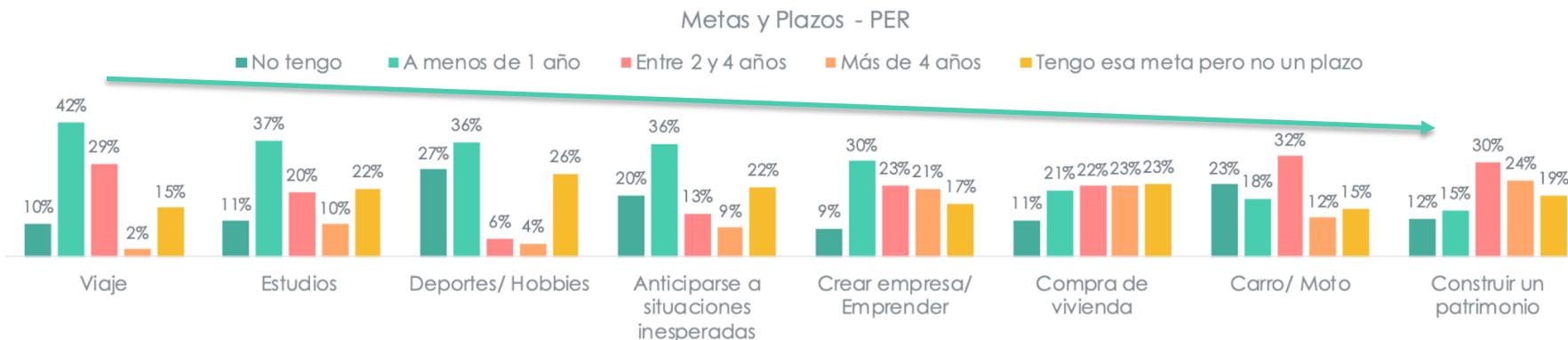


## Construir un patrimonio y comprar vivienda son metas contempladas para el mediano y largo plazo.



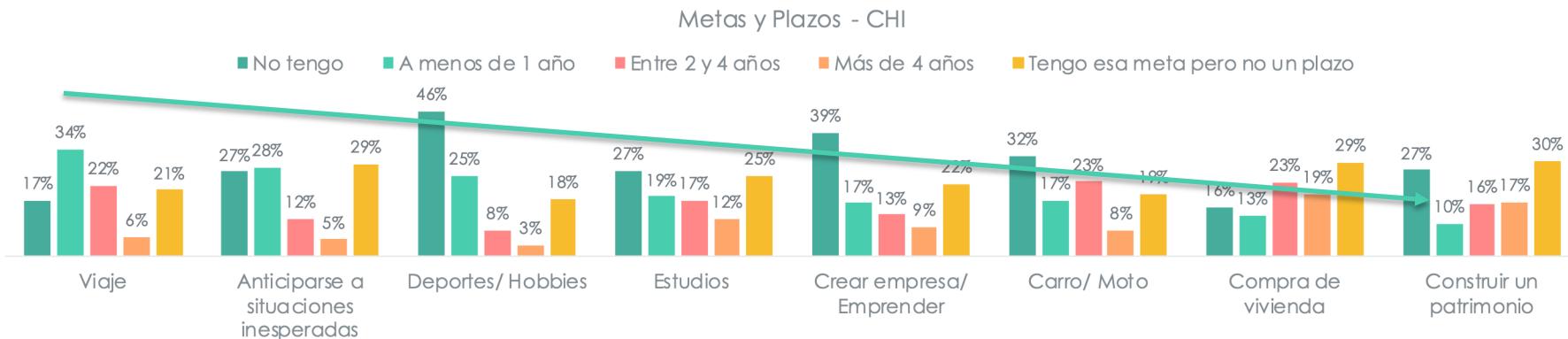
- **Viajar** es la principal meta de inversión que planean los colombianos para el corto plazo, es decir, a menos de 1 año. Le sigue la meta de “**anticiparse**”, esto puede indicar que perciben algo de incertidumbre.
- **Estudiar y comprar un vehículo** son metas que se planifican para el mediano plazo, es decir, entre 2 y 4 años.
- Para el largo plazo aparecen metas que están relacionadas con acumular activos.

## Construir un patrimonio y comprar inmueble están entre las prioridades a mediano y largo plazo de los peruanos.



- Para los peruanos, la meta **viaje** también es la principal a corto plazo. Le siguen **educación** (37%), **deportes y hobbies** (36%) y **anticiparse a imprevistos** (36%), que también son objetivos que quieren consolidar en menos de 1 año.
- En Perú, **crear empresa** aparece antes de **adquirir vehículo** en el corto plazo, esto es coherente con respuestas anteriores de la pregunta 4 y 7. La meta de **adquirir vehículo** es la prioridad en el mediano plazo.

## Construir un patrimonio y comprar vivienda son metas que la mayoría de los chilenos contempla, pero no definen un plazo específico.



- Al igual que en Colombia y Perú, invertir en **viajes** es su prioridad en el corto plazo. La segunda meta más mencionada en este plazo es **anticiparse para contingencias**.
- De los tres países, los chilenos son los que menos piensan en **deportes y hobbies** (46%) como meta de inversión. Le siguen **crear empresa** (39%) y **adquirir vehículo** (32%).



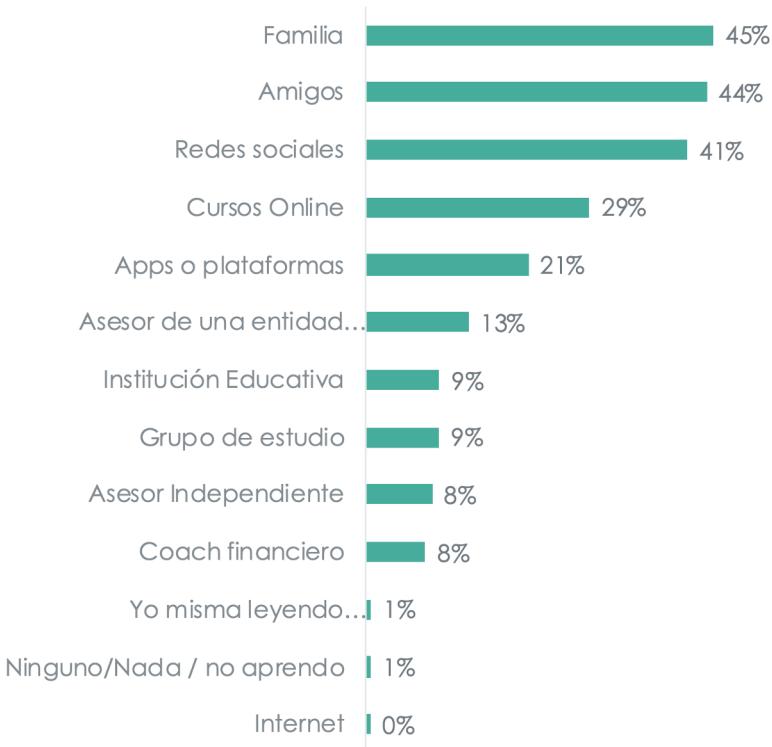
Fuentes de Información sobre Finanzas Personales e Inversiones - COL



**El círculo social cercano es la principal fuente de conocimiento.**

- Las mujeres, en particular, son las que más afirman aprender de la **familia** (M: 51% vs. H: 43%)
- Las tres principales fuentes de información no son necesariamente proveedores de información certificada y profesional (**familia, amigos y redes sociales**).
- Casi una tercera parte de los encuestados ha buscado hacer algún tipo de **curso online** al respecto.
- Las **apps o plataformas**, que pueden o no ser de entidades financieras, aparecen en 5º lugar.
- Los hombres (30%) y las personas menores de 35 (18 a 24 años: 31% y 25 a 34: 35%) son los que más aprenden a través de **apps y plataformas**.

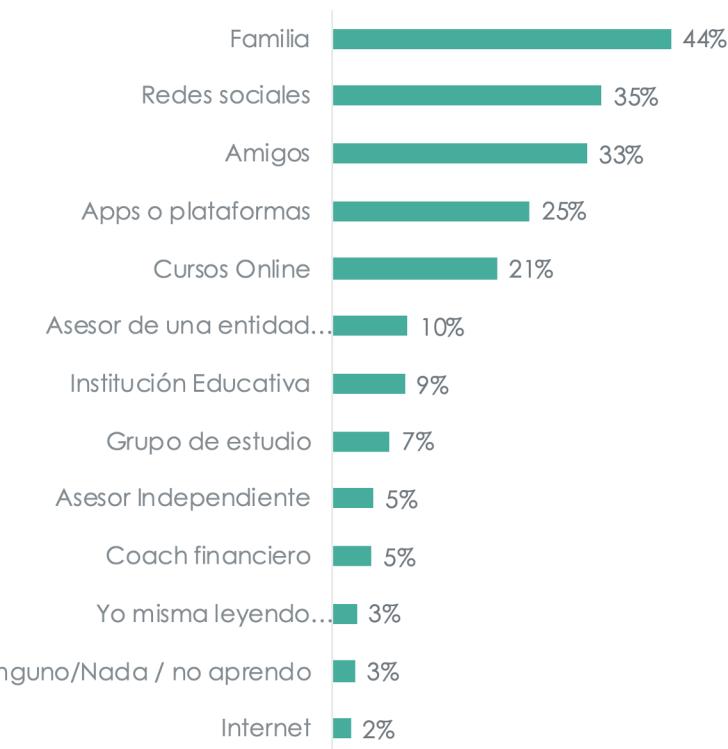
Fuentes de Información sobre Finanzas Personales e Inversiones - PER



**En Perú, las fuentes más comunes de información financiera son: el círculo cercano y las redes sociales.**

- Las tres principales fuentes de información no son necesariamente fuentes certificadas o profesionales (**familia, amigos y redes sociales**).
- Las mujeres son las que, en mayor medida, mencionan aprender de la **familia** acerca de inversiones y manejo del dinero (M: 51% vs. H: 38%).
- Los más jóvenes suelen acudir a **cursos online** (18 a 24 años: 34%, 25 a 34: 34% vs. Mayores: 23% y 22%) y a **apps o plataforma** (18 a 24 años: 30% vs. 20%, 18% y 18%).

## Fuentes de Información sobre Finanzas Personales e Inversiones - CHI



## Para los chilenos su medio principal de aprendizaje es la familia.

- Es interesante observar que las **redes sociales** están al mismo nivel que las **amistades** (35% y 33% respectivamente).
- Las mujeres son las que, en mayor medida, mencionan aprender de la **familia** acerca de inversiones y manejo del dinero (M: 53% vs. H: 34%).
- Las **redes sociales** (18 a 24 años: 44%), las **apps o plataformas** (18 a 24 años: 32%) y los **grupos de estudio** (18 a 24 años: 14%) son más comunes entre los jóvenes.

## Conclusiones:

- En cada uno de los países estudiados, **más de la mitad de los participantes declara no tener ningún tipo de inversión actualmente.**
- Los productos financieros de inversión aún no cuentan con un 20% de penetración, y para el caso peruano, ni siquiera llega al 10%.
- De los 3 países, Chile es el que está más familiarizados con los productos financieros y la banca tradicional, esto debido a la buena gestión de bancarización del país.
- Perú y Colombia tienen una oportunidad grande para hacer *cross-selling* entre los poseedores de **cuentas de ahorros, cuentas digitales y tarjetas de crédito**, lo cual se valida con el interés en obtener otras alternativas de inversión.
- Hay una labor de pedagogía importante por hacer acerca de nuevos productos, nuevos canales, e incluso, nuevos destinos para realizar las inversiones (inversiones en el extranjero). En este sentido, y a pesar de que han ganado importancia, las apps tienen un mercado grande para seguir creciendo.
- Hay una gran oportunidad de capitalizar el “**viajar**” como meta de inversión en los 3 países.

# *Key Findings* por país



## Colombia

- De los 3 países estudiados, Colombia **es el país con el Índice de Ánimo Inversionista más alto** y esto se explica, tanto por su optimismo y disposición frente a las inversiones, como por el conocimiento y la familiaridad con productos financieros y de inversión.
- A pesar de este buen puntaje, la mitad de las personas aún debe encontrar una **forma de acumular recursos** para poder invertir (pagar deudas, salir de crisis, aumentar ingresos).
- La **finca raíz** está muy bien posicionada en la mente de los colombianos y esto se confirma cuando se les pregunta por inversiones hipotéticas que harían, como también por inversiones actuales. Es necesario ofrecer productos que permitan articulación con el sector inmobiliario y/o también visibilizar que el sector financiero puede ser un sector refugio ante posibles riesgos de la **finca raíz**.
- La **bancarización avanza** a buen ritmo en Colombia y los productos del sector *fintech* han tenido buena acogida, especialmente después de la pandemia. Sin embargo, aún hay oportunidades importantes de mejora:
  - Lograr que las personas que ahorran por fuera del sistema financiero (**inmuebles, cadenas de amigos, etc.**) **prefieran guardarlo en entidades financieras, ya sea en cuentas tradicionales, en billeteras virtuales/digitales o aplicaciones.**
  - Hacer **cross-selling y up-selling** para aprovechar la población que en este momento solo tiene 1 o 2 productos.
  - Realizar mucha **pedagogía** acerca de todas las opciones que existen en cuanto a inversiones, canales y beneficios, además de explicar cómo la inversión ayuda a alcanzar metas de forma más sencilla.



## Perú

- De los 3 países evaluados, **Perú es el país que tiene el Índice de Ánimo Inversionista más bajo** y estos se concluye dado a que una amplia parte de la población no tiene una buena disposición hacia la inversión y es el país que está menos familiarizado con productos financieros.
- **La baja disposición para invertir** tiene que ver con que una tercera parte, aproximadamente, afirma que sus ingresos pueden reducirse en el corto plazo, que no planean invertir pronto y además declaran, en mayor medida, que su situación actual es: "saliendo de deudas".
- Es importante destacar la **vocación empresarial** del peruano, tanto como alternativa de inversión hipotética, como en vehículos de inversión actuales; los negocios y emprendimientos son su primera opción. Es importante también articular el mundo real con diversos productos financieros para optimizar los esfuerzos de los grandes y pequeños empresarios.
- El punto más frágil en el contexto peruano es que: **falta intensificar el proceso de bancarización**. Si bien las billeteras virtuales y cuentas digitales han crecido en usuarios los últimos años y esto ha aportado a la masificación de los productos financieros, aún no están al nivel de Colombia y Chile. Algo similar pasa con las inversiones en el sector financiero.
- La recomendaciones para Perú son:
  - Entender la actualidad del contexto social y político (post-pandemia y nuevo Gobierno) para identificar las **barreras** que tienen las personas para aprovechar las oportunidades del sistema financiero.
  - Hacer esfuerzos en **pedagogía**, insistiendo en cómo se puede usar la inversión para apalancar las metas empresariales.
  - Hacer **cross-selling y up-selling** para que las personas pasen rápidamente a tener un producto adicional, además de su cuenta de ahorros.



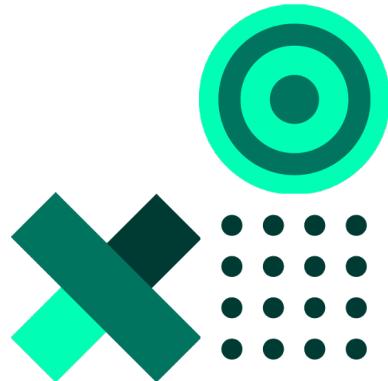
## Chile

- El **Índice de Ánimo Inversionista para Chile se ubica en la mitad entre Perú y Colombia**. Este resultado se da debido al cálculo en conjunto de: una buena cercanía y familiaridad con los productos financieros con una posición no tan optimista acerca del entorno, sumado a una menor disposición a invertir.
- Esta **baja disposición** se explica porque más de la tercera parte cree que sus ingresos pueden reducirse en el futuro y la mitad de ellos afirma que es poco probable que inviertan en el corto plazo. Sin embargo, son los que menos describen su situación como “saliendo de deudas”, lo cual hace pensar que tienen unas **finanzas familiares y personales más sanas** que en los otros dos países. Por otra parte, son los que **se describen, en mayor medida, como en “modo ahorro”**, quizás tratando de protegerse ante posibles circunstancias adversas. Recordemos que Chile, aparte de los efectos negativos de la pandemia, tiene elecciones presidenciales y parlamentarias en noviembre de este año, lo cual añade incertidumbre a su escenario.
- Por otro lado, los chilenos muestran una **tradición bancaria** y financiera mucho más sólida. Son los que más ahorran en bancos, los que tienen más productos financieros, los que más desearían invertir con este tipo de productos, y además, son los que más invierten actualmente con alternativas financieras.
- Algunas oportunidades para aprovechar su alta familiaridad con los servicios bancarios son:
  - Ofrecer soluciones para ahorrar que los **protejan de los riesgos** del contexto actual (ej.: inversiones en el exterior y/o en moneda extranjera). Como medida para levantar los ánimos de inversión en el **corto plazo**.
  - Potencializar el uso de **canales novedosos** como apps y plataformas, tanto para la gestión de productos como para presentar nuevas opciones de inversión.

# Anexos



# Anexo 1





## Cuestionario Colombia 1/2

1. ¿Usted cree que sus ingresos mensuales van a reducirse, mantenerse estables o aumentar en los próximos 12 meses? (RU)

- Reducirse
- Mantenerse estable
- Aumentar

2. ¿Qué tan probable es que usted haga una inversión en los próximos 6 meses?

Imposible	Poco probable	Algo probable	Probable	Muy probable
1	2	3	4	5

3. ¿En qué situación financiera considera que usted está en este momento? (RU, ROTAR)  
SELECCIONE LA OPCIÓN QUE MEJOR DESCRIBA SU SITUACIÓN ACTUAL.

- Saliendo de deudas
- Construyendo un capital
- Recuperándose de una crisis económica
- Invirtiendo
- Ahorrando
- Creando empresa / Montando negocio / Emprendiendo
- Viviendo el día a día / Gasto todos mis ingresos

- Preparándose profesionalmente o académicamente
- Buscando empleo
- Otro. ¿Cuál?

4. Si usted tuviera disponible USD \$10.000 para invertir, ¿cuál sería una buena inversión para usted en estos momentos? (RA)

5. ¿Usted se siente bien informado acerca de cómo invertir su dinero? (RU, ROTAR).

- Sí
- No

6. ¿Ahorra, separa o guarda dinero a través de alguno de los siguientes métodos? (RM, ROTAR)

- Prestándolo
- Comprando bienes, animales o joyas
- Guardando en la casa (alcancía, "debajo del colchón", caja fuerte)
- Participando en una cadena de amigos (natillera, etc.)
- Guardando en bancos, cooperativas o fondos de empleados
- Billetera virtual / Cuenta digital
- No guardo ni separo (PASE A P6A)→

- Otro, ¿cuál?

→ P6A. ¿Cuál es la principal razón para no ahorrar o separar dinero? (RA)

7. ¿Tiene usted algún dinero, activos o propiedades que le estén generando alguna rentabilidad? (RM, ROTAR)

- Negocio
- Agricultura / Ganadería
- Finca raíz (lotes, apartamentos, finca, locales)
- Financieros: CDT, Fondos de Inversión Colectiva, Fondos de Pensiones Voluntarias, Acciones, entre otros. (Diferentes a las cesantías y las pensiones obligatorias)
- Criptomonedas (monedas digitales)
- Préstamos a terceros
- Seguros de vida
- Alquiler de equipos
- Obra intelectual (arte, libros, software)
- Infoproductos / Productos digitales
- Ninguno
- Otro, ¿cuál?



## Cuestionario Colombia 2/2

8. ¿Con qué productos financieros cuenta actualmente? (RM)

- Cuenta de ahorros / Cuenta de nómina
- Cuenta corriente (cuenta de cheques)
- Cuenta digital
- Créditos (libre inversión, educativos, entre otros)
- Crédito hipotecario
- Tarjeta de crédito
- Productos de inversión (CDT o Fondos de Inversión Colectiva, Acciones, Fondos de Pensiones Voluntarias, entre otras)
- Criptomonedas

9. Del siguiente listado de productos de inversión, ¿cuáles tiene usted actualmente o estaría interesado en tener? Recuerde que toda la información que nos proporcione es anónima y confidencial (RU POR FILA)

	SI TENGO	NO TENGO PERO ME INTERESA PARA INVERTIR	NO TENGO Y NO ME INTERESA PARA INVERTIR	NO SÉ EXACTAMENTE QUÉ ES
CDT				
Fondo de Inversión Colectiva (FIC)				
Fondo de Pensiones Voluntarias (FPV)				
Acciones				
Criptomonedas				
Divisas				
ETF				
Derivados				
Fondos indexados				

10. (SOLO PARA LOS QUE CONTESTARON “SÍ TENGO” EN ALGUNA OPCIÓN DE LA P9) ¿A través de qué medio realiza estas inversiones que nos mencionó en la anterior pregunta? (RM, ROTAR)

- Asesor
- Independiente
- Comisionista / Broker / Corredor de bolsa / Trader
- App o plataformas
- Banco tradicional

11. (SOLO PARA LOS QUE CONTESTARON “SÍ TENGO” EN ALGUNA OPCIÓN DE LA P9) ¿Alguno de los productos de inversión que nos mencionó que tiene, los tiene fuera de su país de residencia? (RU)

- Todo en mi país de residencia
- Una parte en mi país de residencia y otra parte fuera
- Todo fuera de mi país de residencia

12. Si está considerando alguna de las siguientes metas de inversión, ¿a qué plazo esperaría cumplirlas? (RU POR FILA).

	No tengo esa meta	A menos de 1 año	Entre 2 y 4 años	Más de 4 años	Tengo esa meta pero no un plazo
Viaje					
Estudios (propios y/o hijos)					
Construir un patrimonio					
Crear empresa / Emprender					
Anticiparse a situaciones inesperadas					
Compra de vivienda					
Carro / Moto					
Deportes / Hobbies					
Otro, ¿cuál?					

13. ¿Cómo aprende acerca de inversiones y del manejo de sus finanzas personales? (RM, ROTAR)

- Familia
- Amigos
- Grupo de estudio
- Institución Educativa
- Cursos Online
- Coach financiero
- Asesor Independiente
- Redes sociales
- Apps o plataformas
- Asesor de una entidad financiera
- Otro, ¿cuál?



## Cuestionario Perú 1/2

1. ¿Usted cree que sus ingresos mensuales van a reducirse, mantenerse estables o aumentar en los próximos 12 meses? (RU)

- Reducirse
- Mantenerse estable
- Aumentar

2. ¿Qué tan probable es que usted haga una inversión en los próximos 6 meses?

Imposible	Poco probable	Algo probable	Probable	Muy probable
1	2	3	4	5

3. En qué situación financiera considera que usted está en este momento? (RU, ROTAR)  
SELECCIONE LA OPCIÓN QUE MEJOR DESCRIBA SU SITUACIÓN ACTUAL.

- Saliendo de deudas
- Construyendo un capital
- Recuperándome de una crisis económica
- Invirtiendo
- Ahorrando
- Creando empresa / Montando negocio / Emprendiendo
- Viviendo el día a día / Gasto todos mis ingresos

- Preparándome profesionalmente o académicamente
- Buscando empleo
- Otro. ¿Cuál?

4. Si usted tuviera disponible USD \$10.000 para invertir, ¿cuál sería una buena inversión para usted en estos momentos? (RA)

5. ¿Usted se siente bien informado acerca de cómo invertir su dinero? (RU, ROTAR).

- Sí
- No

6. ¿Ahorra, separa o guarda dinero a través de alguno de los siguientes métodos? (RM, ROTAR)

- Prestándolo
- Comprando bienes, animales o joyas
- Guardando en la casa (alcancía, "debajo del colchón", caja fuerte)
- Participando en un grupo de ahorro (pandero, etc.)
- Guardando en bancos, cooperativas o fondos de empleados
- Billetera virtual / Cuenta digital
- No guardo ni separo (PASE A P6A)→

- Otro... ¿cuál?

→ P6A. ¿Cuál es la principal razón para no ahorrar o separar dinero? (RA)

7. ¿Tiene usted algún dinero, activos o propiedades que le estén generando alguna rentabilidad? (RM, ROTAR)

- Negocio
- Agricultura / Ganadería
- Finca raíz (lotes, apartamentos, finca, locales)
- Financieros: Depósitos a plazo, Fondos Mutuos, Aportes Voluntarios con fin Previsional, Acciones, entre otros. (Diferentes a los aportes a la ONP o AFP)
- Criptomonedas (monedas digitales)
- Préstamos a terceros
- Seguros de vida
- Alquiler de equipos
- Obra intelectual (arte, libros, software)
- Infoproductos / Productos digitales
- Ninguno
- Otro, ¿cuál?



## Cuestionario Perú 2/2

8. ¿Con qué productos financieros cuenta actualmente? (RM)
- Cuenta de ahorros
  - Cuenta corriente (cuenta de cheques)
  - Cuenta digital
  - Créditos (libre inversión, educativos, entre otros)
  - Crédito hipotecario
  - Tarjeta de crédito
  - Productos de inversión (Depósitos a plazo, Fondos Mutuos, Acciones, Aportes voluntarios con fin Previsional, entre otras)
  - Criptomonedas

9. Del siguiente listado de productos de inversión, ¿cuáles tiene usted actualmente o estaría interesado en tener? Recuerde que toda la información que nos proporcione es anónima y confidencial (RU POR FILA)

	SÍ TENGO	NO TENGO PERO ME INTERESA PARA INVERTIR	NO TENGO Y NO ME INTERESA PARA INVERTIR	NO SÉ EXACTAMENTE QUÉ ES
Depósitos a plazo				
Fondos Mutuos				
Aportes Voluntarios con fin Previsional				
Acciones				
Criptomonedas				
Divisas				
ETF				
Derivados				
Fondos indexados				

10. (SOLO PARA LOS QUE CONTESTARON “SÍ TENGO” EN ALGUNA OPCIÓN DE LA P9) ¿A través de qué medio realiza estas inversiones que nos mencionó en la anterior pregunta? (RM, ROTAR). Mismas opciones que P9. Filas:

- Asesor
- Independiente
- Comisionista / Broker / Corredor de bolsa / Trader
- App o plataformas
- Banco tradicional

11. (SOLO PARA LOS QUE CONTESTARON “SÍ TENGO” EN ALGUNA OPCIÓN DE LA P9)

¿Alguno de los productos de inversión que nos mencionó que tiene, los tiene fuera de su país de residencia? (RU) Mismas opciones que P9. Filas:

- Todo en mi país de residencia
- Una parte en mi país de residencia y otra parte fuera
- Todo fuera de mi país de residencia

12. Si está considerando alguna de las siguientes metas de inversión, ¿a qué plazo esperaría cumplirlas? (RU POR FILA).

	No tengo esa meta	A menos de 1 año	Entre 2 y 4 años	Más de 4 años	Tengo esa meta pero no un plazo
Viaje					
Estudios (propios y/o hijos)					
Construir un patrimonio					
Crear empresa / Emprender					
Anticiparse a situaciones inesperadas					
Compra de vivienda					
Carro / Moto					
Deportes / Hobbies					
Otro, ¿cuál?					

13. ¿Cómo aprende acerca de inversiones y del manejo de sus finanzas personales? (RM, ROTAR)

- Familia
- Amigos
- Grupo de estudio
- Institución Educativa
- Cursos Online
- Coach financiero
- Asesor Independiente
- Redes sociales
- Apps o plataformas
- Asesor de una entidad financiera
- Otro, ¿cuál?



## Anexo 1 - Cuestionarios

### Cuestionario Chile 1/2

1. ¿Usted cree que sus ingresos mensuales van a reducirse, mantenerse estables o aumentar en los próximos 12 meses? (RU)

- Reducirse
- Mantenerse estable
- Aumentar

2. ¿Qué tan probable es que usted haga una inversión en los próximos 6 meses?

Imposible	Poco probable	Algo probable	Probable	Muy probable
1	2	3	4	5

3. En qué situación financiera considera que usted está en este momento? (RU, ROTAR)  
SELECCIONE LA OPCIÓN QUE MEJOR DESCRIBA SU SITUACIÓN ACTUAL.

- Saliendo de deudas
- Construyendo un capital
- Recuperándome de una crisis económica
- Invirtiendo
- Ahorrando
- Creando empresa / Montando negocio / Emprendiendo
- Viviendo el día a día / Gasto todos mis ingresos

- Preparándome profesionalmente o académicamente
- Buscando empleo
- Otro. ¿Cuál?

4. Si usted tuviera disponible USD \$10.000 para invertir, ¿cuál sería una buena inversión para usted en estos momentos? (RA)

5. ¿Usted se siente bien informado acerca de cómo invertir su dinero? (RU, ROTAR).

- Sí
- No

6. ¿Ahorra, separa o guarda dinero a través de alguno de los siguientes métodos? (RM, ROTAR)

- Prestándolo
- Comprando bienes, animales o joyas
- Guardando en la casa (alcancía, "debajo del colchón", caja fuerte)
- Participando en un grupo de ahorro (caja común, etc.)
- Guardando en bancos, cooperativas o fondos de empleados
- Billetera virtual / Cuenta digital
- No guardo ni separo (PASE A P6A)→

- Otro... ¿cuál?

→ P6A. ¿Cuál es la principal razón para no ahorrar o separar dinero? (RA)

7. ¿Tiene usted algún dinero, activos o propiedades que le estén generando alguna rentabilidad? (RM, ROTAR)

- Negocio
- Agricultura / Ganadería
- Finca raíz (lotes, apartamentos, finca, locales)
- Financieros: Depósitos a plazo, Fondos Mutuos, Ahorro Previsional Voluntario, Acciones, entre otros. (Diferentes a la cotización obligatoria a la AFP)
- Criptomonedas (monedas digitales)
- Préstamos a terceros
- Seguros de vida
- Alquiler de equipos
- Obra intelectual (arte, libros, software)
- Infoproductos / Productos digitales
- Ninguno
- Otra, ¿Cuál?



## Anexo 1 - Cuestionarios

### Cuestionario Chile 2/2

8. ¿Con qué productos financieros cuenta actualmente? (RM)

- Cuenta de ahorro/Cuenta de nómina
- Cuenta corriente (cuenta de cheques)
- Cuenta digital
- Créditos (libre inversión, educativos, entre otros)
- Crédito hipotecario
- Tarjeta de crédito
- Productos de inversión (Depósitos a plazo, Fondos Mutuos, Acciones, Ahorro Previsional Voluntario (APV), entre otras).
- Criptomonedas.

9. Del siguiente listado de productos de inversión, ¿cuáles tiene usted actualmente o estaría interesado en tener? Recuerde que toda la información que nos proporcione es anónima y confidencial (RU POR FILA)

	SÍ TENGO	NO TENGO PERO ME INTERESA PARA INVERTIR	NO TENGO Y NO ME INTERESA PARA INVERTIR	NO SÉ EXACTAMENTE QUE ES
Depósitos a plazo				
Fondos Mutuos				
Ahorro Previsional Voluntario (APV)				
Acciones				
Criptomonedas				
Divisas				
ETF				
Derivados				
Fondos indexados				

10. (SOLO PARA LOS QUE CONTESTARON “SÍ TENGO” EN ALGUNA OPCIÓN DE LA P9) ¿A través de qué medio realiza estas inversiones que nos mencionó en la anterior pregunta? (RM, ROTAR). Mismas opciones que P9. Filas:

- Asesor
- Independiente
- Comisionista / Broker / Corredor de bolsa / Trader
- App o plataformas
- Banco tradicional

11. (SOLO PARA LOS QUE CONTESTARON “SÍ TENGO” EN ALGUNA OPCIÓN DE LA P9)

¿Alguno de los productos de inversión que nos mencionó que tiene, los tiene fuera de su país de residencia? (RU) Mismas opciones que P9. Filas:

- Todo en mi país de residencia
- Una parte en mi país de residencia y otra parte fuera
- Todo fuera de mi país de residencia

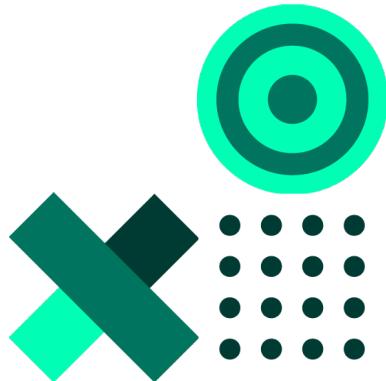
12. Si está considerando alguna de las siguientes metas de inversión, ¿a qué plazo esperaría cumplirlas? (RU POR FILA).

	No tengo esa meta	A menos de 1 año	Entre 2 y 4 años	Más de 4 años	Tengo esa meta pero no un plazo
Viaje					
Estudios (propios y/o hijos)					
Construir un patrimonio					
Crear empresa / Emprender					
Anticiparse a situaciones inesperadas					
Compra de vivienda					
Carro / Moto					
Deportes / Hobbies					
Otro, ¿cuál?					

13. ¿Cómo aprende acerca de inversiones y del manejo de sus finanzas personales? (RM, ROTAR)

- Familia
- Amigos
- Grupo de estudio
- Institución Educativa
- Cursos Online
- Coach financiero
- Asesor Independiente
- Redes sociales
- Apps o plataformas
- Asesor de una entidad financiera
- Otro, ¿cuál?

# Anexo 2



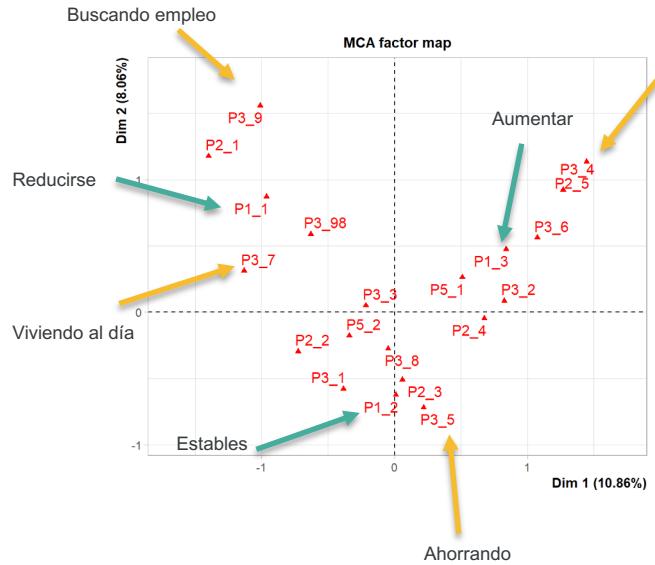
## Metodología

Los datos hablan solos. La relación entre variables se hace con análisis estadísticos y posteriormente se hace una interpretación de los resultados.

La construcción se lleva a cabo en tres pasos:

- **Paso 1:** Todas las categorías de las preguntas son puntuadas a partir de la técnica de **Correspondencias Múltiples**, lo que transforma las variables originales a unas nuevas variables numéricas que son interpretables con respecto a su sentido y magnitud.
- **Paso 2:** Se aplica la técnica de **Componentes Principales** para establecer las relaciones de los indicadores creados y determinar la cantidad de subíndicadores generales que se deben originar.
- **Paso 3:** A los indicadores se les aplica la **Transformación Logit** que garantiza que los valores de los indicadores estarán dentro del rango (0,1), estos son ponderados según la información que aportan y son agregados para generar el indicador final.

## Paso 1 y 2



### Ejemplo de la construcción:

- Relación de las 20 variables de las preguntas:
  - P1: Confianza en ingresos futuros
  - P2: Probabilidad inversión en 6 meses.
  - P3: Situación actual
  - P5: Informado acerca de invertir
- Se revisa que tenga lógica en el orden de las variables y se le asigna un peso asociado a cada variable que corresponde a la contribución de esta sobre el componente, de acuerdo al análisis de correspondencias.
- El puntaje de cada persona para estas 20 variables es sumar los pesos que corresponda a las variables que contestó en la encuesta.

$$\text{Indice} = \text{Contri}_1 * X_1 + \text{Contri}_2 * X_2 + \dots + \text{Contri}_k * X_k$$

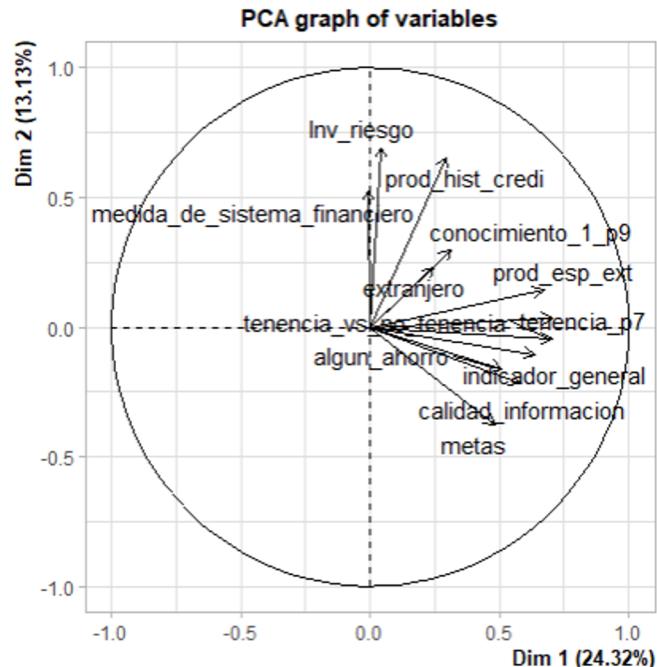
## Paso 3

- Cada puntaje es un subíndicador. En total se crearon 12.
- Los subíndicadores se agregan y se establecen 2 indicadores. A estos se les aplica la transformación *logit* y se calculan los pesos correspondientes:
  - Indicador 1: 64,9%
  - Indicador 2: 35,1%
- Por último se agregan para generar el indicador final:

$$\text{Índice de Ánimo Inversionista} = 64.9\% \text{ Ind1} + 35.1\% \text{ Ind2}$$

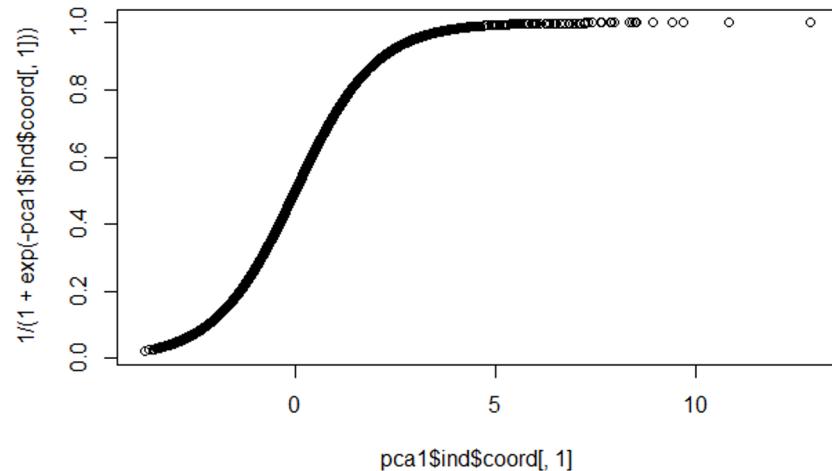
En términos generales:

- El Indicador 1 resume variables de intención, confianza, conocimiento y tenencia de rentas, productos financieros y productos financieros de inversión.
- El indicador 2 se asocia al nivel de bancarización de los individuos observados.



## Interpretación Indicador – Transformación *logit*

- La transformación descrita busca:
  - Garantizar que los valores queden entre 0 y 100.
  - Separar mejor a la población, segmentando a quienes tienen un mejor indicador versus los que no.
- El resultado de este proceso es que el indicador final interpreta cambios en los extremos como de menor impacto y en el medio de mayor impacto. Por lo tanto, tener una calificación muy alta o muy baja no marca una gran diferencia.



# Información de contacto



## Información de contacto



María José Isaza  
Gerente de Comunicaciones  
Líder de educat**tyba**  
[mariajose@tyba.com.co](mailto:mariajose@tyba.com.co)



Carlos Andrés Roncancio  
Director de Cuentas y Operaciones  
[carlos.roncancio@smartpr.com.co](mailto:carlos.roncancio@smartpr.com.co)



Diana Pareja  
CEO & Project Manager  
[diana@deepmarketresearch.com](mailto:diana@deepmarketresearch.com)



¡Gracias!