

Tendencias y retos de la inclusión financiera

Reporte de Inclusión Financiera 2018

Jorge Castaño Gutiérrez

Superintendente Financiero

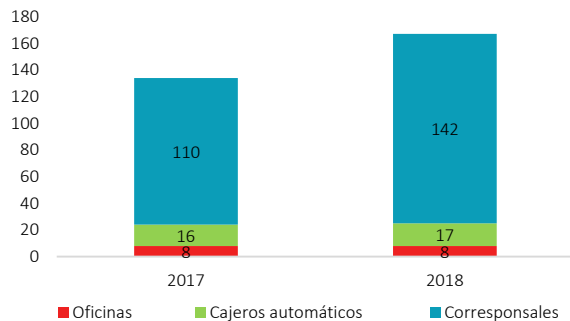
Bogotá, Junio 11 de 2019

La transformación del sector a través de la digitalización

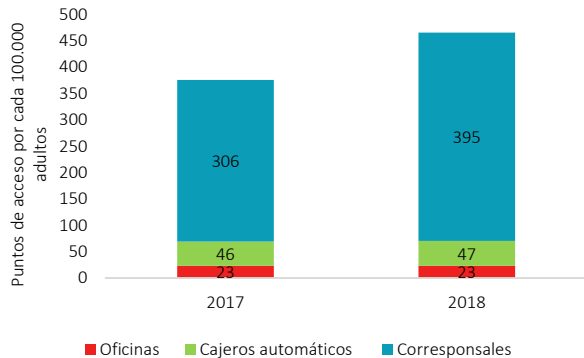


Las oficinas pierden importancia como canal para transacciones simples y se vuelve imperativa su transformación

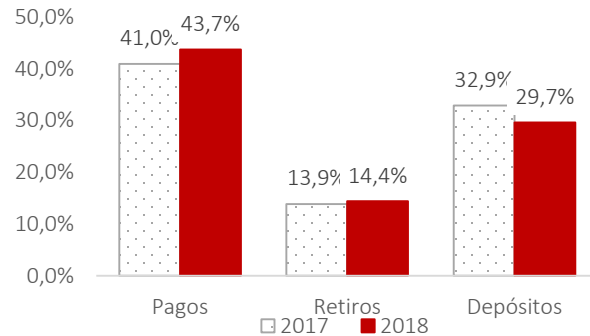
Puntos de acceso por cada 1.000 km2, según tipo de canal



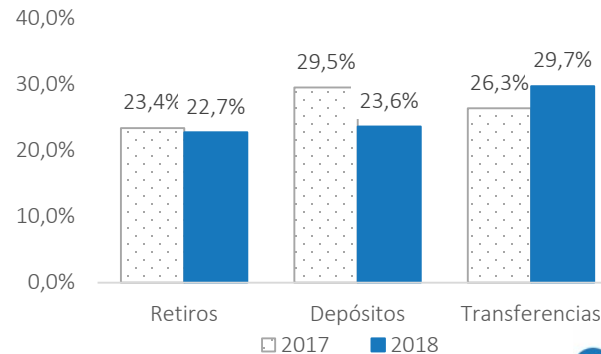
Puntos de acceso por cada 100.000 adultos, según tipo de canal



Participación número transacciones de oficinas



Participación monto transacciones de oficinas



Por su parte, los corresponsales continúan siendo el pilar de la inclusión financiera, asegurando la presencia en todo el país

Monto (billones)
\$ 113

Número (millones)
325

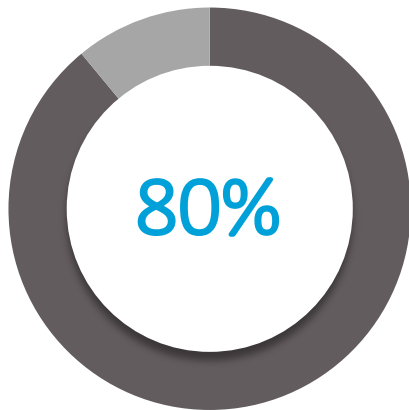
El número de los corresponsales creció **29,2%**

El número de transacciones a través de corresponsales creció **38,8%**

El crecimiento real del monto transado en corresponsales fue **39,5%**

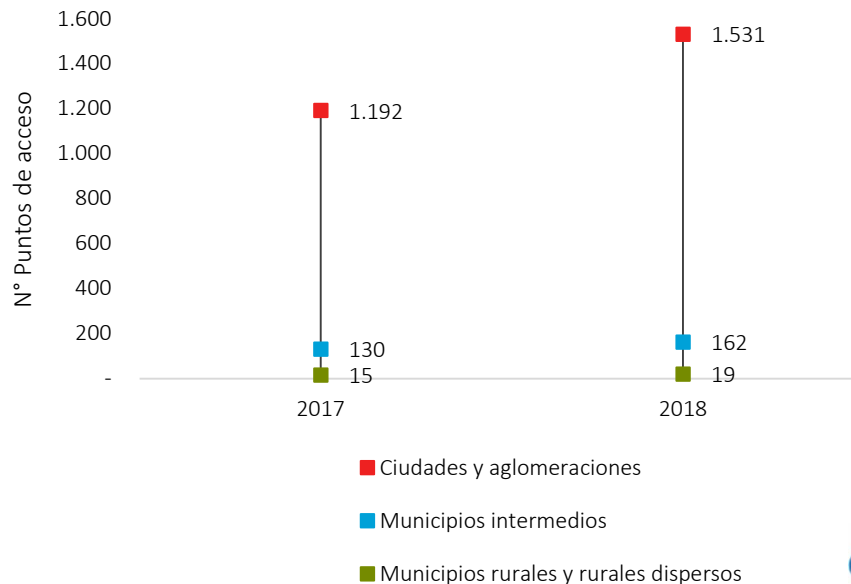
Sin embargo, los retos asociados a la actividad de los corresponsales evidencia la necesidad de contar con un modelo renovado y moderno que llegue a la última milla

Actividad de los corresponsales



de los **Corresponsales** se encontraba activo y las transacciones a través de éstos se concentraban en el pago de obligaciones y los retiros.

Brecha urbano-rural para los puntos de acceso por cada 1.000 km²



Internet sigue liderando la participación por número y monto transado demostrando que el consumidor se está digitalizando

Internet



Es el canal que concentra la mayor cantidad de operaciones con **49.8%** en número y **39%** en monto. Por primera vez las transacciones monetarias superaron las de oficinas.

ACH



Tan sólo representa **1.8%** en número, pero es el tercero en monto con **15.8%**.

Se realizaron **6.334 millones** de transacciones y se movilaron **\$7.183 billones** en el sistema financiero



Oficinas

La participación tanto en número como en monto ha venido disminuyendo **2pp** en número y **6pp** en monto.

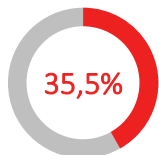
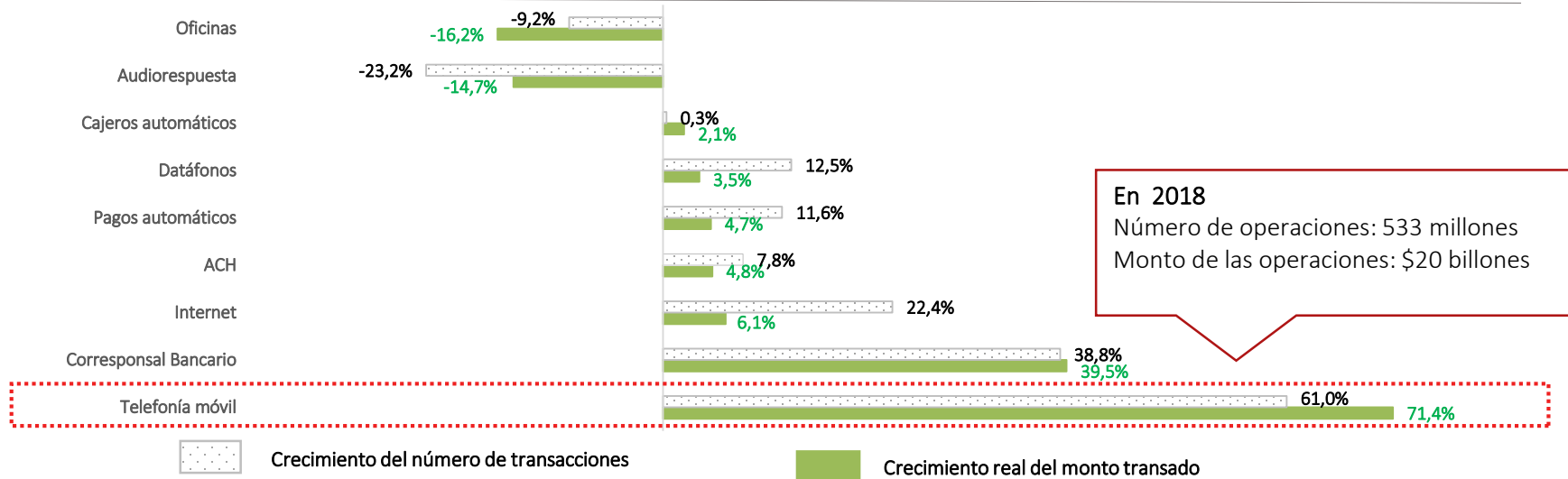


Corresponsales

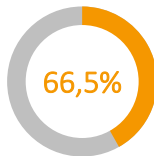
El uso tanto en número como en monto aumentó tan sólo en **0.5pp** y **0.8pp** respectivamente.

La necesidad de tener servicios 24/7 desde la comodidad del móvil hizo que este canal fuera el de mayor crecimiento en monto y número

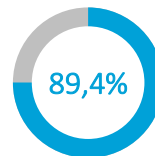
Crecimiento de las transacciones por canal 2017-2018



Del valor total de los **pagos** se realizó por telefonía móvil



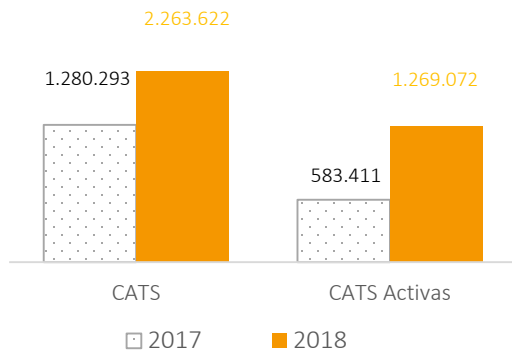
Del valor total de las **transferencias** se transó por telefonía móvil



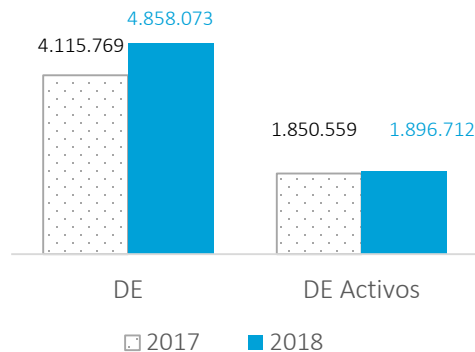
De las **consultas** de saldos se realizó por telefonía móvil

Esta necesidad también se evidencia a través de las dinámicas de las cuentas simplificadas y depósitos electrónicos

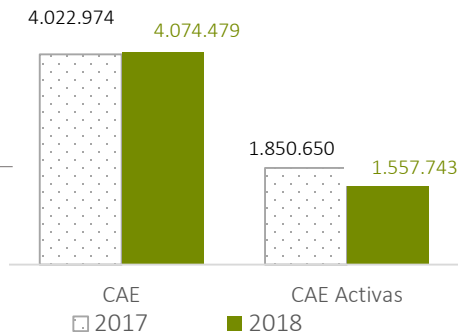
Número de cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS)



Número de depósitos electrónicos (DE)



Número de cuentas de ahorro electrónicas (CAE)



Cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS) **56%** Activas

El número de CATS aumentó, pasando de 1,3 millones a 2,3 millones, así como su nivel de actividad, la cual creció del 45.6% al 56.1%.

▲ +76.8%

Depósitos electrónicos (DE) **39%** Activas

El nivel de actividad fue más bajo que el registrado en 2017, al pasar de 45% al 39%.

▲ +18%

Cuentas de ahorro electrónicas (CAE) **38%** Activas

La actividad de este producto también presentó una reducción de 8pp durante el último año, pasando del 46% al 38%.

▲ +1.3%

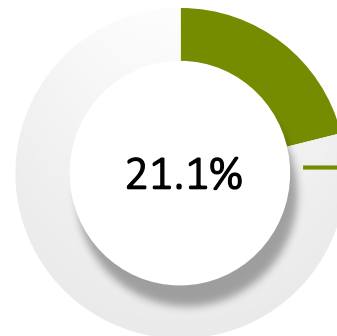
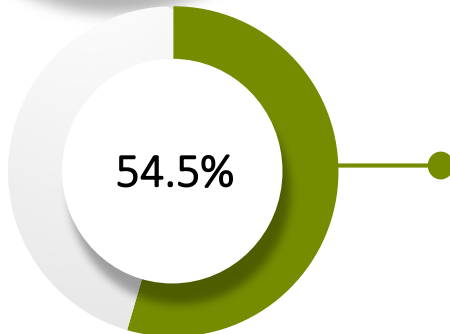
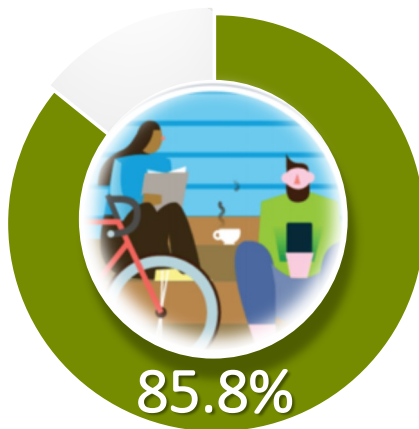
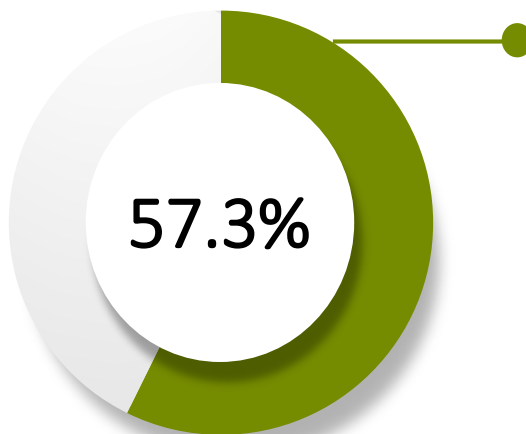
Las demandas de los nuevos consumidores: inclusión financiera para cada generación



Contamos con 6.8 millones de personas en la “Generación Z” y la mayoría tenía activo su producto financiero



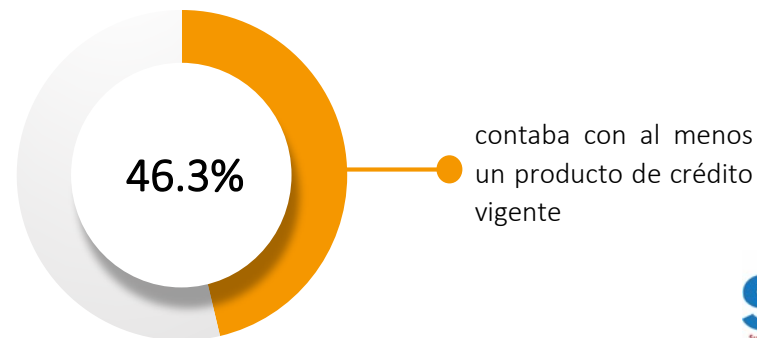
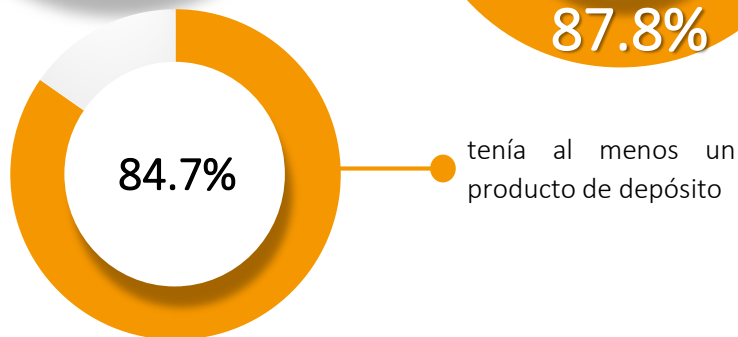
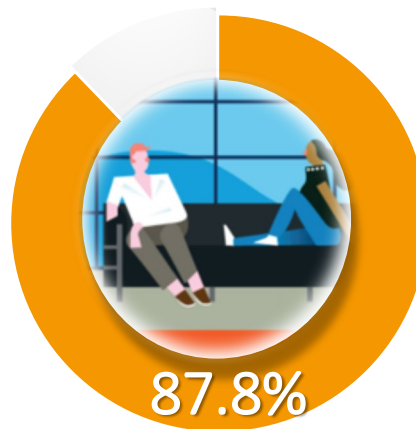
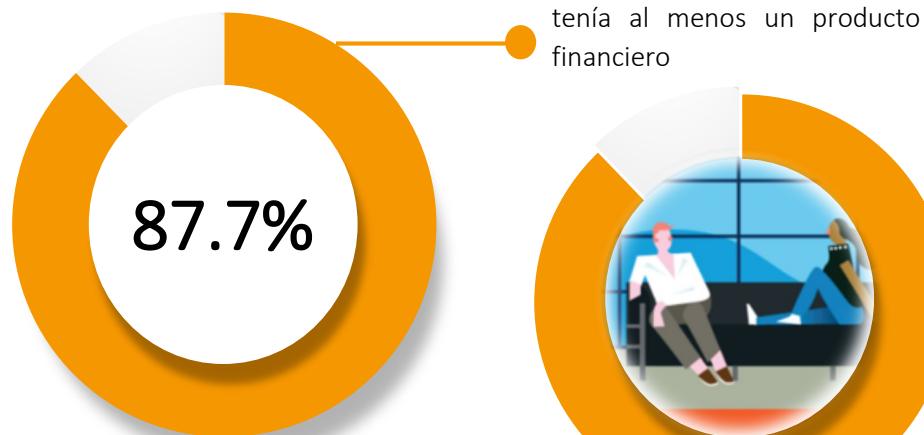
Generación Z o los centennials (18-25 años)



Los millennials, que equivalen al 32.1% de los adultos del país, tienen el indicador de uso más alto de toda la población



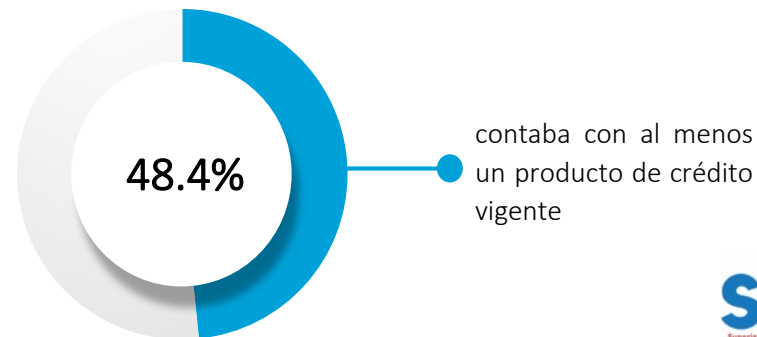
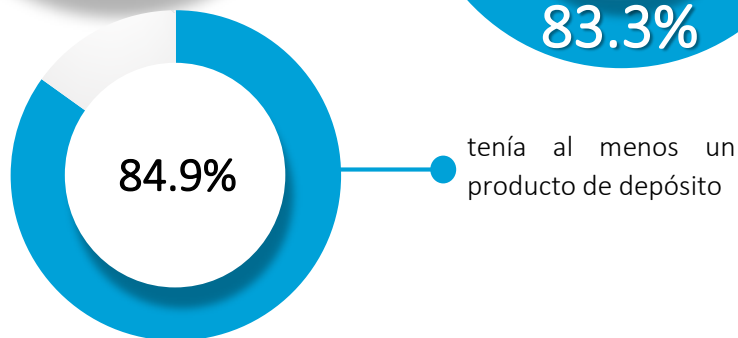
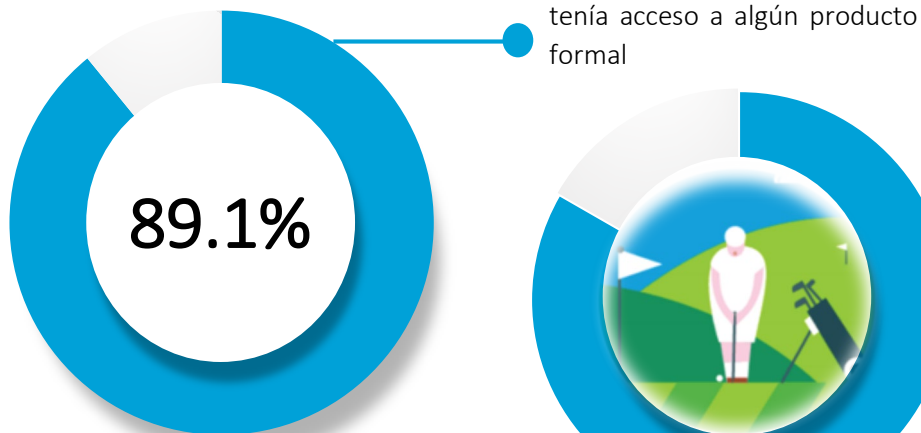
Generación Y o millennials (26-40 años)



Los baby boomers son el grupo generacional con el indicador de inclusión financiera más alto: 89,1%



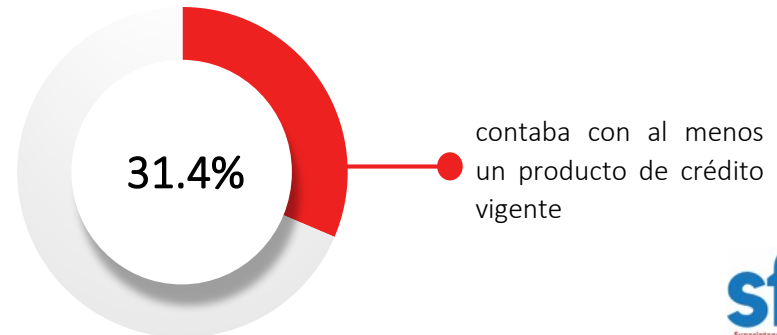
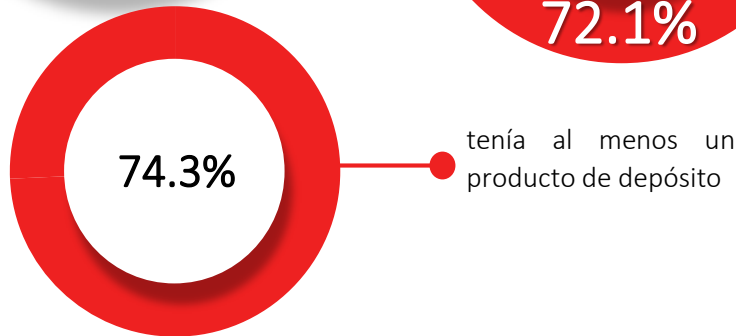
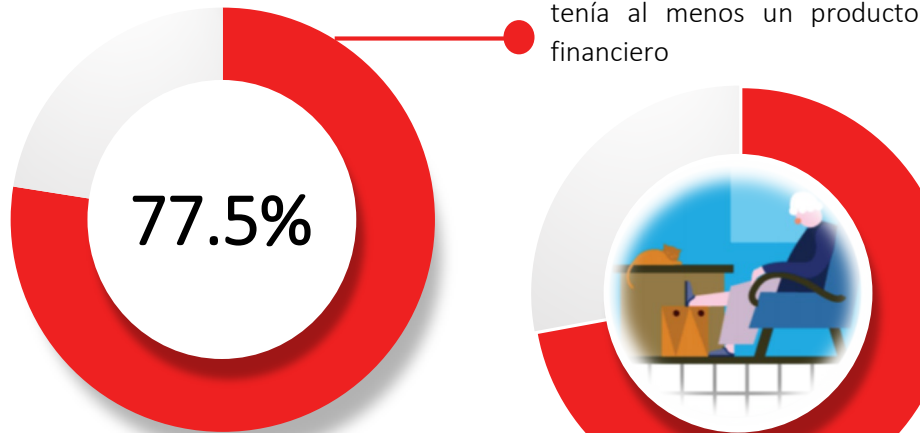
Generación X o baby boomers
(41-65 años)



La generación de 65 años o más se caracteriza por ser la más alejada del sistema financiero en términos de inclusión



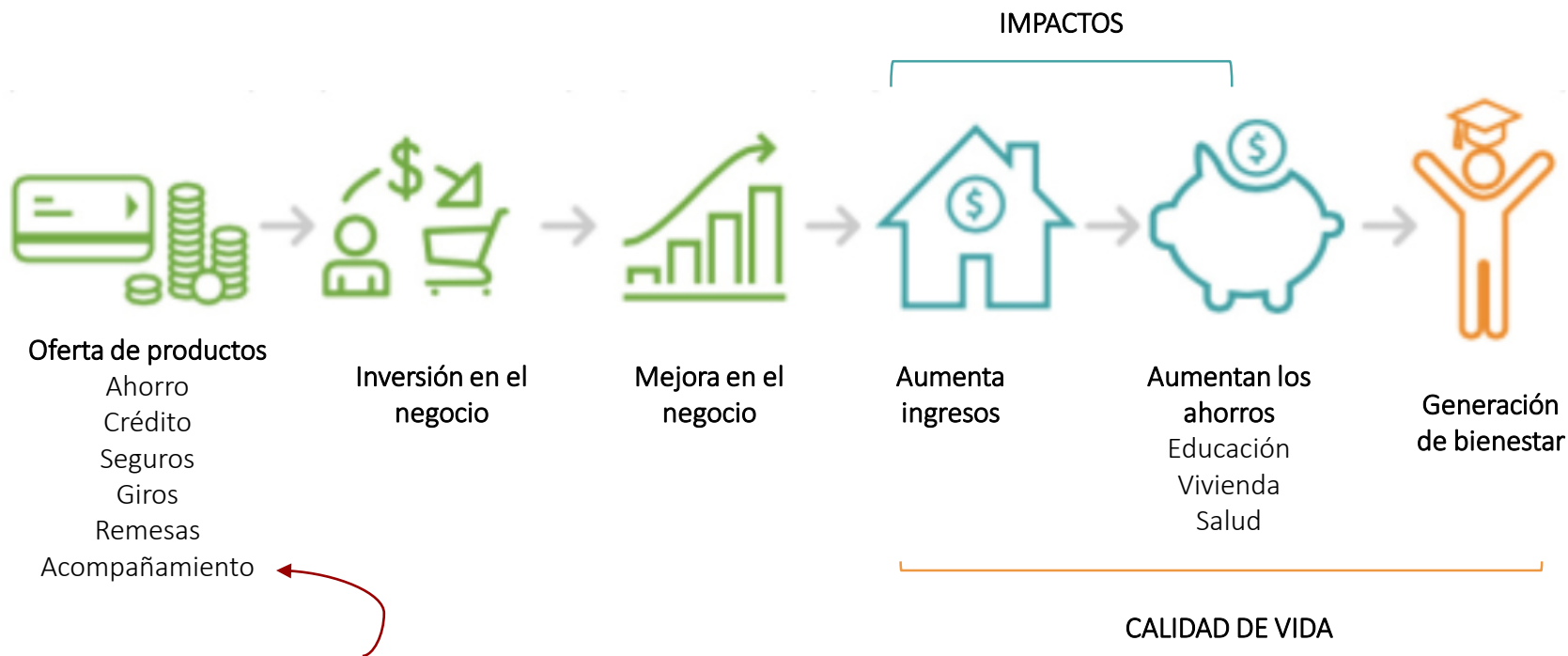
Mayores
(65 años o más)



Microcrédito: principal herramienta para la financiación inclusiva



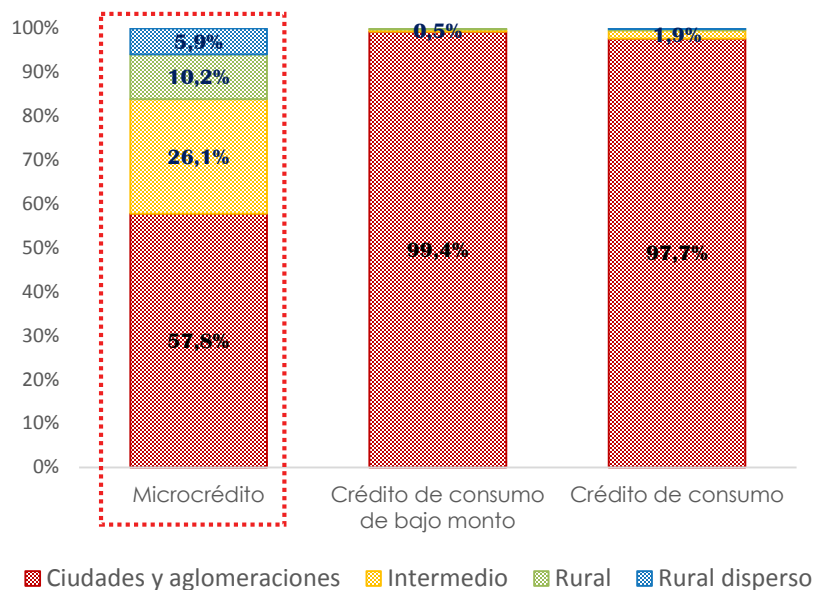
Las microfinanzas son clave para lograr los objetivos de inclusión y mejorar el bienestar de las familias



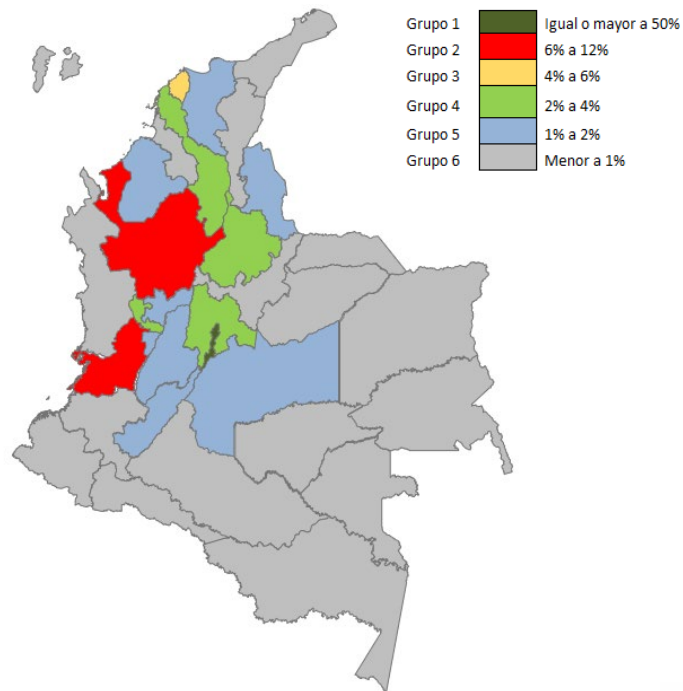
NO ES SÓLO CRÉDITO

En Colombia el microcrédito es el tipo de crédito más usado en zonas rurales y rurales dispersas

Número de desembolsos de crédito por niveles de ruralidad

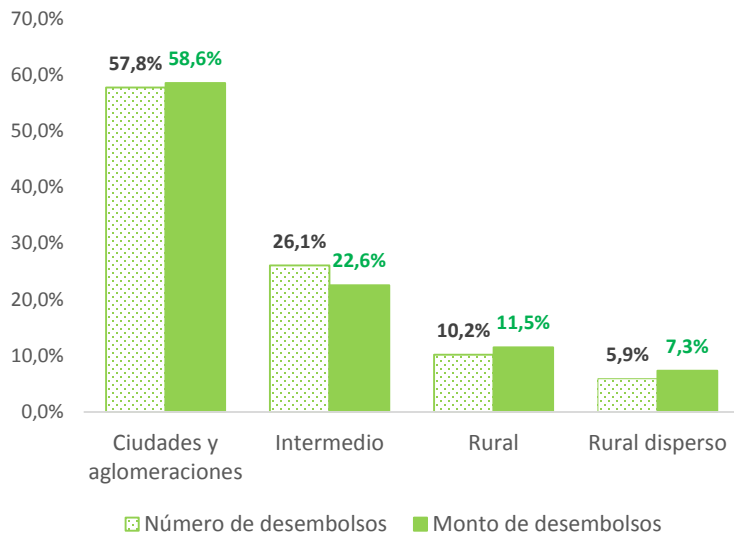


Distribución regional de desembolsos de crédito

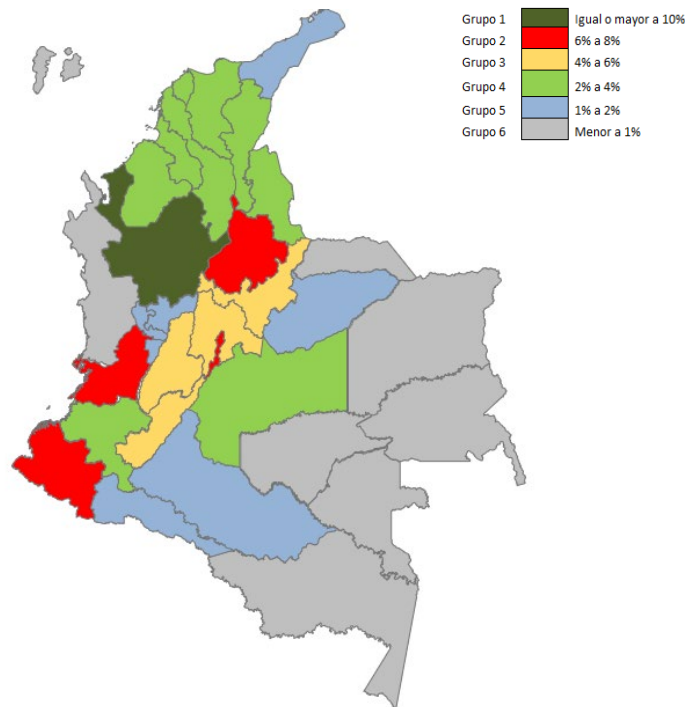


Sin embargo, el número y monto de colocaciones de microcrédito siguen concentrados en ciudades y aglomeraciones

Número y monto de desembolsos de microcrédito por niveles de ruralidad



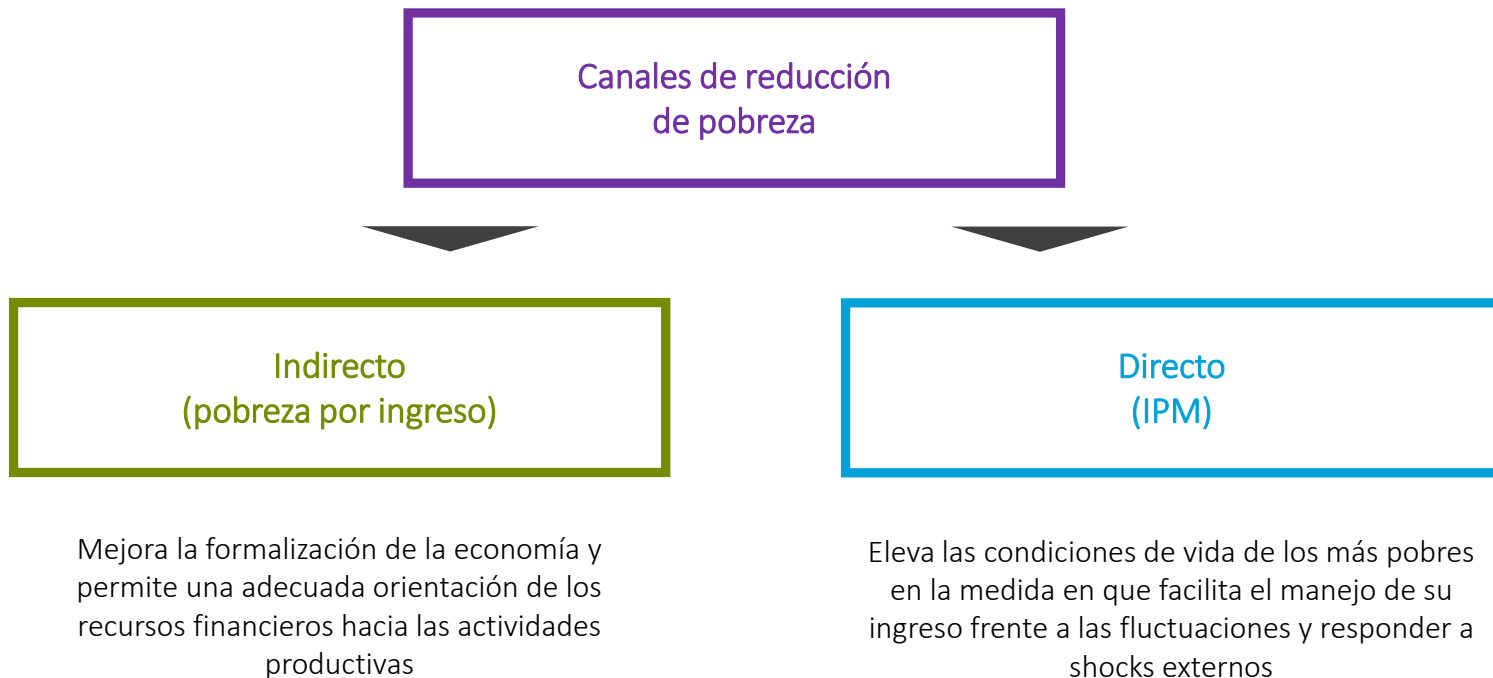
Distribución regional de desembolsos de microcrédito



La inclusión financiera y los indicadores de pobreza

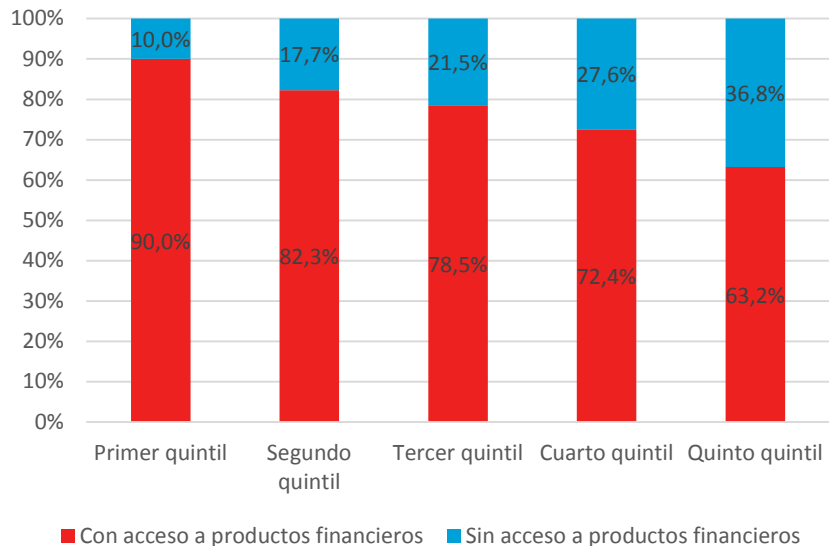


La inclusión financiera tiene mucho que ver con los canales directos e indirectos de reducción de la pobreza

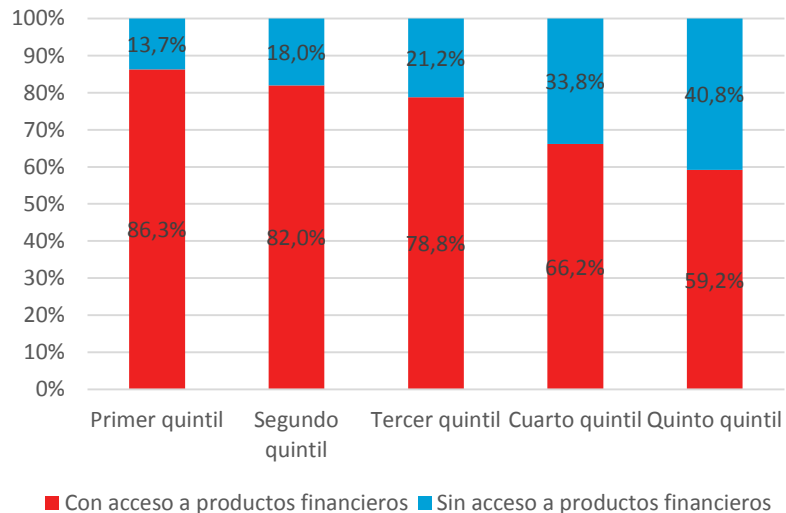


Aquellos departamentos con índices de pobreza multidimensional y monetaria más altos son los menos incluidos

Proporción de adultos con al menos un producto financiero según quintiles de pobreza monetaria



Proporción de adultos con al menos un producto financiero según quintiles de pobreza multidimensional



Aseguramiento para una inclusión efectiva



Los seguros para la inclusión financiera aumentaron su cobertura con productos que responden a las necesidades de sus clientes



El valor de las primas emitidas de seguros para la inclusión ascendió a \$15.1 billones



55.2%



Los seguros de personas para la inclusión financiera ascendieron a \$6.9 billones



45.9%



El uso de red se posicionó como el canal de distribución más representativo para la comercialización de seguros



47.7%



Brecha de los riesgos asegurados vigentes entre ciudades y municipios rurales y rurales dispersos



60 pp

Los retos ...



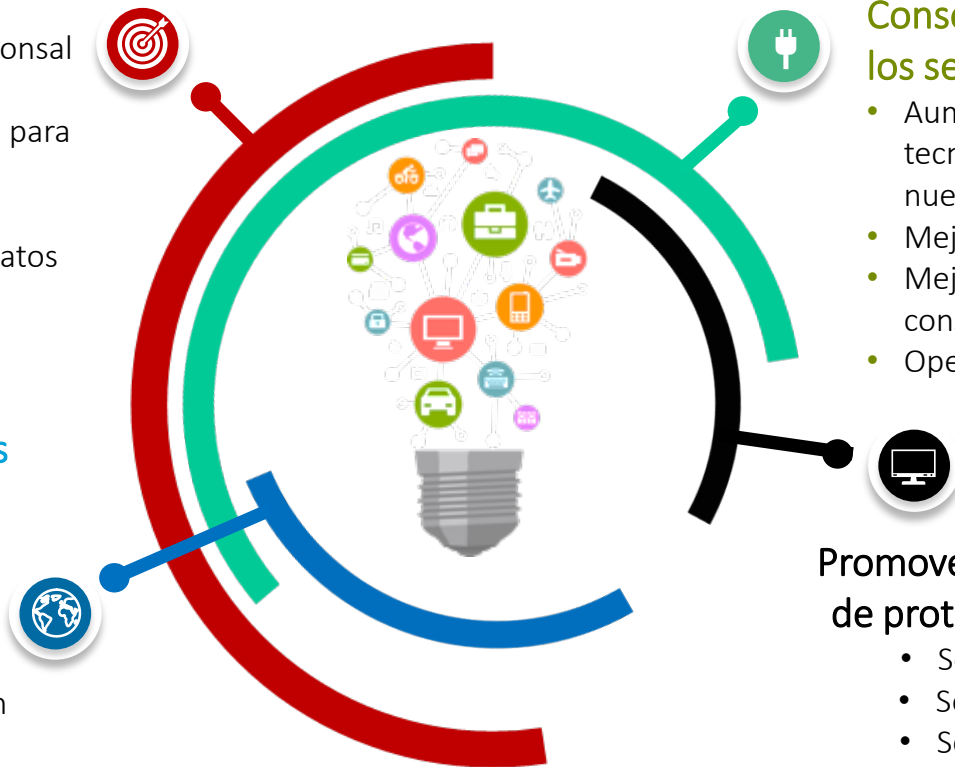
Si bien contamos con importantes logros en términos de inclusión aún tenemos retos que resolver

Cerrar la brecha urbano -rural

- Fortalecimiento/evolución del corresponsal bancario a corresponsal financiero digital
- Diseño de productos adecuados para la economía campesina (rol de microfinanzas)
- Simplificación de KYC y uso de datos alternativos

Cerrar brechas entre acceso y uso de servicios financieros

- Mejorar la pertinencia de los productos y servicios
- Ecosistema de pagos digitales
- Interoperabilidad
- Diseñar estrategias de educación financiera basadas en economía del comportamiento



Consolidar la digitalización de los servicios financieros

- Aumentar las innovaciones tecnológicas para atraer a las nuevas generaciones al sistema
- Mejorar conectividad
- Mejorar la protección al consumidor digital
- Open Banking

Promover el uso de productos de protección contra riesgos

- Seguros paramétricos
- Seguros por demanda
- Seguros colaborativos

Descargue esta
presentación
en su
dispositivo



Acceda al Reporte de Inclusión Financiera 2018





superintendencia.financiera



@SFCsupervisor



Superfinanciera



/superfinancieracol



Gracias

super@superfinanciera.gov.co

www.superfinanciera.gov.co