



REPORTE DE INCLUSIÓN FINANCIERA 2018

REPORTE DE INCLUSIÓN FINANCIERA 2018



BANCA DE LAS
OPORTUNIDADES

sfc

Superintendencia Financiera
de Colombia

REPORTE DE INCLUSIÓN FINANCIERA 2018

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES

Freddy H. Castro B, Director

EQUIPO TÉCNICO

Unidad de Análisis Económico

Paola Arias, Jefe

Daniela Londoño, Profesional

Michael Bryan, Profesional

Sara Gómez, Profesional

Marcela Jiménez, Analista

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Jorge Castaño, Superintendente Financiero de Colombia

Juliana Lagos, Directora de Investigación y Desarrollo

EQUIPO TÉCNICO

Ernesto Murillo, Subdirector de Análisis e Información

Mariana Escobar, Asesora

Kelly Granados, Profesional

Yamile Castro, Profesional

UN PRODUCTO CONCEBIDO POR:

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES

Calle 28 No. 13a - 15, piso 38

Teléfono: 4 86 30 00

Línea de servicio al cliente: 756 1172

Otras ciudades: 01 8000 180 720

www.bancadelasoportunidades.gov.co

Bogotá, Colombia

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Calle 7ª No. 4 - 49

Teléfono: 3078042

Línea Gratuita Nacional: 018000 120 100

www.superfinanciera.gov.co

Bogotá, Colombia

.Puntoaparte
bookvertising

Aviso legal: El siguiente documento contiene una recopilación y análisis de indicadores de inclusión financiera en Colombia, producido por la Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades. Este reporte es publicado con fines informativos y académicos para conocer el estado actual de inclusión financiera en Colombia, con información de la oferta en términos de acceso y uso. Por lo anterior, y teniendo en cuenta que es una interpretación que se realiza de la información mencionada, Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia no asumen responsabilidad alguna relacionada con el contenido, alcance o sobre el uso que los usuarios le den a la información que se encuentra en el Reporte. Impreso en Bogotá, Colombia. Junio de 2019.

El contenido de la información de este Reporte de Inclusión Financiera podrá ser reproducido o distribuido sin modificaciones para uso institucional, exclusivamente. Cualquier otra utilización que se haga de su contenido, incluida su distribución, reproducción, modificación, divulgación o transmisión sin el previo consentimiento por escrito de Banca de las Oportunidades y/o Superintendencia Financiera de Colombia se encuentran prohibidos. Las modificaciones que se introduzcan a la información serán responsabilidad del usuario, siempre citando como fuente la información de los autores.

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

AFI	Alliance for Financial Inclusion
CAE	Cuentas de ahorro electrónicas
CATS	Cuentas de ahorro de trámite simplificado
CDT	Certificado de depósito a término
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
DE	Depósitos electrónicos
DIDIF	Departamento de Desarrollo Internacional del Reino Unido
DNP	Departamento Nacional de Planeación
EDIF	Estudio de demanda de inclusión financiera
FAO	Food and Agriculture Organization
FINAGRO	Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario
GMF	Gravamen a los movimientos financieros
IPM	Índice de pobreza multidimensional
ONG	Organización no gubernamental
PEA	Población económicamente activa
PND	Plan Nacional de Desarrollo
SEDPE	Sociedad Especializada en Pagos y Depósitos Electrónicos
SES	Superintendencia de la Economía Solidaria
SFC	Superintendencia Financiera de Colombia
SMMLV	Salario mínimo mensual legal vigente
UVT	Unidad de Valor Tributario
TDA	Títulos de Desarrollo Agropecuario

ÍNDICE



PRINCIPALES HALLAZGOS

PÁGINA 8



COBERTURA FINANCIERA
PARA LA ÚLTIMA MILLA

PÁGINA 20



LA TRANSFORMACIÓN A TRAVÉS
DE LA DIGITALIZACIÓN

PÁGINA 34



DINÁMICAS DE GÉNERO

PÁGINA 46



LAS DIFERENCIAS
GENERACIONALES

PÁGINA 56



LA BRECHA URBANO RURAL

PÁGINA 68



MICROCRÉDITO: UNA
HERRAMIENTA INCLUSIVA

PÁGINA 84



EL ACCESO A SEGUROS

PÁGINA 92

INTRODUCCIÓN

La Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades se complacen en presentar el 8° Reporte de Inclusión Financiera, que tiene como objetivo medir el progreso en la materia, así como la identificación de prioridades y objetivos estratégicos para el país. Desde 2011, en el Reporte se han presentado las principales cifras de la oferta de servicios financieros alrededor de las dimensiones de acceso, uso, calidad y bienestar, tal como están definidas por la *Alliance for Financial Inclusion - AFI*.

Una buena medición de la inclusión financiera fomenta los avances tanto en la oferta de productos y servicios, como en la formulación de políticas y programas ajustados al contexto, características y necesidades de la población colombiana. Estos avances resultan esenciales para promover el desarrollo económico y la reducción de la pobreza en dos sentidos. Por un lado, como canal indirecto, la inclusión financiera mejora la formalización de la economía y permite canalizar recursos a actividades productivas, necesarias para promover el crecimiento económico. Por el otro, como canal directo, disminuye la vulnerabilidad ante eventos económicos adversos y eleva las condiciones de vida de la población de bajos ingresos, en la medida en que facilita la estabilización de las sendas de consumo de los hogares ante fluctuaciones en el ingreso.

En 2018 Colombia logró importantes hitos en inclusión financiera. Mantuvo la cobertura financiera en todos los municipios del país, además de que logró incrementar su indicador de inclusión financiera, cerrando en 81,4%. Esto significa que había 28,0 millones de adultos con algún producto financiero que demandan servicios centrados en el cliente, mayor comodidad a través de la omnicanalidad y transparencia del sistema financiero, mientras que persistían 6,3 millones de adultos a los que se debe llegar

con soluciones diferenciadas e innovadoras para superar las barreras que están limitando su acceso.

Además, el auge de la innovación tecnológica empezó a impulsar la inclusión financiera en Colombia. El 2018 fue el año en el que entró en funcionamiento la primera SEDPE en el país y las operaciones realizadas a través de internet superaron por primera vez los realizados en oficinas en número y monto. Estos logros han sido reconocidos nacional e internacionalmente. En 2018 Colombia continuó liderando el escalafón del Microscopio Global realizado por *The Economist Intelligence Unit*, que evalúa el ambiente para la inclusión financiera en 55 países y se consolidó como el tercer ecosistema Fintech de acuerdo con Finnovista.

También se realizaron importantes esfuerzos para complementar la información generada desde la oferta, con la publicación de los resultados de la segunda toma de la Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera y la primera Encuesta de Demanda de Seguros en Colombia. El punto de vista de los consumidores financieros recogidos a través de estas encuestas cobra cada vez mayor relevancia, en la medida en que la innovación financiera está transformando la forma en la que se diseñan y entregan los servicios financieros.

A pesar de los avances logrados, persiste la necesidad de llevar inclusión financiera a los que históricamente han estado desatendidos, como las mujeres, los jóvenes y la población rural. Este reto nos obliga a revisar la forma en la que analizamos y presentamos los datos, lo cual implica enfocarnos en lograr un mayor entendimiento de las brechas existentes, del comportamiento de la demanda de servicios financieros y del poder disruptivo de las innovaciones tecnológicas en la prestación de estos servicios.

Frente a estas circunstancias, presentamos una edición renovada del Reporte de Inclusión Financiera en términos de estructura e indicadores que

reflejan las prioridades y focos estratégicos en la materia. En el primer capítulo se exhiben los principales hallazgos sobre lo ocurrido en 2018 y en los siguientes seis capítulos se examinan las principales brechas según niveles de ruralidad, pobreza, rangos de edad y género; los avances y retos de la digitalización financiera y de la cobertura financiera para la última milla; y el rol del microcrédito como motor de desarrollo.

Adicionalmente, con el objetivo de ofrecer más acceso a los datos de proveedores de servicios financieros, hacedores de política pública, la academia y del público interesado, se habilitará la descarga de anexos de información para que se usen libremente. Estos anexos están estructurados alrededor de las dimensiones definidas por AFI y presentan las bases de datos e indicadores clave para continuar realizando seguimiento a la inclusión financiera en el país. Esta información puede ser descargada en www.superfinanciera.gov.co y www.bancadelasoportunidades.gov.co

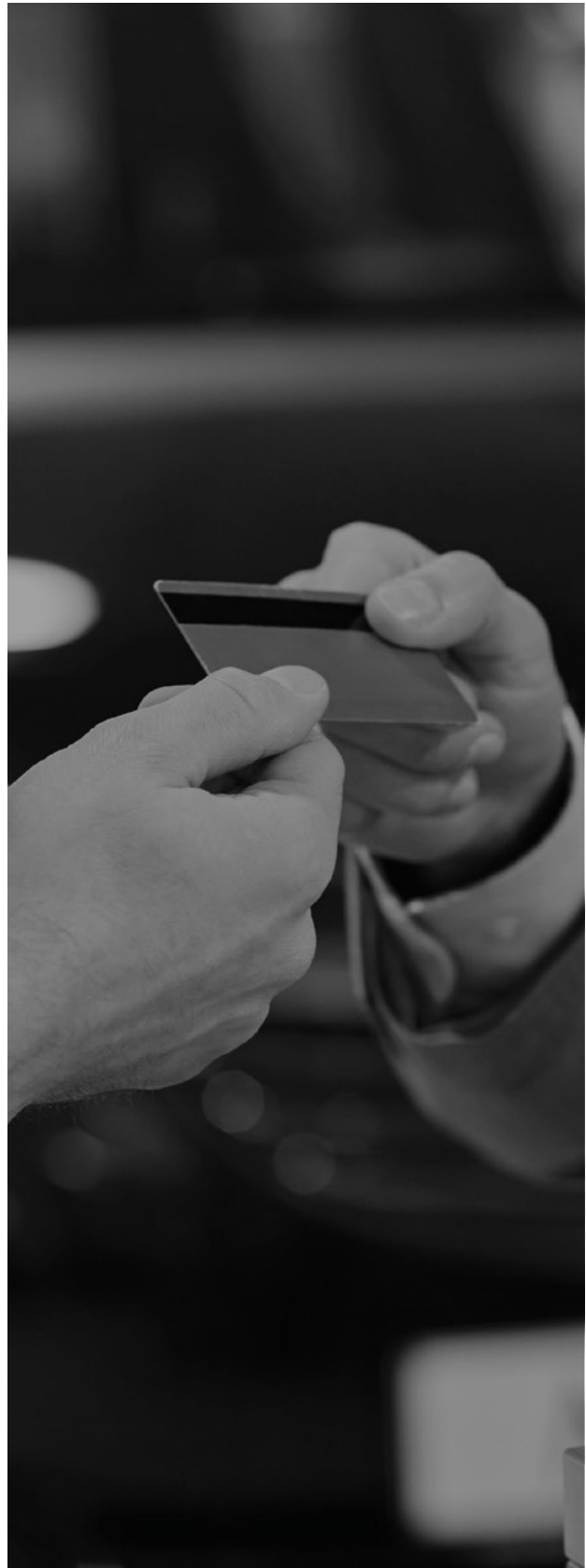
Por último, queremos agradecer por su esfuerzo y dedicación en la elaboración de este reporte al equipo de la Superintendencia Financiera de Colombia: Ernesto Murillo, Mariana Escobar, Kelly Granados y Yamile Castro y al equipo de Banca de las Oportunidades: Paola Arias, Daniela Londoño, Michael Bryan, Sara Gómez y Marcela Jiménez.

Jorge Castaño Gutiérrez

Superintendente Financiero de Colombia

Freddy H Castro B

Director de Banca de las Oportunidades





1

PRINCIPALES HALLAZGOS

Los avances recientes en inclusión financiera en Colombia han sido significativos. La adopción de nuevos canales, jugadores y productos le permitieron al sistema financiero mejorar su cobertura, transaccionalidad y acceso. En la última década, se vincularon más de 12 millones de colombianos al sistema financiero, con lo cual el indicador de inclusión financiera pasó de cerca del 55,5% en 2008 al 81,4% en 2018. Esto quiere decir que, en el último año, de los 34 millones de adultos del país, 28,0 millones tenían acceso, al menos, a un producto financiero^{1,2}. Específicamente, 26,8 millones de adultos tenían al menos un producto de depósito y 13,9 millones algún crédito vigente. En 2018, los productos con mayor penetración han sido la cuenta de ahorro y el crédito de consumo, incluyendo la tarjeta

de crédito. En efecto, 25,8 millones de adultos tenían una cuenta de ahorro, 8,9 millones una tarjeta de crédito y 6,8 millones un crédito de consumo³.

Pese a estos avances, persisten dos retos de gran envergadura. Por un lado, incluir financieramente a 6,3 millones de adultos colombianos, equivalentes al 18,6% de la población mayor de edad del país. De estos, el 40,9% está en las ciudades, el 25,1% en municipios intermedios, el 17,8% en municipios rurales y el 16,2% en municipios rurales dispersos. Para esto, se requieren soluciones diferenciadas que permitan superar las barreras que limitan el acceso a servicios financieros de ciertos segmentos de la población, dadas las heterogeneidades etarias, geográficas y de género. Los jóvenes y la población rural, en particular, son los más desatendidos.

1. El número de adultos con algún producto se mide por cédulas de ciudadanía. El indicador de inclusión financiera se calcula como el cociente entre adultos con algún producto financiero sobre la población adulta proyectada por el DANE.
2. El cálculo del número de adultos con algún producto financiero contempla tres tipos de entidades: los establecimientos de crédito vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia, las cooperativas con actividad financiera vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria y las ONG microcrediticias. En el primer trimestre de 2018, se hizo una rigurosa revisión de la clasificación de las entidades, donde aquellas que no cumplieran con esta tipificación fueron depuradas.
3. En el número de adultos con productos se diferencia el crédito de consumo de la tarjeta de crédito.

PRINCIPALES INDICADORES DE ACCESO Y USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS, 2018



81,4%

de los adultos estaba incluido financieramente



68,5%

de los adultos tenía algún producto financiero activo o vigente



78,0%

de los adultos contaba con algún producto de depósito



40,5%

de los adultos tenía algún producto de crédito vigente

Si bien el acceso ha aumentado en los últimos años, el nivel de uso, medido como el porcentaje de adultos con al menos un producto financiero activo o vigente⁴ como proporción del total de adultos con productos, se ha mantenido constante, en los últimos años, cerrando 2018 en 84,1%. Adicionalmente, la relación entre el número de adultos con algún producto financiero activo o vigente y la población adulta del país se ubicó en el 68,5% al cierre de 2018.

En el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 se estableció como meta para los próximos cuatro años aumentar el indicador de inclusión financiera al 85,0%. Partiendo de las proyecciones del censo poblacional de 2005, al menos 1,3 millones de adultos deberían ingresar al sistema financiero en los próximos cuatro años. De estos, más de medio millón debería pertenecer a municipios rurales y rurales dispersos, lo que a su vez permitiría incrementar el indicador de inclusión financiera rural del 60,7% al 68,0%. Asimismo, el PND plantea incrementar el indicador de inclusión financiera de adultos con productos activos o vigentes del 68,5% al 77,0%, lo que implica que cerca de 4,6 millones de adultos empiecen a utilizar sus productos.



Las brechas en los indicadores de acceso

El acceso a servicios financieros formales es heterogéneo en términos de las características sociodemográficas de la población, como su nivel de pobreza, dispersión geográfica, ruralidad, edad y género.

Por ubicación geográfica, los departamentos con mayor densidad poblacional y menor incidencia de

la pobreza tienen los indicadores más altos de inclusión financiera. Bogotá, que registró el mayor indicador de 98,7%, tenía una densidad poblacional de 3.693 adultos por cada kilómetro cuadrado y un indicador de pobreza multidimensional del 24,3%. Por su parte, los departamentos con menor densidad y mayor pobreza son los más rezagados en inclusión. Vaupés, con el indicador más bajo de 27,7%, tenía una densidad poblacional de solo un adulto por kilómetro cuadrado y el 68,1% de su población era pobre multidimensionalmente.

Adicionalmente, tanto el acceso a productos financieros como la cobertura caen a medida que aumenta la ruralidad de los municipios⁵. En cuanto al acceso, el indicador de inclusión financiera osciló entre el 88,7% para las ciudades y aglomeraciones y el 55,4% para los municipios rurales dispersos. En relación con la presencia financiera, ésta continuó concentrándose en las urbes del país. En las ciudades, por cada 100 mil adultos, hubo 485 puntos de acceso⁶. En contraste, en los municipios rurales y rurales dispersos este indicador fue de 255.

La inclusión financiera también varió por rangos de edad, siendo los adultos más jóvenes o la generación de los *centennials*⁷, con edades entre los 18 y 25 años, los más excluidos financieramente. Mientras el indicador de este grupo etario fue del 57,3%, el de la población entre los 41 y 65 años o *baby boomers*, que tuvo el indicador más alto, fue del 89,1%.

Por género, persisten brechas en el acceso a servicios financieros a favor de los hombres. En 2018, el 80,0% de las mujeres adultas del país tenía acceso a al menos un producto financiero, en comparación con el 82,6% de los hombres. La mayor diferencia fue a nivel de los desembolsos de créditos, donde los montos promedio de los préstamos otorgados a mujeres fueron inferiores al de los hombres para todas las modalidades de colocación.

4. Un producto de depósito se considera activo cuando tuvo al menos un movimiento en los últimos seis meses. Un producto de crédito está vigente cuando la obligación está abierta.

5. Ver capítulo 6: La brecha urbano rural.

6. Esta medición incluye oficinas y corresponsales.

7. *Centennials* son consideradas como las personas que tienen entre 18 y 25 años.



Hay que continuar incentivando el uso de productos financieros

A diciembre de 2018, cerca de 23,5 millones de adultos tenían por lo menos un producto activo o vigente, esto fue el 68,5% de la población adulta del país y 84,1% de los adultos incluidos financieramente.

Las diferencias registradas en el nivel de uso a nivel departamental, por ruralidad, género, grupo etario y quintiles de pobreza fueron menores a las observadas en el indicador de inclusión financiera. Por departamentos, el nivel de uso osciló entre 74,4% y 87,3%, una diferencia de 12,9 puntos porcentuales. Los departamentos con mayor nivel de uso fueron Antioquia (87,3%), Bogotá (86,9%) y Huila (86,7%), mientras que los que registraron el menor nivel de uso fueron Arauca, Vichada y Vaupés, con niveles inferiores a 79,0%.

En cuanto al nivel de ruralidad, la brecha en nivel de uso fue de dos puntos porcentuales entre las ciudades y aglomeraciones con 84,7% y los municipios rurales y rurales dispersos con 82,9%. Adicionalmente, para el 20% de los municipios con los niveles más bajos de pobreza multidimensional, el nivel de uso fue de 85,2% y de 81,5% para el 20% de los municipios con los niveles de pobreza más altos. Esto implica una brecha de 3,7 puntos porcentuales.

Por género, el nivel de uso de las mujeres fue menor al de los hombres en 0,6 puntos porcentuales: 83,8% frente al 84,4%, respectivamente. Finalmente, por grupos etarios, se observan niveles de uso similares para la mayoría de los grupos etarios, salvo para los adultos mayores a 65 años, quienes registraron un nivel de uso del 72,1%, en comparación con el 85,8% de las personas entre 18 y 25 años o el 87,8% de los que estaban a en el rango de edad entre 25 y 40 años.



Los productos de depósito y crédito en la inclusión financiera

En 2018 el 78,0% de los adultos tenía al menos un producto de depósito⁸, de los cuales el 77,6% los tenían activos. La cuenta de ahorro tradicional fue el producto con mayor penetración, 25,8 millones de adultos, el 75,2%, tenían al menos una⁹. El número de adultos con cuenta de ahorro tradicional creció en el último año en 2,4% y su nivel de uso cerró en del 68,5%.

En 2018 había un total de 68,9 millones de cuentas de ahorro, tradicionales, de trámite simplificado y electrónicas. Las tradicionales fueron las de mayor penetración, seguidas por las CATS. Con relación a las cuentas de ahorro tradicional, había un total de 62,5 millones, de las cuales 25,8 millones se encontraban activas. Frente a 2017, el total de cuentas de ahorro tradicionales creció en 5,3%, pero las activas se redujeron en 0,5%. De este modo, el nivel de actividad de este producto se redujo de 43,8% al 41,3%¹⁰. Por tipo de entidad, el mayor nivel de actividad de las cuentas se presentó en las cooperativas vigiladas por la Supersolidaria, en donde el 68,7% de las cuentas de ahorro estaban activas, mientras que el menor lo presentaron los bancos y las com-

8. 26,8 millones de adultos tenían al menos un producto de depósito.

9. Por tipo de entidad, se evidenció que 25,7 millones de adultos tenían su cuenta de ahorro en los establecimientos de crédito y 283.700 en las cooperativas con actividad financiera vigiladas por la Supersolidaria.

10. El nivel de actividad corresponde al cociente entre el número de cuentas activas y el total de cuentas. Por su parte, el nivel de uso corresponde al cociente entre el número de adultos con productos activos y el número de adultos con productos.

pañías de financiamiento, con un 39,8% y 39,9%, respectivamente.

Al finalizar 2018, el 93,2% de las cuentas de ahorro tradicionales se concentró en los bancos, participación que se ha mantenido en los últimos años. El saldo promedio de las cuentas de ahorro fue de \$2,9 millones. Específicamente, había 46,3 millones de cuentas cuyo saldo individual fue de hasta 1 SMMLV. El saldo promedio de las cuentas en este rango fue de \$50.588. Adicionalmente, existían 2,8 millones de cuentas cuyo saldo estuvo entre 1 y 3 SMMLV. En este segmento, el saldo promedio fue \$1,4 millones. Finalmente, había 1,1 millones de cuentas con saldos entre 3 y 5 SMMLV con un saldo promedio de \$3,0 millones.

En cuanto a las CATS, se registraron 2,3 millones de cuentas a finales de 2018, 76,8% más que en 2017. A su vez, las CATS activas fueron 1,3 millones, lo que significó un crecimiento de 117,5% en el mismo periodo de tiempo. Estas cuentas fueron las que tuvieron el mayor nivel de actividad con el 56,1%. Las CATS fueron ofrecidas por siete entidades financieras, una más que en 2017.

El segundo producto de depósito más común fue el depósito electrónico (DE). Al finalizar el año, en el país había 4,9 millones de depósitos electrónicos, de

los cuales el 39,0% estaban activos. Frente al 2017, el crecimiento en el número de DE fue 18,0%. El número de DE de trámite simplificado, equivalentes al 98,0% de los DE, aumentó en 17,1%, llegando a más de 4,7 millones, de los cuales 38,5% se encontraban activos.

Los DE cada vez son ofrecidos por un mayor número de entidades financieras: al cierre de 2018, once entidades ofrecían depósitos electrónicos¹¹. Un año atrás, solo tres entidades bancarias contaban con depósitos electrónicos.

Finalmente, le siguieron las cuentas de ahorro electrónicas (CAE). Al finalizar 2018, había cerca de 4,1 millones, de las cuales 1,6 millones estaban activas (38,2%). El saldo promedio de las CAE fue de \$36.405. Llama la atención que el número de CAE tuvo un incremento de 1,3% y que el número de cuentas activas disminuyó en 15,8% en el último año. Las CAE son ofrecidas mayoritariamente por la banca pública.

En cuanto a los productos de créditos, al cierre de 2018, cerca de 13,9 millones de adultos, el 40,5%, contaban con uno vigente. La tarjeta de crédito fue el producto más utilizado: con 8,9 millones de adultos tenía una. Le siguió el crédito de consumo, con 6,8 millones de adultos, y del microcrédito, con 3,1 millones. El producto con menor penetración fue el crédito de vivienda, con 1,1 millones.

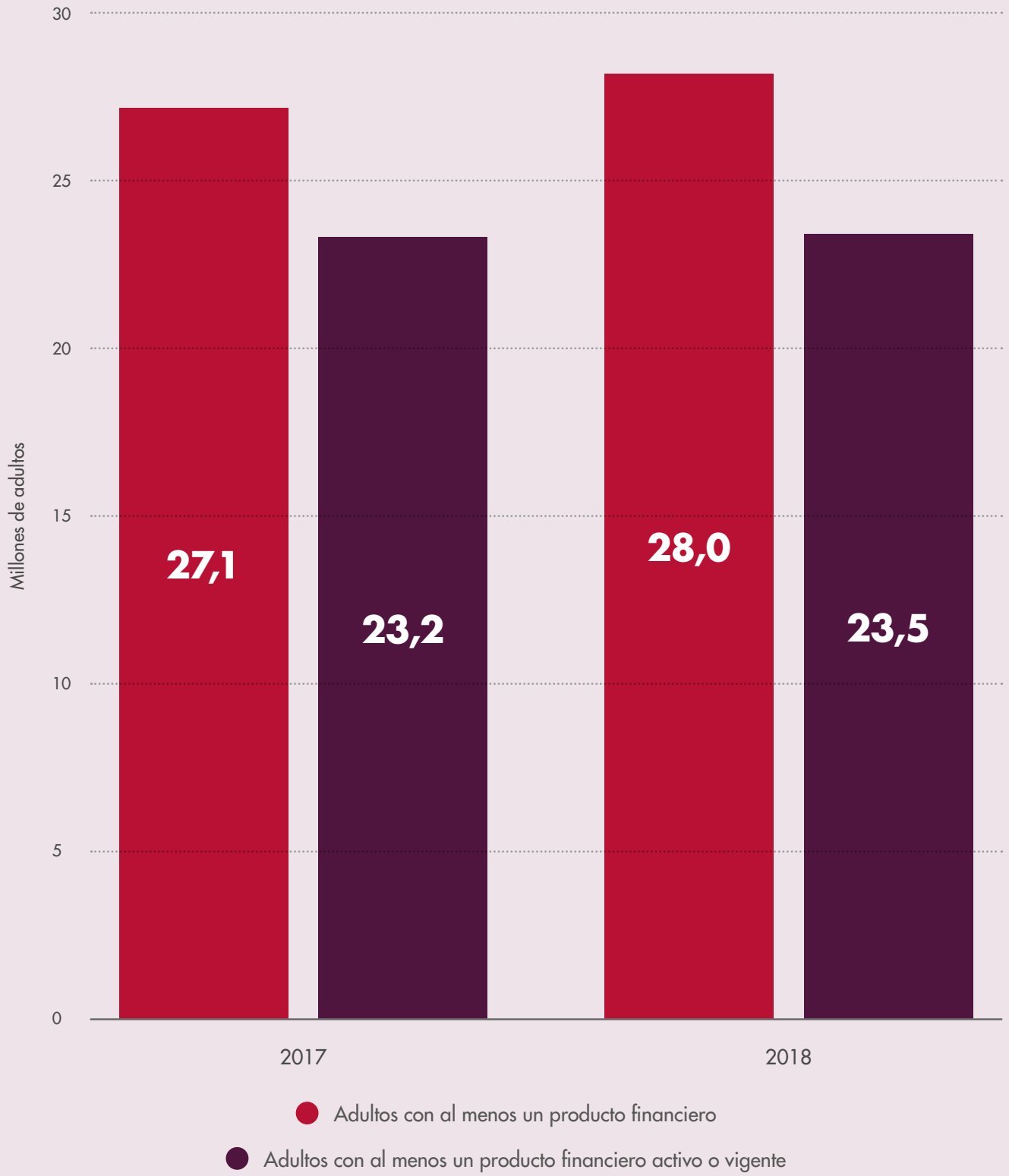
La mayoría de adultos tiene sus productos con los establecimientos de crédito

Por tipo de entidad, los establecimientos de crédito vigilados por la Superfinanciera han vinculado la mayor parte de población al sistema financiero. A diciembre de 2018 el 80,5% de la población adulta, 27,6 millones, tenía al menos un producto en los establecimientos de crédito, 5,1%, es decir, 1,7 millones de personas en las cooperativas con actividad financiera vigiladas por la Supersolidaria y el 4,1% (1,4 millones de adultos) en las ONG especializadas en la colocación de microcréditos.

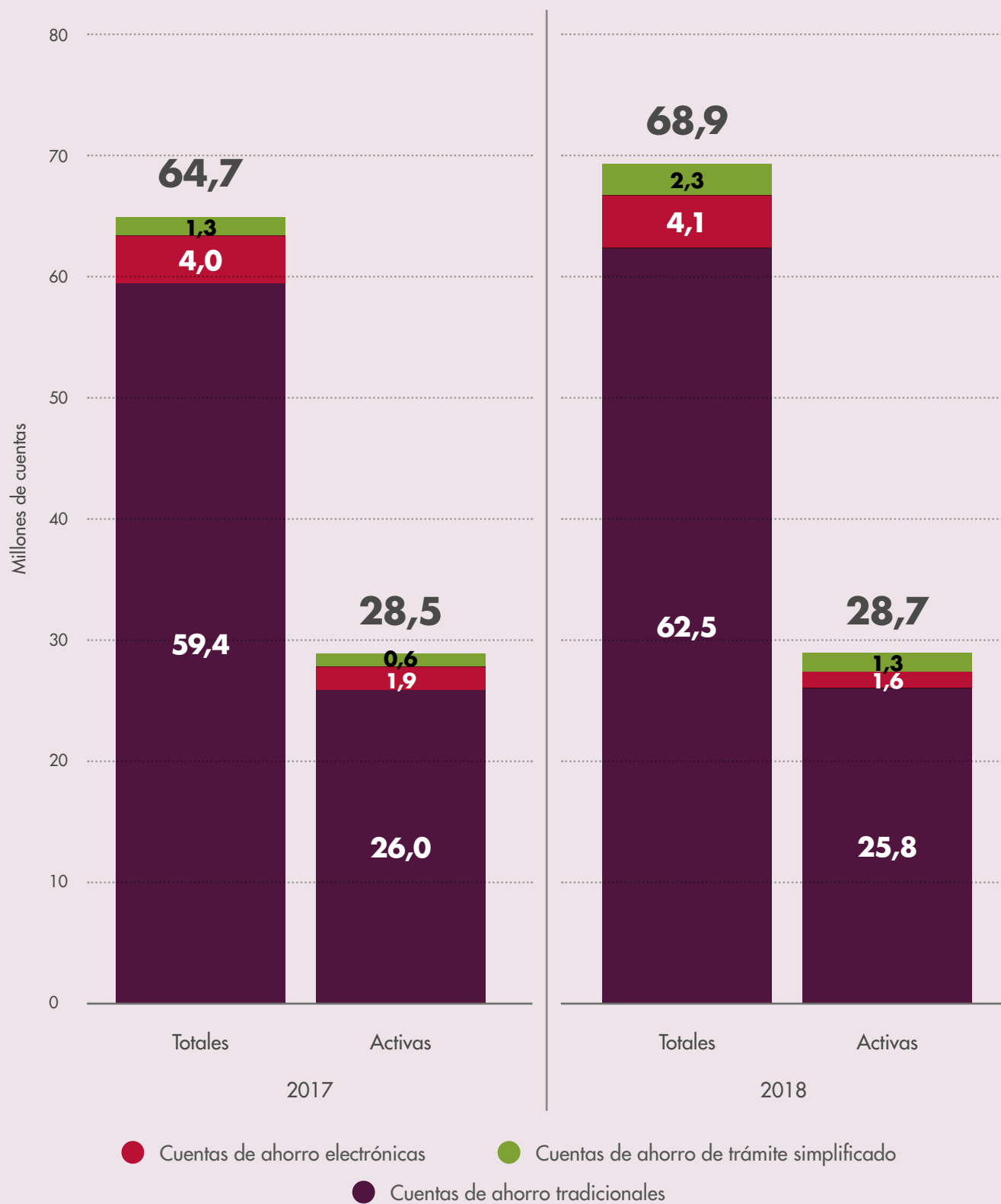


11. De ese total, cuatro ofrecían únicamente depósitos electrónicos de trámite simplificado.

Gráfico 1.1. Número de adultos con productos financieros totales y activos o vigentes en 2017 y 2018



Fuente: Banca de las Oportunidades.

Gráfico 1.2. Número de cuentas de ahorro totales y activas en 2017 y 2018

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.



Los canales digitales toman fuerza a nivel transaccional

En los establecimientos de crédito vigilados por la Superfinanciera se realizaron 6.334 millones de transacciones, de las cuales 2.899 millones fueron transacciones monetarias en 2018. Estas últimas, que no incluyen la consulta de saldos, se efectuaron por un valor de \$7.183 billones, que evidencia un monto promedio de \$2,5 millones por transacción. Frente a 2017, hubo un aumento en el número de operaciones y una caída en el monto transado, dado que en ese año se realizaron 5.451 millones de transacciones y se movilizaron \$7.209 billones.

Al igual que en 2017, el internet continuó siendo el canal en el que se realizaron el mayor número de transacciones. En efecto, este canal registró el 49,8% del total de transacciones monetarias y no monetarias, seguido por los cajeros automáticos con el 12,9% y los datáfo-

nos o POS con el 10,0%. En cuanto al monto transado, el internet concentró el 39%, seguido por las oficinas con el 37,5% y los ACH con el 15,8%. Al cierre de 2018, por primera vez, las transacciones monetarias a través de internet superaron a las realizadas en oficinas, señalando una mayor preferencia por el canal digital.

Los canales que más crecieron frente al año anterior fueron los de telefonía móvil, 61,0% en el número de transacciones y 71,4% real anual en el valor total transado, seguido por los corresponsales bancarios, con una tasa de crecimiento del 38,8% en el número de transacciones y del 39,5% en el valor transado. El número de transacciones por internet creció en 22,4%.

La transacción que más realizaron los colombianos en 2018 fue la consulta de saldo, representando el 54,2% del total de transacciones, le siguieron los pagos con el 23,9% y los retiros con el 13,3%. Frente a 2017, el envío de giros fue la transacción que más creció con una tasa del 30,3%. En relación con el monto, los pagos representaron el 39,1% del total transado, seguido por las transferencias con un 36,3%.

La inclusión financiera empresarial



Al finalizar 2018, 947.464 empresas¹² tenían al menos un producto financiero formal. Aunque en los últimos años el número de empresas incluidas financieramente ha aumentado, la tasa de crecimiento durante el último año disminuyó. La mayoría de las empresas colombianas incluidas tenía sus productos financieros en los establecimientos de crédito (946.520) y una menor proporción en las cooperativas con actividad financiera vigiladas por la Supersolidaria (4.050) y las ONG microcrediticias (718)¹³.

El producto financiero de mayor penetración entre las empresas colombianas fue la cuenta de ahorro; 650.189 empresas tenían este producto. En productos de depósito, le siguieron la cuenta corriente (502.986) (Gráfico 1.3). Por su parte, el crédito comercial fue el producto de crédito con mayor penetración (255.410), seguido de las tarjetas de crédito (96.499) y el microcrédito (12.952) (Gráfico 1.4).

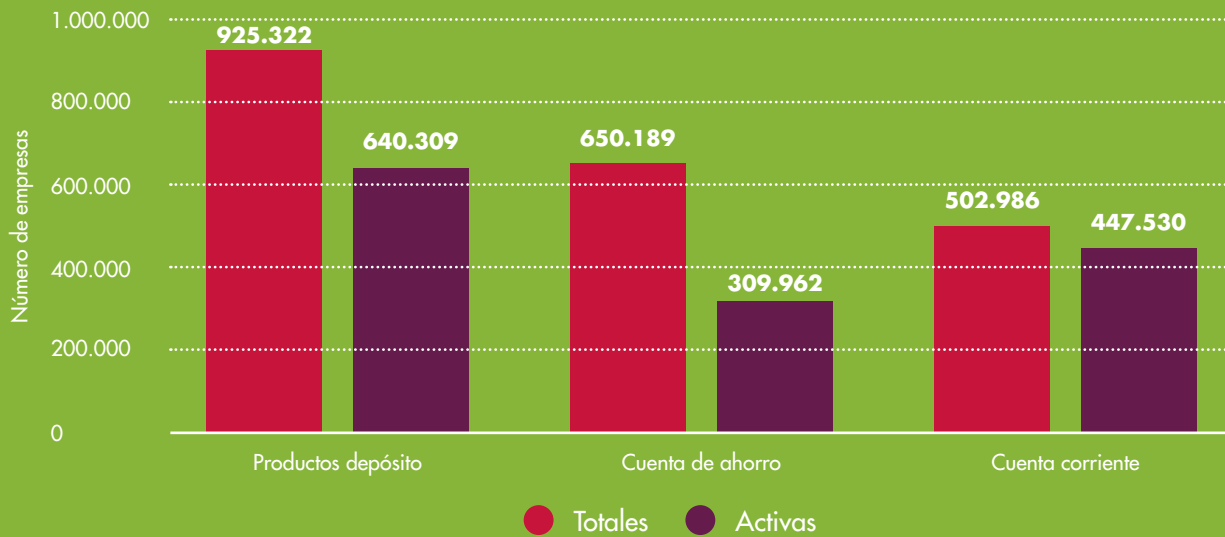
Del total de empresas con algún producto financiero, el 71,6% los tenía activos o vigentes (677.971). Vale la pena resaltar que, si bien el número de empresas con algún producto financiero activo o vigente ha crecido en los últimos años, este crecimiento ha sido menor al del número de empresas con productos financieros. Esto ha hecho que el nivel de uso de las empresas haya caído ligeramente en los últimos años, al pasar de 72,1% en 2017 a 71,6% en 2018. El nivel de uso de las empresas fue inferior al registrado por las personas naturales. Al respecto, es relevante resaltar que el nivel de uso varía considerablemente dependiendo del producto. Mientras que la cuenta de ahorro tenía un nivel de uso del 47,7%, la cuenta corriente del 89,0%.

12. Se refiere a las empresas que están constituidas como sociedades.

13. Las empresas se contabilizan por NIT, por lo que la suma de las empresas con productos en establecimientos de crédito más cooperativas y ONG no equivale al total de empresas con al menos un producto financiero.

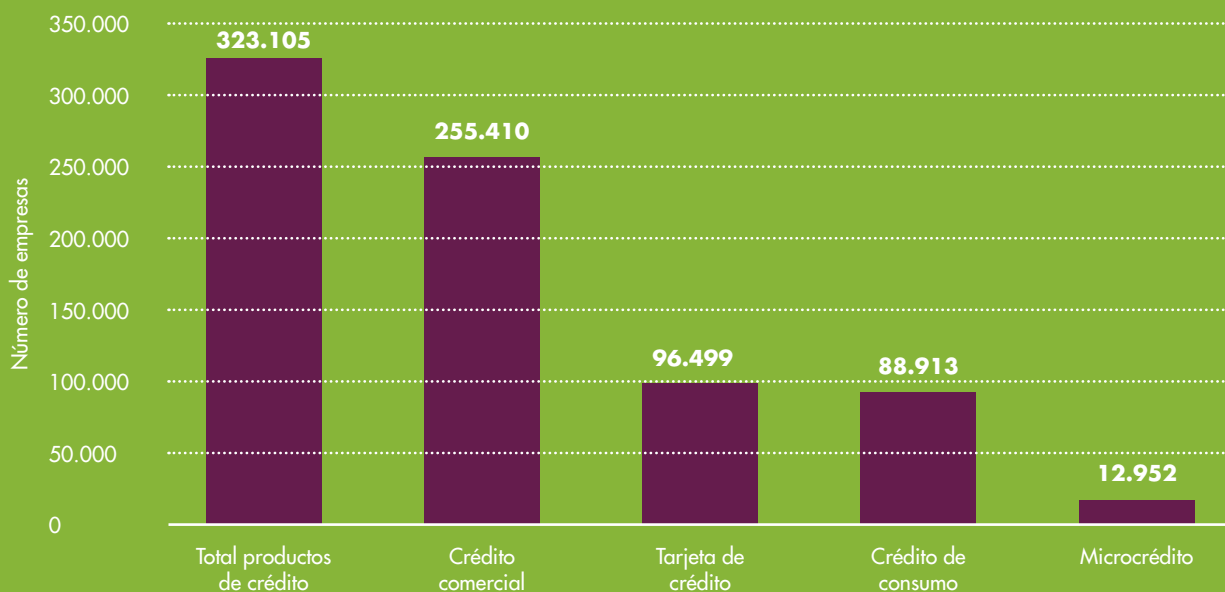


Gráfico 1.3. Número de empresas con algún producto de depósito, 2018



Fuente: Banca de las Oportunidades.

Gráfico 1.4. Número de empresas con algún producto de crédito, 2018



Fuente: Banca de las Oportunidades.

Tabla 1.1. Principales indicadores de inclusión financiera, 2018

Categoría	Subcategoría	% de adultos con productos financieros	% de adultos con productos financieros activos o vigentes	% de adultos con productos que los usa activamente
	Total nacional	81,4	68,5	84,1
Rangos de edad	18-25	57,2	49,1	85,8
	26-40	87,6	76,9	87,8
	41-65	89,1	74,2	83,3
	Más de 65	77,4	55,8	72,1
Género	Hombres	82,5	69,1	83,8
	Mujeres	80,0	67,5	84,4
Niveles de ruralidad	Ciudades y aglomeraciones	88,7	75,1	84,7
	Municipios intermedios	71,2	58,6	82,4
	Municipios rurales	66,0	54,7	82,9
	Municipios rurales y rurales dispersos	55,4	45,3	82,9
Departamentos	Amazonas	84,2	63,2	75,1
	Antioquia	84,7	73,9	87,3
	Arauca	78,1	61,4	78,6
	Archipiélago de San Andrés	65,2	53,5	82,1
	Atlántico	78,5	65,0	82,8
	Bogotá, D.C.	98,7	85,7	86,9
	Bolívar	69,5	58,6	84,3
	Boyacá	78,0	64,1	82,2
	Caldas	77,4	63,7	82,4
	Caquetá	61,7	51,3	83,1
	Casanare	97,1	81,5	83,9
	Cauca	63,0	52,2	82,9
	Cesar	81,3	67,2	82,7
Chocó	53,5	44,7	83,5	

Categoría	Subcategoría	% de adultos con productos financieros	% de adultos con productos financieros activos o vigentes	% de adultos con productos que los usa activamente
Departamentos	Córdoba	65,8	54,3	82,6
	Cundinamarca	79,9	67,4	84,3
	Guainía	40,5	32,6	80,5
	Guaviare	60,2	50,0	83,0
	Huila	82,6	71,6	86,7
	La Guajira	46,5	36,3	78,2
	Magdalena	75,8	62,7	82,7
	Meta	85,1	69,9	82,2
	Nariño	61,2	50,8	82,9
	Norte de Santander	85,0	70,0	82,3
	Putumayo	70,5	57,9	82,1
	Quindío	75,0	60,3	80,4
	Risaralda	88,2	72,0	81,6
	Santander	90,1	74,9	83,1
	Sucre	71,9	58,9	81,9
	Tolima	81,0	67,7	83,6
	Valle del Cauca	81,0	64,9	80,1
	Vaupés	27,7	20,7	74,7
Vichada	44,6	33,2	74,4	
Quintiles de pobreza multidimensional	Primero	86,3	73,6	85,2
	Segundo	82,0	68,0	82,8
	Tercero	78,8	66,0	83,8
	Cuarto	66,2	54,7	82,7
	Quinto	59,2	48,3	81,5

Fuente: Banca de las Oportunidades y DANE.



2

COBERTURA FINANCIERA PARA LA ÚLTIMA MILLA

En la última década la infraestructura financiera de Colombia se ha fortalecido significativamente. Al tradicional modelo de atención con oficinas se sumaron los corresponsales bancarios, cuya estructura liviana ha permitido que el sistema financiero llegue a regiones apartadas y poco pobladas, aumentando su capilaridad y garantizando al menos un punto de acceso en los 1.102 municipios del país.

Sin embargo, la prevalencia del canal de corresponsalía sobre las oficinas y el advenimiento de la

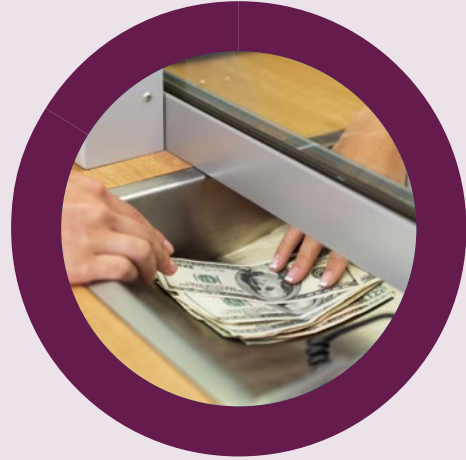
transformación digital, suponen retos importantes como la integración del modelo de oficinas con innovaciones tecnológicas que permitan mantenerse como un canal relevante ante las necesidades cambiantes de los consumidores financieros, el aumento del nivel de actividad y uso de los corresponsales y la búsqueda de estrategias para llegar a la última milla, garantizando la presencia efectiva del sistema financiero en los municipios con cobertura vulnerable.

NÚMERO DE PUNTOS DE ACCESO AL SISTEMA FINANCIERO, 2018



135.797

Corresponsales



7.812

Oficinas



16.192

Cajeros automáticos



421.946

Datáfonos



El modelo de corresponsalía: pilar de la infraestructura financiera en Colombia

La cobertura financiera en Colombia se fortaleció en el último año. Al cierre de 2018, había 465 puntos de acceso por cada 100 mil adultos y 167 puntos por cada mil kilómetros cuadrados¹. Entre 2017 y 2018, se adicionaron 91 puntos por cada 100 mil adultos y 32 por mil kilómetros cuadrados, respectivamente (Gráfico 2.1).

Esta tendencia se explicó, principalmente, por la evolución de los corresponsales bancarios, consolidados como el canal con las tasas de apertura más altas en los últimos años. Mientras que en 2018 el número de corresponsales creció en 29,2%, los cajeros registraron un crecimiento de un dígito y las oficinas se mantuvieron inalteradas. Así, la participación del número de corresponsales en el total de puntos de acceso (excluyendo los datáfonos) creció en más de tres puntos porcentuales, cerrando 2018 en 85,0%. Los cajeros automáticos y las oficinas perdieron terreno, llegando a 10,1% y 4,9% de los puntos de acceso, respectivamente.

El dinamismo en el uso del modelo de corresponsalía ha sido generalizado y evidencia la preponderancia que tiene en las estrategias de ampliación de cobertura de las entidades que hacen uso de este canal. En 2018, la red de corresponsales de las cooperativas financieras² se expandió en 30,7%, la de los bancos en 28,9% y la de las compañías de financiamiento en 8,2%. La primera Sociedad Especializada en Pagos y Depósitos Electrónicos (SEDPE) tuvo un total de 1.230 corresponsales propios, los cuales anteriormente estaban tercerizados.

El ritmo de apertura de corresponsales ha sido significativamente superior al de oficinas para todos los tipos de entidad. Entre los bancos, la tasa de crecimiento de los corresponsales fue superior al de las oficinas en 30,1 puntos porcentuales, mientras que esta diferencia fue de 28,3 y 3,8 puntos, entre las cooperativas y las compañías de financiamiento, respectivamente.

La infraestructura financiera consolidada con esta estrategia ha sido jalonada principalmente por el sector bancario. Al finalizar 2018, los bancos concentraban más del 95% del total de corresponsales y el 5% restante se distribuyó entre los otros cuatro tipos de entidades. Estos niveles de concentración se han mantenido en los últimos años.



La reinención del canal de oficinas

Las oficinas han sido el canal tradicionalmente preferido por los colombianos para acceder al portafolio de servicios ofrecido por el sistema financiero, pero tendencias recientes sugieren que requieren una reinención para mantener su relevancia.

Por un lado, la red nacional de oficinas no ha alcanzado la penetración y masificación que tienen los corresponsales y, recientemente, ha dejado de expandirse. En el último año, los bancos, los principales usuarios de este canal, disminuyeron su presencia con oficinas en 71 puntos. Esta reducción se compensó con la ampliación de la red de las cooperativas finan-

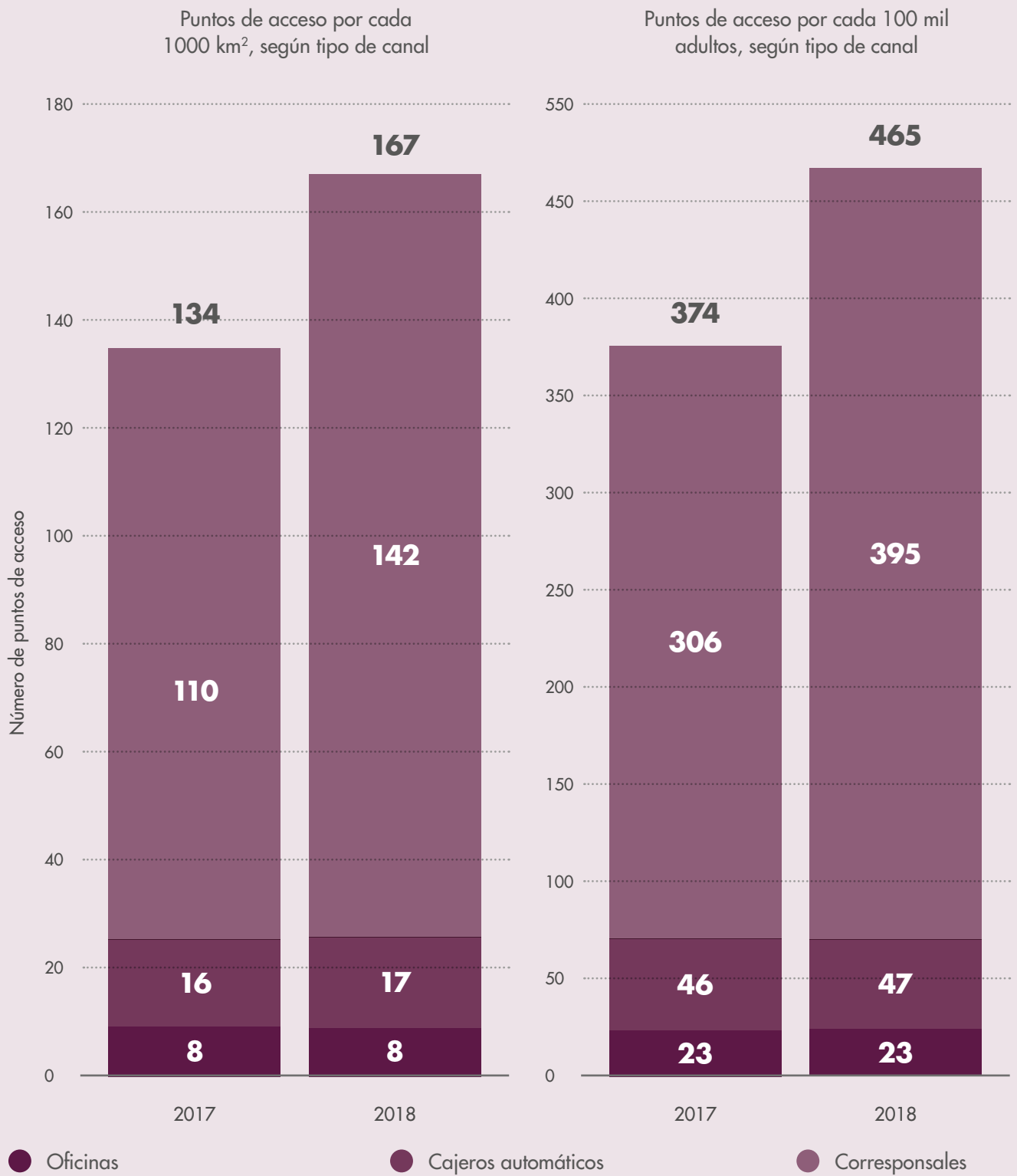
ciarias, compañías de financiamiento y ONG microcrediticias en 71 oficinas. Al cierre de 2018, los bancos concentraron cerca del 75% del total de oficinas, seguido de las cooperativas financieras, cuya red tuvo una participación del 14,0%.

Aunado a este panorama, están los retos propios de la creciente digitalización de los servicios financieros. Por un lado, como se presenta en el tercer capítulo, canales no tradicionales como el internet son usados cada vez más para realizar transacciones financieras. De igual relevancia son los factores generacionales que inciden sobre la preferencia de unos canales sobre otros. Como se expone en el sexto capítulo, generaciones como los *centennials* o los *millennials* conciben a la tecnología digital como un elemento central en sus interacciones con el sistema financiero.

1. Esta medición incluye oficinas, corresponsales y cajeros automáticos.

2. A lo largo de este capítulo, la información de las cooperativas financieras vigiladas por la Superfinanciera y las cooperativas con actividad financiera vigiladas por las Supersolidaria se presenta de manera agregada, excepto el Gráfico 2.3.

Gráfico 2.1. Evolución de los indicadores geográficos y demográficos de cobertura (2017 y 2018)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria, ONG microcrediticias y DANE.



Las latentes heterogeneidades en cobertura financiera

A pesar de los avances en capilaridad, la presencia financiera continúa concentrada en los asentamientos más grandes y poblados del país, mientras que los lugares más periféricos han quedado rezagados. Las ciudades y aglomeraciones, donde vivía el 67,1% de la población adulta en 2018, concentraron el 77,9% de las oficinas y corresponsales, mientras que los municipios rurales y rurales dispersos, donde habitaba el 16,5% de los adultos, representaron el 10,1% de los puntos de acceso. Similarmente, el 42,2% de los adultos de las 13 ciudades principales fueron atendidos por el 55,3% de las oficinas y corresponsales, mientras que el 57,8% de los adultos del resto de municipios tuvo acceso al 44,7% de estos puntos.

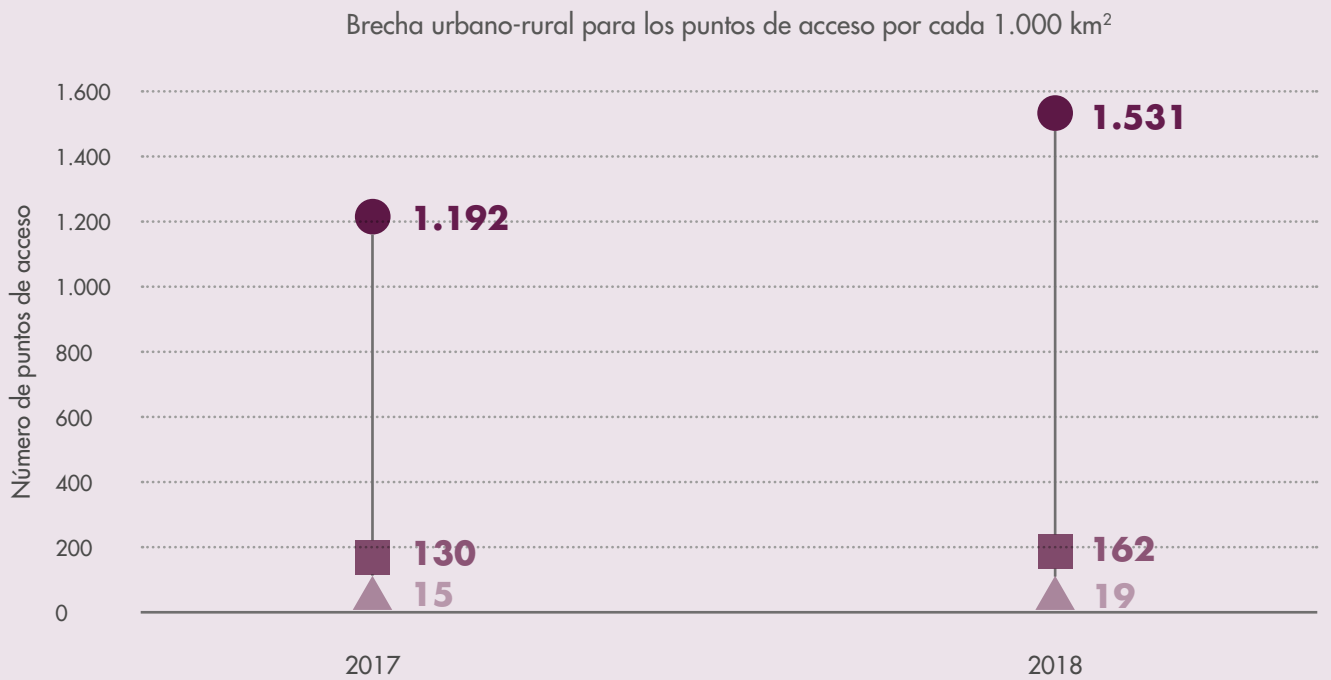
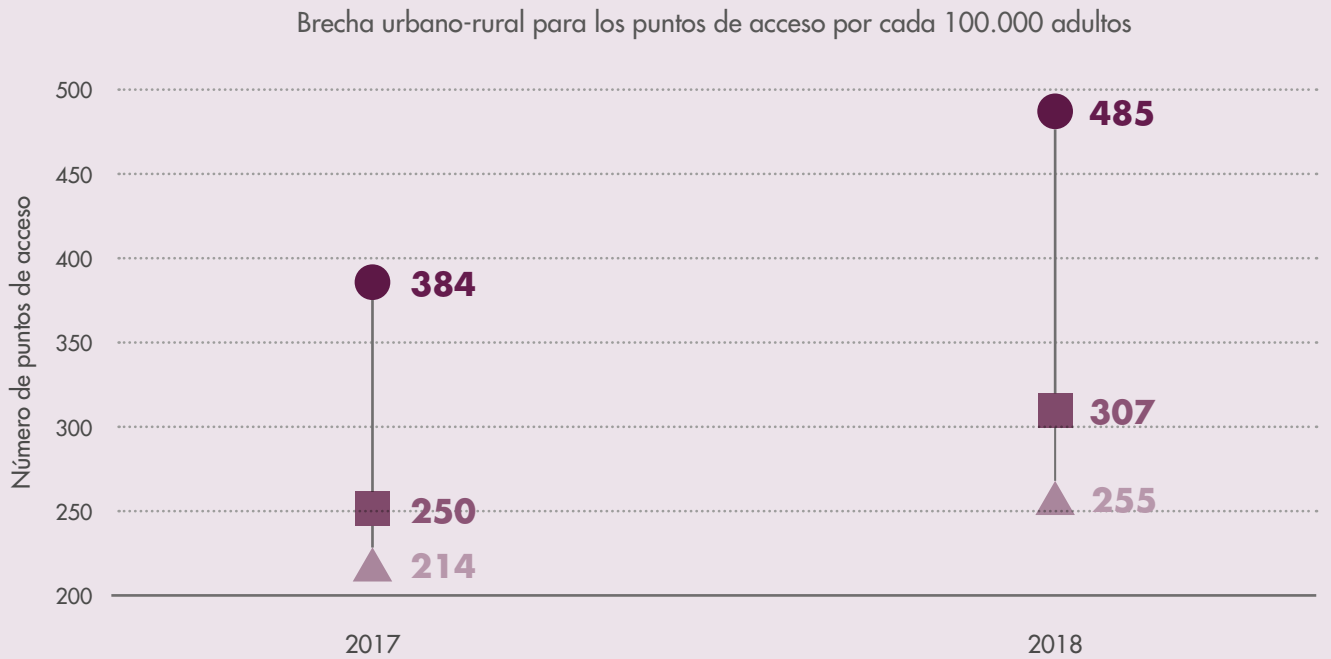
La mayor concentración de los puntos de acceso en las ciudades en comparación con la de la población, ha llevado a la creación de importantes brechas en cobertura. Al finalizar 2018, en las ciudades, por cada 100 mil adultos había 485 puntos de acceso, mientras que en los municipios rurales y rurales dispersos este indicador fue de 225. Por su parte, el indicador demográfico de acceso en las 13 principales ciudades y en el resto de los municipios se ubicó en 548 y 323 puntos por cada 100 mil adultos, respecti-

vamente. Esto implica una brecha entre las ciudades y los municipios rurales de 231 puntos y entre ciudades principales y el resto de las zonas de 225, las cuales se ampliaron frente a 2017 (Mapa 2.1).

El incremento en las brechas urbano-rurales se explica por dos factores. Primero, la banca privada, que tenía la mayor cantidad de puntos de acceso, se encontraba más concentrada en las ciudades y aglomeraciones que otras entidades financieras: el 79% de sus puntos se encontraba en estas zonas y el 9% en municipios rurales y rurales dispersos. Estas cifras contrastan con las de cooperativas con actividad financiera vigiladas por la Supersolidaria y ONG microcrediticias, cuya penetración en cuya penetración en ciudades ronda el 50% (Gráfico 2.3). Vale la pena destacar que los puntos de acceso de la primera SEDPE en operación se encontraban ubicados en su mayoría en las ciudades.

Segundo, la tasa de apertura de corresponsales, cuyo número era 17 veces mayor al de las oficinas, estuvo concentrada en las ciudades. Más del 80% de los nuevos puntos de acceso se abrieron en las ciudades y menos del 10% en los municipios rurales y rurales dispersos.

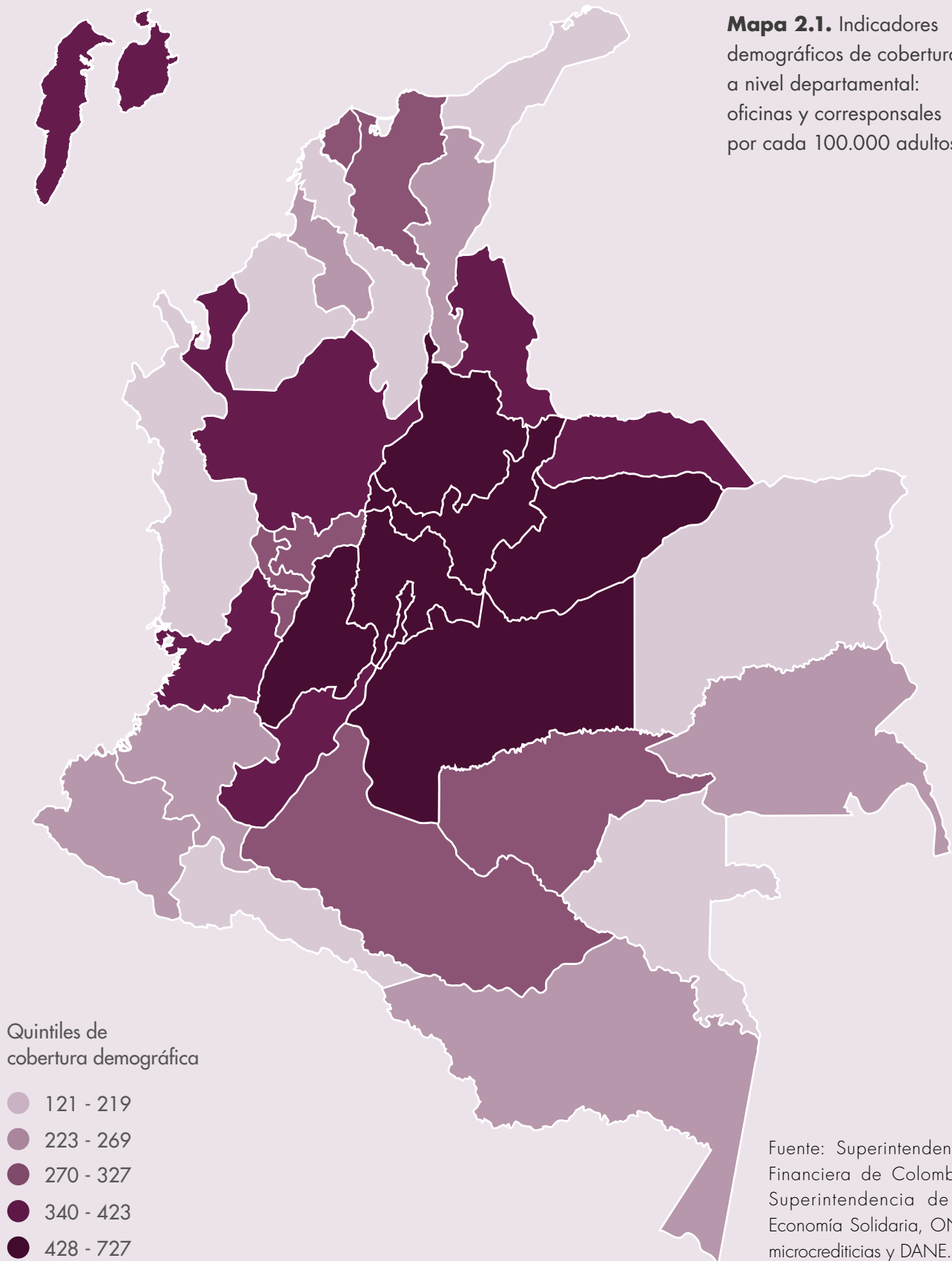
Gráfico 2.2. Evolución de la brecha urbano-rural de cobertura demográfica con oficinas y corresponsales (2017-2018)



● Ciudades y aglomeraciones ■ Municipios intermedios ▲ Municipios rurales y rurales dispersos

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria, ONG microcrediticias y DANE.

Mapa 2.1. Indicadores demográficos de cobertura a nivel departamental: oficinas y corresponsales por cada 100.000 adultos



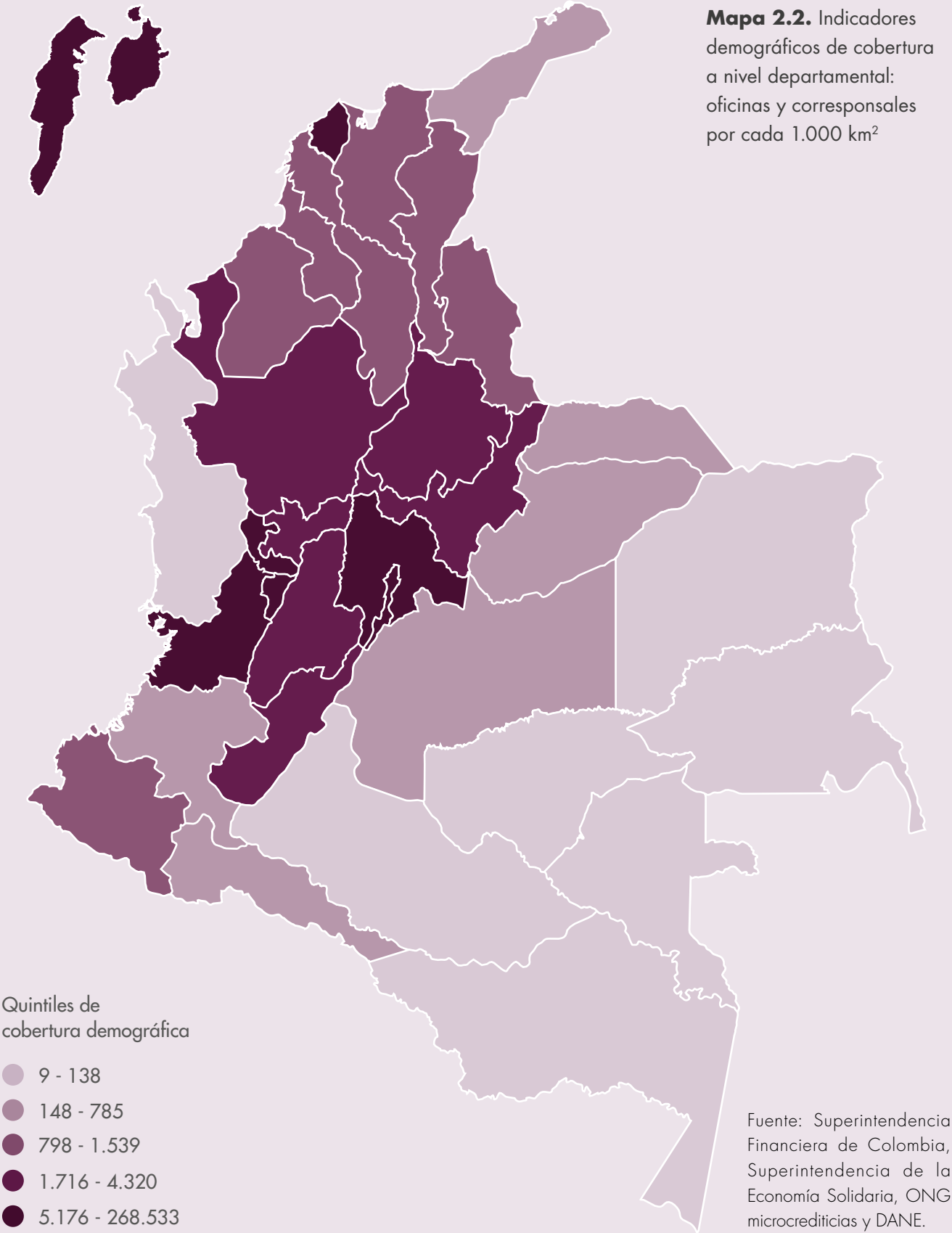
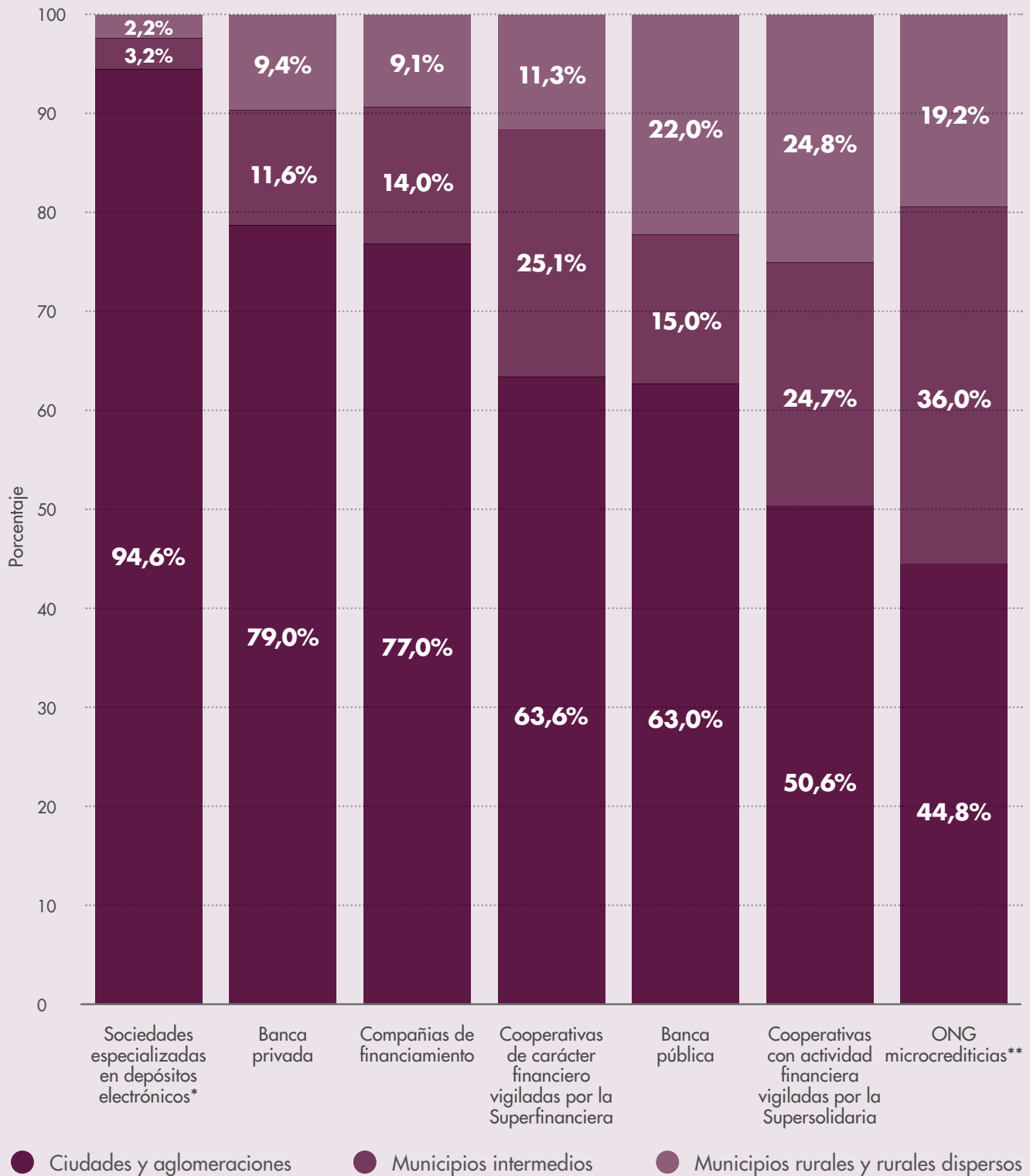


Gráfico 2.3. Distribución de las oficinas y corresponsales según ruralidad y tipo de entidad

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria, ONG microcrediticias y DANE.

Nota: *Sólo corresponsales. **Sólo oficinas.



Cobertura financiera vulnerable

Si bien todos los municipios del país tienen al menos un punto de acceso al sistema financiero, persisten dos retos en términos de cobertura. El primero está relacionado con la necesidad de aumentar el nivel de actividad de los corresponsales bancarios³. En 2018, el 80% de los corresponsales reportados por los establecimientos de crédito se encontraban activos y el 20% restante inactivos⁴.

A través de estos corresponsales se efectuaron 325,2 millones de transacciones financieras por un valor de \$113,4 billones. Los dos tipos de transacción más frecuentes fueron los pagos de obligaciones, que representaron el 56,0% del número de transacciones, y los retiros, cuya participación fue del 22,5%. Similarmente, la mayor parte del monto transado, el 41,0%, correspondió también a pagos de obligaciones, seguido de los depósitos con el 28,6%.

El segundo reto se asocia a la necesidad de garantizar la presencia financiera en la última milla: aquellos lugares donde aún no llega de manera efectiva el modelo de corresponsalía. A cierre de 2018, de los 1.102 municipios del país, 965, o el 87,6%, tenían cobertura estable, ya que tenían presencia de una o más oficinas, así como corresponsales activos propios. Los 137 municipios restantes tenían cobertura vulnerable, ya que tenían una oficina sin corresponsales propios, o no tenían oficinas y contaban con hasta dos corres-

pensales activos propios (Diagrama 2.1)⁵. A lo largo del último año, tres municipios pasaron de la categoría de cobertura financiera vulnerable a estable. La mayoría de los municipios con cobertura financiera vulnerable eran esencialmente rurales: al finalizar 2018, el 83,9% estaba clasificado como rural o rural disperso, y en sólo cinco departamentos se concentraba el 62% del total de municipios con cobertura vulnerable: Boyacá, Chocó, Bolívar, Santander y Nariño.

Adicionalmente, 29 de los 137 municipios con cobertura vulnerable enfrentaban una situación de alta criticidad: dos municipios, Taraira (Vaupés) y Arroyohondo (Bolívar), no tenían ni oficinas ni corresponsales activos, y 27 garantizaban su presencia financiera exclusivamente con corresponsales activos tercerizados⁶. Más aun, el 59% de estos municipios con cobertura financiera crítica eran rurales dispersos y más de la mitad se alojaban en los departamentos de Chocó, Magdalena y Nariño (Tabla 2.1).

Esta situación ratifica la necesidad de fortalecer la presencia del sector financiero en la última milla con estrategias y canales innovadores. Las soluciones digitales que se gestan con las nuevas tecnologías pueden mitigar barreras geográficas y reducir costos de operación. Complementariamente, modelos como el de corresponsalía móvil pueden fortalecer la penetración de servicios financieros básicos más allá de las cabeceras municipales. En este contexto, se requiere de la articulación pública-privada para mejorar la conectividad y cerrar la brecha digital por parte de la población en todo el territorio nacional.

3. La proporción de corresponsales de los establecimientos de crédito vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia a través de los cuales se realizó al menos una transacción a lo largo del trimestre de estudio.

4. El nivel de actividad mejoró en 5 puntos porcentuales frente a 2017.

5. Los corresponsales pueden ser propios o tercerizados. En un mismo punto físico, pueden tercerizarse los servicios de corresponsalía de varias entidades.

6. De estos municipios, 16 eran atendidos exclusivamente por la banca privada con corresponsales tercerizados, tres por la banca pública y ocho por ambas.

Diagrama 2.1. Distribución de municipios con cobertura financiera vulnerable según niveles de criticidad

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria, ONG microcrediticias y DANE.

Nota: En ausencia de datos de georreferenciación, la medición del número de corresponsales agrega la información de aquellos que se encuentran tercerizados para todas las entidades, independientemente del punto físico donde se ubiquen. A lo largo del último año, el grado de tercerización de los corresponsales se redujo en 4 puntos porcentuales, cerrando en 87% a finales de 2018. Cuando el nivel de actividad es bajo y el grado de tercerización alto, la concentración de los corresponsales en pocos puntos físicos puede ser significativa. Bajo este entendido, en el marco de este reporte se consideran más críticos aquellos municipios en donde una parte sustancial de la presencia financiera sea de a través de puntos de corresponsalía tercerizados.



La baja presencia de datáfonos en los municipios diferentes a las ciudades

En 2018, había 435.836 datáfonos en el país, es decir, 13 por cada 1.000 adultos y 454 por cada 1.000 km². El número de datáfonos creció en un 8,0% frente a 2017, lo que corresponde a más de 30 mil terminales. En los últimos cuatro años, se adicionaron cerca de 100 mil. Por tipo de entidad, CredibanCo y Redeban, en su conjunto, contaban con 421.924 terminales. La información desagregada a nivel municipal se construyó con los datáfonos de estas dos entidades.

En 2018, todos los departamentos del país tenían presencia de datáfonos de Redeban y CredibanCo. Los cinco departamentos con mayor número eran Bogotá D.C, Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico y Cundinamarca, agrupando aproximadamente el 67,9%. Además, los cinco departamentos con el indicador demográfico de cobertura más alto eran el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Bogotá D.C, Risaralda, Quindío y Valle del Cauca, todos con un indicador de datáfonos por 1.000 adultos superior al promedio nacional (13).

Los datáfonos están altamente concentrados en las ciudades. El 91,1% de los datáfonos estaba en las ciudades, el 6,4% en municipios intermedios, el 1,8% en municipios rurales y el 0,7% en municipios rurales dispersos. Las trece principales ciudades agrupaban el 67,6%.

La concentración de los datáfonos dificulta la aceptación de pagos con tarjetas en los municipios intermedios y en particular en los rurales y rurales dispersos. Esto tiene que ver con el hecho de que la vinculación de los pequeños comercios al sistema de pagos es una labor extensa, por lo cual los adquirentes carecen de incentivos para ampliar su oferta. Expandir el mercado y alcanzar esos pequeños comercios de municipios intermedios y rurales, que se conocen como la última milla, resulta un reto de gran envergadura, en el cual se debe trabajar para llegar con nuevos agentes y modelos de soporte y acompañamiento en pagos electrónicos.

Tabla 2.1. Distribución de los municipios con cobertura financiera vulnerable en situación de alta criticidad

Departamento	Municipio	Sin oficinas y sin corresponsales activos	Sin oficinas, sin corresponsales activos propios
Antioquia	Murindó		●
Bolívar	Arroyohondo	●	
	El Guamo		●
Boyacá	Caldas		●
Cauca	Santa Rosa		●

Departamento	Municipio	Sin oficinas y sin corresponsales activos	Sin oficinas, sin corresponsales activos propios
Chocó	Alto Baudó		●
	Bojaya		●
	Cértegui		●
	El Cantón del San Pablo		●
	El Litoral del San Juan		●
	Juradó		●
	Lloró		●
	Río Iró		●
	Río Quito		●
Cundinamarca	Sipí		●
	Beltrán		●
Magdalena	Nariño		●
	Concordia		●
	Pedraza		●
	Remolino		●
Nariño	San Zenón		●
	La Tola		●
	Magüi		●
Norte de Santander	Roberto Payán		●
	Santiago		●
Santander	Cepitá		●
	Jordán		●
Sucre	Palmito		●
Vaupés	Taraira	●	



3

LA TRANSFORMACIÓN A TRAVÉS DE LA DIGITALIZACIÓN

La tecnología y la digitalización están transformando rápidamente la forma cómo opera el sector financiero. Estos cambios se deben principalmente a dos grandes tendencias. Por una parte, los teléfonos inteligentes y la tecnología digital han modificado las expectativas de los consumidores, cada vez más conectados y exigentes, que quieren comprar, buscar, compartir e interactuar a cualquier hora y en cualquier lugar con las personas que deseen. Esta expectativa también está siendo aplicada a las necesidades financieras. Los consumidores están esperando agilidad, omnicanalidad y adaptabilidad de sus productos y servicios financieros.

Por otra, está la rápida consolidación de un ecosistema con nuevos actores especializados y jugadores tradicionales que le están apostando a la combinación de la tecnología, el uso de estructuras alternativas de información y enfoques innovadores para ofrecer nuevas experiencias y servicios financieros, e incluso, para crear soluciones puntuales para la población desatendida.

En línea con esta tendencia, Colombia ha venido realizando importantes esfuerzos. Desde hace más de una década, se empezaron a realizar ajustes al marco regulatorio, buscando hacer más incluyente la oferta de servicios financieros. Uno de los primeros logros es la creación de la figura del corresponsal, que permite a diferentes entidades ampliar su cobertura, llegando a municipios en los cuales antes no tenía presencia, y, en el mundo digital de hoy, la posibilidad de contar con puntos de *cash-in* y *cash-out* para productos transaccionales basados en tecnologías digitales.

En la historia más reciente, la Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera (URF) y la Superintendencia Financiera han generado importantes avances para pavimentar el camino para este ecosistema digital en Colombia, dentro de los cuales se resalta la simplificación de trámites de apertura de las cuentas de ahorro electrónicas, tradicionales y de los depósitos electrónicos, así como la reglamentación de las SEDPE. A la fecha, tres SEDPE han recibido licencia de funcionamiento por parte de la Superintendencia Financiera y una de ellas ya está operando.

Alrededor de esta transformación se ha creado una promesa para la inclusión financiera efectiva, donde la digitalización de los servicios financieros permita reducir los obstáculos relacionados con la ubicación geográfica, la ausencia de historia crediticia o información y los costos fijos de la oferta que son extendidos a los consumidores. De igual manera, se espera que las nuevas tecnologías y la mayor colaboración se traduzcan no solo en más oportunidades de acceso a productos y servicios, sino también en su uso, confianza y aprovechamiento.

A futuro, el reto para el país es lograr que este ecosistema de soluciones digitales e innovadoras efectivamente se constituya en una herramienta de inclusión financiera que permita servir a la población desatendida, así como a aquellos grupos cuyas necesidades no están siendo satisfechas por el sistema tradicional. Para esto, se requiere que los tradicionales y nuevos jugadores trabajen en modelos de negocio escalables y de alto impacto.



Las nuevas dinámicas de las sucursales físicas en un sistema financiero más digital

El sector financiero colombiano ha reconocido que su infraestructura central ya no se basa en estructuras de oficinas y ha entendido la importancia de contar con canales más costo-eficientes para expandir su mercado objetivo como los corresponsales. En el capítulo anterior se mencionó que, en 2018, el número de oficinas permaneció casi constante, mientras que la apertura de corresponsales

creció en 29,2%, a pesar de que su actividad aumentó cinco puntos porcentuales en el último año. Lo bancos, en particular, redujeron el número de oficinas en 2018. Estas dinámicas coinciden con tendencias globales, donde se evidencian cierre de sucursales, así como procesos de transformación estratégica para mantener la relevancia de este canal. Esta transformación se sustenta en la integración efectiva de tecnologías emergentes a los modelos tradicionales de operación, que implican la adopción de formatos virtuales de atención ágiles, seguros e intuitivos, así como del uso de soluciones digitales y la analítica de datos para la creación de soluciones financieras enfocadas en las necesidades más complejas de los consumidores actuales.



Ahora las transacciones se hacen por canales digitales

A lo largo de 2018, se realizaron 6.334 millones de transacciones financieras por un valor de \$7.183 billones en los establecimientos de crédito vigilados por la Superfinanciera. El 45,7% del número de transacciones correspondió a transacciones monetarias, que no incluyen las consultas de saldos. Frente a 2017, hubo un aumento en el número de operaciones y una caída en el monto transado, dado que en ese año se realizaron 5.451 millones de transacciones y se movilizaron \$7.209 billones.

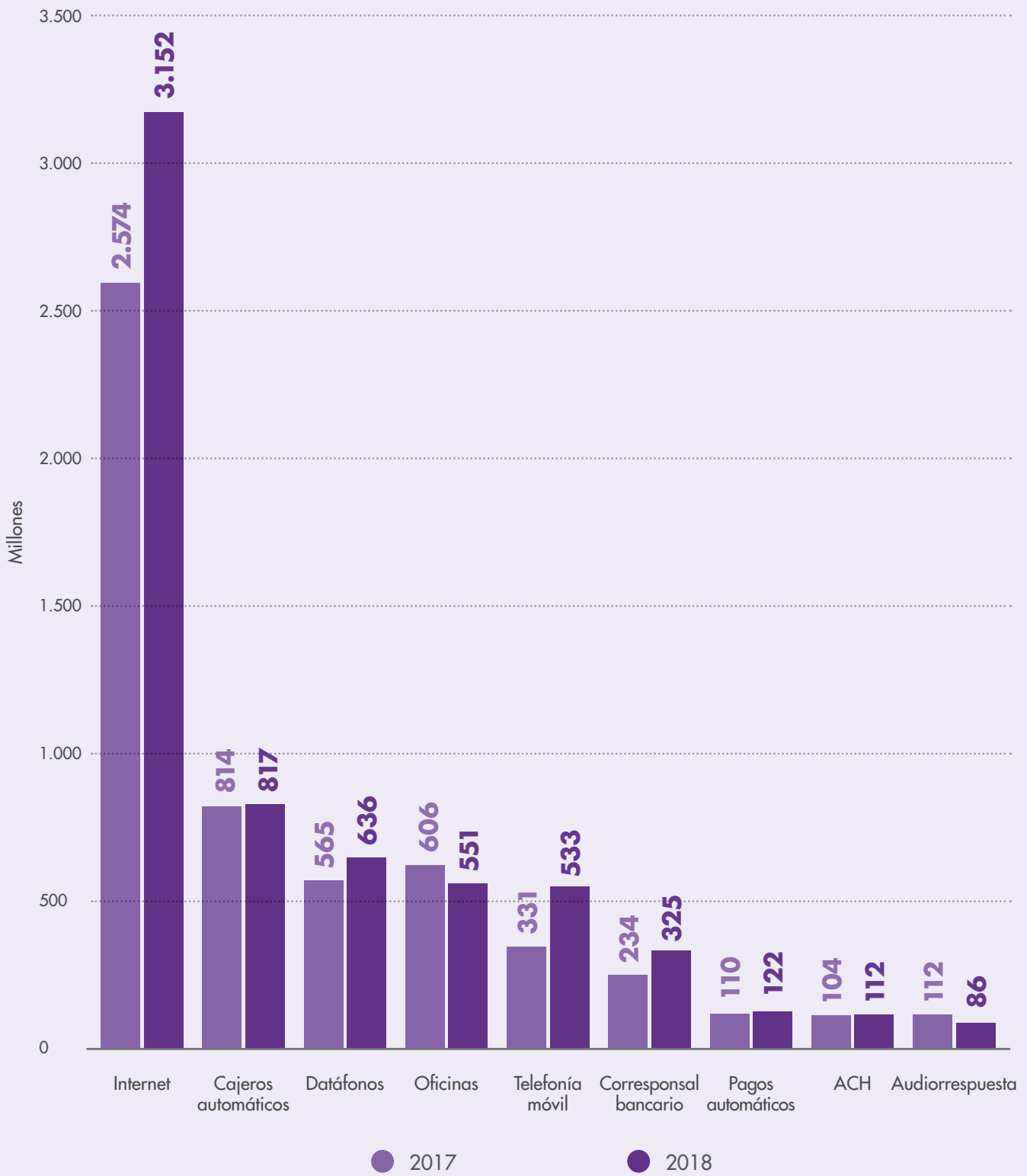
El monto promedio de estas transacciones fue de \$2,5 millones, jalonadas por los canales de ACH (\$10,1 millones), internet (\$6,2 millones) y oficinas (\$5,3 millones). Por su parte, los corresponsales (\$348.736), la telefonía móvil (\$345.736) y los datáfonos (\$171.608) fueron los que exhibieron los menores montos promedio de transacción.

Además, las preferencias de los colombianos en términos de transacciones fueron digitales. En efecto, 2018 fue el primer año en que las operaciones realizadas por internet superaron las realizadas en oficinas físicas tanto en número como en monto. El canal de internet

movilizó el 49,8% de las transacciones y el 39% del monto transado, mientras que estos porcentajes para las oficinas fueron del 8,7% y del 37,5%, respectivamente (Gráficos 3.3 y 3.4). En 2018, las transacciones a través de internet crecieron 22,4% en número y 6,1% real anual en monto. En contraste, en oficinas se evidenció una reducción del 9,2% en transacciones y del 16,2% real anual del monto transado (Gráfico 3.5). Adicionalmente, el monto promedio transado en internet fue mayor que el de las oficinas: \$6,2 millones frente a \$5,3 millones.

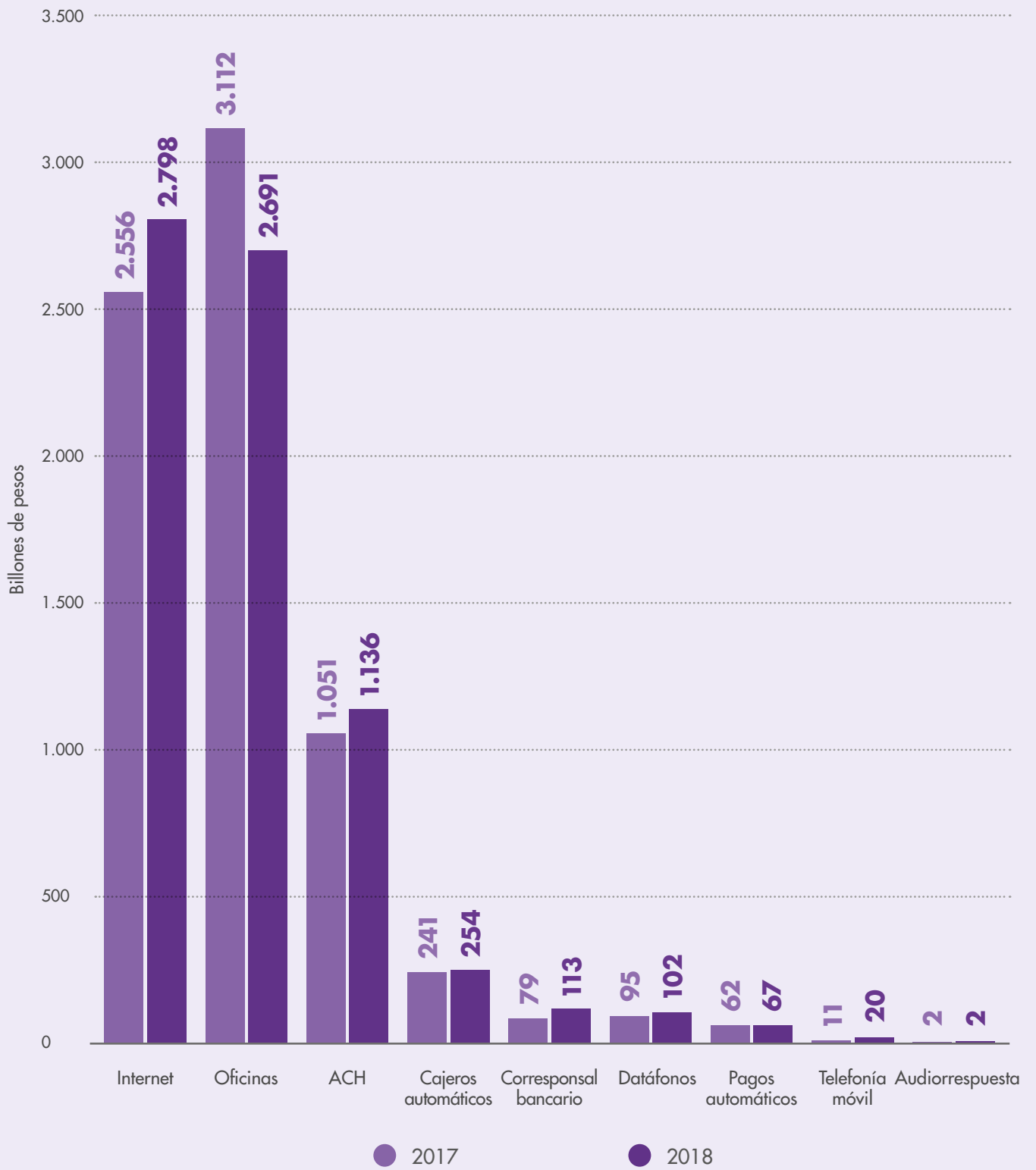
Por su parte, el canal con la mayor dinámica positiva tanto en número como en monto al cierre del año fue la telefonía móvil con un crecimiento de 61% en número y 71,4% real anual en monto, seguido de los corresponsales bancarios con 38,8% en número y 39,5% real anual en monto.

Las principales transacciones realizadas a través de canales digitales fueron las transacciones no monetarias. La transacción más común en internet y telefonía móvil fue la consulta de saldos (85,6% del total de transacciones realizadas por Internet y 89,4% del total de transacciones a través de telefonía móvil). Los corresponsales bancarios y oficinas, por su parte, fueron usados principalmente para realizar pagos, que representaron el 56% y 43,7%, respectivamente del total de las transacciones realizadas (Gráfico 3.6).

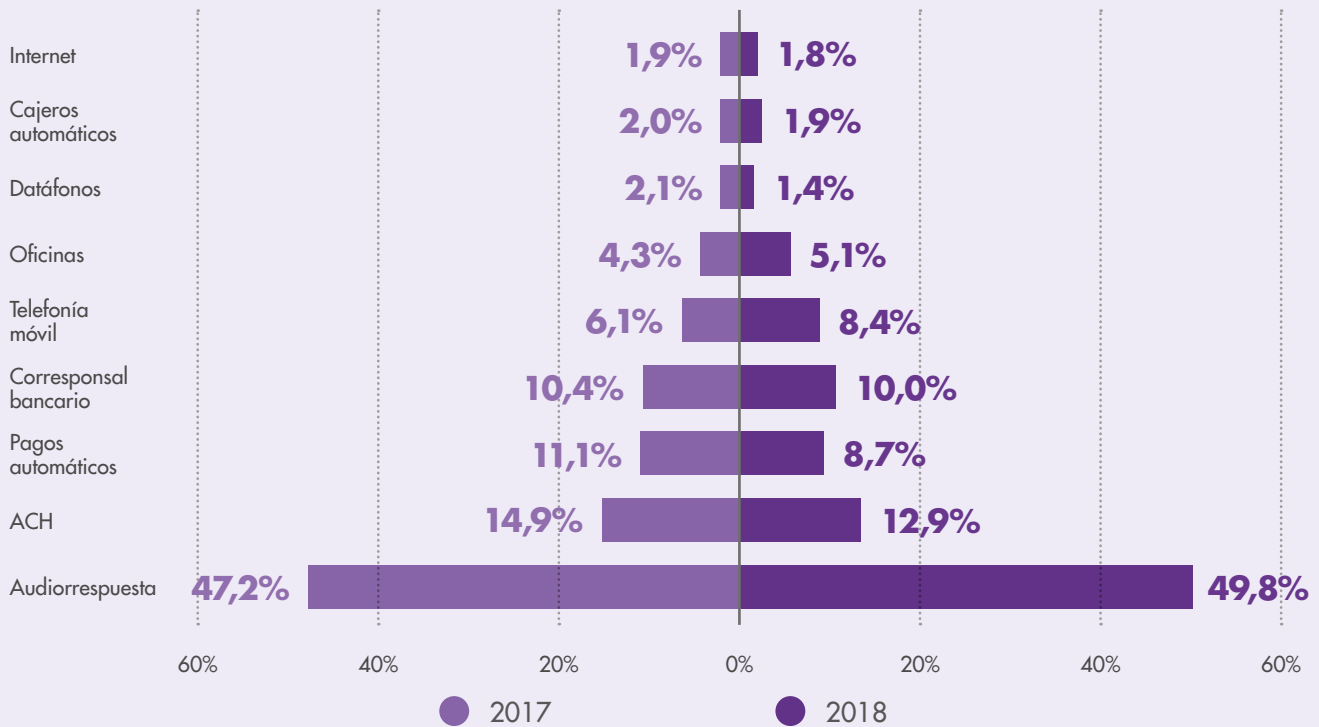
Gráfico 3.1. Número de transacciones

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

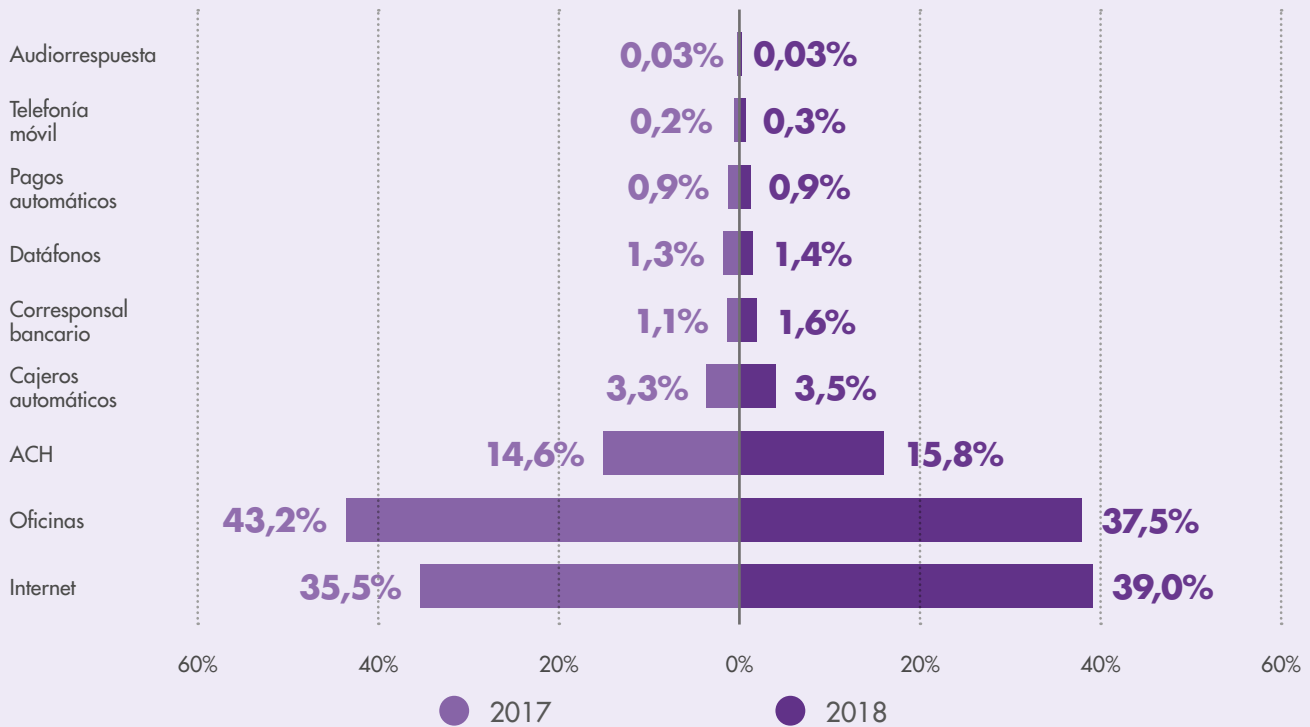
Gráfico 3.2. Monto transado



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

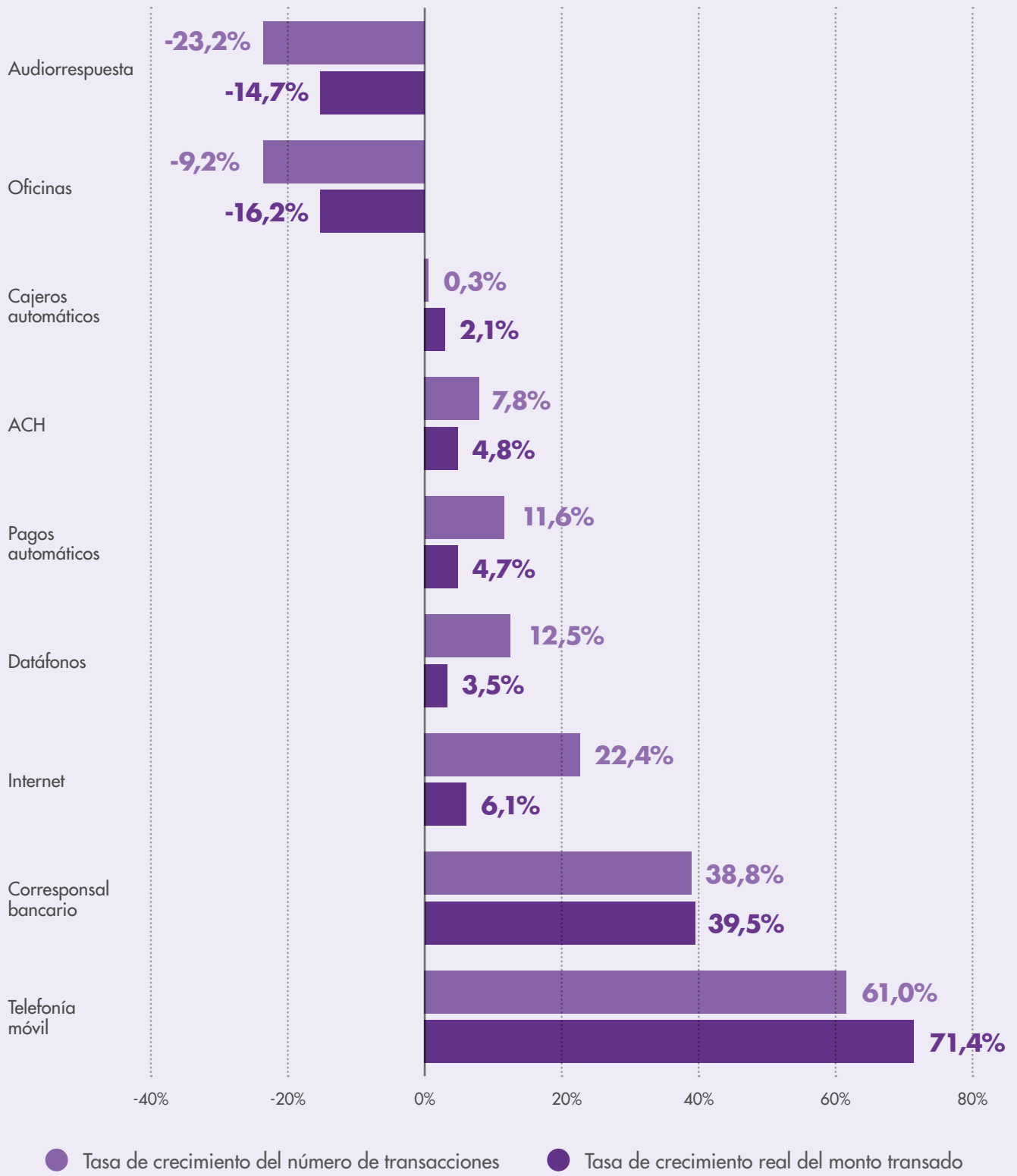
Gráfico 3.3. Participación (%) de canales transaccionales por número de operaciones

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

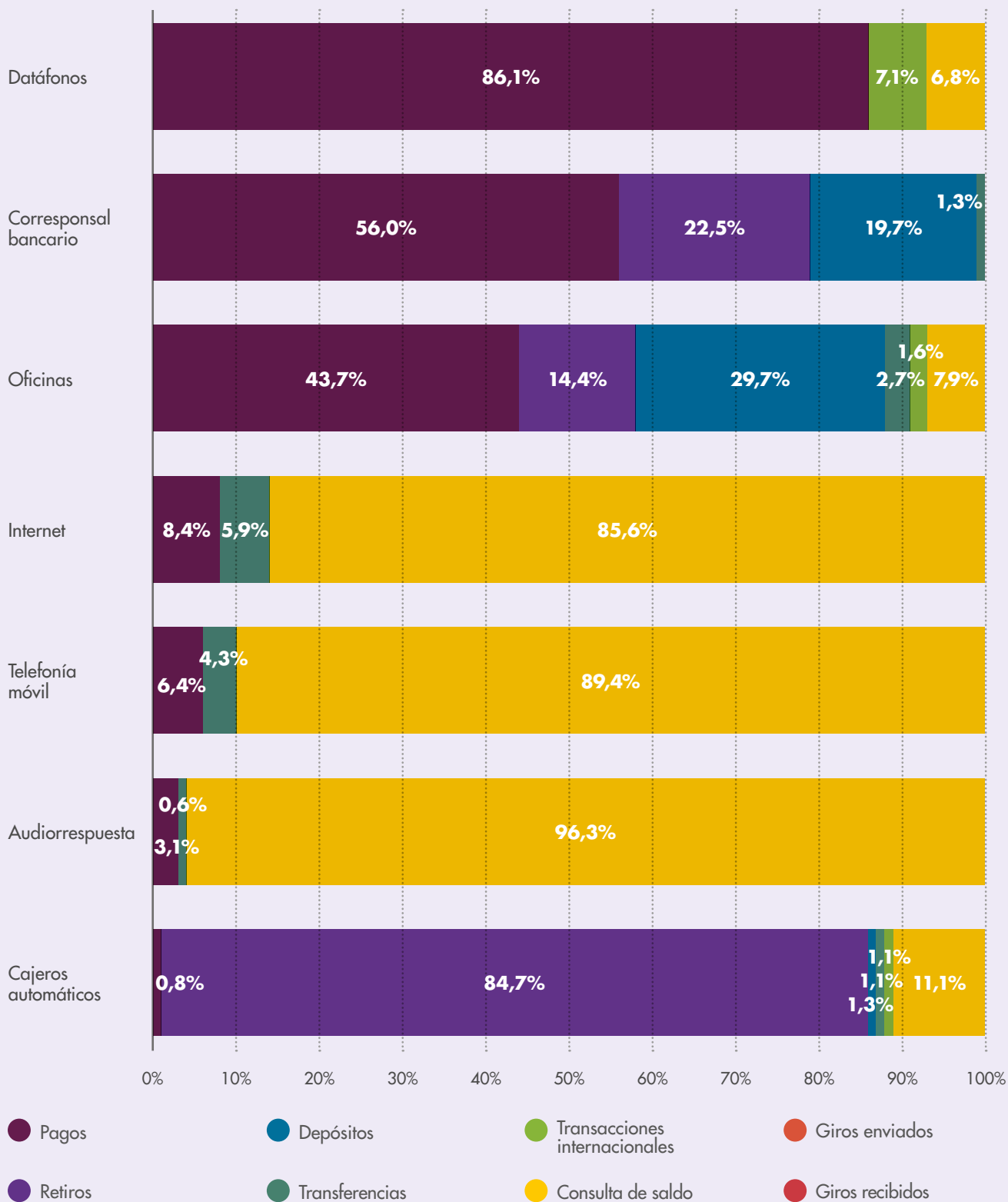
Gráfico 3.4. Participación (%) de canales transaccionales por monto de las operaciones

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Gráfico 3.5. Crecimiento anual de canales transaccionales por número y monto transado, 2017-2018



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Gráfico 3.6. Participación operaciones por canal y tipo de transacción, 2018

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



El rol de las CATS, CAES y DE en un sistema financiero más digital

Una de las principales innovaciones que están siendo desarrolladas por el sistema financiero colombiano son las aplicaciones y billeteras móviles¹ a través de tres dinámicas: i) la penetración de internet móvil que ha alcanzado el 54,0%², de la telefonía móvil con el 110,0%³ y de la telefonía inteligente con el 51,0%⁴; ii) la creación de la licencia para las SEDPE, que ofrecen depósitos electrónicos; y iii) los avances realizados desde la perspectiva regulatoria, en términos de las obligaciones de los bancos frente al “conocimiento del cliente” (o KYC, por sus siglas en inglés). Frente a este último punto, en Colombia se estableció la simplificación de trámites de apertura para las cuentas de ahorro y se creó el producto de depósitos electrónicos (DE), lo que le permitió a los establecimientos vigilados por la Superfinanciera ofrecer productos de manera remota y ágil en su apertura.

En el último año el número de cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS) aumentó, pasando de 1,3 millones a 2,3 millones, así como su nivel de actividad, que creció del 45,6% al 56,1%. El crecimiento de los DE fue del 18,0% (742.304 más que en 2017), alcanzando los 4,9 millones. Sin embargo, el nivel de actividad fue más bajo que lo presentado en 2017, pasando de 45,0% al 39,0%. Las cuentas de ahorro electrónicas (CAE) llegaron a los 4,1 millones en 2018, presentando también un aumento del 1,3% frente a

2017. La actividad de este producto también presentó un deterioro durante el último año de ocho puntos porcentuales, pasando del 46,0% al 38,23%.

Tradicionalmente el desarrollo de estos productos que apalancan innovaciones móviles y digitales ha sido liderado por pocos jugadores. Al finalizar 2018, los bancos concentraban el 99,6% del total de DE y el 98,4% de las CATS. Los porcentajes restantes se distribuyeron entre cooperativas financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera, compañías de financiamiento y las SEDPE. Cabe mencionar que las CAE son solo ofrecidas por los bancos.

Es importante anotar que no solo los productos de trámite simplificado pueden ser contratados desde el celular. Ahora la apertura de cuentas de ahorro tradicionales también puede realizarse de manera 100% digital. Si bien, no sabemos cuántas cuentas de ahorro tradicionales se abren a través de canales digitales, al analizar los datos sobre el número de estas cuentas, se encontró que en 2018 había un total de 62,5 millones, de las cuales 25,9 millones se encontraban activas. Frente a 2017, estas cuentas crecieron 5,3%, tasa de crecimiento que disminuyó tres puntos porcentuales. El nivel de actividad de estas cuentas se deterioró: pasó del 43,8% en 2017 a 41,3% en 2018. Los bancos son los principales oferentes de estas cuentas, con el 93,2% del total. Sin embargo, el mayor nivel de actividad de las cuentas se presentó en las cooperativas vigiladas por la Superintendencia de la Economía Solidaria, en donde el 68,7% de las cuentas de ahorro estaban activas, mientras que el mayor crecimiento en el número de cuentas lo presentaron las compañías de financiamiento, con 11,7%.

1. Las entidades vigiladas que respondieron la encuesta fintech realizada en 2018 por la Superintendencia Financiera reportaron que éstas eran las principales innovaciones que estaban desarrollando.

2. Fuente: GSMA. Country overview: Colombia. 2017. Penetración internet móvil/habitante.

3. Fuente: GSMA. Country overview: Colombia. 2017. Penetración de conexiones (no incluye M2M/habitantes).

4. Fuente: GSMA. Country overview: Colombia. 2017. Adopción de smartphones (como porcentaje de conexiones, no incluye M2M).

5. GSMA 2017. *Country overview: Colombia La colaboración público-privada para promover la innovación y la creación de nuevas empresas*. Disponible en: <https://www.gsmaintelligence.com/research/?file=96dd21c24a04e35db09df5d8db700817&download>

6. *Ibíd.*



No todo lo soluciona la tecnología: aún falta desarrollar un ecosistema de transacciones digitales

Estos avances traen consigo una serie de retos. Primero, Colombia debe avanzar y continuar con los esfuerzos encaminados a aumentar conectividad de internet móvil y fijo para masificar productos digitales. En Colombia cerca de 20 millones de personas aún no tienen acceso a internet, siendo las zonas rurales las más desconectadas, lo cual limita su capacidad de acceder y usar servicios financieros a través de canales digitales y basados en internet. Segundo, se debe trabajar en la creación de confianza y empoderamiento de la población frente al

uso de canales digitales para transacciones financieras. De acuerdo con *The Global System for Mobile Communications* (GSMA), “el usuario potencial de internet móvil que no tiene las aptitudes necesarias para usar internet y se preocupa por la seguridad que debe tenerse en cuenta”⁵. Esta misma entidad encontró, a través de la aplicación de una encuesta de demanda, que la preocupación sobre la seguridad y la falta de aptitudes digitales son las principales barreras desde la demanda para el uso de internet móvil⁶. Por último, se deben aprovechar las tecnologías emergentes y la aplicación de procesos de innovación emergentes para el diseño de canales y servicios innovadores que permita a la población adquirir, usar y ser atendida en un ambiente seguro y de fácil acceso. En ese sentido, se necesita especialmente innovaciones que fomenten el uso del sistema financiero para consolidar un ecosistema de transacciones digitales.



Innova SFC

Según cifras de *Finnovista Fintech Radar*, de octubre de 2018, Colombia contaba con 180 emprendimientos Fintech, tras la creación de 78 nuevos durante 2018, siguiéndole el paso a ecosistemas como el de Brasil, con casi 377 emprendimientos, y México, con 334. En Colombia, se observa un importante auge de emprendimientos Fintech enfocados en servicios de pagos y remesas, representando el 27% de la industria en términos de número de emprendimientos (Gráfico 3.7). También se registra una amplia oferta de servicios digitales orientados a facilitar la gestión financiera (25%) y manejo de finanzas empresariales (14%) (Gráfico 3.8).

En respuesta a este acelerado ritmo de la innovación y los importantes retos que supone para las autoridades de vigilancia de servicios financieros, en abril de 2018, la Superintendencia Financiera lanzó el InnovaSFC, la primera iniciativa dentro de la estrategia de innovación cuyo objetivo es promover, investigar, facilitar y acompañar la innovación en el sector financiero para garantizar que se haga de manera sostenible y responsable. Para ello se han determinado y puesto a disposición del ecosistema Fintech una serie de herramientas orientadas a facilitar la innovación en el sistema financiero, a saber:



elHub: La oficina de innovación que sirve como punto de contacto en la SFC para interesados en el ecosistema Fintech.



laArenera: El sandbox del supervisor, el cual supone un marco para permitir a entidades financieras innovadoras, probar sus productos, tecnologías o modelos de negocio, en un ambiente controlado y en tiempo real



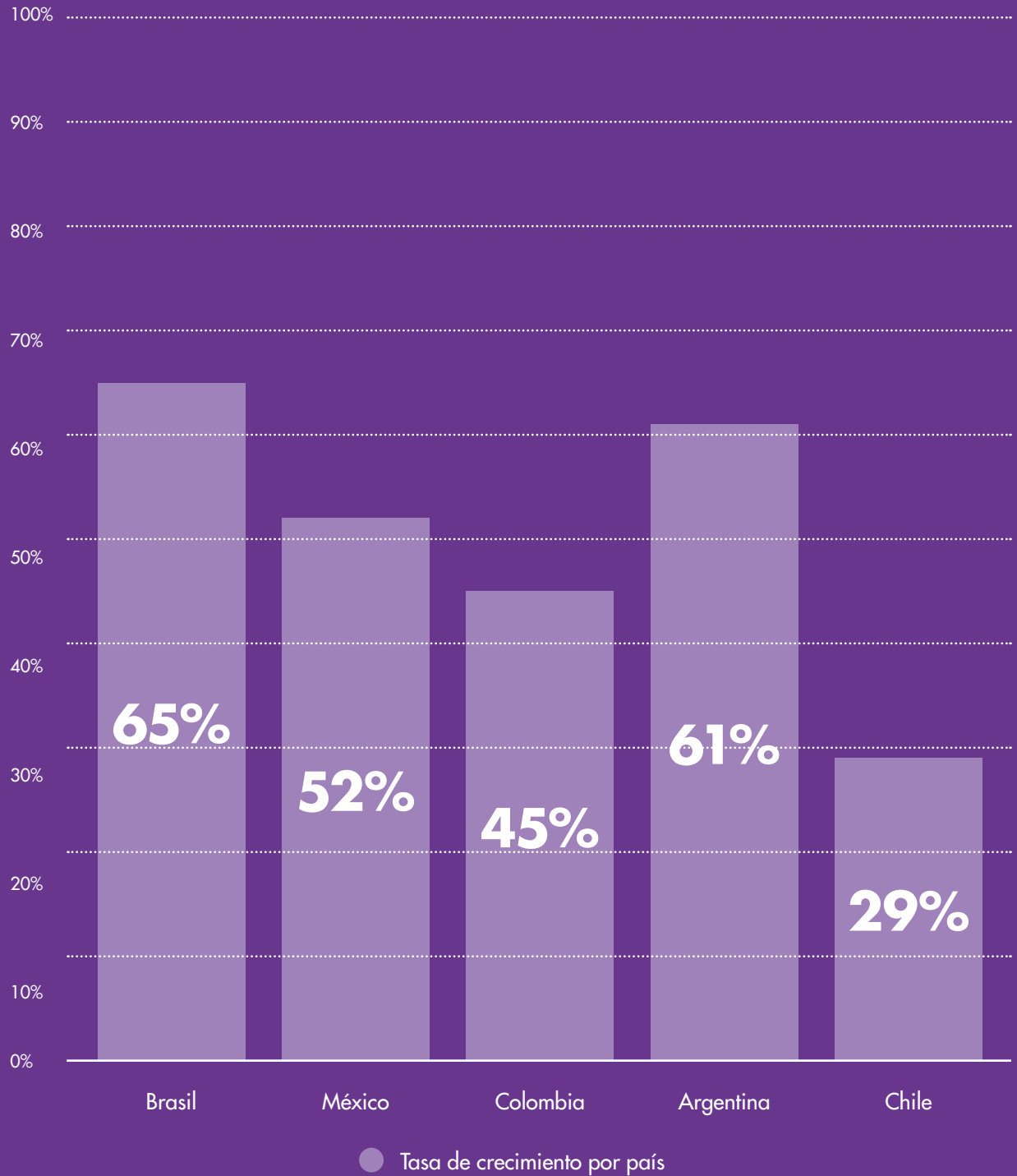
regTech: Una línea de trabajo que permitirá al supervisor **innovar desde adentro**, para identificar y optimizar procesos internos y propender por una mayor eficiencia en los procesos de supervisión.

A diciembre de 2018, se atendieron 88 entidades en el hub, se contaba con 8 propuestas pilotos para la arenera y se habían realizado 5 pruebas de concepto para actividades de supervisión y cumplimiento (regtech y suptech).



Gráfico 3.7. Crecimiento del ecosistema Fintech por país

Fintech Radar Colombia

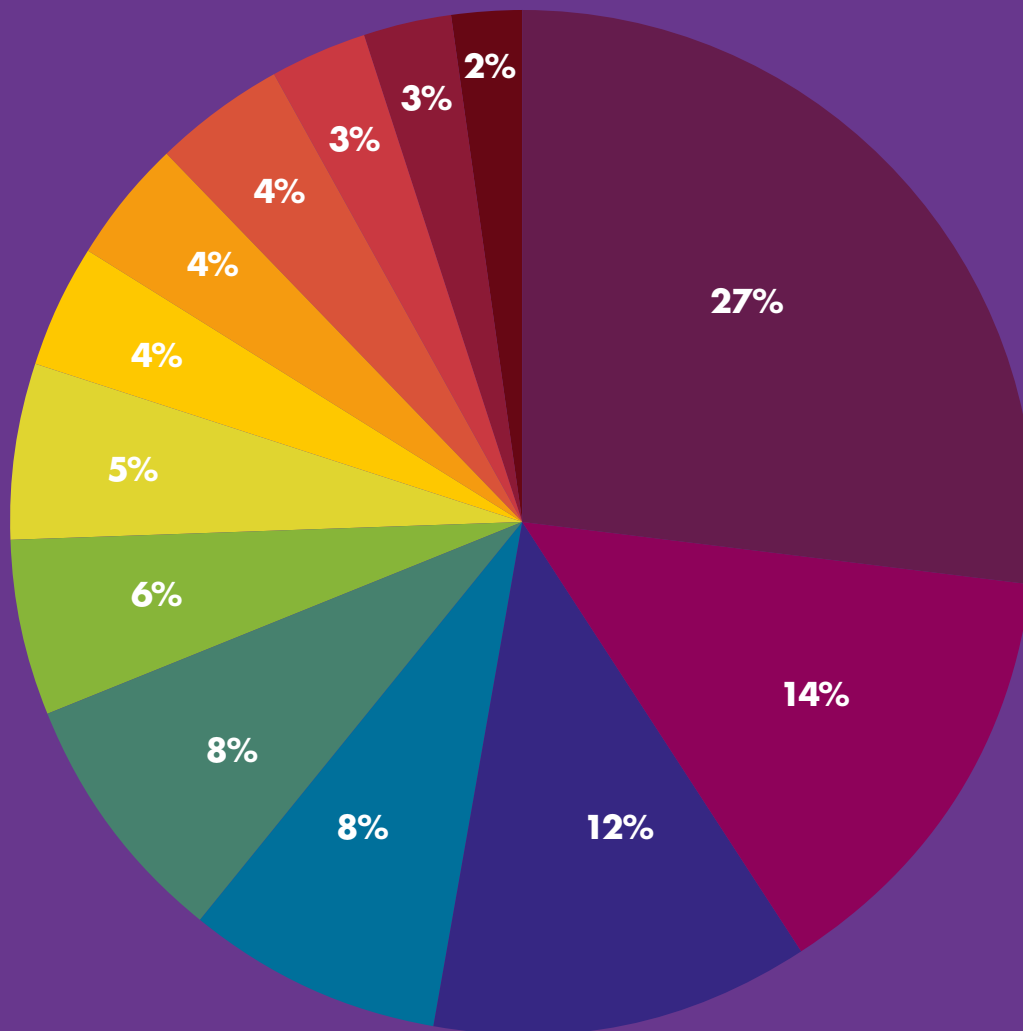


Fuente: Finnovista Fintech Radar.



Gráfico 3.8. Distribución del ecosistema por tipo de actividad, octubre de 2018

Finnovista Fintech Radar Colombia



- **Banca digital** (3 startups)
- **Comparación de oferta de servicios financieros** (5 startups)
- **Gestión de patrimonios** (6 startups)
- **Crowdfunding** (7 startups)
- **Gestión financiera para personas** (7 startups)
- **Mercados y bolsa** (8 startups)
- **Seguros** (10 startups)
- **Tecnologías empresariales para instituciones financieras** (15 startups)
- **Préstamos comerciales** (15 startups)
- **Préstamos de consumo** (21 startups)
- **Gestión financiera empresarial** (25 startups)
- **Pagos y remesas** (48 startups)

Fuente: Finnovista Fintech Radar.



4

DINÁMICAS DE GÉNERO

El rol de las mujeres en la sociedad ha cambiado significativamente en los últimos años: su nivel educativo y participación en el mercado laboral son cada vez mayores¹. A pesar de estos avances en la igualdad de género y el empoderamiento femenino, la persistencia de factores idiosincráticos y socioeconómicos generan una división desigual del trabajo y limitan el acceso de las mujeres a los recursos económicos. Muchas mujeres continúan dependiendo de sus parejas y una de cada tres mujeres casadas en países en desarrollo no tiene control sobre el gasto de los hogares en compras importantes (Naciones Unidas, 2015). Aproximadamente una de cada diez no es consultada sobre cómo se deberían utilizar sus propios ingresos (Naciones Unidas, 2015). Además, las mujeres suelen tener oportuni-

dades más limitadas para poseer bienes y tierras y, en general, para tener mayor control sobre su futuro financiero (IPA, 2017).

En cuanto a los servicios financieros, de acuerdo con los resultados del Global Findex de 2017, a nivel mundial, más de mil millones de mujeres aún se encuentran excluidas del sistema financiero y, para el caso de las economías en desarrollo, aún persiste una diferencia de género de 9 puntos porcentuales en la propiedad de cuentas². Esta brecha no ha cambiado desde 2011, a pesar del progreso general en inclusión financiera. La interiorización de estas diferencias sistémicas resulta clave para proporcionarle a las mujeres acceso a servicios financieros formales de ahorro, crédito, transaccionales y esquemas de aseguramiento de manera efectiva y en condiciones de igualdad.

1. Ver recuadro “La inserción al mercado laboral de las mujeres colombianas”, incluido al final de este capítulo.

2. The Global Findex database 2017.

INDICADORES DE INCLUSIÓN FINANCIERA POR GÉNERO, 2018

HOMBRES



Indicador inclusión financiera:

82,6%

Nivel de uso:

83,0%

MUJERES



Indicador inclusión financiera:

80,0%

Nivel de uso:

84,4%



En Colombia, las mujeres acceden menos a servicios financieros que los hombres

El acceso de las mujeres adultas colombianas a servicios financieros ha aumentado en los últimos años, pero persisten retos no despreciables. En 2018, el indicador de inclusión financiera de los hombres fue del 82,6%, en comparación con el 80,0% de las mujeres, una diferencia de casi tres puntos porcentuales. Adicionalmente, cuando se utilizan los datos de las encuestas de demanda realizadas por la SFC y Banca de las Oportunidades, la brecha se acentúa, alcanzando los 20 puntos porcentuales en la medición de 2017. Lo mismo ocurre con el Global Findex de 2017 del Banco Mundial, en donde la brecha de género para Colombia fue de 10 puntos. Las diferencias registradas entre la información de la oferta y la demanda podrían estar explicadas, entre otros factores, por dinámicas idiosincráticas, como la predominancia de la autoridad patriarcal o por bajos niveles de educación financiera, que llevan a que a las mujeres no reconozcan como propia la tenencia de sus productos financieros.

En cuanto a los datos de la oferta, en 20 departamentos y en Bogotá D.C. se evidenció una brecha a favor de los hombres. Vichada, Bogotá D.C., Casanare y Meta registraron la mayor diferencia, la cual osciló entre los 8,1 y 10,5 puntos porcentuales. En contraste, doce departamentos tuvieron una brecha a favor de las mujeres adultas, pero de menor magnitud³: Bolívar, Cauca, Chocó y Sucre tuvieron la mayor diferencia, entre 4,3 y 6,6 puntos porcentuales.

La brecha de género para los productos de crédito fue mayor que la de los de depósito: 3,8 frente a 2,4 puntos porcentuales. En los 12 departamentos con brecha a favor de las mujeres en el indicador de inclusión financiera, la proporción de mujeres con productos de depósitos fue mayor que la de los hombres y, de estos, solo en San Andrés, Magdalena y Chocó la diferencia a favor de las mujeres se dio también para productos crediticios vigentes.

Adicionalmente, los montos promedio desembolsados a mujeres fueron inferiores a los de los hombres para todas las modalidades de crédito. En el caso del microcrédito, esta cifra fue de \$4,8 millones para los hombres y de \$4,0 millones para las mujeres. En cuanto al crédito de consumo, el monto promedio desembolsado a hombres fue de \$1,2 millones y a las mujeres fue de \$950 mil. Finalmente, a los hombres se les desembolsó, en promedio, \$115,5 millones para compra de vivienda, mientras que, en el caso de las mujeres, esta cifra fue de \$99,8 millones.

Entre los factores que explican la brecha de género en el indicador de inclusión financiera se encuentran los problemas de inserción al mercado laboral de las mujeres, que se presentan en el siguiente recuadro. En efecto, ellas registran menor ocupación, menor participación, salarios más bajos y mayores tasas de desempleo (Arango, Castellani y Lora, 2016). Esta situación incide en el acceso a servicios financieros porque, por un lado, las cuentas de ahorro, la puerta de entrada al sistema financiero, se abren principalmente de manera inducida o por sugerencia de sus empleadores en más de la mitad de los casos (Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia, 2018). Por el otro, la estabilidad y formalidad de los ingresos es uno de los factores determinantes de aprobación de créditos.

A pesar de la brecha generalizada a favor de los hombres, ciertos productos han sido utilizados mayoritariamente por las mujeres. El caso más representativo es el de las cuentas de ahorro que se emplean para dispersar las transferencias monetarias condicionadas del programa *Más Familias en Acción* dirigidas principalmente a madres cabeza de hogar. A diciembre de 2018, el 76,3% de los adultos con CAE eran mujeres y, de los cuatro millones de cuentas que existían, las mujeres eran titulares de 3,5 millones. Esto quiere decir que, por cada 10 mil mujeres, habían 1.954 CAE y por cada 10 mil hombres 374. Además, el saldo promedio en las CAE era mayor para las mujeres que para los hombres: \$61.419 frente a \$54.692. Los CDT y los depósitos electrónicos también fueron adquiridos en su mayoría por mujeres, las cuales tenían la titularidad del 63,7% y el 54,7% de estos productos, respectivamente.

3. Los doce departamentos con brecha a favor de las mujeres adultas son: Sucre, Chocó, Bolívar, Cauca, Magdalena, Nariño, La Guajira, Córdoba, Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Atlántico, Boyacá y Quindío.



La inserción al mercado laboral de las mujeres colombianas

Si bien la brecha entre hombres y mujeres respecto al tamaño relativo de la fuerza laboral se redujo en cinco puntos porcentuales (medio punto porcentual por año) en los últimos diez años, al finalizar 2018, ésta rondaba los 21 puntos porcentuales. Algo similar ocurre con la tasa de ocupación, cuya brecha de género se redujo en tres puntos porcentuales a lo largo del mismo periodo de tiempo, y fue de 22 puntos porcentuales.

Adicionalmente, el funcionamiento del mercado laboral de Colombia se caracteriza por la mayor tasa de desempleo femenino con respecto a la de los hombres. En efecto, a lo largo del último trimestre de 2018, la tasa de desempleo de las mujeres era seis puntos porcentuales superior a la de los hombres. La probabilidad de que una mujer se encuentre desempleada es menor entre mayor sea su educación y su edad. Las circunstancias familiares también inciden en esta probabilidad: es mayor si es casada y si tiene a su cargo niños menores de 2 años, pero ésta se reduce si la mujer es jefe del hogar o si el cónyuge u otras personas de la familia tienen buenos ingresos (Arango, Castellani y Lora, 2016).

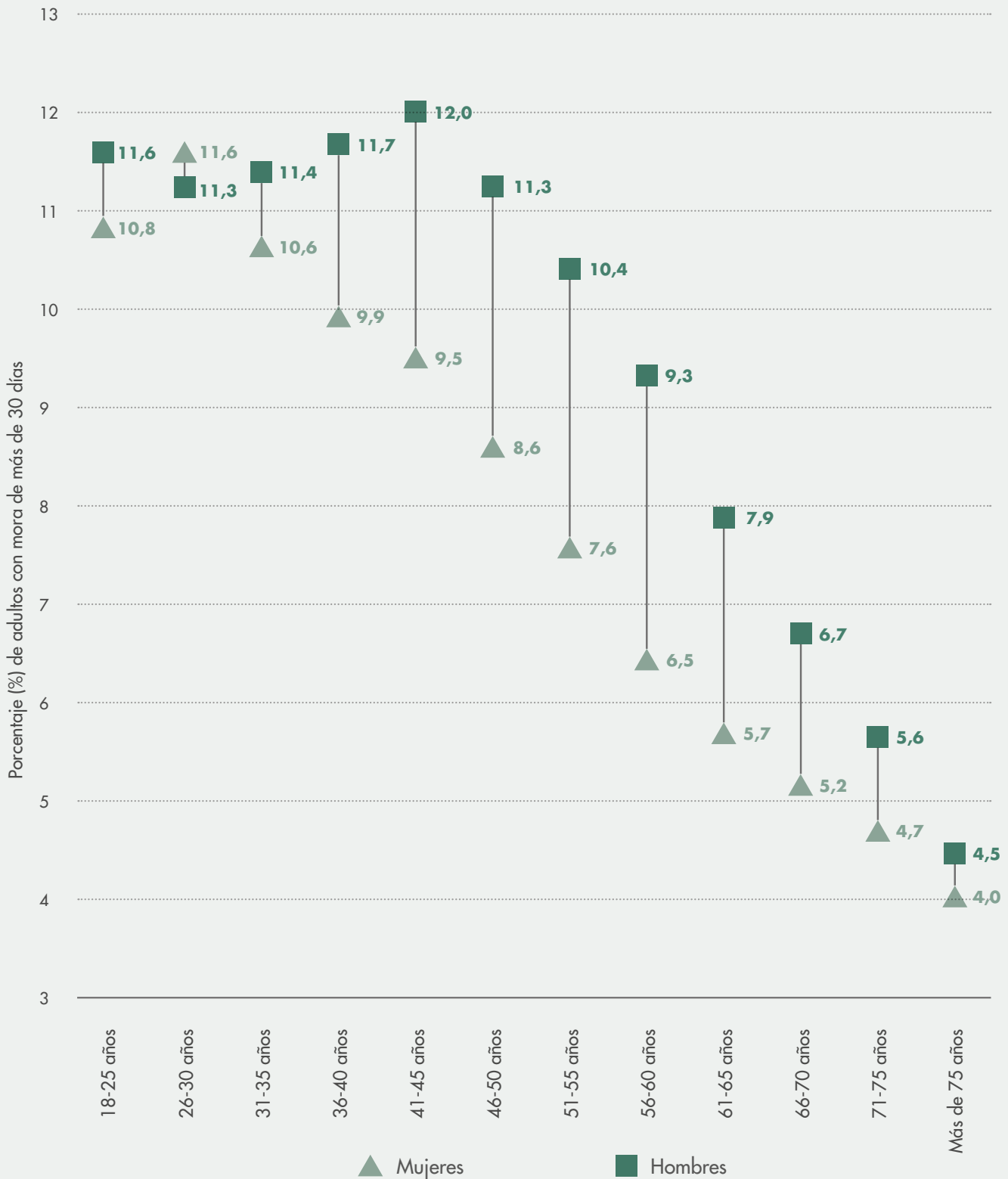
Complementariamente, al analizar los patrones de remuneración salarial de los hombres y las mujeres, los mayores niveles de educación de las mujeres en relación con los hombres no se corresponden con los patrones de remuneración salarial. La proporción de mujeres en la fuerza laboral que ha finalizado sus estudios de secundaria, técnicos o tecnológicos, pregrado o posgrado es 12 puntos porcentuales superior a la de los hombres. Sin embargo, al analizar la distribución de la población económicamente activa según sexo y rango de ingresos laborales mensuales, se observa que la proporción de mujeres que gana menos de un salario mínimo es 12 puntos porcentuales superior a la de los hombres, mientras que la proporción de mujeres ganando más de un salario mínimo es 12 puntos porcentuales inferior a la de su contraparte (DANE, 2018).



Las mujeres son más cumplidas con el pago de sus créditos

Aunque las mujeres adultas acceden menos a los créditos formales que los hombres, tanto en número como en monto, registran indicadores de mora menores. A di-

ciembre de 2018, el porcentaje de mujeres con productos de crédito en mora de más de 30 días fue del 8,9%, mientras que el de los hombres fue del 10,5%. En general, esta diferencia a favor de las mujeres adultas se mantiene para los distintos rangos de edad, donde la brecha más amplia está en el grupo compuesto por los adultos con edades entre los 51 y 55 años (Gráfico 4.1).

Gráfico 4.1. Brechas de género en la tasa de mora, según rangos de edad, 2018

Fuente: Banca de las Oportunidades.



Las brechas de género dependen de la edad

En cuanto a la edad, como se expone en el quinto capítulo, los jóvenes son quienes menos participan en el mercado laboral, tienen la tasa de desempleo más alta y son los menos incluidos financieramente. Mientras el 80,0% de las mujeres adultas tenía productos financieros, el de las mujeres entre los 18 y 25 años fue de 54,7%, una diferencia de cerca de 25 puntos porcentuales. Por su parte, mientras que el 82,6% de los hombres contaba con productos financieros, aquellos entre los 18 y 25 años

tenían un indicador del 58,7% lo que implica una diferencia de 24 puntos porcentuales.

Las brechas de género varían según los distintos rangos de edad. Para los adultos entre los 18 y 35 años, el acceso a productos financieros es superior entre los hombres. En este segmento, la brecha más grande observada es de ocho puntos porcentuales. Sin embargo, esta tendencia se revierte para el grupo con edades entre los 36 y 55 años, donde las mujeres tienen un mayor grado de inclusión financiera. En este caso, no obstante, las diferencias no superan los cuatro puntos porcentuales. Finalmente, para la población de más de 56 años, las brechas de acceso a favor de los hombres se amplían, alcanzando los 14 puntos porcentuales para los adultos de la tercera edad (Gráfico 4.2).



La exclusión financiera de los hombres y las mujeres se exacerba con la ruralidad

Mientras que el 85,7% de las mujeres adultas en las ciudades y aglomeraciones accedió a servicios financieros formales, en los municipios rurales y rurales dispersos sólo lo hizo el 63,0%. El panorama es similar entre los hombres: la proporción que accede a productos financieros en ciudades fue del 91,4%, mientras que en los de zonas rurales y rurales dispersas bajó al 60,5%.

Como resultado de estas diferencias, los jóvenes en zonas rurales fueron los más rezagados: en zonas rurales y rurales dispersas la proporción de mujeres

adultas con productos financieros fue de 30,8% y la de los hombres de 30,1% (Gráfico 4.3). Frente a esta situación, cabe resaltar que los jóvenes rurales representan un gran potencial para la inclusión financiera puesto que son una generación más familiarizada con los avances tecnológicos y las comunicaciones, aspectos que se han identificado como fundamentales para llegar a estas zonas alejadas y con baja densidad poblacional (Gráfico 4.3).

Adicionalmente, la magnitud de las brechas de género cambia para los distintos niveles de ruralidad. En las ciudades y aglomeraciones, la proporción de hombres que accede a productos financieros es mayor que la de las mujeres para los cuatro rangos de edad definidos en el Gráfico 4.3. En menor magnitud, este patrón se revierte en los municipios rurales y rurales dispersos, donde este indicador es superior para las mujeres, excepto entre los adultos mayores.



¿Por qué inclusión con enfoque de género?

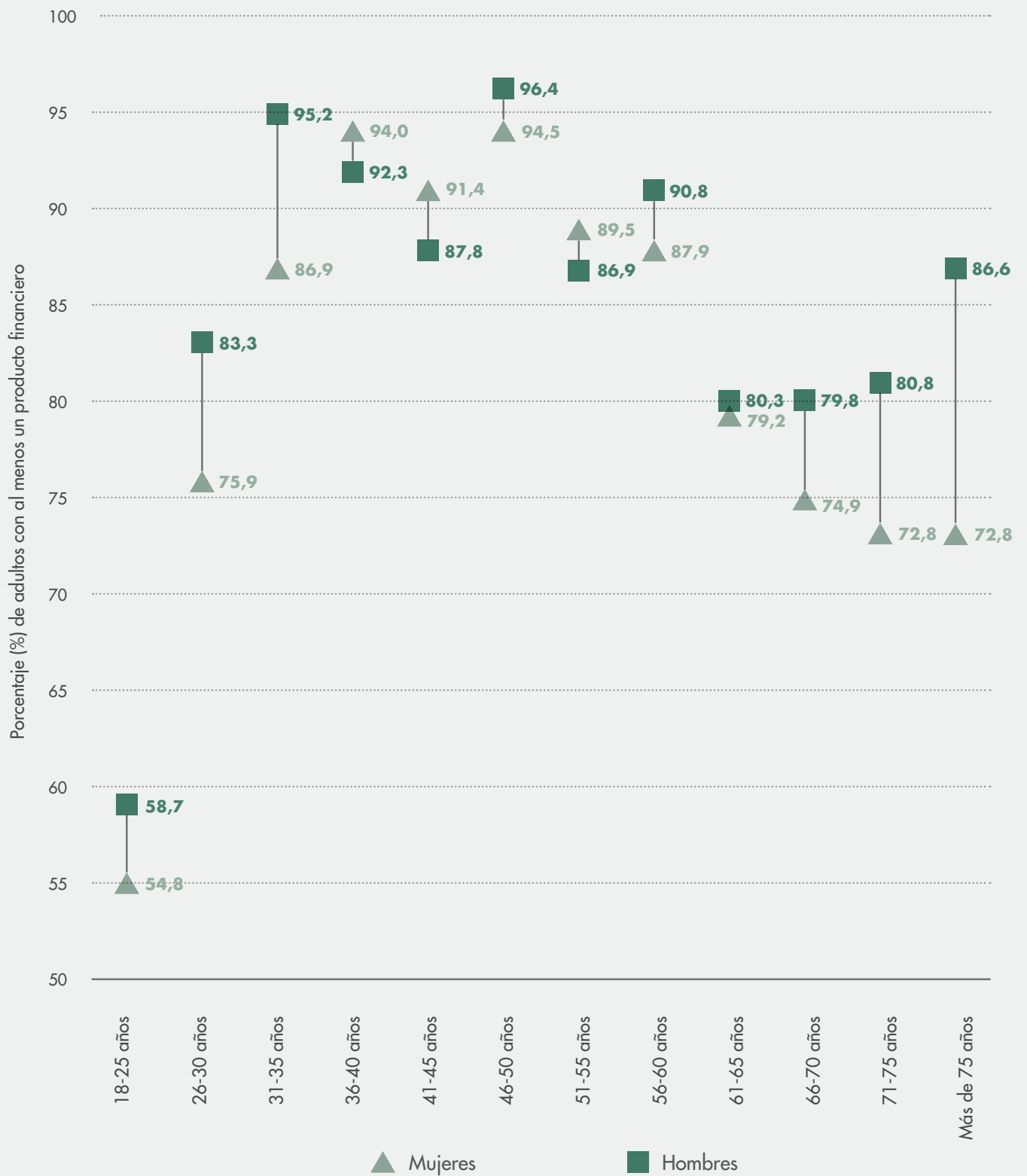
La reducción de las disparidades de género presentadas a lo largo de este capítulo, particularmente, las jóvenes rurales, resulta prioritario para consolidar en el país un entorno de crecimiento económico inclusivo que contribuirá a combatir la pobreza. En efecto, la literatura muestra que promover el acceso a servicios financieros formales con un enfoque de género amplifica los efectos que la inclusión financiera tiene sobre el bienestar.

Se ha concluido, por ejemplo, que las mujeres maximizan los beneficios del acceso a microcrédito sobre la comunidad, porque, en comparación con los hombres, tienen perfiles de pago más confiables y tienden a invertir las ganancias de sus negocios y emplear los ahorros en formas que tienen un impacto más duradero y significativo sobre la calidad de vida de sus familias (Cheston & Kuhn, 2002).

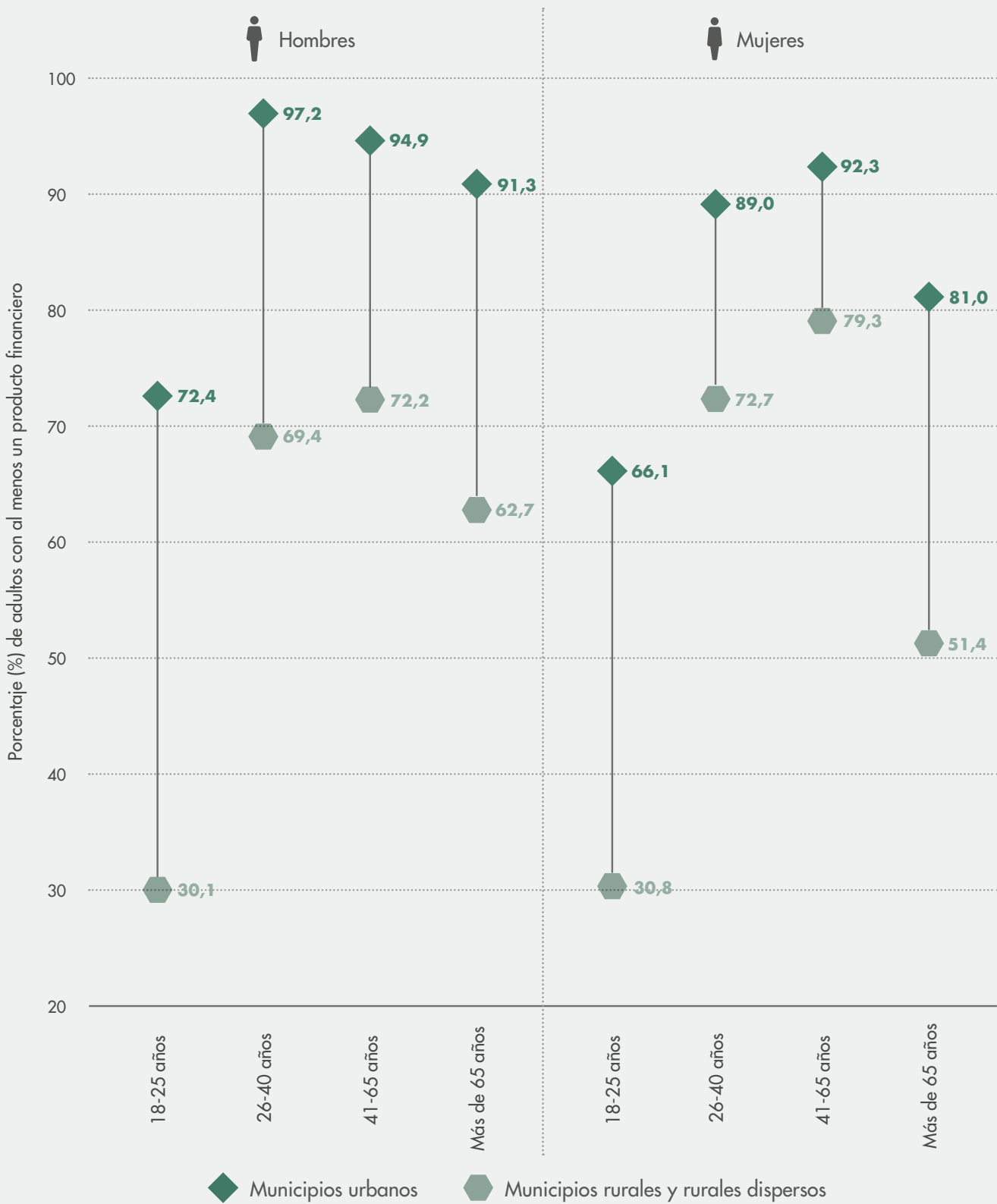
Adicionalmente, en el caso de las mujeres más vulnerables, la inclusión financiera fortalece su empoderamiento económico, lo cual abarca aspectos como la seguridad, la confianza, el respeto y la independencia (Holloway, Niazi, & Rouse, 2017). Como resultado, promover el acceso de las mujeres a las microfinanzas puede reducir los niveles de ansiedad económica en la familia, mitigando la ocurrencia de conflictos al interior de éstas (Arunachalam, 2007). De esta manera, invertir más recursos para una mayor inclusión financiera con enfoque de género favorece la movilidad social, la reducción de la violencia intrafamiliar y de pobreza, el desarrollo de capacidades básicas en los hogares y la creación de capital humano (Women's World Banking, 2011).



Gráfico 4.2. Brechas de género en el acceso a productos financieros, según rangos de edad, 2018



Fuente: Banca de las Oportunidades y DANE.

Gráfico 4.3. Brechas urbano-rurales, según rangos de edad y género, 2018

Fuente: Banca de las Oportunidades y DANE.



5

LAS DIFERENCIAS GENERACIONALES

Con el fin de superar las barreras existentes en términos del acceso y uso de los servicios financieros formales, resulta fundamental conocer y entender los distintos contextos, características y necesidades de la población colombiana. En ese sentido, la perspectiva demográfica, específicamente por grupos etarios o generacionales, tiene un potencial importante. Desde principios del milenio, la población colombiana ha venido envejeciendo, lo cual supone retos para el sistema financiero formal. En 2005, los niños y jóvenes representaban cerca de la mitad de la población; en 2018, esta proporción se redujo en más de seis puntos porcentuales. Por su parte, la participación de los adultos mayores creció en dos puntos en el mismo periodo de tiempo (Gráfico 5.1).

La teoría del ciclo de vida, aplicada al diseño de estrategias de inclusión y educación financiera, muestra que las preferencias y necesidades financieras cambian de acuerdo con la edad. Por ejemplo, los adultos jóvenes necesitan productos que les permitan acceder a servicios digitales, atender sus necesidades educativas o recibir su primer salario, así como construir su historial crediticio, mientras que las personas de edad avanzada requieren productos que les permita utilizar y administrar sus recursos, en muchos casos derivado de sus pensiones, y les sirvan de apoyo en sus estrategias para llegar a fin de mes.

Las entidades financieras en Colombia han empezado a desarrollar estrategias enfocadas en las distintas generaciones. Algunas han implementado soluciones rápidas, sencillas, personalizadas y autogestionables, basadas en tecnología móvil para los más jóvenes (*centennials*¹ y *millennials*²). Otras se han centrado en mantener o recuperar la confianza de los *baby boomers*³ y adultos mayores⁴, apuntado a desarrollos que mejoren la experiencia en torno a la accesibilidad de sus aplicativos. Sin embargo, estos esfuerzos por desarrollar soluciones diferenciadas no han sido suficientes, pues la realidad es que en el país las distintas generaciones de adultos no acceden de la misma forma al sistema financiero formal.

Los *baby boomers* y los *millennials* son los más incluidos financieramente, con indicadores de acceso por encima del promedio nacional. En contraste, los adultos mayores y los *centennials* son los que menos lo hacen. La brecha en el indicador de inclusión financiera entre los *baby boomers* y los *centennials* fue de más de 30 puntos porcentuales. En este contexto, el reto para el país en los próximos años es lograr que los más jóvenes ingresen al sistema financiero. El acceso a servicios financieros formales como el ahorro, el crédito o los seguros les permite a los jóvenes invertir en su formación, gestar emprendimientos más fácilmente o acumular de activos.

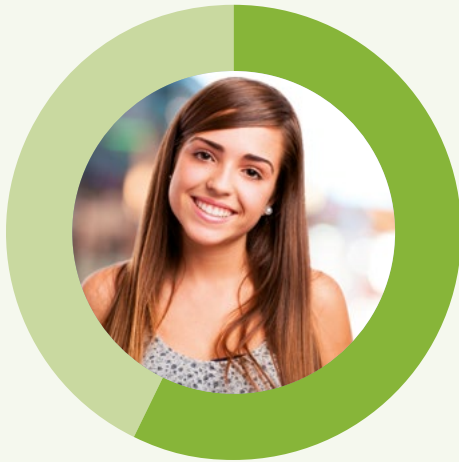
1. Nacidos entre 1993 y el 2000.

2. Nacidos entre 1978 y 1992.

3. Nacidos entre 1953 y 1977.

4. Nacidos antes de 1953.

INDICADOR DE INCLUSIÓN FINANCIERA POR RANGOS DE EDAD



57,3%

Generación Z o *centennials*



87,7%

Generación Y o *millennials*



89,1%

Generación X o *baby boomers*

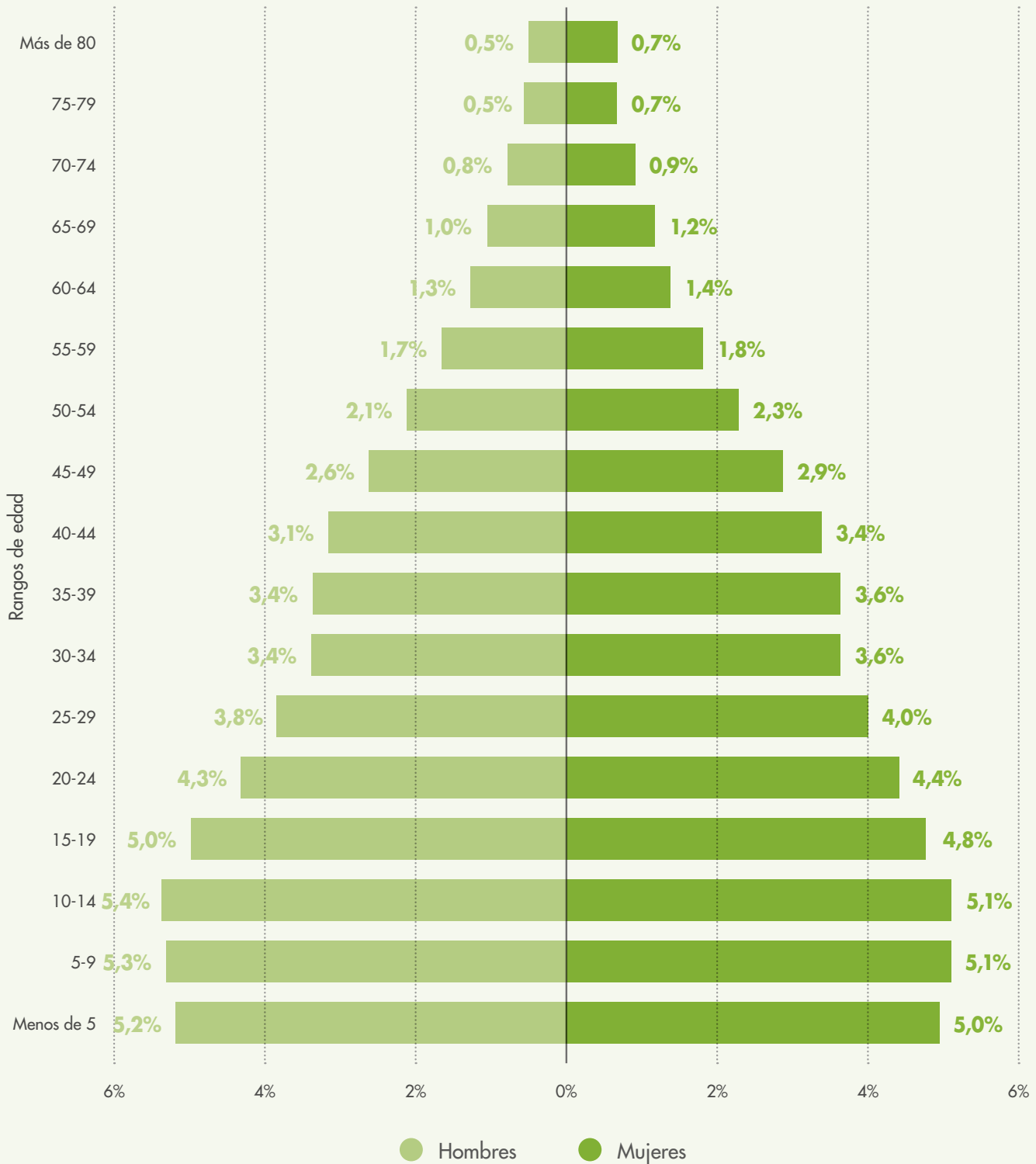


77,5%

Adultos mayores a 65 años

Gráfico 5.1. Evolución de la pirámide poblacional colombiana, 2005-2018

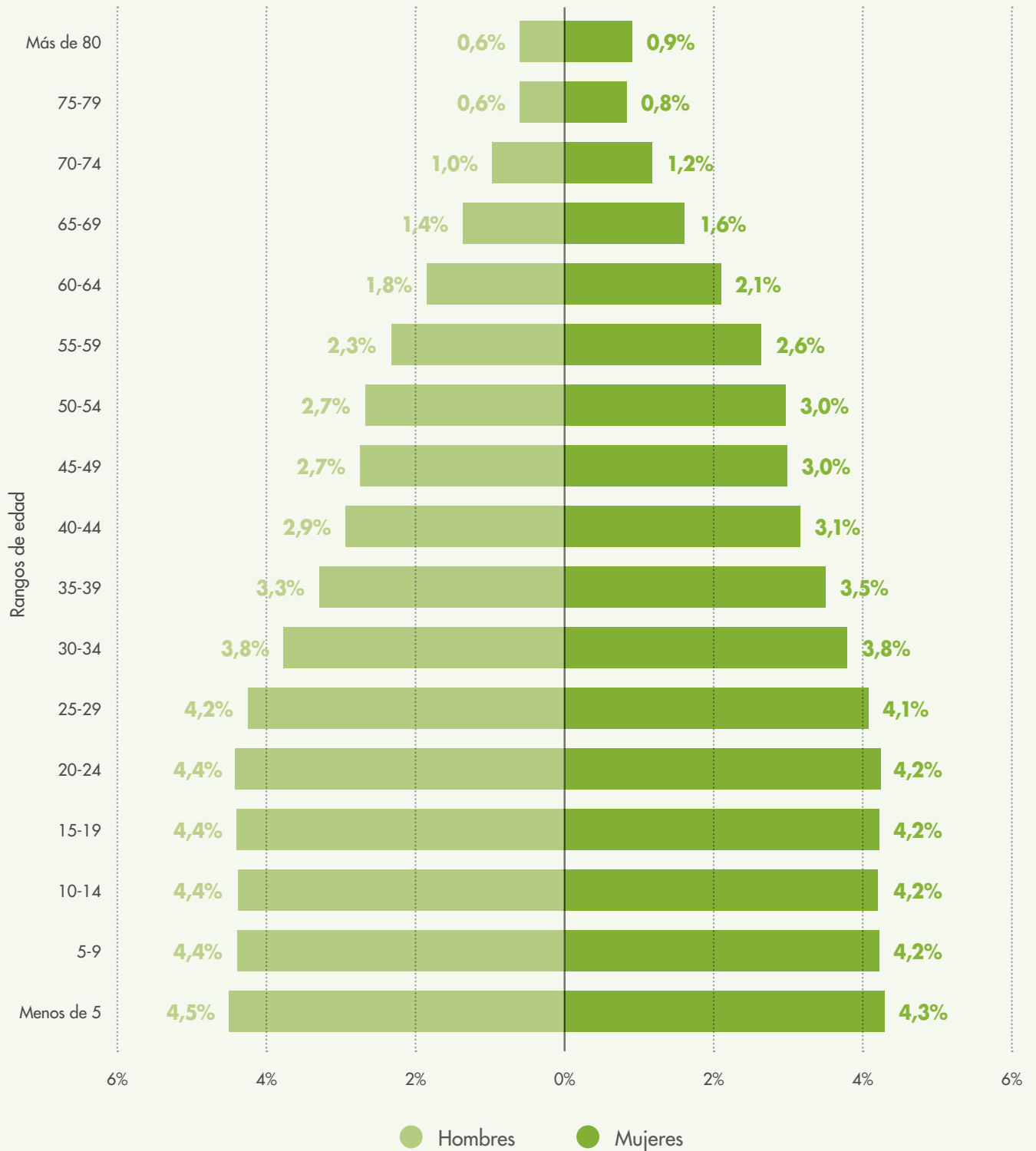
Distribución de la población según sexo y rangos de edad, 2005



Fuente: DANE.

Gráfico 5.1. Evolución de la pirámide poblacional colombiana, 2005-2018

Distribución de la población según sexo y rangos de edad, 2018



Fuente: DANE.



La inclusión financiera de la generación Z o los *centennials* (18-25 años)

Los *centennials* o la generación Z son grandes consumidores que esperan que las tecnologías digitales les facilite la vida. Se estima que tendrán un poder de compra de \$29 a \$130 billones de dólares para 2020 (Forbes, 2019). Además, muchos de ellos están ingresando o cursando la universidad, lo que significa que demandan créditos estudiantiles, productos transaccionales y tarjetas de crédito con costos ajustados a su capacidad de pago.

En Colombia, 6,8 millones de adultos, es decir el 20,0%, tenían este rango de edad y correspondían a la generación más alejada del sistema financiero formal. A diciembre de 2018 el 57,3% de los adultos jóvenes entre 18 y 25 años tenía acceso a algún producto financiero, 24 puntos porcentuales por debajo del promedio. De los *centennials* incluidos financieramente, 3,4 millones tenía un producto activo y/o vigente, que corresponde a un nivel de uso del 85,8% (Gráfico 5.2). El rezago en términos de acceso tiene dos aristas. Por un lado, aquellos dentro de la población económicamente activa (PEA) enfrentan problemas de inserción al mercado laboral más pronunciados que el resto de grupos etarios. Además, hay otro segmento, por fuera de la PEA, cuya mayoría estudia y depende económicamente de sus padres, demandan pocos servicios financieros o lo hacen de manera amparada. En efecto, la población joven presentó una tasa de desem-

pleo de 18,1% en el trimestre móvil que va de noviembre de 2018 a enero de 2019, en comparación con el 12,8% del promedio nacional (DANE, 2019).

El 54,5% de los *centennials* tenía al menos un producto de depósito, que corresponde a 3,7 millones de adultos (Gráfico 5.3). Aunque este es el segmento poblacional más excluido financieramente, son los que más hacen uso de sus productos de depósito: el 82,2% los tenía activos. Puntualmente, 3,6 millones *centennials* tenían cuenta de ahorro, haciéndola el producto de mayor penetración en este grupo. Le siguieron los depósitos electrónicos y las cuentas de ahorro de trámite simplificado. Las cuentas corrientes y los CDT fueron los instrumentos de ahorro y depósito que menos tenían. La preferencia por los productos ágiles y digitales (los DE y CATS) se asocia con la familiaridad que tienen los jóvenes con la tecnología. Los *centennials* son nativos digitales.

Por su parte, 1,4 millones de *centennials* (21,1% del total de ese grupo), contaban con al menos un producto de crédito vigente. La baja penetración del crédito se explica porque muchos carecen de ingresos laborales, garantías o historial crediticio. El producto de crédito más popular para los *centennial* o generación Z fue la tarjeta de crédito, donde el 12,4% tenía al menos una, seguido por el crédito de consumo con 9,8% y el microcrédito con 3,2% (Gráfico 5.4). El crédito de vivienda en los *centennials* fue el de menor penetración en comparación con los otros grupos etarios, solo 14.332 (0,2% de esta población) tenían este crédito. Esto se correlaciona con el hecho de que muchos de esos jóvenes no están pensando en adquirir vivienda o no tienen capacidad para ello.



La inclusión financiera de la generación Y o los *millennials* (26-40 años)

Globalmente, este grupo generacional es el responsable de la mayoría de las compras de bienes de consumo y están comenzado o ya han consolidado su carrera profesional, su hogar o familia. A nivel financiero son más conservadores, producto de las crisis financieras que sus padres vivieron y marcaron su educación,

como las de los noventa en los mercados emergentes, o que vivieron ellos mismos, como la crisis financiera del 2008. Valoran la tecnología y las plataformas financieras, al mismo tiempo que las sucursales físicas (Deloitte, 2015). De hecho, esta generación usan todos los canales financieros más que las otras generaciones.

En Colombia, la población entre 26 y 40 años se estima en 11 millones de personas, es decir el 32,1% de los adultos del país. De ellos, 9,7 millones tenían al menos un producto financiero, lo que se traduce en un indicador de inclusión financiera del 87,7%. Este indicador es superior al promedio nacional en seis

puntos porcentuales y al de los *centennials* en cerca de 30 puntos. De los incluidos financieramente, 8,5 millones tenían al menos un producto financiero activo o vigente, por lo que el nivel de uso se ubicó en 87,8%.

Más de 9,3 millones de *millennials* contaban con al menos un producto de depósito, esto es, 84,7% de su población. Al igual que en los *centennials*, el producto con mayor penetración fue la cuenta de ahorro, con 9,1 millones de personas, seguida por los depósitos electrónicos y las cuentas de ahorro electrónicas. La alta penetración de productos digitales se explica porque la mayoría fueron expuestos a la tecnología desde su adolescencia. Por su parte, la cuenta corriente y los otros productos de ahorro fueron también los de menor penetración. El nivel de uso de los productos de depósito fue del 82,4% y el de la

cuenta de ahorro fue del 73,7%. El nivel de uso de los productos de depósito de los *centennials* y *millennials*, que fue superior al de resto de generaciones, denota el potencial de mercado que se desprende de estos dos segmentos.

En cuanto al acceso al financiamiento, 5,1 millones de *millennials* contaban con al menos un producto de crédito vigente, que corresponde al 46,3% de la población con esta edad. Al igual que los *centennials*, el producto más popular dentro de este segmento fue la tarjeta de crédito donde el 31,1% (3,4 millones de deudores) tenían este producto, seguido por el crédito de consumo con el 22,8% (2,5 millones) y el microcrédito con el 9,4% (un millón). Los *millennials* y los *baby boomers* fueron los que mayoritariamente accedieron al crédito de vivienda (Gráfico 5.4).



La inclusión financiera de la generación X o *baby boomers* (41-65 años)

La generación de *baby boomers* se ha venido adaptando a la tecnología digital, desde la tecnología análoga (Cruz, 2017). La mayoría conoce bien la oferta de productos financieros que existe en el mercado y su mayor preocupación se encuentra asociada a sus compromisos y obligaciones financieras. Aunque tienen celulares inteligentes, la mayoría no los usa para realizar transacciones u operaciones financieras (Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia, 2018).

Esta generación es la que tiene más habitantes en Colombia: se estima que corresponde al 37,2% de la población adulta y la tendencia es que esta cifra sea mayor, ya que Colombia, como en la mayoría de los países emergentes, enfrenta un paulatino envejecimiento de su población (Gráfico 5.1). A 2018, los *baby boomers* fueron los más incluidos financieramente. El 89,1% u 11,4 millones de adultos entre 41 y 65 años tenía acceso a algún producto financiero formal. De estos, casi 9,5 millones contaba con al menos un producto financiero activo o vigente, lo que representa un nivel de uso del 83,3%.

Frente a los productos de depósito, cerca de 10,9 millones (84,9%) contaba con estos productos. De manera similar al resto de grupos etarios, la cuenta de ahorros fue el producto predominante en esta segmento, con 10,5 millones de personas accediendo a ella, seguido de los depósitos electrónicos y las cuentas de ahorro electrónicas. Si bien los *baby boomers* están menos familiarizados con la tecnología digital que los *centennials* y *millennials*, también han abierto estos productos digitales dados los esfuerzos del Gobierno Nacional por usarlos como una herramienta de dispersión de transferencias monetarias condicionadas, dirigidas principalmente a madres cabezas de hogar, muchas en este rango de edad. La cuenta corriente fue el cuarto producto de mayor penetración entre los *baby boomers* y se destaca que, en comparación con los demás grupos etarios, son los que más tienen estas cuentas. El nivel de uso de los productos de depósito fue del 74,7% y, en particular, el de la cuenta de ahorros fue del 63,4%.

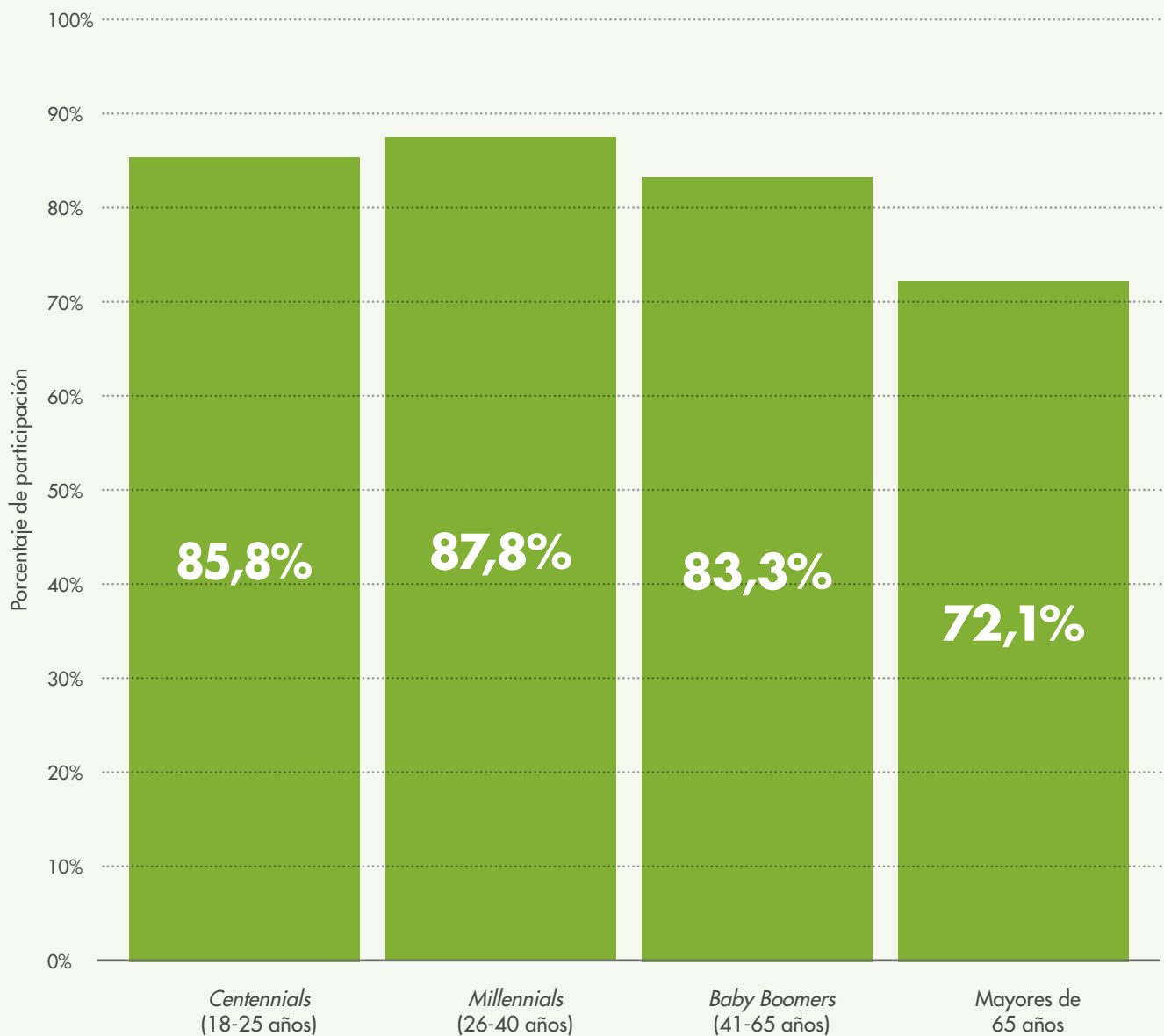
Las personas de la generación X o *baby boomers* son las que más acceden al crédito. En efecto, 6,2 millones de adultos entre los 41 y 65 años (48,4% de esta población) tenían al menos un crédito vigente. Al igual que los anteriores grupos etarios, la mayor penetración la tenía la tarjeta de crédito, en donde el 31,1% contaba con este producto, seguido por el crédito de consumo con el 23,1% y el microcrédito con el 13,0%. Al cierre de 2018, 581.260 *baby boomers* tenían crédito de vivienda vigente.



A mayor edad, menor es la mora

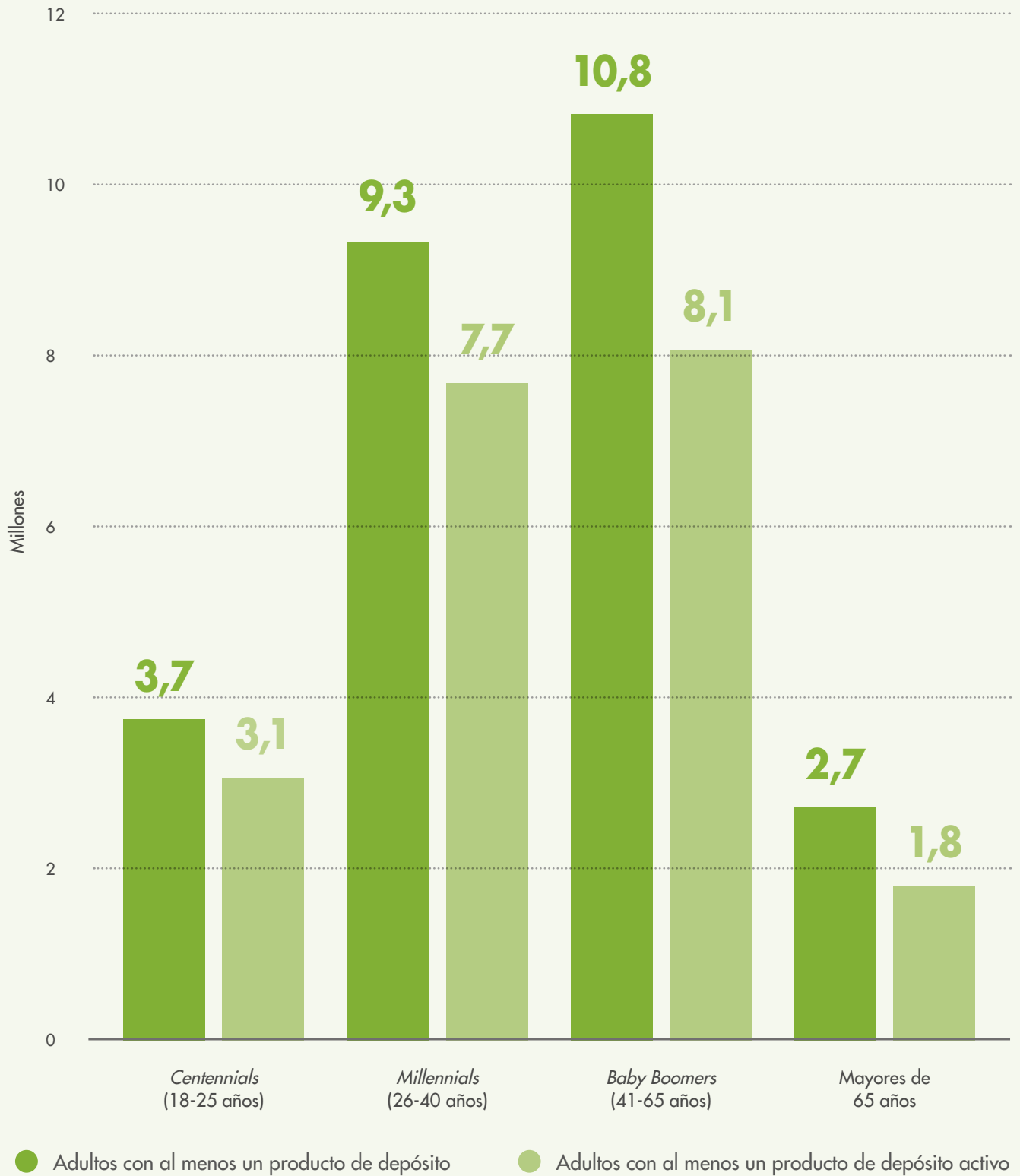
La mora disminuye a medida que aumenta la edad. El porcentaje de adultos con productos de crédito en mora de más de 30 días fue del 11,2% entre los *centennials*, del 11,1% entre los *millennials*, del 9,1% entre los *baby boomers* y del 5,3% en los adultos mayores de 65 años.

Gráfico 5.2. Nivel de uso por rangos de edad, 2018

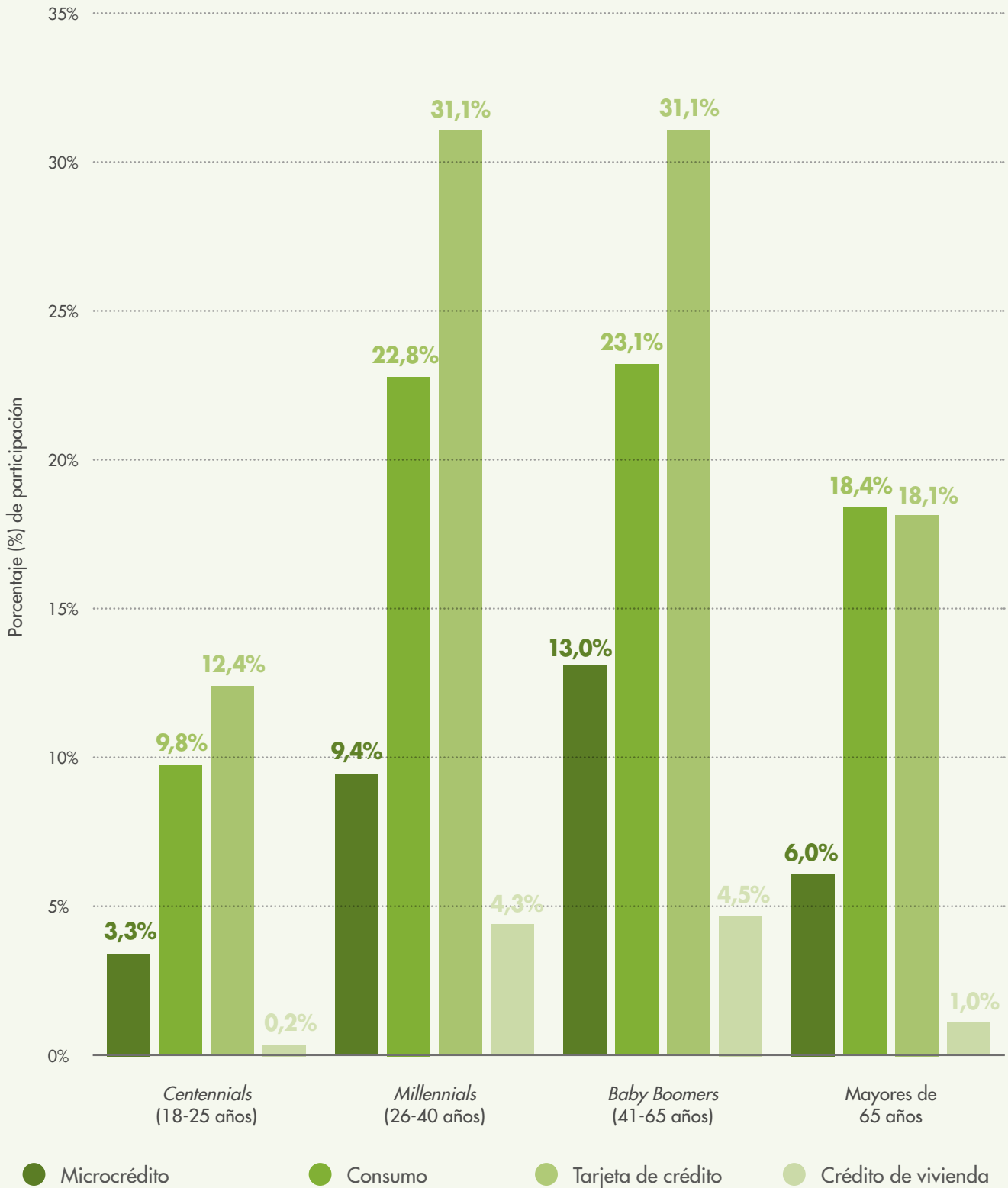


Fuente: Banca de las Oportunidades.

Gráfico 5.3. Número de adultos con algún producto de depósito por rango de edad y actividad, 2018



Fuente: Banca de las Oportunidades.

Gráfico 5.4. Porcentaje de adultos con al menos un producto de crédito vigente por rangos de edad, 2018

Fuente: Banca de las Oportunidades.



La inclusión financiera de los adultos con más de 65 años

La generación de más de 65 años se caracteriza por hacer un menor uso de innovaciones tecnológicas y prefiere usar medios y canales convencionales. Un alto porcentaje es reticente a usar la banca digital por temor a realizar transacciones o falta de confianza. Prefieren los canales físicos, en donde pueden tener contacto directo con un asesor de la entidad financiera. Además, algunas entidades son precavidas con este segmento debido a la incertidumbre sobre su capacidad financiera, estabilidad de sus ingresos y condiciones fisiológicas.

Los adultos mayores a 65 años tienen el segundo menor indicador de inclusión financiera después de los *centennials*. Al respecto, el 77,5% de los adultos con más de 65 años tenía al menos de un producto financiero, es decir, 2,9 millones. Además, este grupo etario evidenció el menor nivel de uso con 72,1%.

Los adultos mayores a 65 años contaban con el segundo menor nivel de acceso tanto en términos de los productos de depósito como de crédito. En efecto, 2,7 millones de adultos en este rango de edad, el 74,3%⁵, tenían al menos un producto de depósito, mientras que el 65,7% tenía al menos uno de estos productos activo. La mayoría, es decir, 2,6 millones, contaba con una cuenta de ahorro, cuyo nivel de uso fue del 60,0%. Le siguieron las cuenta corriente y los productos de ahorro a término como los CDT. Este último, dado su bajo nivel de riesgo, es más demandado por este grupo etario. En contraste, la proporción de adultos mayores con cuentas de ahorro electrónicas, cuentas de ahorro de trámite simplificado o depósitos electrónicos fue inferior al 4%.

Con respecto al acceso a financiación, solo el 31,4% de los adultos mayores tenía un producto de crédito vigente. En particular, el 18,4% de la población de este segmento tenían crédito de consumo y el 18,1% tarjeta de crédito. Por su parte, el 6,0% tenían microcréditos y el 1,0% un crédito de vivienda.

¿Con qué producto entran los colombianos al sistema financiero?



Durante 2018, ingresaron por primera vez al sistema financiero 1,1 millones adultos, cifra similar a la observada un año atrás. La principal puerta de entrada al sistema financiero sigue siendo la cuentas de ahorro: el 75,0% del total de adultos que se vinculó por primera vez al sistema financiero lo hizo con este producto (Gráfico 5.5). Sin embargo, productos como los depósitos electrónicos y las cuentas de ahorro de trámite simplificado han empezado a ganar influencia. Sus participaciones como producto de entrada pasaron del 0,8% y 0% en 2017, al 6,4% y 3,0% en 2018, respectivamente.

Adicionalmente, más de una décima de los adultos ingresa por primera vez con un producto de crédito. El segundo producto más relevante después de la cuenta de ahorro es el microcrédito, cuya participación fue del 5,6%. Le siguen la tarjeta de crédito y el crédito de consumo, cuya participación fue del 4,8% y 2,8%, respectivamente. Estas dinámicas resaltan la importancia de promover el uso responsable de estos productos entre la población cuyo vínculo con el sistema financiero formal es aún incipiente, con el objetivo de evitar esquemas de sobreendeudamiento que podrían repercutir a futuro sobre su bienestar.

Ahora bien, al analizar cómo profundizan financieramente los adultos que ingresan por primera vez, se observa que hay diferencias dependiendo del producto por el que se hizo la apertura. De los 274.877 adultos que ingresaron al sistema financiero con una cuenta de ahorro en el último trimestre de 2017, un año después originaron 172.893 nuevos productos.

5. A diciembre de 2018, había un millón de pensionados por jubilación. Como resultado, el porcentaje de adultos pensionados como proporción del total de adultos con al menos un producto de depósito fue del 37,5%.

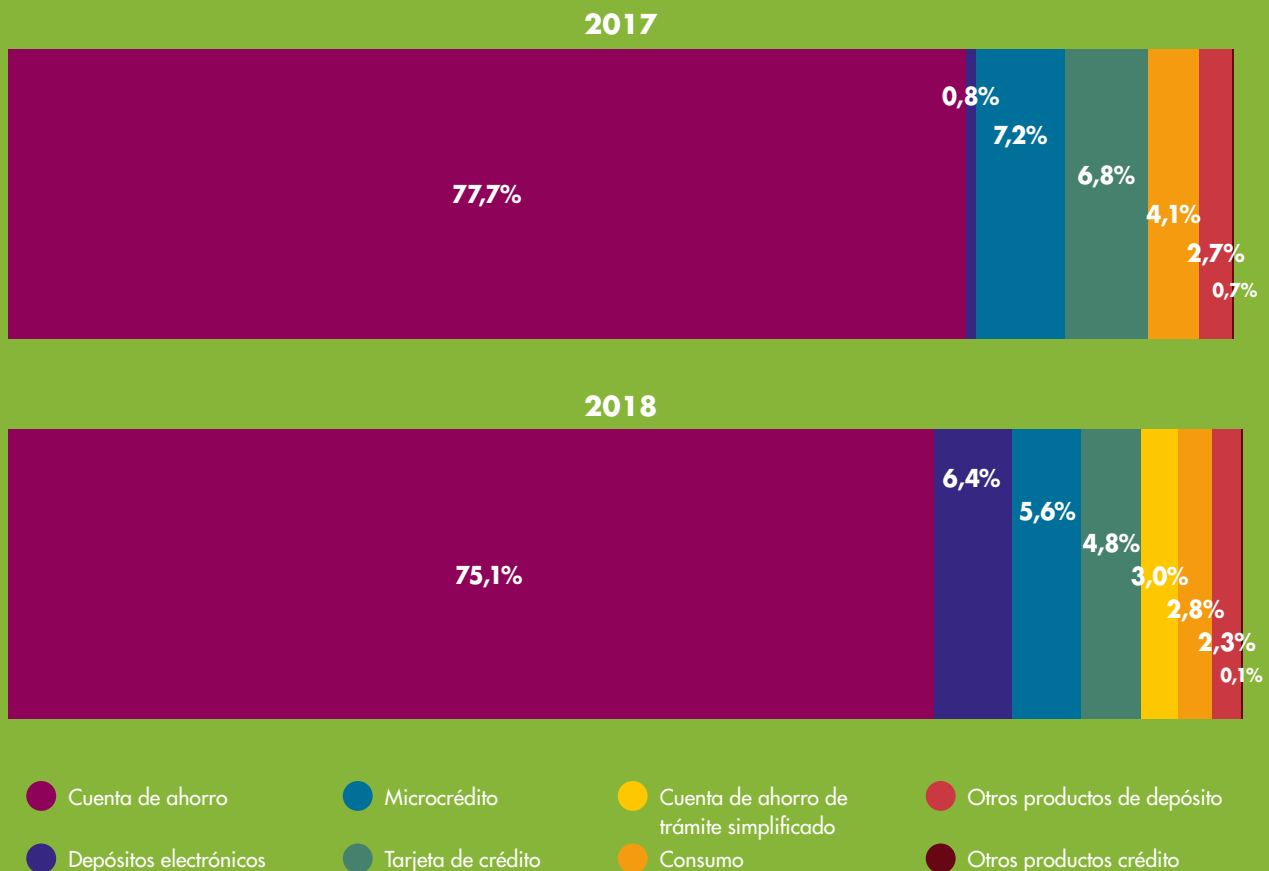


De este total, el 33,6% correspondía a productos con el sector real, seguido por la cuenta de ahorro, que tuvo una participación del 28,6%, la tarjeta de crédito con el 11,6% y el microcrédito con el 7,9%. Esta tendencia podría explicarse por dinámicas laborales.

Con respecto al comportamiento de las personas que ingresaron por primera vez con un microcrédito durante el último trimestre de 2017 (28.177 adultos), se evidencia que luego de un año habían generado 26.605 obligaciones. De estas, el 46,7% correspondía a nuevos microcréditos, 26,5% a productos del sector real y 20% a cuentas de ahorro.

Por último, al detallar la profundización de los que accedieron al sistema financiero por medio de tarjeta de crédito al cierre de 2017 (29.644 adultos), se observa que después de un año generaron 15.195 obligaciones. En su mayoría con productos del sector real con el 42,7%, seguido por la cuenta de ahorro 31,5%, tarjeta de crédito con el 9,9% y microcrédito con el 5,1%. La tarjeta de crédito es la que genera una mayor diversificación de obligaciones en comparación con la cuenta de ahorro y el microcrédito.

Gráfico 5.5. Distribución (%) de los adultos que ingresaron por primera vez a lo largo de 2018, según producto de entrada



Fuente: Banca de las Oportunidades.



6

LA BRECHA URBANO RURAL

La evidencia internacional muestra que la población pobre es mayoritariamente rural. De acuerdo con cifras de las Naciones Unidas, alrededor del 80% de los pobres extremos del mundo viven en áreas rurales. Los pobres rurales están ubicados en su mayoría en zonas geográficas remotas, de difícil acceso, con baja densidad poblacional y poco acceso a los mercados. Además, dado el limitado acceso a servicios financieros y a esquemas de seguridad social, esta población carece de mecanismos e ingresos mínimos para manejar los choques externos y riesgos asociados con cambios climáticos o conflictos a los que se encuentran expuestos, lo que los deja en una situación de alta vulnerabilidad (FAO, 2018).

Dada esta problemática, el primer Objetivo de Desarrollo Sostenible de erradicar la pobreza en todas sus formas y a nivel global para 2030, enfatiza en la necesidad de garantizar la provisión de derechos a los recursos económicos y el acceso a servicios financieros, incluida las microfinanzas. Tener la posibilidad de ahorrar, acceder al crédito o asegurarse

permite a las personas y negocios cumplir objetivos de mediano y largo plazo, así como estar mejor preparados para afrontar choques.

No se trata de una tarea sencilla. Los altos costos de transacción, sumados a los bajos ingresos, la alta informalidad, la poca educación financiera y los problemas de tenencia de tierra de la población rural dificultan el desarrollo de modelos de negocio costo-eficientes y sostenibles para las entidades financieras. De esta manera, muchos de los servicios a disposición de la población rural son relativamente caros o rígidos. En Colombia, por ejemplo, solamente 36,4% de los hogares del campo tiene tierra propia y la participación de los ocupados por cuenta propia y familiares no remunerados en el empleo se ubica en el 57,3%, cifra que es cerca de 20 puntos porcentuales superior a la de las ciudades y aglomeraciones. Estos factores han incidido históricamente en la desconexión de la población rural con el sistema financiero formal del país (Misión para la Transformación del Campo, 2016).

INDICADORES DE INCLUSIÓN FINANCIERA POR NIVELES DE RURALIDAD, 2018



88,7%

Ciudades y
aglomeraciones



71,2%

Municipios
intermedios



66,0%

Municipios
rurales



55,4%

Municipios
rurales dispersos



A medida que aumenta la ruralidad cae la inclusión

Esta exclusión se explica, en parte, por la baja presencia del sector financiero en las zonas rurales colombianas. A pesar de la masificación de los correos, la penetración rural continúa siendo baja en comparación con las ciudades. En 2018, como se menciona en el segundo capítulo, la brecha en el indicador de cobertura financiera entre las ciudades y los municipios rurales y rurales dispersos alcanzó los 230 puntos de acceso por cada 100.000 adultos y los 1.512 puntos por cada 1.000 km².

Paralelamente, existe una correlación entre cobertura y acceso a productos y servicios financieros. A

corte diciembre de 2018, el 88,7% de los adultos que vivía en las ciudades y aglomeraciones, es decir 20,4 millones, tenía algún producto financiero, mientras que en los municipios intermedios este indicador se ubicó en 71,2%, que corresponde a 4,0 millones de adultos, en los municipios rurales y rurales dispersos en 66,0% y 55,4%, respectivamente, que equivale a 2,2 millones de adultos con productos financieros en los municipios rurales y 1,2 millones en los rurales dispersos.

El nivel de uso es similar en los diferentes tipos de ruralidad y, además, a diferencia de los indicadores de cobertura y acceso, se ha mantenido inalterado en los últimos años. En efecto, a diciembre de 2018, el porcentaje de adultos con algún producto activo o vigente como proporción de los adultos con algún producto fue del 84,7% en las ciudades y aglomeraciones, del 82,4% en los municipios intermedios y del 82,9% en los municipios rurales y rurales dispersos (Gráfico 6.1).



Los productos de depósito y la ruralidad

La brecha en el indicador de inclusión financiera se observó tanto en la tenencia de los productos de depósito como de crédito. El 85,0% de los adultos que vivía en las ciudades tenían al menos un producto de depósito, que corresponde a 19,6 millones de personas, mientras que en los municipios rurales este indicador se ubicó en 63,1%, esto es 2,1 millones de adultos y en los rurales dispersos en 53,5% (1,2 millones de personas). Una diferencia de cerca de 31,6 puntos porcentuales entre municipios urbanos y rurales dispersos (Gráfico 6.2). En los municipios intermedios, el 67,5% de sus habitantes tenía algún producto de depósito, que equivale a 3,8 millones. El nivel de uso entre los diferentes niveles de ruralidad fue semejante, que estuvo entre el 75,4% y 78,3%.

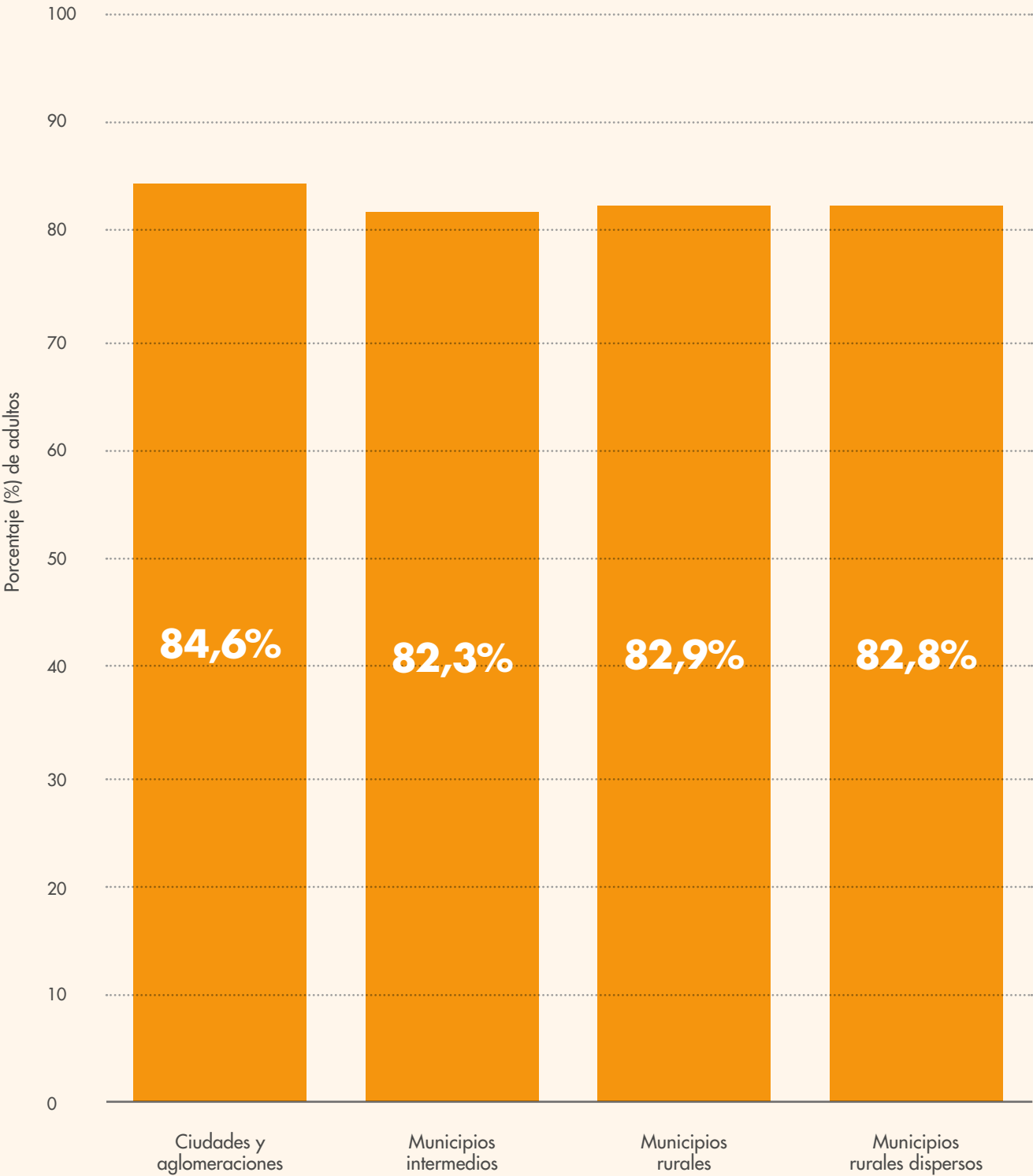
A cierre de 2018 cerca de 19,0 millones de adultos contaban con al menos una cuenta de ahorro en las ciudades y aglomeraciones, es decir el 82,3% de su población. Este indicador fue inferior en los municipios

intermedios, 64,4%, con 3,6 millones de adultos, en los rurales, 60,4%, con 2,0 millones, y en los rurales dispersos, 51,3%, con 1,1 millones. El nivel de uso osciló entre el 69,4% y el 65,5% en los distintos niveles de ruralidad.

Al analizar el total de cuentas de ahorro se observa una tendencia similar. A diciembre de 2018, había 62,5 millones de cuentas de ahorro distribuidas de la siguiente manera: 85,2% en ciudades, 10,1% en municipios intermedios, 3,2% en municipios rurales y 1,5% en municipios rurales dispersos. Estas diferencias se traducen en brechas de acceso por niveles de ruralidad y a nivel departamental. En el primer caso, al cierre del año pasado, las ciudades tenían 231.300,1 cuentas de ahorro por cada 100.000 adultos, los municipios intermedios 111.813,3, los rurales 58.574,4 y los rurales dispersos 41.829,3.

Análogamente, los tres departamentos con el indicador de número de cuenta de ahorro por cada 100.000 adultos más alto fueron Bogotá D.C. (300.120,9), el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina (239.626,5) y Santander (219.669,5). Por el contrario, aquellos con el menor indicador demográfico de acceso fueron Vichada (81.584,5), la Guajira (72.845,0) y Vaupés (40.871,2), departamentos más periféricos y rurales.

Gráfico 6.1. Niveles de uso por ruralidad, 2018



Fuente: Banca de las Oportunidades.

Adicionalmente, el nivel de actividad de las cuentas de ahorro que fue del 41,3%, cayó levemente a medida que aumentó la ruralidad, pasando del 41,1% en las ciudades, al 39,7% en los municipios rurales dispersos. El saldo promedio de las cuentas de ahorro activas fue de \$6,6 millones y por ruralidad no se observó una tendencia clara: el saldo promedio en ciudades fue de \$7,3 millones, en municipios intermedios \$2,4 millones, en municipios rurales \$2,6 millones y en municipios rurales dispersos \$4,1 millones.

Los productos de depósito digitales han sido fundamentales en el fortalecimiento de la inclusión financiera rural. Las cuentas de ahorro electrónicas (CAE) evidencian una mayor concentración en las ciudades, pero ésta no es tan pronunciada como en la cuenta de ahorro tradicional. Cabe resaltar que las CAE se han utilizado para dispersar recursos del gobierno, como los de programa de transferencias condicionadas *Más Familias en Acción*, y son ofrecidas principalmente por la banca pública, la cual tiene una importante presencia en los municipios rurales, como se mencionó en el capítulo segundo.

En el país había 4,1 millones de cuentas de ahorro electrónicas al finalizar 2018. De éstas, 49,1% se encontraban en ciudades, 25,0% en municipios intermedios, 16,5% en municipios rurales y 9,3% en municipios rurales dispersos. Dada esta distribución, el comportamiento del indicador por 100 mil adultos por nivel de ruralidad se revierte en relación con el de cuentas de ahorro, quedando las ciudades con un

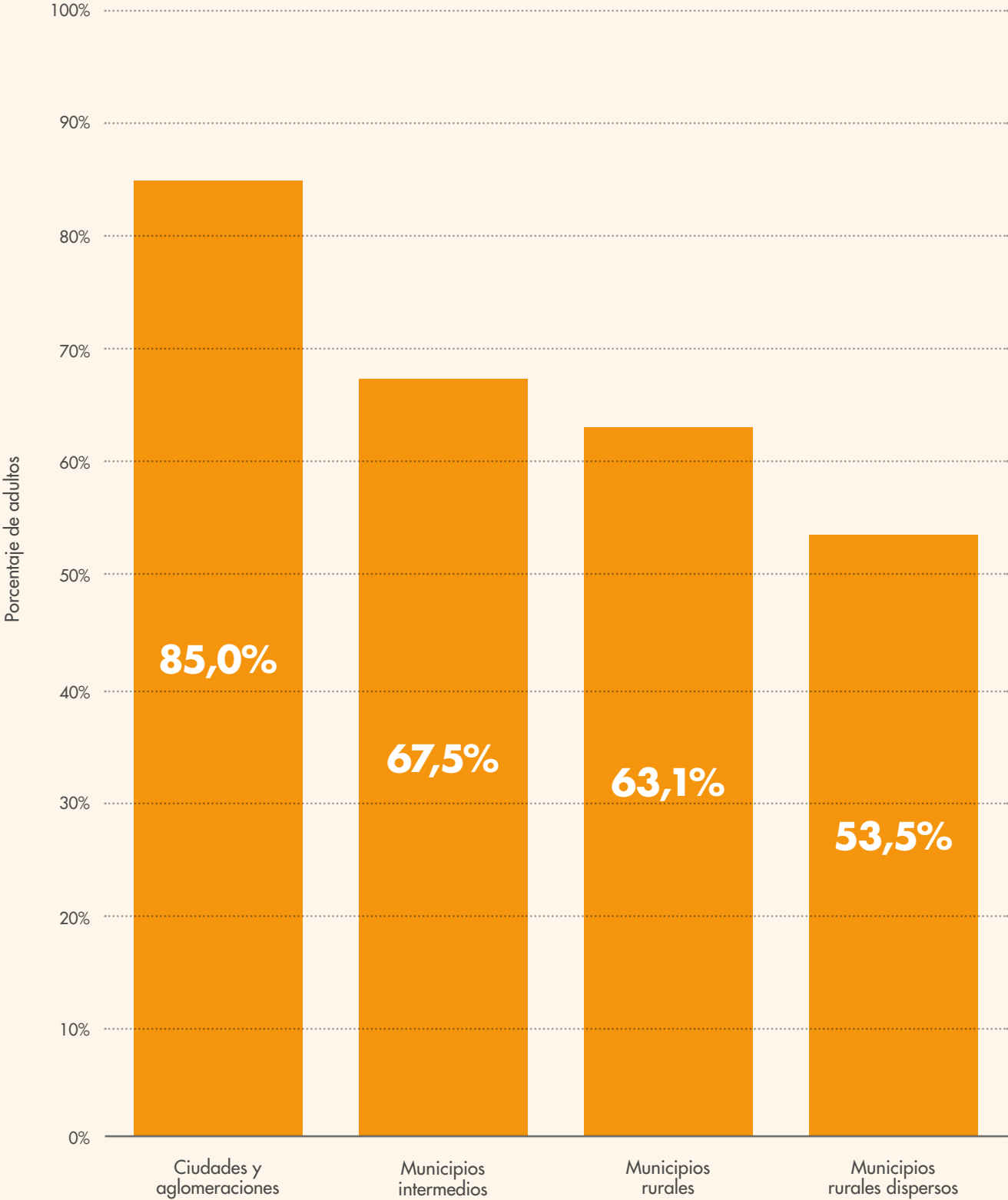
indicador más rezagado en comparación con los demás municipios. En las ciudades hubo 8.689,0 CAE por cada 100.000 adultos, en los municipios intermedios 18.078,0, en los rurales 19.845,0 y en los rurales dispersos 16.703,2.

En general, este comportamiento se refleja también a nivel departamental, donde la penetración de este producto es mayor en departamentos comparativamente más rurales. Los tres departamentos con el indicador de acceso demográfico más alto fueron Guaviare (30.652,1), Putumayo (30.401,1) y Caquetá (25.359,8). Aquellos con el menor indicador de acceso demográfico fueron Cundinamarca (6.583,8)¹, Vaupés (6.237,4) y Bogotá D.C. (4.186,0).

El nivel de actividad de las CAE, 38,2%, fue menor al de las cuentas de ahorro. Por ruralidad, se observa que, a diferencia de las cuentas tradicionales, el nivel de actividad aumentó considerablemente con la ruralidad, pasando del 16,5% en las ciudades al 61,3% en los municipios rurales dispersos. El bajo nivel de actividad de las CAE en las ciudades se asocia con su bajo uso en Bogotá D.C. Similarmente, el saldo promedio en las CAE activas fue superior en los municipios rurales dispersos (\$138.745,4) en relación con las ciudades (\$110.076,5). La mayor participación de las CAE en los municipios rurales y su relativamente alto nivel de actividad en estas zonas, señalan la mayor vocación rural de este producto. De allí su relevancia y, en general, de la innovación financiera, para dinamizar la inclusión rural.

1. No incluye a Bogotá D.C.

Gráfico 6.2. Porcentaje de adultos con algún producto de depósito por niveles de ruralidad, 2018



Fuente: Banca de las Oportunidades y DANE.



La penetración del microcrédito en municipios rurales es alta

Los productos de crédito tienen menor penetración que los depósitos independientemente del nivel de ruralidad. En Colombia, el 40,5% de su población adulta tenía al menos un producto de crédito, es decir 13,9 millones de adultos. Este indicador fue del 46,5% en las ciudades, que equivale a 10,7 millones, mientras que en los municipios rurales y rurales dispersos fue del 27,5% o 933.060 adultos y del 22,7% o 516.832, respectivamente.

El microcrédito ha sido el producto con mayor participación en los municipios rurales en términos de tenencia y número de desembolsos. A diciembre de 2018 el 9,25% de los adultos colombianos tenía al menos un microcrédito vigente. Por ruralidad, se destaca la importancia que tiene el microcrédito como herramienta fundamental en el camino hacia el cumplimiento de los objetivos de inclusión financiera en las zonas más desatendidas: mientras que 6,5% de los adultos en las ciudades tenía microcrédito, en los municipios rurales y rurales dispersos este indicador fue de 15,6% y 14,2%, respectivamente.

En 2018 se desembolsaron 2,4 millones de microcréditos, de los cuales 57,8% se efectuó en ciudades, 26,1% en municipios intermedios y 16,1% en municipios rurales y rurales dispersos (Gráfico 6.3). En cuanto al microcrédito por cada 100.000 adultos, en las ciudades se desembolsaron 5.996,6 microcréditos, en los municipios intermedios 11.077,6, en los rurales 7.171,3 y en los rurales dispersos 6.162,8.

La mayoría de los desembolsos fue aportada por los bancos y las ONG microcrediticias en todos los niveles de ruralidad, los cuales concentraron el 70,9% y el 22,3% del total respectivamente. Sin embargo, la proporción de los desembolsos de las ONG microcrediticias en municipios rurales y rurales dispersos

fue proporcionalmente mayor que la de los bancos. El 24,8% de los desembolsos de las ONG se hizo en municipios rurales y rurales dispersos y el 46,4% en ciudades. En los bancos, estas cifras fueron del 14,5% y 58,6%, respectivamente.

El monto promedio desembolsado por estos dos tipos de entidades exhibió diferencias importantes. Esta cifra fue de \$4,5 millones en los bancos y de \$3,0 millones en las ONG microcrediticias. Por niveles de ruralidad, no se aprecian diferencias significativas en los montos promedio desembolsados para el caso de las ONG microcrediticias: \$2,9 millones en ciudades y \$3,2 millones en municipios rurales dispersos. Para los bancos, no obstante, este valor creció con la ruralidad: en las ciudades fue de \$4,4 millones y en los municipios rurales dispersos de \$6,3 millones. Como se explica en la sección de microcrédito, el aumento de los montos promedio con la ruralidad puede estar asociado a la categorización del crédito a pequeños productores como microcrédito.

La concentración de los créditos de consumo y vivienda en las ciudades excedió a la del microcrédito. En 2018, 6,8 millones de adultos tenían créditos de consumo vigentes, lo cual equivale al 19,9% de esta población. Este indicador fue del 24,7% para las ciudades, en contraste con el 9,0% y 6,2% para los municipios rurales y rurales dispersos, respectivamente. Estas diferencias se mantienen al analizar los desembolsos por cada 100.000 adultos por niveles de ruralidad y a nivel departamental. En las ciudades, esta cifra fue de 336.646,6, en los municipios intermedios de 27.209,7, en los rurales de 5.757,9 y en los rurales dispersos de 3.256,4. Por su parte, los departamentos con el mayor número de desembolsos por cada 100.000 adultos fueron Bogotá (618.188,3), Atlántico (304.437,3) y Quindío (273.273,6). En todos los niveles de ruralidad, los desembolsos se originaron mayoritariamente en los bancos. En las ciudades, los bancos concentraron el 78,3% de los desembolsos, en los municipios intermedios el 73,7%, en los municipios rurales el 60,9% y en los municipios rurales dispersos el 82,7%.

En cuanto al crédito de vivienda, el 3,2% de los adultos del país, o 1,1 millones, tenía este tipo de crédito vigente. Mientras el indicador de acceso a crédito de vivienda ascendió a 4,4% para las ciudades, fue de solo el 0,6% y 0,5% para los municipios rurales y rurales dispersos. Paralelamente, el 94,5% de los desembolsos de créditos de vivienda² efectuados durante 2018 se concentraron en ciudades y aglomeraciones, con 162.695, y solo el 0,91% en los municipios rurales y rurales dispersos, con 1.573. Así, en las ciudades se desembolsaron 496,4 créditos de vivienda por cada 100.000 adultos, en los municipios intermedios 97,4, en los rurales 25,5 y en los rurales dispersos 12,2. Los departamentos con los desembolsos más altos por cada 100.000 adultos fueron Bogotá (693,6), Risaralda (542,8) y Quindío (496,3), mientras que Guainía (16,0), Chocó (5,5) y Vaupés (sin desembolsos) tuvieron el peor desempeño.

De manera similar al crédito de consumo, el monto promedio desembolsado de créditos de vivienda cae con la ruralidad. En las ciudades esta cifra fue de \$108,1 millones, en los municipios intermedios de \$109,8, en los rurales \$80,6 y en los rurales dispersos \$79,0. Más aún, para todos los niveles de ruralidad,

los desembolsos de créditos de vivienda se originaron mayoritariamente en los bancos. En las ciudades, los bancos concentraron el 92,1% de los desembolsos, en los municipios intermedios el 90,9%, en los municipios rurales el 89,1% y en los municipios rurales dispersos el 98,2%.

Por su parte, además de su baja penetración, el crédito de consumo de bajo monto estuvo principalmente concentrado en las ciudades. De los 23.099 desembolsos de 2018, el 99,0% fue ofrecido en las urbes, el 0,8% en municipios intermedios y el 0,2% en rurales y rurales dispersos. Los montos promedio desembolsados no variaron de manera significativa por ruralidad y rondaron el millón de pesos. Adicionalmente, la mayoría de los desembolsos fueron originados por una sola entidad bancaria.

Finalmente, el nivel de mora de la población aumenta ligeramente a medida que los municipios se hacen más rurales. A diciembre de 2018, el porcentaje de adultos con productos de crédito activos en mora de más de 30 días fue del 9,5% en las ciudades y aglomeraciones, del 10,1% en los municipios intermedios y del 10,4% en los municipios rurales y rurales dispersos.

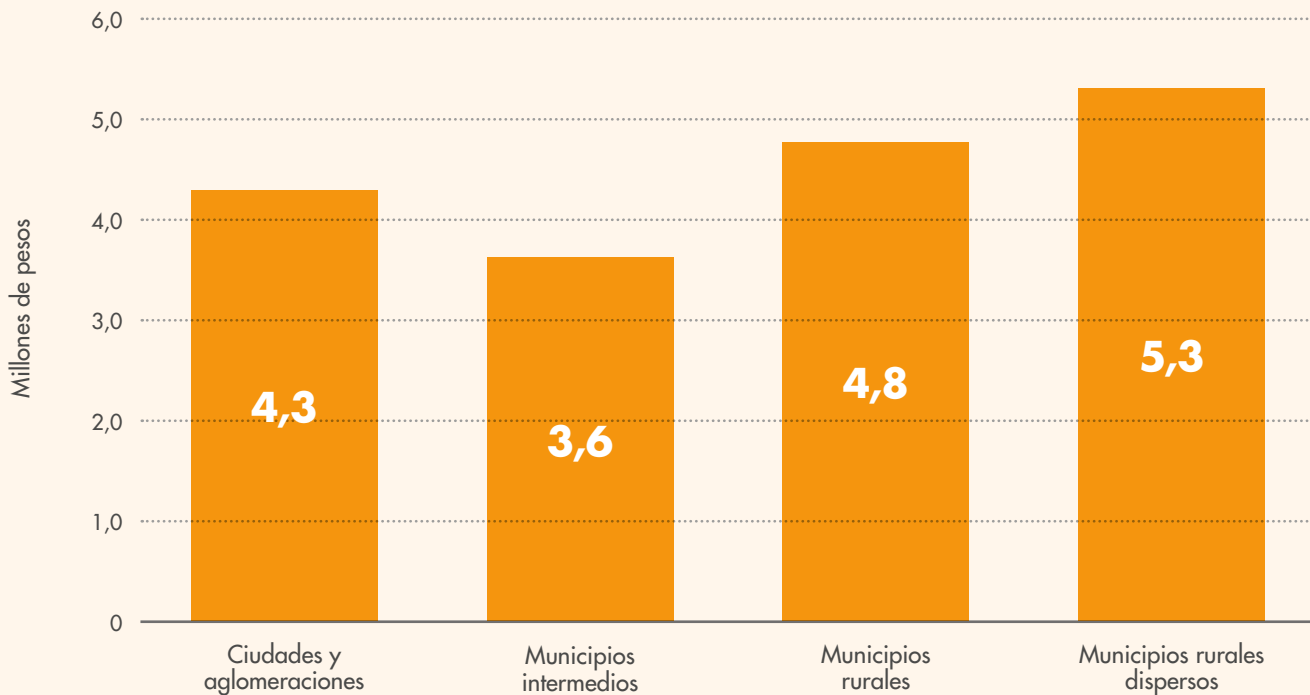


Logrando una mayor inclusión en zonas rurales

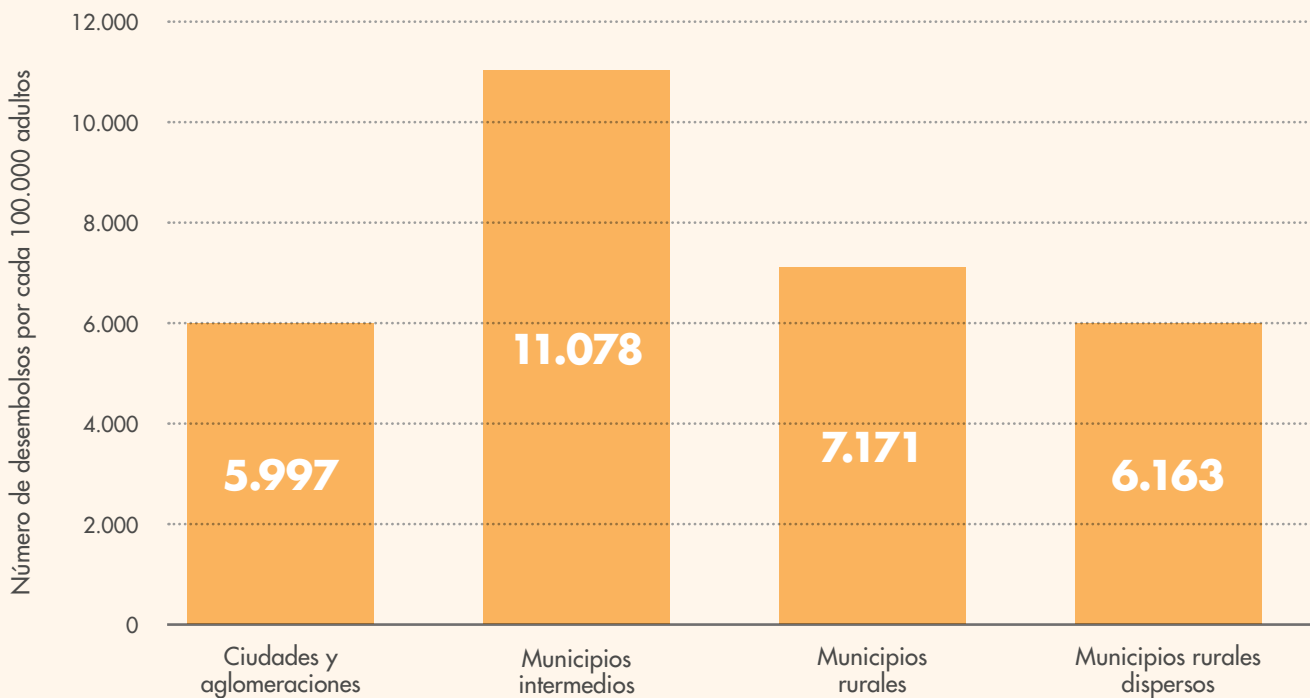
Durante los últimos años este informe ha venido concluyendo que los esfuerzos del gobierno y del sector financiero deben enfocarse no solo en promover la provisión y acceso de servicios financieros en las áreas rurales del país, sino también de su uso, para incluir de manera efectiva a los 2,2 mi-

llones de adultos desatendidos. Esta población representa una amplia gama de hogares, actividades económicas y negocios que constituyen medios y herramientas de desarrollo económico y productivo y transformación social del país. En ese sentido, y teniendo en cuenta la complejidad de la problemática, los esfuerzos deben enfocarse en encontrar soluciones innovadoras, no solo tecnológicas, que permitan superar los desafíos de las finanzas rurales (infraestructura insuficiente, poblaciones dispersas, alta informalidad, baja educación financiera y poca tenencia de tierras).

2. El desembolso total nacional de crédito de vivienda fue de 172.118 créditos por un monto de \$18,6 billones de pesos

Gráfico 6.3. Montos promedio de desembolsos de microcrédito, 2018

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

Gráfico 6.4. Indicador demográfico de desembolsos de microcrédito por niveles de ruralidad, 2018

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.



La financiación de los pequeños productores agropecuarios

La evidencia histórica muestra que ningún país ha logrado superar la pobreza sin lograr grandes aumentos en la productividad en el sector agropecuario específicamente. El Departamento de Desarrollo Internacional de Reino Unido (DIFID) en 2004 enfatizó en la estrecha correlación entre las tasas de reducción de la pobreza en los últimos 40 años y las diferencias en el rendimiento agrícola. Cada aumento del 1% en la productividad laboral en la agricultura reducía el número de personas que vivían con menos de un dólar por día entre 0,6 y 1,2% (Thirtle *et al.*, 2001). Estos resultados hacen evidente la necesidad de brindar a los pequeños productores agropecuarios herramientas para mejorar la productividad del sector a través del acceso a recursos productivos, financiamiento, conocimiento y mercados.

Los pequeños productores agropecuarios en Colombia han tenido un bajo acceso al crédito, lo cual ha limitado la productividad agropecuaria y competitividad del sector, al restringir la inversión, el enlace con cadenas de valor, el uso de insumos y la adopción tecnológica que posibiliten una reconversión hacia actividades de mayor valor (Misión para la Transformación del Campo, 2016; Echavarría *et al.*, 2018). Según el Censo Nacional Agropecuario de 2014, sólo el 27% de los productores del sector acceden a créditos en condiciones FINAGRO.

Frente a esta situación, el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 incluye como una de las prioridades dentro del pilar de Emprendimiento, el desarrollo y productividad del campo colombiano. A través de este Plan se busca el aumento de las capacidades de los pequeños productores rurales para acceder a los mercados y la promoción de la inclusión financiera de los productores agropecuarios, como a una herramienta para facilitar que la población haga y reciba pagos, acumule activos de forma segura, invierta en educación, salud y capital físico, y mitigue los riesgos.

En relación con el financiamiento, el crédito en condiciones FINAGRO se constituye de la cartera de redescuento que se nutre con recursos de FINAGRO, la cartera sustitutiva, que corresponde a las colocaciones de las entidades financieras con recursos propios³ y la cartera agropecuaria, que se constituye con otros créditos otorgados por las entidades financieras que no alcanzan a ser validados como cartera sustitutiva. Además, los créditos a pequeños productores otorgados con cartera de redescuento y sustitutiva se benefician del acceso al Fondo Agropecuario de Garantías administrado por FINAGRO.

Al cierre de 2018, el saldo bruto de la cartera de crédito en condiciones FINAGRO cerró en \$15,3 billones, correspondiente a 414.982 operaciones vigentes. Frente a 2017, el saldo aumentó en 0,1% en términos reales, mientras el número de operaciones exhibió una contracción del 6,8% respecto al año anterior. Este comportamiento se explica por la reducción en el número de operaciones de créditos agropecuarios y sustitutivos y por la reducción en el saldo real de la cartera de redescuento, que se compensó con el crecimiento de las otras dos modalidades.



La participación de la cartera sustitutiva y de redescuento cambia considerablemente si se analiza desde la óptica de los saldos o del número de operaciones. Mientras el saldo de la cartera de crédito en condiciones FINAGRO se concentró en sustitutiva, las operaciones lo hacían en la de redescuento. En efecto, la primera concentraba el 77,5% del saldo y solamente el 28,7% de las operaciones; y la segunda el 22,2% del saldo y el 70,6% de las operaciones. Las proporciones restantes correspondieron a cartera agropecuaria (Gráfico 6.5).

Esto se explica, en parte, por la concentración de la cartera de redescuento y sustitutiva en distintos tipos de productores. El 93,5% de las operaciones vigentes de redescuento estaban en manos de pequeños productores, en contraste con el 43,7% de la sustitutiva. Dados los bajos montos de la cartera de estos productores, su participación en términos del saldo total fue menor: del 63,6% para redescuento y el 2,0% para la sustitutiva (Gráfico 6.6). Los saldos promedios de la cartera para pequeños productores fueron menores para la sustitutiva que para la de redescuento: \$4,6 millones frente a \$7,9 millones.

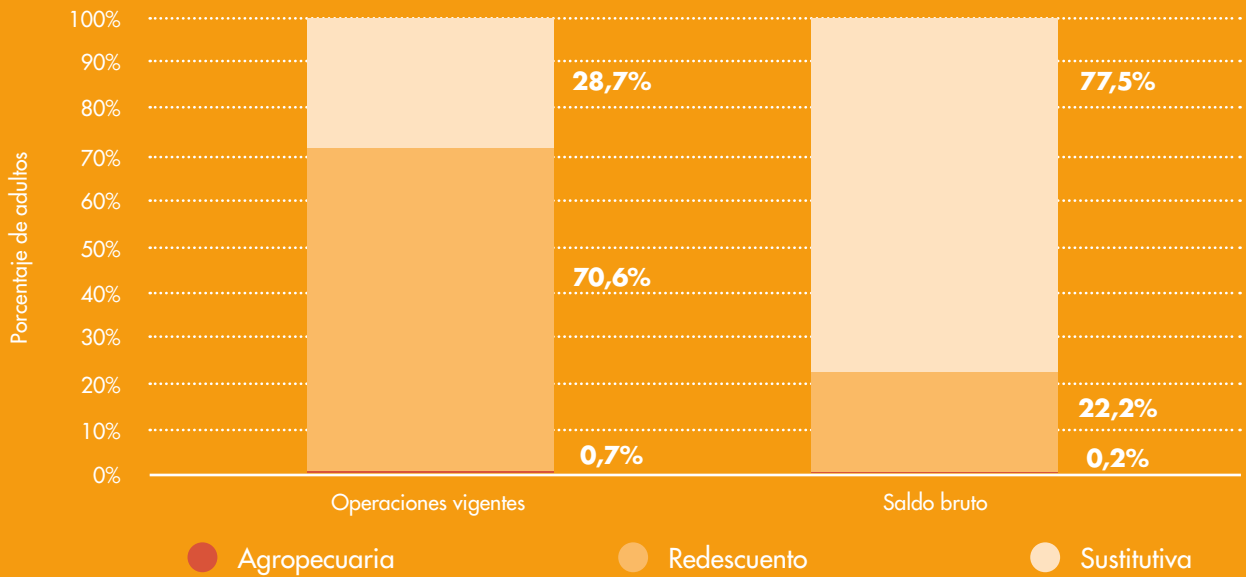
En contraste, los grandes productores, aunque registraron menos operaciones de crédito que los pequeños, tuvieron una mayor participación en relación con el saldo de la cartera, dados sus mayores requerimientos de financiación, específicamente en el caso de la sustitutiva. Los grandes productores representaron el 7,9% de las operaciones de cartera sustitutiva y el 84,9% de su saldo; para la cartera de redescuento estos porcentajes fueron del 0,2% y del 29,5%, respectivamente. En el caso de ambas carteras, los montos promedios de los grandes productores fueron los más altos. Sin embargo, la sustitutiva manejó promedios mayores que la de redescuento: \$1.070,2 millones en comparación con \$516,2.

Finalmente, al analizar la cartera según el destino del crédito, se evidencian aún más heterogeneidades. Al cierre de 2018, el 91% de la cartera de redescuento se destinó a actividades de producción, el 7% a procesos de transformación y comercialización y el 2% a servicios de apoyo. De ese 91%, dos terceras partes fueron cubiertas por pequeños productores y menos de una décima parte por grandes productores. Por el contrario, el 53% de la cartera sustitutiva se destinó para transformación y comercialización, el 25% a producción y el 21% a servicios de apoyo. Del total del saldo para transformación y comercialización, el 95% se concentró en los grandes productores y el 0,3% en pequeños productores.

3. Los intermediarios financieros utilizan recursos propios para realizar el desembolso de créditos que se emplean para sustituir inversiones obligatorias en Títulos de Desarrollo Agropecuario (TDA).

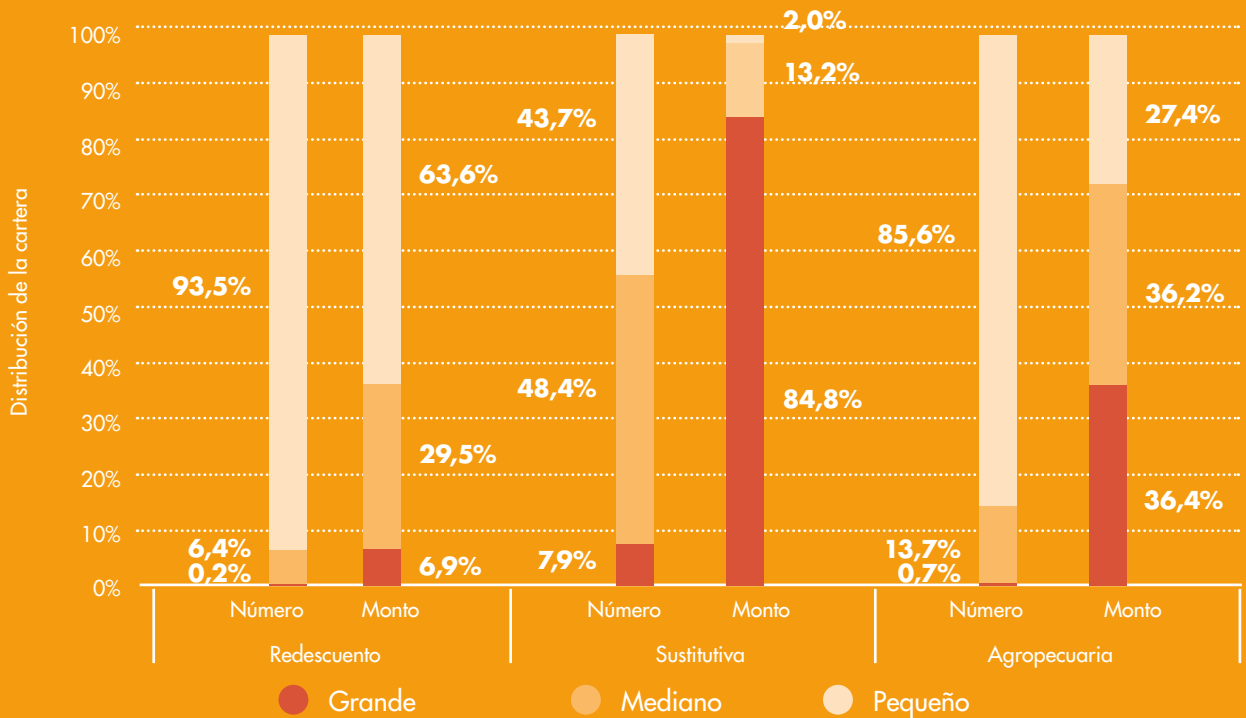


Gráfico 6.5. Distribución de la cartera de créditos en condiciones FINAGRO, según fuente



Fuente: FINAGRO.

Gráfico 6.6. Distribución de la cartera de créditos en condiciones FINAGRO, según fuente y tipo de productor



Fuente: FINAGRO.



La inclusión financiera como herramienta para la superación de la pobreza

Como se ha mencionado a lo largo del reporte, la inclusión financiera puede ayudar a reducir la pobreza y la desigualdad. Por ejemplo, en Kenia, habilitar pagos digitales para los hogares excluidos del sistema financiero generó un aumento del 8% en sus ingresos y del 2% en el PIB entre 2008 y 2012⁴. No obstante, pese a la variedad de productos financieros a nivel mundial, muchos adultos de bajos ingresos siguen dependiendo de los servicios financieros informales, lo cuales resultan poco fiables, costosos y riesgosos. En Colombia, el último estudio de demanda realizado por Banca de las Oportunidades y la Superfinanciera (2018) señaló que el 7,2% de la población encuestada tenía acceso a servicios financieros no formales, situación que fue más crítica en la población menos educada y más rural.

Al respecto, el acceso a productos y servicios financieros formales en el país tiene una relación negativa con distintas mediciones de pobreza⁵, donde a medida que aumenta su incidencia, la proporción de adultos con al menos un producto financiero se reduce. En el caso de la pobreza monetaria, el indicador de acceso para el grupo de departamentos menos vulnerable fue del 90,0%. En contraste, para el grupo que incluye a los departamentos comparativamente más vulnerables, este indicador fue del 63,2%, una diferencia de 24 puntos porcentuales (Gráfico 6.7).

Desde la óptica de la pobreza monetaria extrema, estas diferencias son ligeramente superiores. Mientras que la proporción de adultos con productos financieros en el primer grupo fue de 90,9%, en el último grupo fue de 61,8%. Esto implica una brecha de acceso de 27 puntos porcentuales. Estos patrones se mantienen al replicar el ejercicio con los datos de pobreza multidimensional. En efecto, en el grupo de departamentos con la menor incidencia de la pobreza, el nivel de inclusión financiera fue del 86,3%, mientras que en el de mayor incidencia, el acceso fue menor en 26 puntos porcentuales, ubicándose en 59,2% (Gráfico 6.8).

Los departamentos en los quintiles más bajos de pobreza e inclusión son, a su vez, lo más rurales. La relación entre pobreza y grados de urbanización y conexión de los municipios con el sistema de ciudades es inversa, derivando en que la incidencia de la pobreza aumenta en la medida que la población está más dispersa⁶. Esta situación se explica por un menor acceso a bienes y servicios, baja capacidad en la generación de ingresos e informalidad laboral.

Por último, no se observan diferencias significativas en cuanto al nivel de uso de los departamentos según quintiles de pobreza, lo cual sugiere que los problemas de uso son transversales y requieren de soluciones estructurales.

4. World Bank, Better than Cash Alliance y Bill & Melinda Gates Foundation (2014). The opportunities of digitizing payments. G20 Global Partnership for Financial Inclusion.

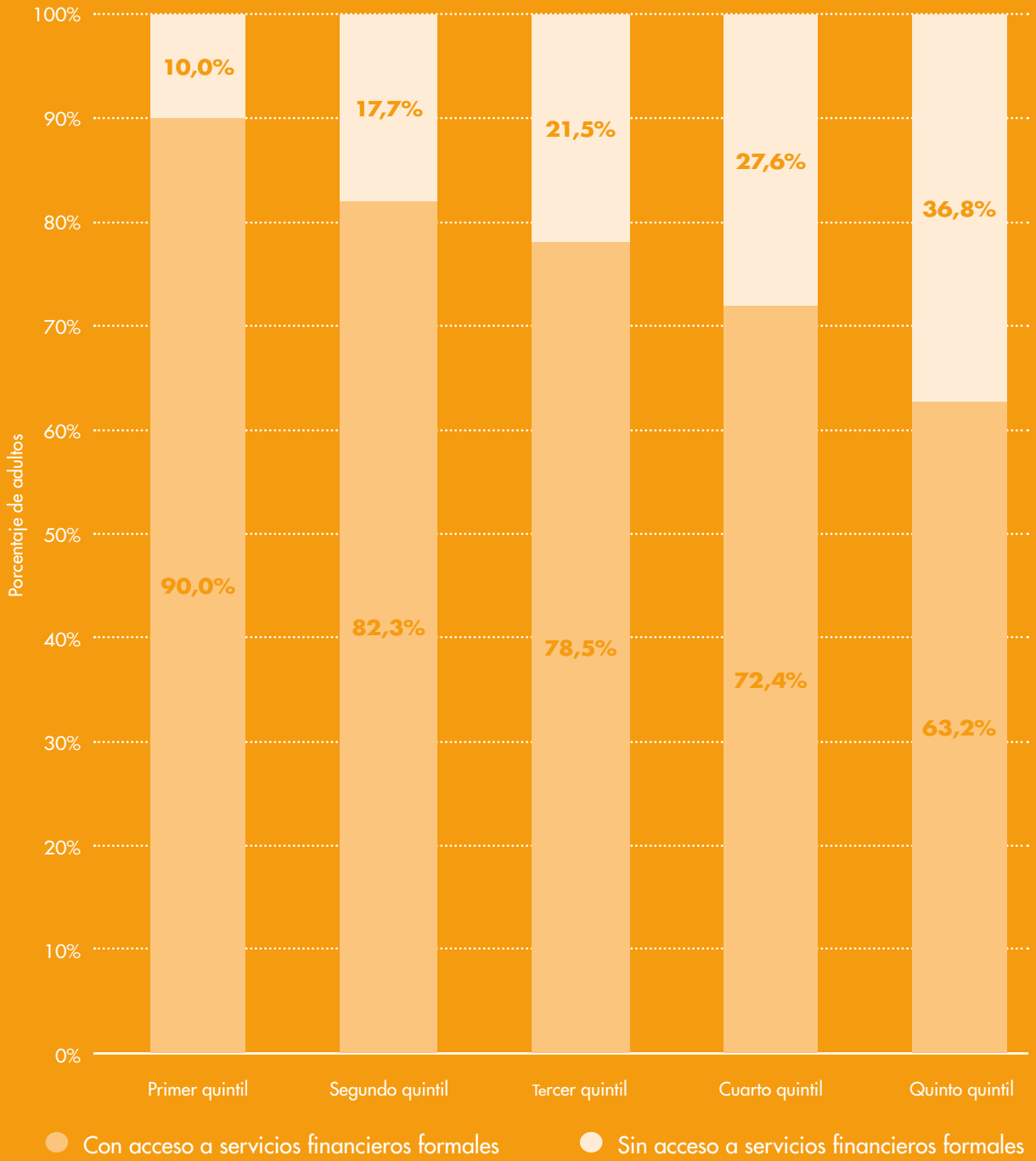
La República (2018) “Los pagos electrónicos llegan a 80.000.

5. Para analizar la relación entre inclusión financiera y pobreza, se calculó la proporción de adultos que accede a productos de crédito y depósito para distintos cinco grupos departamentales, clasificados según sus condiciones de pobreza monetaria y multidimensional. En el primer grupo o quintil está el 20% de los departamentos con la más baja incidencia de la pobreza, mientras que el último incluye al 20% con los mayores niveles de pobreza.

6. Misión para la Transformación del Campo Colombiano (2014), Departamento Nacional Planeación.



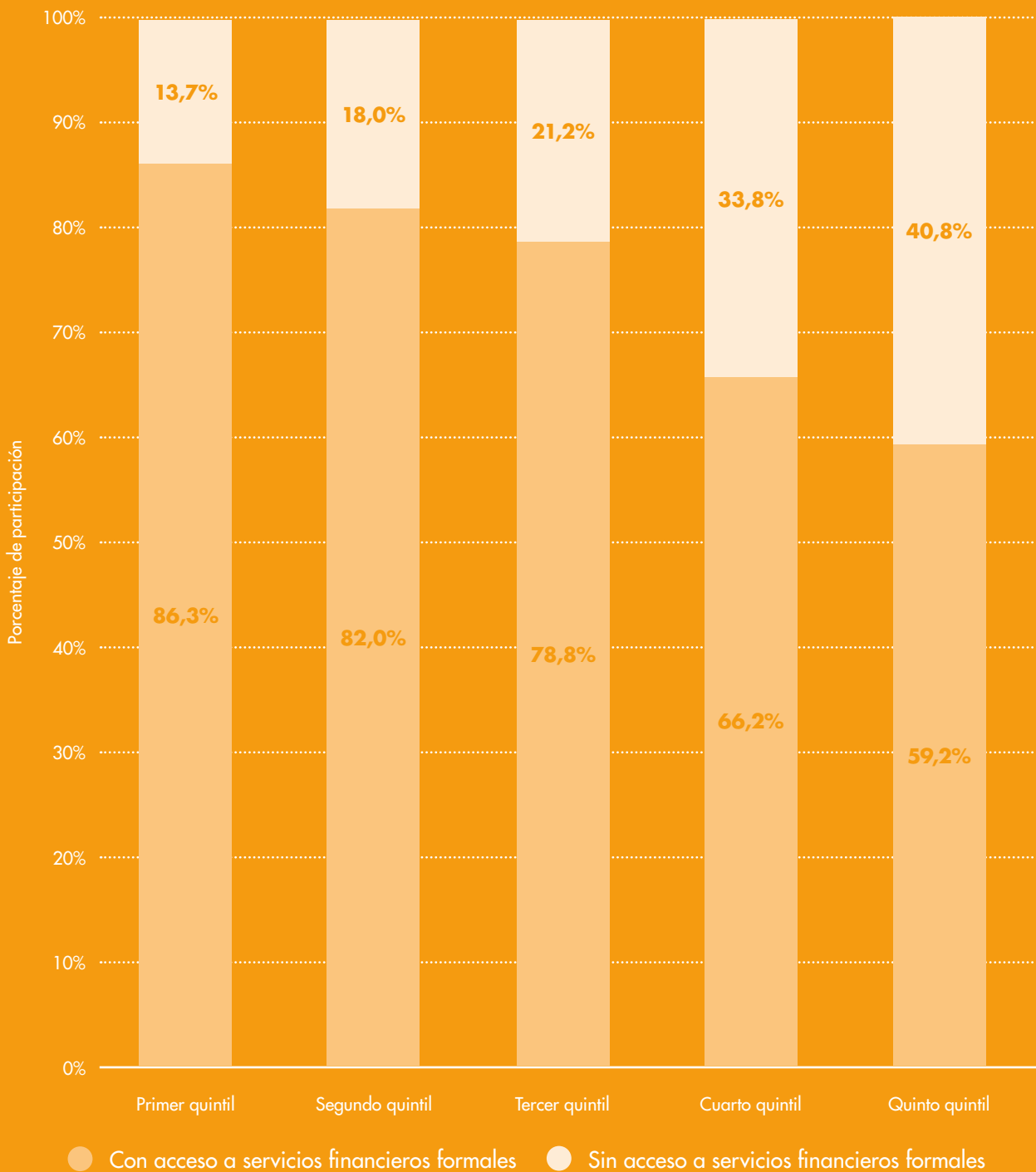
Gráfico 6.7. Proporción de adultos con algún producto financiero según quintiles de pobreza monetaria departamental



Fuente: Banca de las Oportunidades y DANE.



Gráfico 6.8. Proporción de adultos con al menos un producto financiero según quintiles de pobreza multidimensional



Fuente: Banca de las Oportunidades y DANE.



7

MICROCRÉDITO: UNA HERRAMIENTA INCLUSIVA

El sector de microfinanzas ha crecido a nivel global desde la década de los 90, logrando demostrar que es posible proporcionar financiamiento a segmentos poblacionales tradicionalmente excluidos del sector financiero por falta de registros formales de sus ingresos, de garantías o incluso de capacidad de pago, permitiéndoles canalizar recursos hacia actividades productivas¹ (Cull & Jonathan, 2017).

De este modo, el microcrédito se ha constituido en una herramienta que permite alejar a la población de los mecanismos de financiación informal y, además, es la puerta de entrada a otros productos financieros formales como los seguros o productos de ahorro, generando mayores mecanismos de protección y formalidad. Específicamente para las mujeres, la evidencia ha señalado que el microcrédito tiene un impacto importante debido a que fortalece su base financiera, mejora la contribución económica a sus familias y aumenta su poder de negociación, lo que,

a su vez, deriva en un mayor empoderamiento femenino (Mafizur, Hong, & Khanam, 2017).

A pesar de los avances, en Colombia el acceso al financiamiento de las empresas de menor tamaño sigue siendo limitado, lo cual restringe su capacidad de crecimiento e incluso supervivencia. Según datos de Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia (2018), solo el 20,6% de las microempresas tiene acceso a algún crédito formal, el 6,4% a créditos formales no financieros, el 7,5% a mecanismos de crédito informal y el 65,5% no tiene ningún crédito. Además, cerca del 98% de los emprendimientos que mueren cada año pertenece a la categoría de microempresas (Confecámaras, 2017). En este contexto, resulta fundamental que el sector privado y el sector público continúen trabajando en la dinamización de la inclusión financiera y, en particular, del crédito a los microempresarios, línea de acción definida en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022.

1. A los hogares de menores ingresos, por su parte, le permite mejorar los niveles de consumo, salud y activos (Bel Hadj Miled & Ben Rejeb, 2015).

CIFRAS DE ACCESO A MICROCRÉDITO, 2018



3,1 millones

de adultos y empresas con
microcrédito vigente



15 billones

de pesos es el saldo de la
cartera de microcrédito



2,4 millones

de desembolsos por un valor de \$10,1
billones de pesos, equivalentes a un monto
promedio desembolsado de \$4,2 millones



Tenencia de microcréditos

A diciembre de 2018, el saldo total de la cartera de microcrédito se ubicó en \$15 billones (Gráfico 7.1), destinados a 3,1 millones de adultos y 12.952 empresas colombianas con microcréditos vigentes². Según Confecámaras, en Colombia hay 1,5 millones de empresas activas y renovadas, de las cuales más del 90% corresponde a microempresas y, de éstas, el 77,9% están constituidas como personas naturales. Por lo tanto, las cifras de tenencia de microcrédito indican que, consistentemente con la conformación del tejido empresarial colombiano, la mayoría de los

créditos están en manos de personas naturales y que el hecho de que haya más personas con microcréditos vigentes que empresas activas está asociado a las dinámicas de informalidad del país.

De los adultos que tenían microcrédito, 2,4 millones lo tenía en los bancos, 834.407 en las ONG microcrediticias y 159.932 en las cooperativas vigiladas por la Supersolidaria³. La mitad era hombres y la otra mitad mujeres, tendencia que se ha mantenido en los últimos años⁴. Respecto a su ubicación, el 48,0% se encontraba en ciudades, 24,7% en intermedios, 16,9% en rurales y 10,3% en rurales dispersos. La concentración del microcrédito en las ciudades y aglomeraciones fue menor a la observada en las demás modalidades de crédito.



Desembolsos

Durante 2018, se otorgaron 2,4 millones de microcréditos, 2,8% menos que en 2017. Los bancos desembolsaron el 70,9% de los créditos, seguidos por las ONG microcrediticias con el 22,3% y las cooperativas con el 5,5%. Estos desembolsos se hicieron por un monto total de \$10,1 billones de pesos, superando los \$8 billones otorgados durante el 2017, por lo que el monto promedio desembolsado cerró en \$4,2 millones. Al respecto, cabe resaltar que el número de desembolsos de microcrédito no ha crecido significativamente durante los últimos años: desde 2015 el número de operaciones de esta modalidad ha estado en promedio alrededor de los 2,4 millones. En cuanto al monto de los desembolsos, para

los últimos cuatro años, estos han presentado una contracción real promedio del 0,8%.

El 96,4% de los desembolsos de microcréditos de 2018 se hizo por un valor de hasta 25 SMMLV y correspondió al 79,0% del monto total. El valor promedio de los microcréditos hasta por 25 SMMLV fue de \$3,4 millones de pesos. Las ONG ofrecieron los menores montos, con un valor promedio de desembolso de \$3,0 millones de pesos, con lo que se infiere que son las entidades que más están llegando a la base de la pirámide. Por su parte, el monto promedio de los desembolsos de los bancos fue de \$4,5 millones, el de las cooperativas de carácter financiero vigiladas por la Supersolidaria de \$5,1 millones y el de las compañías de financiamiento de \$5,9 millones. Finalmente, el promedio más alto lo registraron las cooperativas de carácter financiero vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia con \$10,6 millones.

2. La mayor parte del saldo de cartera bruta de microcrédito se concentró en los bancos.

3. Distribución similar a la observada en las empresas, con 12.518 microcréditos en establecimientos de crédito, 325 en ONG y 147 en cooperativas.

4. Cabe señalar que la tenencia de este tipo de crédito ha sido similar para hombres y mujeres durante los últimos 3 años. Anteriormente, en 2014 y 2015, las mujeres tenían más microcréditos que los hombres.

En 2018, además, se desembolsaron más créditos para mujeres que hombres. El 42,6% del total de desembolsos de microcrédito se hizo a favor de las mujeres y el 34,4% de los hombres; con el 40,4% y el 39,2% de los montos, respectivamente⁵. Esta es la única modalidad en la que las mujeres tuvieron una mayor participación que los hombres. La distribución de los desembolsos de crédito de vivienda, por ejemplo, fue 53,9% hombres y 46,1% mujeres, mientras que en consumo se hizo por mitades iguales. No obstante, el monto promedio del microcrédito de los hombres fue superior al de las mujeres en cerca de un millón de pesos: \$4,8 millones frente a \$4,0 millones⁶.

Por otro lado, los desembolsos de microcréditos tuvieron una menor participación en las ciudades y aglomeraciones que las demás modalidades de crédito, demostrando su relevancia para llegar a población históricamente desatendida. Del total de microcréditos desembolsados en el país durante 2018, el 16,1% se hizo en los municipios rurales y rurales dispersos con el 18,9% de los montos⁷. Así, el monto promedio desembolsado en ciudades y aglomeraciones (\$4,3 millones) fue inferior al observado en municipios rurales y rurales dispersos (\$4,9 millones).

En contraposición, la participación del número de desembolsos de las otras modalidades de crédito como el de vivienda y consumo, tuvieron una participación menor al 2,0% en los municipios rurales (Gráfico 7.2). Adicionalmente, el monto promedio de los microcréditos en los municipios rurales ascendió a los \$5,0 millones de pesos, mientras que en las ciudades su valor fue de \$4,3 millones. Esta diferencia

a favor de los municipios rurales refleja la oferta de entidades financieras de crédito en condiciones FINAGRO para pequeños productores que se contabiliza como microcrédito.

La mayoría de los desembolsos tanto en número como en monto fue aportada por los bancos, seguidos por las ONG microcrediticias en todos los niveles de ruralidad. Al respecto, el mercado de las compañías de financiamiento se concentró solo en las ciudades y municipios intermedios, mientras que las demás entidades otorgaron préstamos en todos los niveles de ruralidad. Cabe señalar que la relevancia de las ONG en el número de desembolsos es mayor en los municipios catalogados como rurales y rurales dispersos.

Consistentemente con su rol inclusivo, a nivel departamental se observó que la distribución de los desembolsos de microcrédito mostró un comportamiento más homogéneo frente a las demás modalidades de crédito, con el 40,2% del número y el 44,2% del monto desembolsado se concentró en cinco departamentos: Antioquia (10,7%), Valle del Cauca (8,3%), Santander (7,5%), Nariño (7,4%) y Bogotá (6,3%). En contraste, otras modalidades de crédito como vivienda concentraron el 60,4% de sus desembolsos en tres departamentos y consumo con el 61,5% en dos⁸. Si se analiza el número de desembolsos por 100.000 adultos en 2018, se observa que en el departamento donde se hicieron más préstamos fueron en Huila (18.087), Putumayo (17.231), Guainía (15.694), Nariño (14.563) y Casanare (12.665)⁹, departamentos intermedios con vocación rural (Mapa 7.1).

5. El resto de los microcréditos se desembolsó a empresas. Las cuales en su mayoría corresponden al segmento microempresarial.

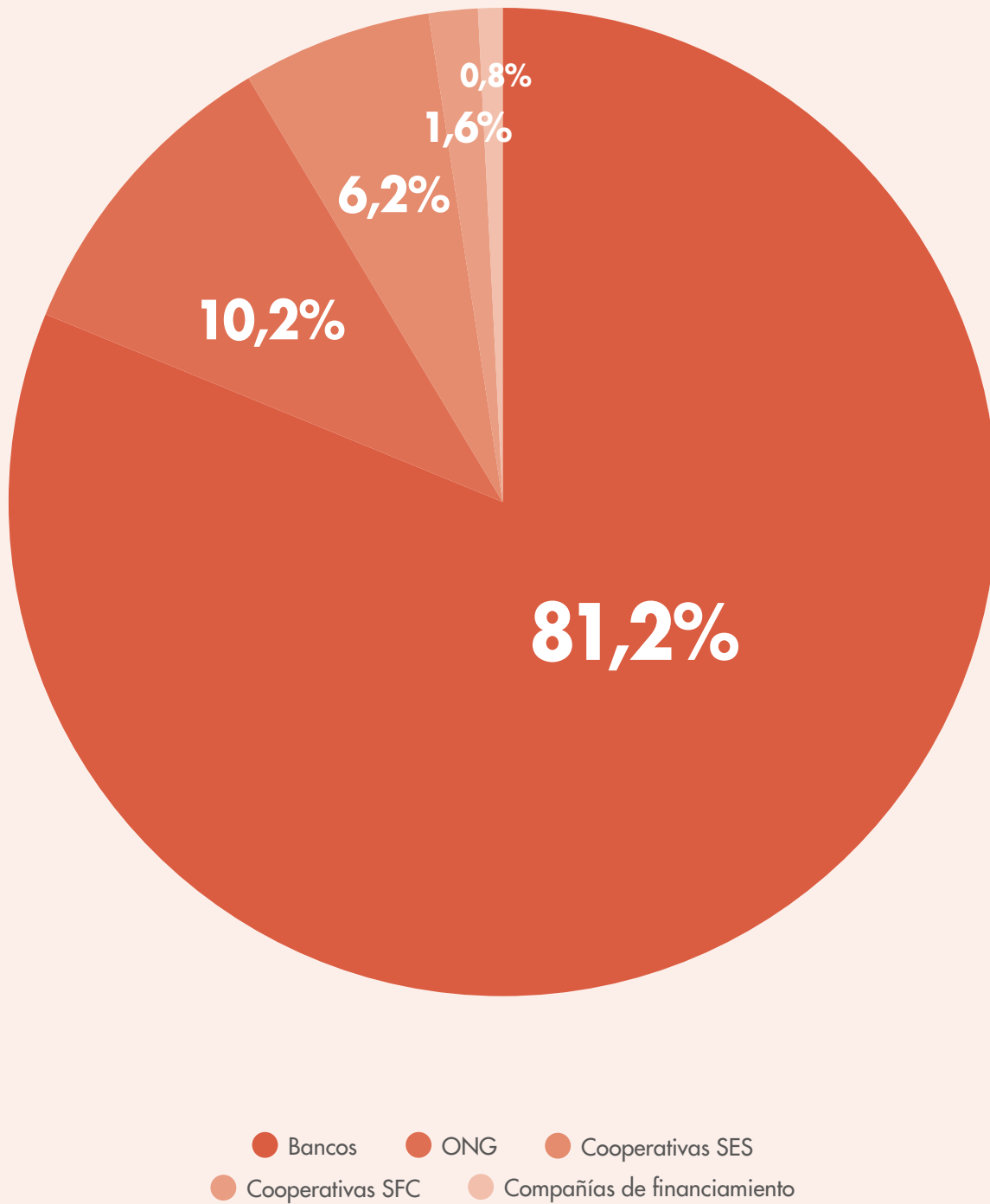
6. La clasificación por género está hecha para los establecimientos de crédito y las cooperativas SES. Para el cálculo, no se tuvo en cuenta a las ONG microcrediticias.

7. Ver capítulo 5.

8. En la modalidad de Vivienda: Bogotá (33,9%), Antioquia (15,4%) y Valle del Cauca (11,1%). Consumo: Bogotá (51,3%) y Antioquia (10,2%).

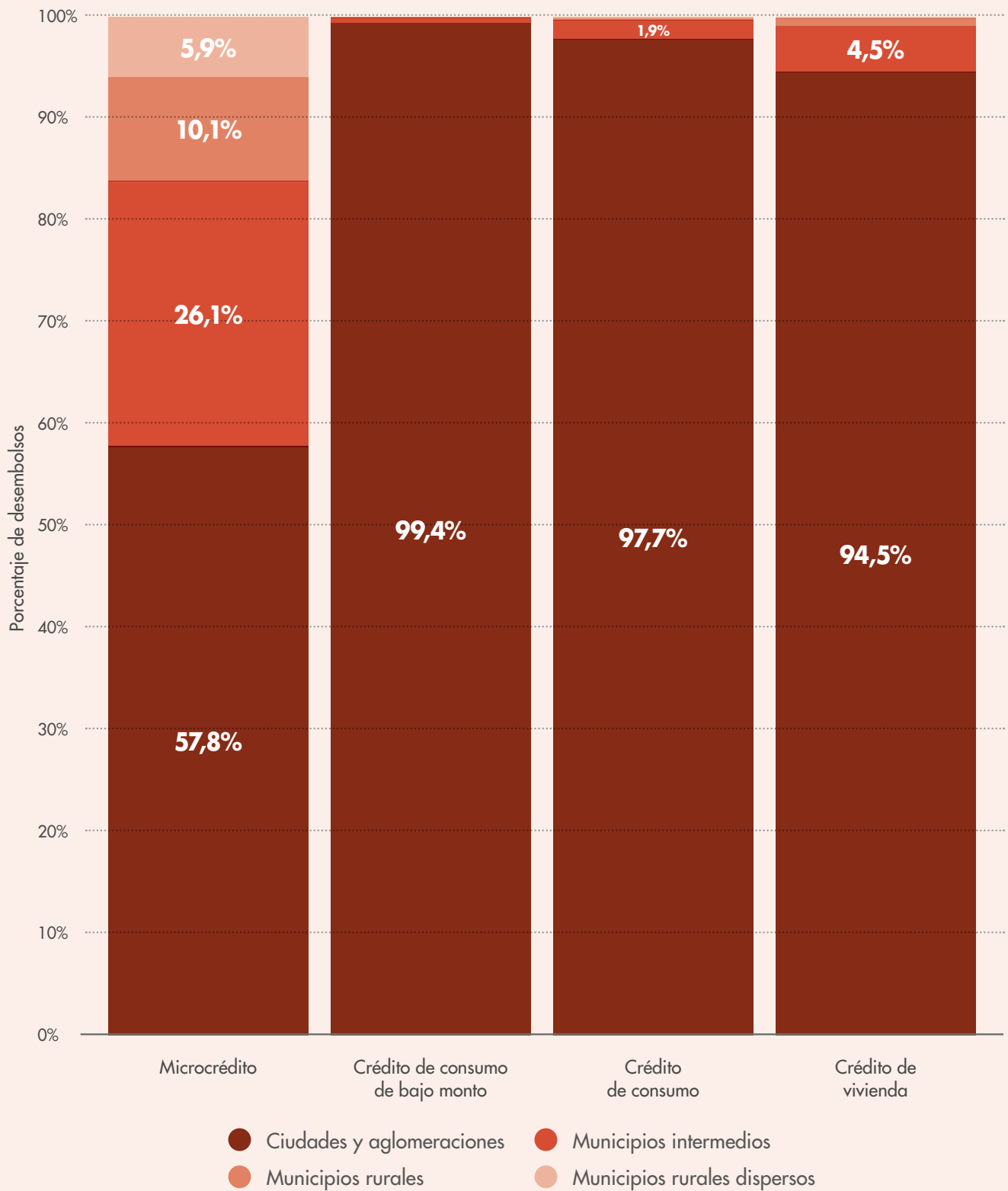
9. Por su parte, los departamentos que menos accedieron por 100.000 adultos fueron Vichada (1.194), Archipiélago de San Andrés y Providencia (1.747) y Bogotá (2.501).

Gráfico 7.1. Distribución de los saldos de la cartera bruta de microcrédito por tipo de entidad, 2018



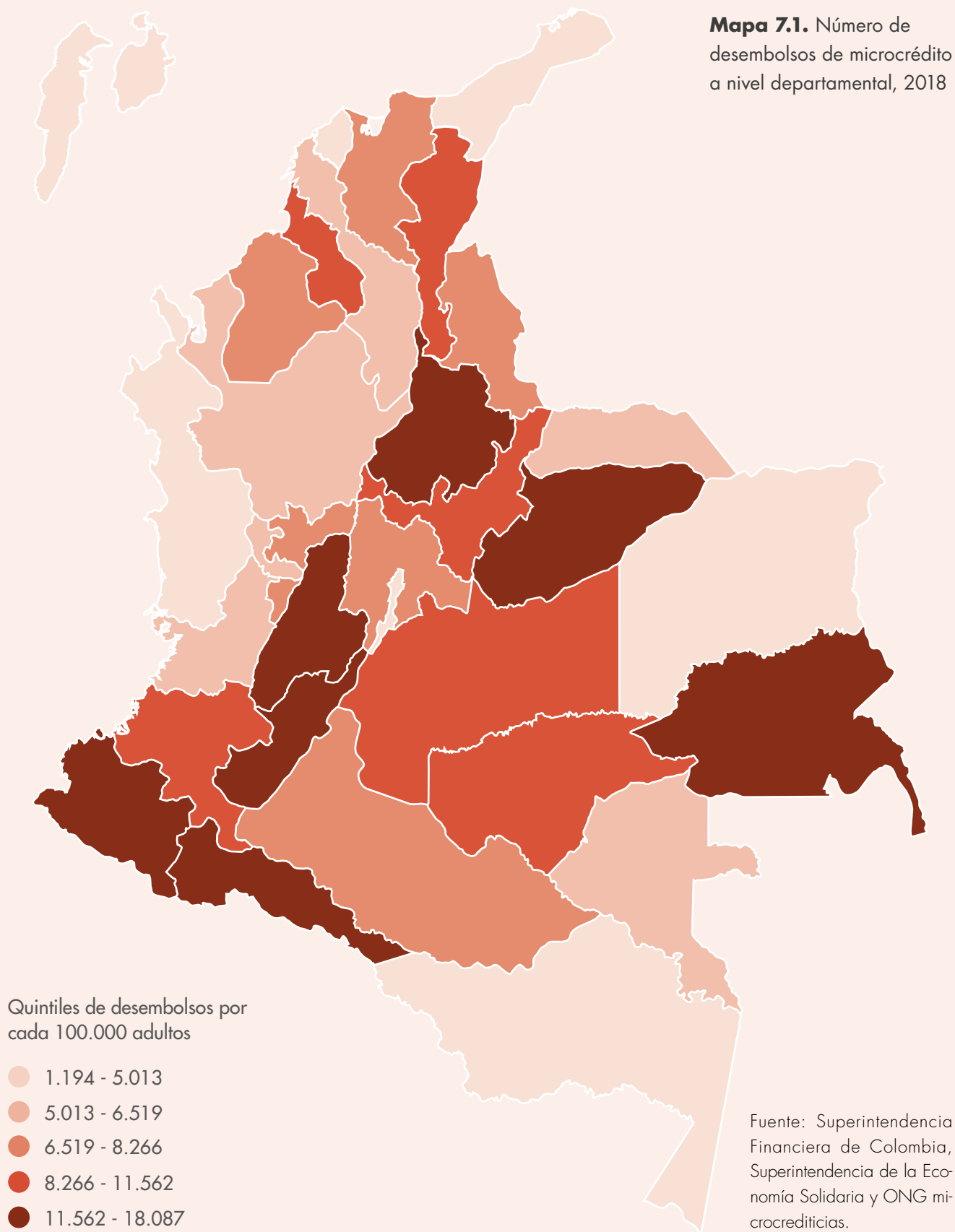
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

Gráfico 7.2. Distribución del número de desembolsos de créditos según ruralidad, 2018



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

Mapa 7.1. Número de desembolsos de microcrédito a nivel departamental, 2018





8


EL ACCESO A SEGUROS

Las personas enfrentan diferentes riesgos, como los climáticos o los asociados a enfermedades o robos. Sin embargo, la población carece en gran medida de mecanismos de protección para manejar estos riesgos. Para los agricultores, por ejemplo, las fluctuaciones climáticas pueden impedir la inversión y hacer crecer sus cultivos. En ese sentido, la inclusión financiera a través de los seguros se convierte no solo en una herramienta importante para reducir la pobreza, sino también para ayudar a aquellos que han salido de la pobreza o se encuentran en situación de vulnerabili-

dad para gestionar los riesgos y mejorar la capacidad de recuperación de las familias.

Por esta razón, la Superintendencia Financiera y Banca de las Oportunidades, consideran importante hacer seguimiento al desempeño de la industria de seguros desde la perspectiva de la inclusión financiera. Es así como desde el año 2014, en el marco de este reporte, se identificaron aquellos seguros que facilitan el ingreso de las personas al sistema financiero formal y sobre estos se presenta el siguiente análisis (ver Tabla 8.1).

Tabla 8.1. Tipos de seguros

SEGUROS DE PERSONAS	SEGUROS GENERALES
 Accidentes personales	 Incendio
 Vida grupo voluntario	 Terremoto
 Vida grupo deudores	 Sustracción
 Vida individual	 Hogar
 Beneficios económicos periódicos - BEPS	 Agropecuario
 Desempleo	 Responsabilidad civil
 Salud	 Automóviles

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia



Desempeño del mercado de seguros colombiano

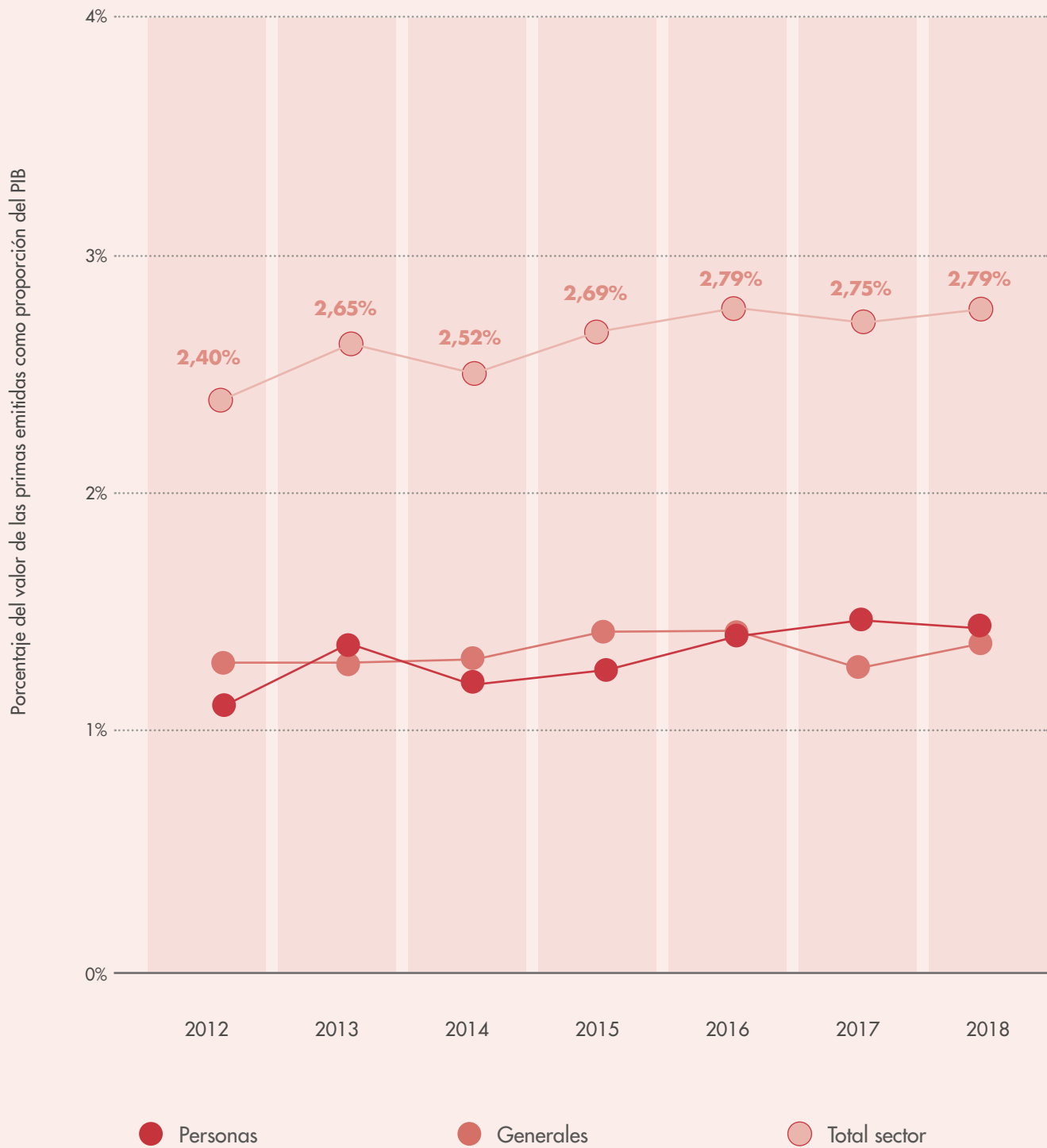
Entre 2017 y 2018, el crecimiento del sector asegurador medido a partir de las primas emitidas fue de 1,6% real anual y para los ramos asociados a los seguros de inclusión financiera el incremento fue 5,3%. La penetración del sector asegurador, entendida como la relación de primas emitidas al PIB, fue de 2,79%, de los cuales el 1,43% fueron para los seguros de personas y el restante 1,37% para seguros generales. Este indicador se ha mantenido estable en los últimos años, denotando la oportunidad

de mejora que hay desde la oferta para ofrecer más productos adaptados a las necesidades de los colombianos y educación financiera, que se traduciría en mayores niveles de profundización. Al comparar este indicador con datos regionales, se identifica el potencial de crecimiento que tiene el sector asegurador colombiano.

Por su parte, la densidad del seguro en Colombia, medida como el gasto per cápita en seguros, fue \$550.116 en 2018 lo que equivale a un crecimiento real anual de 0,5% (\$19.730 más que el año anterior).

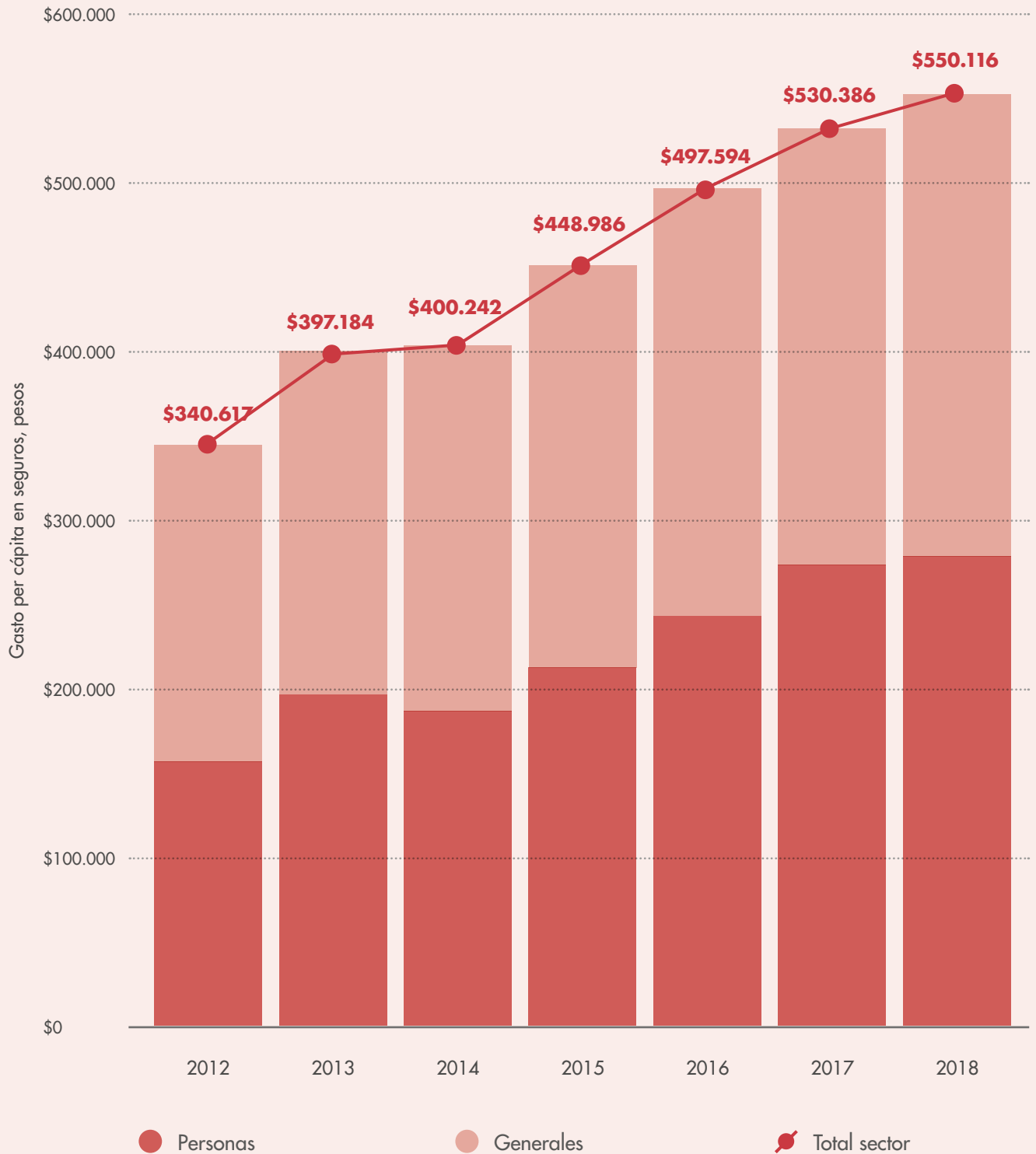
El índice de siniestralidad bruta (siniestros pagados/primas emitidas), que permite tener una idea adecuada acerca de la suscripción¹ por compañías del sector asegurador, fue 51,6% con una variación anual de 2,0 puntos porcentuales frente a 2017.

1. La suscripción es la firma de una póliza de seguros por parte del tomador con la compañía aseguradora.

Gráfico 8.1. Penetración histórica del seguro, 2018

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Gráfico 8.2. Densidad histórica del seguro, 2018



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



Seguros para la inclusión financiera

Los seguros para la inclusión financiera son aquellos seguros que se consideran pueden ser los primeros productos del sector asegurador a las que las personas pueden acceder, y que contribuyen a reducir la pobreza, mejorar el bienestar social, promover el desarrollo económico y contribuir a la estabilidad financiera. La Superintendencia Financiera tomó esta definición para realizar la medición de este producto bajo la perspectiva de la inclusión financiera y desarrolló una encuesta anual, que es diligenciada por las compañías vigiladas por dicha entidad.

El valor acumulado de las primas emitidas asociadas a los seguros para la inclusión financiera en 2018 ascendió a \$15,1 billones, lo que equivale al 55,2% de la producción total del sector asegurador y representó un incremento de 5,3% real anual, 3,7 puntos porcentuales por encima del crecimiento registrado por la

industria y 2,2 puntos porcentuales por encima de lo registrado entre 2016 y 2017 (Gráfico 8.3).

Frente al total de las primas emitidas, los seguros de personas de inclusión financiera ascendieron a \$6,9 billones, lo que representó 45,9% de la producción total de estos seguros y un crecimiento de 5,3% real anual. Los ramos que tuvieron una mayor incidencia sobre este resultado fueron: vida individual, vida grupo voluntario y vida grupo deudores. Por su parte, los seguros generales asociados a la inclusión financiera emitieron un valor total de \$8,1 billones en primas, representando el 54,1% de este tipo de seguros, cifra que indica un incremento del 5,4% real anual. Los ramos que contribuyeron en mayor medida a este resultado fueron: incendio y terremoto (Gráfico 8.4).

Respecto al número de asegurados vigentes a través de seguros para la inclusión financiera, se registró un total de 74.614.136 de personas aseguradas con seguros para la inclusión financiera, un aumento del 26,6% entre 2017 y 2018. Los ramos con mayor crecimiento en el número de asegurados fueron sustracción e incendio.



¿Cómo se contratan los seguros para la inclusión?

En los últimos años se ha realizado un esfuerzo importante por aumentar los canales habilitados para la comercialización de seguros, lo que resultó que en 2018 hubiera 10 canales diferentes (ver Tabla 8.2). Estos esfuerzos han estado orientados a propiciar canales más flexibles e incluyentes, que generen soluciones efectivas a las necesidades de todos los sectores de la economía, y de todos los estratos socio económicos, en la totalidad del territorio nacional.

En 2018, el uso de red se posicionó como el canal de distribución más representativo para la comercialización de seguros en Colombia contribuyendo con el 47,7% del total de asegurados, seguido por interme-

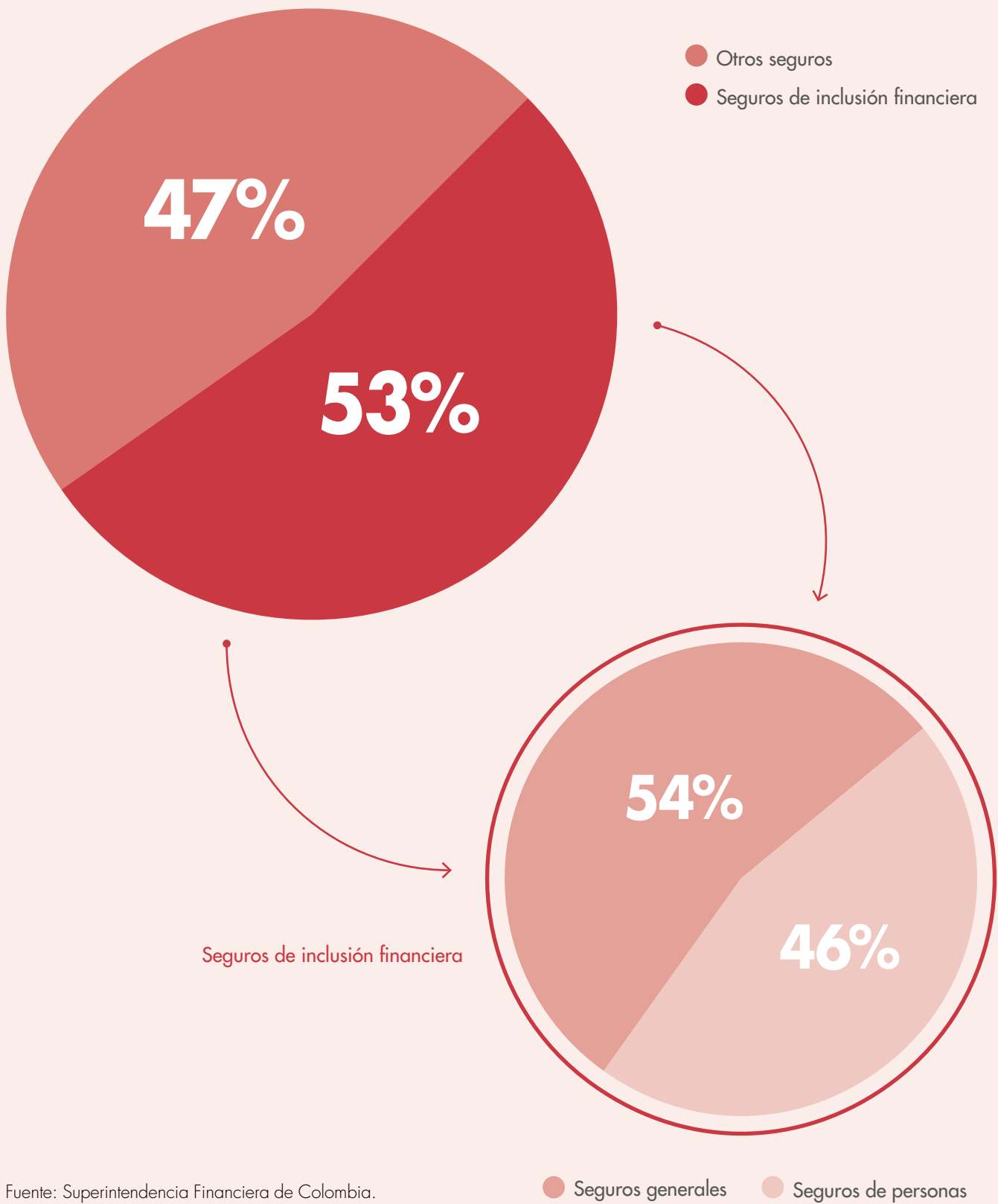
diarios de seguros (30,8%) y fuerza propia (11,7%). Los canales con mayor crecimiento frente al 2017 en número de asegurados fueron intermediarios de seguros (62,2%), uso de red (57,5%), empresas de servicios públicos (28,3%) y tiendas y grandes superficies (10,7%). Respecto al uso de canales por género, no existe diferencia entre hombres y mujeres (Gráfico 8.5).

En cuanto a los principales canales utilizados para la comercialización de seguros para la inclusión financiera de acuerdo con el nivel de ruralidad, se evidenció que en las ciudades y aglomeraciones los principales canales de comercialización, medidos por el número de riesgos asegurados vigentes, fueron uso de red (64,8%), intermediarios de seguros (15,0%) y fuerza propia (7,0%). Por su parte, en las zonas rurales y rurales dispersas fueron el uso de red (91,6%), las empresas de servicios públicos (2,4%) y la fuerza propia (2,2%) (Gráfico 8.6 y 8.7).

Tabla 8.2. Canales de comercialización

	Uso de red de entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y el de corresponsalía o uso de red
	Instituciones microfinancieras
	Sector solidario
	Empresas de servicios públicos
	Medios electrónicos, dispositivos móviles e internet
	Fuerza propia
	Tiendas y grandes superficies
	Intermediarios de seguros
	Corresponsales persona natural
	Otros canales de comercialización

Gráfico 8.3. Participación de las primas emitidas de los seguros para la inclusión financiera, 2018



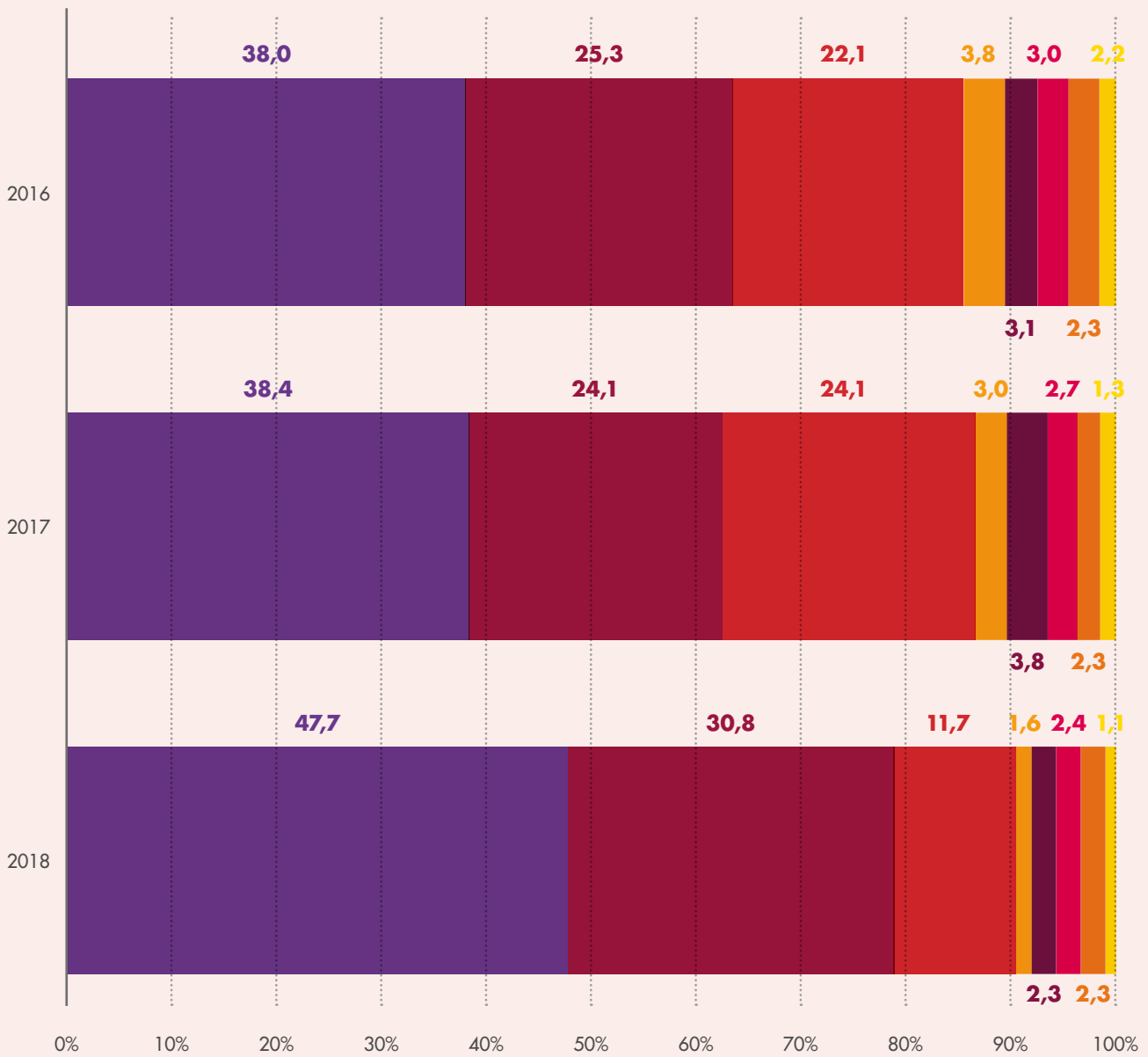
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Gráfico 8.4. Participación de las primas emitidas de los seguros para la inclusión financiera, 2018



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

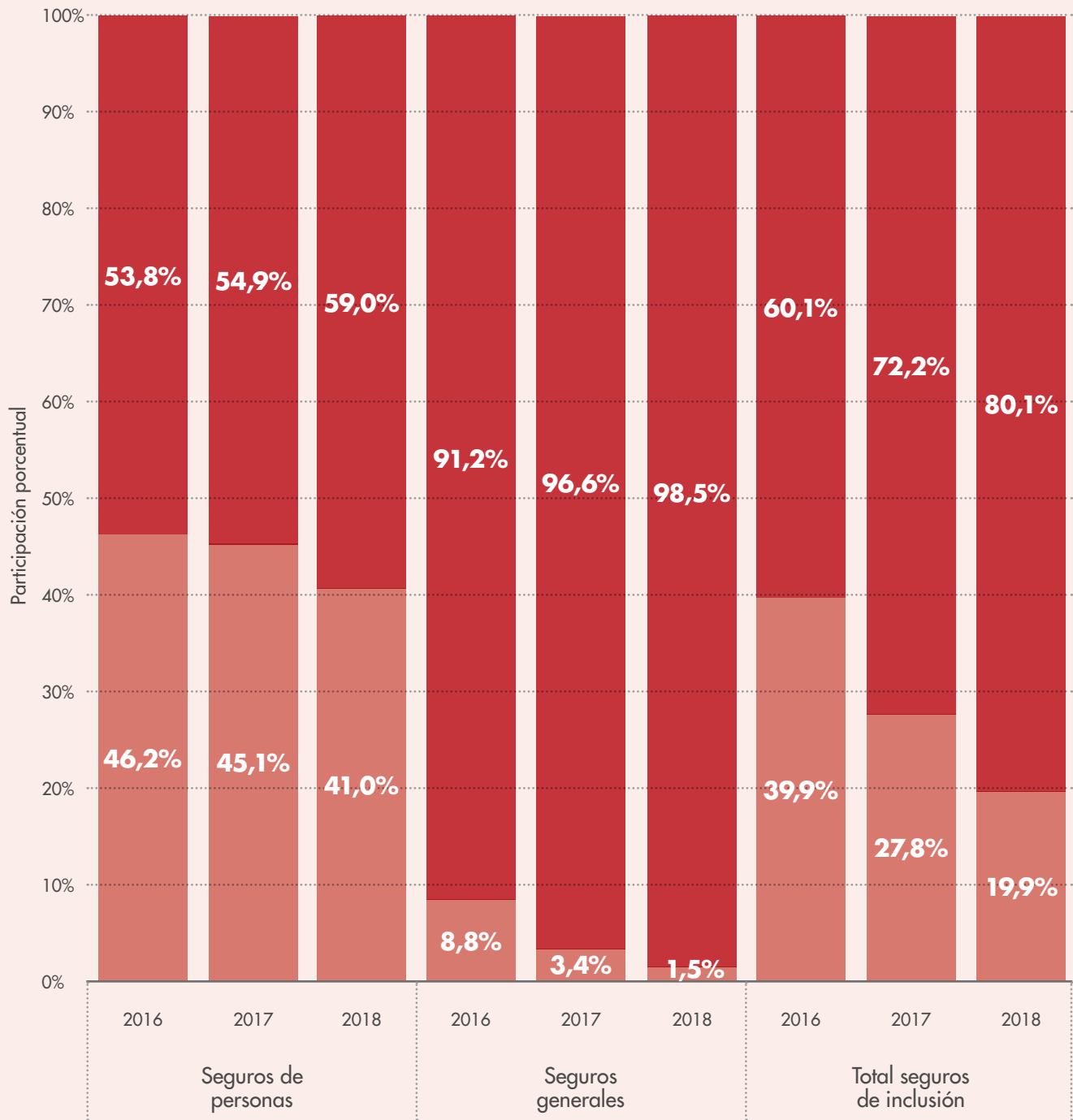
Gráfico 8.5. Participación (%) de canales según número de asegurados, 2018



- Uso de red
- Empresas de servicios públicos
- Otros canales de comercialización
- Sector solidario
- Intermediarios de seguros
- Instituciones microfinancieras
- Tiendas y grandes superficies
- Medios electrónicos, dispositivos móviles e internet
- Fuerza propia
- Corresponsales persona natural

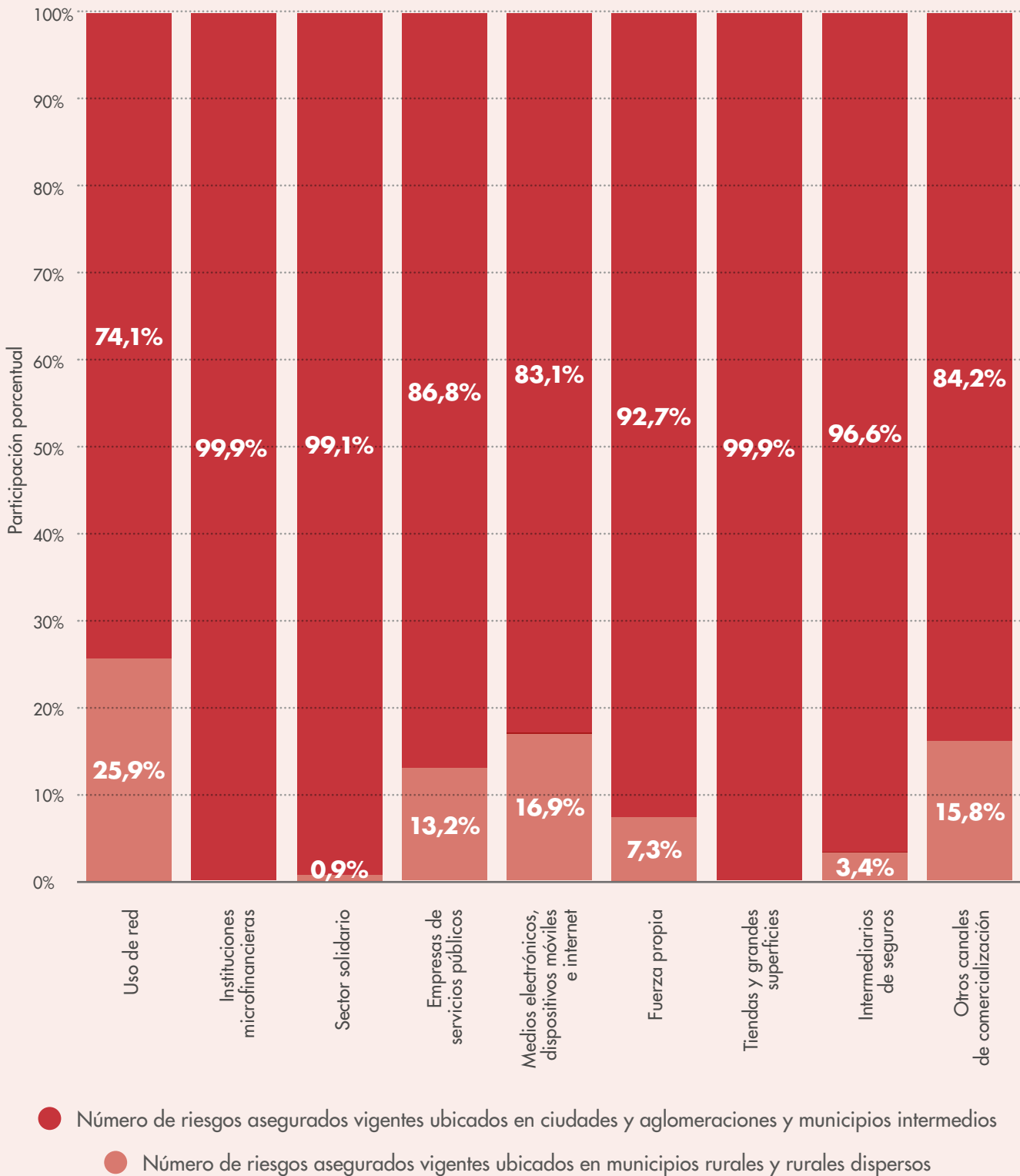
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Gráfico 8.6. Riesgos asegurados vigentes por nivel de ruralidad y tipo de seguro, 2018



- Número de riesgos asegurados vigentes ubicados en ciudades y aglomeraciones y municipios intermedios
- Número de riesgos asegurados vigentes ubicados en municipios rurales y rurales dispersos

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Gráfico 8.7. Riesgos asegurados vigentes por nivel de ruralidad y canal de comercialización, 2018

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



¿Quiénes son y dónde están los asegurados a través de seguros para la inclusión?

La brecha de género en el acceso a seguros es mayor que en los productos de depósito y/o de crédito, alcanzando los 30,0 puntos porcentuales. En 2018, el 66,1% de los asegurados a través de seguros para la inclusión financiera fueron hombres, el 31,1% de los asegurados en estos seguros fueron mujeres y el 2,8% restante se atribuye a personas jurídicas. Esta brecha de género se acentuó entre 2017 y 2018 periodo en el que la participación de las mujeres pasó de 29,0% en 2017 a 31,1% en 2018 y para los hombres pasó de 42,8% a 66,1%.

Al comparar las participaciones por género en los seguros de personas asociados a la inclusión y los generales para la inclusión, se evidencia que la brecha

es más alta en los seguros generales que en los seguros para personas. La participación de las mujeres en los seguros de personas es el 48,9% y en los seguros generales el 9,3% mientras que para los hombres la participación en seguros de personas es 50,6% y en generales 85,2%. La alta participación de las mujeres en los seguros de personas para la inclusión se explicó principalmente por los siguientes ramos: exequias, accidentes personales, vida individual y salud; y para los seguros generales, automóviles, incendio y hogar.

En cuanto al nivel de ruralidad, el 80,1% de los riesgos asegurados vigentes estaban localizados en ciudades y solo el 19,9% de los riesgos asegurados vigentes estaban en municipios en zona rural y rural dispersa. Sin embargo, el número de asegurados en las zonas rural y rural dispersa aumentó 44,7% entre 2017 y 2018. Los ramos que mas impulsaron ese crecimiento fueron los de vida grupo deudores y Beneficios económicos periódicos - BEPS asociados a los seguros de personas, estos últimos aumentando en 46,3%.



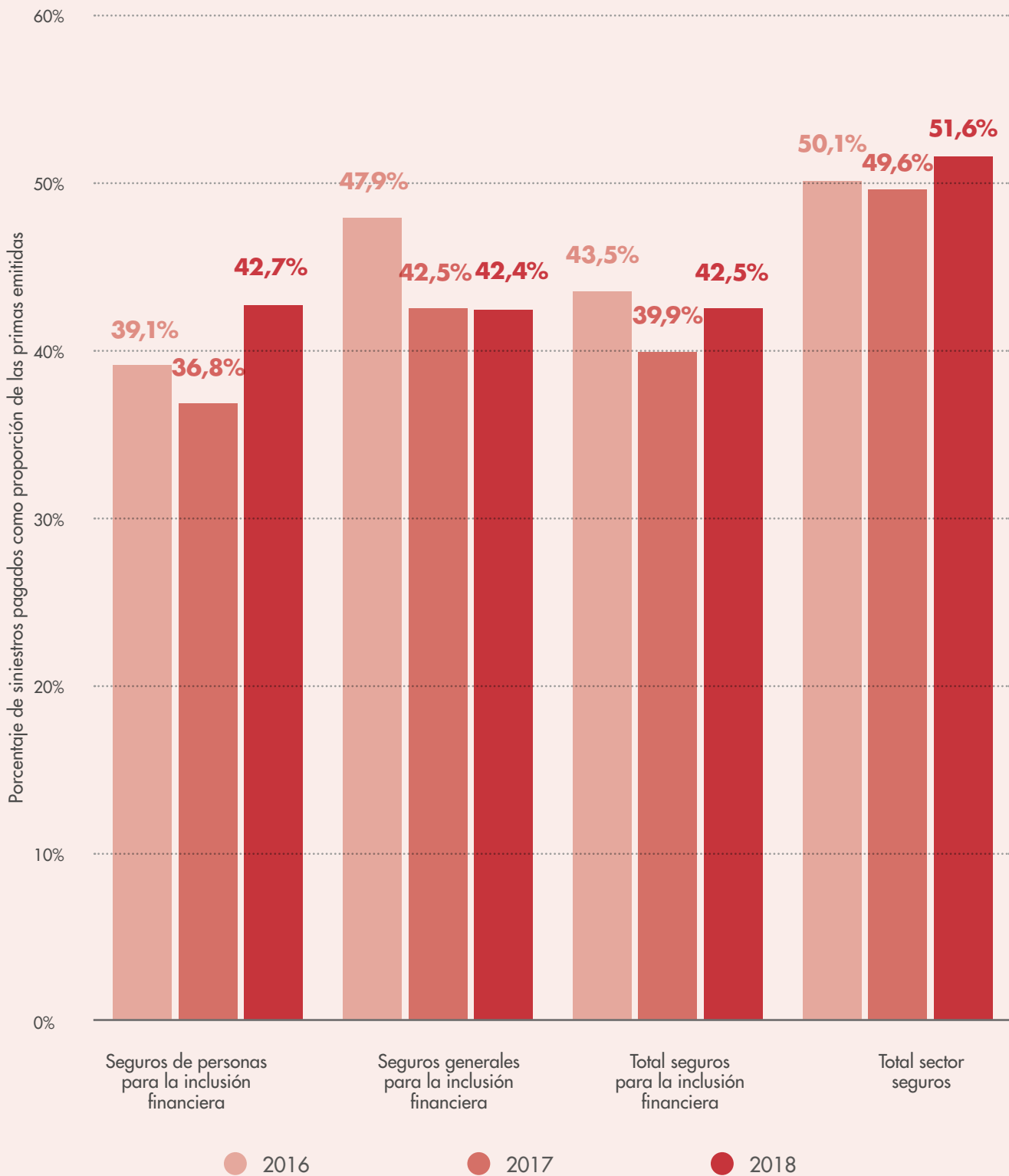
¿Sí se usa el seguro?

La proporción del número de cancelaciones acumuladas al número de pólizas vigentes acumuladas, entendido como el índice de cancelación, permite dar cuenta del uso del seguro por parte de la población y de cómo el sector está realizando perfilamiento de sus clientes y si está respondiendo o no a las necesidades de sus clientes. En ese sentido, en 2018 los ramos de personas con mayor índice de cancelación fueron desempleo (34,4%), vida grupo voluntario (15,9%) y accidentes personales (14,5%). Para los seguros generales los ramos fueron terremoto (42,2%), incendio (31,1%) y automóviles (23,3%). Sustracción, responsabilidad civil y

desempleo son ramos que disminuyeron el índice de cancelación.

El índice de siniestralidad bruta² para los seguros asociados a la inclusión financiera fue 42,5%, 2,7 puntos porcentuales más que en 2017. Los seguros para la inclusión financiera asociados a los seguros de personas presentaron un índice de siniestralidad de 42,7%, con un incremento de 5,9 puntos porcentuales y los seguros generales 42,4%, con disminución de 1 punto porcentual. Los ramos de seguros personales con mayor índice de siniestralidad fueron salud (75,5%), vida grupo voluntario (46,8%) y vida grupo deudores (35,4%). Para los seguros generales los ramos fueron automóviles (51,9%), incendio (47,8%) y responsabilidad civil (33,8%). Los ramos que mejoraron su siniestralidad fueron incendio, agropecuario y vida individual (Gráfico 8.8).

2. Índice de siniestralidad bruta: se define como la razón entre el número de siniestros pagados y el número de primas emitidas.

Gráfico 8.8. Índice de siniestralidad bruta de los seguros para la inclusión financiera, 2018

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GLOSARIO

ACH: es el sistema que permite realizar transferencias electrónicas de dinero entre entidades financieras, mediante una cámara establecida para liquidar y compensar este tipo de movimientos. ACH es el acrónimo en inglés de *Automated Clearing House*.

Certificados de depósito a término (CDT): un Certificado de Depósito a Término es un título valor que emite una entidad financiera a un cliente que ha hecho un depósito de dinero, con el propósito de ahorrar y ganar rentabilidad a un plazo determinado, que dependiendo de la entidad puede ir desde 30 días hasta incluso 720.

Corresponsales activos: puntos corresponsales que durante el último trimestre hayan realizado operaciones.

Corresponsales bancarios: son las personas naturales o jurídicas contratadas para prestar servicios financieros a nombre de un establecimiento de crédito, bajo las condiciones establecidas en el Decreto 2672 de 2012.

Corresponsales propios: puntos corresponsales, conectados a través de sistemas de transmisión de datos, administrados de manera directa por una entidad vigilada.

Corresponsales tercerizados: puntos corresponsales, conectados a través de sistemas de transmisión de datos, cuya administración es contratada por la entidad vigilada con un tercero.

Cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS): son depósitos a la vista y están dirigidas a personas

naturales. Las CATS pueden activarse a través del celular, con el número de cédula y su fecha de expedición. Contrario a las cuentas de ahorro electrónicas, las cuentas de ahorro de trámite simplificado sí podrán tener tarifas por comisiones de cuota de manejo, retiros o transferencias. El límite de débitos mensuales de estas cuentas es de 3 SMMLV y el saldo máximo es de 8 SMMLV.

Cuentas de ahorro electrónicas (CAE): son depósitos a la vista dirigidos a las personas pertenecientes al nivel 1 del Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales –Sisbén–, desplazados inscritos en el Registro Único de Población Desplazada o beneficiarios de programas de ayuda y/o subsidios otorgados por el Estado Colombiano. Los establecimientos de crédito y las cooperativas autorizadas no pueden cobrar a los titulares por el manejo de la cuenta ni por uno de los medios habilitados para su operación. Así mismo, por lo menos dos (2) retiros en efectivo y una consulta de saldo realizadas por el cliente al mes, no generarán comisiones a favor de estas entidades. Las CAE tienen un límite de débitos mensuales de 3 SMMLV.

Depósitos electrónicos (DE): son depósitos a la vista donde el titular puede ser una persona natural o jurídica y cuya apertura puede hacerse a través del celular, con el número de documento de identidad y su fecha de expedición. Están asociados a uno o más instrumentos o mecanismos que permiten a su titular, mediante documentos físicos o mensajes de datos,

extinguir una obligación dineraria, transferir fondos o hacer retiros. Los depósitos electrónicos pueden ser de trámite simplificado o de trámite ordinario. La principal función de los depósitos electrónicos con trámite simplificado de apertura es servir de canal para la dispersión de subsidios, donde su límite de débitos mensuales y de saldo máximo igual a 3 SMMLV. En caso de que, con recursos diferentes a los provenientes de programas de subsidios o beneficios otorgados por el Estado Colombiano, el saldo en el depósito o cuenta supere el límite máximo previsto para el trámite simplificado de apertura, se deberá adelantar el trámite ordinario de apertura, el cual implica, además, el trámite de conocimiento del cliente y control de lavado de activos.

Establecimientos de crédito: los establecimientos bancarios, las corporaciones financieras, las compañías de financiamiento y las cooperativas financieras vigilados por la Superfinanciera.

Índice de Pobreza Multidimensional (IPM): identifica múltiples carencias a nivel de los hogares y las personas en los ámbitos de la salud, la educación y el nivel de vida. El IPM refleja tanto la prevalencia de las carencias multidimensionales como su intensidad, es decir, cuántas carencias sufren las personas al mismo tiempo.

Monto total de operaciones: valor en millones de pesos de los movimientos, manejo o transferencias de dinero realizados por los clientes y/o usuarios de las entidades durante el periodo.

Nivel de actividad: relación entre el número de productos activos y el total de productos. Un producto se considera activo cuando tuvo al menos un movimiento en los últimos seis meses.

Nivel de uso: relación entre el número de adultos con algún producto activo o vigente y el número de adulto con ese producto.

Número de operaciones monetarias: cantidad de movimientos, manejo o transferencias de dinero realizados por los clientes y/o usuarios de las entidades durante el periodo.

Número de operaciones no monetarias: cantidad de consultas de saldo realizadas por los clientes de las entidades durante el periodo.

Número total de operaciones: consolida el número de operaciones monetarias y el número de operaciones no monetarias (consultas de saldo) realizadas por los clientes y/o usuarios de las entidades durante el periodo.

SEDPE: son entidades financieras vigiladas por la Superfinanciera, con requisitos regulatorios livianos, que pueden captar ahorros del público únicamente para ofrecer los servicios de pagos, giros, transferencias, recaudo y ahorro. Estas operaciones estarán exentas del gravamen a los movimientos financieros – GMF siempre que los retiros no excedan de 65 Unidades de Valor Tributario – UVT por mes.

REFERENCIAS

- Arango L. E., Lora, E., & Castellani, F. (2016). *Desempleo Femenino en Colombia*. Bogotá: Banco de la República.
- Arunachalam, R. (2007). *Microfinance and Innovative Financing for Gender Equality: Approaches, Challenges, and Strategies*. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).
- Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia. (2018). *Estudio de demanda de inclusión financiera (informe de resultados segunda toma 2017)*. Bogotá. Obtenido de: <http://bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2018-08/II%20ESTUDIO%20DE%20DEMANDA%20BDO.pdf>
- Bel Hadj Miled, K., & Ben Rejeb, J.-E. (2015). *Microfinance and Poverty Reduction: A Review and Synthesis of Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 705 – 712.
- Cheston, S., & Kuhn, L. (2002). *Empowering Women Through Microfinance*. Opportunity International.
- Colombia Fintech. (26 de abril de 2019). *Colombia Fintech*. Obtenido de <https://www.colombiafintech.co/novedades/colombia-se-posiciona-como-el-tercer-hub-de-fintech-en-latinoamerica-finnovista>.
- Confecámaras. (2017). *Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia*. Bogotá.
- Cruz, I. (12 de Mayo de 2017). *Meet the generations and learn about their financial habits*. Obtenido de <https://www.bbva.com/en/us/podcast-location-has-become-less-important-with-technology>.
- Cull, R., & Jonathan, M. (2017). *Microfinance and Economic Development*. Washington: World Bank Group.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Estadísticas de mercado laboral*. Bogotá.
- De la O Campos, A. P., Villani, C., Davis, B., & Takagi, M. (2018). www.fao.org/home/en/. Obtenido de <http://www.fao.org/3/ca1908en/CA1908EN.pdf>
- Deloitte. (2015). *Millenials and wealth management: Trends and challenges of the new clientele*. Inside magazine issue 9.
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper L., Singer D., Ansar S. y Hess J. (2018). *La base de datos Global Findex 2017: Medición de la inclusión financiera y la revolución de la tecnología financiera*. Cuadernillo de reseña. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.
- Departamento Nacional de Planeación. (2015). *El campo colombiano: un camino hacia el bienestar y la paz. Misión para la transformación del campo*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapecuarioforestal%20y%20pesca/EI%20CAMPO%20COLOMBIANO%20UN%20CAMINIO%20HACIA%20EL%20BIENESTAR%20Y%20LA%20PAZ%20MTC.pdf>.
- Forbes. (12 de abril de 2018). Obtenido de <https://www.forbes.com/sites/jefffromm/2018/01/10/what-you-need-to-know-about-the-financial-impact-of-gen-z-influence/#4db0bb8256fc>.
- Global System for Mobile Communications. (2017). <https://www.gsmaintelligence.com/research/?file=96dd21c24a04e35db09df5d8db700817&download>.
- Holloway, K., Niazi, Z., & Rouse, R. (2017). *Women's Economic Empowerment Through Financial Inclusion: A Review of Existing Evidence and Remaining Knowledge Gaps*. Innovations for Poverty Action. Obtenido de <https://www.poverty-action.org/sites/default/files/publications/Womens-Economic-Empowerment-Through-Financial-Inclusion-Final-Spanish-Web.pdf>
- Mafizur, M., Hong, S., & Khanam, R. (2017). *The effects of microfinance on women's empowerment: New evidence from*. *International Journal of Social Economics*.
- Naciones Unidas. (2015). *The World's Women 2015: Trends and Statistics*. Naciones Unidas, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. Sales No. E.15.XVII.8.
- Thirtle, C., Irz, X., & Lin, L., McKenzie-Hill V., & Wiggins, S. (2001). *The Relationship Between Changes in Agricultural Productivity and the Incidence of Poverty in Developing Countries*. Obtenido en https://www.researchgate.net/publication/252758187_The_Relationship_Between_Changes_in_Agricultural_Productivity_and_the_Incidence_of_Poverty_in_Developing_Countries
- Women's World Banking. (2011). *Solutions for Financial Inclusion: Serving Rural Women*. WWB Focus Note.

