



Reporte de inclusión financiera a marzo de 2019



Freddy Castro
Director

Elaboración del informe:

**Área de Análisis
Económico**

Paola Arias Gómez
Jefe

Michael Bryan
Profesional

Jairo Gudiño-Rosero
Analista

Inclusión financiera de los adultos



Indicador de inclusión financiera

82,3%

Indicador de inclusión financiera

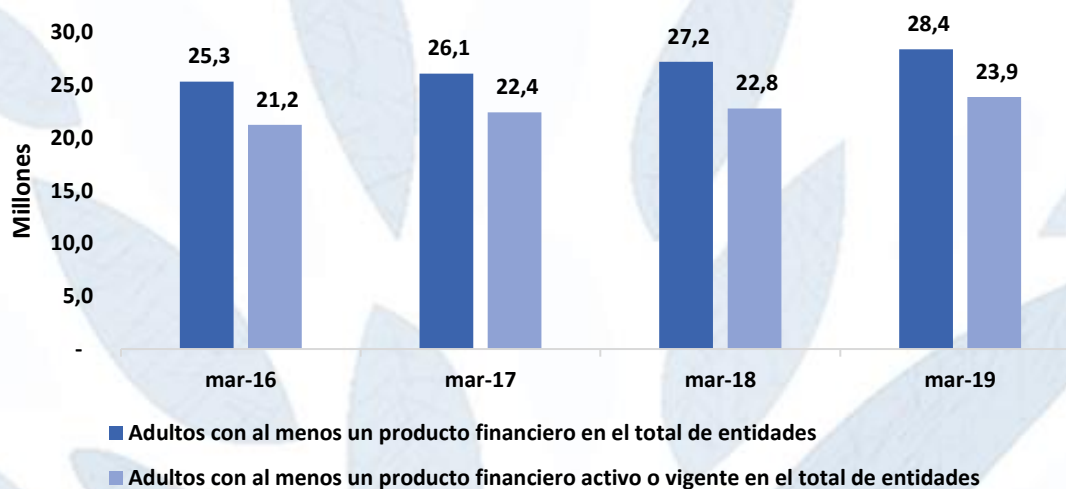
En marzo de 2019, 28,4 millones de adultos tenían al menos un producto financiero formal, lo que representa un incremento de 1,2 millones frente a marzo de 2018.

El indicador de inclusión financiera, medido como el porcentaje de adultos con al menos un producto financiero, se ubicó en 82,3% en marzo de 2019, que corresponde a un incremento de 1,3 pp. frente a marzo de 2018.

De estos, 14,2 millones eran mujeres, que corresponden a un indicador de inclusión del 80,7% y 13,8 millones eran hombres, esto es, un indicador de 83,5%.

Los establecimientos de crédito vincularon la mayor parte de población al sistema financiero. A marzo de 2019, el indicador de inclusión de los establecimientos de crédito se ubicó en 81,3% (28 millones de adultos), el de las cooperativas con actividad financiera vigiladas por la Supersolidaria en 5,2% (1,8 millones) y el de las ONG microcrediticias en 4,1% (1,4 millones).

Número de adultos con al menos un producto financiero



Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.

84,1%

Nivel de uso de los productos financieros

En marzo de 2019, 23,9 millones de adultos tenían por lo menos un producto activo o vigente, lo que representa un incremento de 1,1 millones frente a marzo de 2018. Así, el porcentaje de adultos con al menos un producto financiero activo o vigente fue del 69,2%.

El nivel de uso, medido como la relación de adultos con productos activos sobre el total de adultos con productos, se ubicó en 84,1%.

INCLUSIÓN FINANCIERA REGIONAL¹

Centro-Oriente, Eje Cafetero y Llanos son las regiones con mayor inclusión

Las regiones de Centro-Oriente, Eje Cafetero y Llanos registraron la mayor inclusión financiera, con indicadores por encima del 83%. Las regiones de Pacífico y Caribe tuvieron las tasas más bajas, inferiores al 74%.

El nivel de uso es más uniforme entre regiones, oscilando entre 80% y 86%.

INCLUSIÓN FINANCIERA DEPARTAMENTAL

Casanare, Bogotá, Santander y Risaralda los departamentos con mayor inclusión

Los departamentos con los niveles más altos de inclusión financiera fueron Bogotá, Casanare, Santander y Risaralda, todos con un indicador superior al 88%. En contraste, Vaupés, Vichada, La Guajira y Chocó tuvieron los indicadores más bajos, de menos del 54%.

Por su parte, el nivel de uso de los departamentos osciló entre 75% y 87%.

¹ Esta clasificación se basa en la regionalización planteada por el Departamento Nacional de Planeación.



	83,2%	97,0%
	78,1%	83,2%
	73,5%	78,1%
	62,4%	73,5%
	0,0%	62,4%

INCLUSIÓN FINANCIERA POR NIVELES DE RURALIDAD

El indicador de inclusión financiera fue superior en las ciudades y aglomeraciones (89,8%), seguido por los municipios intermedios (71,6%) y los municipios rurales (66,1% rurales y 55,4% rurales dispersos). La brecha en el indicador de inclusión financiera entre los municipios urbanos y rurales dispersos fue de 34,5 puntos porcentuales.

El nivel de uso fue similar en todos los niveles de ruralidad: 84,6% en ciudades y aglomeraciones, 82,4% en municipios intermedios, 83,1% en municipios rurales y 82,7% en municipios rurales dispersos.

Número de adultos con al menos un producto por ruralidad

Número de adultos con algún producto de financiero	Número de adultos con producto	Indicador de inclusión financiera	Número de adultos con productos activos	% Uso
Ciudades y aglomeraciones	20.783.578	89,8%	17.582.491	84,6%
Intermedio	4.045.711	71,6%	3.334.682	82,4%
Rural	2.251.246	66,1%	1.870.798	83,1%
Rural disperso	1.266.489	55,4%	1.046.801	82,7%

Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.

INCLUSIÓN FINANCIERA POR GRUPOS ETARIOS

La población más joven, entre 18 y 25 años, presentó el menor indicador de inclusión financiera 62,1%, mientras que la población con un rango de edad entre 41 y 65 años el más alto, 91,4%. El nivel de uso fue similar para todos los grupos etarios salvo para la población mayor a 65 años.

Número de adultos con al menos un producto financiero por rango de edades

Número de adultos con algún producto de financiero	Número de adultos con producto	Indicador de inclusión financiera	Número de adultos con productos activos	% Uso
18-25	4.251.698	62,1%	3.662.529	86,1%
26-40	9.283.908	83,8%	8.163.954	87,9%
41-65	11.729.069	91,4%	9.785.397	83,4%
Mayor de 65	3.103.134	83,5%	2.245.257	72,4%

Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.



Adultos con algún producto de depósito

27,1
millones

de adultos con productos de depósitos

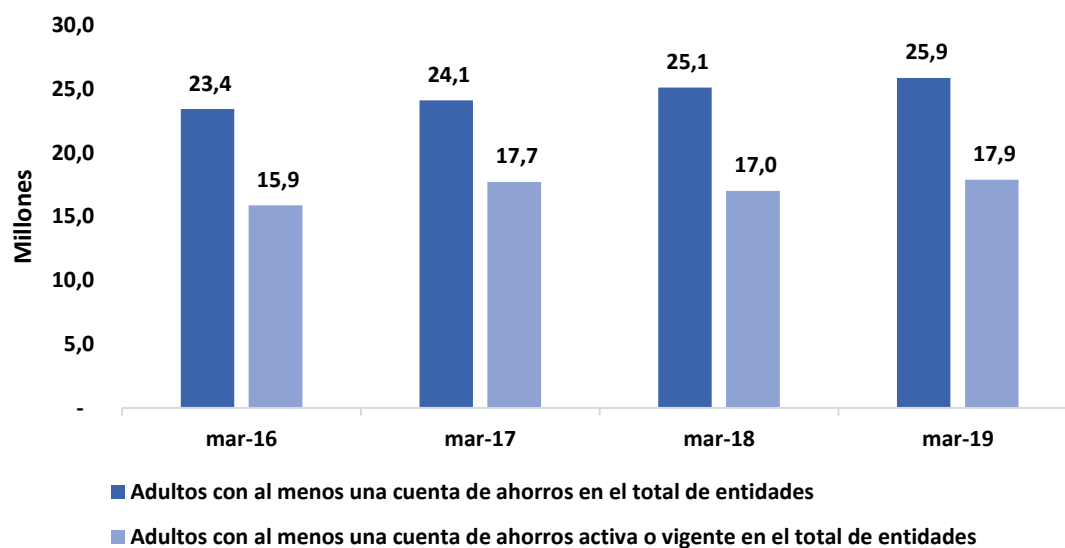
A marzo de 2019 27,1 millones de adultos contaban con al menos un producto de depósito, lo que representa un incremento de 7,3% frente al mismo periodo de 2018. De estos, 21,0 millones los tenían activos, que equivale a un nivel de uso del 77,5%.

La cuenta de ahorro fue el producto de mayor penetración: 25,9 millones de adultos tenían este producto. Las cuentas de ahorro tuvieron un nivel de uso del 69,2%.

Adicionalmente, 5,0 millones de adultos tenían depósitos electrónicos, 3,0 millones cuentas de ahorro electrónicas, 2,1 cuentas de trámite simplificado, 2,0 cuentas corrientes y 827 mil productos de depósito a término.

Las mujeres tuvieron una mayor participación que los hombres en las cuentas de ahorro electrónicas (76,3% mujeres vs. 23,7% hombres) y los productos de ahorro a término (63,8% mujeres vs. 36,2% hombres).

Número de adultos con cuentas de ahorro totales y activas



Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.

Número de adultos con productos de depósito

Tipo de producto	Marzo de 2016		Marzo de 2017		Marzo de 2018		Marzo de 2019	
	Adultos con productos	Adultos con productos activos	Adultos con productos	Adultos con productos activos	Adultos con productos	Adultos con productos activos	Adultos con productos	Adultos con productos activos
Cuentas de ahorro	23.385.026	15.854.767	24.052.421	17.659.776	25.029.440	16.954.647	25.859.588	17.892.984
Cuentas de ahorro electrónicas	2.828.906	2.476.032	2.829.617	2.475.696	3.001.299	2.691.573	3.033.357	2.725.251
Cuentas de ahorro de trámite simplificado	103.371	99.774	103.377	99.759	103.288	99.634	2.104.508	1.225.996
Depósitos electrónicos	2.977.721	2.754.615	2.988.214	2.765.090	4.314.001	4.100.596	5.007.684	4.785.390
Productos de ahorro a término	612.132	337.255	767052	499423	784.329	486.308	827.169	506.705
Cuenta corriente	1.746.358	1.488.110	1.719.073	1.452.430	1.740.644	1.468.946	1.954.065	1.677.151

Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.



Adultos con algún producto de crédito

14,1
millones

**de adultos con créditos
vigentes**

A marzo de 2019 14,1 millones de personas contaban con algún producto de crédito vigente.

La tarjeta de crédito fue el más utilizado: 9,0 millones de adultos tenía al menos una. Le siguió el crédito de consumo con 6,9 millones de adultos y el microcrédito con 3,1 millones. Los productos con menor penetración fueron el crédito de vivienda (1,1 millones) y el crédito comercial (454 mil).



Inclusión financiera de las empresas



Empresas con productos financieros

941.554

Empresas con productos financieros

A marzo de 2019 941.554 empresas tenían al menos un producto financiero (3.796 menos frente a marzo de 2018) y 659.065 los tenían activos o vigentes (18.358 menos frente a marzo de 2018), por lo que el nivel de uso es del 70,0%.

Por entidad, se observa que 940.667 empresas tenían productos en los establecimientos de crédito, 3.963 en cooperativas y 727 en ONG microcrediticias.

Número de empresas con al menos un producto financiero



Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.



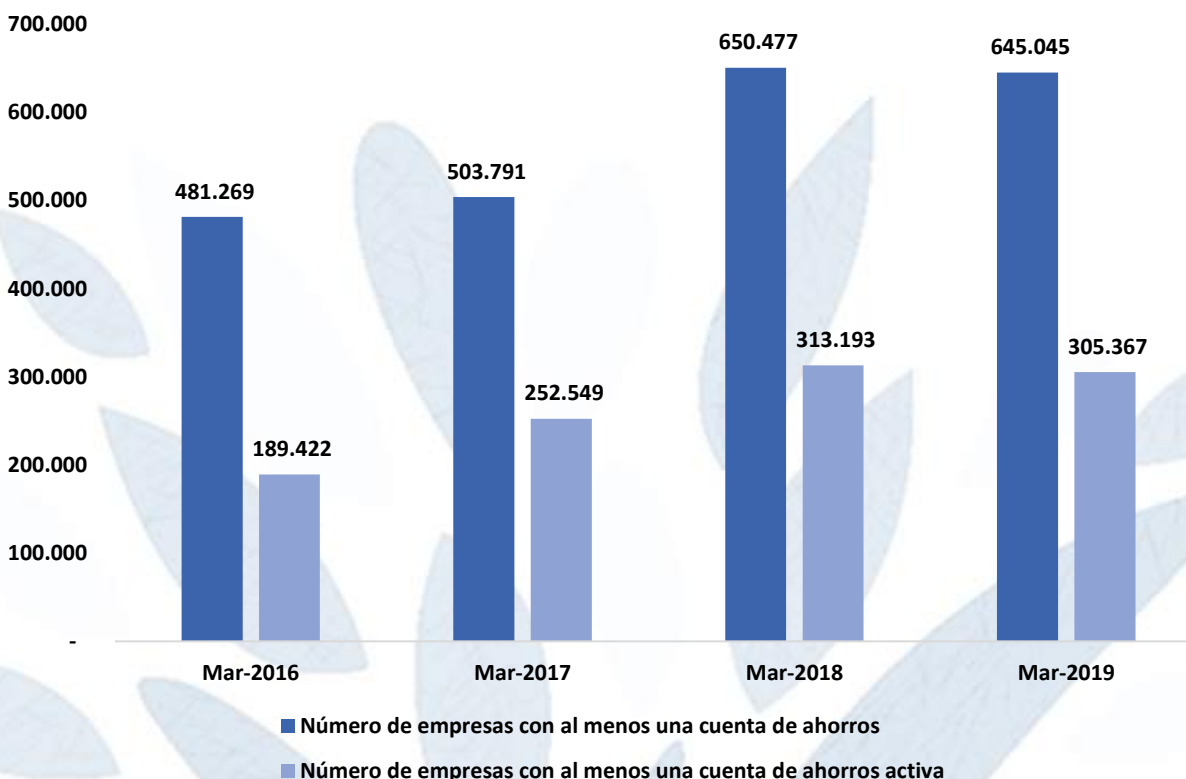
Empresas con algún producto de depósito

En marzo de 2019, 919.230 empresas contaban con algún producto de depósito (5.014 más frente a marzo de 2018) y 636.536 los tenían activos (8.896 más frente de marzo de 2018), lo que equivale a un nivel de uso del 69,2%.

El producto financiero con mayor penetración entre las empresas fue la cuenta de ahorro. 645.045 tenían este producto y de esos, 305.367 las tenían activas, lo que representa un nivel de uso del 47,3%, menor que el de las cuentas de ahorro de las personas

El segundo producto de depósito con mayor penetración fue la cuenta corriente (502.309 empresas), con un nivel de uso de 89,3%, que equivale a 448.740 empresas.

Número de empresas con cuentas de ahorro totales y activas



Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.

Número de empresas con productos de depósito

Tipo de producto	Marzo de 2016		Marzo de 2017		Marzo de 2018		Marzo de 2019	
	Empresas con productos	Empresas con productos activos	Empresas con productos	Empresas con productos activos	Empresas con productos	Empresas con productos activos	Empresas con productos	Empresas con productos activos
Cuentas de ahorro	481.269	189.422	503.791	252.549	650.477	313.193	645.045	305.367
Productos de ahorro a término	11.392	5.173	14.753	8.187	14.494	7.358	13.863	6.797
Cuenta corriente	419.645	373.652	422.713	377.592	488.989	432.627	502.309	448.740

Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.



Empresas con algún producto de crédito

En marzo de 2019, 305.295 empresas tenían algún crédito vigente en el sistema financiero formal, siendo 32.740 menos que en marzo de 2018. El crédito comercial fue el producto de crédito con mayor penetración entre las empresas colombianas (234.080 tenían este crédito vigente), seguido de las tarjetas de crédito (97.704), del crédito de consumo (89.907) y del microcrédito (12.949).



DINÁMICAS DE GÉNERO

EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA

El reciente dinamismo en inclusión financiera ha permeado asimétricamente los distintos segmentos sociodemográficos: las brechas de acceso entre habitantes urbanos y rurales, así como las etarias han estado por encima de los 30 puntos porcentuales, mientras las de género son menos pronunciadas e históricamente han estado por debajo de los 3 puntos porcentuales. A marzo de 2019, el 49,4% de los adultos con productos correspondía a hombres y el 50,6% a mujeres. Sin embargo, como la proyección del Censo 2005 indica que hay más mujeres que hombre, el indicador de inclusión financiera de los hombres fue de 83,5% y el de las mujeres de 80,7%, una diferencia de 2,8 puntos porcentuales y 0,9 puntos superior a la observada un año atrás.

Desde la óptica del financiamiento, el 42,8% de los hombres y el 38,9% en las mujeres accedía a crédito formal, lo que implica una diferencia de 3,8 puntos porcentuales. Esta brecha, no obstante, se redujo en 1,1 puntos porcentuales en el último año.

Este panorama se extiende a las modalidades de tarjeta de crédito, vivienda y microcrédito, de donde, se ramifican brechas adicionales a favor de los hombres en los saldos promedio de cartera. Al finalizar el primer trimestre de 2019, el 27,4% de los hombres y el 25,6% de las mujeres tenía una tarjeta de crédito vigente, lo que resulta en una brecha de 1,9 puntos porcentuales. Cuando observamos saldos promedio de este producto, los hombres tenían un saldo promedio \$5,7 millones y las mujeres de \$4,4 millones. Por su parte, el cupo promedio de los hombres fue de \$15,9 millones y el de las mujeres de \$12,3 millones. Sin embargo, a pesar de esta diferencia a favor de los hombres, encontramos que la tasa de crecimiento anual en cupo promedio para este mismo trimestre fue mayor para las mujeres (11,9% para las mujeres vs 10,4% para los hombres).

Similarmente, al finalizar marzo de 2019 el 9,5% de los hombres y el 9,0% de las mujeres tenían al menos un microcrédito vigente, una diferencia de 0,5 puntos porcentuales. En esta modalidad, el saldo promedio de los hombres alcanzó los \$7,3 millones y el de las mujeres \$5,9 millones. Sin embargo, el saldo promedio de las mujeres registró un aumento anual mayor (7,5% vs 6,3%). En la modalidad de vivienda, al cierre del primer trimestre de 2019, el 3,5% de los hombres y el 3,1% de las mujeres tenían al menos uno vigente, con lo que la brecha de acceso alcanzó los 0,4 puntos porcentuales. A su vez, el saldo promedio de los hombres fue de \$66,8 millones y el de las mujeres de \$54,6 millones.

Finalmente, las brechas de género en el acceso a financiamiento se dan a pesar de que las mujeres con productos de crédito tienen mejor perfil de riesgo que los hombres con créditos. En particular, al primer trimestre de 2019, el 10,9% de los hombres y el 9,3% de las mujeres con créditos tenía mora de más de 30 días, una diferencia de 1,6 puntos a favor de las mujeres. Particularmente, en tarjetas de crédito, la participación de hombres con calificación de riesgo alta en el total de hombres con este producto fue 3,4 puntos porcentuales superior al de las mujeres en el primer trimestre del año. Este patrón se evidencia también en las modalidades de vivienda y microcrédito, donde esta diferencia fue de 3,5 y 1,9 puntos, respectivamente. En el caso de microcrédito, aun controlando por riesgo, es decir, comparando consumidores con perfiles de riesgo similar, las mujeres registraron una menor tasa de mora con respecto a los hombres.

* Análisis realizado con la colaboración de TransUnion.

Anexos:

1. Número de adultos con al menos un producto financiero

Número de adultos con algún producto de financiero		Número de adultos con producto	Indicador de inclusión financiera	Número de adultos con productos activos	% Uso
Entidad	Total de entidades	28.373.988	82,3%	23.863.111	84,1%
	Establecimientos de crédito	28.039.595	81,3%	23.416.311	83,5%
	Solidario	1.781.717	5,2%	1.143.146	64,2%
	ONG	1.402.994	4,07%	884.325	63,0%
Género- Total entidades	Hombre	13.993.301	83,5%	11.721.251	83,8%
	Mujer	14.314.609	80,7%	12.084.758	84,4%
Edad- Total entidades	18-25	4.251.698	62,1%	3.662.529	86,1%
	26-40	9.283.908	83,8%	8.163.954	87,9%
	41-65	11.729.069	91,4%	9.785.397	83,4%
	Mayor de 65	3.103.134	83,5%	2.245.257	72,4%
Ruralidad- Total entidades	Ciudades y aglomeraciones	20.783.578	89,8%	17.582.491	84,6%
	Intermedio	4.045.711	71,6%	3.334.682	82,4%
	Rural	2.251.246	66,1%	1.870.798	83,1%
	Rural disperso	1.266.489	55,4%	1.046.801	82,7%

Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.

2. Número de adultos con al menos un producto financiero por departamento

Departamento	Número de adultos con producto	Indicador de inclusión financiera	Número de adultos con productos activos	% Uso
Bogotá, D.C.	6.005.084	99,79%	5.216.544	86,87%
Casanare	236.337	97,35%	199.690	84,49%
Santander	1.367.617	91,07%	1.136.615	83,11%
Risaralda	619.796	88,75%	504.702	81,43%
Antioquia	4.132.753	86,39%	3.604.614	87,22%
Norte de Santander	807.149	85,86%	665.576	82,46%
Meta	583.032	85,49%	478.302	82,04%
Amazonas	25.542	84,92%	19.301	75,57%
Huila	659.852	83,12%	571.753	86,65%
Guainía	10.100	83,06%	8.270	81,88%
Cesar	557.138	82,12%	461.532	82,84%
Tolima	793.684	81,78%	663.813	83,64%
Valle del Cauca	2.818.591	81,71%	2.244.418	79,63%

Cundinamarca	1.565.145	80,88%	1.321.688	84,45%
Atlántico	1.411.255	79,40%	1.168.752	82,82%
Boyacá	695.950	78,63%	572.917	82,32%
Arauca	123.348	78,47%	97.462	79,01%
Caldas	555.915	78,13%	458.420	82,46%
Magdalena	619.354	76,45%	512.270	82,71%
Quindío	312.695	75,02%	250.795	80,20%
Sucre	417.645	71,95%	344.857	82,57%
Putumayo	155.845	70,41%	128.995	82,77%
Bolívar	1.009.716	69,94%	852.885	84,47%
Córdoba	768.395	66,25%	636.176	82,79%
Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	36.529	64,69%	30.114	82,44%
Cauca	604.770	63,12%	499.948	82,67%
Caquetá	191.296	62,02%	159.351	83,30%
Nariño	751.294	61,44%	621.315	82,70%
Guaviare	40.383	60,33%	33.596	83,19%
Chocó	158.391	53,83%	132.547	83,68%
La Guajira	287.876	46,88%	224.889	78,12%
Vichada	19.074	44,67%	14.550	76,28%
Vaupés	5.573	26,76%	4.351	78,07%

Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.

3. Número de adultos con al menos un producto financiero por región

Región	Número de adultos con producto	Indicador de inclusión financiera	Número de adultos con productos activos	% Uso	Número de Adultos
Centro Oriente	10.440.945	98,9%	8.913.340	85,4%	10.552.057
Eje cafetero	5.621.159	85,0%	4.818.531	85,7%	6.610.342
Llanos	1.017.847	83,1%	836.221	82,2%	1.224.559
Centro Sur	1.826.219	78,6%	1.543.213	84,5%	2.324.211
Pacífico	4.333.046	73,1%	3.498.228	80,7%	5.924.492
Caribe	5.107.908	71,7%	4.231.475	82,8%	7.120.637

Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.

Los departamentos del país fueron clasificados según las categorías de regionalización del Departamento Nacional de Planeación, de la siguiente manera:

Región	Departamento
Caribe	Archipiélago de San Andrés
	Atlántico

Región	Departamento
	Bolívar
	Cesar
	Córdoba
	La Guajira
	Magdalena
	Sucre
Centro Oriente	Bogotá, D.C.
	Boyacá
	Cundinamarca
	Norte de Santander
	Santander
Centro Sur	Amazonas
	Caquetá
	Huila
	Putumayo
	Tolima
Eje cafetero	Antioquia
	Caldas
	Quindío
	Risaralda
Llanos	Arauca
	Casanare
	Guainía
	Guaviare
	Meta
	Vaupés
	Vichada
Pacífico	Cauca
	Chocó
	Nariño
	Valle del Cauca

4. Número de adultos con al menos un producto financiero por entidad y por producto

Tipo de producto	Establecimientos de crédito		Cooperativas		ONG microcrediticias	
	Adultos con productos	Adultos con productos activos/vigentes	Adultos con productos	Adultos con productos activos/vigentes	Adultos con productos	Adultos con productos activos/vigentes

Cuentas de ahorro	25.783.016	17.787.737	285.187	208.654	-	-
Cuentas de ahorro electrónicas	3.033.357	2.725.251	-	-	-	-
Cuentas de ahorro de trámite simplificado	2.104.508	1.225.996	-	-	-	-
Depósitos electrónicos	5.007.684	4.785.390	-	-	-	-
Productos de ahorro a término	827.169	506.705	-	-	-	-
Cuenta corriente	1.954.065	1.677.151	-	-	-	-
Microcrédito	3.497.820	2.409.327	282.840	162.653	1.345.462	843.609
Crédito de consumo	7.822.884	6.388.671	1.386.464	830.806	5.937	2.304
Tarjeta de crédito	10.189.524	8.998.997	14.671	14.655	-	-
Crédito de vivienda	1.419.848	1.104.732	16.055	11.483	-	-
Total de productos	28.039.595	23.416.311	1.781.717	1.143.146	1.402.994	884.325

Fuente: Banca de las Oportunidades. Cálculos propios.

