

Principales hallazgos de la segunda toma del Estudio de Demanda de Inclusión Financiera

► Juliana Álvarez Gallego *

Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia, con información proveniente de la oferta y la demanda, realizan un análisis y monitoreo periódico al estado y la evolución de los principales indicadores de acceso y uso de productos financieros. Los datos de la oferta, reportados por las entidades financieras, se complementan con análisis desde la perspectiva de la demanda para ahondar en las necesidades, conocimientos y percepciones de la población sobre los productos financieros a su disposición; esto permite identificar barreras, brechas y necesidades del consumidor.

Se han realizado dos tomas de la Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera (en los años 2014 y 2017), las cuales arrojan indicadores estandarizados para las cuatro dimensiones de la inclusión financiera: acceso, uso, calidad y bienestar. Estos resultados contribuyen a orientar las acciones de política pública y a identificar oportunidades de desarrollo de productos, canales y metodologías que se ajusten a las necesidades y características de la demanda.



* Directora de Banca de las Oportunidades.
E-mail: juliana.alvarez@bancadelasoportunidades.gov.co

La estructura metodológica de las Encuestas se sustenta en un muestreo probabilístico y estratificado, concebido por región y tamaño municipal, en el cual se definieron seis regiones geográficas (Atlántica, Bogotá, Central, Oriental, Pacífica y Suroriental) que agrupan a 23 departamentos. La última encuesta, implementada a lo largo del último trimestre de 2017, con apoyo de la CAF, tuvo una muestra de 1.432 adultos y 1.223 microempresarios, siendo representativa a nivel nacional.¹ El diseño tuvo asociado un error de muestreo máximo del 2.9% e intervalos de confianza del 95%.

A continuación, presentamos los principales hallazgos de la segunda toma de la Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera.

El acceso a servicios financieros formales creció

La inclusión financiera de los adultos en Colombia, medida con información de la demanda, ha aumentado en los últimos tres años. Al comparar la primera y la segunda toma de las Encuestas, se observa que el porcentaje de adultos que contaban con algún producto de ahorro, crédito, seguro o pensiones en entidades financieras formales pasó del 67% en 2014 al 77% en 2017, esto es un incremento de 10 puntos porcentuales (pp). Esta tendencia resulta consistente con la variación positiva del indicador de inclusión financiera procesado por Banca de las Oportunidades con datos de la oferta.

Por su parte, el porcentaje de microempresas con al menos un pro-

ducto financiero se mantuvo inalterado entre ambas tomas en un 55%, evidenciando, por un lado, que el rezago es mayor en comparación con los adultos y, por otro, que ante esta tendencia estacionaria se requiere que las entidades financieras y el gobierno trabajen en soluciones innovadoras.

Adicionalmente, existe una relación positiva entre la formalidad y la inclusión financiera. La proporción de microempresas formales con servicios financieros es casi el doble que la de las microempresas informales: un 86% frente al 45%. Asimismo, una mayor proporción de microempresas informales accede a servicios financieros informales en comparación con las microempresas formales.

| Ahorro formal

El 39% de los adultos y el 37% de las microempresas tienen acceso a depósitos formales. Al indagar por los atributos de los depósitos formales, se encontró que el 62% de los adultos y el 70% de las microempresas destacan la seguridad que brindan. En contraste, los atributos que menos destacan ambos grupos son los costos y los trámites, mencionados por menos del 5%.

Las cuentas de ahorro, el producto con mayor penetración, son abiertas por los adultos principalmente de forma inducida. El 69% de los adultos abrió su cuenta de ahorros por sugerencia de su empleador, para recibir el desembolso de un crédito o para recibir una ayuda o subsidio del gobierno. Las razones por las que los microempresarios abren sus cuentas son de diversa índole: el 33% por la seguridad que brindan, el 15% porque les permite

administrar mejor las cuentas del negocio y el 10% porque les facilita el pago de facturas.

Adicionalmente, al indagar por las razones por las que los adultos y los microempresarios no tienen cuentas de ahorro, se encontró que alrededor del 40% de los adultos y microempresarios argumenta que no la necesitan. Además de la autoexclusión, se mencionan razones relacionadas con los productos ofrecidos y las condiciones socioeconómicas de la población. Por un lado, el 32% de los microempresarios sin cuenta considera que estas no les sirven, por sus altos costos o por los elevados trámites, razones asociadas con las características de los productos que las entidades financieras están ofreciendo o por el desconocimiento de los productos o servicios que se ofrecen. Por otro lado, el 30% de los adultos no tiene cuentas porque sus ingresos son muy bajos o porque no tienen trabajo, es decir, que la demanda de cuentas de ahorros depende del nivel de ingreso de las personas.

| Crédito formal

El 26% de los adultos y el 21% de los microempresarios tienen acceso al crédito formal financiero. Los fines de los créditos con las entidades financieras formales son diversos. En el caso de los adultos, alrededor del 40% de los créditos con bancos o cooperativas se destinó a financiar consumo y alrededor del 20% a inversión. Es de destacar que el 30% de los adultos con tarjeta de crédito la utiliza para el consumo. En cuanto a los microempresarios, la mitad destinó sus créditos con bancos y cooperativas a inversión y la otra mitad a capital de trabajo, emergencias u otros. Los microempresarios tam-

¹ La captura, procesamiento y análisis de la información de la segunda toma se realizó con el apoyo de la Unión Temporal Centro Nacional de Consultoría y Marulanda Consultores.

bién utilizan las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de su negocio, el 64% de los pagos hechos por los microempresarios con tarjeta fue para capital de trabajo e inversión (gráfico 1). El uso de la tarjeta de crédito tanto por los adultos como por los microempresarios para fines distintos al consumo puede ser un indicio de problemas de educación financiera o, en el caso particular de las microempresas, de ausencia de productos de crédito ajustados a sus necesidades.

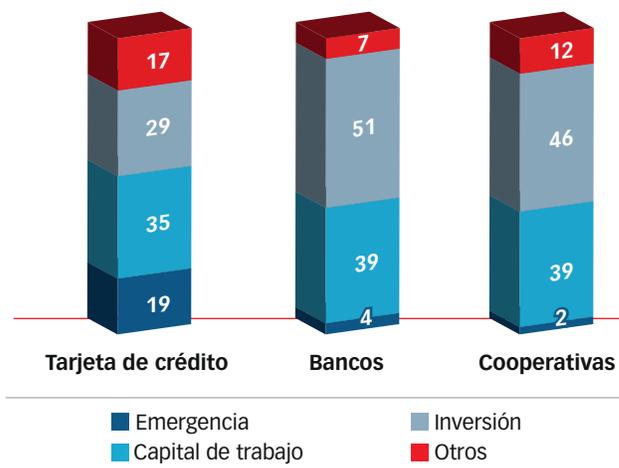
Entre las razones por las que los adultos y microempresarios no solicitan créditos se encontró que la autoexclusión es más alta que en el caso de los productos de depósito. Alrededor del 70% de los adultos y microempresarios sin créditos formales no los ha solicitado porque considera que no los necesitan y el 10% porque estaban reportados negativamente ante una central de información, es decir, que previendo que les iban a negar su solicitud decidieron no hacerla.

Vale la pena destacar que la frecuencia de los créditos negados es baja. Solo al 2% de los adultos y al 5% de los microempresarios que solicitaron crédito se lo negaron. Las razones de negación más mencionadas para los adultos fueron la tenencia de un historial crediticio negativo o la ausencia de historial crediticio, y para los microempresarios la ausencia de historial crediticio y la falta de garantías.

La penetración de los celulares es alta, pero el uso de servicios financieros en estos es bajo

La penetración de los teléfonos celulares y, en particular, de los teléfonos inteligentes es alta en Colombia. El

Gráfico 1. Destino del crédito formal microempresarial (%)



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2017.

“ Existe una relación positiva entre la formalidad y la inclusión financiera. La proporción de microempresas formales con servicios financieros es casi el doble que la de las microempresas informales: un 86% frente al 45%. Asimismo, una mayor proporción de microempresas informales accede a servicios financieros informales en comparación con las microempresas formales. ”

95% de los microempresarios y el 88% de los adultos tienen un teléfono celular. De estos, el 74% y el 76%, respectivamente, tienen un celular inteligente. La proporción de adultos y microempresarios que utilizan sus teléfonos móviles para realizar transacciones financieras como el pago de servicios públicos, las transferencias de dinero y el uso de servicios bancarios es baja: solo el 14% de los adultos y microempresarios.

La utilización de los teléfonos celulares para realizar transacciones financieras varía según las características sociodemográficas de los adultos y microempresarios. Las brechas más grandes en los adultos se observan por nivel de ingresos, seguido por

edad, ruralidad y género. A medida que aumenta el ingreso de los hogares, los adultos realizan más transacciones financieras desde su celular: el 8% de los adultos pertenecientes a hogares con ingresos mensuales de \$360.000 o menos lo hace, frente al 37% de los adultos con ingresos mayores a \$2.5 millones. Los más jóvenes también hacen más transacciones financieras desde su celular que los demás grupos etarios: el 23% de los adultos entre 18 y 25 años las hacen, frente al 4% de adultos mayores de 65 años. En el caso de las microempresas, la brecha en la realización de transacciones por celular depende de la formalidad, el 27% de las microempresas formales utiliza el celular para transacciones financie-

ras, mientras que el 12% de las informales lo hace.

La incidencia del efectivo es alta entre adultos y microempresas

La prevalencia del efectivo en Colombia sigue siendo muy alta. Prácticamente la totalidad de los encuestados, el 99.5% de los adultos y el 98.8% de los microempresarios, utiliza el efectivo para realizar algún tipo de pago. Hay una relación entre la frecuencia y el monto de los gastos y la forma como se pagan. Los gastos más frecuentes y de menor monto, como el transporte y las recargas de celular, son los que más se hacen en efectivo, mientras que los gastos más altos y esporádicos como las compras de electrodomésticos o los impuestos se pagan menos en efectivo. Se resalta que tanto para los adultos como para los microempresarios los pagos de seguridad social son los que menos se hacen en efectivo, lo cual resulta consistente con la implementación del PILA. Los adultos, por ejemplo, realizan en efectivo el 98% de los pagos de transporte, el 74% de las compras de electrodomésticos y el 58% de los pagos a seguridad social.

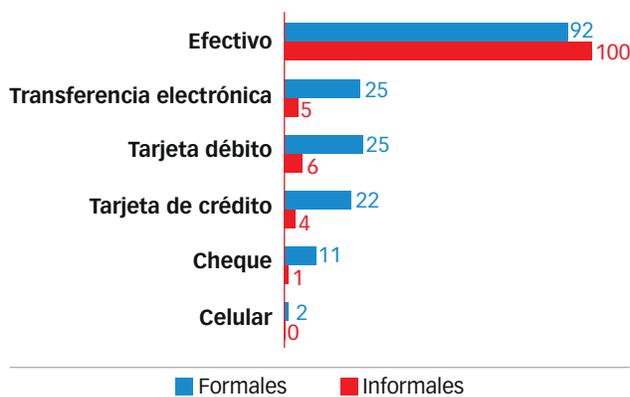
Asimismo, a medida que los adultos están más incluidos financieramente, es decir tienen y usan servicios financieros formales, disminuye la incidencia del efectivo. El 94% de los adultos sin acceso a servicios financieros formales hace todos sus pagos en efectivo, en comparación con el 85% de los adultos incluidos financieramente. También hay una relación entre la forma como los adultos reciben sus ingresos y hacen sus pagos. El 81% de los adultos que recibe sus ingresos en efectivo realiza todos sus pagos en efectivo, mientras que el 24% de los que reci-

be sus ingresos abonados en cuenta lo hace. Esto representa una diferencia de cerca de 60pp.

Consistentemente con el comportamiento de los adultos, el medio preferido por las microempresas para recibir sus pagos es el efectivo. El 97% de las microempresas recibe efectivo, el 11% transferencias, el 10% tarjetas débito, el 9% tarjetas de crédito y el 4% cheques. Las principales razones por las que los microempresarios prefieren el efectivo están asociadas con la facilidad y rapidez que brinda, así como las preferencias de sus

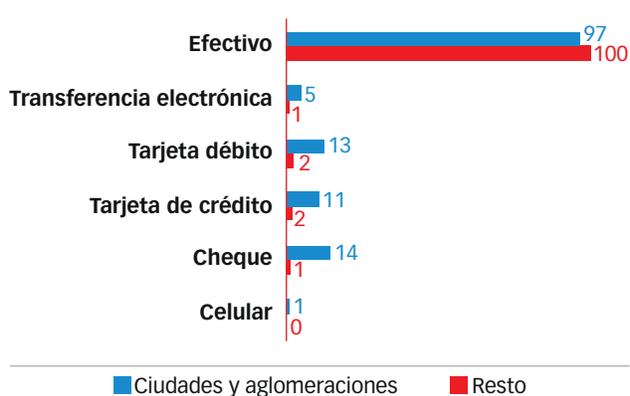
clientes. Al desagregar las microempresas por formalidad y nivel de ruralidad, la aceptación de medios de pago diferentes al efectivo empieza a observarse en las microempresas formales y en aquellas ubicadas en las ciudades. El 25% de las microempresas formales recibe tarjetas débito o transferencias electrónicas, mientras que este porcentaje para las informales no supera el 6% (gráfico 2). Por su parte, el 13% de las microempresas en ciudades recibe pagos con tarjetas débito, mientras que solo el 2% de las microempresas en el resto de los municipios lo hace (gráfico 3).

Gráfico 2. Recepción de medios de pago de las microempresas según formalidad (%)



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2017.

Gráfico 3. Recepción de medios de pago de las microempresas según ruralidad (%)



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2017.

La cobertura es el atributo más destacado de los bancos

Los adultos y microempresarios coinciden en destacar que el atributo más favorable de los bancos es su cobertura. El 69% de los adultos y el 73% de los microempresarios consideran que la cobertura de los bancos es muy buena o buena. La calidad de los productos y servicios ofrecidos por los bancos es el segundo atributo más destacado, seguido por la confianza y la variedad de sus productos. Los atributos con la percepción más negativa son la vigilancia ejercida sobre los bancos y los costos de los productos.

En cuanto a las cooperativas, su atributo más favorable es la variedad de los productos ofrecidos. El 58% de los microempresarios y el 53% de los adultos consideran que la variedad de las cooperativas es muy buena o buena. El segundo atributo con percepción más favorable fue la calidad de los productos, seguido por la facilidad para solicitar productos y su cobertura. Al igual que en los bancos, los dos atributos con percepción más desfavorable fueron la vigilancia ejercida sobre estas entidades y los costos.

Son pocos los que se quejan de entidades financieras, pero el nivel de satisfacción es bajo

En Colombia, la proporción de los que han presentado una queja de un banco o una cooperativa es baja: solo el 16% de los adultos y el 23%

de los microempresarios. La mayor parte de las quejas se ha presentado frente a las entidades financieras y una menor proporción frente a la Superintendencia Financiera de Colombia y los defensores del consumidor. El nivel de satisfacción con las respuestas de las quejas es bajo: el 22% de los adultos y los microempresarios quedaron satisfechos con la respuesta y más de la mitad quedó insatisfecho.

Hay una correlación positiva entre bienestar y acceso a servicios financieros formales

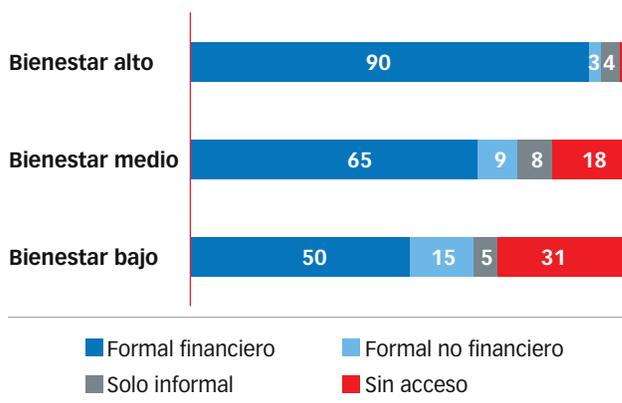
Existe una correlación positiva entre la inclusión financiera de los hogares y su nivel de bienestar², es decir que a medida que aumenta la inclusión financiera, crece el bienestar. El 50% de los hogares con un nivel de bienestar bajo tiene servicios formales financieros, en comparación con el 65% que tiene acceso a dichos servicios en los hogares con bienestar

medio y el 90% de los hogares con bienestar alto. Esto es una diferencia de 40pp en términos de la inclusión financiera entre los hogares con bienestar alto y bajo (gráfico 4).

Al enfrentar choques económicos, los adultos, en su mayoría, no utilizan servicios formales

Los adultos que enfrentaron alguna vez una situación que afectó la economía del hogar utilizaron distintas estrategias, donde las dos más utilizadas fueron las estrategias no financieras y los servicios financieros informales. El 42% utilizó estrategias no financieras como, por ejemplo, reducir sus gastos o buscar otro empleo, y el 39% acudió a servicios informales, entre los que se encuentran pedir dinero prestado a amigos, familiares o el "gota a gota". Solo el 14% utilizó los servicios formales financieros, es decir usaron ahorros o pidieron créditos en entidades financieras. ■

Gráfico 4. Porcentaje de adultos con acceso a servicios formales financieros, según nivel de bienestar



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2017.

² Se utilizó el Índice de Calificación de Pobreza (Simple Poverty Scorecard – Poverty Assessment Tool), que indaga por la tendencia de bienes y las principales características socioeconómicas de los hogares, para clasificarlos en tres categorías de bienestar: bajo, medio y alto. El indicador va de 0 a 75, siendo 75 el puntaje de los hogares con menor incidencia de pobreza.