



Indicadores de Crédito en Colombia

Santiago Rodríguez Raga. Ph.D,
Profesor Universidad de los Andes

Edición 1



El presente documento contiene un análisis de la información financiera, crediticia, comercial y de servicios registrada en DataCrédito en el año 2014 por las fuentes de información. En especial se presenta la composición, sobre el número de aperturas de nuevos productos crediticios¹, para algunas variables de la población colombiana. Así como un análisis detallado de comportamiento tanto de los clientes que ya tenían experiencia con algún producto, como de aquellos que no la tenían y que por primera vez entran a participar en el mercado con algún producto.

Durante el año 2014, DataCrédito registró en su base de datos 16 millones de créditos nuevos, reportados tanto por el sector financiero formal, como por las cooperativas de crédito, el comercio y el sector de telecomunicaciones.

Los nuevos créditos otorgados en el 2014 y reportados a DataCrédito ascienden a 173 billones de pesos, sumando los saldos de los desembolsos de los créditos y los cupos de crédito. Del total de estas aperturas, el 95% fueron para personas que ya tenían previamente algún tipo de crédito, equivalente a 165 billones de pesos y el 5% restante (8 billones de pesos) para personas que no tenían ningún registro de crédito, dentro de la base de datos de DataCrédito. El total de 173 billones de pesos, que corresponden a todos los sectores², equivalen alrededor del 50% del saldo de cartera de los establecimientos de crédito³.

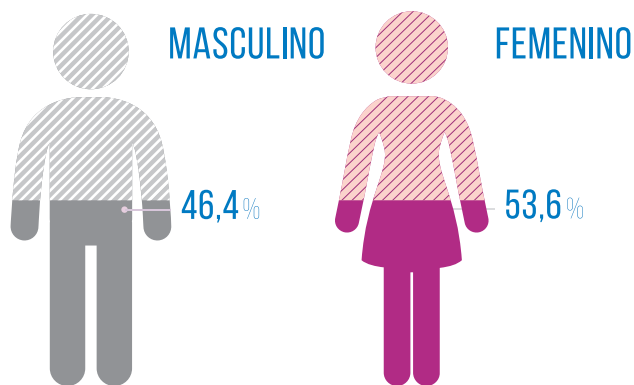
1 No incluye cuentas de ahorro, ni cuentas corrientes.

2 Financiero, real, cooperativo y telecomunicaciones.

3 A diciembre de 2014 era de 325 billones de pesos. Incluye personas naturales y personas jurídicas.

INDICADORES BÁSICOS

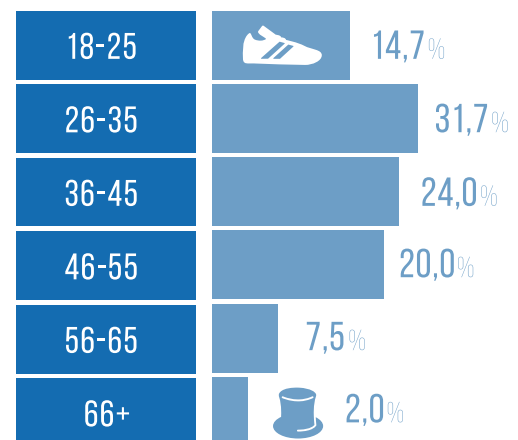
POR GÉNERO



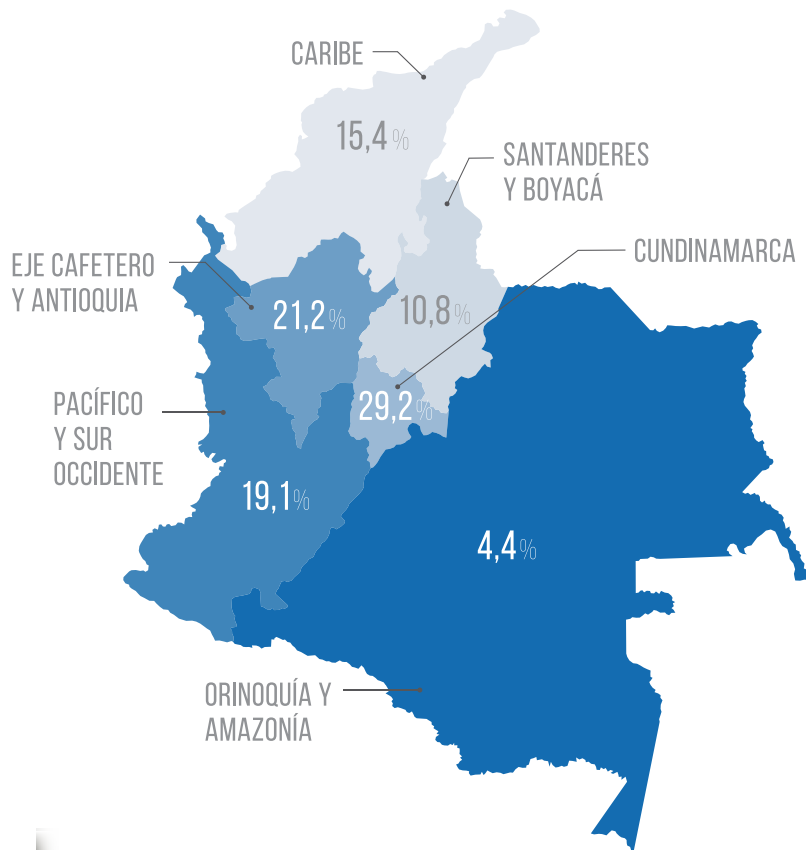
Entrando al análisis de las características de la población colombiana que accedió a un producto de crédito durante el 2014, se evidencia que son más mujeres (53,6%) que hombres (46,4%) las que participaron del mercado el año pasado. La diferencia del 7,2% es relevante a favor del género femenino, lo que es un buen indicador del creciente papel de las mujeres en la economía nacional.

POR EDAD

Con respecto a la participación de la edad del solicitante del producto crediticio, el rango predominante con el 31,7% es el de 26-35 años. A partir de esta edad, los porcentajes de participación sobre el total de las operaciones crediticias son decrecientes para los rangos de edad. El rango más joven de edad, el de 18-25 años, tiene el 14,7% de participación. Estos números son consistentes con el ciclo de vida y crédito. 26-35 años es el rango de edad donde el crédito juega un papel determinante en el acceso a bienes durables y de consumo. Es de anotar que uno de cada seis nuevos créditos fue otorgado a un joven menor de 25 años.

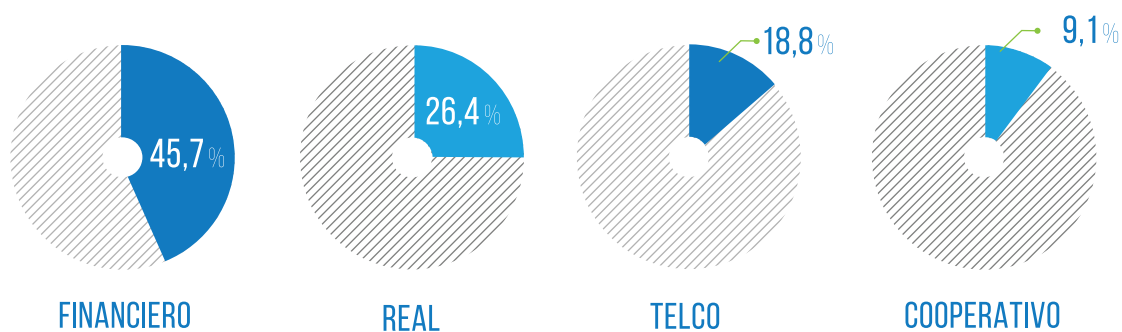


POR REGIÓN



Con respecto a la región, sobresale principalmente Cundinamarca con el 29,2% de participación, jalonado claramente por Bogotá. Tres regiones tienen una participación relativamente similar: Eje Cafetero y Antioquia, Pacífico y Sur Occidente y la región Caribe. Con el 10,8% le sigue la región de Santanderes y Boyacá; y con la menor participación es la región más despoblada del país, Orinoquía y Amazonía.

POR SECTOR



Analizando las aperturas de las operaciones del 2014, para los cuatro sectores: cooperativo, financiero, real y telecomunicaciones, se aprecia que el sector financiero agrupa el 45,7% del total. Esto se puede explicar por el dinamismo propio de este sector y el papel de los bancos en todo el país. El sector real participa con el 26,4% del total, recogiendo acá un sinnúmero de tipos de cartera, como la de almacenes por departamento, laboratorios, servicios públicos, electrodomésticos, muebles, vestuario, entre otras. El tercer sector es el de telecomunicaciones que recoge la telefonía celular, de gran crecimiento en Colombia. Finalmente, el sector cooperativo es el de menor participación con el 9,1%.

INDICADORES POR TIPO

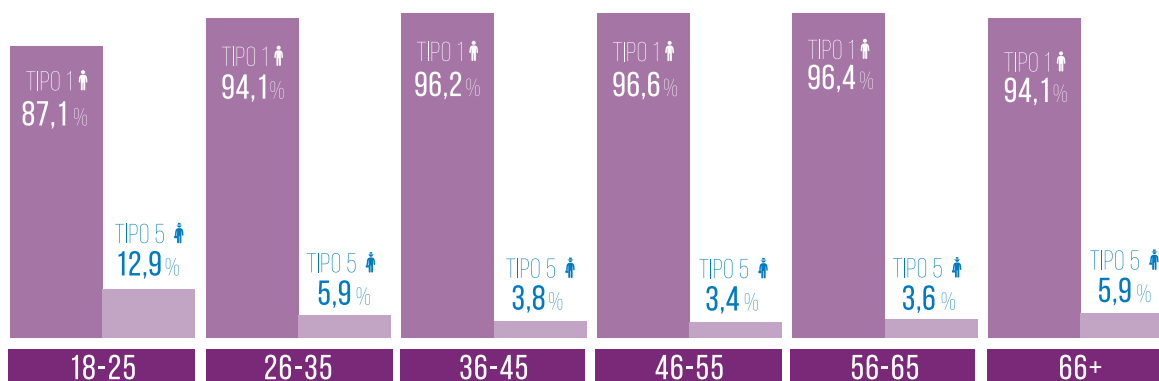
Una categoría que es fundamental analizar es el tipo de cliente: entre los que realizan una apertura de crédito, pero ya tienen una experiencia crediticia previa y los que, sin tener una relación anterior de crédito, tienen su primer contacto con este tipo de producto. Del total de operaciones del 2014, el 92,3% son para personas que ya tenían una experiencia crediticia previa y el restante 7,7% son para personas que no la tenían. Esta relación demuestra que una gran parte de la población que tiene acceso al crédito solicita un nuevo crédito basado en las experiencias pasadas y probadas. De otro lado, cada año siguen ingresando un número importante de personas sin experiencia crediticia y los diferentes proveedores de estos productos confían en su comportamiento futuro.

Ahora, partiendo de esta última variable, se analizarán estos dos tipos de clientes (con y sin experiencia previa) contra cuatro variables diferentes: edad, región, sector y tipo de cartera.

 **CLIENTE TIPO 1:**
QUE YA CUENTAN CON UN AMPLIO HISTORIAL CREDITICIO.

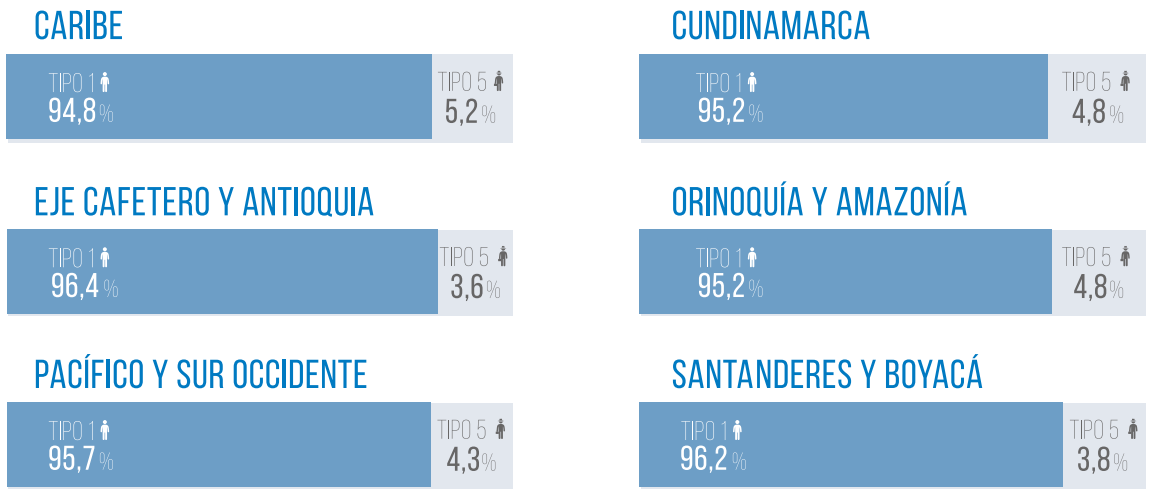
 **CLIENTE TIPO 5:**
PERSONAS QUE NO CONTABAN CON HISTORIAL CREDITICIO.

TIPO VS. EDAD



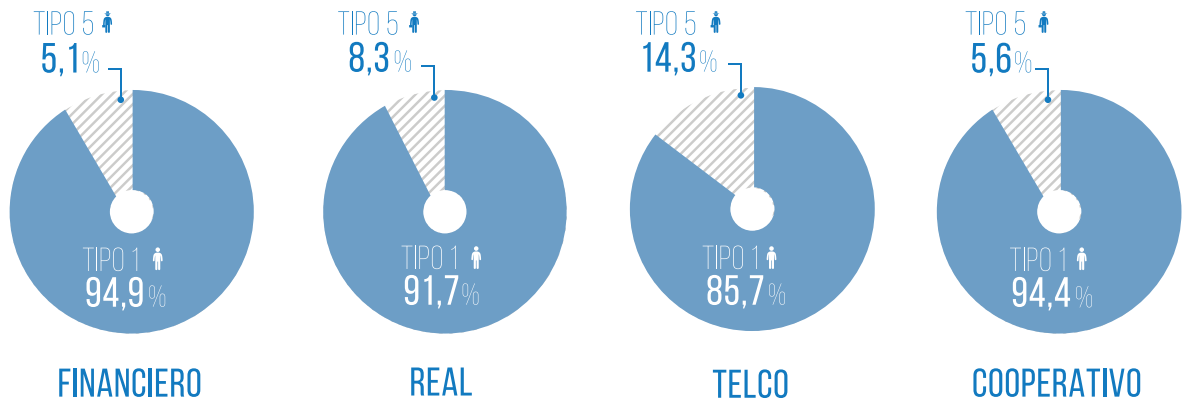
En la gráfica de tipo de cliente contra edad, se aprecia una clara tendencia decreciente en el porcentaje de clientes que por primera vez entran a participar en el mercado con algún producto de crédito. Esta proporción disminuye en la medida que avanza el rango de edad. Este comportamiento es normal en la medida que es más común iniciar una experiencia crediticia en el rango joven de 18 a 25 años que en la edad madura, por ejemplo, de 45-55 años. De otro lado, el porcentaje de clientes que ya tienen alguna experiencia en el rango 18 a 25 años es del 87,1%, lo que demuestra que los jóvenes inician temprano la construcción de su historia crediticia.

TIPO VS. REGIÓN



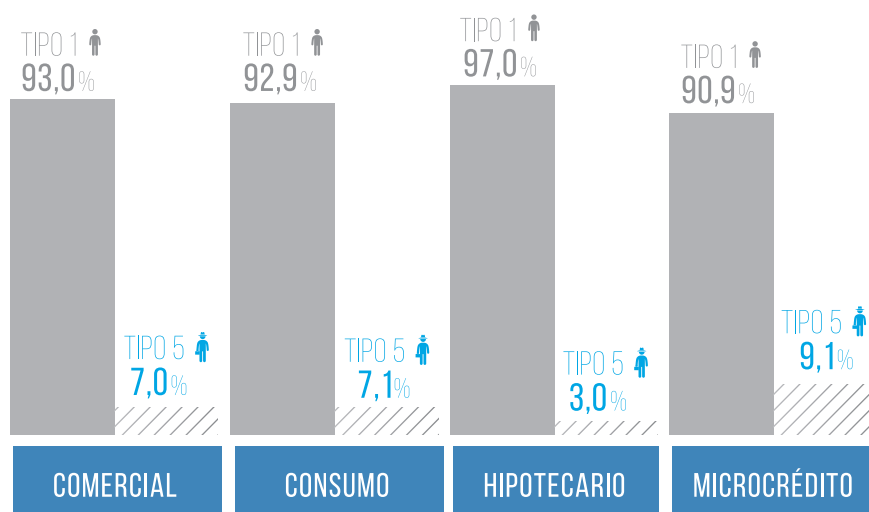
En cuanto a la relación entre el tipo de cliente y las regiones, se evidencia una menor variabilidad entre las seis regiones sobre la entrada en el año 2014, de las personas al historial de crédito. Sin embargo, las regiones que tienen más porcentaje de la población con productos crediticios son el Eje Cafetero y Antioquia, y Santanderes y Boyacá. Por otro lado, la región que tiene más personas ingresando por primera vez al mercado de productos de crédito es el Caribe.

TIPO VS. SECTOR



En la gráfica de tipo de cliente contra sector se muestra que las personas que ingresan al mercado de crédito inician principalmente a través del sector de telecomunicaciones (telcos). Este sector agrupa el porcentaje más alto de clientes sin experiencia crediticia. Este resultado es normal considerando las facilidades para obtener un teléfono celular. Después del sector telcos, es el sector real el que cobija más personas entrando a solicitar crédito. Finalmente, el sector financiero tiene el menor porcentaje de personas que ingresan al mercado por primera vez a través de este tipo de créditos.

TIPO VS. CARTERA



Analizando, en particular, los créditos otorgados por el sector financiero para el año 2014, la gráfica compara el tipo de cliente contra el tipo de cartera. El microcrédito sobresale con el mayor porcentaje de personas que obtienen por primera vez un crédito. Esto demuestra el gran potencial y el papel que desempeñan los microempresarios en Colombia. De manera opuesta, el crédito de hipotecario (vivienda) tiene el menor porcentaje, mostrando que en general cuando una persona solicita un crédito de este tipo, ya previamente ha obtenido un crédito de otra categoría, como por ejemplo: consumo.



CONCLUSIONES

Como conclusión, se resalta la importancia de la mujer dentro del mercado crediticio, así como el importante volumen de créditos en los sectores: telecomunicaciones y real, en los que los jóvenes entran por primera vez al mercado de crédito.

En una próxima edición profundizaremos en mayor detalle cómo es el papel de la mujer dentro de los productos de crédito, su comportamiento en las regiones, por edades, por sectores y tipos de productos y cartera.



Para mayor información comuníquese con

Línea Nacional 018000 913375 **Call Center** Bogotá 404 9089 • Medellín (4) 605 2525 • Cali (2) 489 0800 • Barranquilla (5) 385 8500 • Bucaramanga (7) 697 9800

Dirección general Bogotá Cra. 7 N° 76-35, Piso 10 • Barranquilla Calle 74 N° 56 - 36 Oficina 706 Centro Empresarial Inverfin
Cali Calle 22N N° 6AN - 24, Torre 1, Oficina 503 • Medellín Cra. 43A N° 1A Sur-29 Oficina 714

www.datacredito.com