

ENCUESTA DE DEMANDA 2022



DIMENSIONES DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA



DATOS: ENCUESTA DE DEMANDA 2022

Población objetivo



mayores de 18 años

Muestra

5.513
personas.

de
preguntas

72

Precisión



Margen de error de
muestreo de 1,8% y
confiabilidad
de 95%.

Tiempo de
recolección

Abril - Mayo
2022

Método de recolección
presencial

Encuestadora



TEMAS

1

Transacciones
y productos
de depósito

2

Ecosistema e
infraestructura
de pagos y
transacciones

3

Crédito

4

Capacidades
y educación
financiera

5

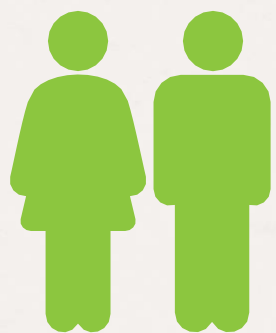
Seguros

6

Datos
Demográficos

NOVEDADES ENCUESTA DE DEMANDA 2022

01. Representatividad muestral



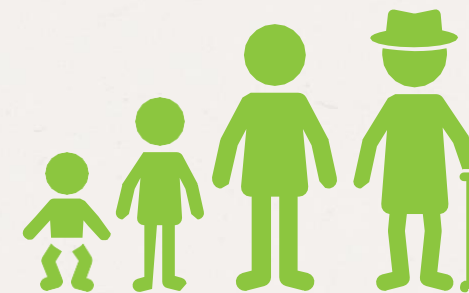
Sexo



Rural/urbano



Regional



Edades

02. Módulo de bienestar financiero

03. Profundización de los módulos

- Ecosistema e infraestructura de pagos y transacciones
- Crédito

CARACTERIZACIÓN DEMOGRÁFICA DE LA ENCUESTA DE DEMANDA 2022

POR SEXO

Mujeres



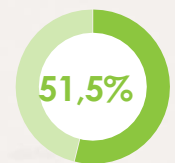
52,1%

Hombres

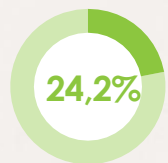


47,9%

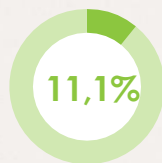
POR OCUPACIÓN



Trabajando



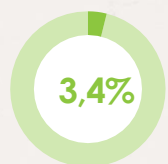
Oficios del hogar



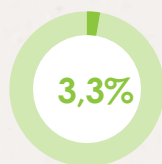
Buscando trabajo



Estudiando

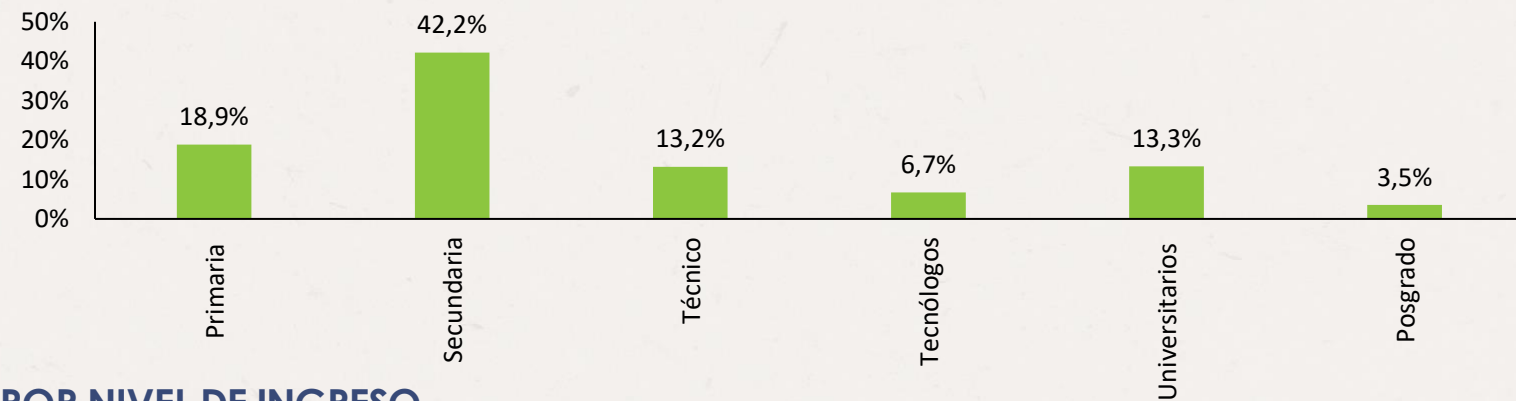


Pensionado, jubilado

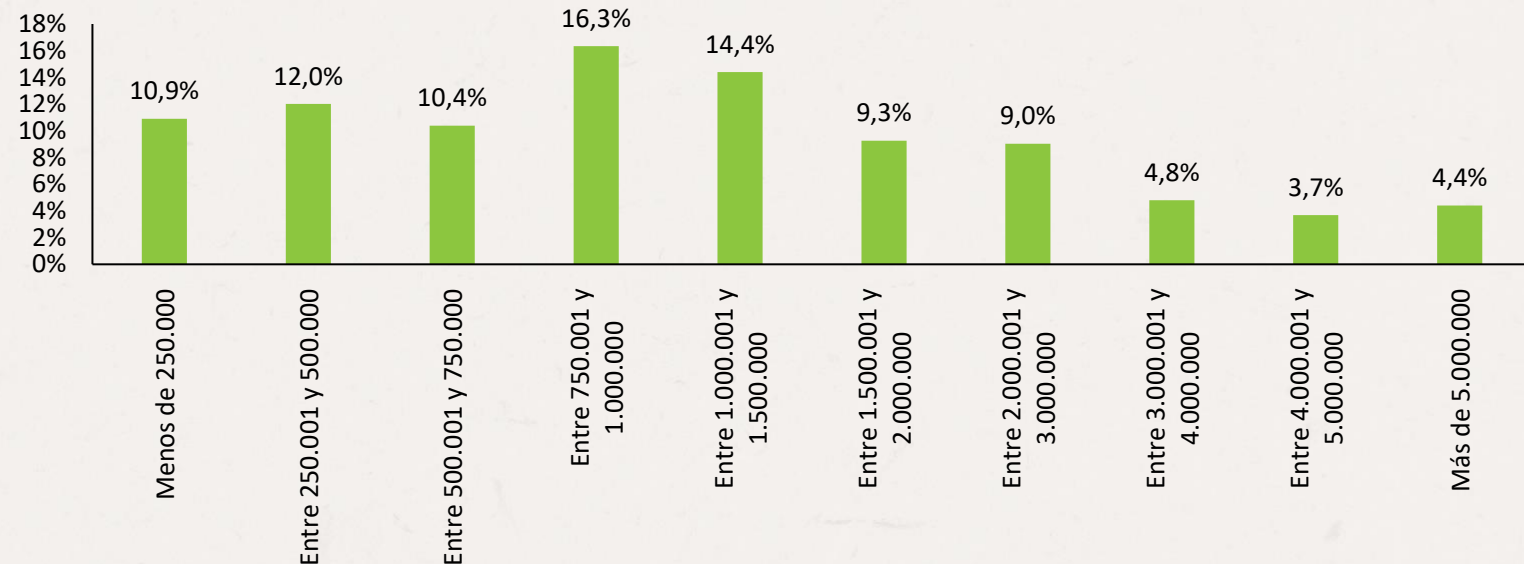


Incapacitado permanentemente

POR NIVEL EDUCATIVO

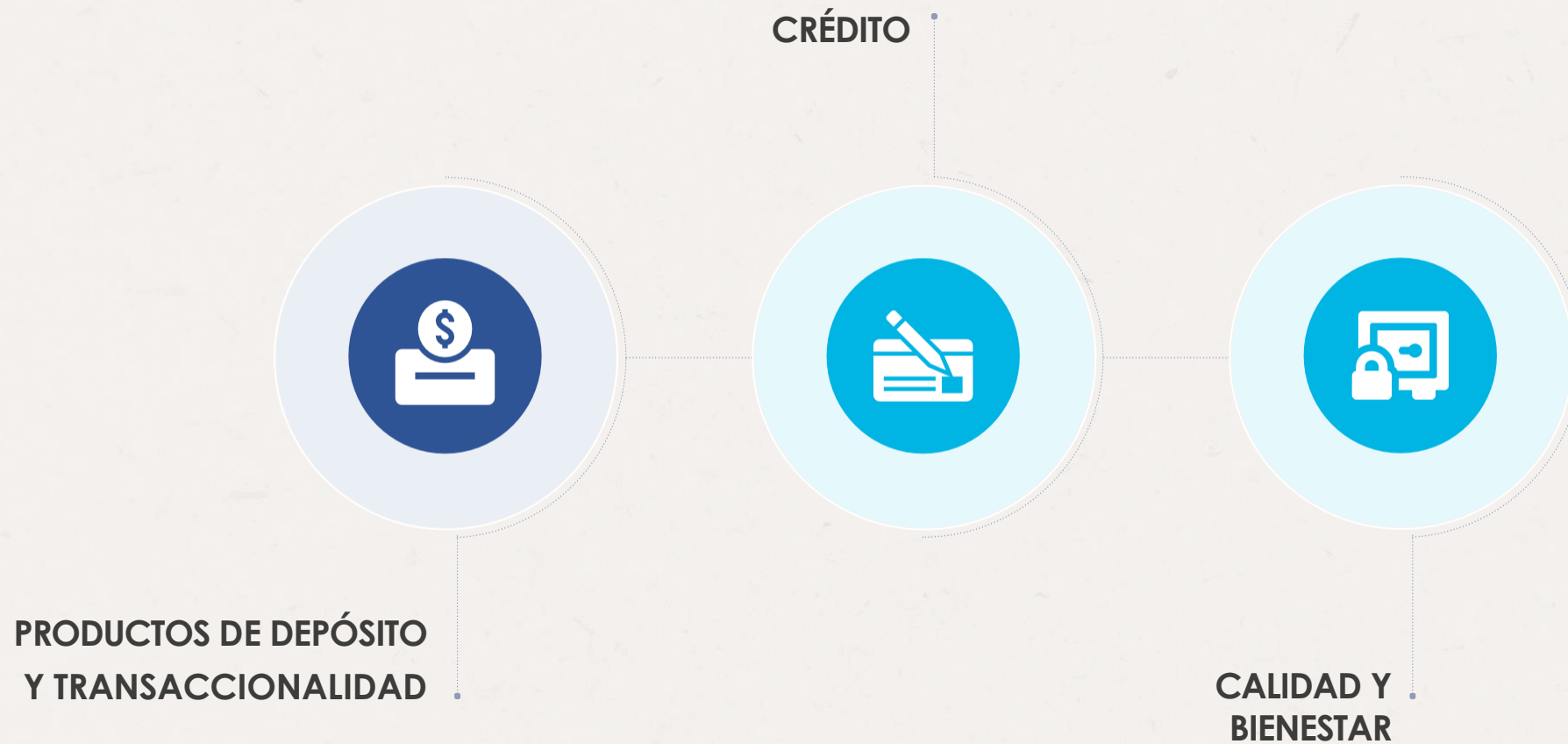


POR NIVEL DE INGRESO

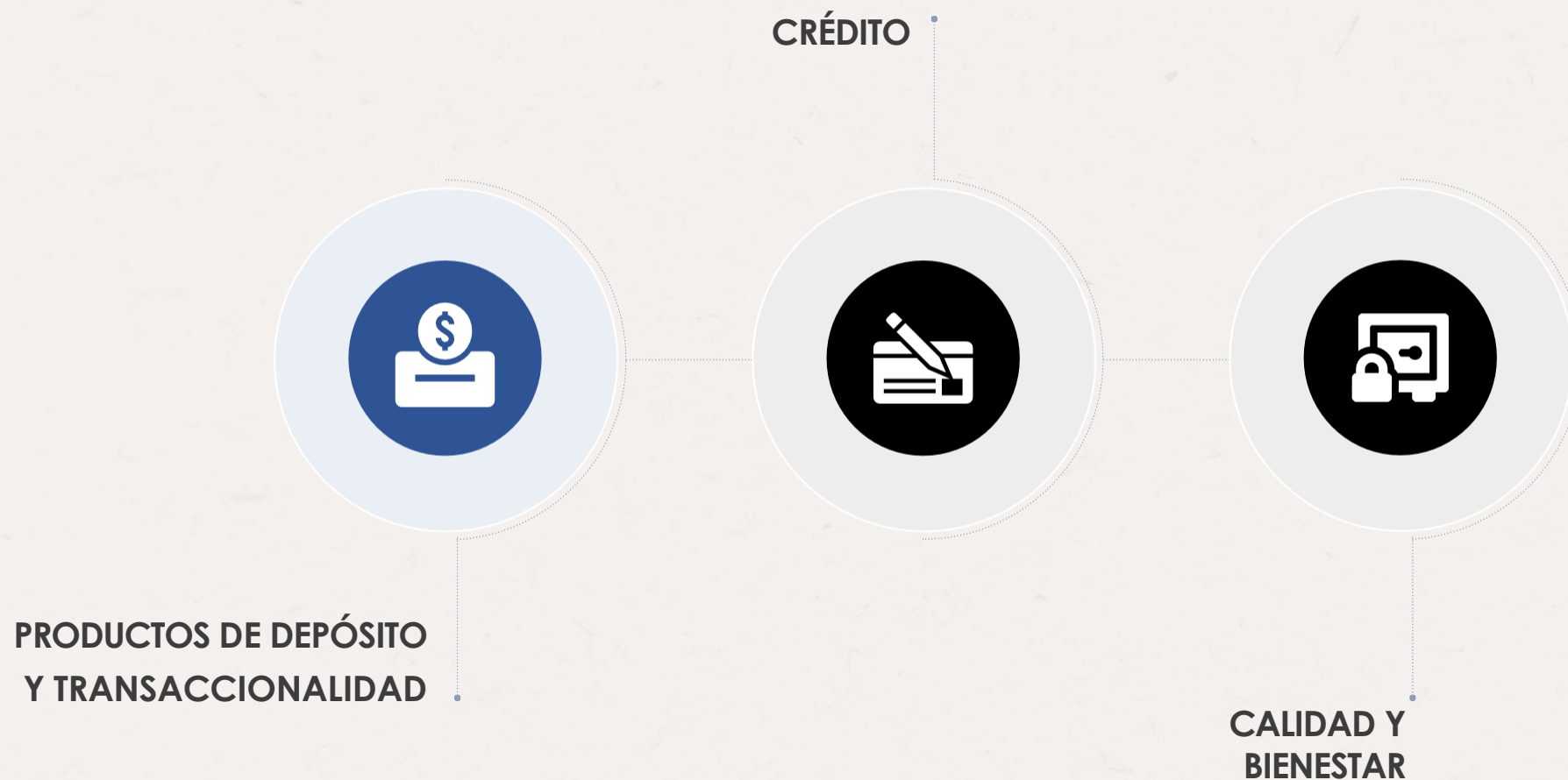


AGENDA

PRODUCTOS FINANCIEROS

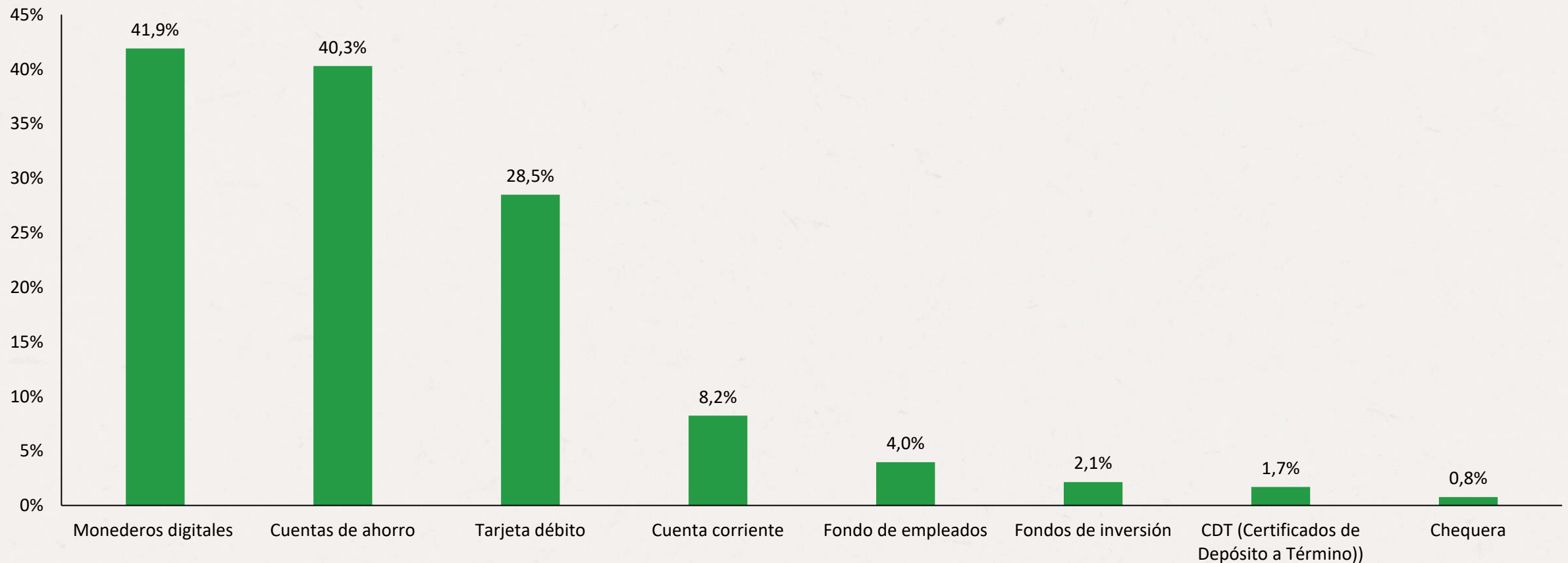


PRODUCTOS DE DEPÓSITO Y TRANSACCIONALIDAD



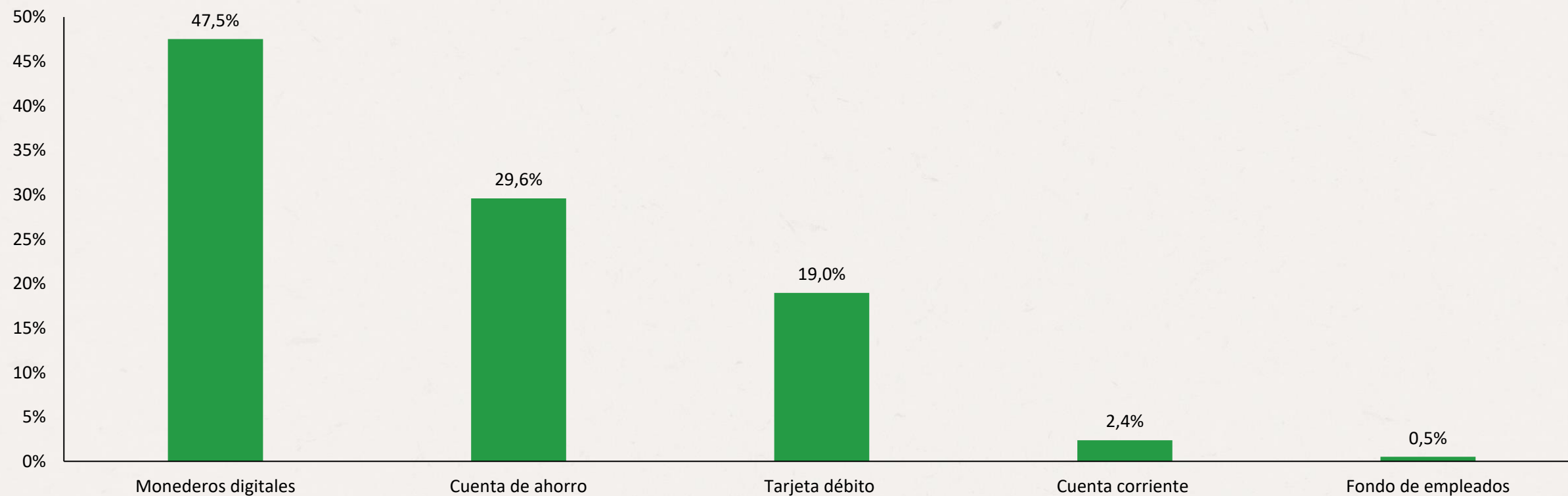
LOS COLOMBIANOS INDICAN TENER PRINCIPALMENTE CUENTAS DE AHORRO Y MONEDEROS DIGITALES

TENENCIA DE PRODUCTOS DE DEPÓSITO Y MEDIOS DE PAGO



LOS MONEDEROS DIGITALES FUERON LOS MÁS UTILIZADOS DURANTE EL ÚLTIMO MES

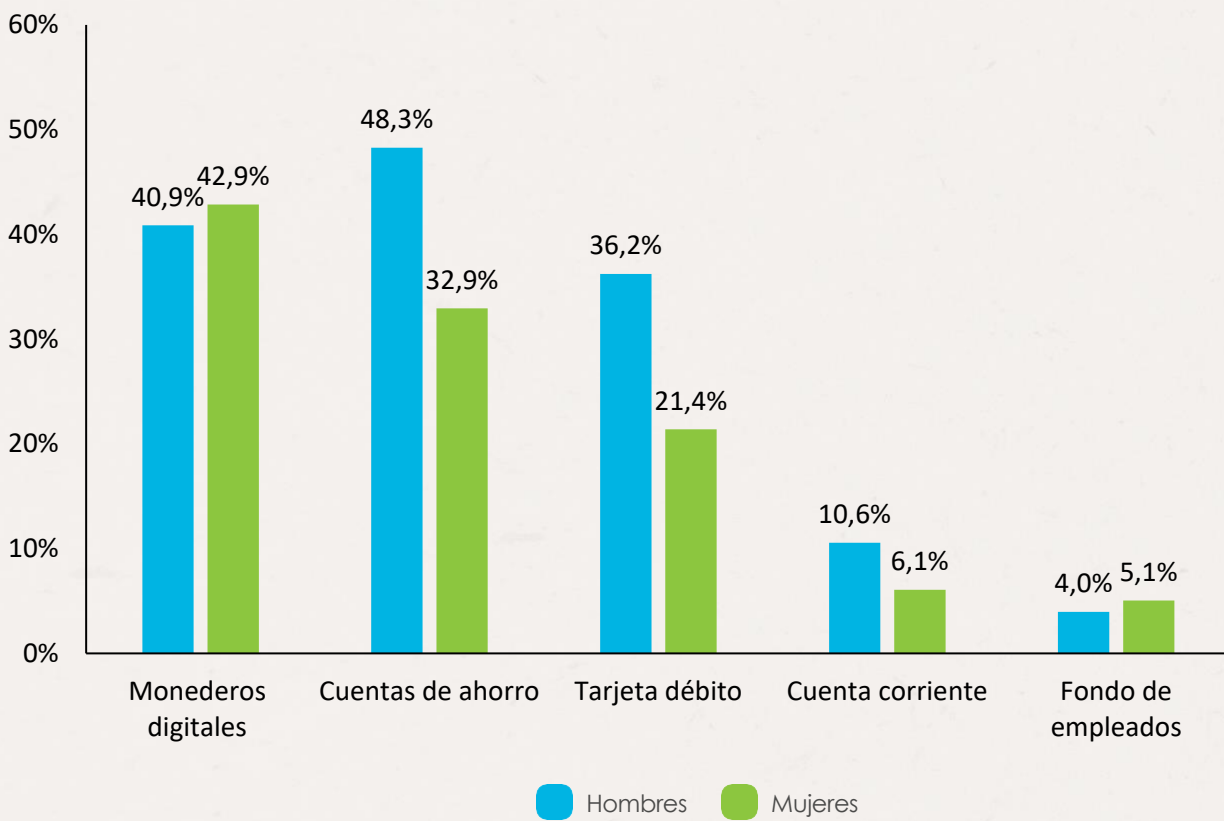
PRODUCTOS Y MEDIOS DE PAGO MÁS UTILIZADOS EN EL ÚLTIMO MES



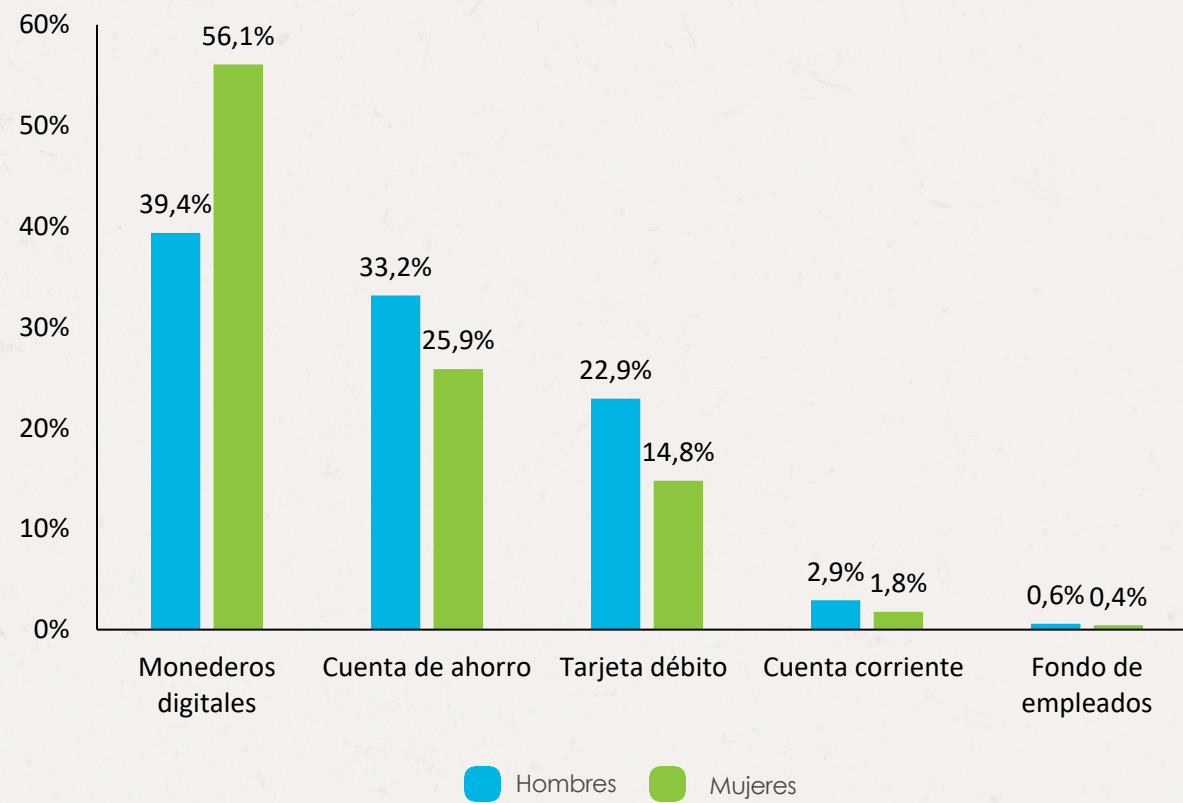
Se observó este resultado por: sexo, regiones, grupos etarios y categorías de ruralidad

LAS MUJERES TIENEN Y USAN MÁS LOS MONEDEROS DIGITALES

TENENCIA

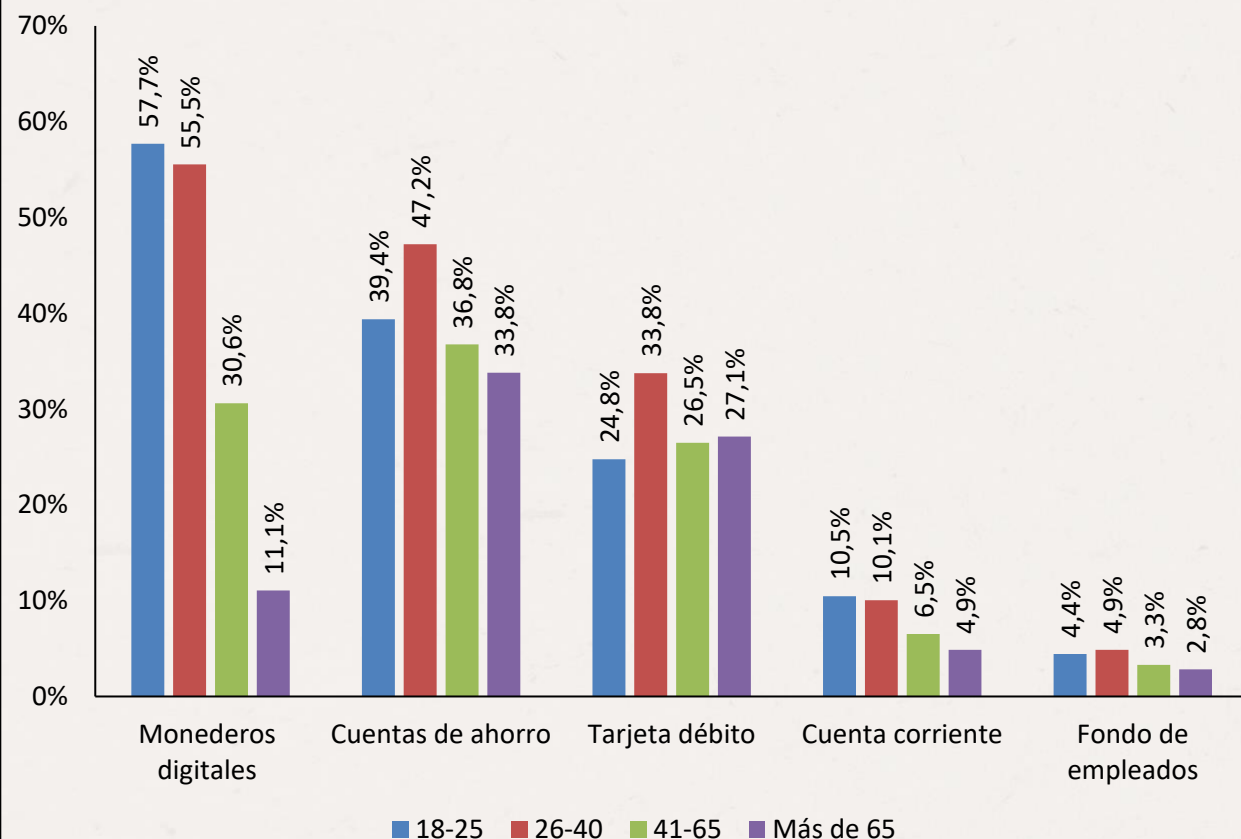


USO

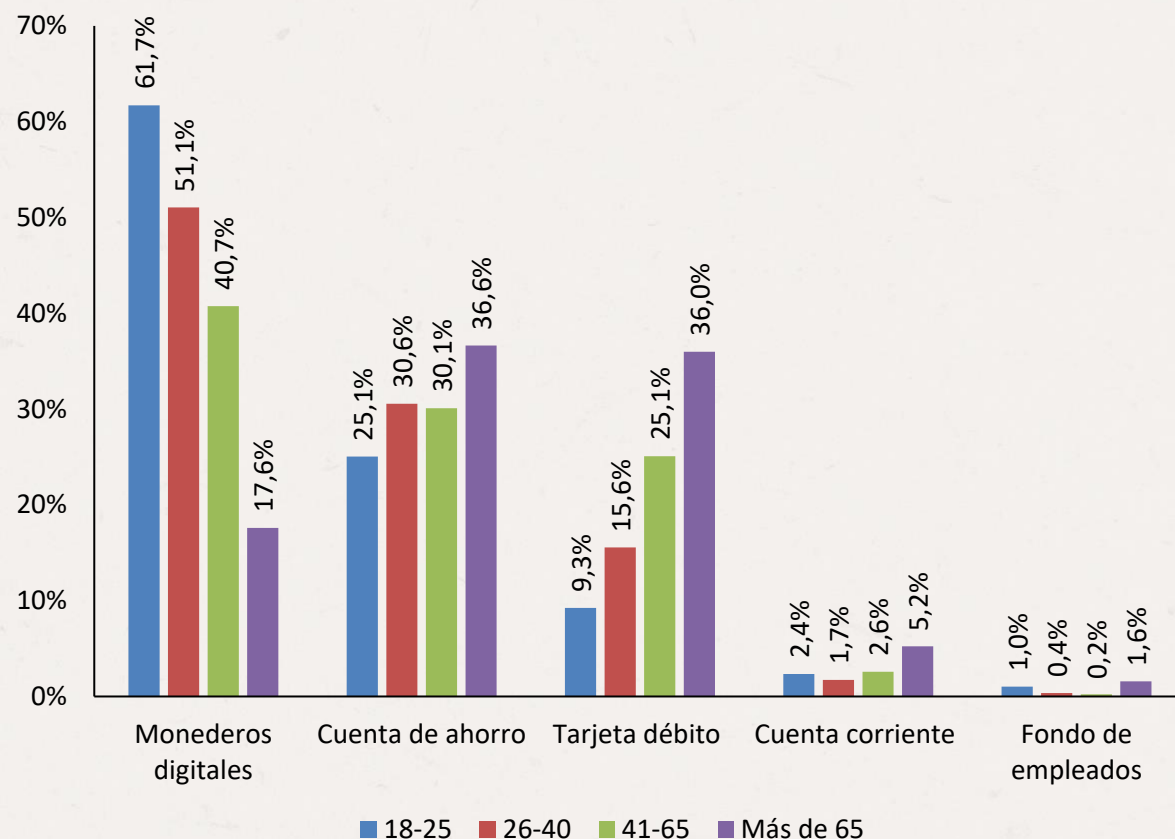


LO MISMO SE EVIDENCIA EN LOS MÁS JÓVENES

TENENCIA DE PRODUCTOS DE DEPÓSITO Y MEDIOS DE PAGO



PRODUCTOS Y MEDIOS DE PAGO MÁS UTILIZADOS EN EL ÚLTIMO MES



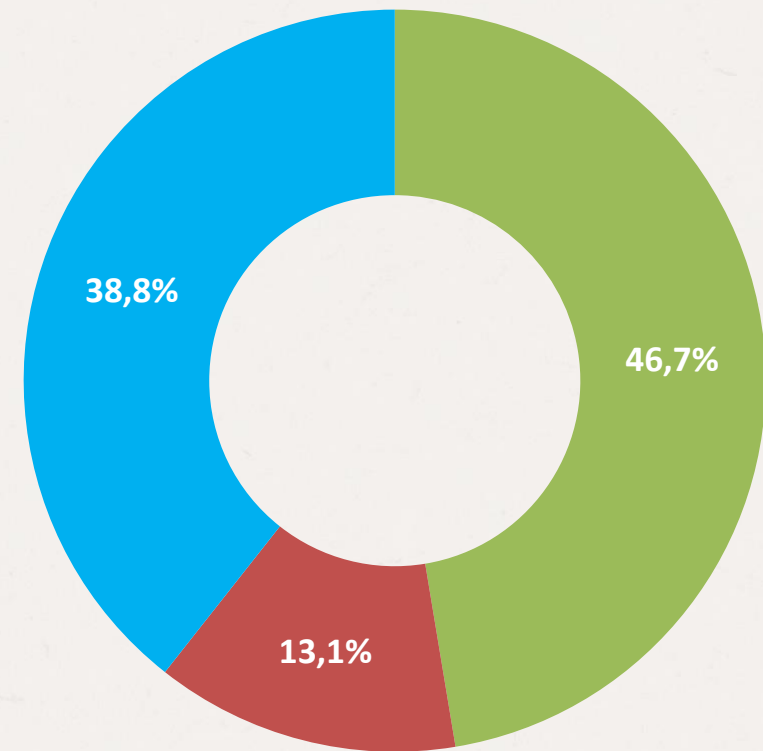
LA BANCA MÓVIL FUE EL CANAL DE PAGO MÁS UTILIZADO DURANTE EL ÚLTIMO MES

CANALES DE PAGO MÁS UTILIZADOS EN EL ÚLTIMO MES

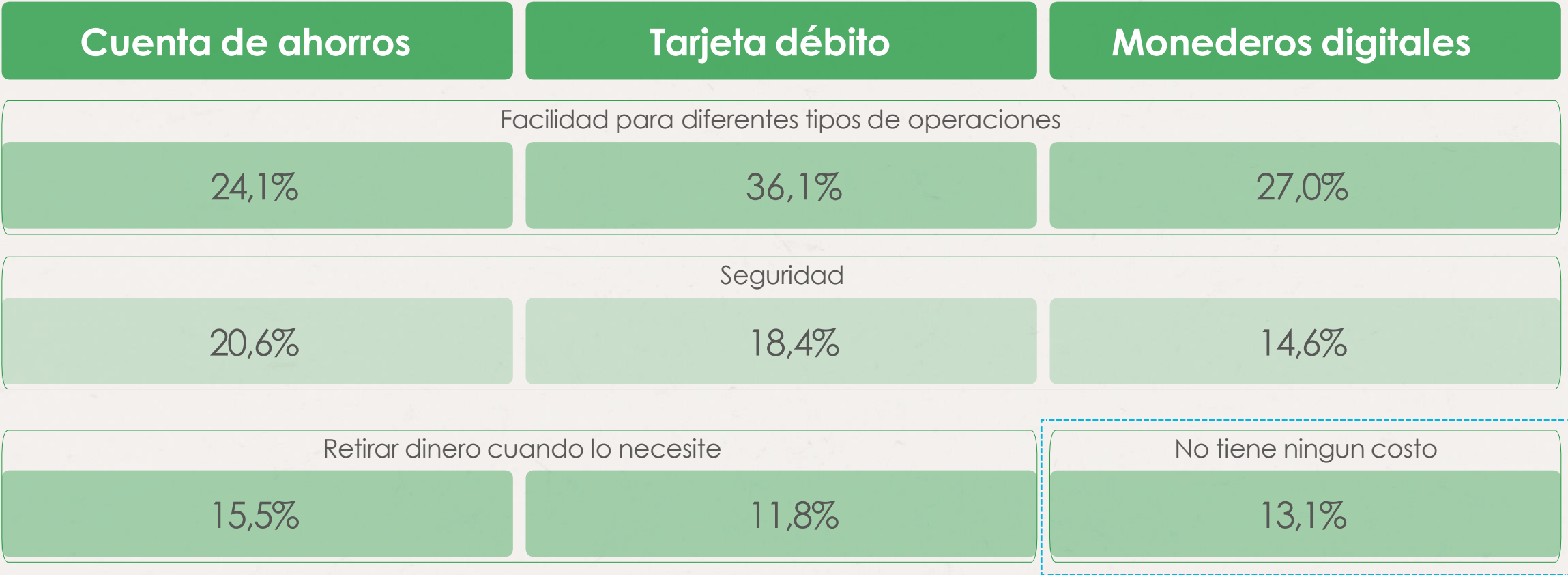


FRECUENCIA DE USO DE LOS CANALES DE PAGO FRENTE A HACE DOS AÑOS

■ Ha aumentado ■ Se ha reducido ■ Se ha mantenido constante



PRINCIPALES RAZONES PARA TENER UN PRODUCTO FINANCIERO O MEDIO DE PAGO



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2022. Datos del CNC

EL PROCESO DE ESCOGENCIA DE LOS PRODUCTOS FUE HETEROGÉNEO

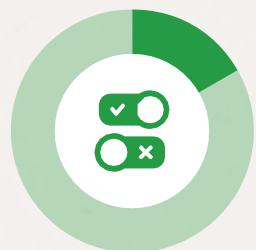
PROCESO DE ESCOGENCIA

CUENTA DE AHORRO



51,7%

Por sugerencia de mi empleador



18,1%

Consideraré varias opciones



8,3%

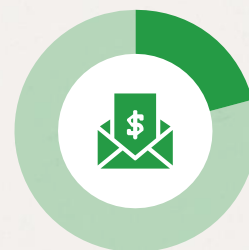
Desembolso de un crédito

MONEDEROS DIGITALES



28,0%

Consideraré varias opciones



23,2%

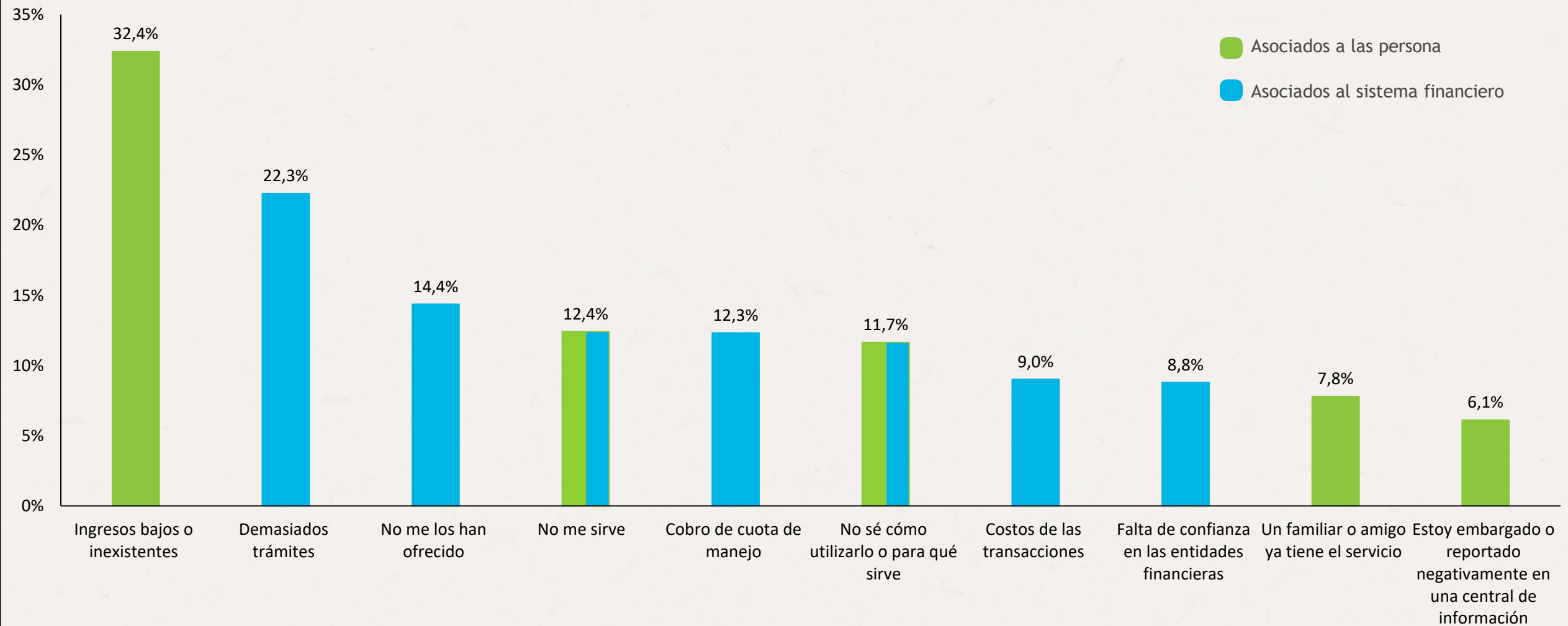
Para recibir un subsidio



16,3%

Por sugerencia de mi empleador

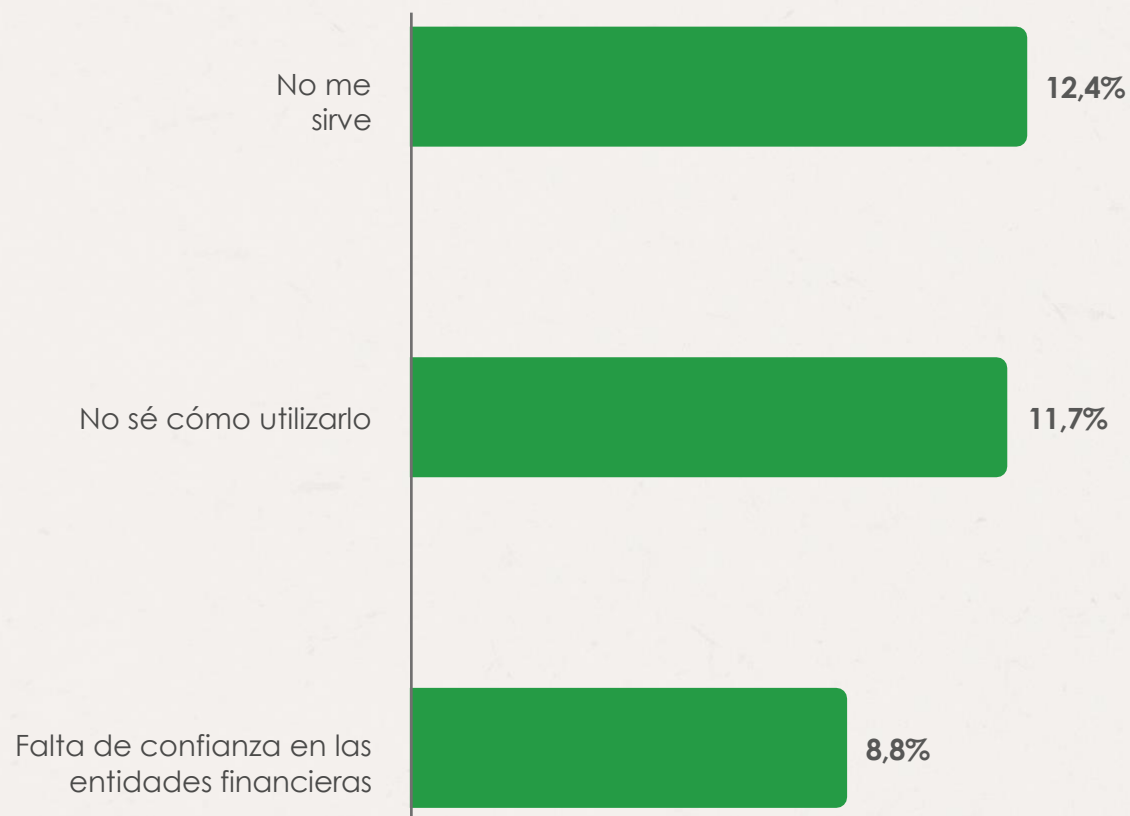
EXISTEN MÚLTIPLES RAZONES PARA NO TENER UN PRODUCTO DE DEPÓSITO



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2022. Datos del CNC

LA FALTA DE CAPACIDADES ES MÁS PROFUNDA EN LA RURALIDAD, ADULTOS MÁS JÓVENES Y MUJERES

RAZONES PARA NO TENER UN PRODUCTO DE DEPÓSITO, 2021 MAYORES BRECHAS FRENTE AL PROMEDIO NACIONAL



Mujeres
+0,5pps

LLano
+3,6pps

de 18 a 25 años
+7,7pps

Mujeres
+2,0pps

Rural disperso
+3,4pps

de 18 a 25 años
+6,5pps

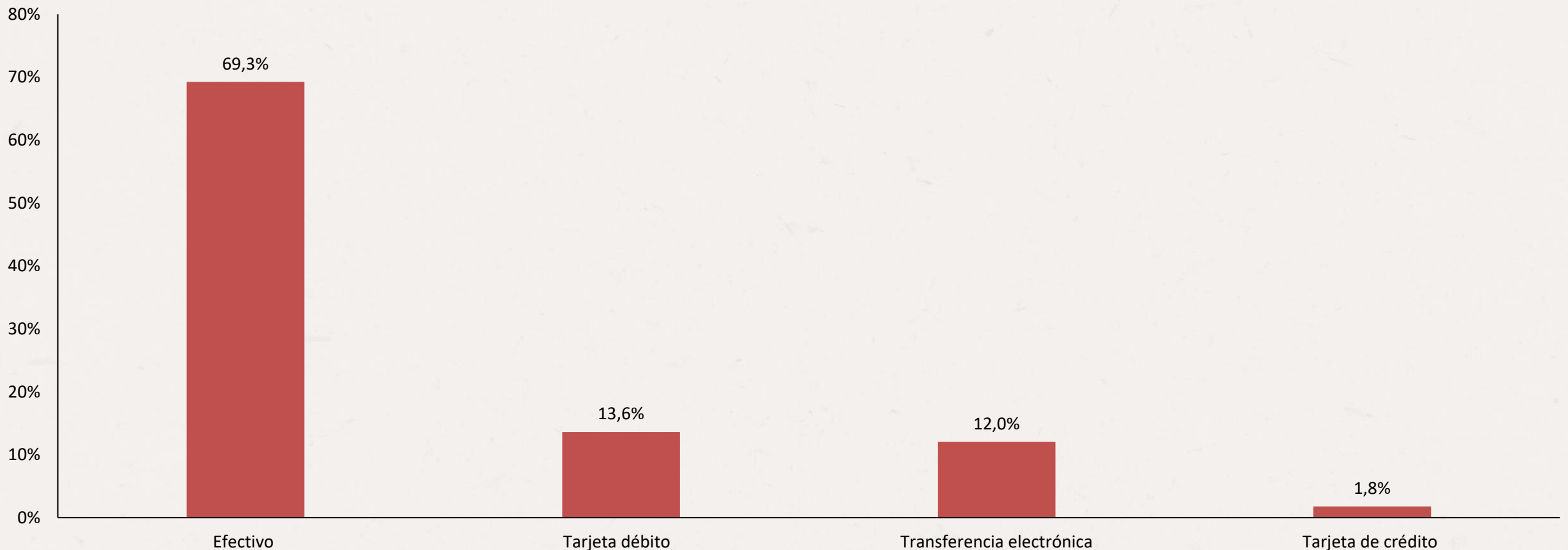
Mayores 65 años
+0,8pps

Región centro oriente
+6,8pps

Rural disperso
+2,4pps

LOS COLOMBIANOS UTILIZAN MÁS EL EFECTIVO COMO MEDIO DE PAGO

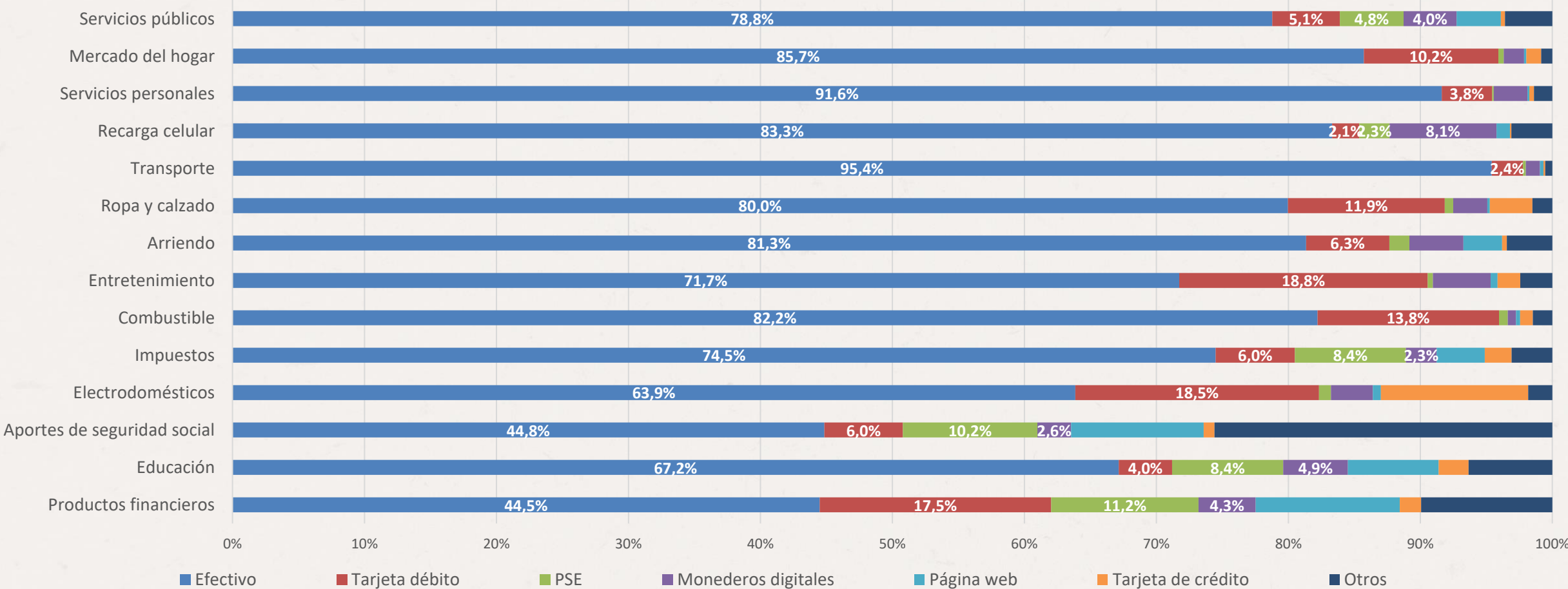
MEDIOS DE PAGO MÁS UTILIZADOS PARA LOS GASTOS HABITUALES MENSUALES



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2022. Datos del CNC

EL EFECTIVO ES EL PRINCIPAL MEDIO DE PAGO PARA TODOS LOS GASTOS DEL HOGAR

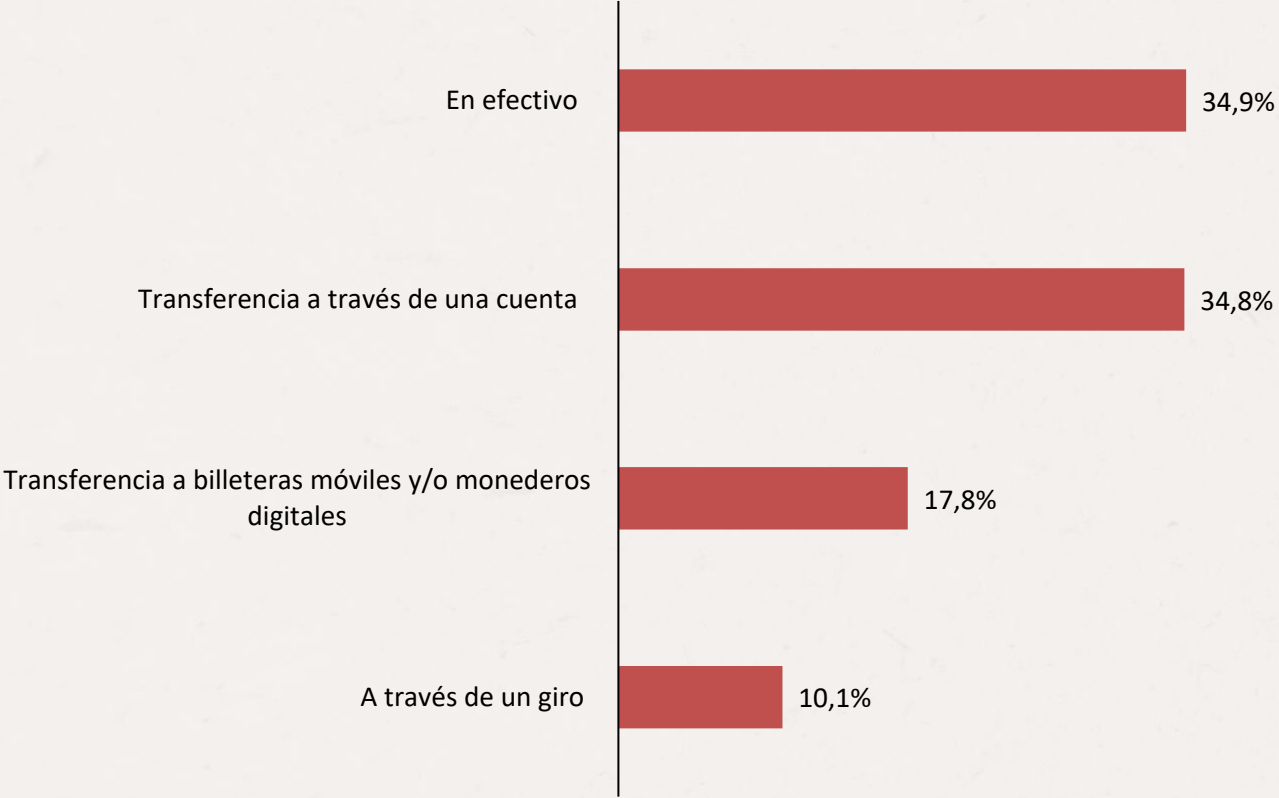
MEDIOS DE PAGO DE LOS PRINCIPALES GASTOS DEL HOGAR



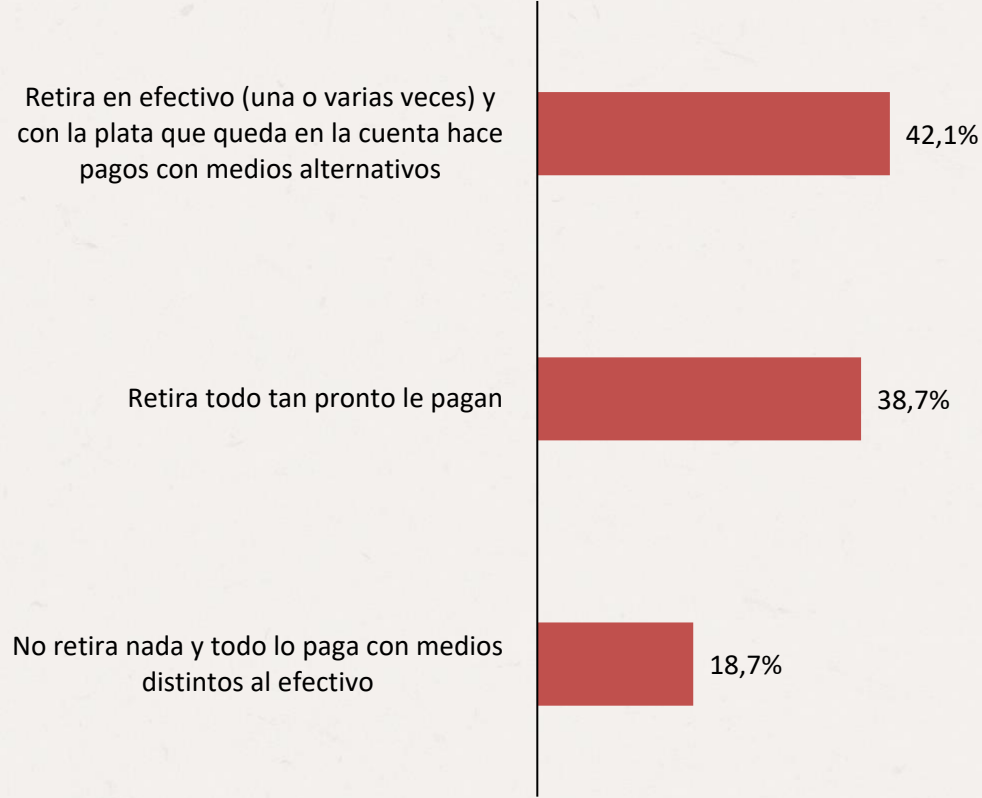
Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2022. Datos del CNC

EL EFECTIVO ES EL PRINCIPAL CANAL DE RECEPCIÓN DE LOS INGRESOS MENSUALES

CANALES DE RECEPCIÓN DEL INGRESO EN EL ÚLTIMO MES

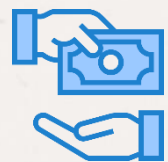


MANEJO DEL ÚLTIMO PAGO DEL INGRESO MÁS IMPORTANTE



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2022. Datos del CNC

PRINCIPALES RAZONES PARA PREFERIR UN MEDIO DE PAGO



Efectivo



Medios Digitales



Tarjeta débito

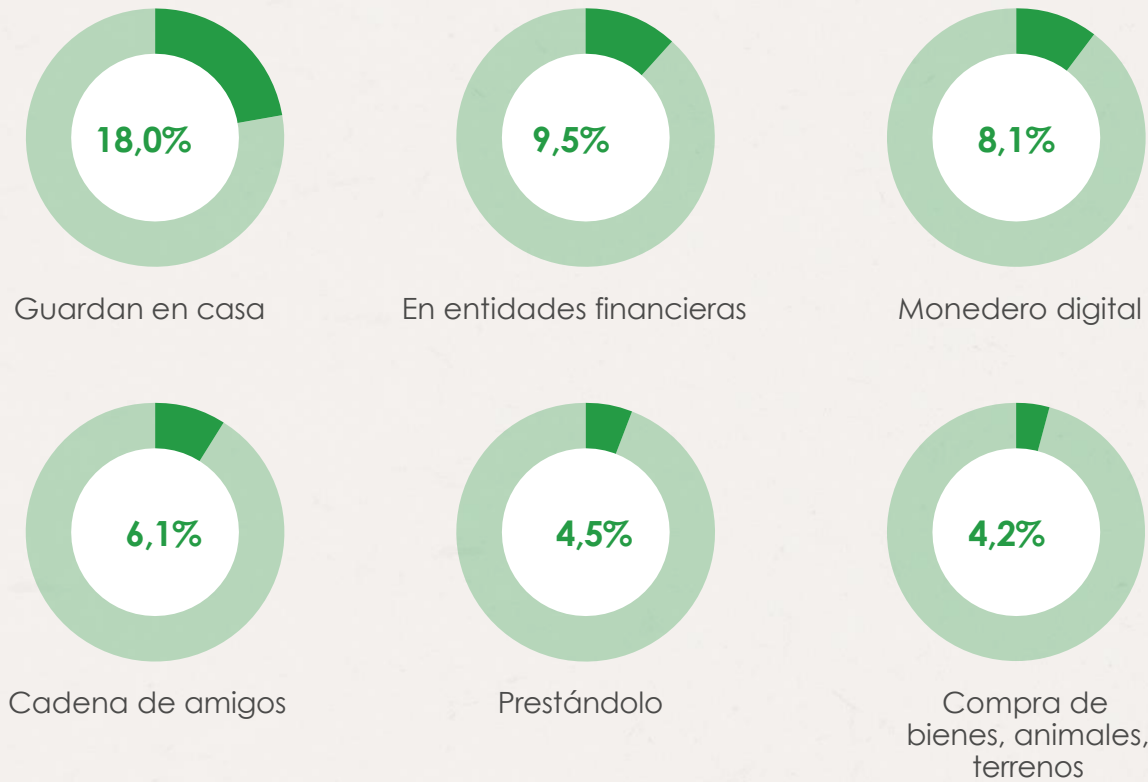


Tarjeta crédito

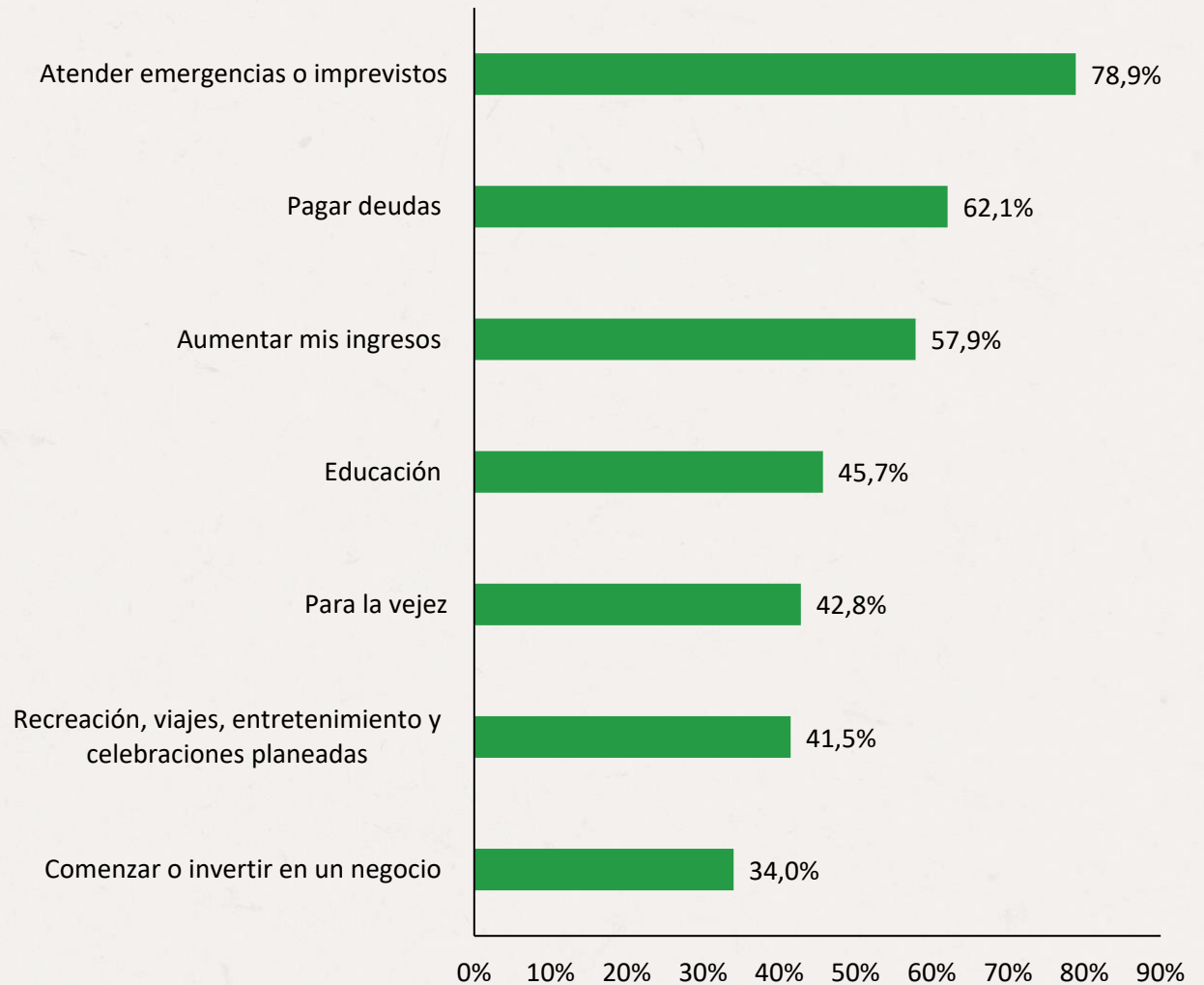
	Efectivo	Medios Digitales	Tarjeta débito	Tarjeta crédito
Más fácil	55,7%	69,0%	49,9%	49,8%
Más rápido	42,4%	62,7%	47,4%	27,9%
Más seguro	22,6%	31,3%	38,6%	19,5%
No tiene otro medio para pagar	23,4%	2,3%	13,4%	18,2%
Usualmente aceptado	12,0%	10,9%	18,7%	8,7%
No tiene costo	17,3%	30,2%	11,2%	12,5%

CERCA DE LA MITAD DE LOS ENCUESTADOS NO AHORRA O INVIERTE

ENTRE LOS QUE AHORRAN:



Destino

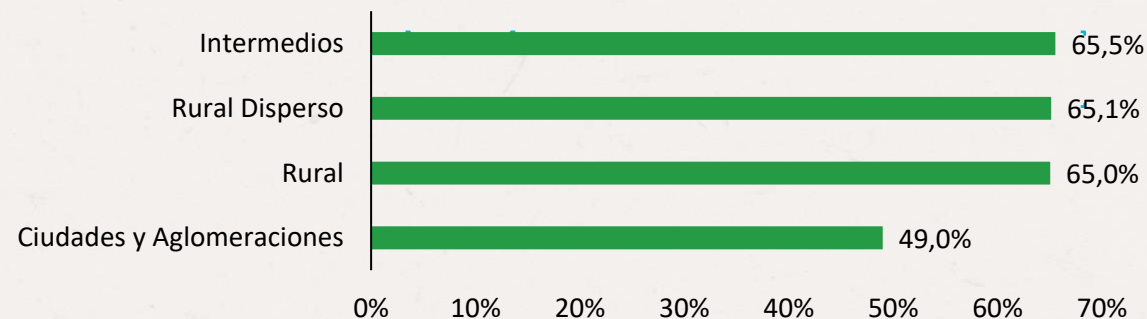


PERFIL DEL COLOMBIANO QUE NO AHORRA (PORCENTAJE DE CADA CATEGORÍA)

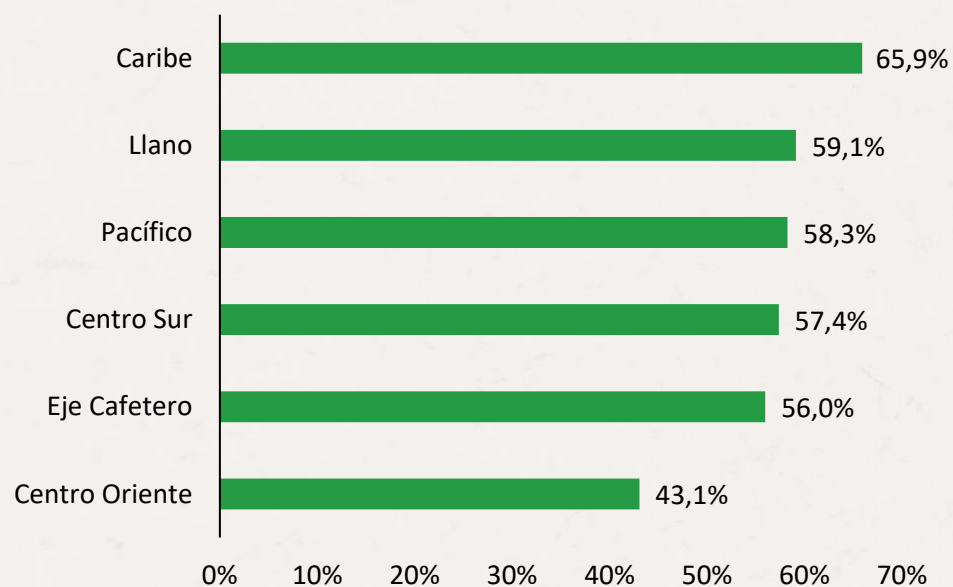
POR SEXO



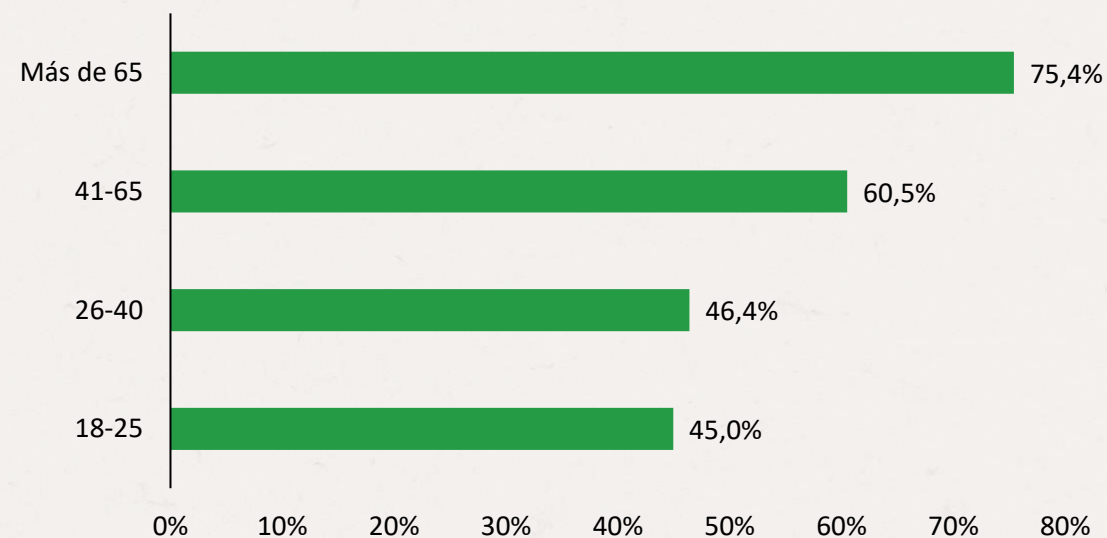
NIVEL DE RURALIDAD



POR REGIÓN



POR EDADES



CRÉDITO

CRÉDITO



PRODUCTOS DE DEPÓSITO Y
TRANSACCIONALIDAD

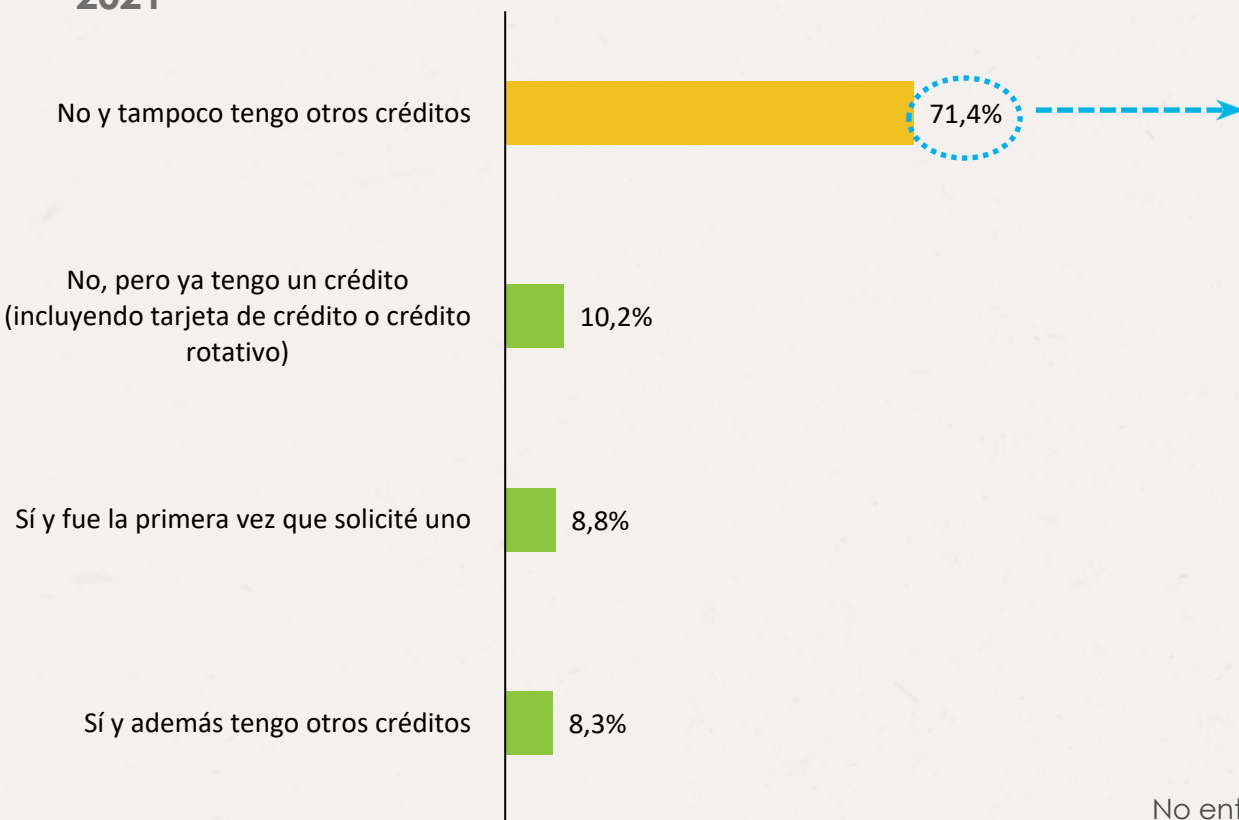


CALIDAD Y
BIENESTAR

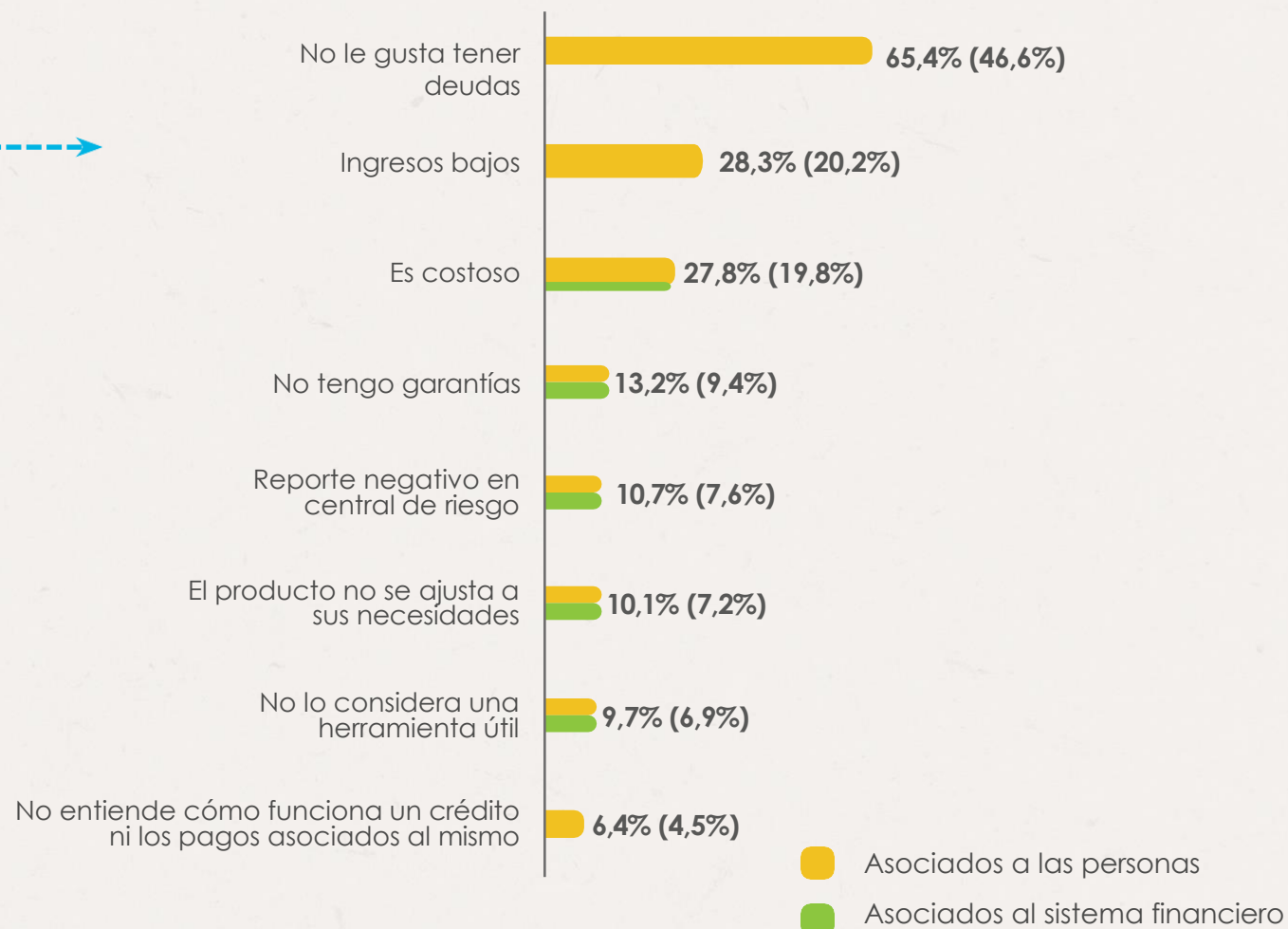
CERCA DE 7 DE CADA 10 PERSONAS NO CUENTAN CON CRÉDITOS NI LOS HAN SOLICITADO

¿SOLICITÓ UN CRÉDITO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO?

2021



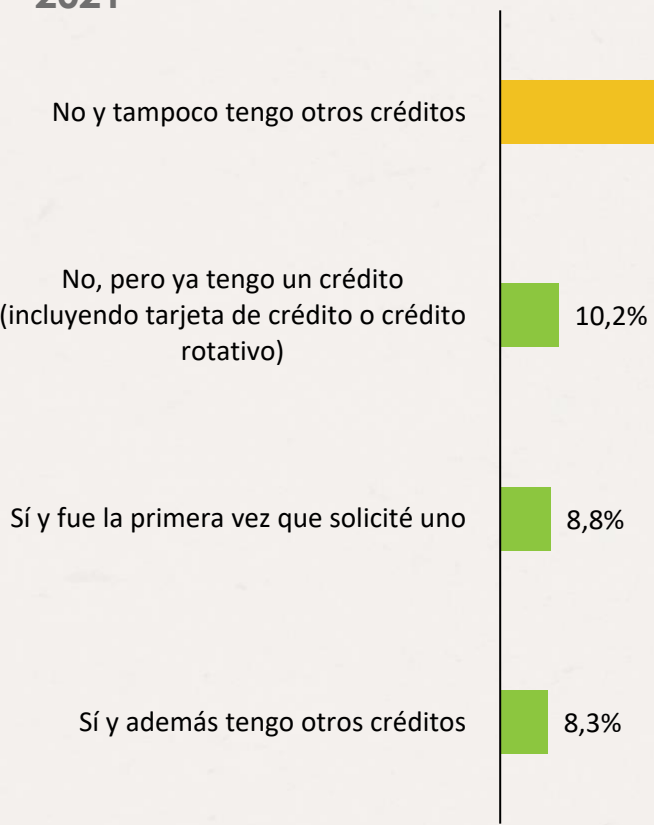
RAZONES



CERCA DE 7 DE CADA 10 PERSONAS NO CUENTAN CON CRÉDITOS NI LOS HAN SOLICITADO

¿SOLICITÓ UN CRÉDITO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO?

2021



MAYORES BRECHAS FRENTE AL PROMEDIO NACIONAL

No le gusta tener deudas **65,4%**

Región centro oriente
+5,2pps

El producto no se ajusta a sus necesidades **10,1%**

Rural disperso
+3,5pps

de 18 a 25 años
+2,4pps

No entiende cómo funciona un crédito ni los pagos asociados **6,4%**

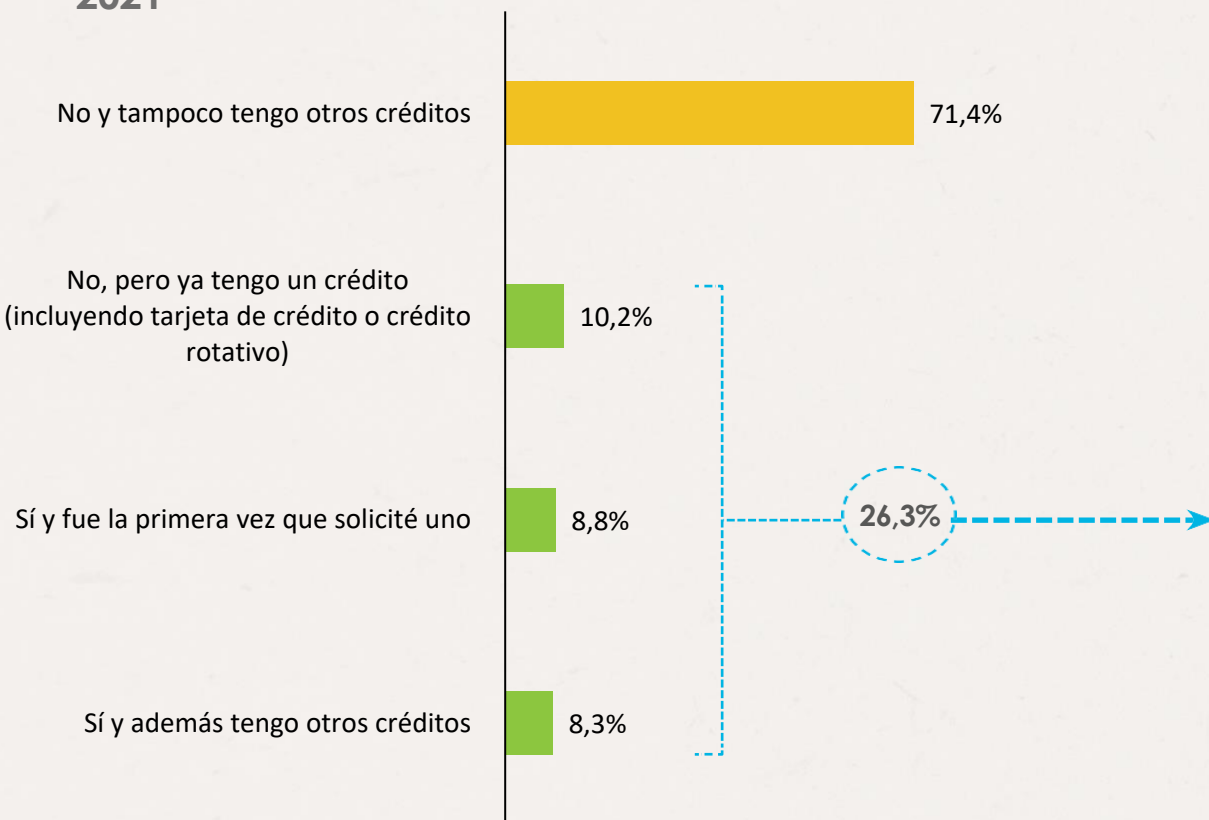
Mujeres
+1,20pps

de 18 a 25 años
+4,9pps

CASI 2 DE CADA 10 PERSONAS CUENTA CON UN CRÉDITO DE CONSUMO

¿SOLICITÓ UN CRÉDITO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO?

2021



TIPO DE CRÉDITO DE LOS QUE SOLICITARON EN LOS ÚLTIMOS AÑOS (PRÉSTAMOS FORMALES)



Crédito de consumo

56,7% (15,5%)



Trajeta de crédito

27,3% (7,5%)



Crédito comercial

23,0% (6,3%)



Microcrédito

12,5% (3,4%)



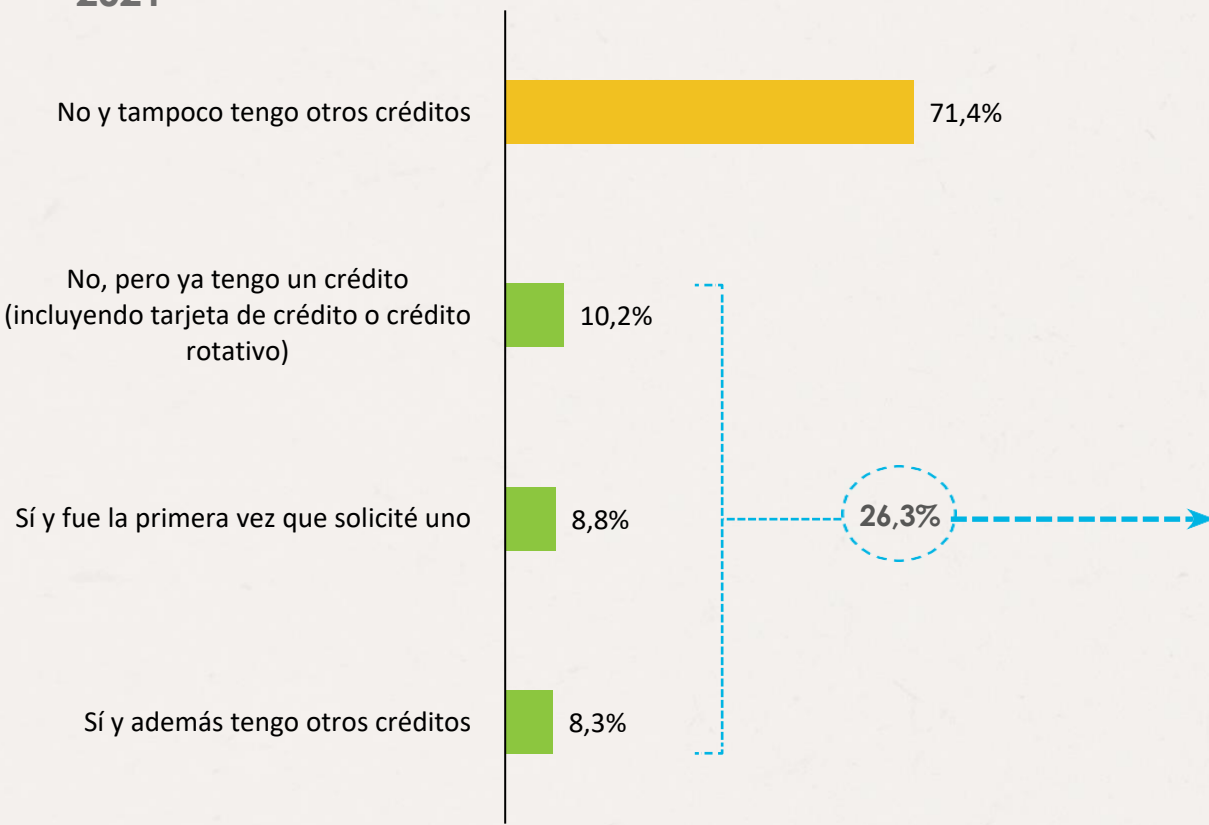
Crédito de vivienda

9,0% (2,5%)

LOS CRÉDITOS SE CONCENTRAN EN LAS CIUDADES Y AGLOMERACIONES

¿SOLICITÓ UN CRÉDITO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO?

2021



POR SEXO



Mujeres

26,1%

Hombres

28,7%

POR RURALIDAD



Ciudades y aglomeraciones

29,7%



Intermedios

18,8%



Rural

28,8%



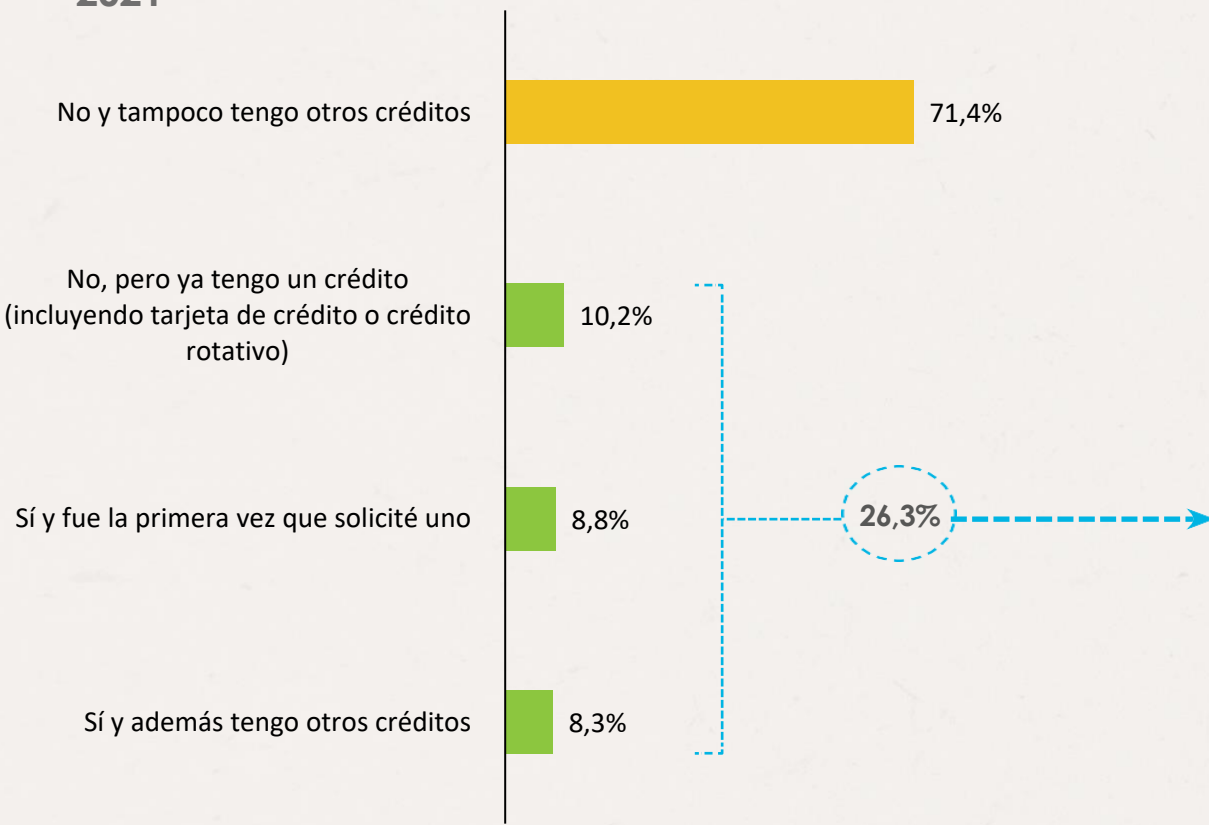
Rural disperso

23,4%

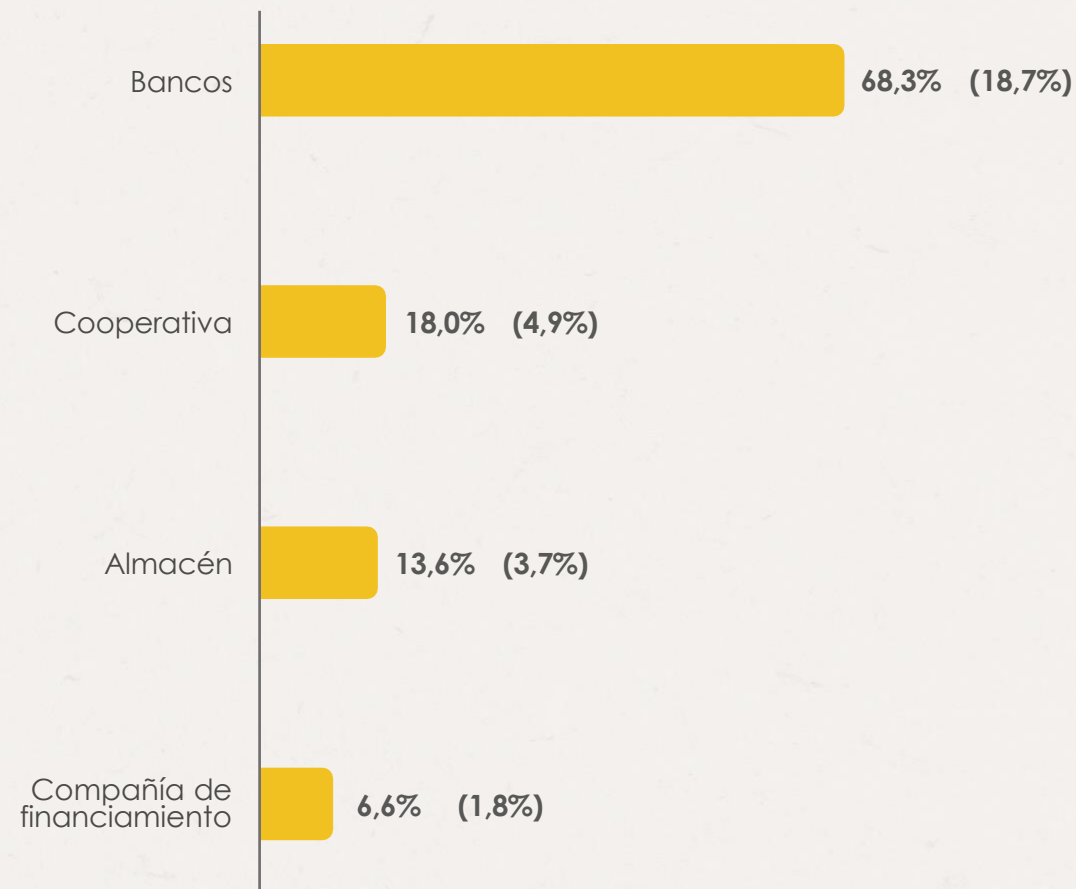
LOS BANCOS SON LAS ENTIDADES PREFERIDAS PARA SOLICITAR CRÉDITOS

¿SOLICITÓ UN CRÉDITO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO?

2021



ENTIDAD

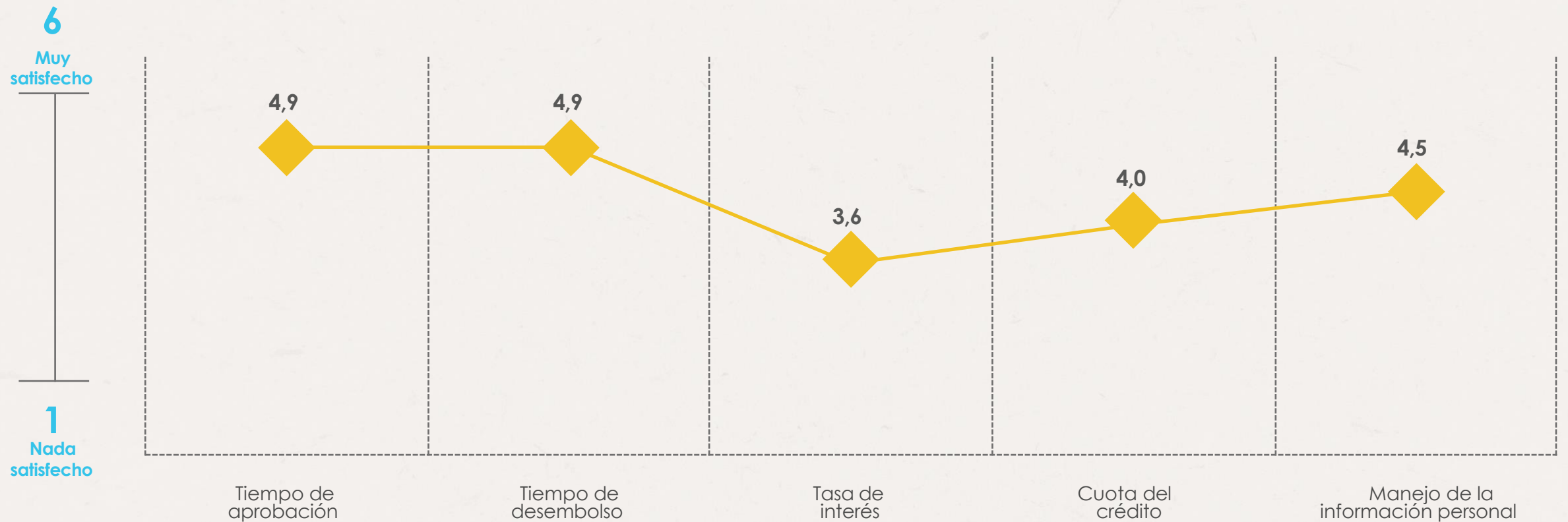


PRINCIPALES RAZONES PARA SELECCIONAR UN CRÉDITO



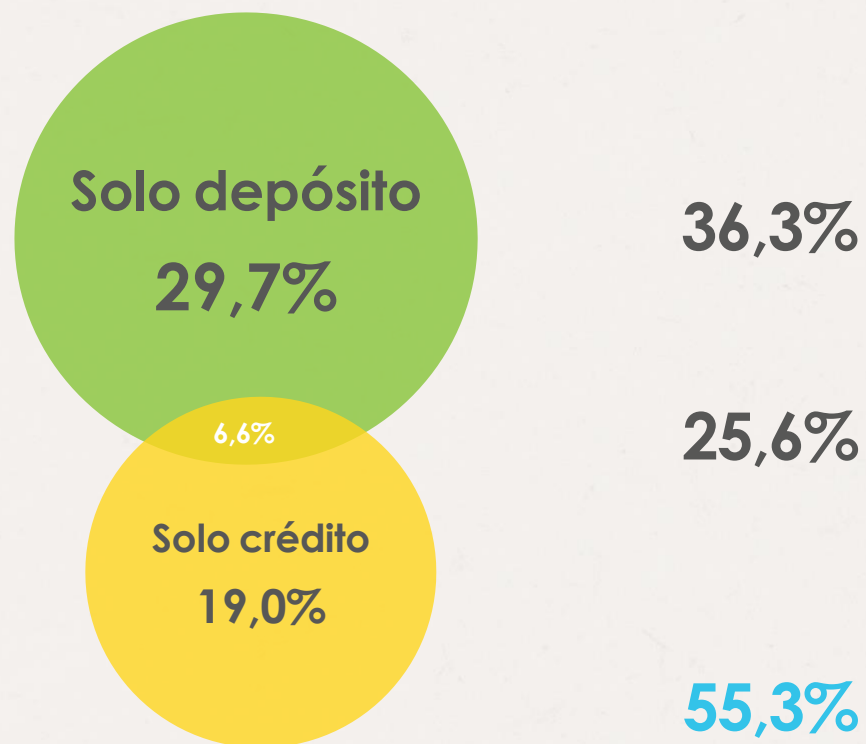
SE OBSERVA UNA ALTA SATISFACCIÓN EN LOS TIEMPOS, PERO NO TANTO EN TASA DE INTERÉS

NIVELES DE SATISFACCIÓN PROMEDIO DEL ACCESO AL CRÉDITO

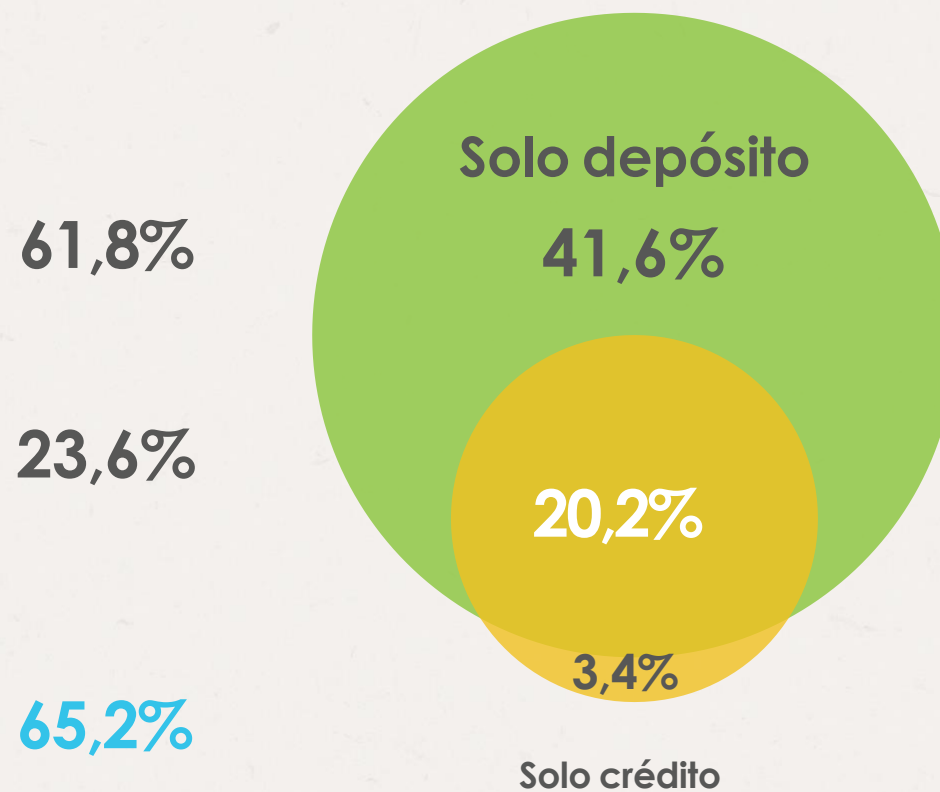


PRODUCTOS ACTIVOS (DESDE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR)

ENCUESTA DE DEMANDA
2017

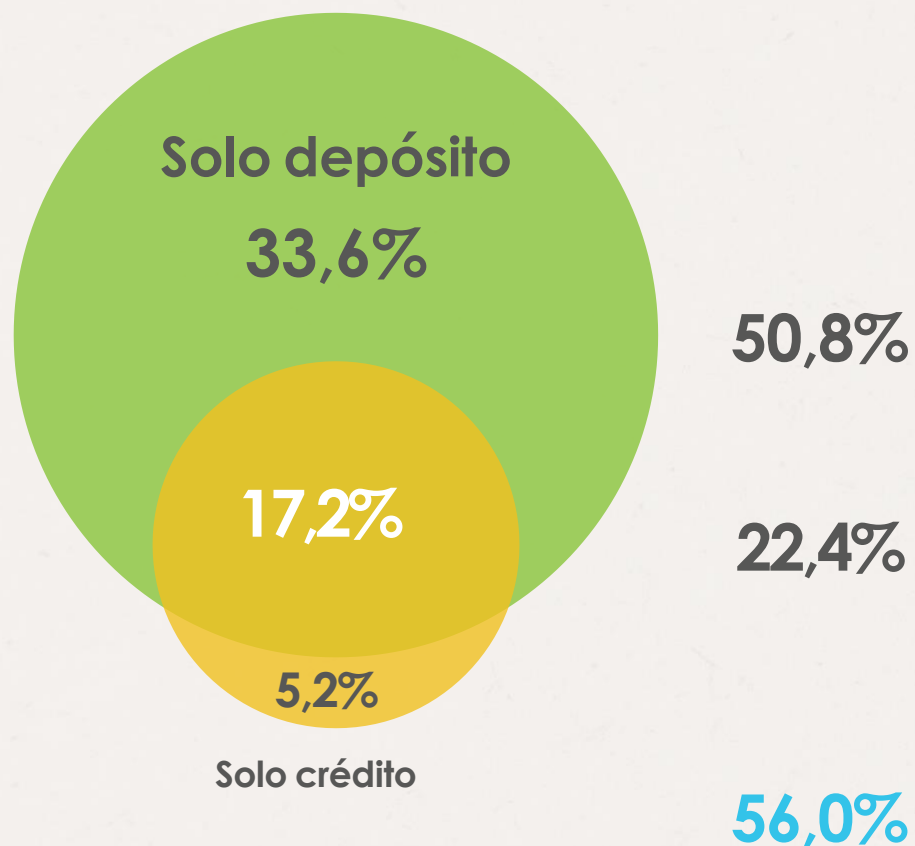


ENCUESTA DE DEMANDA
2022

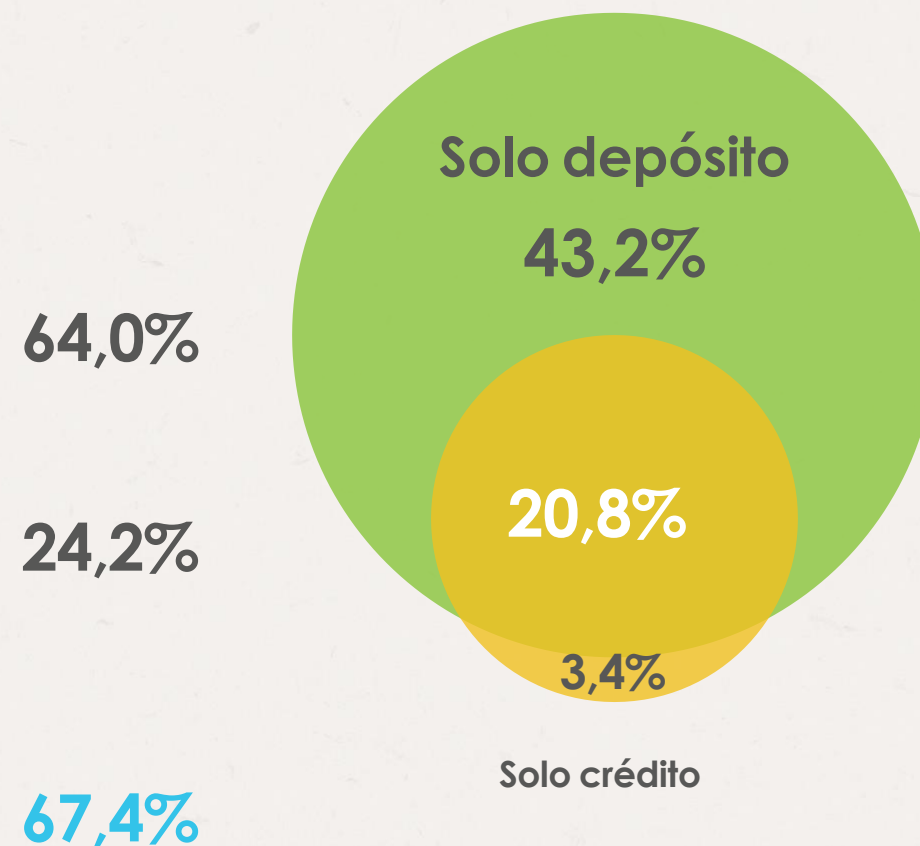


PRODUCTOS ACTIVOS (DESDE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR)

MUNICIPIOS RURALES (RURAL Y RURAL DISPERSO)



MUNICIPIOS URBANO (CIUDADES Y AGLOMERACIONES Y MUNICIPIOS INTERMEDIOS)



Indicador (%)	Encuesta de demanda (datos de demanda)	Reporte de inclusión financiera (datos de oferta)
Adultos con producto financiero activo	65,2%	74,8%
Adultos con algún producto de depósito activo	61,8%	71,9%
Adultos con algún crédito	25,6%	34%

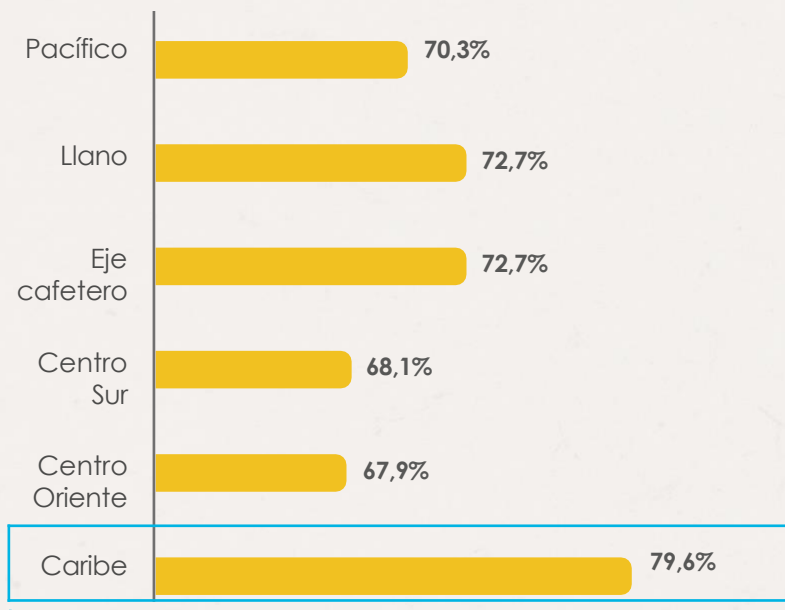
*Datos del Global Findex: Tenencia de cuentas: 59,7%, prestado de una institución financiera: 18,1%. (123,000 encuestas aplicadas, distribuidas en 123 países. Aproximadamente 1000 encuestas realizadas en Colombia)

PERFIL DEL COLOMBIANO QUE NO TIENE CRÉDITO (PORCENTAJE DE CADA CATEGORÍA)

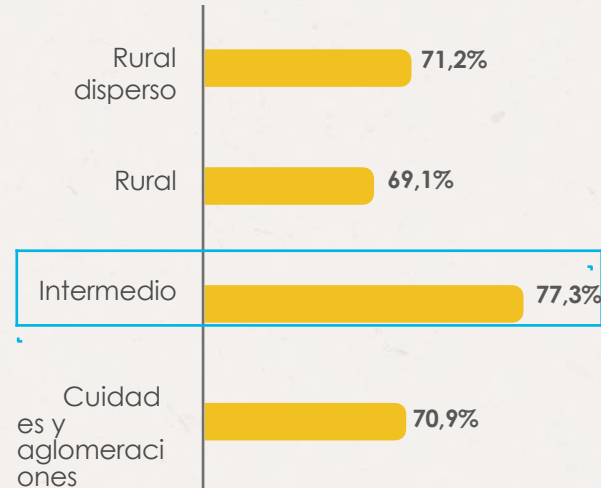
POR SEXO



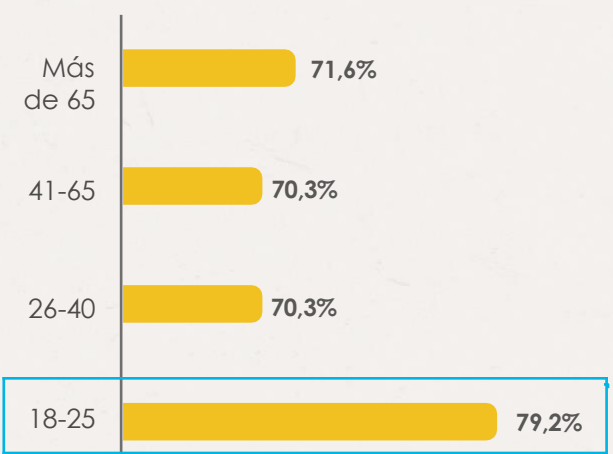
POR REGIÓN



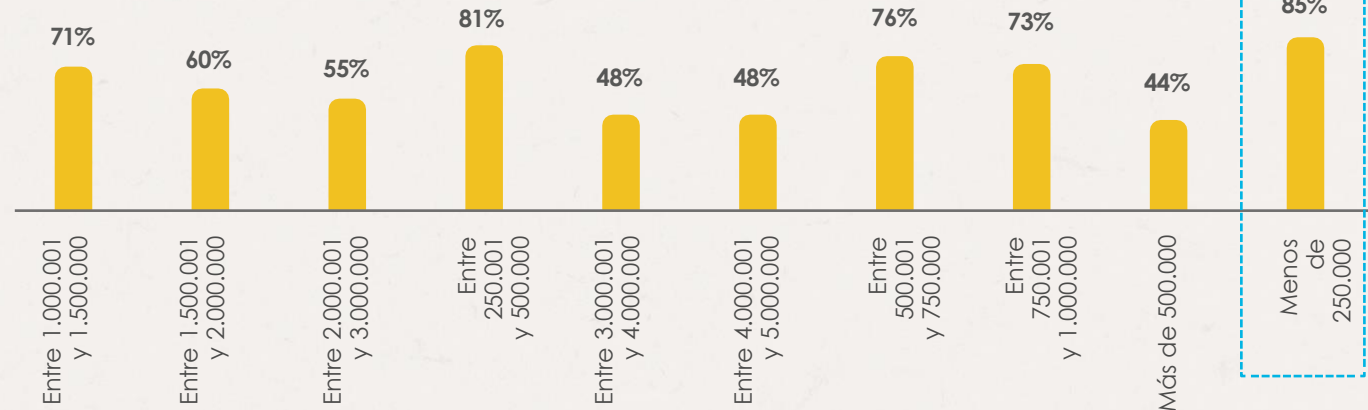
NIVEL DE RURALIDAD



GRUPO ETARIO



POR RANGO DE INGRESOS



CALIDAD Y BIENESTAR

CRÉDITO



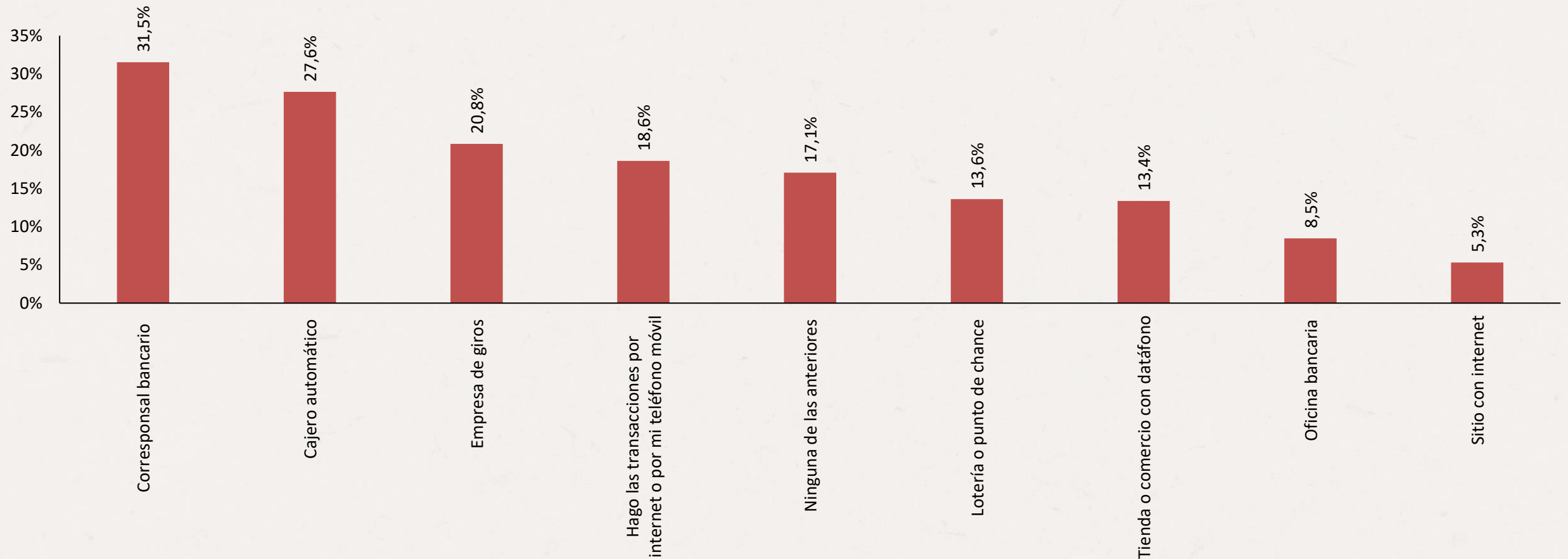
PRODUCTOS DE DEPÓSITO Y
TRANSACCIONALIDAD



CALIDAD Y
BIENESTAR

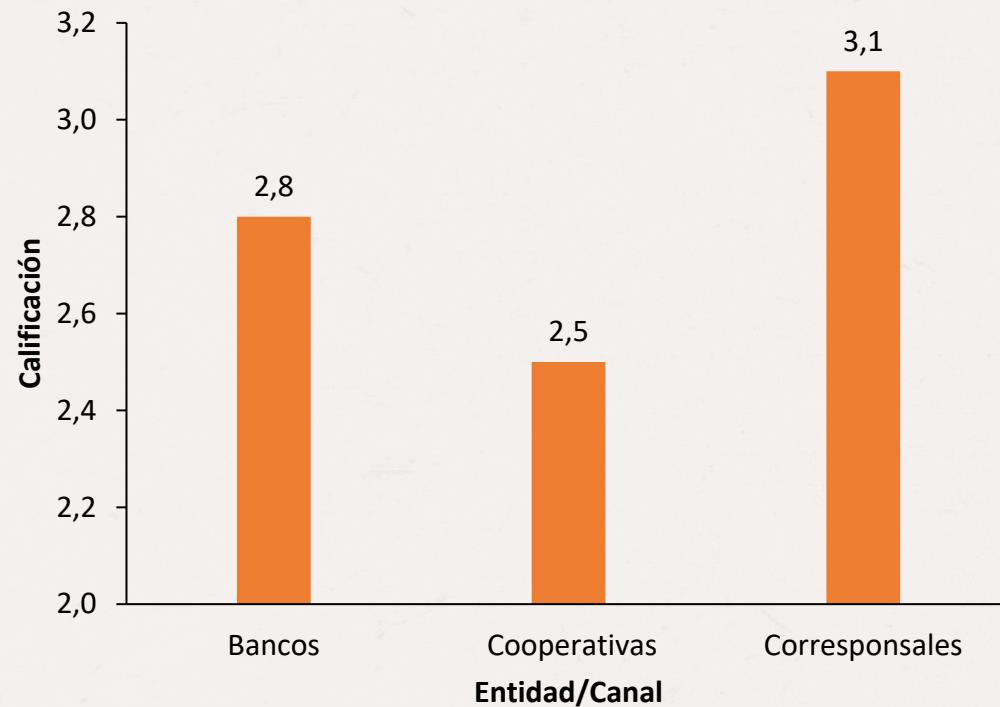
LOS COLOMBIANOS FRECUENTAN MÁS LOS CORRESPONSALES BANCARIOS

LUGARES MÁS FRECUENTADOS PARA HACER TRANSFERENCIAS, GIROS, PAGOS, DEPÓSITOS, O RETIROS

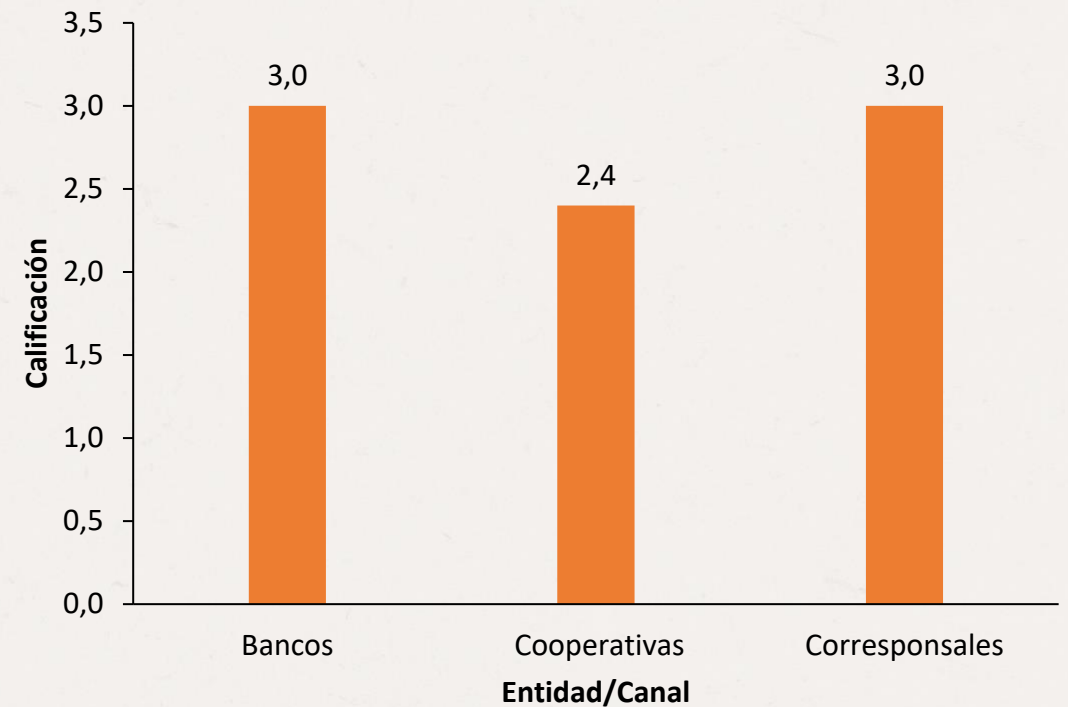


LA PERCEPCIÓN DE LOS COLOMBIANOS FRENTE A LOS CORRESPONSALES PARECE SER MÁS FAVORABLES

IMAGEN QUE TIENE DE ESTAS ENTIDADES/CANALES



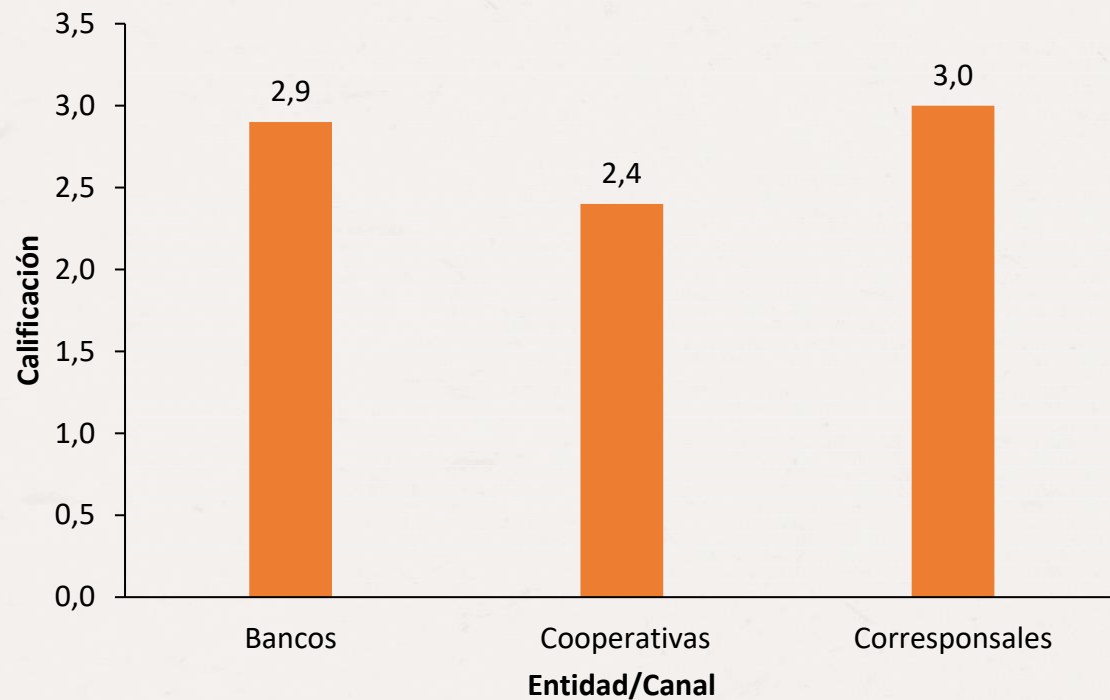
CONFIANZA QUE TIENE EN ESTAS ENTIDADES/CANALES



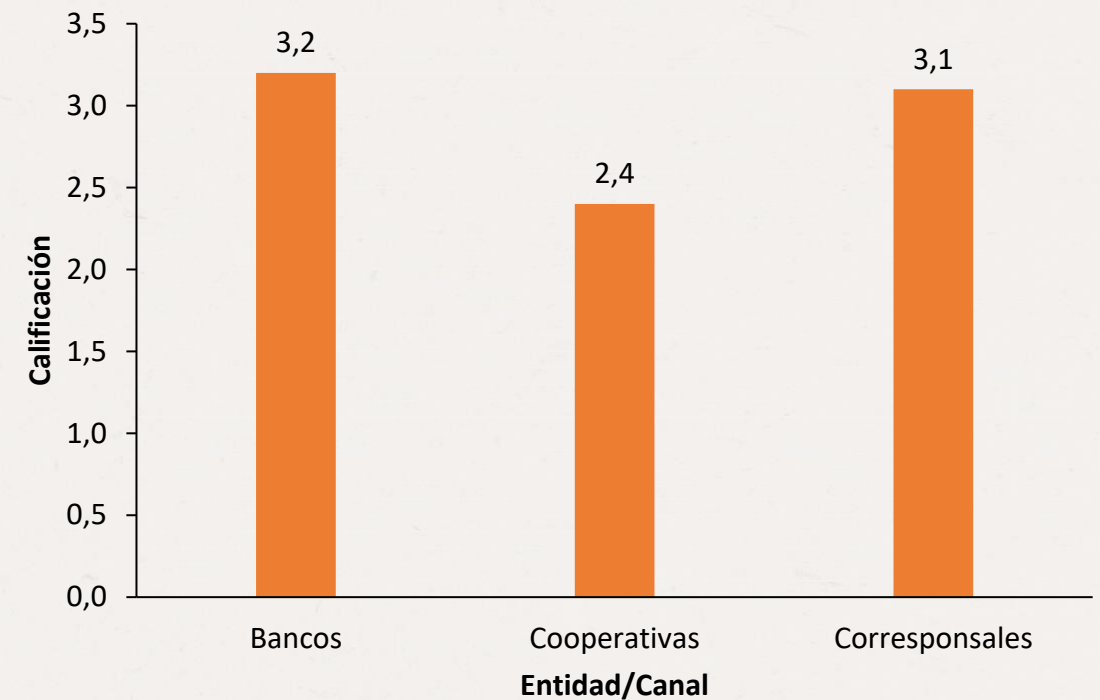
Calificación promedio sobre características de los servicios presentados por tipo de entidad y para el canal de correspondencia (5 = muy buena; 1= muy mala)

LA PERCEPCIÓN DE LOS COLOMBIANOS FRENTE A LOS CORRESPONSALES PARECE SER MÁS FAVORABLES

CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO POR ESTAS ENTIDADES/CANALES



COBERTURA QUE OFRECEN ESTAS ENTIDADES/CANALES

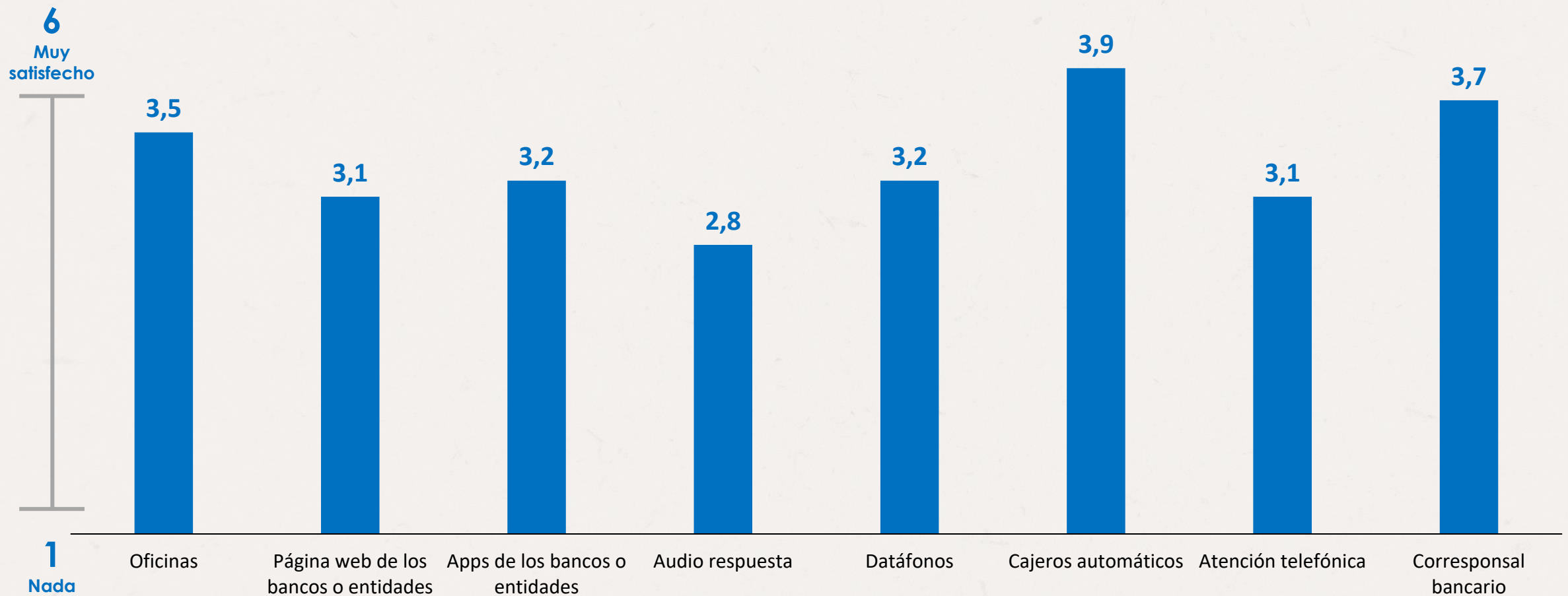


Calificación promedio sobre características de los servicios presentados por tipo de entidad y para el canal de correspondencia (5 = muy buena; 1 = muy mala)

EL NIVEL DE SATISFACCIÓN FRENTE A LA ATENCIÓN ES MAYOR PARA LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS

¿QUÉ TAN SATISFECHO SE SIENTE USTED CON LA ATENCIÓN QUE RECIBE A TRAVÉS DE ESTOS CANALES FINANCIEROS?

(CALIFICACIÓN PROMEDIO a nivel nacional)

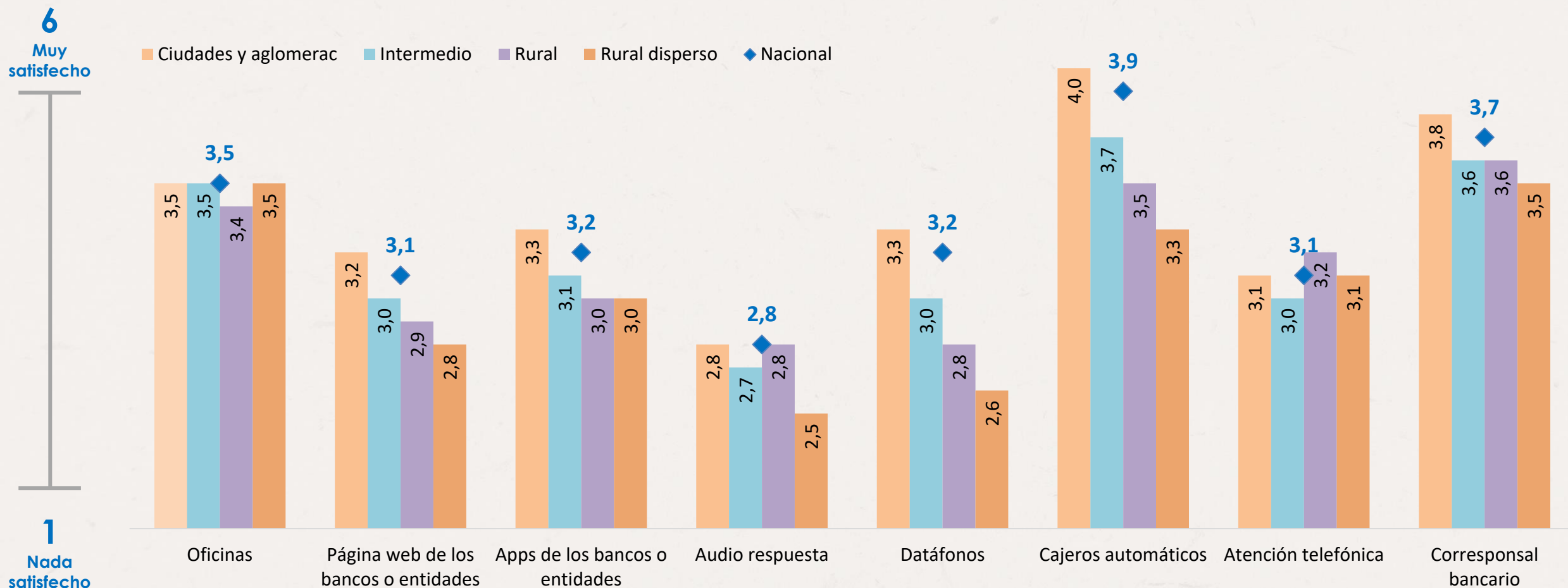


Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2022. Datos del CNC

EL NIVEL DE SATISFACCIÓN FRENTE A LA ATENCIÓN DISMINUYE CON UNA MAYOR RURALIDAD

¿QUÉ TAN SATISFECHO SE SIENTE USTED CON LA ATENCIÓN QUE RECIBE A TRAVÉS DE ESTOS CANALES FINANCIEROS?

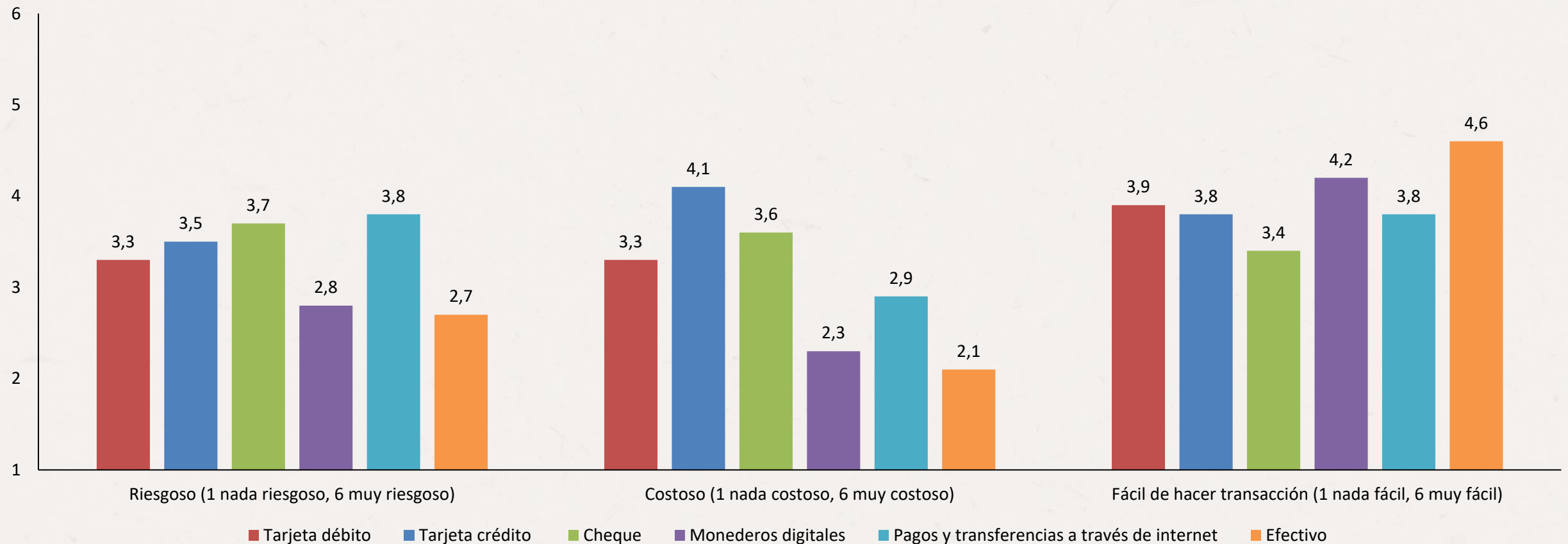
(CALIFICACIÓN PROMEDIO)



Fuente: Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2022. Datos del CNC

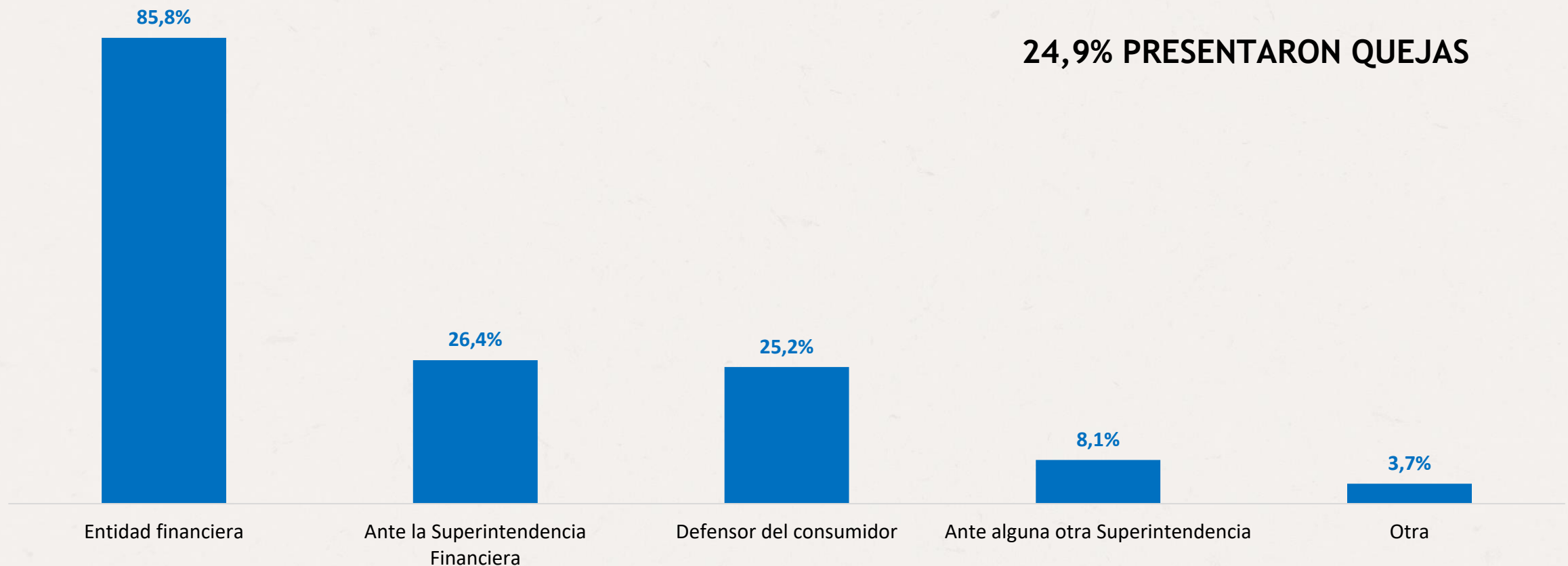
EL EFECTIVO Y LOS MONEDEROS DIGITALES CUENTAN CON UNA MEJOR PERCEPCIÓN

PERCEPCIÓN DE LOS MEDIOS DE PAGO Y TRANSACCIONES



LA MAYORÍA DE PERSONAS QUE PRESENTARON QUEJAS LO HICIERON ANTE LAS ENTIDADES FINANCIERAS

¿ANTE CUÁL O CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ENTIDADES SE QUEJÓ?



INVITACIÓN

Avanzamos en la construcción de mejores mediciones.
Úsenlas y ayúdennos a seguir por ese camino.

