

## **Estudio sobre el Comportamiento Financiero de las Personas Naturales en Colombia Diciembre 2023**

Como continuación de los estudios desarrollados en años anteriores, Inmark ha realizado en el segundo semestre de 2023 y, publicado en el mes de Diciembre, el estudio para medir el **Comportamiento Financiero de las Personas Naturales en Colombia**. Esta investigación ha consistido en aplicar entrevistas personales y domiciliarias (el trabajo de campo se efectuó entre los meses de septiembre y noviembre de 2023), a 2.503 individuos de 18 años o más, bancarizados.

Este tipo de estudio se lleva a cabo de manera ininterrumpida en España, anualmente, desde hace 36 años (se iniciaron en el año 1988) y en América Latina se empezaron a realizar hace 24 años (en el año 2000), habiéndose realizado/se están realizando, además de en Colombia, en Argentina, Chile, Brasil, Perú, Ecuador, Venezuela, Puerto Rico y México.

Este año se ha realizado un importante trabajo de actualización de los contenidos adaptando el estudio a la nueva realidad del ecosistema financiero del país. El principal aspecto que se ha incorporado en el análisis es el impacto, entre la población, de las entidades exclusivamente digitales (billeteras digitales y neobancos), analizando el nivel de conocimiento y penetración de éstas en el segmento de las personas naturales.

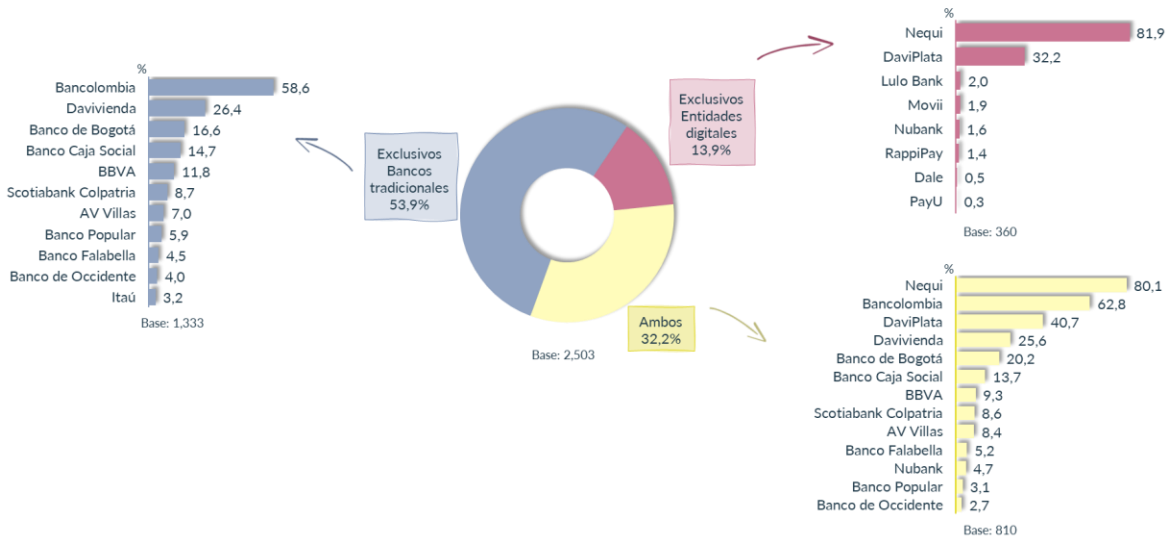
### **Inclusión financiera vs digitalización**

Para dimensionar el peso de las principales entidades digitales, se han identificado tres tipologías de individuos:

- Clientes de bancos que no utilizan entidades digitales.
- Clientes de bancos que utilizan entidades digitales como una opción para ciertas operaciones.
- Clientes que ya tienen como principal o única opción a las entidades digitales habiendo descartado en parte o totalmente a los bancos tradicionales.

Observando estos perfiles se podría concluir que las entidades exclusivamente digitales están suponiendo un medio de inclusión financiera especialmente eficaz: el 13,9% de las personas naturales bancarizadas en Colombia operan exclusivamente con entidades digitales y un 32,2% tienen productos y servicios tanto con bancos como con entidades digitales. Además, la presencia de las entidades digitales aumenta significativamente el índice de dinamismo financiero (nuevas relaciones).

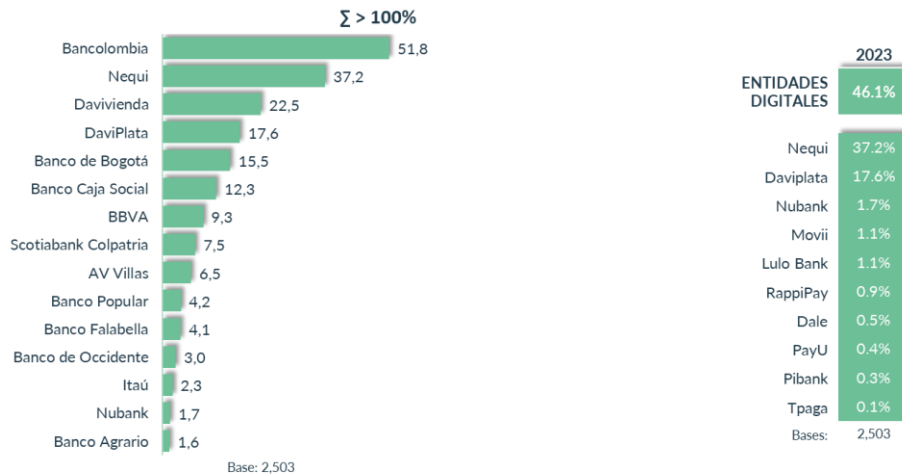
### Perfil de clientes de nuevas entidades digitales



Adicionalmente hay que resaltar la influencia de esta nueva realidad financiera en el posicionamiento de las entidades financieras en Colombia, sobre todo por el empuje de NEQUI y DAVIPLATA: su alta penetración desplaza a algunos bancos que ocupaban posiciones relevantes en mediciones anteriores.

### Penetración de mercado<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Penetración de mercado: porcentaje de entrevistados que menciona ser cliente de cada banco.

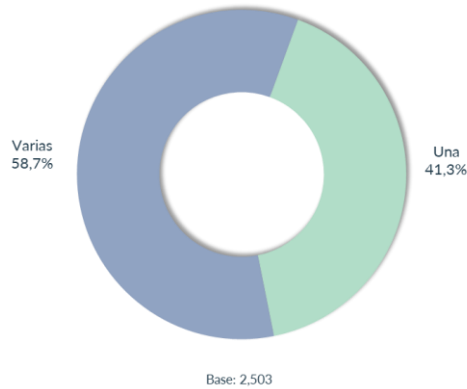


### Diversificación de la relación bancaria

El estudio ha puesto de manifiesto la alta diversificación de la relación financiera por parte de la población colombiana del segmento de análisis. Así, el 59% de los entrevistados manifestó ser cliente de más de un banco/entidad por un 41% que tan sólo lo es de una. En promedio, los colombianos del segmento analizado son clientes de 2,11 bancos/entidades. Dicho valor, por ejemplo, en España es del

1,73 y en Puerto Rico del 1,97 (comparativa de datos con los dos países en los que más recientemente se publicaron estos datos).

**Número de entidades de las que es cliente**



### Digitales financieros

Las entidades financieras están intentando que la mayor parte de sus clientes sean **digitales financieros**, esto es, que se conecten al banco a través del canal online, ya sea banca móvil (app) o a través de la web. En este sentido, en Colombia, el 72,2% de la población bancarizada se conecta a su banco/entidad a través del canal online. Este valor es del 87,3% en España y del 75,0% en Puerto Rico.

Hay otro 27,2% de la población que es **digital, pero no financiero**; esto es, tiene acceso a internet y realiza compras de productos y servicios por internet, pero no se conecta a su banco/entidad financiera a través del canal online. Estas personas tienen frenos, principalmente de confianza, para no utilizar este canal de relación con su banco/entidad.



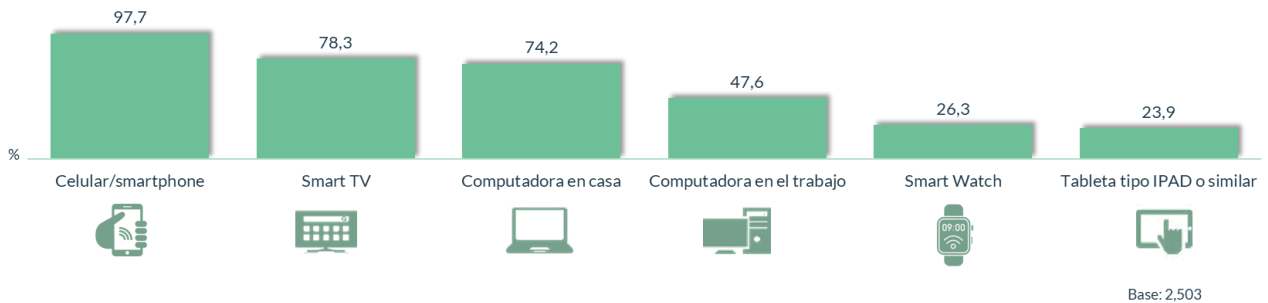
Este mismo análisis, por edad, muestra que los digitales financieros crecen a medida que la edad del usuario financiero es inferior:

## Digitales Financieros

MERCADO	72.2%	Bases:
De 18 a 30 años	79.8%	2,503
De 31 a 59 años	73.9%	770
60 años o más	53.4%	1,312
		421

La situación de Colombia en este sentido es propicia para que los usuarios financieros lo sean de la banca online ya que el 99,4% tiene dispositivos electrónicos que les permiten acceder a internet, siendo los principales el celular, la Smart TV (televisor conectado a internet) o el computador:

### Uso de internet según dispositivo



Además, el 48,0% indicó que, en el último año, había comprado productos o servicios a través de internet (en España este valor es del 73,9% y, en Puerto Rico, del 71,5%), situación que apunta a que hay un amplio recorrido de crecimiento del e-commerce en el país.