



ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN EN COLOMBIA

Señales de Alerta Temprana: Identificando Consumidores con Dificultades

DESAFÍO DE NEGOCIO

El mercado crediticio colombiano ha experimentado un deterioro en el comportamiento del crédito durante el último año en todas las categorías de productos. En particular, los consumidores que llegan a moras avanzadas plantean un desafío importante para las entidades.

Si bien la mayoría de los esfuerzos alrededor de estrategias de cobranza se centran en los consumidores en mora, se vuelve cada vez más importante para las entidades dirigir la atención hacia estos consumidores antes de que entren en mora.

Una estrategia efectiva de manejo de riesgo incluye herramientas para todas las etapas del ciclo de vida del crédito, desde identificar a los consumidores resilientes en el momento de la adquisición, otorgar crédito a consumidores

que se ajusten a su apetito de riesgo, con base a la probabilidad de incumplimiento y fijando precios y tasas acorde al riesgo, y predecir qué consumidores están en riesgo de entrar en mora y de continuar deteriorándose, así como aquellos que probablemente pagarán para priorizar la cobranza efectiva.

Tomar medidas oportunas con respecto a los clientes que acaban de entrar en mora o incluso antes de que entren en mora, ayudará a las entidades a priorizar los esfuerzos de cobranza y optimizar los costos. Con el objetivo de apoyar a las entidades en este manejo efectivo de riesgos, TransUnion realizó un estudio para comprender mejor y predecir a los consumidores con mayor probabilidad de entrar en mora, segmentando entre aquellos que probablemente se curen solos y los que con mayor probabilidad rodarán a moras más avanzadas.



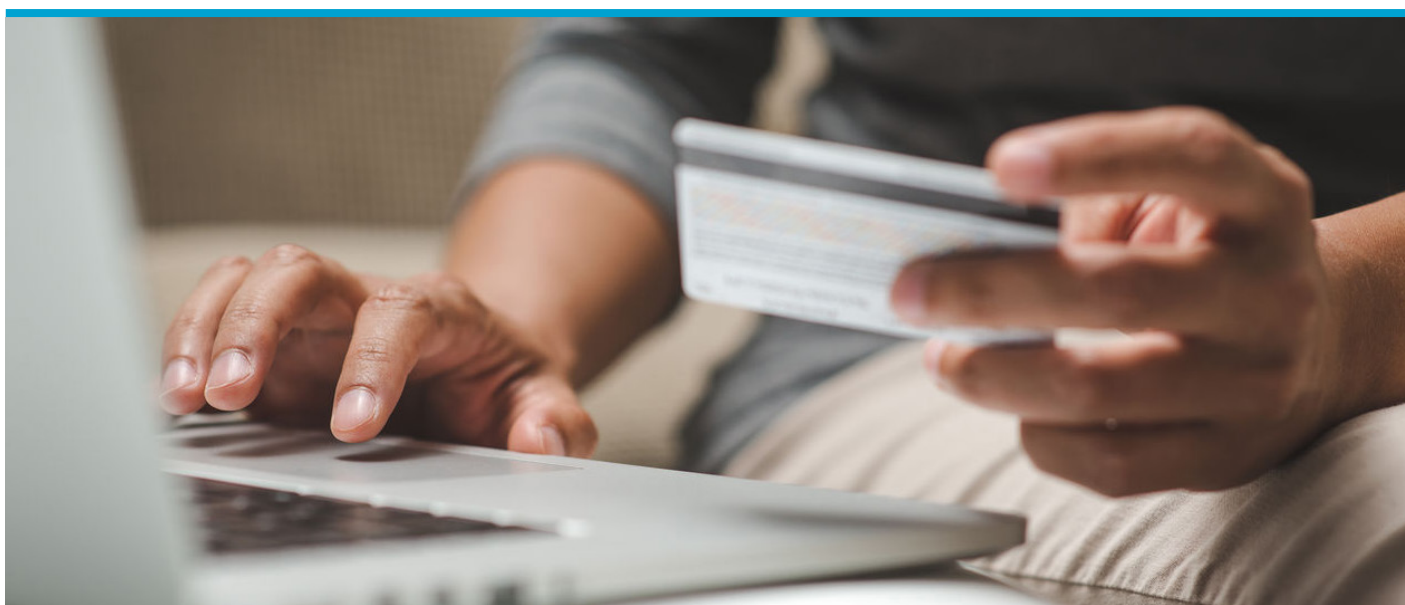
EL ESTUDIO

- El estudio definió dos tipos de comportamiento, el comportamiento de pago de un consumidor distraído y aquel de un consumidor con problemas de liquidez. El primero se definió como el comportamiento de un consumidor que no realiza un pago por razones no económicas, como estar de vacaciones, mudarse a una nueva dirección y no recibir las facturas, o incluso un evento importante en la vida como tener un hijo. Un consumidor distraído es aquel que no ha incumplido en ningún producto crediticio en los últimos tres meses y es poco probable que deje que un pago se retrase más de 30 días en los próximos seis meses.
- En contraste, el comportamiento de pago de un consumidor con dificultades es evidente en los pagos incumplidos debido a dificultades económicas, como perder un empleo, una desaceleración en su negocio o un problema de sobre endeudamiento durante un período de presión financiera. Es probable que estos consumidores tengan retrasos en el pago de sus obligaciones de 60 días o más en los próximos seis meses.
- El estudio se realizó utilizando datos crediticios entre abril de 2019 y junio de 2022 y evaluó los perfiles de edad, riesgo, experiencia crediticia e ingreso estimado de los consumidores con dificultades y los comparó con los consumidores distraídos.
- El estudio también analizó datos y atributos crediticios de tendencia que nos permiten construir un modelo predictivo que identifica a los consumidores con dificultades que probablemente incumplirán por primera vez en tres meses y que continuarán deteriorándose en los siguientes seis meses.

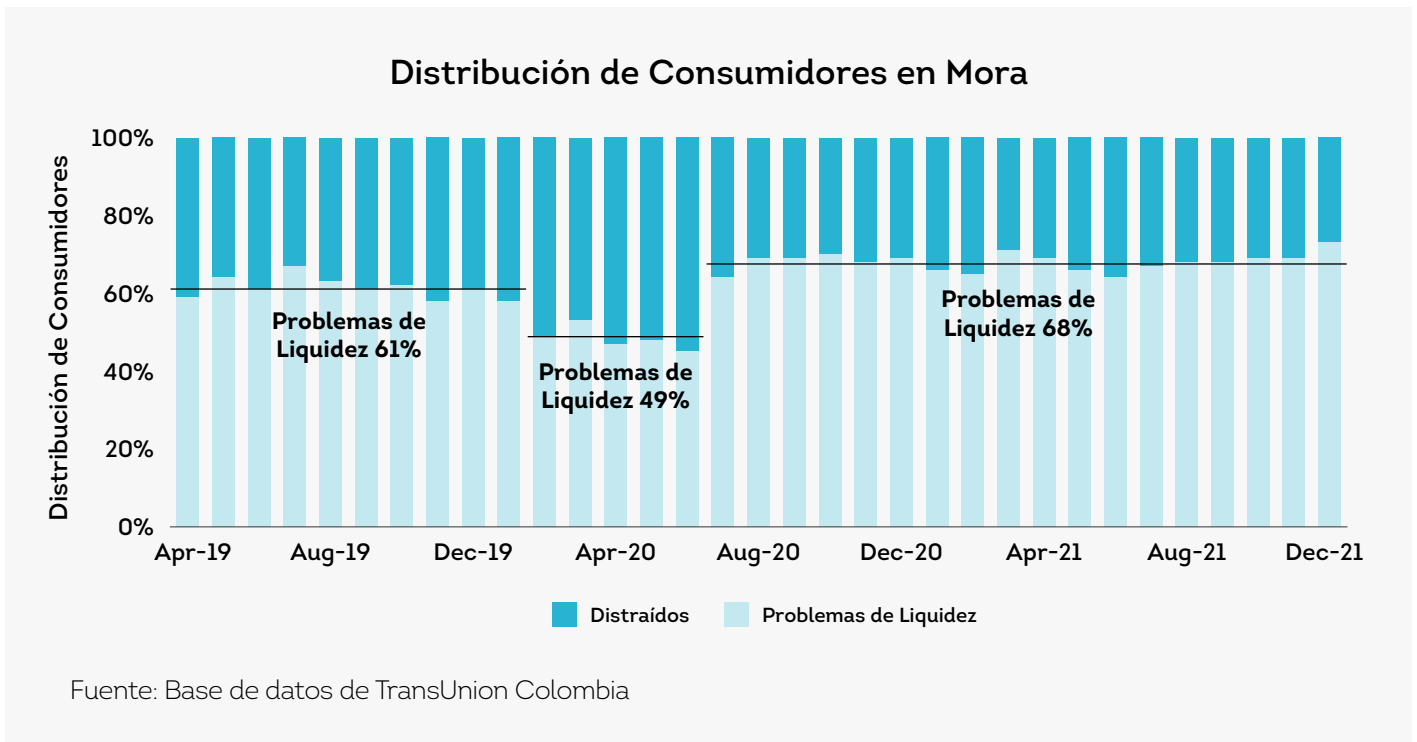


PRINCIPALES HALLAZGOS

- En promedio, en la ventana diciembre de 2020 hasta junio de 2022, 170.000 colombianos incumplieron por primera vez después de tres meses estando al día. Este promedio fue mayor a los 140.000 observados durante el período entre abril de 2019 y marzo de 2020.
- Además, la proporción de consumidores con problemas de liquidez durante el período 2020-2022 también superó los niveles pre-pandemia (68% frente a 61%), resaltando la importancia de que las entidades prioricen el manejo de estos consumidores.
- Los consumidores más jóvenes, de mayor riesgo, con ingresos más bajos y menor experiencia crediticia tienen una mayor probabilidad de convertirse en consumidores con dificultades. Sin embargo, una parte de los consumidores con puntajes de riesgo prime y mejores también podrían ser consumidores con dificultades, lo que hace que sea fundamental para las entidades identificarlos.
- El estudio también encontró que los consumidores que acumulan saldos más allá de sus posibilidades son más propensos a incumplir, lo que convierte este comportamiento en un indicador líder de consumidores en mora o con dificultades. Una alta tasa de utilización es también un indicador poderoso para predecir a los consumidores con dificultades, quienes también tienden a tener carteras menos maduras, con una mayor proporción de cuentas abiertas en los últimos dos años. Además, el estudio encontró que los consumidores que pagan por encima del pago mínimo adeudado tienen menor probabilidad de entrar en mora y convertirse en consumidores con dificultades.
- Utilizando los atributos crediticios mejorados, construimos un modelo de señales de alerta temprana que permite a las entidades identificar a consumidores en dificultades antes de que entren en mora. El 49 % de los consumidores que entran en mora y ruedan a moras más avanzadas en los siguientes 6 meses fueron identificados con precisión en los 2 deciles más altos de nuestro indicador.
- De esta manera, nuestro indicador de señales de alerta temprana puede utilizarse, en combinación con otro puntaje de crédito tradicional, para identificar áreas de mayor riesgo con mayor confianza. En particular en el portafolio de tarjeta, al cuarto trimestre de 2021, 6,2 millones de los 8,3 millones de consumidores con tarjeta de crédito en Colombia nunca habían estado en mora de 30 días o más en los últimos 3 meses. Utilizando nuestros puntajes CreditVision®, identificamos que el 49 % de estos consumidores eran de riesgo medio y riesgo medio-bajo. Al superponer el indicador de señales de alerta temprana, encontramos que el 45 % de estos consumidores de riesgo medio y medio-bajo, con un cupo total de 785 mil millones de COP, tenían una alta probabilidad de ser consumidores con dificultades.



Las entidades deberían priorizar el manejo de los consumidores con problemas de liquidez dado que su participación ha aumentado



Un enfoque multidimensional permite identificar a los consumidores en riesgo con mayor precisión

Tasa de Consumidores con Problemas de Liquidez por Puntaje CV e Indicador EWS

		Rangos de Riesgo del Puntaje CreditVision					
		Subprime	Near prime	Prime	Prime plus	Super prime	Total
Deciles del Indicador EWS	EWS 9-10	34,8%	23,0%	14,4%	8,8%	5,5%	12,8%
	EWS 7-8	23,3%	14,8%	9,0%	5,7%	3,6%	6,3%
	EWS 4-6	14,7%	10,6%	6,5%	4,0%	2,3%	3,6%
	EWS 1-3	9,6%	6,1%	3,9%	2,5%	1,3%	1,6%
Total		30,5%	19,0%	10,4%	5,4%	2,3%	5,6%

Rangos de puntaje (Creditvision): Subprime = 0-499, Near prime = 500-600, Prime = 601-710, Prime plus = 711-775, Super prime = 776+

Fuente: Base de datos de TransUnion Colombia

CONCLUSIONES

Las altas tasas de interés, inflación e incertidumbre han creado estrés financiero para los consumidores. En este contexto, desplegar soluciones innovadoras para predecir e identificar a aquellos consumidores que entrarán en mora y tendrán dificultades para pagar y distinguirlos de aquellos que tienen el potencial de curarse solos se vuelve fundamental.

Las entidades pueden identificar a los consumidores de alto riesgo antes de que entren en mora por

primera vez y minimizar las pérdidas mediante la implementación de un modelo de señales de alerta temprana en conjunto con puntajes crediticios tradicionales.

Identificar y mitigar el riesgo crediticio de manera temprana es esencial para reducir las pérdidas de crédito, disminuir los esfuerzos y costos asociados con la cobranza en etapas avanzadas, y aumentar la efectividad de estas estrategias.

© 2023 TransUnion LLC. Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida o distribuida, en forma alguna por ningún medio electrónico o de otro tipo, ahora conocido o desarrollado en el futuro, incluyendo, pero no limitándose al Internet, sin el consentimiento previo por escrito de TransUnion LLC.

23-F152550