



# T2 2019

## Últimas tendencias del mercado de crédito



CONTINÚA EL CRECIMIENTO EN LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE CRÉDITO DE CONSUMO

### **En Colombia, las originaciones de tarjetas de crédito mostraron su mayor incremento desde el primer trimestre de 2017**

- Los indicadores de mora han mantenido una tendencia positiva. Este trimestre mostró mejoras de dos dígitos en la tasa de morosidad grave (de 90 días) para créditos de libre inversión (78 pb), créditos de vivienda (49 pb) y microcrédito (28 pb).
- En el segundo trimestre de 2019, 8,6 millones de consumidores tenían acceso a una línea de crédito revolvente, un 6,7% más que en el segundo trimestre de 2018, impulsado principalmente por las tarjetas de crédito.
- A junio de 2019, el porcentaje de mujeres con microcrédito del total de consumidores con microcrédito fue 51,7%, en comparación con 48,3% para los hombres. Sin embargo, los hombres tienen saldos promedio en microcrédito más altos; 7,5 millones de COP para hombres en comparación con 6,0 millones de COP para mujeres.

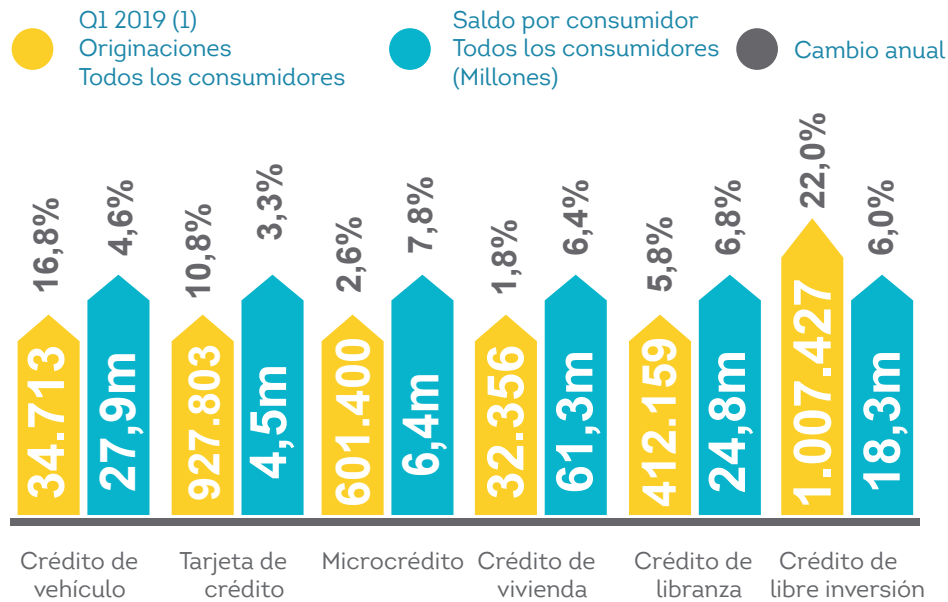
Descubra ahora los más recientes hallazgos en nuestro ***Industry Insights Report***. Aquí revelaremos las últimas tendencias del crédito de consumo del segundo trimestre de 2019 en Colombia.

# ¿Cómo está el mercado de crédito de consumo en Colombia?

## Segundo trimestre de 2019

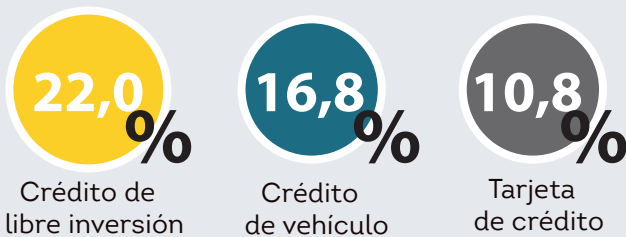
### Originaciones & saldos promedio: principales productos de crédito

El más reciente informe realizado por TransUnion mostró un crecimiento anual positivo en originaciones (nuevas cuentas abiertas) y en saldos para los principales productos de crédito en el segundo trimestre de 2019.

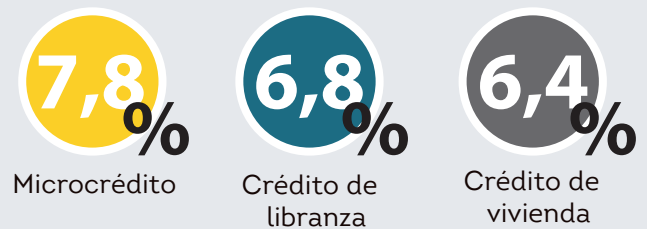


(1) Las originaciones se muestran con un rezago de un trimestre para dar cuenta del rezago en su reporte.

Créditos con crecimiento de doble dígito en originaciones respecto al año anterior.



El mayor crecimiento anual en saldo por consumidor se observó en los siguientes créditos



# Comportamiento por género en microcrédito y tarjeta de crédito

## Segundo trimestre 2019

 Mujeres con microcrédito


Porcentaje de participación en el total de consumidores con microcrédito


  
**51,7%**


Saldos promedio en microcrédito

  
**6,0m**

Variación anual en saldo promedio

  
**9,3%**

 Hombres con microcrédito

  
**48,3%**

  
**7,5m**

  
**7,0%**

La participación de las mujeres en las nuevas tarjetas de crédito, aunque aún es menor que la de los hombres, ha aumentado en los últimos años.

Participación de las mujeres en el total de consumidores con tarjeta ha crecido en los últimos años

**1er**  
trimestre  
2019

**49,1%**

**2do**  
trimestre  
2019

**50,7%**

**1er**  
trimestre  
2017

**46,3%**

**2do**  
trimestre  
2017

**49,7%**

### Participación de mujeres en:

**47,9%**

Tarjeta tradicional

**55,4%**

Tarjeta marca privada

**52,7%**

Tarjeta retail con franquicia



**ACERCA DEL INFORME SOBRE TENDENCIAS DE CRÉDITO EN COLOMBIA**  
**INDUSTRY INSIGHTS REPORT**

Este informe consolida información estadística analizada y elaborada por TransUnion, sobre las tendencias de crédito de la población colombiana, el uso de créditos y el comportamiento de cada tipo de producto bancario. TransUnion analiza la dinámica del mercado a lo largo de todo un ciclo económico, ayudando a entender el comportamiento del consumidor en diferentes regiones de Colombia durante los últimos años.

**VIRGINIA OLIVELLA**

**Gerente Senior de Investigación y Consultoría, Ph.D.**  
**TransUnion Colombia**

Virginia Olivella llegó a TU en 2016 en el marco de la expansión de las actividades del sector de Investigación y Consultoría de Servicios Financieros de TransUnion hacia las regiones internacionales y la puesta en marcha de una iniciativa de pensamiento global a cargo de Ezra Becker. En su rol de gerente senior de Investigación y Consultoría para TransUnion Colombia, Virginia es responsable de dirigir y conducir las actividades de este pensamiento global en Colombia, incluyendo la investigación y el análisis de la industria, así como la dirección de este contenido a través de los equipos de ventas y sus relaciones con los clientes, reguladores y socios externos. Previo a su llegada a TU Colombia, Virginia trabajó como economista para el Banco Central de Francia. Durante ese tiempo estuvo a cargo de realizar, dirigir y presentar estudios de investigación focalizados en economía, finanzas y en el comportamiento de los consumidores. Virginia es economista de la Universidad de la República en Uruguay; tiene una maestría y un doctorado en Economía de la Universidad de California, Los Ángeles.

