Informe de TransUnion primer trimestre 2021

**Colombianos cautelosos en el uso del crédito**

* *La deuda promedio de los consumidores en tarjetas de crédito disminuyó 2,5% en el primer trimestre de 2021, frente a un crecimiento de 7,2% observado en el primer trimestre de 2020.*
* *Los consumidores de menor riesgo están reduciendo el uso de sus tarjetas de crédito, mientras que los consumidores de mayor riesgo aprovechan el crédito para hacer frente a las difíciles condiciones financieras y económicas.*
* *El desempeño crediticio se está deteriorando a medida que finalizan los programas de alivio para muchos consumidores.*

**Bogotá, mayo 25, 2021** – Una desaceleración en nuevos créditos, reducción del gasto de los consumidores en sus tarjetas de crédito y aumento de la morosidad, hallazgos que revelan signos de vulnerabilidad en el mercado de crédito colombiano, son los puntos más relevantes que destaca TransUnion en su Informe de Tendencias de la Industria de Crédito del primer trimestre de 2021.

*"El impacto económico generado por la pandemia del COVID-19 continúa generando desafíos para los consumidores en el mercado crediticio colombiano", dijo Virginia Olivella, Directora de Investigación y Consultoría de TransUnion Colombia. "Estamos viendo a los consumidores siendo más cautelosos en el uso del crédito, con una menor demanda y un gasto reducido. Adicionalmente, a medida que muchos consumidores terminan sus períodos de alivio financiero, estamos viendo que el desempeño crediticio general empeora."*

***Cautela de consumidores con las tarjetas de crédito***

En el primer trimestre de 2021, el saldo promedio por consumidor en tarjetas de crédito se redujo un 2,5% año contra año, frente al crecimiento anual positivo del 7,2% observado en el primer trimestre de 2020. Mientras tanto, el saldo promedio por consumidor de los créditos personales aumentó un 6,5% en el primer trimestre de 2021, en comparación con el crecimiento anual de 8,3% observado en el primer trimestre de 2020.

Sin embargo, las tendencias de crecimiento de los saldos no fueron uniformes para todos los niveles de riesgo. Los consumidores con niveles de riesgo alto (below prime[[1]](#footnote-1)) aumentaron significativamente su deuda tanto en tarjetas de crédito como en créditos personales. La deuda promedio en tarjetas de crédito para los consumidores de riesgo alto aumentó un 20,7%, entre el primer trimestre de 2020 y el primer trimestre de 2021, mientras que la deuda promedio en tarjetas de crédito disminuyó 8,5% en este mismo periodo de tiempo para consumidores de riesgo medio y bajo (prime y mejores). En el caso de créditos personales, la deuda promedio para los consumidores de riesgo alto incrementó 13,3% año contra año en el primer trimestre de 2021, mientras que para los consumidores de riesgo medio y bajo este indicador incrementó 6,1%.

**Variación Anual en Deuda Promedio en Crédito Personal y Tarjeta de Crédito**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **T1 2021** | | **T1 2020** | |
|  | **Deuda por Consumidor (en millones)** | **Variación Anual (en %)** | **Deuda por Consumidor (en millones)** | **Variación Anual (en %)** |
| **Tarjetas de crédito** | | | | |
| **Riesgo alto** | **4,8** | **20,7%** | **4,0** | **4,3%** |
| **Riesgo medio y bajo** | **4,4** | **-8,5%** | **4,8** | **8,6%** |
| **Total** | **4,6** | **-2,5%** | **4,7** | **7,2%** |
| **Créditos personales** | | | | |
| **Riesgo alto** | **21,7** | **13,3%** | **19,2** | **2,5%** |
| **Riesgo medio y bajo** | **26,7** | **6,1%** | **25,2** | **10,5%** |
| **Total** | **25,4** | **6,5%** | **23,8** | **8,3%** |

***Dificultades financieras en medio de la pandemia***

Los resultados del primer trimestre de 2021 de la encuesta de *Consumer Pulse* (antes encuesta de Dificultades Financieras del Consumidor) de TransUnion confirman estas tendencias de uso del crédito, y muestran que los hogares más afectados continúan ajustando sus presupuestos y están asumiendo deudas adicionales para hacer frente a la disminución de ingresos. En marzo de 2021, la mitad (50%) de los consumidores colombianos indicó que todavía estaban enfrentando dificultades financieras provocadas por la pandemia. Entre los que indicaron estar siendo impactados, los hogares de menores ingresos fueron los más afectados, con un 71% de los hogares con ingresos mensuales menores a 1 millón de pesos reportaron dificultades financieras. Además, el 25% de los consumidores afectados económicamente indicaron haber aumentado el uso del crédito disponible (frente al 19% observado en diciembre), el 12% afirmó haber reducido el ahorro para la jubilación (frente al 11% en diciembre) y el 9% declaró haber recurrido a los ahorros para su jubilación (frente al 6% en diciembre).

Por otra parte, de los consumidores que indicaron no estar siendo afectados financieramente por la pandemia, el 27% informó están ahorrando más (igual que en diciembre), mientras que el 31% dijo estar pagando sus deudas más rápido (frente al 20% en diciembre), indicando que este grupo de consumidores continúa disminuyendo sus deudas y ahorrando. Este grupo también está gastando menos, con el 61% indicando que ha reducido su gasto discrecional (frente al 36% de diciembre) y el 20% que ha cancelado suscripciones o membresías (frente al 16% de diciembre).

***Caída en originaciones***

Las originaciones, que son una medida de nuevas cuentas abiertas y una señal tanto de la demanda de los consumidores como de la disposición de las entidades financieras a otorgar créditos, disminuyeron año contra año para todas las categorías de productos en enero 2021. Las caídas anuales más significativas en originaciones se observaron en tarjetas de crédito (53,3%), créditos personales (34,2%) y microcréditos (25,8%), lo que indica que los consumidores están siendo cautelosos a la hora de solicitar nuevos créditos y que las entidades podrían estar monitoreando la oferta de nuevos créditos con prudencia. Además, en enero se volvieron a implementar restricciones a la movilidad en Colombia para controlar el aumento de casos de COVID-19, lo que explica parte del deterioro observado en las originaciones durante ese mes.

**Variación Anual en Originaciones Mensuales por Producto**

**Noviembre 2020 - Enero 2021**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Producto de crédito** | **Noviembre**  **2020** | **Diciembre**  **2020** | **Enero 2021** |
| **Crédito de vehículo** | **10,1%** | **-2,0%** | **-13,7%** |
| **Tarjetas de crédito** | **-45,0%** | **-46,2%** | **-53,3%** |
| **Microcrédito** | **-9,3%** | **-4,5%** | **-25,8%** |
| **Crédito de vivienda** | **10,5%** | **0,7%** | **-5,9%** |
| **Crédito personal** | **-19,8%** | **-17,4%** | **-34,2%** |

“*La prudencia a la hora de otorgar nuevos créditos, junto con la cautela de los consumidores hacia el endeudamiento que estamos viendo, plantea desafíos de crecimiento para las entidades financieras*”, *dijo Olivella. "Esto refuerza la necesidad de ser resilientes, apoyándose en el uso de datos y análisis mejorados para identificar a los consumidores que probablemente necesiten crédito y tengan la capacidad de pagar estas nuevas obligaciones, y construir o mantener la lealtad con esos consumidores durante estos tiempos difíciles."*

Según la más reciente encuesta de Consumer Pulse de TransUnion, a pesar de la disminución de las originaciones en comparación con enero de 2020, el 51% de los consumidores encuestados tiene previsto solicitar un nuevo crédito durante el próximo año. El 54% había considerado solicitar un nuevo crédito o refinanciar un crédito existente este año, pero finalmente decidió no hacerlo. Entre esos consumidores, las razones más citadas para no solicitarlo fueron que el costo del nuevo crédito o de la refinanciación era demasiado elevado (34%) o que creían que su solicitud sería rechazada debido a su situación de ingresos y empleo (20%).

***Impacto en el crédito se siente con finalizan de alivios financieros***

Un nuevo estudio de TransUnion donde se analizó a un millón de consumidores colombianos que recibieron al menos un alivio financiero entre marzo y septiembre de 2020 encontró que el aumento de la morosidad que estamos viendo en el mercado podría deberse en parte al fin de los alivios financieros. TransUnion estudió a los consumidores que recibieron alivios cuando comenzó la pandemia y observó su desempeño nuevamente al finalizar el período de alivio. Este estudio, junto con la información trimestral de nuestro informe de tendencias del mercado, muestra que el fin de los programas de alivio para muchos consumidores está impulsando en parte el deterioro observado en el mercado crediticio.

En febrero de 2020, el 8,3% de todos los consumidores con tarjeta de crédito tenían 30 días o más de mora en el pago de esta obligación, mientras que el 8,2% de todos los consumidores con un crédito de libre inversión tenían 30 días o más de mora en el pago de este crédito. Ambos porcentajes mejoraron artificialmente durante algunos meses debido a los alivios, disminuyendo al 8,2% y 6,8% en junio de 2020 para consumidores con tarjetas y créditos de libre inversión, respectivamente, y al 6,5% y 6,8% en septiembre de 2020, también para tarjetas y libre inversión, respectivamente.

Sin embargo, a diciembre de 2020, el porcentaje de consumidores que tenían 30 días o más de mora en una tarjeta de crédito aumentó a 11,0%, y lo mismo se observó para el porcentaje de consumidores que tenían 30 días o más de atraso en un crédito de libre inversión. En el caso de los consumidores que recibieron alivios, estos porcentajes aumentaron hasta el 30,6% en las tarjetas de crédito y el 16,8% en los créditos de libre inversión, cuando el periodo de alivio ya había finalizado para estos consumidores. Antes de recibir los alivios, estos consumidores estaban al día con sus pagos.

**Comportamiento de Crédito de Todos los Consumidores vs Consumidores con Alivios Financieros**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Tasas de Morosidad 30+ a Nivel Consumidor – Todos los Consumidores** | | | | **Tasas de Morosidad 30+ a Nivel Consumidor – Consumidores con Alivios** |
| **Producto de Crédito** | **Febrero 2020** | **Junio 2020** | **Septiembre 2020** | **Diciembre 2020** | **Diciembre**  **2020** |
| **Tarjeta de Crédito** | **8,29%** | **8,23%** | **6,47%** | **11,04%** | **30,64%** |
| **Libre Inversión** | **8,22%** | **6,81%** | **6,78%** | **11,05%** | **16,82%** |

*"A medida que los alivios financieros han terminado para muchos consumidores, estamos viendo un deterioro en el desempeño del crédito. Para manejar este aumento en el riesgo, las entidades pueden utilizar datos mejorados para predecir y segmentar mejor a los consumidores que probablemente tengan un mejor o peor desempeño luego de finalizado un alivio financiero*", concluyó Olivella. *"Esto se vuelve especialmente relevante a medida que la segunda y la tercera ola de alivios financieros finaliza a mediados de 2021. Las entidades financieras tendrán que adoptar mejores estrategias para abordar el deterioro en comportamiento, así como para identificar a los consumidores con dificultades que podrían necesitar ayuda adicional, mientras administran las oportunidades de crecimiento en consumidores resilientes. Si bien hay muchos desafíos en el mercado crediticio en este momento, también estamos viendo una recuperación en el consumo privado desde los mínimos observados en el segundo trimestre de 2020, con un gasto privado en el primer trimestre de 2021 un 1.0% por encima de los niveles pre-crisis observados en el primer trimestre de 2020. Esto podría respaldar un repunte en la demanda de crédito en trimestres futuros."*

**Acerca de TransUnion (NYSE: TRU)**

TransUnion es una compañía global de soluciones de información y conocimiento que contribuye a generar confianza entre entidades y consumidores en la economía moderna. Logramos esto al proporcionar una imagen completa de cada persona para que pueda ser representada de manera confiable y segura en el mercado. Como resultado, las empresas y los consumidores pueden realizar transacciones con confianza y lograr grandes cosas. A esto lo llamamos Información para el Bien.

Con una presencia destacada en más de 30 países de los cinco continentes, TransUnion proporciona soluciones que ayudan a crear oportunidades económicas, grandes experiencias y empoderamiento personal para cientos de millones de personas.

<http://www.transunion.co/empresas>

1. Consumidores below prime tienen un puntaje CreditVison de 630 o menor. Consumidores prime y mejores tienen un puntaje CreditVision mayor a 630. [↑](#footnote-ref-1)