



# Reporte de Inclusión Financiera



**SUPERINTENDENCIA FINANCIERA  
DE COLOMBIA**

César Ferrari  
*Superintendente (E) Financiero de Colombia*

Camila Quevedo  
*Directora de Investigación, Innovación  
y Desarrollo*

Mariana Escobar Uribe  
*Jefe del Equipo de Finanzas Sostenibles*

**Equipo técnico**  
Óscar Martínez  
*Asesor*

**BANCA DE LAS OPORTUNIDADES**

Paola Arias  
*Directora*

**Equipo técnico**  
Unidad de Análisis Económico  
Michael Bryan  
*Jefe*

Camilo Peña  
*Profesional*

David Lara  
*Analista*

Felipe Antonio Londoño  
*Analista*

Juan Sebastián Gallego  
*Analista*

Laura Acosta  
*Profesional*



# Reporte de **Inclusión Financiera** 2022



**BANCA DE LAS  
OPORTUNIDADES**



**100** AÑOS

# Índice de Abreviaturas

**CA:** cuenta de ahorro

**CAC:** cooperativa de ahorro y crédito vigilada por la SES

**CDT:** certificado de depósito a término

**DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística

**DBM:** depósitos de bajo monto

**FMI:** Fondo Monetario Internacional

**GMF:** gravamen a los movimientos financieros

**IPC:** índice de precios al consumidor

**IPM:** índice de pobreza multidimensional

**NIT:** número de identificación tributaria

**No VIS:** vivienda que no es de interés social

**OCDE:** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

**ONG:** organización no gubernamental

**PND:** Plan Nacional de Desarrollo

**pb:** puntos básicos

**PIB:** producto interno bruto

**pp:** puntos porcentuales

**RUES:** Registro Único Empresarial

**SEDPE:** sociedad especializada en pagos y depósitos electrónicos

**SES:** Superintendencia de la Economía Solidaria

**SFC:** Superintendencia Financiera de Colombia

**SMMLV:** salario mínimo mensual legal vigente

**SOAT:** Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito

**URF:** Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera

**UVT:** unidad de valor tributario

**VIS:** vivienda de interés social

# Índice



1.

**Colombia en cifras**

Página 8



2.

**Panorama general**

Página 16



3.

**Los productos de depósito y transaccionales**

Página 32



4.

**Inclusión crediticia**

Página 62



5.

**Análisis de acceso a crédito de personas jurídicas**

Página 148



6.

**Cobertura**

Página 156



7.

**Transaccionalidad del sistema financiero**

Página 174



8.

**Seguros**

Página 186



9.

**Anexos**

Página 212

# Introducción

La Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades tienen el placer de presentar la duodécima edición del Reporte de Inclusión Financiera. Construido a partir de datos provenientes de la oferta, este documento mide el acceso y el uso de productos y servicios financieros por parte de los colombianos, convirtiéndose con el paso del tiempo en un referente para identificar avances y fortalecer la política pública en la materia. El objetivo de este informe es ofrecer un análisis de la situación actual de la inclusión financiera en Colombia, resaltando los logros alcanzados, los desafíos que persisten y las oportunidades que se vislumbran para impulsar el bienestar financiero de los colombianos, especialmente de aquellos que hacen parte de la economía popular.

En los últimos años, Colombia ha implementado una serie de políticas y programas encaminados a promover la inclusión financiera de todos los ciudadanos, independientemente de su ubicación geográfica, nivel socioeconómico o condición social. Estos esfuerzos se han materializado mediante el diseño y el desarrollo de productos innovadores, la colaboración entre entidades públicas y privadas, y la adopción de tecnologías disruptivas que han transformado el panorama financiero del país. En un mundo en

constante evolución, el acceso a servicios financieros se ha convertido en muchos casos en una necesidad para el desarrollo económico y social. En este contexto, Colombia ha demostrado su compromiso con la superación de las barreras que limitan el acceso y el uso con equidad del sistema financiero.

Los resultados observados confirman una evolución positiva en materia de inclusión financiera en la última década. El indicador de acceso nacional, definido como el porcentaje de adultos que tenía por lo menos un producto financiero, subió de 67,2 % en 2012 a **92,3 %** en 2022. Es decir, más de **14 millones de adultos** han accedido al sistema financiero por primera vez en los últimos diez años. Así mismo, se han logrado avances importantes en materia de uso, pasando de un indicador de 77,2 %, con una diferencia de más de 10 puntos porcentuales a lo observado hace siete años. En cuanto a cobertura, hay presencia de corresponsales activos en la totalidad de municipios del país y se ha reducido el número de municipios con cobertura vulnerable en los últimos años. De esta forma se evidencia una mayor profundización de los ecosistemas transaccionales y canales digitales, así como la consolidación de la corresponsalía física y el desarrollo de los nuevos modelos digitales y móviles.



El reto más apremiante en inclusión financiera es el cierre de brechas. En este sentido, se deben redoblar esfuerzos para acercar los servicios financieros formales a grupos específicos de la población que tradicionalmente han presentado mayores niveles de vulnerabilidad financiera, como las unidades productivas de baja escala, la población rural y las mujeres con menores ingresos.

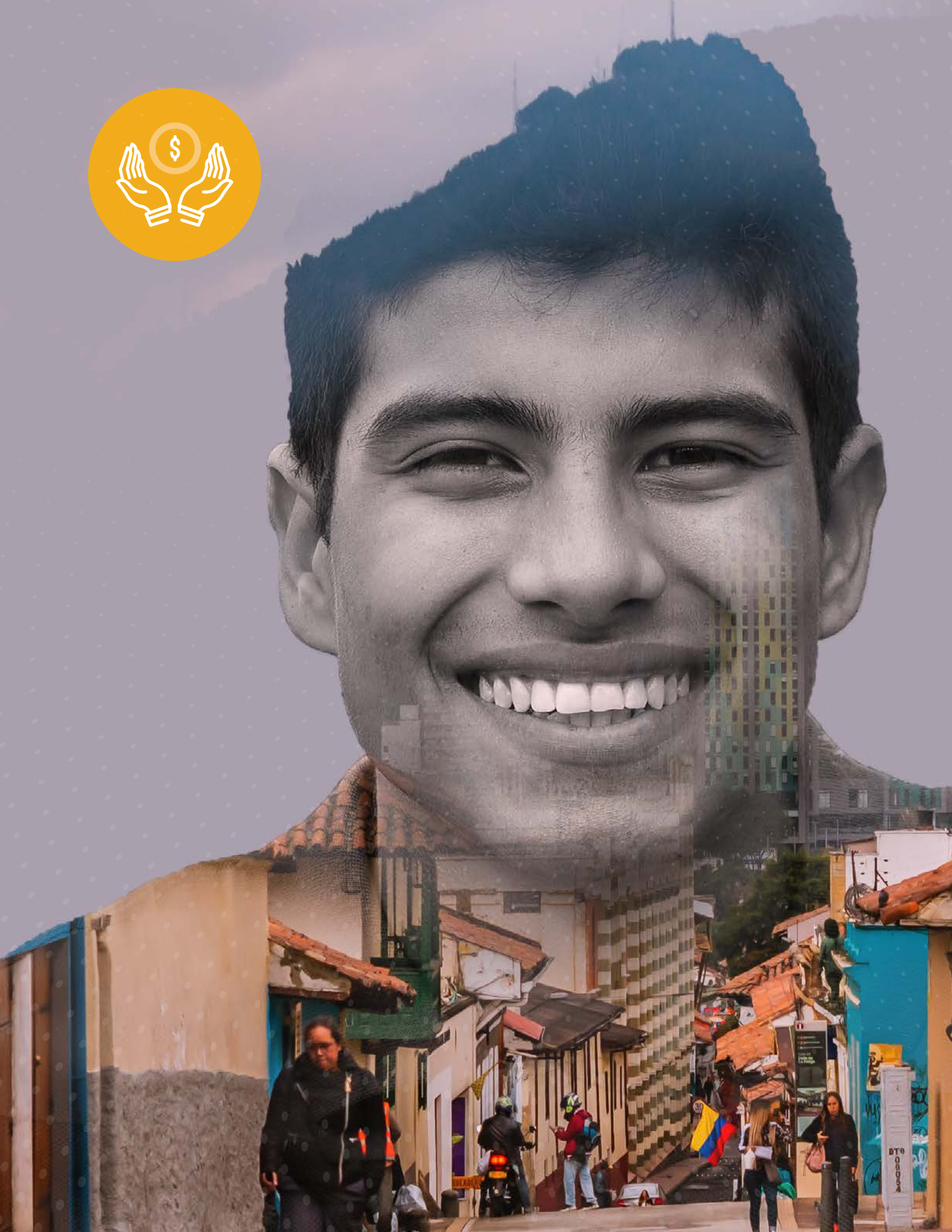
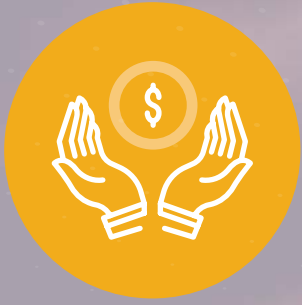
Además del análisis de acceso y uso de productos de depósito y de crédito, en el informe se abordan la inclusión financiera empresarial, la cobertura física del sistema, las nuevas tendencias en transaccionalidad y la inclusión en la industria de seguros. Esperamos que este informe se constituya en un insumo para el debate sobre el futuro de la inclusión financiera en Colombia y contribuya a consolidar los avances logrados hasta la fecha, respaldando nuevas acciones de política que permitan mejorar el bienestar de la población y, específicamente, de grupos más vulnerables.

Queremos agradecer por su esfuerzo y dedicación en la elaboración de este reporte al equipo de la Superintendencia Financiera de Colombia: Camila Quevedo, Mariana Escobar y Óscar Martínez, y al equipo de Banca de las Oportunidades: Camilo Peña, David Lara, Felipe Antonio Londoño, Juan Sebastián Gallego, Laura Acosta y Michael Bryan.

**César Ferrari** – Superintendente Financiero (E) de Colombia

**Paola Arias** – Directora de Banca de las Oportunidades



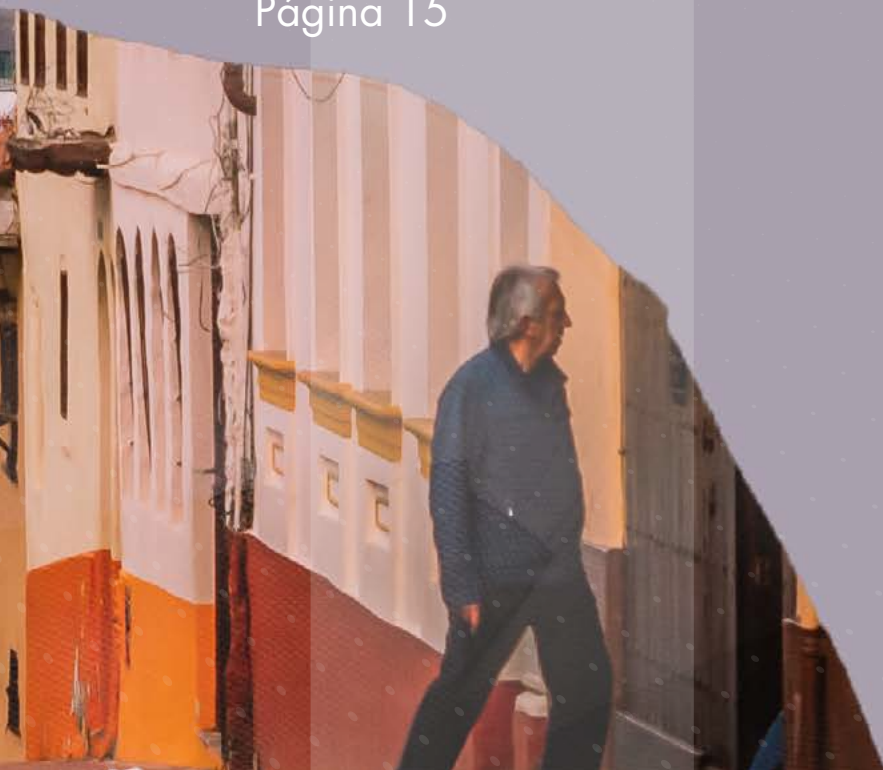




# Colombia

## *en cifras*

- **Total nacional**  
Página 11
- **Municipios urbanos**  
Página 12
- **Municipios rurales**  
Página 13
- **Mujeres**  
Página 14
- **Hombres**  
Página 15

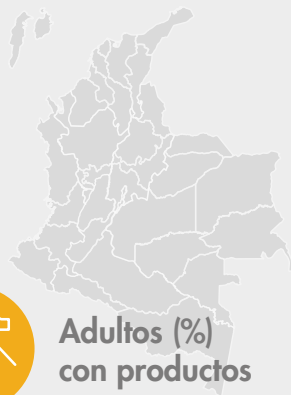


RIF 2022



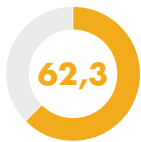
Colombia en Cifras es una sección del Reporte de Inclusión Financiera que recoge las principales cifras de acceso y uso a productos financieros, ahorro, crédito y cobertura a nivel nacional, departamental, por sexo y niveles de ruralidad.

# 1.1. Nacional

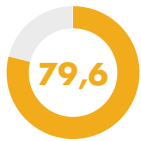


Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Microcrédito

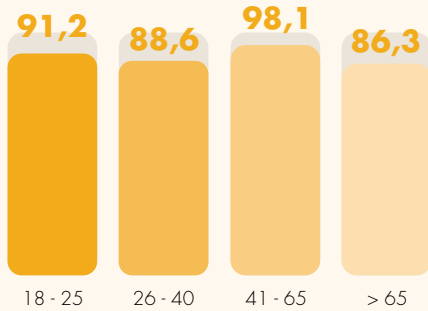


Tarjeta de crédito

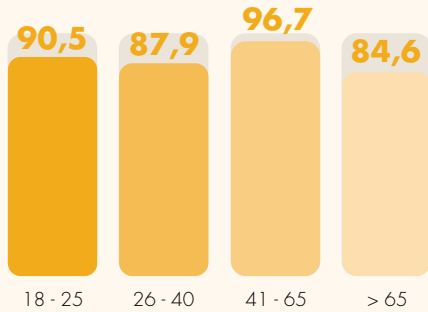


Adultos (%) con productos

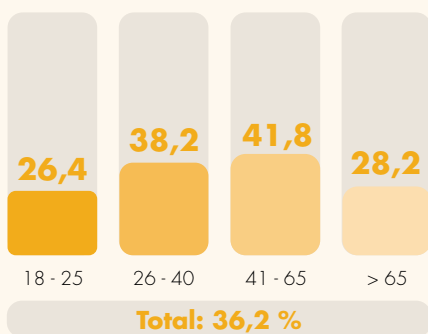
Total productos



Depósitos

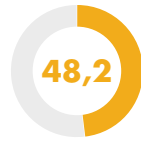


Crédito



Indicador por producto

Depósitos de bajo monto

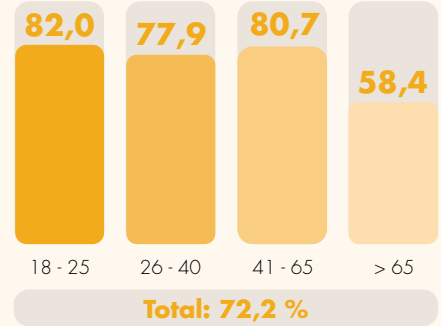


Cuenta de ahorros

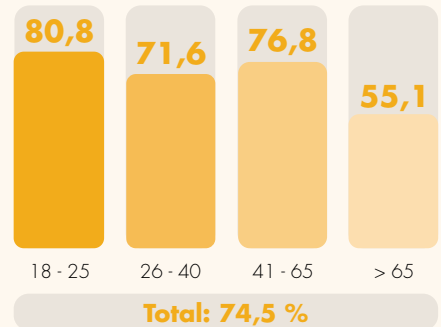


Adultos (%) con productos activos o vigentes

Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto **21 001,5**

Saldo promedio cuentas de ahorro **\$ 3 780 201,91**

Número de depósitos de bajo monto por 10 000 habitantes **13 708**



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes **44 596,16**

Monto promedio crédito de consumo **\$ 1 015 909**

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes **54,15**

Monto promedio crédito de vivienda **\$ 120 646 231**



Microcrédito

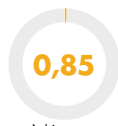
Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes **543**

Monto desembolsado en microcrédito **\$ 6 597 025**

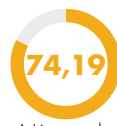


Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos **125,85**



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos **113,31**



Oficinas por 10 000 adultos **1,85**



Datáfonos por 10 000 adultos **264,30**

# 1.2. Municipios urbanos

Los municipios urbanos agregan la información de las ciudades y aglomeraciones y la de los municipios intermedios de acuerdo con Misión para la Transformación del Campo.

\* Cifras en revisión

Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



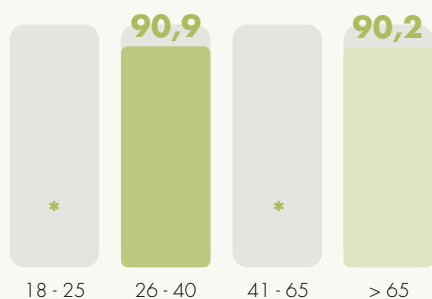
Microcrédito



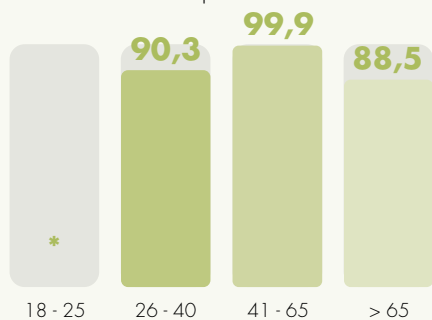
Tarjeta de crédito



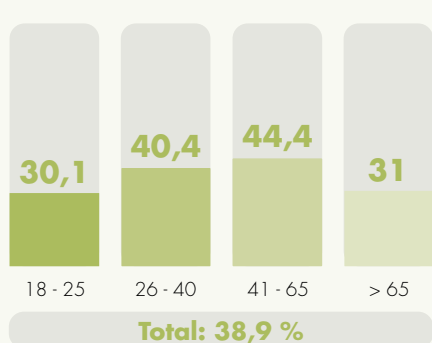
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

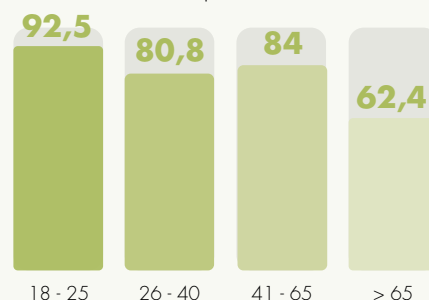
Depósitos de bajo monto



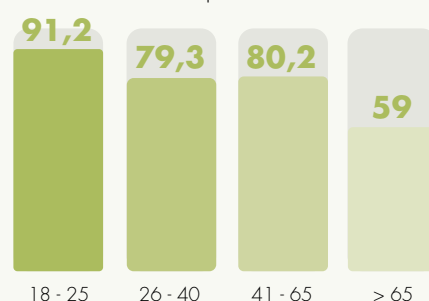
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

23 547,3

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 3 901 539



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

52 562

Monto promedio crédito de consumo

\$ 1 003 968

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

63,40

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 120 943 621



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

528

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 6 340 264,20



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

129,9



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

117,4



Oficinas por 10 000 adultos

1,9

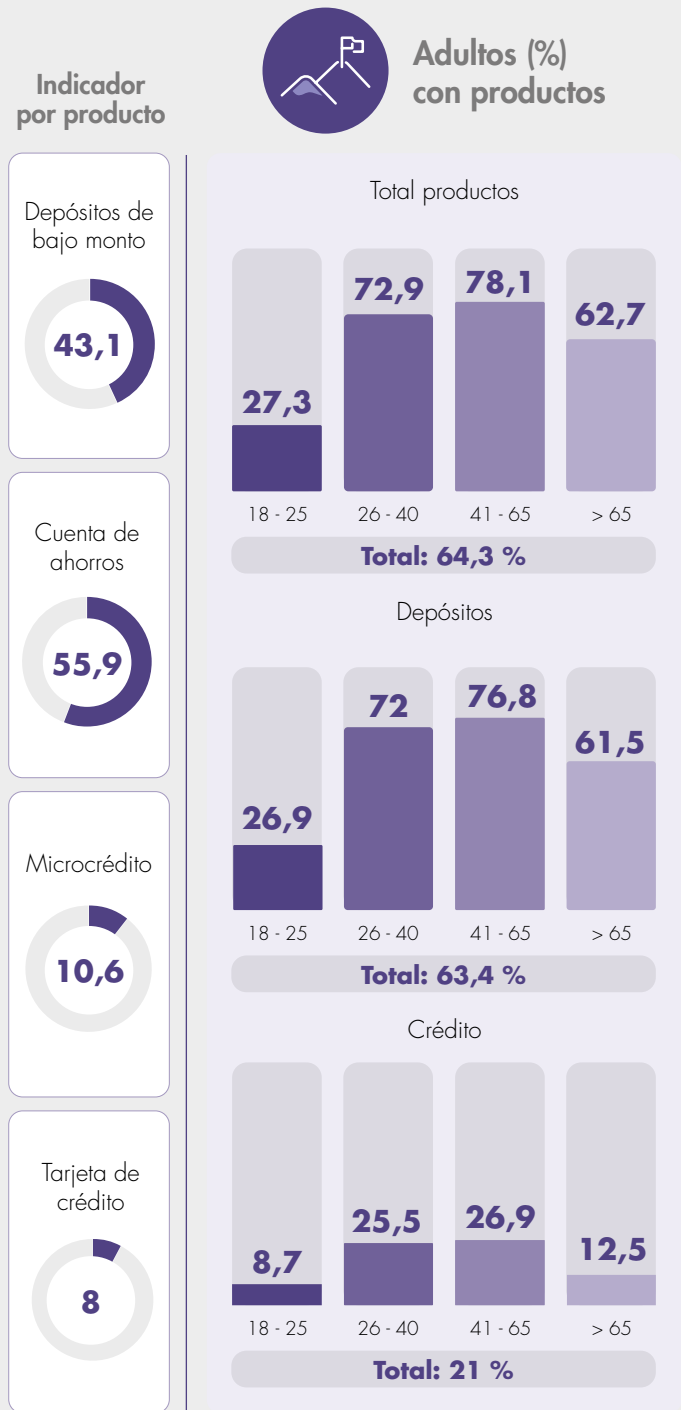


Datáfonos por 10 000 adultos

N/A

# 1.3. Municipios rurales

Los municipios rurales agregan la información de los municipios rurales y rurales disperso de acuerdo con Misión para la Transformación del Campo.

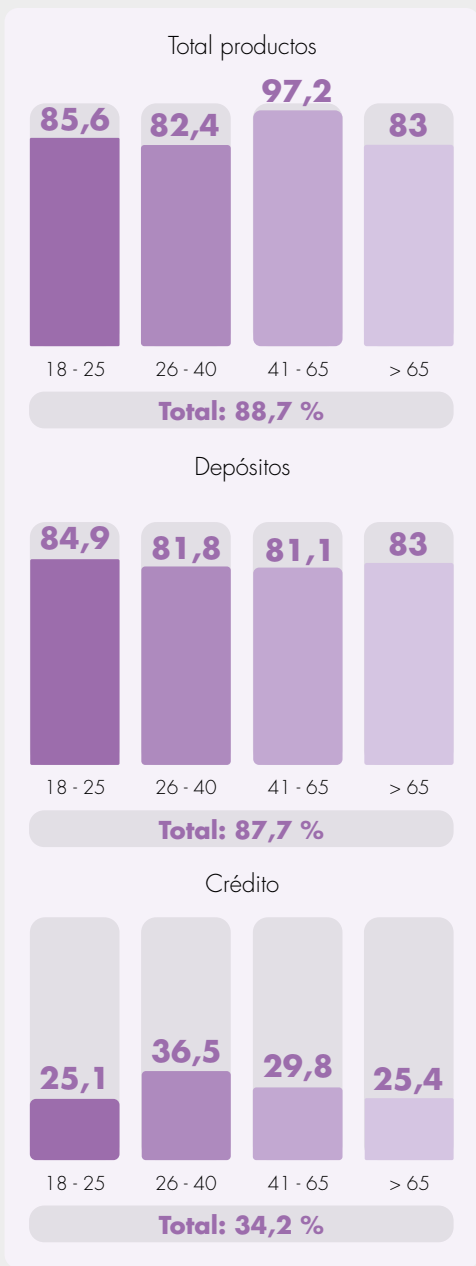
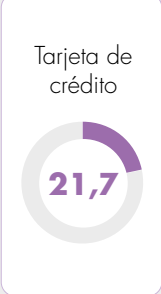
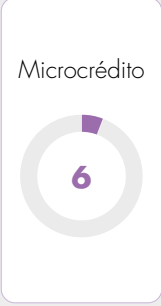


# 1.4. Mujeres



Adultos (%) con productos

Indicador por producto



Indicador por producto



Ahorro



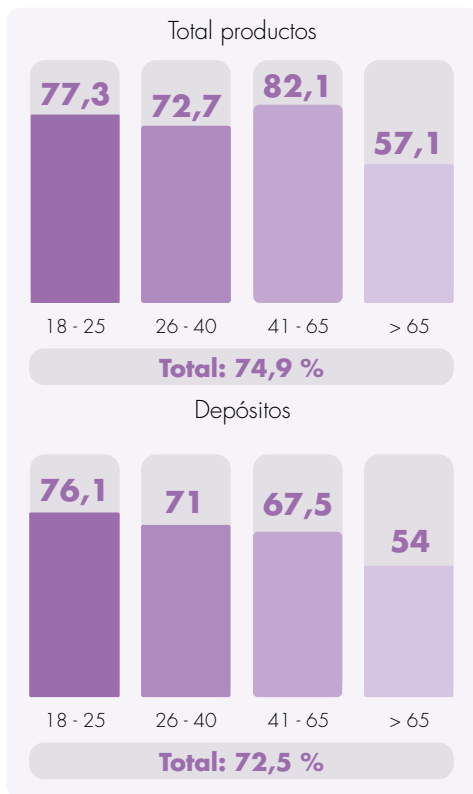
Crédito



Microcrédito



Adultos (%) con productos activos o vigentes



Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

17 587,1

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 335 576

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

42 564

Monto promedio crédito de consumo

\$ 892 362

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

52

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 110 878 077

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

563

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 5 771 481

# 1.5. Hombres



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

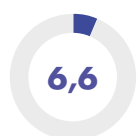
Depósitos de bajo monto



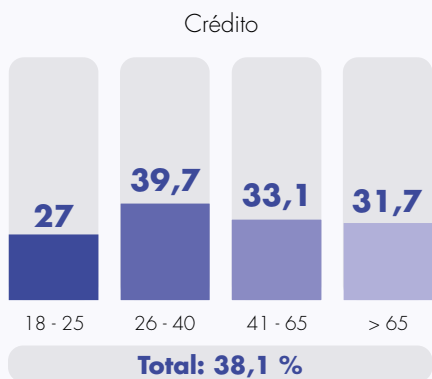
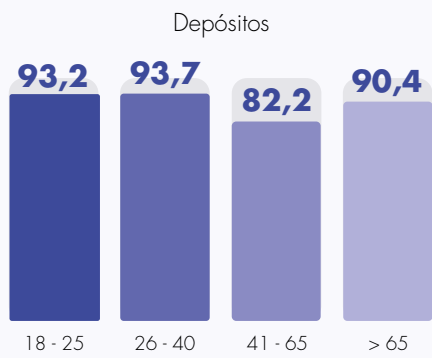
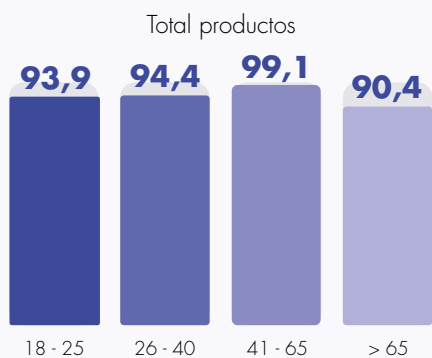
Cuenta de ahorros



Microcrédito



Tarjeta de crédito

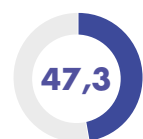


Indicador por producto

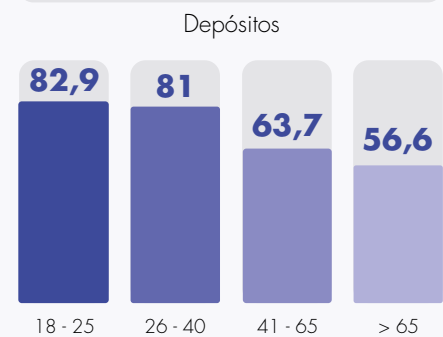
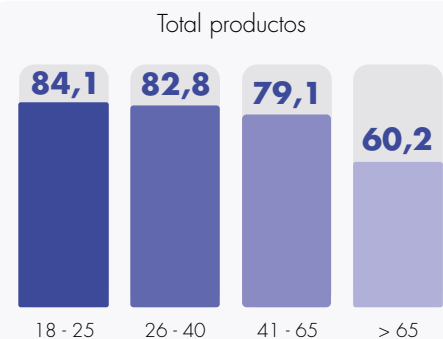
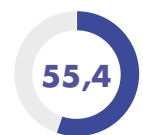


Adultos (%) con productos activos o vigentes

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto **21 174,8**

Saldo promedio cuentas de ahorro **\$ 1 327 905**



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes **46 808**

Monto promedio crédito de consumo **\$ 1 138 082**

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes **57**

Monto promedio crédito de vivienda **\$ 130 289 000**



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes **509**

Monto desembolsado en microcrédito **\$ 6 893 279**





# Panorama *general*

- **Principales resultados**  
Página 18
- **Acceso y uso de productos y servicios financieros de los adultos**  
Página 20
- **Tenencia de productos de depósito**  
Página 26
- **Tenencia de productos de crédito**  
Página 26
- **Acceso y uso a través de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia**  
Página 27
- **Acceso y uso a través de las entidades vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria**  
Página 29
- **Acceso a productos financieros a través de las ONG microfinancieras**  
Página 31



## 2.1. Principales resultados

El indicador de acceso a productos financieros tuvo un comportamiento favorable en el último año. El porcentaje de adultos que tenía algún producto subió de **90,5 %** al cierre de 2021 a **92,3 %** en 2022, incrementándose **1,9 pp**. Durante 2022, **1,2 millones** de colombianos adquirieron productos financieros por primera vez. De esta manera, **34,7 millones** de adultos contaban con un producto con el sistema financiero. A nivel de uso se observó una tendencia similar: el número de adultos con al menos un producto activo o vigente creció de 27,7 a **29,1 millones** entre 2021 y 2022, lo cual llevó a que el indicador de uso de los productos subiera del **74,8 %** al **77,2 %**, un crecimiento de **2,4 pp**.

En general, los productos de depósito explican el crecimiento del indicador de acceso. El porcentaje de la población adulta que tenía algún producto del pasivo bancario fue del **91,3 %** al cierre de 2022, cifra que supe-

ró en **2,2 pp** a la observada el año anterior. La cuenta de ahorros sigue siendo el producto que tiene mayor penetración entre los colombianos. En diciembre de 2022, **29,9 millones** de adultos tenían al menos una, lo que corresponde al **79,6 %** de la población adulta del país. Los depósitos de bajo monto fueron el segundo producto de depósito al que los colombianos más accedieron.

En lo correspondiente a los productos de crédito, el porcentaje total de adultos con por lo menos uno de ellos llegó a **36,2 %**, una cifra mayor en **1,8 pp** a la observada el año anterior. La tarjeta de crédito (**22,5 %**) y el crédito de consumo (**20,6 %**) continuaron siendo los más adquiridos por parte de los colombianos. El tercer lugar lo ocupó el microcrédito, puesto que el **6,3 %** de los adultos colombianos contaba con este producto en diciembre de 2022. Dicha cifra para el caso del crédito de vivienda llegó al **3,4 %**.

Analizando los desembolsos efectuados por las entidades financieras, se encontró que el número de créditos desembolsados por cada 100 000 adultos se incrementó para todas las modalidades entre 2021 y 2022.

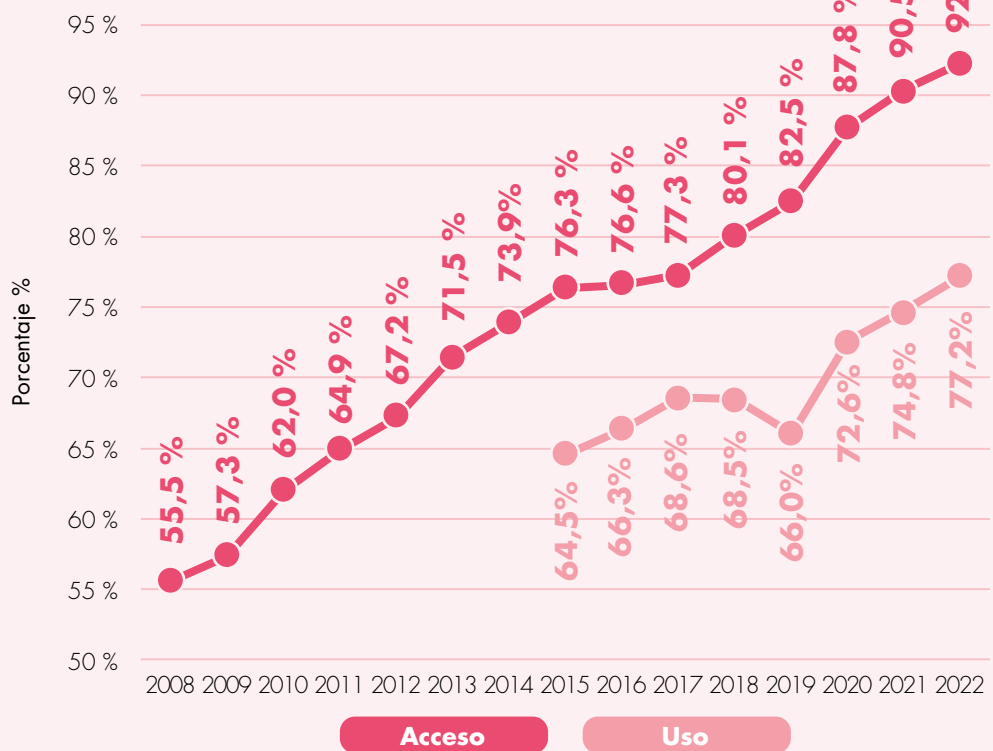
## 2.2.

# Acceso y uso de productos y servicios financieros de los adultos

Los dos indicadores, de acceso y uso, tuvieron una tendencia creciente. El indicador de acceso, que mide el número de adultos con productos financieros sobre el total de la población mayor de edad del país, alcanzó el **92,3 %** en diciembre de 2022. Este dato fue mayor en **1,9 pp** al observa-

do en el mismo mes de 2021 (**90,5 %**). De esta manera, el indicador mantuvo la tendencia creciente que ha exhibido durante los últimos años (gráfica 1). Así, **34,7 millones** de adultos colombianos contaban con por lo menos un producto financiero al finalizar 2022.

**Gráfica 1.** Evolución de los indicadores de acceso y uso 2010-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), con datos de TransUnion y Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE).

Igualmente, el indicador de uso, que mide el número de adultos con algún producto financiero activo o vigente sobre la población mayor de edad, presentó un comportamiento positivo entre 2021 y 2022. En efecto, el **77,2 %** de

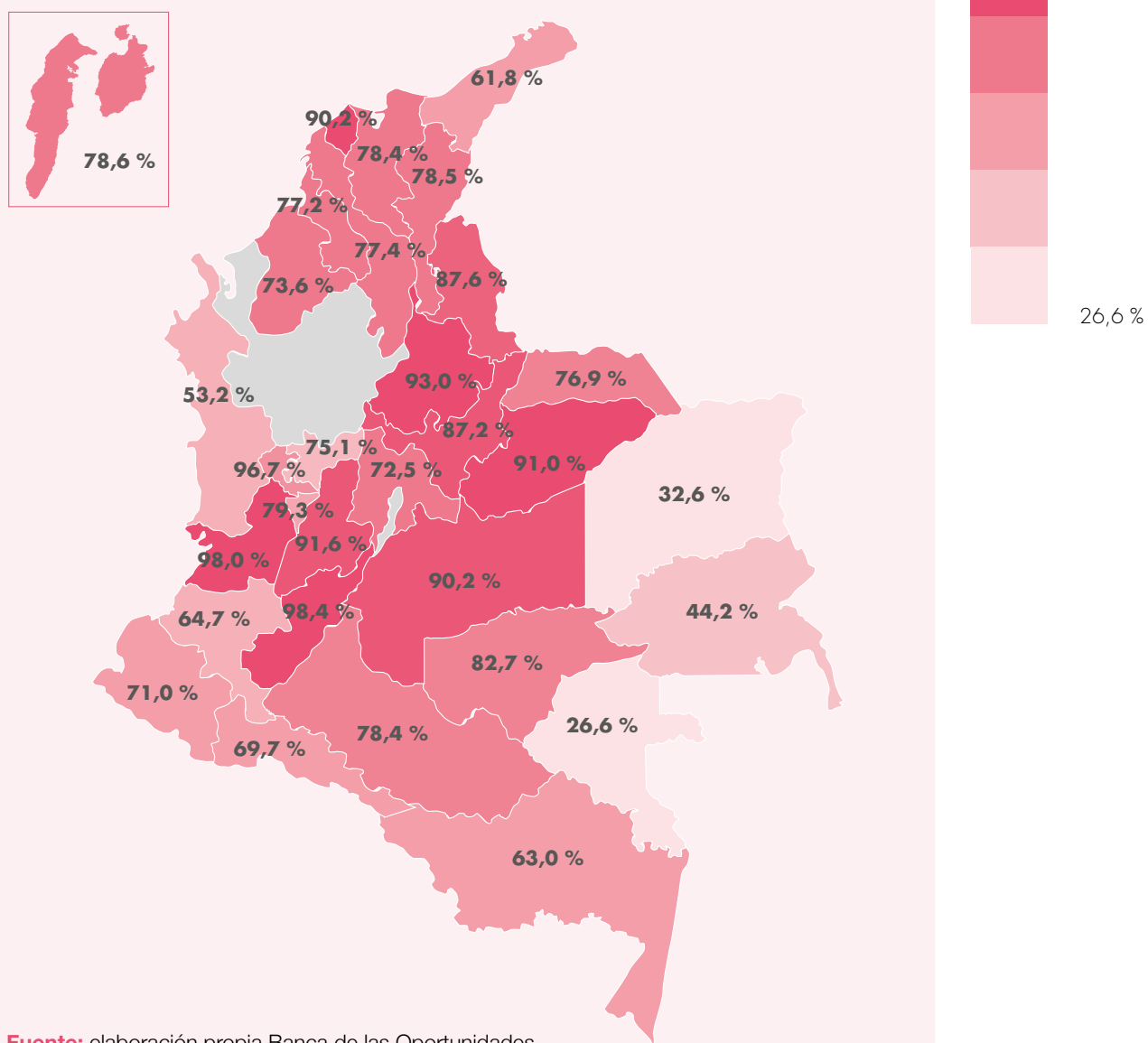
los adultos del país tenía al menos un producto financiero activo al cierre del año 2022, **2,4 pp** más que el registro de final de 2021. Así, el número de adultos con al menos un producto activo o vigente llegó a **29,1 millones** (gráfica 1).

## Departamental

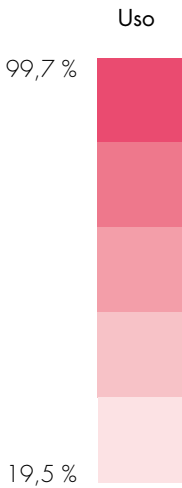
En 2022, la tendencia departamental del indicador de acceso a productos financieros se comportó de forma similar a la de los años anteriores. Por departamentos, se encontró que Bogotá, Antioquia, Huila y Valle alcanzaron los registros más altos

en el indicador de acceso en 2022, con registros que fueron superiores al **97,0 %**. En contraste, Vaupés, Vichada y Guainía presentaron los desempeños más bajos en este indicador, con datos inferiores del **45,0 %** (gráfica 2).

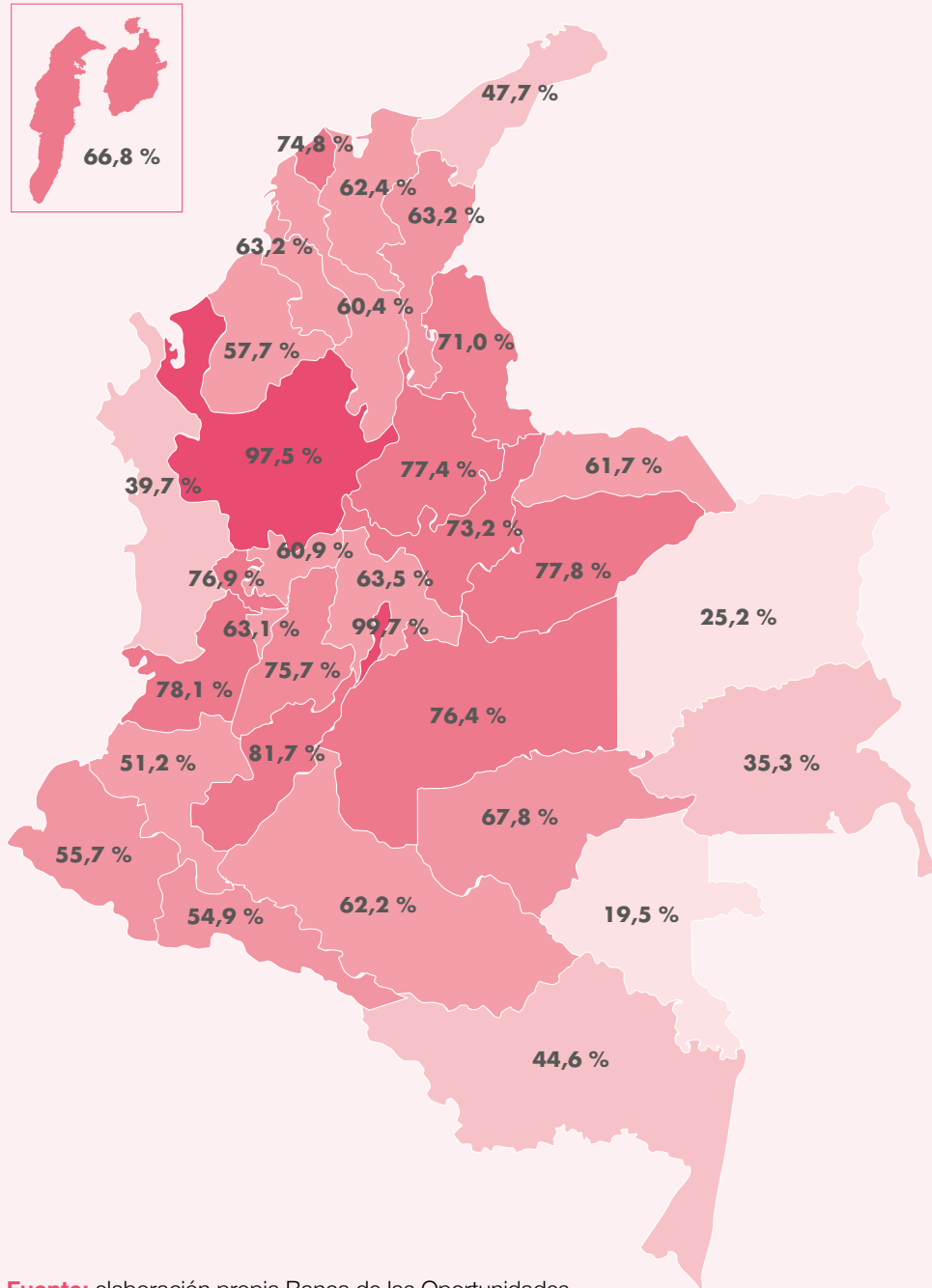
**Gráfica 2.** Indicador de acceso por departamento



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.



**Gráfica 3.** Indicador de uso por departamento



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

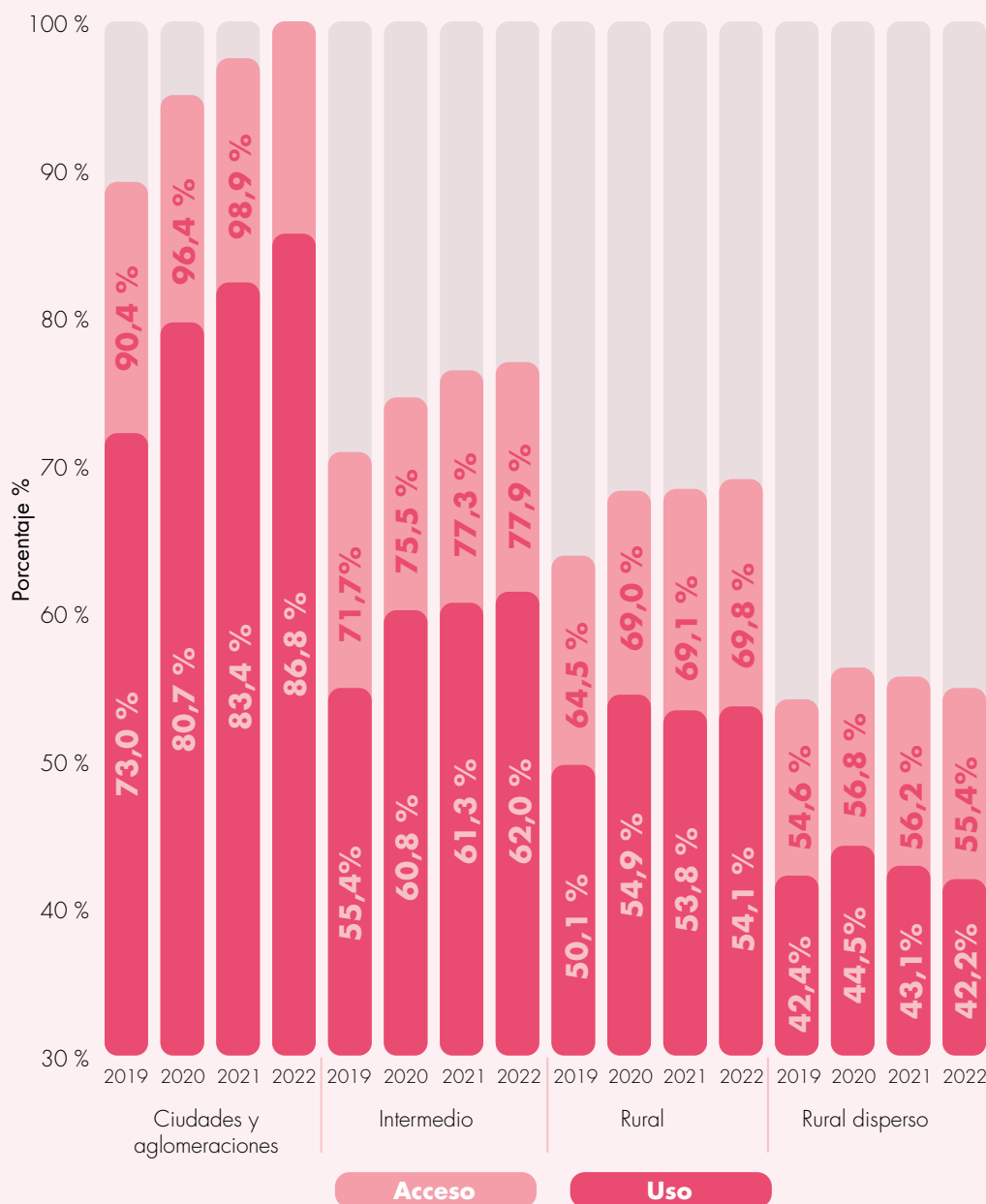
A nivel de uso, se presentaron resultados parecidos, siendo los mismos departamentos los que mostraron mejor acceso, mientras que Vichada, Vaupés, Guainía y Chocó evidenciaron los peores desempeños.

## Niveles de ruralidad

En 2022, se observó un incremento en la tenencia de productos financieros en todas las categorías excepto en la ruralidad. Los resultados son heterogéneos y muestran que en las ciudades y aglomeraciones los niveles de acceso y uso son superiores

al promedio nacional. El indicador de uso creció en el sector rural de **0,27 pp**, y en las zonas rurales dispersas, **0,9 pp**. Pese a los avances, el acceso continúa siendo menor a medida que aumenta la ruralidad (gráfica 4).

**Gráfica 4.** Indicadores de acceso y uso a productos financieros por categorías de ruralidad



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

## Sexo

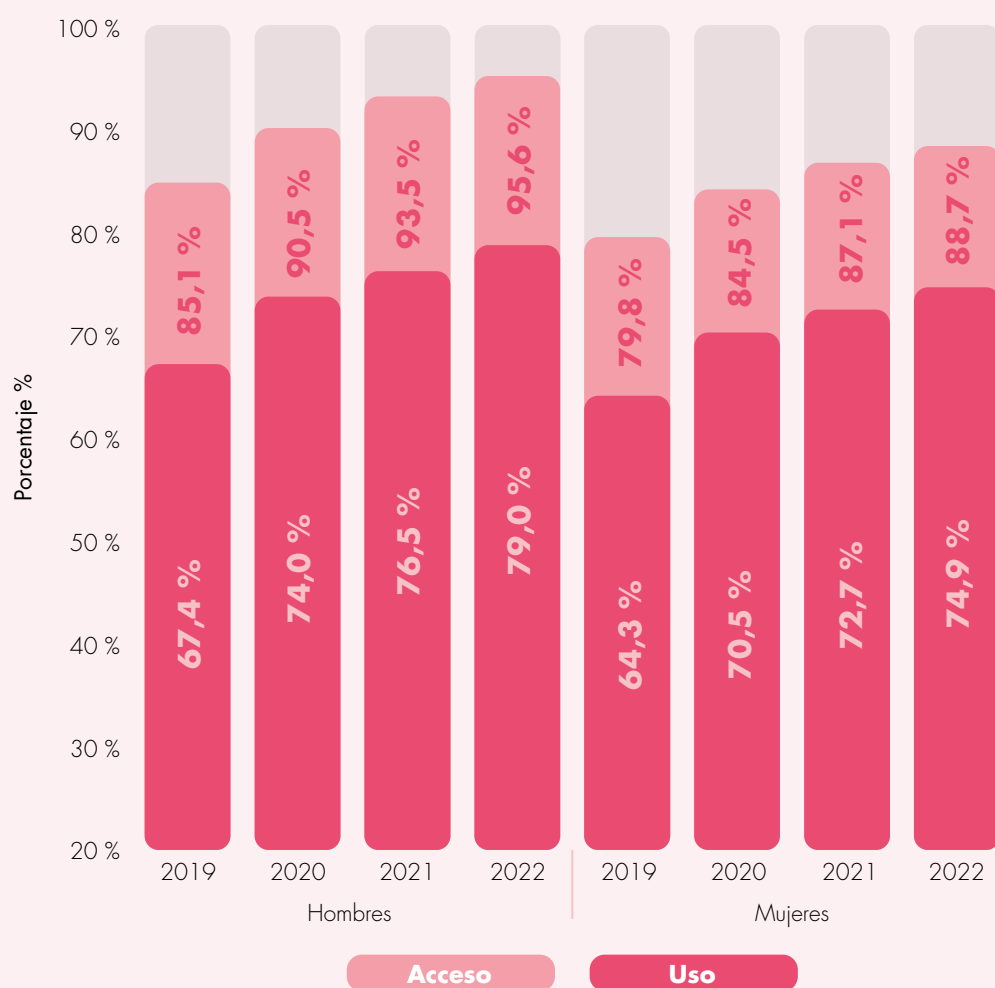
El acceso a productos financieros presentó un comportamiento favorable para mujeres y hombres adultos en 2022, llegando al **88,7 %** en el caso de las primeras y a **95,6 %** en estos últimos.

En el caso de los hombres, se observó un aumento de **2 pp** en este indicador, llegando a **17,2 millones** con productos. En el caso de las mujeres, este incremento fue de **1,6 pp**, alcanzando una cifra de **17,4 millones**. La

brecha en el acceso entre hombres y mujeres se amplió, pasando de **6,4 pp** en 2021 a **6,9 pp** en 2022 (gráfica 5).

Un comportamiento similar se observó en el nivel de uso de los productos financieros por sexo, con un avance de **2,5 pp** para los hombres y de **2,2 pp** para las mujeres entre 2021 y 2022. Por su parte, la diferencia entre hombres y mujeres fue de **4,1 pp** para el último año.

**Gráfica 5.** Indicadores de acceso y uso de productos financieros por sexo



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.



## Grupos de edad

En 2022, el incremento en el acceso y el uso a productos financieros se dio en todos los rangos de edad (gráfica 6). Las personas entre 41 y 65 años mostraron el mayor acceso (**98,1 %**), seguidas de las más jóvenes con **91,2 %** de acceso y, en tercer lugar, los adultos de la generación de 26 a 40 años (**88,6 %**). Desde 2019, el grupo de edad con mayor crecimiento ha sido el de los más jóvenes, el cual subió **19 pp** desde ese año.

En cuanto al uso, los adultos más jóvenes fueron quienes más usaron sus productos financieros, y el grupo de mayores de 65, los que menos. Sobresale la evolución de este indicador por parte del grupo de los más jóvenes, puesto que mostró un crecimiento de **23,1 pp** entre 2019 y 2022.

**Gráfica 6.** Indicadores de acceso y uso de productos financieros por grupos de edad



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

## 2.3.

# Tenencia de productos de depósito

El número de adultos con al menos un producto de depósito fue de **34,3 millones** al finalizar 2022, cifra que para aquellos que lo tenían activo llegó a **28 millones**. Esto quiere decir que, en el último año, **1,6 millones** de colombianos reactivaron o abrieron un producto del pasivo bancario. El número de adultos con al menos una cuenta de ahorros subió en un millón entre 2021 y 2022.

A nivel de uso se observaron resultados similares. Por una parte, la población mayor de edad con una cuenta de ahorros activa aumentó de **18,9 millones** en 2021 a **19,5 millones** en 2022. En otras palabras, **574 000**

personas se sumaron a los adultos que tienen su producto de depósito activo.

Por último, en el caso del depósito de bajo monto se encontró que el número de adultos que contaba con al menos un producto de este tipo ascendió a **23,4 millones** en 2022, **2,6 millones** de personas más que en 2021. Además, **18 millones** de personas tenían un depósito de bajo monto activo, cifra que superó en **2,7 millones** al dato del año anterior. Los depósitos de bajo monto han sido fundamentales en el reciente avance en acceso y uso de productos financieros, especialmente en la población más joven del país.

## 2.4.

# Tenencia de productos de crédito

El número de adultos con al menos un producto de crédito vigente en el país aumentó de **12,6 millones** en 2021 a **13,6 millones** en 2022. De esta manera, la proporción de adultos con el menos un producto del activo bancario presentó un aumento, pasando de **34,4 %** a **36,2 %** en el último año. Al analizar por producto se encontró que el número de adultos con al menos una tarjeta de crédito vigente en el país aumentó de **7,9** a **8,5 millones** entre 2021 y 2022. Una trayectoria similar se halló para el número de adultos con microcrédito: fueron cerca de **21 000** más. Por su parte, los adultos con crédito de consumo, excluyendo quienes tienen tarjetas de crédito, fueron **7,8 millones** en 2022, frente a los **6,9 millones** de 2021. Por su lado,

el número de adultos que contaban con un crédito de vivienda en el país se mantuvo estable en cerca de **1,3 millones**.

A nivel nacional, se desembolsaron **44 596** créditos de consumo por cada 10 000 adultos, con un monto promedio de COP 1 millón durante 2022. Asimismo, se efectuaron 543 desembolsos por cada 10 000 adultos de microcrédito por un monto promedio de COP **6,5 millones** y **120** créditos de consumo de bajo monto por cada 10 000 adultos con un valor promedio de COP **946 244**. Finalmente, se realizaron **54** desembolsos de créditos de vivienda por cada 10 000 adultos, por un valor promedio de COP **120 646 231**.

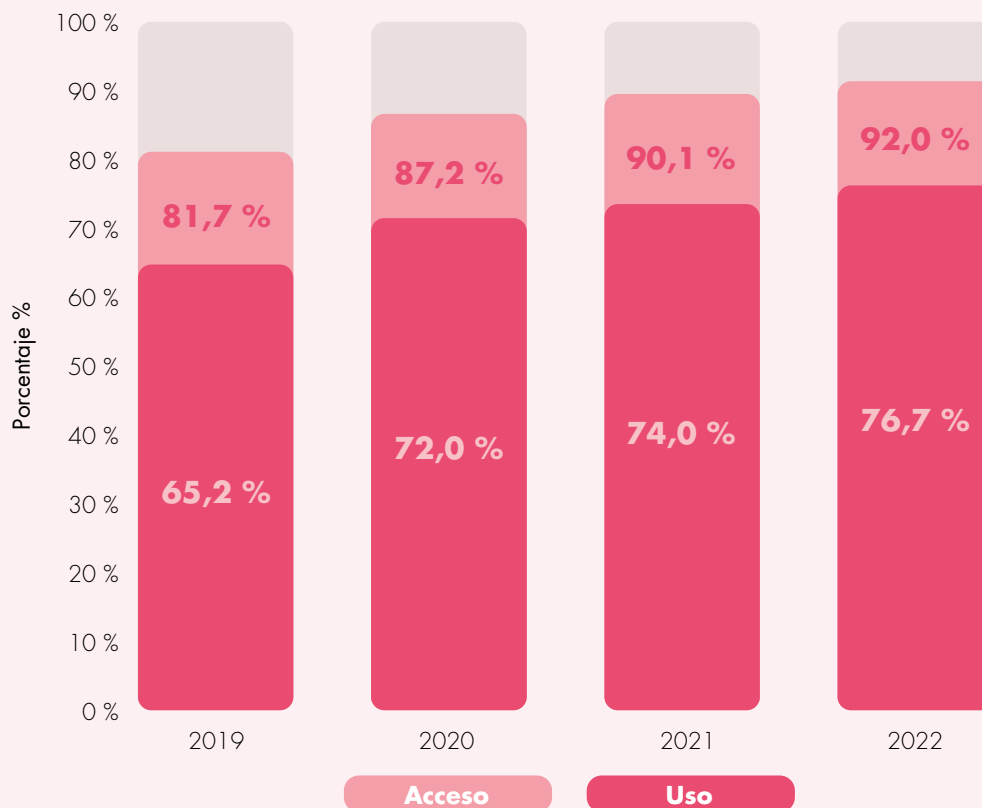
## 2.5.

# Acceso y uso a través de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia

En los indicadores tanto de acceso como de uso se observa un incremento a lo largo de los años analizados. En efecto, el porcentaje de adultos que tenía algún producto financiero con entidades vigiladas por la SFC subió del **90,1 %** al cierre de 2021 a

**92 %** en 2022, un crecimiento del **1,5 pp**. Así mismo, a nivel de uso, el porcentaje del número de adultos con al menos un producto activo o vigente aumentó de **74 %** a **76,7 %** entre 2021 y 2022, con una mejora de **2 pp** (gráfica 7).

**Gráfica 7.** Indicadores de acceso y uso de productos financieros a través de las entidades vigiladas por la SFC

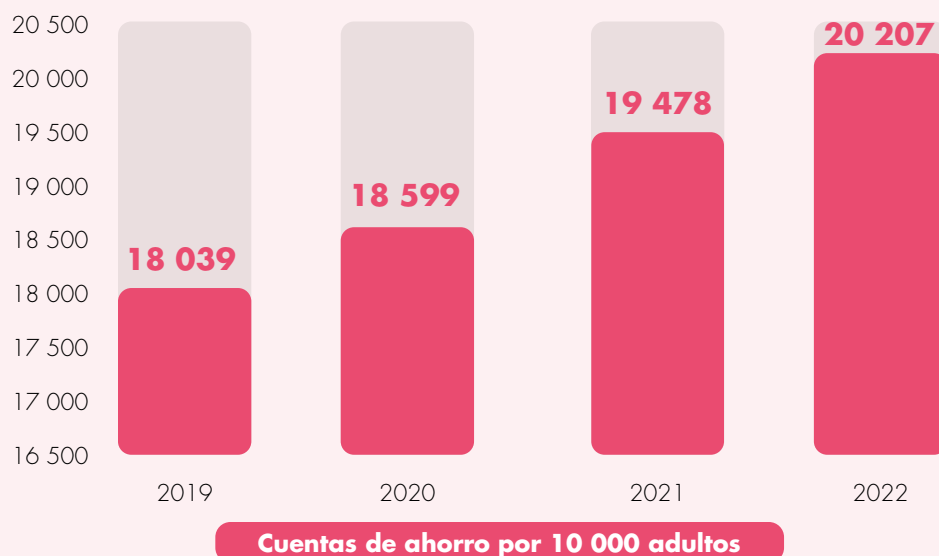


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE

Así mismo, los productos de depósito, en especial, las cuentas de ahorro y los depósitos de bajo monto, desempeñaron un papel fundamental como puerta de entrada al sistema financiero. En particular, el número de cuentas de ahorro por 10 000 adultos pasó de **19 478** en 2021 a **20 207**

en 2022, con un crecimiento del **4 %** (gráfica 8). Por su parte, los depósitos de bajo monto superan a las cuentas de ahorro en esta dinámica pues pasaron 10 851 productos por 10 000 adultos en 2021 a 13 708 en 2022, con una tasa de crecimiento de 26,3 %.

**Gráfica 8.** Número de cuentas de ahorro por 10 000 adultos 2019-2022, a través de la SFC



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades, con datos de la SFC.

Al comparar con el dato en 2021, el número de desembolsos incrementó en las modalidades de microcrédito y de consumo en 2022. Para

el mismo periodo, el número de desembolsos de crédito de vivienda decreció en el **20 %** en relación con el dato del año anterior (tabla 1).

**Tabla 1.** Número de desembolsos por 10 000 adultos y monto promedio desembolsado a través de las entidades vigiladas por la SFC

Tipo	Indicador	2021	2022
Microcrédito	Número	389,1	441,7
	Monto (COP)	6 329 692	6 919 606
Consumo	Número	35 241	44 322
	Monto (COP)	1 072 522	977 901
Vivienda	Número	66,5	53,7
	Monto (COP)	119 663 600	120 632 491

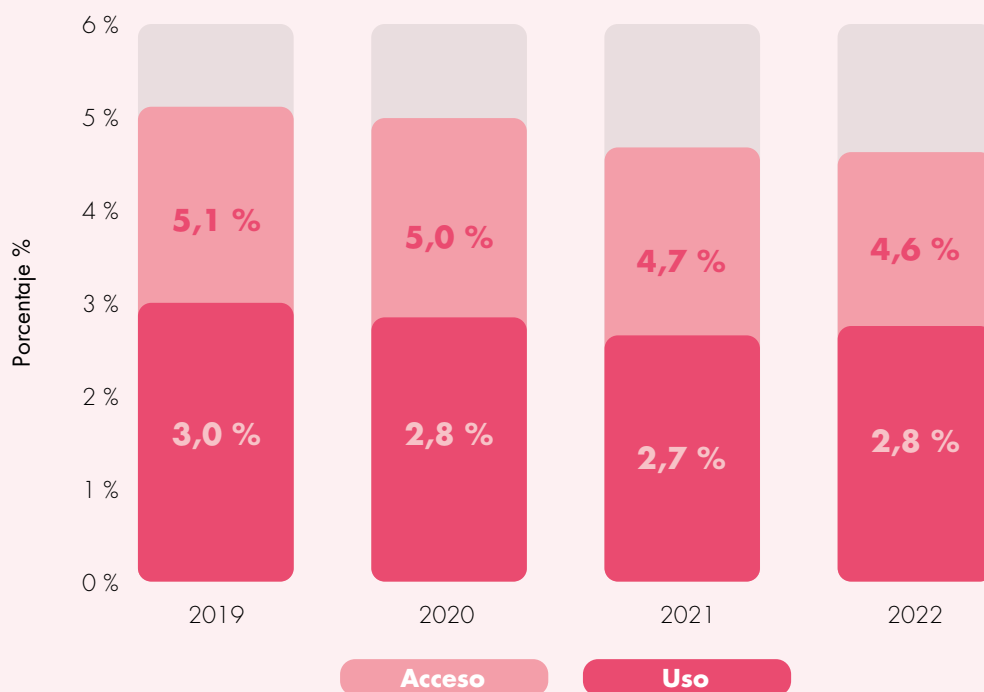
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades, con datos de la SFC.

## 2.6. Acceso y uso a través de las entidades vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria<sup>1</sup>

El comportamiento de los indicadores de acceso y uso de productos financieros a través de las cooperativas de ahorro y crédito (CAC) vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria (SES) ha venido

disminuyendo sostenidamente. En lo referente al indicador de acceso a productos financieros, esta proporción disminuyó 10 puntos básicos (pb) entre 2021 y 2022 (gráfica 9).

**Gráfica 9.** Indicadores de acceso y uso de productos financieros a través de las CAC vigiladas por la SES



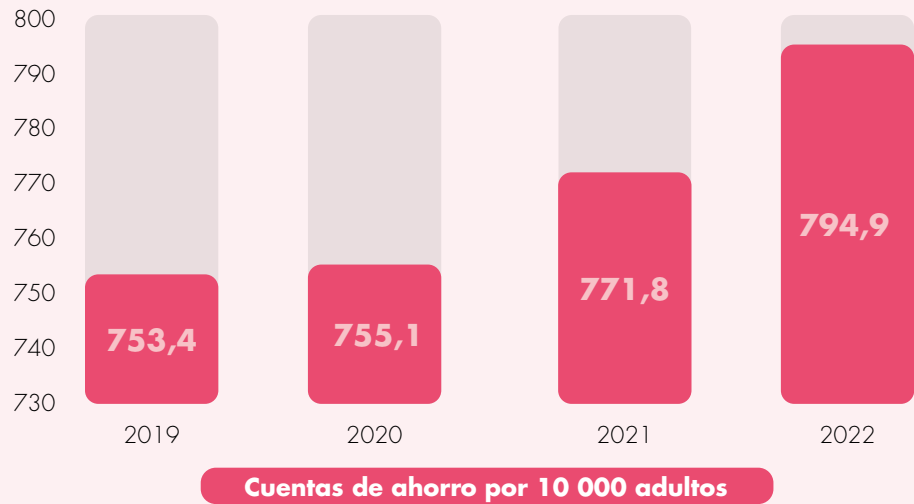
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

A pesar de que la proporción de adultos con al menos un producto financiero en las CAC vigiladas por la SES ha descendido, el número de adultos que los usan aumentó ligeramente

en 2022. En particular, el indicador de uso tuvo una tendencia favorable, pasando de **2,7 %** en 2021 a **2,8 %** en 2022, un incremento de **0,1 pp** (gráfica 9).

1. Parte de la información de esta sección se realiza con base en las entidades del sector solidario que reportan información TransUnion. Así, es posible que se subestime ligeramente la dimensión del sector solidario por este hecho.

**Gráfica 10.** Número de cuentas de ahorro por 10 000 adultos 2019-2022, por años, a través de la SES



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de la Superintendencia de la Economía Solidaria (SES).

El número de cuentas de ahorro en las cooperativas que son vigiladas por la SES siguen aumentando continuamente desde 2020. La cantidad de cuentas de ahorro por 10 000 adultos

fue de **771,8** en 2021 y subió a **794,9** a cierre de 2022 (gráfica 10). Esto significa que hubo un crecimiento del **3 %** en el número de cuentas de ahorro por adulto en esas entidades.

**Gráfica 11.** Número de desembolsos por 10 000 adultos de microcrédito, consumo y vivienda otorgados por las CAC vigiladas por la SES 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de la SES.

En cuanto a los desembolsos de crédito, el número de operaciones de crédito de consumo se incrementó en un **9 %** entre 2021 y 2022 en este tipo de entidades (gráfica

11). Por el contrario, el número de desembolsos de microcrédito y vivienda sigue bajando, con un decrecimiento del **6 %** y **8 %**, respectivamente.

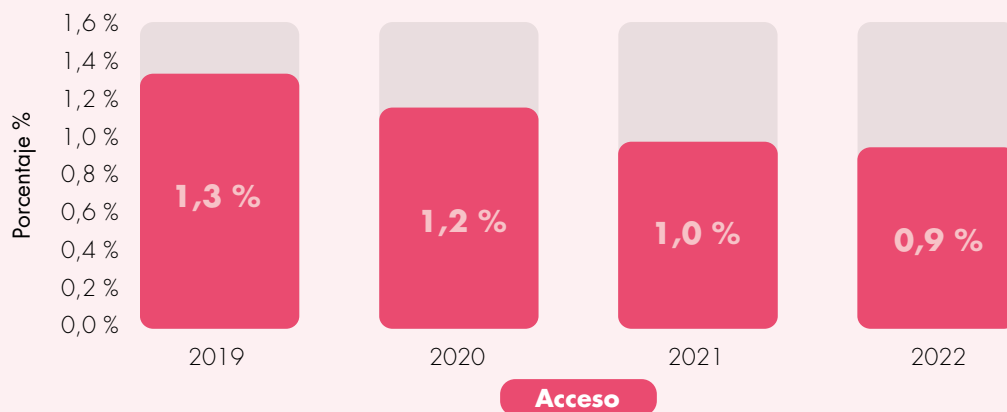
## 2.7.

# Acceso a productos financieros a través de las ONG microfinancieras<sup>2</sup>

El acceso a productos financieros de las ONG microfinancieras continuó presentando una tendencia decreciente a cierre de 2022. Así, el porcentaje de adultos que tenía algún crédito con una ONG disminuyó del **1 %** al

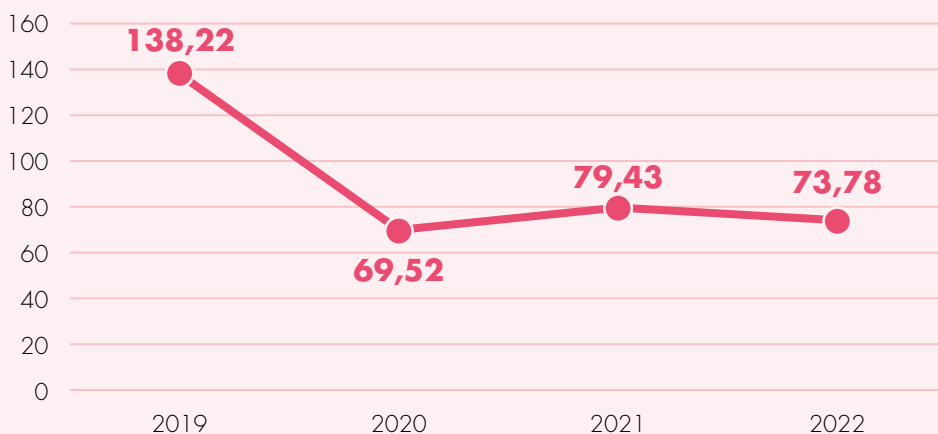
cierre de 2021 a **0,9 %** en 2022. De otro lado, el número de desembolsos de microcrédito descendió de 79,43 en 2021 a 73,78 por cada 10 000 adultos a cierre de 2022, con un decrecimiento del **7 %** (gráfica 12).

**Gráfica 12.** Indicadores de acceso y uso de productos financieros a través de las ONG microfinancieras



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

**Gráfica 13.** Número de desembolsos por 10 000 adultos de microcrédito de las ONG microfinancieras 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de ONG microfinancieras.

2. La información de esta sección se realiza con base en las entidades del sector solidario que reportan voluntariamente a Banca de las Oportunidades. Así, es posible que se subestime ligeramente la dimensión del sector de las ONG microfinancieras por este hecho.





# Los productos de depósito y transaccionales

- **Principales resultados**  
Página 34
- **Perspectivas generales**  
Página 36
- **Cuentas de ahorro**  
Página 40
- **Depósitos de bajo monto**  
Página 53
- **Recuadro 1.**  
Evolución de los productos transaccionales en Colombia  
Página 58



## 3.1. Principales resultados

Los indicadores asociados a los productos de depósito mantuvieron un comportamiento favorable en 2022, aumentando tanto a nivel de acceso como de uso en comparación con el año anterior. Este resultado se explica por la dinámica registrada en los depósitos de bajo monto y, en menor medida, por las cuentas de ahorro.

Analizando los resultados por dominios geográficos, se evidencia que el nivel de ingreso sigue siendo un determinante claro del acceso y uso de productos depósito, teniendo en cuenta que casi siempre los indicadores son mejores en las zonas con mayor actividad económica. En particular, la región pacífica es la más rezagada en los diferentes indicadores estudiados en este informe.

Comparando por niveles de ruralidad, se encontró que los municipios clasificados como rurales, que usualmente presentan mayores

niveles de pobreza, están rezagados en los indicadores de acceso y uso a depósitos en relación con los municipios clasificados como ciudades y aglomeraciones.

Por otro lado, en cuanto a las diferencias en sexo y edad, los resultados fueron variables. En general, las mujeres presentan niveles más bajos en los indicadores de análisis con respecto a los hombres; sin embargo, en ciertas comparaciones, como los saldos promedios de las cuentas de ahorro y el acceso a depósitos de bajo monto, esta diferencia resulta a favor de ellas. Paralelamente, las personas mayores de 65 años registran, en el total, un acceso y uso más bajo a productos de depósito, algo que, no obstante, está explicado en mayor medida por el resultado registrado en el acceso y uso a depósitos de bajo monto, lo cual podría indicar la existencia de una barrera para utilizar servicios financieros digitales.



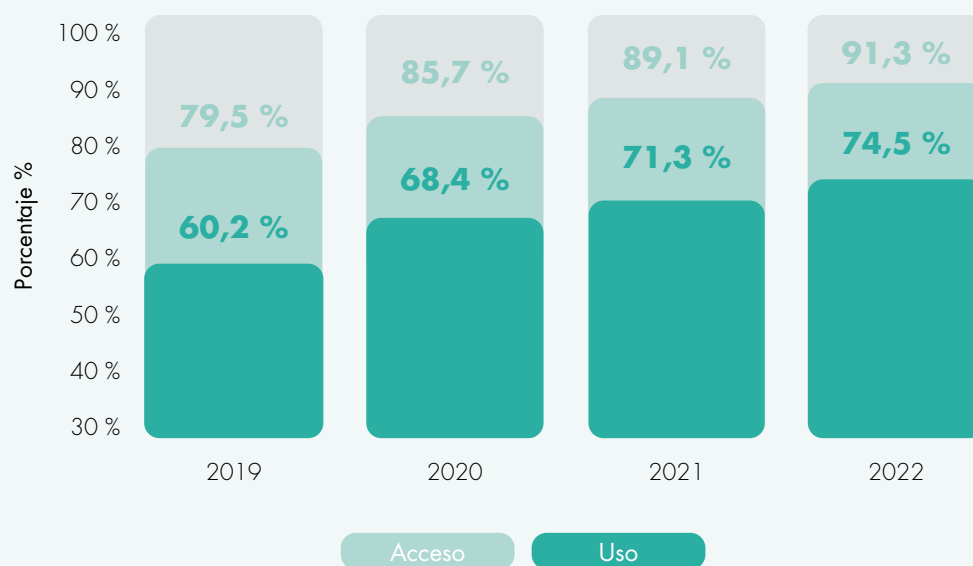
## 3.2. Perspectivas generales



**El acceso a productos** de depósito mantuvo la tendencia positiva de los últimos tres años. En 2022, el indicador de acceso a productos de depósito fue de **91,3 %**, el cual es **2,2 pp** más alto que el resultado del año anterior (gráfica 1). Esto implica que, en el último año, **34,3 millones de adultos contaban con un producto del pasivo bancario**. No obstante, se observa que el ritmo de crecimiento del indicador se ha desacelerado.

**A nivel de uso** se registraron resultados similares. El indicador aumentó **3,2 pp**, alcanzando un nivel de **74,5 %**. Es decir, cerca de **28,1 millones de adultos** mantuvieron activa o vigente al menos una cuenta de ahorros, una cuenta corriente o un depósito de bajo monto<sup>1</sup>.

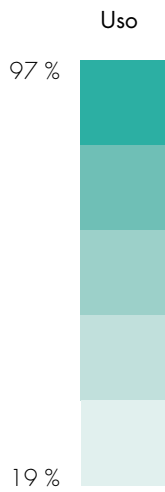
**Gráfica 1.** Indicadores de acceso y uso a productos de depósito nacional 2019-2022



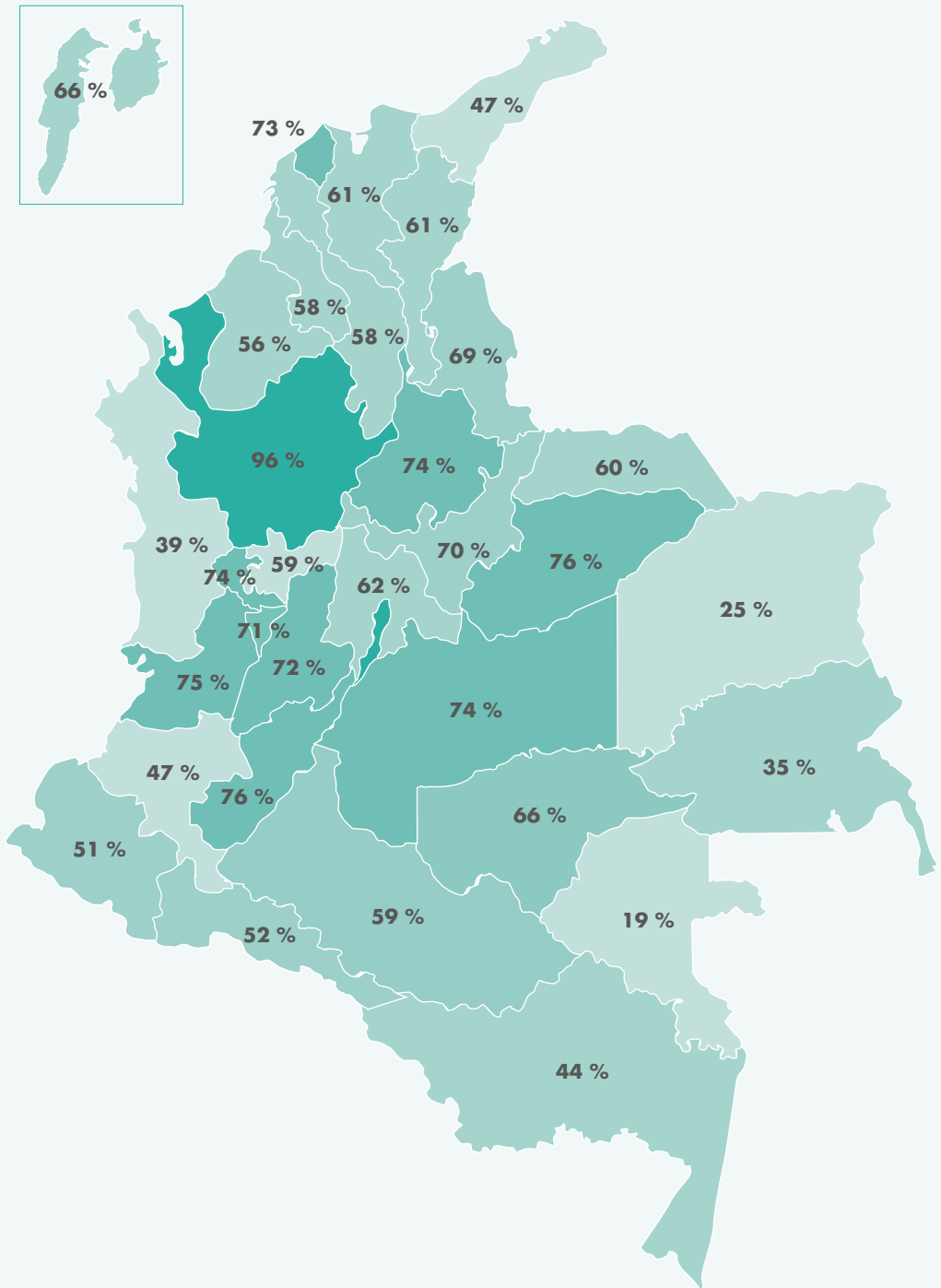
1. También incluye certificados de depósito a término (CDT), que por definición siempre están activos.

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), con datos de TransUnion y Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).





**Gráfica 3.** Mapa departamental del indicador de uso a productos de depósito 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

Ahora bien, analizando los resultados por grupos de edad se encuentra que, en 2022, la población mayor a 65 años registró un indicador de acceso de **84,6%**, lo que representa una brecha con los jóvenes entre 18 y 25 años de **5,9 pp** (gráfica 4).



Por **nivel de ruralidad**, mientras que las zonas rurales dispersas tuvieron un índice de acceso de **54,6 %**, los municipios intermedios registraron uno de **76,6%**, una diferencia de **22 pp** (gráfica 6).

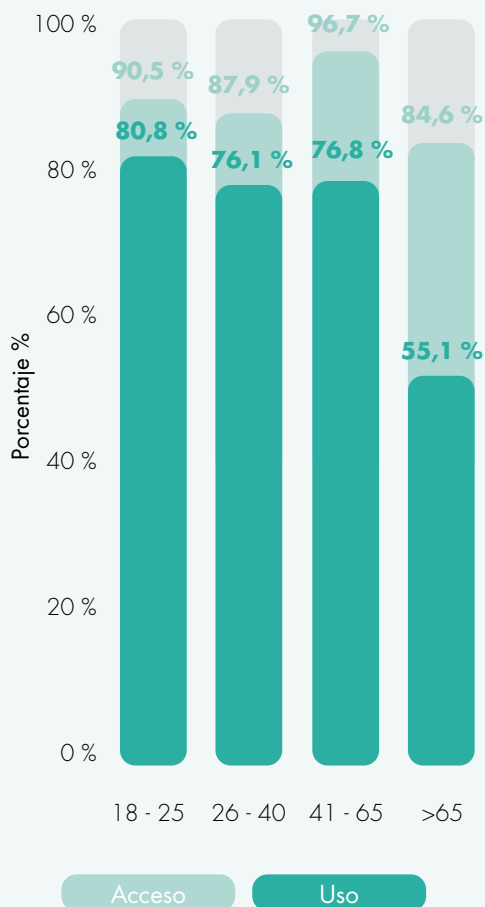


Del lado del **sexo**, el porcentaje de mujeres adultas que accedieron a un producto de depósito fue de **87,7 %**, un indicador **6,7 pp** más bajo que el de los hombres (gráfica 5).

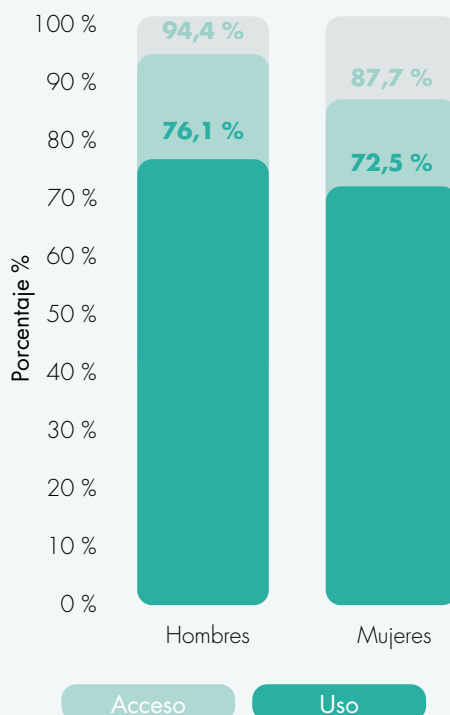


Por el contrario, **a nivel de uso**, los jóvenes entre 18 y 25 años, los hombres y los adultos que viven mayoritariamente en ciudades y aglomeraciones se destacaron por ser los que más tenían este tipo de productos activos. En detalle, sus indicadores de uso fueron **80,8 %** (gráfica 4), **76,1 %** (gráfica 5) y **84,3 %** (gráfica 6), respectivamente<sup>2</sup>.

**Gráfica 4.** Indicadores de acceso y uso de productos de depósito por grupos de edad 2022



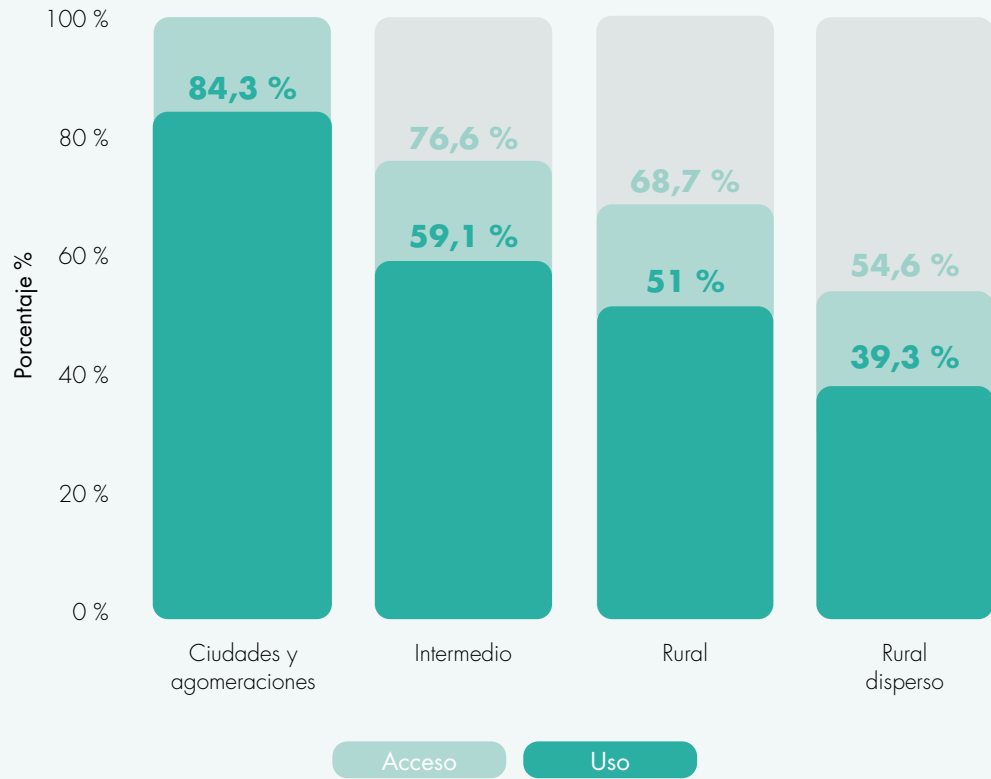
**Gráfica 5.** Indicadores de acceso y uso de productos de depósito por sexo 2022



2. La proporción de productos de depósito activos (uso/acceso) fue mayor en las ciudades y aglomeraciones (84 %) que en las zonas rurales (72-74 %). Las ciudades intermedias tuvieron un 77 % de productos activos. Estas cifras muestran diferencias significativas entre los distintos territorios, aunque menores que las que se obtienen con los índices habituales de acceso y uso a los depósitos.



**Gráfica 6.** Indicadores de acceso y uso a productos de depósito por niveles de ruralidad 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

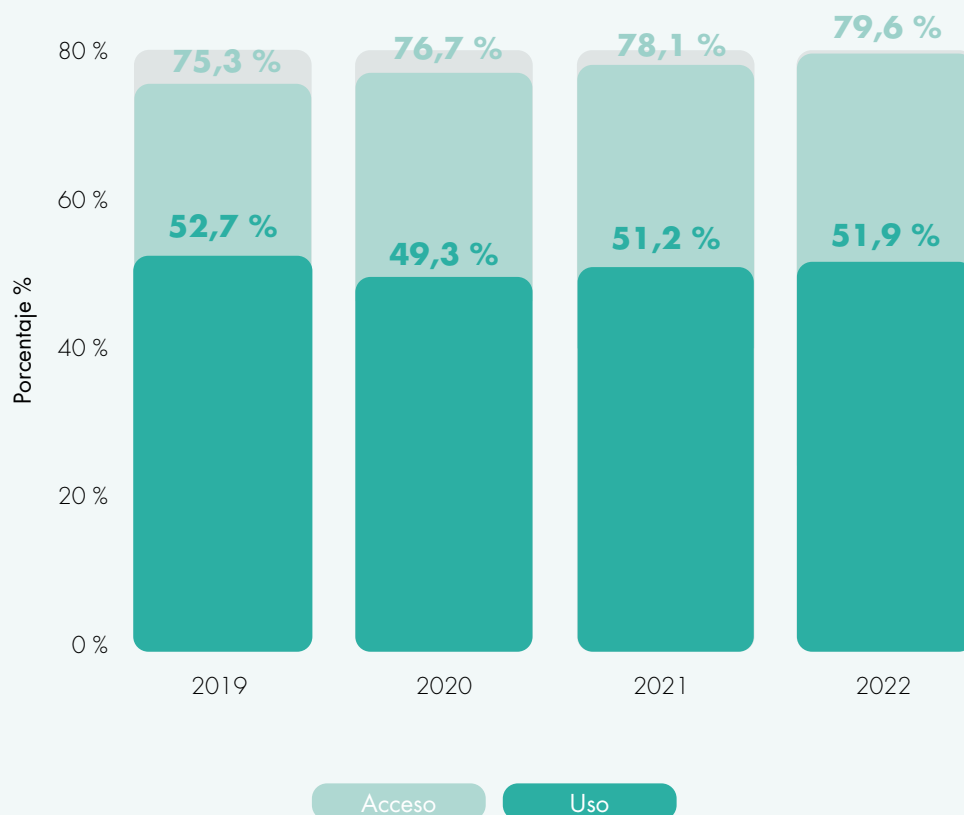
### 3.3. Cuentas de ahorro

Durante 2022, la cuenta de ahorros siguió siendo el producto con mayor penetración en el país, manteniendo incrementos relativamente estables. Por un lado, el indicador de acceso de cuentas de ahorro aumentó **1,5 pp**, comparado con el año anterior, situándose en **79,6 %** (gráfica 7). Así, **29,9** millones de adultos tenían una cuenta de ahorros, aproxi-

madamente un millón más que en 2021. Por otro lado, el indicador de uso de cuentas de ahorro se ubicó en **51,9 %**, aumentando **0,7 pp** con respecto al año pasado (casi 600 mil personas adicionales). No obstante, a pesar del comportamiento favorable, no se han recuperado los niveles de uso de 2019, cuando el indicador alcanzó un valor de **52,7 %**.



**Gráfica 7.** Indicadores de acceso y uso a cuentas de ahorro 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

A su vez, para fines del análisis, el país se puede dividir en seis regiones: **el Caribe** (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, San Andrés y Sucre), **el Eje Cafetero** (Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda), **el Pacífico** (Cauca, Chocó, Nariño y Valle del Cauca), **Centro Sur** (Amazonas, Caquetá, Huila, Putumayo y Tolima), **Llanos** (Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta, Vaupés y Vichada) y **Centro Oriente** (Bogotá D. C., Boyacá, Cundinamarca, Norte de Santander y Santander)<sup>3</sup>.

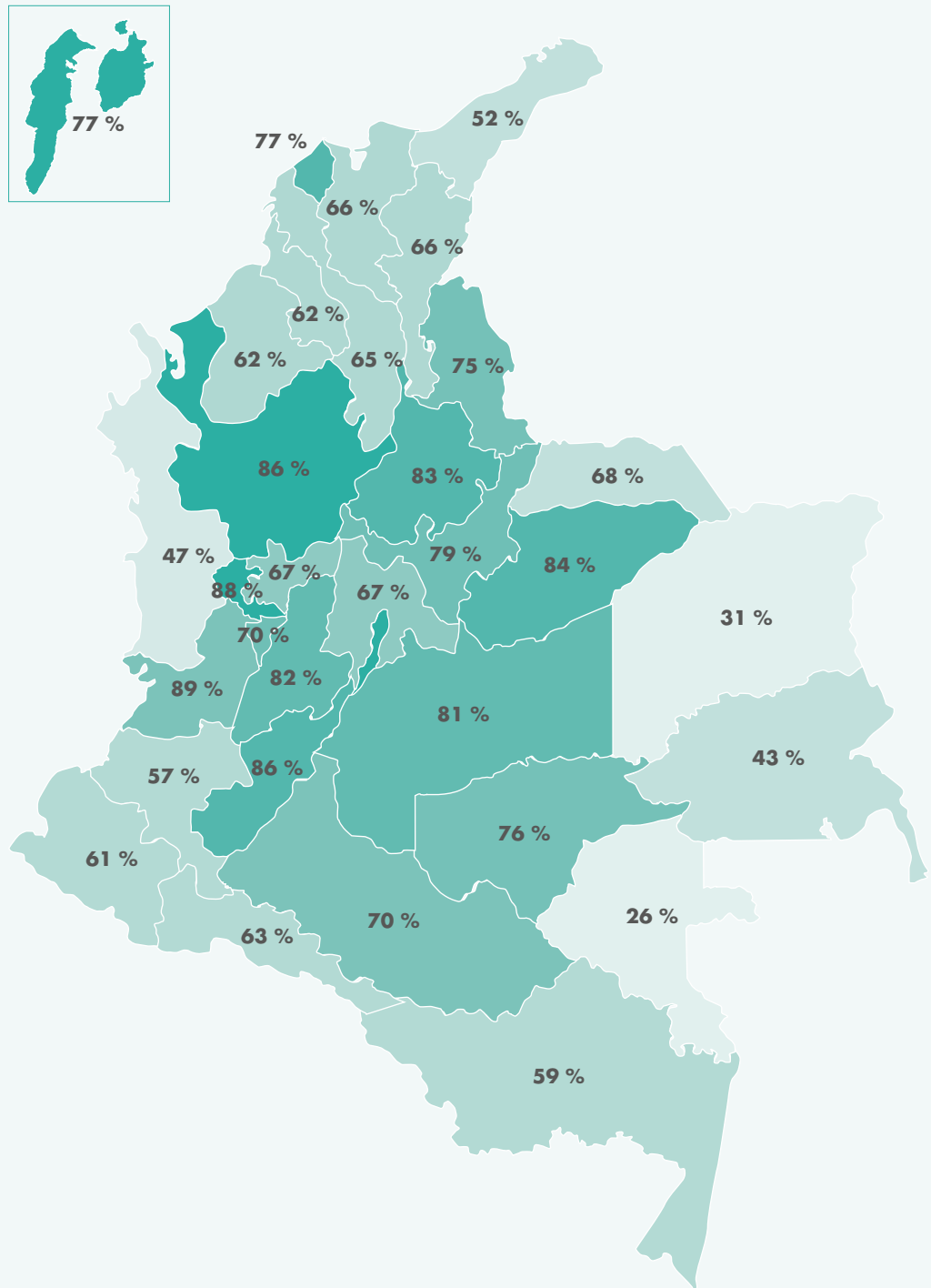
Dicho lo anterior, en materia tanto de acceso como de uso de las cuentas de ahorro tradicionales, se puede evidenciar que las regiones del Caribe, el Pacífico y los Llanos son las más rezagadas.

Concretamente, en promedio, el indicador de acceso en estas regiones fue de **62,7 %**, y el de uso, de **36,7 %**. En cambio, el Eje Cafetero, la región Centro Oriente y Centro Sur tienen indicadores promedio de acceso y uso de **77,2 %** y **49,3 %**, respectivamente (gráficas 8 y 9).

3. Esta es la distribución geográfica por regiones según el artículo 45 de la Ley 2056 de 2020 "Por la cual se regula la organización y el funcionamiento del Sistema General de Regalías".

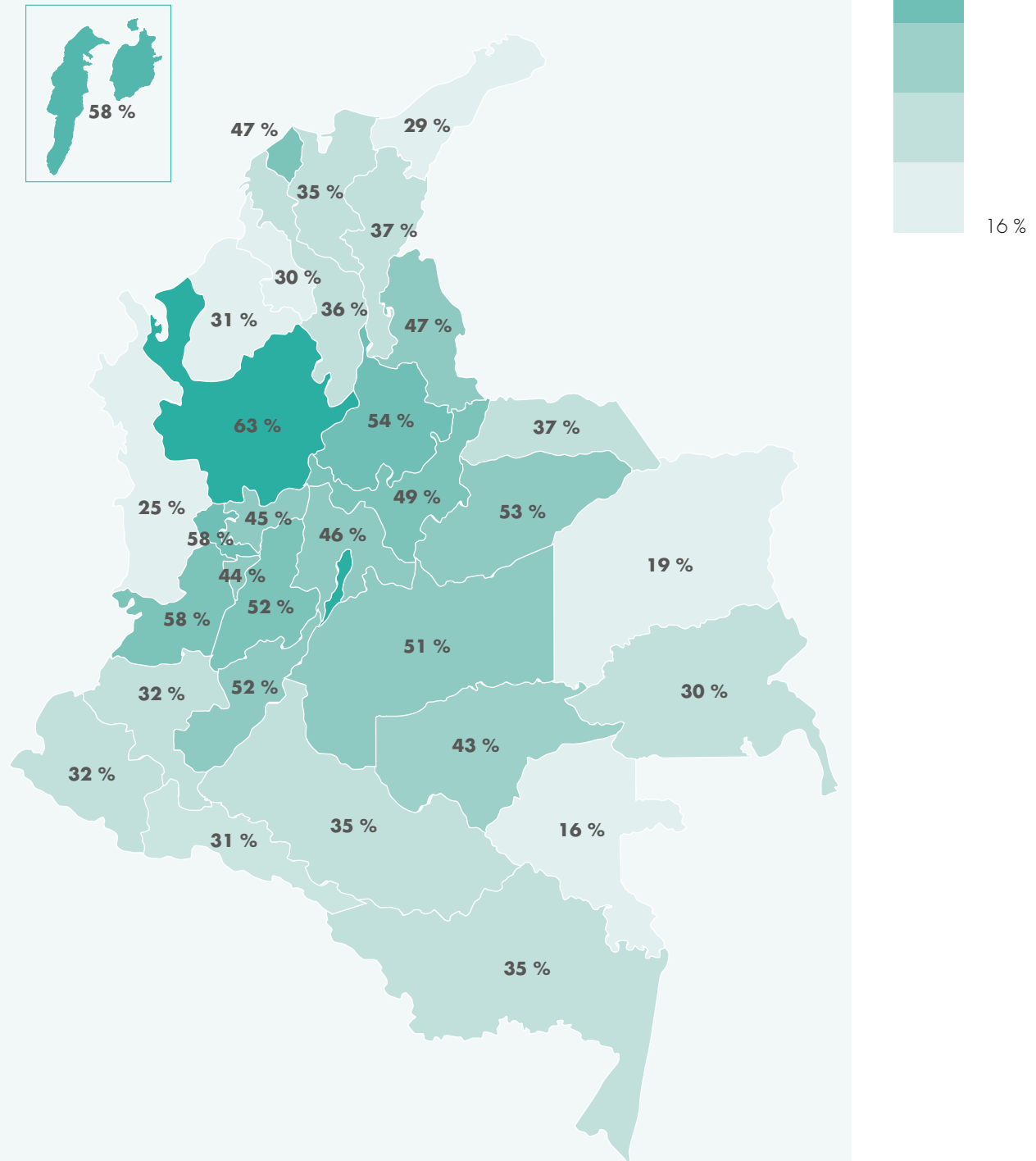


**Gráfica 8.** Mapa departamental del indicador de acceso a cuentas de ahorro 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

**Gráfica 9.** Mapa departamental del indicador de uso de cuentas de ahorro 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

Al revisar los **indicadores de acceso y uso** a cuentas de ahorro por grupos de edad, se evidencian resultados mixtos. Por una parte, el **66,4 %** de los jóvenes con edades entre los 18 y los 25 años tienen una cuenta de ahorros, siendo el grupo etario con menor acceso. Este comportamiento es bastante dispar al resto de grupos de análisis, que tuvieron niveles de acceso superiores al **76 %**.



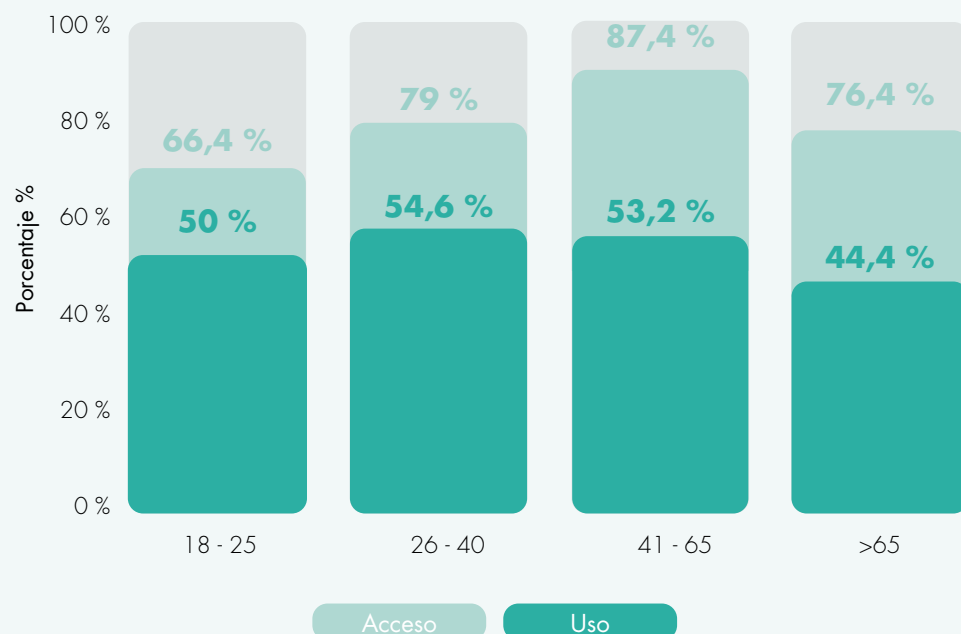
Frente a los **indicadores desagregados por sexo**, la brecha en acceso y uso de cuentas de ahorro fue de alrededor de **7 pp**. Así, los hombres registraron un indicador de acceso de **82,9 %** y de uso de **55,4 %**, mientras que las mujeres tuvieron, para las mismas mediciones, indicadores de **76 %** y **48,4 %**, respectivamente (gráfica 11).



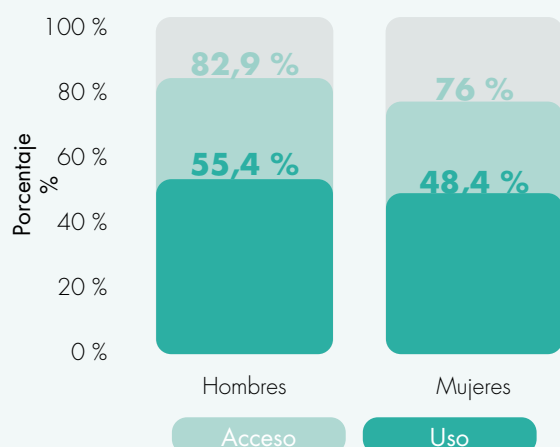
Por otra parte, en lo que se refiere al **uso del producto**, este fue al menos del **50 %** para todas las edades, exceptuando para los adultos mayores de 65 años, los cuales tuvieron un índice del **44,4 %** (gráfica 10). En particular, cabe mencionar que la brecha entre nivel de acceso y uso de los productos es más alta en los grupos con mayor edad.

En cuanto a las dinámicas entre los dominios urbanos y rurales, se puede observar que el acceso y el uso de cuentas de ahorro continúan siendo menores a medida que aumenta la ruralidad. En efecto, en las ciudades y aglomeraciones, el indicador de acceso equivalió al **88,1 % (22,3 millones)** de adultos, y el indicador de uso, a **60,8 % (15,4 millones)**; en los intermedios fue del **66,6 % (4,3 millones)** de personas y del **38 % (2,5 millones)**, respectivamente; en los rurales, **60,4 % (2,2 millones)** y **31,2 % (1,1 millones)**, y en los rurales dispersos, **48,6 % (1,1 millones)** y **23,9 % (530 mil personas)** (gráfica 12).

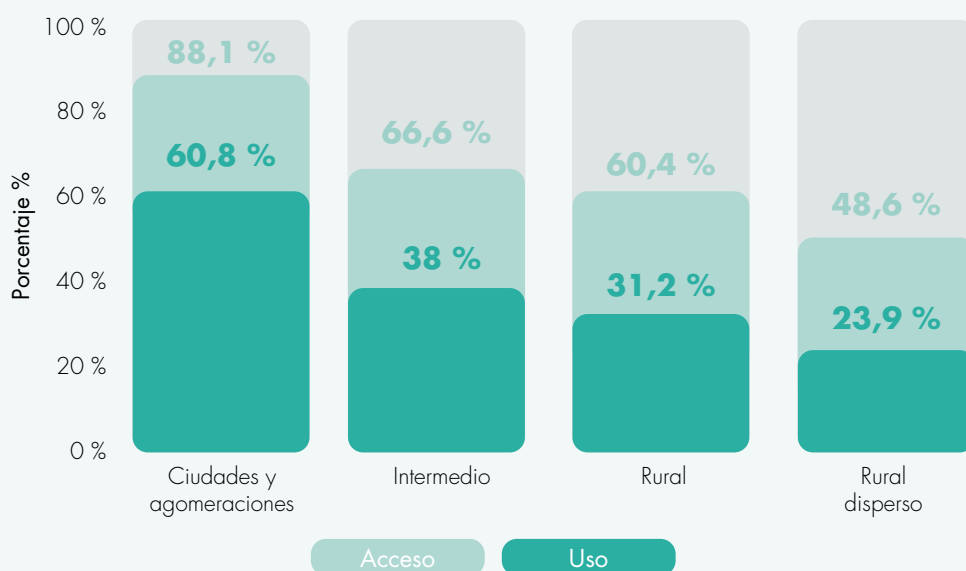
**Gráfica 10.** Indicadores de acceso y uso a cuentas de ahorro por grupos de edad 2022



**Gráfica 11.** Indicadores de acceso y uso a cuentas de ahorro por sexo 2022



**Gráfica 12.** Indicadores de acceso y uso a cuentas de ahorro por niveles de ruralidad 2022



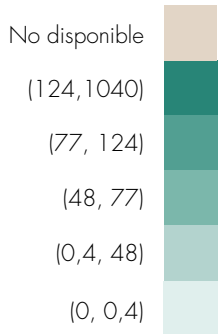
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

## Análisis del número de cuentas de ahorro

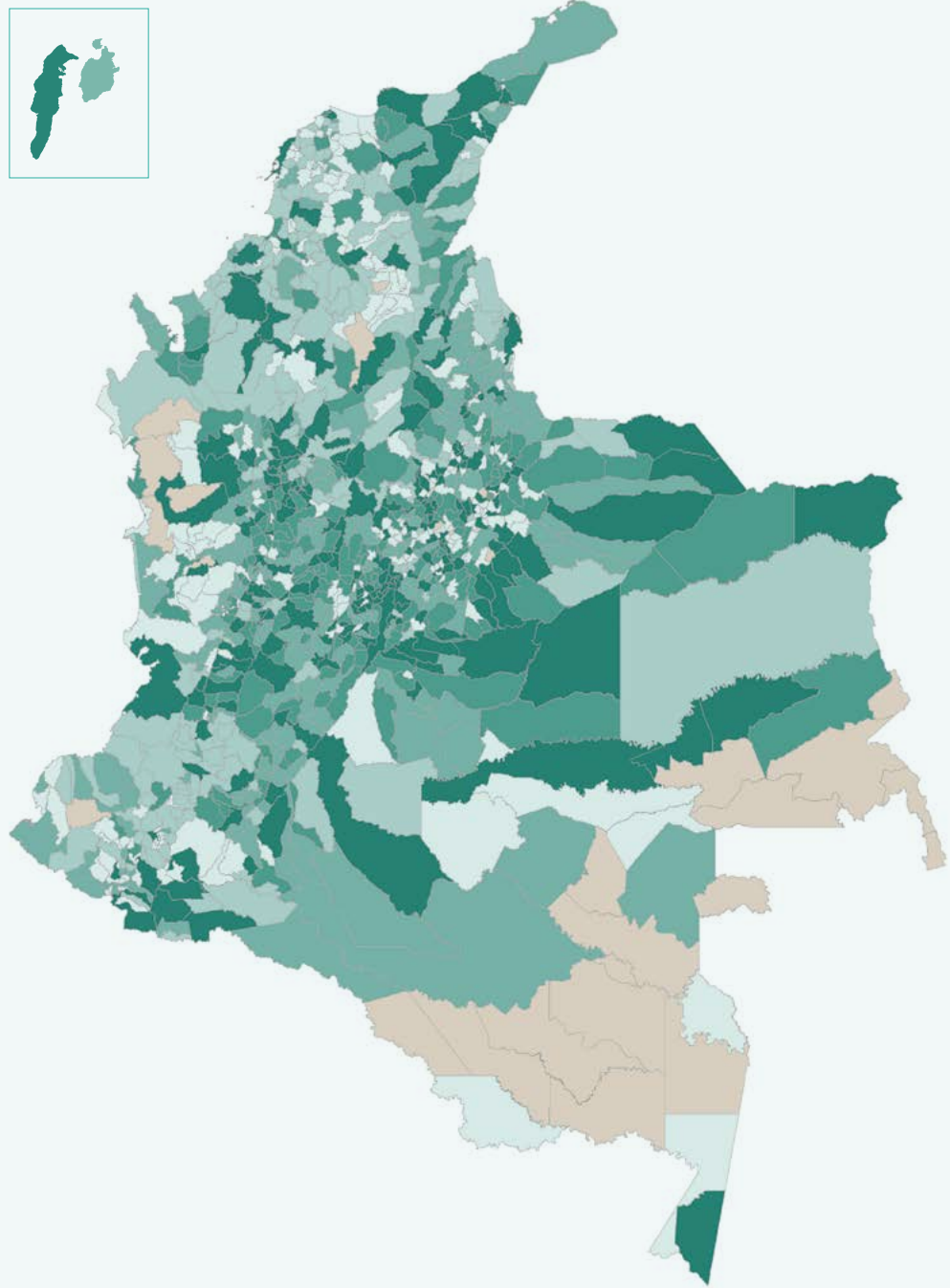
Ahora bien, con información del número de cuentas de ahorro por cada 100 adultos a nivel municipal, se puede evidenciar que las regiones Caribe (70,1 %) y Pacífico (54,5 %) fueron las que más concentraron municipios en los dos primeros quintiles, mientras que el Eje Cafetero (5,6 %) y Centro Sur<sup>4</sup> (6,9 %) fueron las que tuvieron una menor proporción de sus municipios clasificados en el

grupo más bajo de número de cuentas de ahorro por adulto (el primer quintil de la distribución corresponde a máximo 40 cuentas de ahorro por adulto). En contraste, los Llanos (27,8 %), el Eje Cafetero (25,3 %) y Centro Oriente (23,2 %) tuvieron la mayor cantidad de municipios en el último quintil (entre 124 y 1040 cuentas de ahorro por cada 100 adultos) (gráfica 13).

4. Hay que mencionar que también es la región con más datos no disponibles, pues tiene 10 datos faltantes.



**Gráfica 13.** Mapa municipal del número de cuentas de ahorro por adulto (indicador por cada 100 adultos)



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de la SFC y Superintendencia de Economía Solidaria (SES).

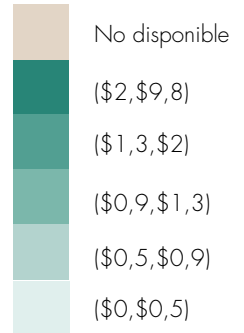
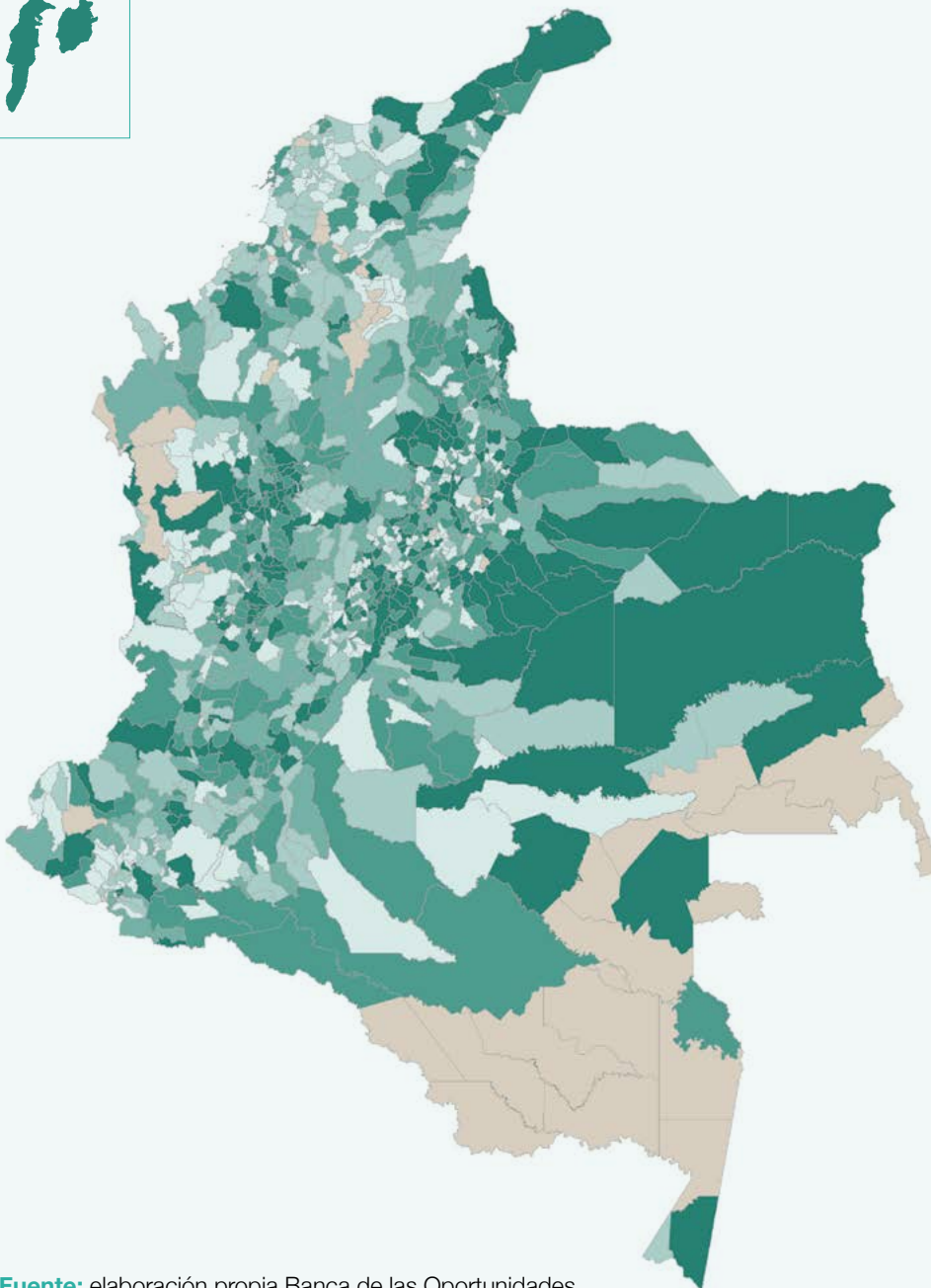
En cuanto al saldo promedio en cuentas de ahorro, se encuentra que las regiones con saldos promedios más altos también suelen ser las de mayor actividad económica. En primer lugar, la que más se destaca es la de

los Llanos, con el **30,6 %** de sus municipios ubicados en el último quintil, el cual corresponde a saldos promedio entre COP 2 millones y aproximadamente COP 10 millones. Luego, aunque con una menor proporción

de municipios en la última agrupación, están el Eje Cafetero y Centro Oriente, que tuvieron casi el **40 %** y el **50 %** de los municipios con saldos promedios entre COP **900 mil** y COP **1,3 millones**, y COP **1,3 millones** y COP **2 millones**, respectivamente (gráfica 14). En ter-

cer lugar está la región Centro Sur, que concentra el **31 %** de su territorio con saldos promedio desde COP **500 mil** y COP **900 mil**. Por último, Caribe y Pacífico tuvieron el **31 %** y el **25 %** de sus municipios con saldos inferiores a los COP **500 mil**, respectivamente.

**Gráfica 14.** Mapa municipal del saldo promedio en cuentas de ahorro (leyenda agrupada por quintiles 2022 [indicador en millones de pesos])

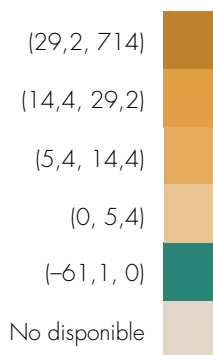


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de la SFC y SES.

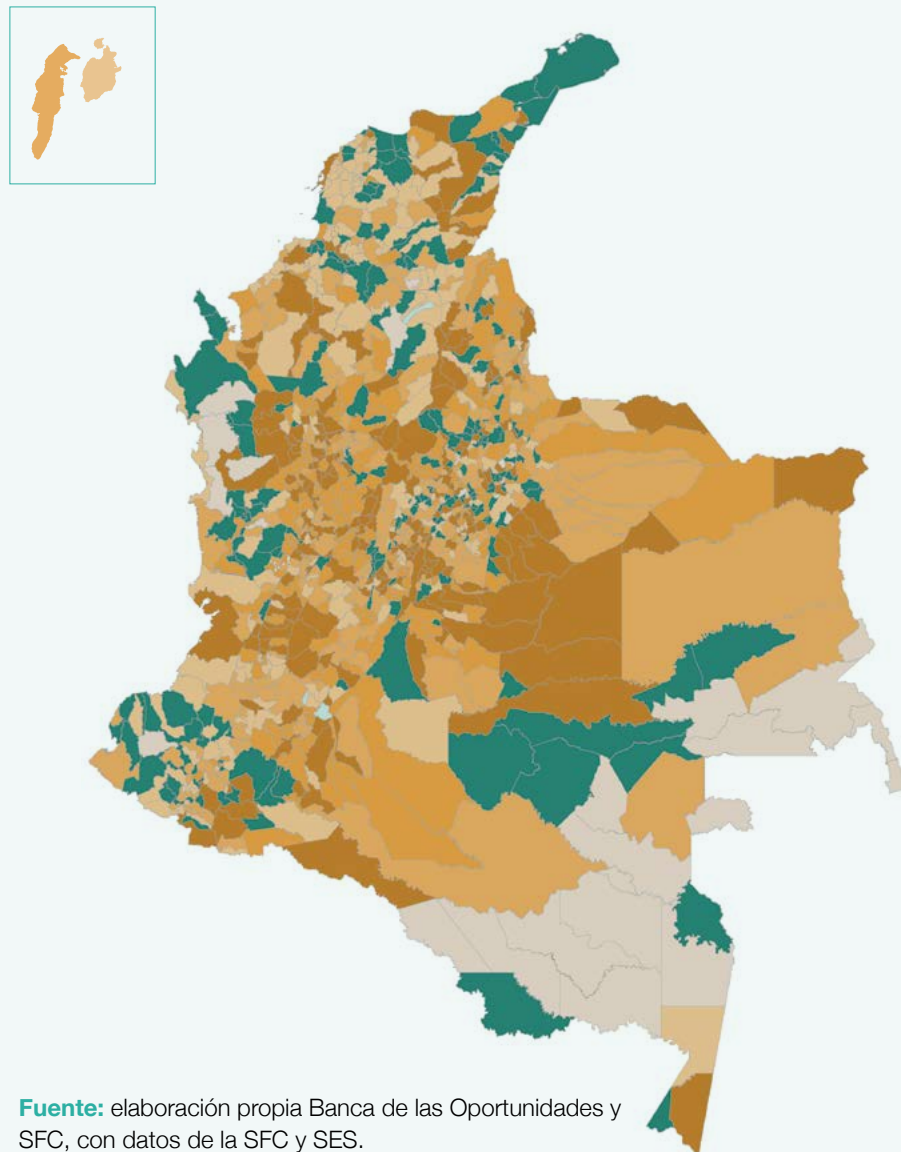
Al revisar las **brechas por sexo**<sup>5</sup>, se observó que, en casi todo el territorio nacional, los hombres tienen más cuentas de ahorro que las mujeres. Las regiones en donde las brechas fueron más altas (la proporción de municipios en los quintiles 4 y 5 eran mayores) fueron el **Eje Cafetero (65,7 %)**, **Centro Sur (54,6 %)**, **Llanos (47,2 %)** y **Centro Oriente (40,3 %)**. A nivel de municipio, la brecha fue más amplia en Melgar (**714** cuentas por cada 100 adultos, en Tolima), Nilo (**262** cuentas por cada 100 adultos, en Cundinamarca) y Frontino (**240** cuentas por cada 100 adultos, en Antioquia) (gráfica 15).

Por el contrario, los municipios en donde la brecha resultó mayor para las mujeres fueron Barrancominas (**61,1** cuentas por cada 100 adultos, en Guainía), Guatapé (45,9 cuentas por cada 100 adultos, en Antioquia) y Mogotes (**41,2** cuentas por cada 100 adultos, en Santander). Sin embargo, en el agregado regional, se encuentra que las regiones Caribe y —en menor medida— Pacífico fueron las que más municipios registraron en los dos primeros deciles.

El saldo promedio en cuentas de ahorro de mujeres es de COP 1,33 millones, 7670 más que los hombres.



**Gráfica 15.** Mapa municipal de la brecha entre hombres y mujeres del número de cuentas de ahorro por cada 100 adultos (leyenda agrupada por quintiles) 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de la SFC y SES.

5. La brecha se calcula así: .

$$\frac{\#cuenta\ de\ ahorros\ hombres}{Población\ hombres} \times 100 - \frac{\#cuenta\ de\ ahorros\ mujeres}{Población\ mujeres} \times 100$$

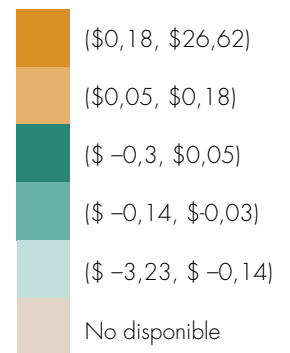
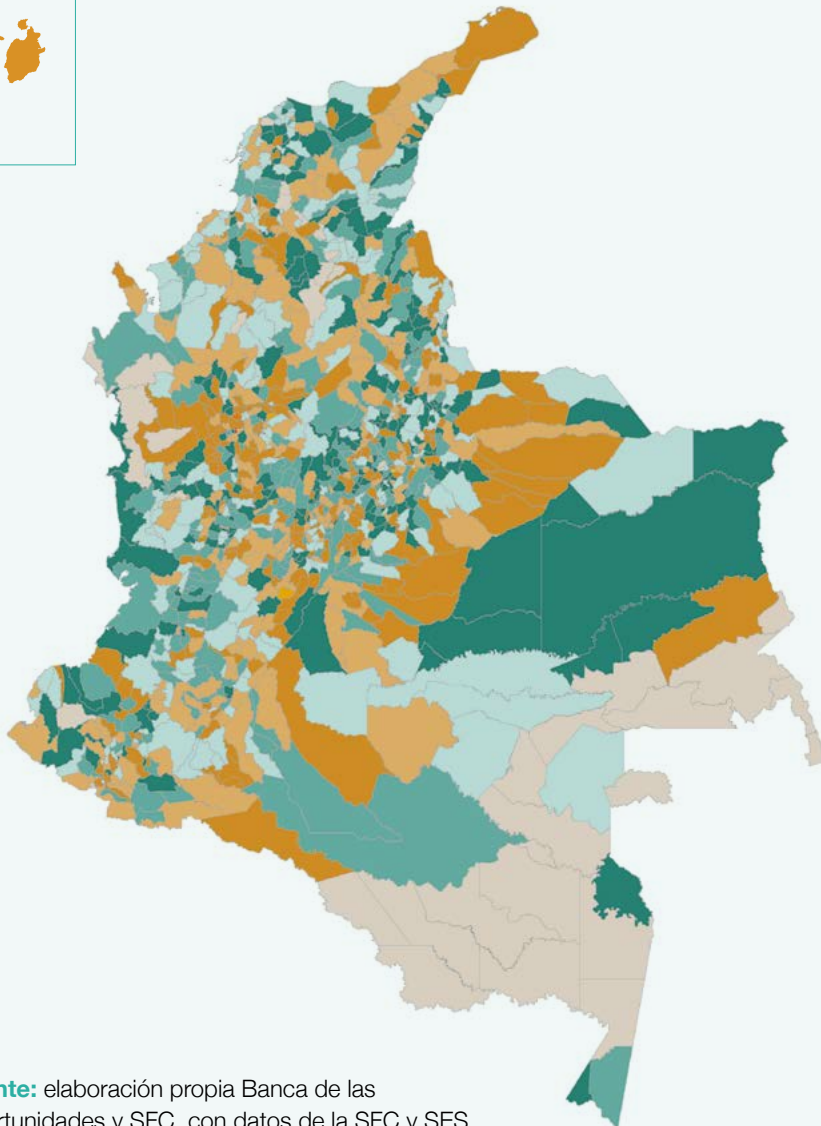


En relación con la brecha entre hombres y mujeres del saldo promedio de las cuentas de ahorro<sup>6</sup>, los resultados son más heterogéneos a los presentados a nivel de número de cuentas de ahorro. Por una parte, los municipios que registraron las diferencias más altas fueron: Firavitoba (COP **26,6 millones**, en Boyacá), Pueblo Bello (COP **3 millones**, en Cesar) y Ráquira (COP **2,6 millones**, en Boyacá), mientras que los municipios en donde las mujeres tenían un saldo promedio mayor en la cuenta de ahorros fueron Paya (COP **3,2 millones**, en Boyacá), Sucre (COP **2,8 millones**, en Cauca) y Lloró (COP **2,3**

**millones**, en Chocó) (gráfica 16). Solo en ciudades y aglomeraciones la brecha es en favor de las mujeres (COP 3 255), mientras que los demás municipios se revierte para los hombres.

Por regiones, se puede evidenciar que la proporción de municipios agrupados en brechas negativas (a favor de mujeres) o en brechas que no son estadísticamente diferentes de cero es mayor al porcentaje de municipios que tienen brechas positivas, exceptuando la región Centro Sur, donde son prácticamente iguales.

**Gráfica 16.** Mapa municipal de la brecha entre hombres y mujeres del saldo promedio en cuentas de ahorro (leyenda agrupada por quintiles; indicador en millones de pesos) 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de la SFC y SES.

6. La brecha se calcula así:

$$\frac{\text{Saldo hombres}}{\# \text{cuenta de ahorros hombres}} - \frac{\text{Saldo mujeres}}{\# \text{cuenta de ahorros mujeres}}$$

1 000 000

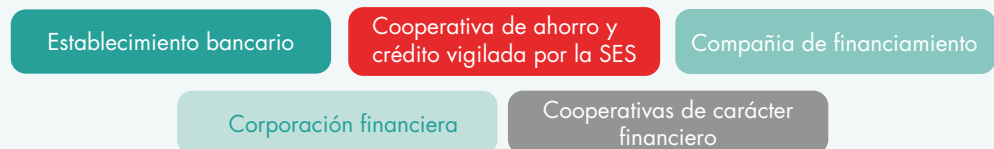
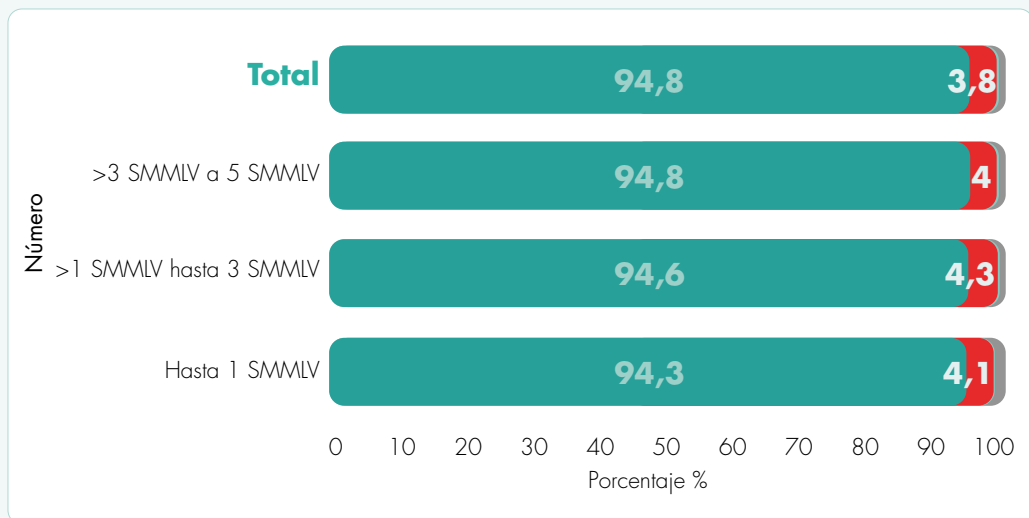
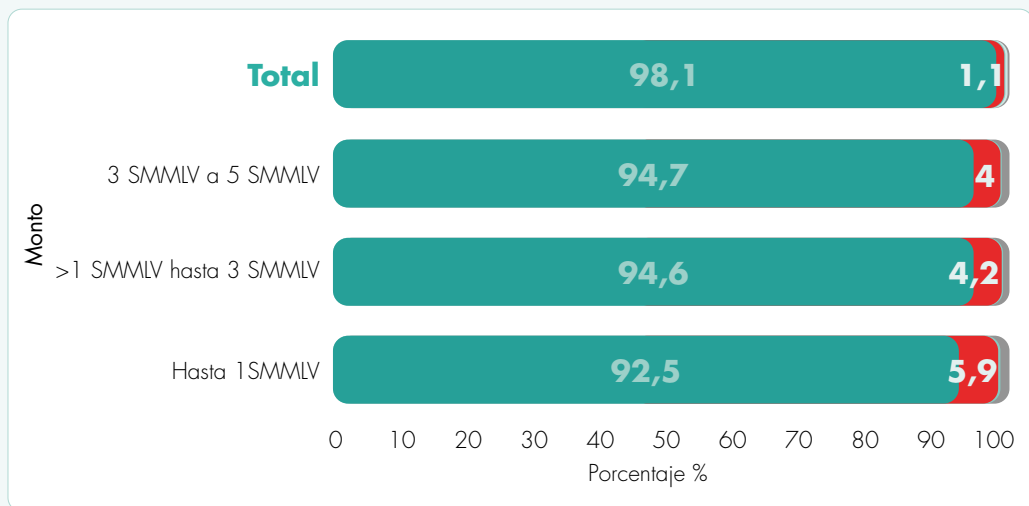
-

1 000 000

Al cierre de 2022, por entidades, se encuentra que las cuentas de ahorro y el saldo de estas se ubica principalmente en establecimientos bancarios y, en menor medida, en cooperativas de ahorro y crédito (CAC) vigiladas por la Superintendencia de la Economía Solidaria (SES), independiente del monto que tienen estos productos. Específicamen-

te, la participación de los establecimientos bancarios superó el **92 %** en todos los rubros de análisis, lo que contrasta de manera significativa con lo registrado en las CAC vigiladas por la SES, que máximo alcanzaron el **6 %** (gráfica 17). No obstante, el peso de las el peso de la CAC vigilas aumenta a medida que disminuye el saldo en las cuentas.

**Gráfica 17.** Participación del número y monto de cuentas de ahorro por rangos de saldo y tipo de entidad

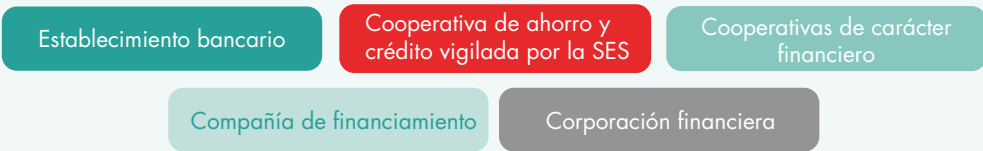
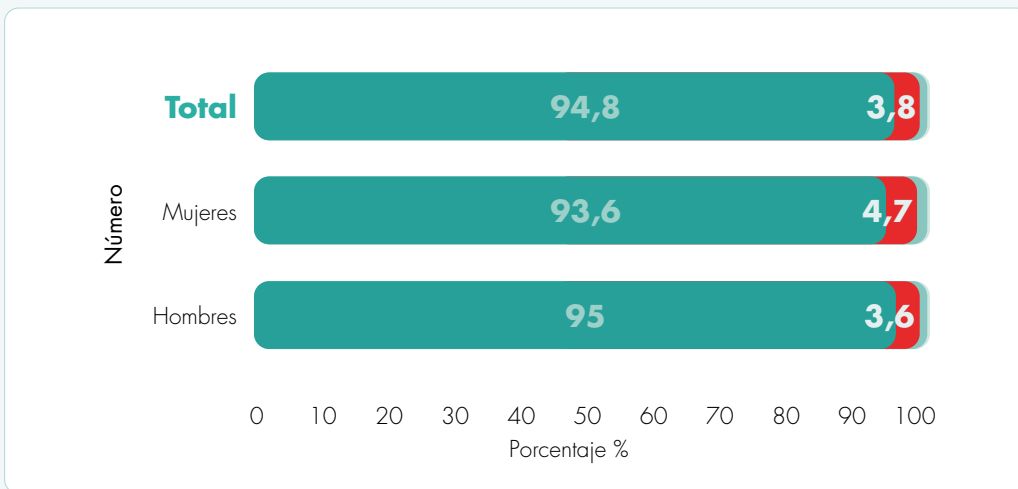
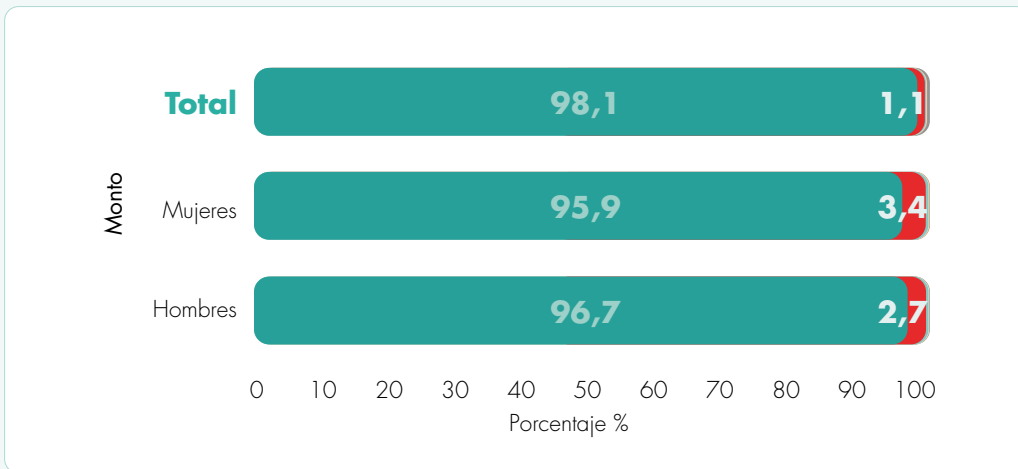


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de la SFC y SES.

Así mismo, como las compañías de financiamiento y las cooperativas de carácter financiero, tuvieron una participación reducida en el mercado de las cuentas de ahorro, tanto en número como en valor. La gráfica 18

muestra que los hombres tienen algo más de saldo y cuentas de ahorro en establecimientos bancarios que las mujeres. Por su parte, lo mismo es cierto para las mujeres en el caso de las CAC vigiladas por la SES.

**Gráfica 18.** Participación del número y monto de cuentas de ahorro por sexo y tipo de entidad



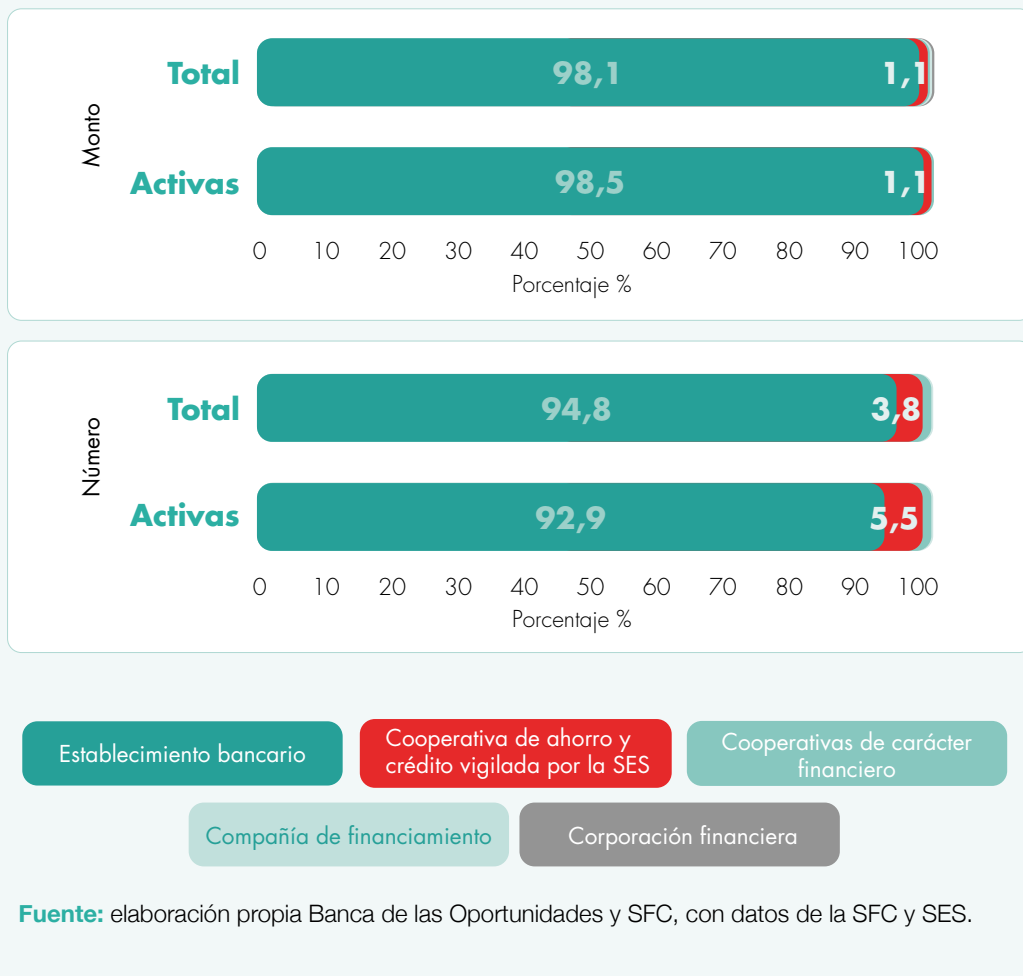
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de la SFC y SES.



En el caso de los análisis por tipo de actividad de las cuentas de ahorro, se puede evidenciar, en lo que se refiere a los montos, que las brechas de acceso y uso no son tan altas, exceptuando las de las corporaciones financie-

ras. Por el contrario, con respecto al número de cuentas, la brecha en los productos totales y activos sí fue significativa en todas las entidades, lo cual se puede observar en los cambios que tiene la distribución de la gráfica 19.

**Gráfica 19.** Participación del número y monto de cuentas de ahorro por actividad y tipo de entidad



## 3.4. Depósitos de bajo monto

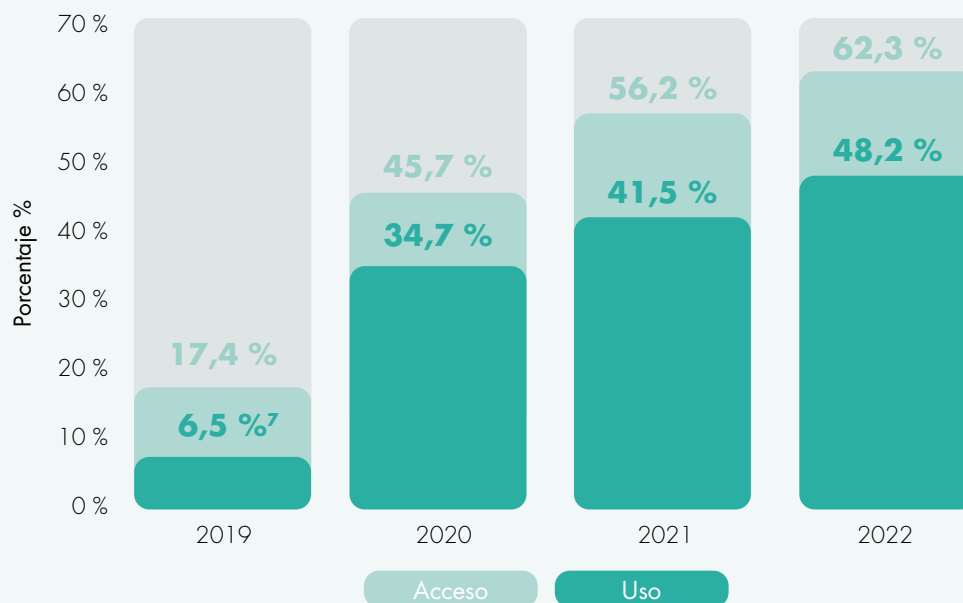
Los indicadores de acceso y uso de depósitos de bajo monto continuaron creciendo con respecto al año anterior, como lo vienen haciendo desde 2020. No obstante, la diferencia entre acceso y uso creció en 2021, ligeramente menos en el último año.

En línea con lo anterior, la **brecha entre acceso y uso** se ha venido ampliando considerablemente desde 2021. De manera puntual, en 2022 se observó que **23,5 millones** de adultos tenían depósitos de bajo monto; en

otras palabras, **62,3 %** de la población adulta. Esto representó un crecimiento de **2,6 millones** de personas o **6,2 pp** (gráfica 20).

No obstante, de los **23,5 millones** de adultos con depósitos de bajo monto, solo **18,2 millones** las tenían activas. Este último número es resultado de un aumento en **2,8 millones** en comparación con el año anterior, que llevó a que la relación entre el número de adultos con depósitos de bajo monto y la población adulta fuera de **48,2 %**.

**Gráfica 20.** Indicadores de acceso y uso de depósitos de bajo monto 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

A nivel departamental, las gráficas 21 y 22 muestran que, en promedio y como en la sección anterior, los del Pacífico y los Llanos tienen el menor acceso y uso de depósitos de bajo monto. Por su parte, los departamentos que presentaron el menor desempeño en cada re-

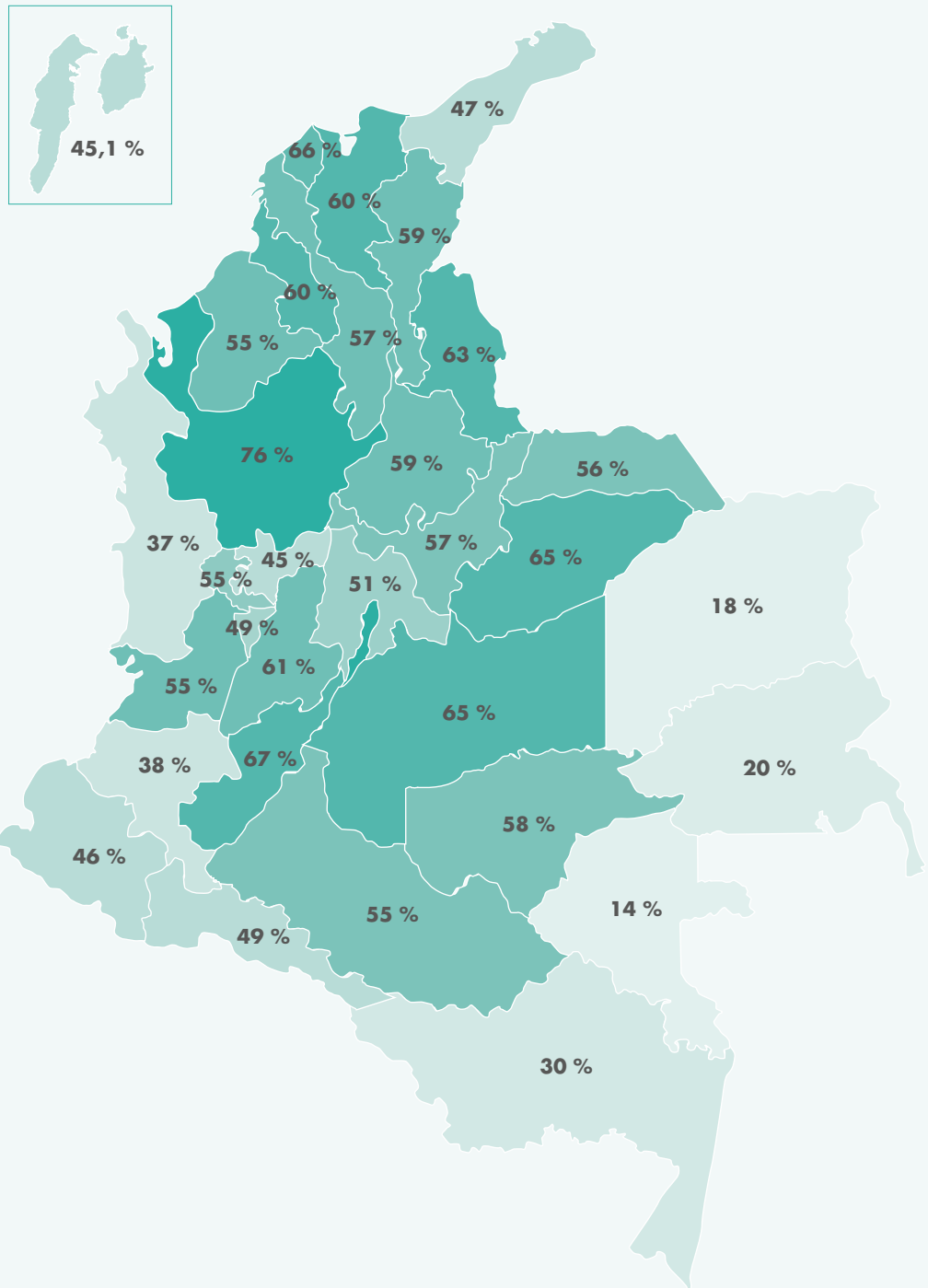
gión fueron Chocó (acceso: **37 %** y uso: **25 %**) y Vaupés (acceso: **14 %** y uso: **8 %**). Al contrario, las regiones de mejor desempeño fueron Centro Oriente y Caribe, en donde resaltaron Norte de Santander<sup>8</sup> (acceso: **63 %** y uso: **47 %**) y Atlántico (acceso: **66 %** y uso: **52 %**).

7. En 2019 no se tiene agregados los depósitos de bajo monto, con lo que esta cifra es solo de depósitos electrónicos, dejando por fuera las cuentas de ahorro electrónicas y las cuentas de trámite simplificado.

8. Aparte de Bogotá, que tuvo un indicador de acceso de 78 % y uno de uso de 67 %.

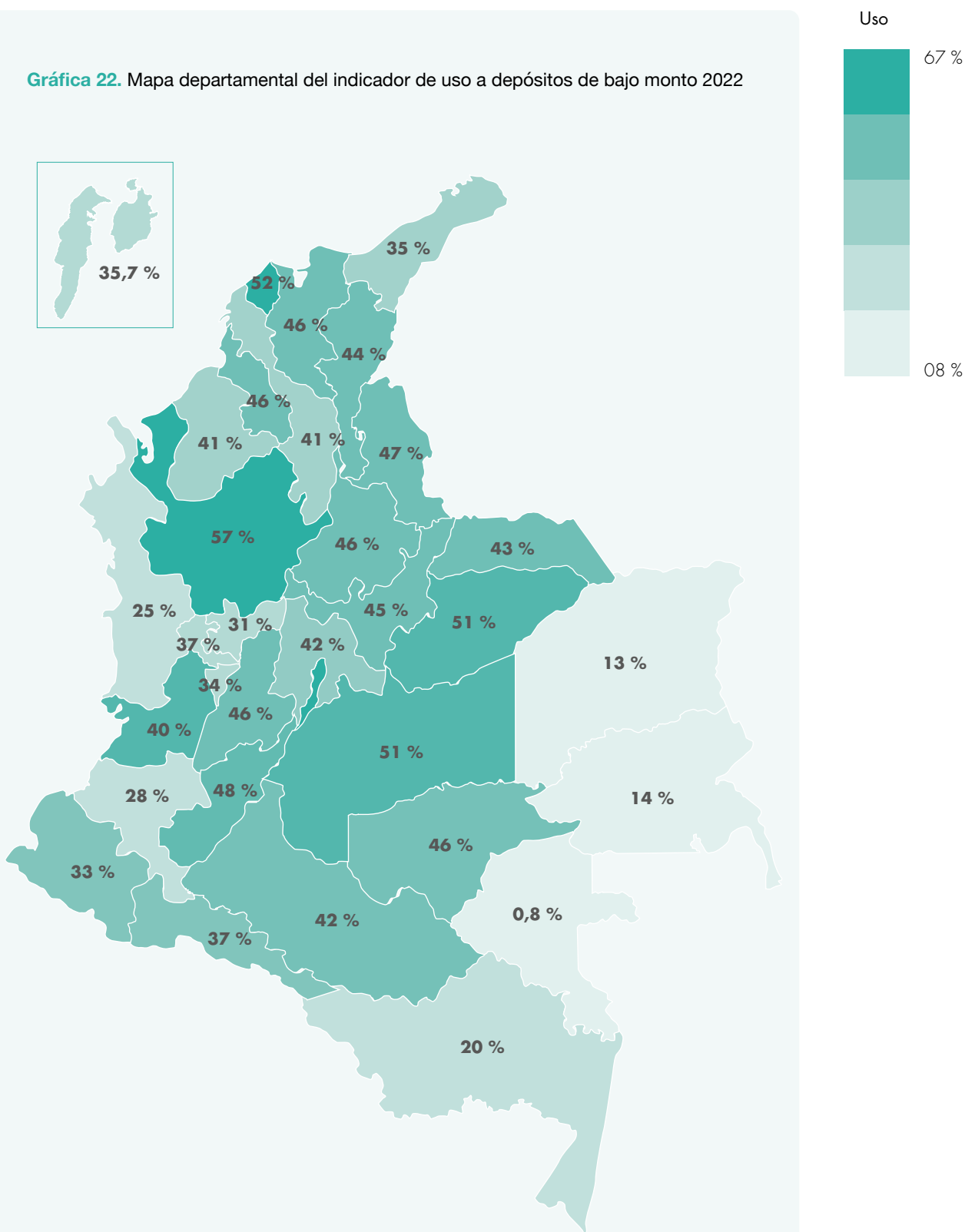


**Gráfica 21.** Mapa departamental del indicador de acceso a depósitos de bajo monto 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

**Gráfica 22.** Mapa departamental del indicador de uso a depósitos de bajo monto 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

Con respecto a los **grupos de edad**, es evidente que existe una brecha generacional en este producto (especialmente para los mayores de 65 años), pues a medida que aumenta la edad de la población, el acceso y el uso de productos de depósito disminuyen considerablemente. En concreto, mientras que el porcentaje de jóvenes de 18 y 25 años que tenían depósitos de bajo monto en 2022 era del **78 % (5,3 millones)** de personas), esta misma proporción para los adultos mayores de 65 años era de solamente el **25,6 % (1,2 millones)** (gráfica 23). Esto mismo pasa en el indicador de uso, el cual registró un valor de **65,9 %** para los jóvenes entre 18 y 25 años, **56,4 %** para los adultos que tenían entre 26 y 40 años, **44,6 %** para los de 41 y 65 años, y **13,7 %** para los mayores de 65.

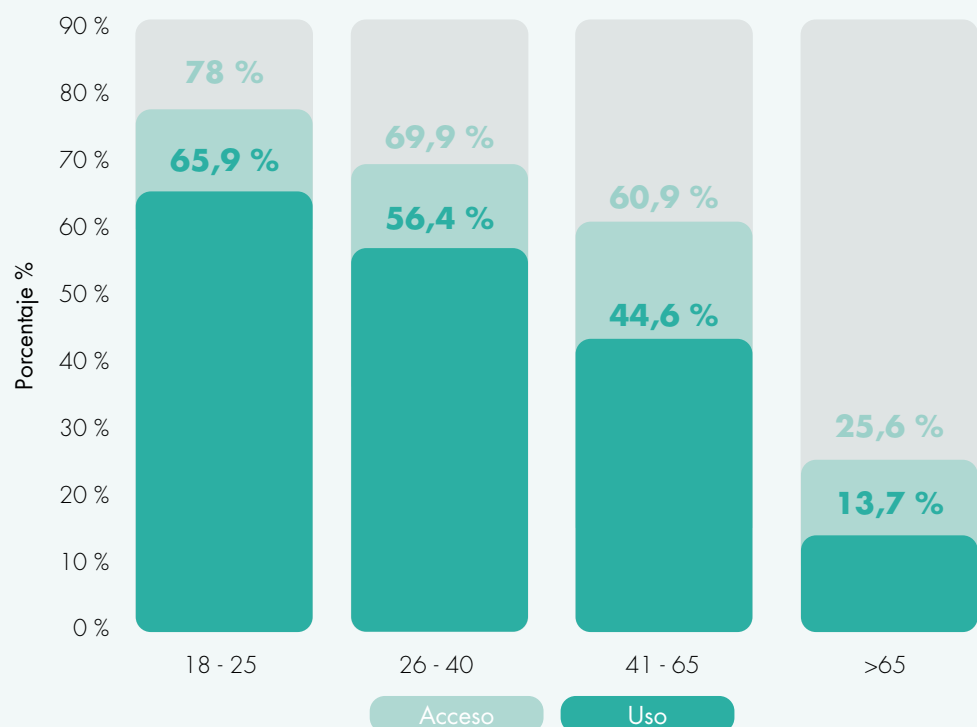
**Por sexo**, a diferencia de los análisis anteriores, la brecha de acceso entre hombres y mujeres fue significativamente baja (**0,5 pp**), teniendo en cuenta que tanto la proporción de hombres (**11,2 millones**) como la de mujeres (**12,1 millones**) que tenían al

menos un depósito de bajo monto fueron cercanas al **62 %**. Incluso, la brecha está a favor de las mujeres (**1,3 pp**) cuando se utiliza el indicador de uso. En otras palabras, hubo más mujeres (**9,5 millones**) con depósitos de bajo monto activos que hombres (**8,5 millones**) (gráfica 24).

Por último, desagregando los resultados por nivel de ruralidad, se obtiene que el acceso y el uso son más bajos en las zonas clasificadas como rurales dispersas.

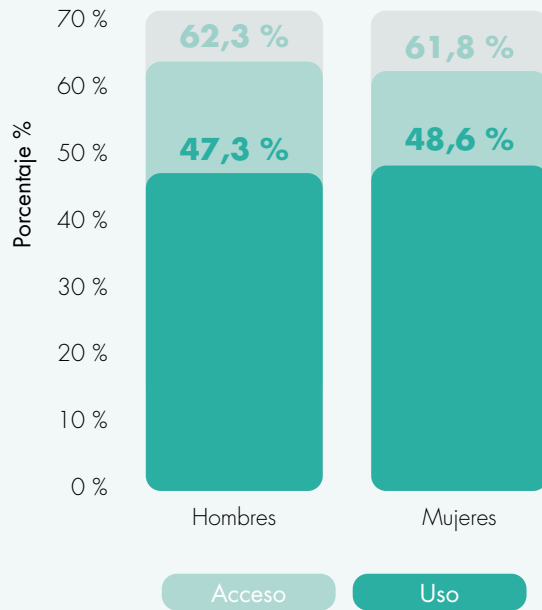
Sin embargo, junto con las ciudades y las aglomeraciones, es la categoría que menor brecha tiene entre el acceso y el uso de los depósitos de bajo monto (gráfica 25).

**Gráfica 23.** Indicadores de acceso y uso a depósitos de bajo monto por grupos etarios

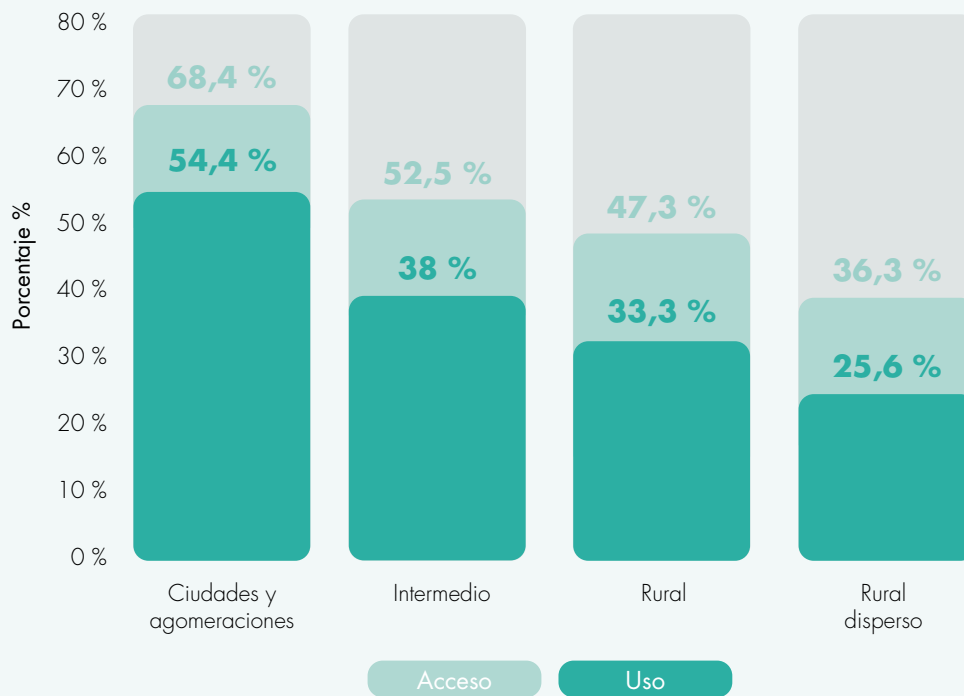




**Gráfica 24.** Indicadores de acceso y uso a depósitos de bajo monto por sexo



**Gráfica 25.** Indicadores de acceso y uso a depósitos de bajo monto por niveles de ruralidad



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.



### Recuadro 1. Evolución de los productos transaccionales en Colombia



Desde hace varios años, las cuentas de ahorro y los depósitos de bajo monto son los principales vehículos para acceder al sistema financiero. Entre las razones que explican su amplia aceptación destaca el hecho de que ambos productos se utilizan para recibir salarios, remesas o desembolsos de créditos y llevar a cabo transferencias o pagos a terceros. Además, es posible vincularles un medio de pago altamente aceptado, como las tarjetas débito.



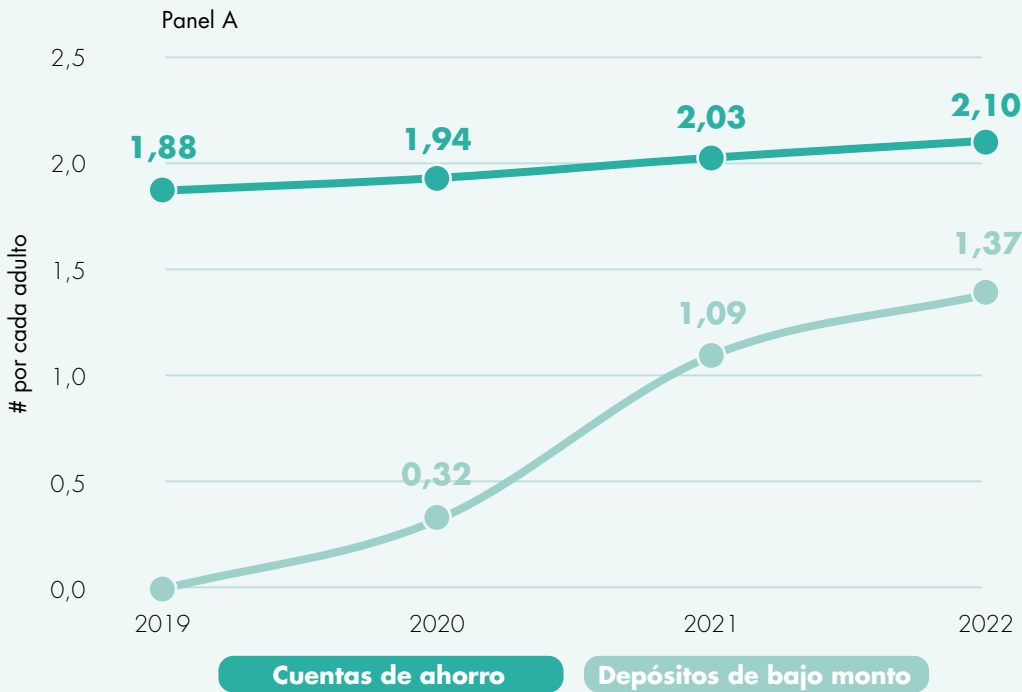
Por su parte, la digitalización generada por la pandemia permitió que los depósitos de bajo monto tomaran mayor protagonismo como producto transaccional y que casi hayan alcanzado los niveles de las cuentas de ahorro. En 2020, el número de cuentas de ahorro por adulto en el país era de **1,94**, mientras que para los depósitos en mención este indicador fue de **0,32** (gráfica A). Sin embargo, el número de estos últimos por adulto aumentó a **1,09** y **1,37** en 2021 y 2022, respectivamente, mientras que las cuentas de ahorro por adulto han crecido a un ritmo menor.



En términos del valor que albergan, las cuentas de ahorro tienen un saldo significativamente mayor que los depósitos de bajo monto. Las primeras han tenido alrededor de COP **4 millones** en promedio, mientras que los productos digitales y simplificados que representan los segundos han contenido cerca de COP **60 000**.

En particular, la mayoría de estos productos tienen la posibilidad de realizar transferencias o pagos, recibir depósitos y realizar retiros en canales como cajeros automáticos o corresponsales, con bajos costos o en algunos casos específicos sin costo alguno. Además, han venido tomando fuerza como medio de pago entre los negocios más informales.

**Gráfica A.** Panel A: número de cuentas por adulto; panel B: saldo promedio en cuentas de ahorro y depósitos de bajo monto



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534 SFC y SES.

**Nota:** Los saldos fueron deflactados a precios de 2022.

**Tabla A.** Número de productos transaccionales y porcentaje de actividad por tipo de entidad 2022

		Bancos	Compañías de financiamiento	Corp. financieras	Cooperativas de ahorro y crédito (vigiladas SES)	Coop. financieras (vigiladas SFC)	Sedpes	Total productos
Depósitos ordinarios	Número de productos	614 443	4				19 749	<b>634 196</b>
	% actividad	59 %	50 %				99 %	<b>60 %</b>
Depósitos de bajo monto	Número de productos	45 648 940	1 245 905			1891	4 699 477	<b>51 596 213</b>
	% actividad	59 %	8 %			100 %	98 %	<b>61 %</b>
Cuentas de ahorro	Número de productos	74 909 719	119 617	1072	2 991 973	1 025 580		<b>79 047 961</b>
	% actividad	39 %	35 %	29 %	59 %	44 %		<b>40 %</b>
<b>Total productos</b>		<b>121 173 102</b>	<b>1 365 526</b>	<b>1072</b>	<b>2 991 973</b>	<b>1 027 471</b>	<b>4 719 226</b>	<b>131 278 370</b>



Durante el año 2022, los datos revelan una tendencia positiva en la participación de los usuarios de productos de depósito y transaccionales, pues se registraron aumentos en el número de depósitos de bajo monto, depósitos ordinarios<sup>9</sup> y cuentas de ahorro. Los depósitos de bajo monto, en particular, alcanzaron una cifra de **51,6 millones**, mostrando un crecimiento con respecto al año pasado de **28,3 %**. Así mismo, los depósitos ordinarios experimentaron un aumento considerable de **8,9 %**, llegando hasta **634 196 productos**. Por otro lado, las cuentas de ahorro también crecieron, aunque a un menor ritmo que el resto de los productos (**5,3 %**), con un total de **79 millones** de cuentas en el mercado (tabla A).

Por tipo de entidad financiera, este dinamismo estuvo impulsado principalmente por los crecimientos registrados en los establecimientos bancarios, los cuales, en 2022, tuvieron **74,9 millones** de cuentas de ahorro, **45,6 millones** de depósitos de bajo monto y **614 000 depósitos** ordinarios. No obstante, hubo comportamientos interesantes en otras entidades. Por ejemplo, en las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos (Sedpes) se registraron incrementos anuales en los depósitos de bajo monto y ordinarios de **105 %** y **31 %** respectivamente. En contraste, las compañías de financiamiento experimentaron un aumento del **50 %** en los depósitos de bajo monto, pero una disminución del **78 %** en las cuentas de ahorro. En concreto, la transformación de Giros y Finanzas en Banco Unión causó este último comportamiento. Esta decisión se tomó con el propósito de facilitar la comunicación con respecto a los servicios que ofrecía la entidad y mejorar la percepción de solidez y reputación de esta<sup>10</sup>.

Al analizar los niveles de actividad, se observó que aproximadamente el **60 %** de los depósitos de bajo monto y los depósitos ordinarios estaban activos, mientras que solo el **40 %** de cuentas de ahorro se encontraban en esta condición (tabla A).

Desagregando por tipo de entidad, se encuentra que, para los depósitos, las Sedpes presentaron la proporción más alta de productos activos, cercana al **100 %**. En el caso de las cuentas de ahorro, fueron las cooperativas (de ahorro y crédito [CAC] y financieras) las que registraron la mayor cantidad de cuentas activas. Por el contrario, las compañías de financiamiento registraron el menor número de depósitos activos tanto ordinarios (**50 %**) como de bajo monto (**8 %**). Paralelamente, las corporaciones financieras tuvieron la menor proporción de cuentas de ahorro activas (**29 %**).

Frente al año pasado, el porcentaje de cuentas de ahorro activas aumentó **9 pp** en las compañías de financiamiento. Por su parte, en este mismo rubro, las CAC experimentaron un incremento del **1 pp**, mientras que en los bancos dicho aumento fue de **0,3 pp**. Sin embargo, las corporaciones y cooperativas financieras presentaron un menor porcentaje de cuentas de ahorros activas este año, con una disminución específica de **3 pp** y **1 pp** cada una.

Por último, cabe destacar que, aunque la proporción de depósitos de bajo monto activos aumentó **1 pp** en los establecimientos bancarios, este indicador se redujo **2 pp** en las compañías de financiamiento y **1 pp** en las Sedpes. En relación con los depósitos ordinarios, el porcentaje de actividad se mantuvo inalterado en todas las entidades, exceptuando los bancos, en donde se redujo **4 pp**.

---

9. El Decreto 222 del 2020, que modificó al Decreto 2555 del 2010, establece que los depósitos ordinarios son depósitos de bajo monto que han sobrepasado los límites regulatorios de saldo máximo o de monto acumulado de 8 SMLMV. Además, el depósito ordinario está disponible también para personas jurídicas y no tiene límite con relación al número de cuentas.

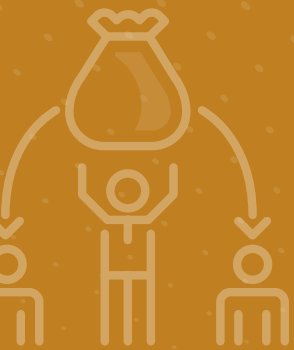
---

10. Cruz, J. P. (2022, 2 de junio). Desaparecerá Giros & Finanzas y nos posicionaremos con el nombre Banco Unión. *La República*. <https://www.larepublica.co/finanzas/desaparecera-giros-finanzas-y-nos-posicionaremos-con-el-nombre-banco-union-3375089>



# Inclusión *crediticia*

- **Principales resultados**  
Página 64
- **Perspectivas generales**  
Página 66
- **La dinámica del microcrédito en Colombia**  
Página 70
- **Perspectivas de acceso a tarjetas de crédito y otros créditos de consumo**  
Página 84
- **Estado actual del crédito de vivienda en Colombia**  
Página 99
- **Recuadro 1.** Análisis de nuevos al crédito en 2022  
Página 108
- **Recuadro 2.** Análisis de crédito del sector real en 2022  
Página 112
- **Recuadro 3.** Evolución de los desembolsos de crédito  
Página 116
- **Recuadro 4.** Condiciones de acceso al crédito y reclamaciones desde una perspectiva de género  
Página 122
- **Recuadro 5.** Análisis de inclusión financiera de la mujer joven rural  
Página 144



## 4.1. Principales resultados

El indicador de acceso a crédito, que mide el porcentaje de adultos en Colombia con algún crédito vigente, aumentó en 2022, tras un descenso desde 2019. Este resultado estuvo explicado por la dinámica registrada en el crédito de vivienda, las tarjetas de crédito y el crédito de consumo, principalmente. En cambio, el acceso a microcrédito continúa decreciendo.

Analizando los resultados por dominios geográficos, se evidencia que las ciudades principales y otros municipios urbanos cuentan con los indicadores de acceso a crédito

más altos. A su vez, los departamentos del centro del país y las regiones aledañas a las ciudades principales registran altos niveles de acceso a productos del activo bancario. Cabe resaltar que hay un mayor número de adultos del suroccidente del país que cuentan con un microcrédito. Las entidades especializadas en este producto son las que mayor número de operaciones de menor cuantía desembolsan en las ciudades, mientras que la banca pública, a partir de montos superiores a las 3 SMMLV. Las ONG microfinancieras tienen mayor operación en los dominios más rurales.



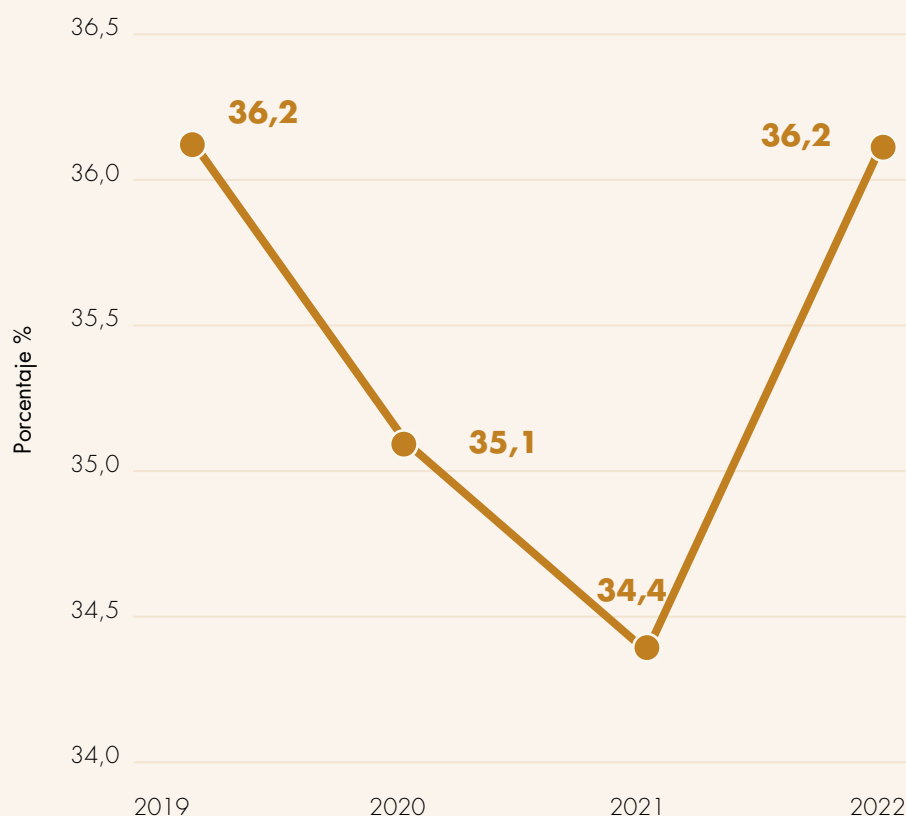


## 4.2. Perspectivas generales

El acceso a productos de crédito ha tenido un desempeño variable en los últimos cuatro años. En 2022, el indicador de acceso a crédito se ubicó en 36,2 % (gráfica 1). En otras palabras,

cerca de cuatro de cada diez adultos en el país tiene al menos un producto del activo bancario, como una tarjeta de crédito, una libranza o un préstamo para un vehículo, por ejemplo.

**Gráfica 1.** Indicador de acceso a crédito nacional 2019-2022

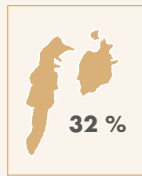


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

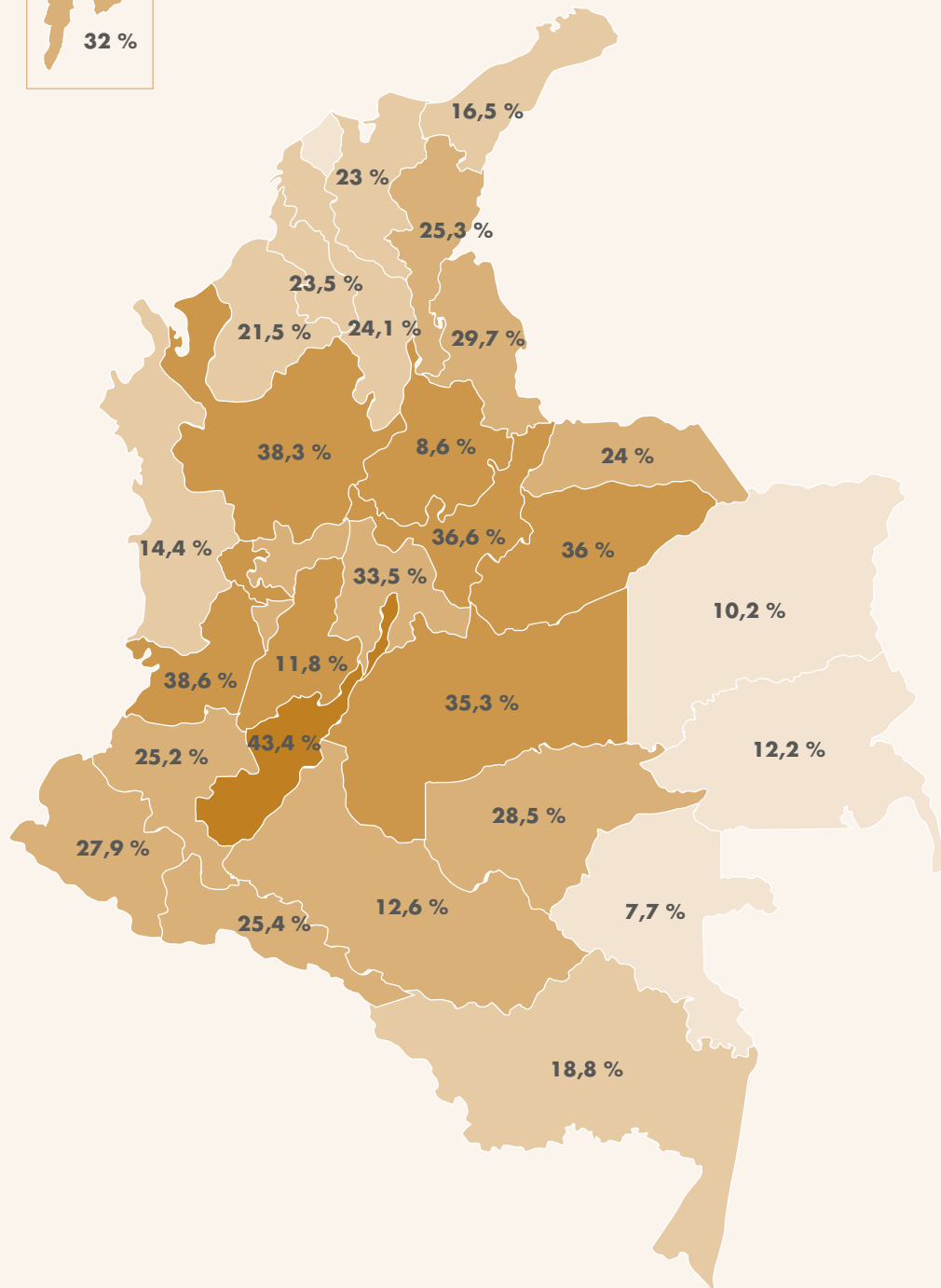
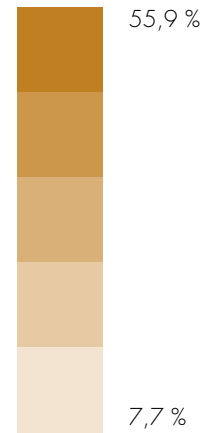
El indicador de acceso a crédito se situó en 36,2 % en 2019 y en 2022, con una caída entre estos tres años. En efecto, el porcentaje de adultos con al menos un crédito fue de 35,1 % en 2020, disminuyendo en 1,1

pp desde 2019, proporción que entre 2020-2021 cayó a 34,4 %, el nivel más bajo en estos cuatro años. Sin embargo, el indicador creció en 1,8 pp desde 2021, retornando a los niveles de 2019.

**Gráfica 2.** Mapa departamental del indicador de acceso a crédito



Indicador

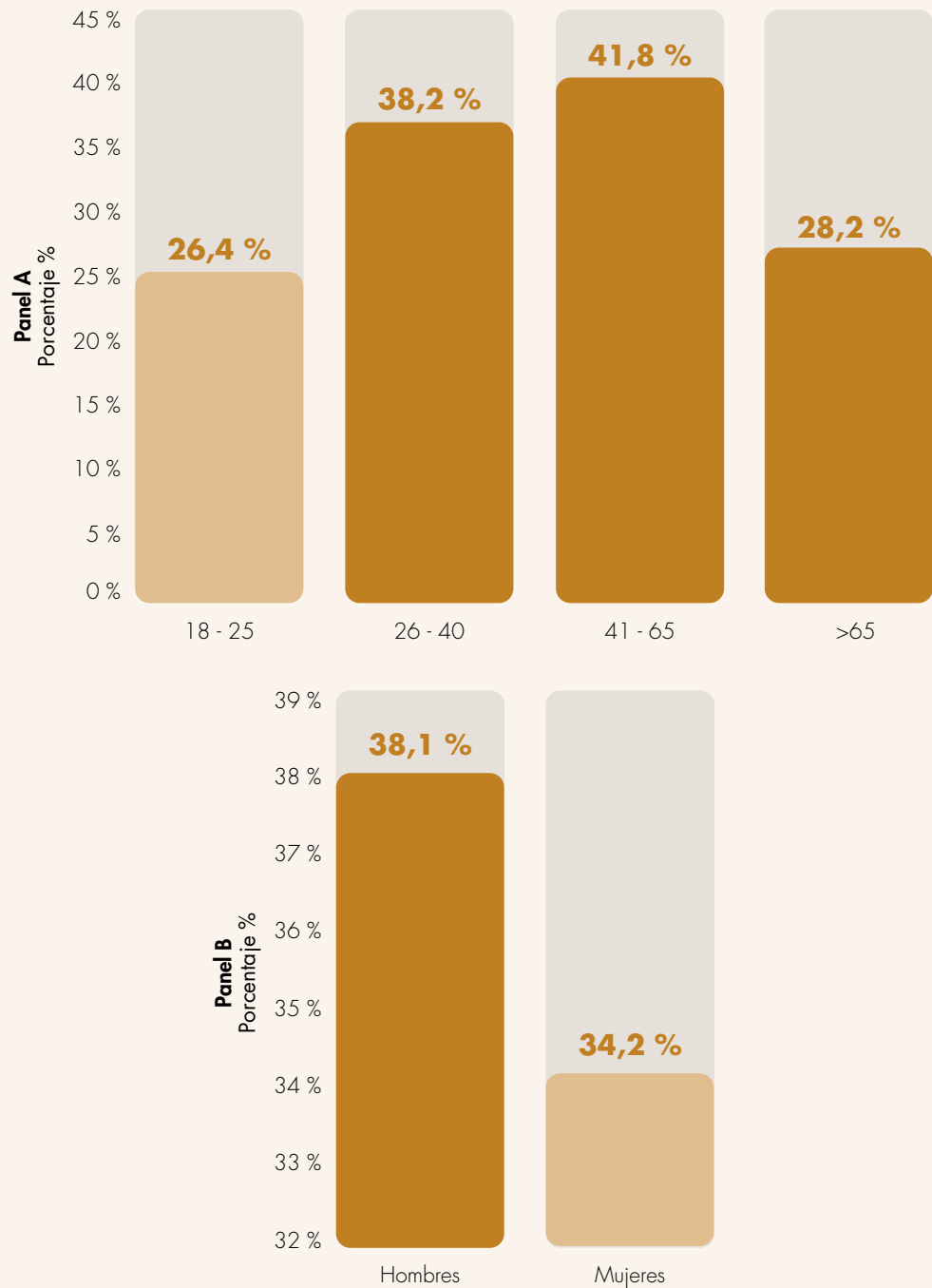


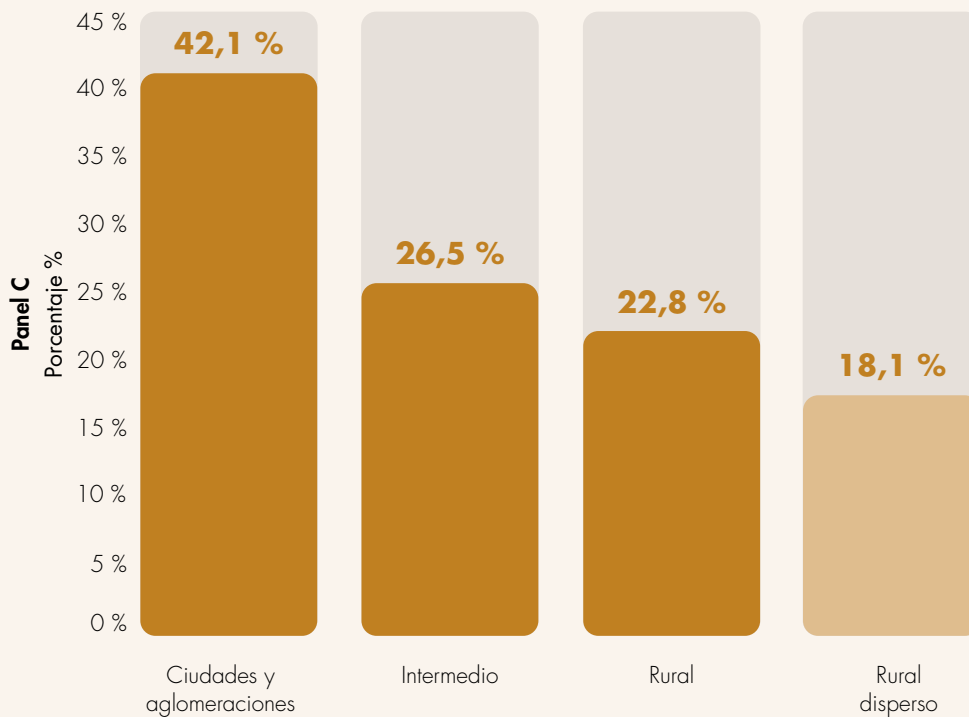
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

A nivel departamental, el indicador de acceso a crédito es más alto en territorios que se ubican en el centro del país. En efecto, más del 38 % de los mayores de edad que viven en Bogotá, Huila, Valle del Cauca y Antioquia tienen un producto de crédito (gráfica 2). Por

el contrario, los departamentos más alejados del centro del país tienen menor acceso a crédito, especialmente el oriente colombiano. Vaupés, Vichada o Guainía tienen una proporción de adultos con algún crédito inferior al 13 %.

**Gráfica 3.** Panel A: indicador de acceso por grupos de edades; panel B: indicador de acceso a crédito por sexo; panel C: indicador de acceso por niveles de ruralidad





**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

Los adultos más jóvenes, las mujeres y los habitantes de los municipios más rurales cuentan con menores niveles de acceso a crédito que los demás grupos de adultos. En particular, solo el 26,4 % de las personas entre 18 y 25 años tienen al menos un producto del activo bancario, seguidos de los mayores de 65 años, que acceden en 28,2 % (gráfica 3, panel A). Los grupos etarios con más alto acceso a crédito son aquellos que

se encuentran entre 41 y 65 años (41,8 %), seguidos de los de 26 a 40 años (38,2 %) (gráfica 3, panel A). Por su parte, la brecha de acceso a crédito por sexo es de 3,9 pp en favor de los hombres (gráfica 3, panel B). Finalmente, los municipios rurales dispersos tienen un indicador de acceso a crédito de 18,1 %, seguidos de los rurales (22,8 %), los intermedios (26,5 %) y las ciudades y aglomeraciones (42,1 %) (gráfica 3, panel C).

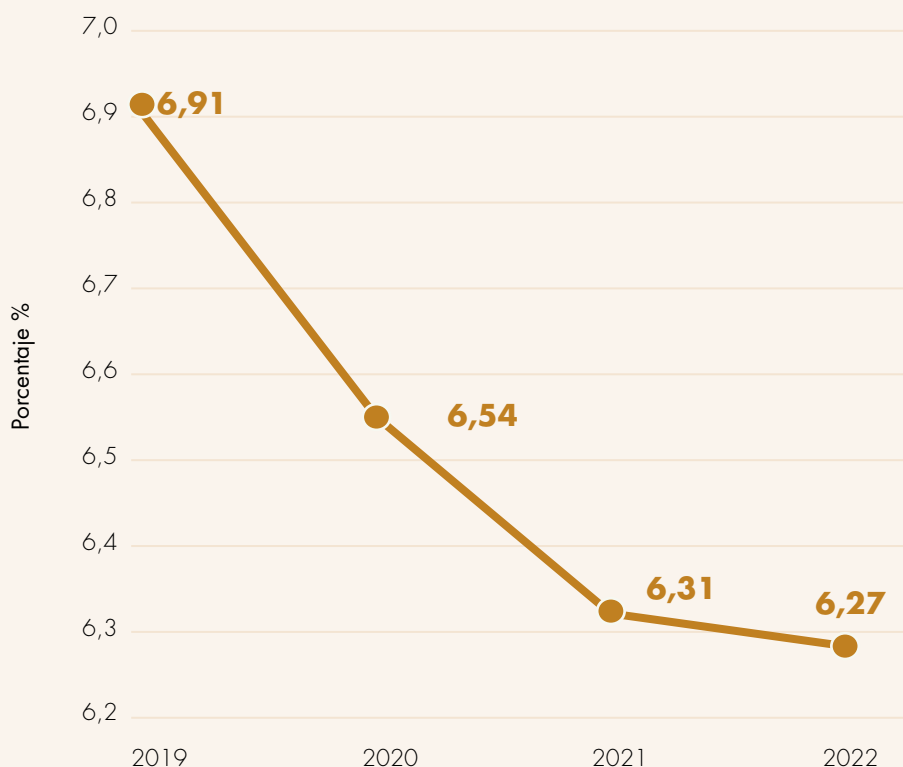


## 4.3. La dinámica del microcrédito en Colombia

El acceso a microcrédito ha descendido continuamente desde 2019. Para el periodo de 2022, este indicador, que mide el porcentaje de adultos con al menos uno de estos productos,

fue de 6,3 % (gráfica 4). Esto indica que solo 2,4 millones de adultos colombianos cuentan con una de estas herramientas de financiamiento, principalmente a microempresarios.

**Gráfica 4.** Indicador de acceso a microcrédito nacional 2019-2022

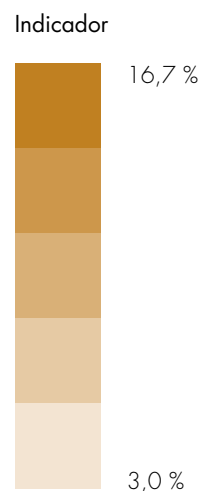
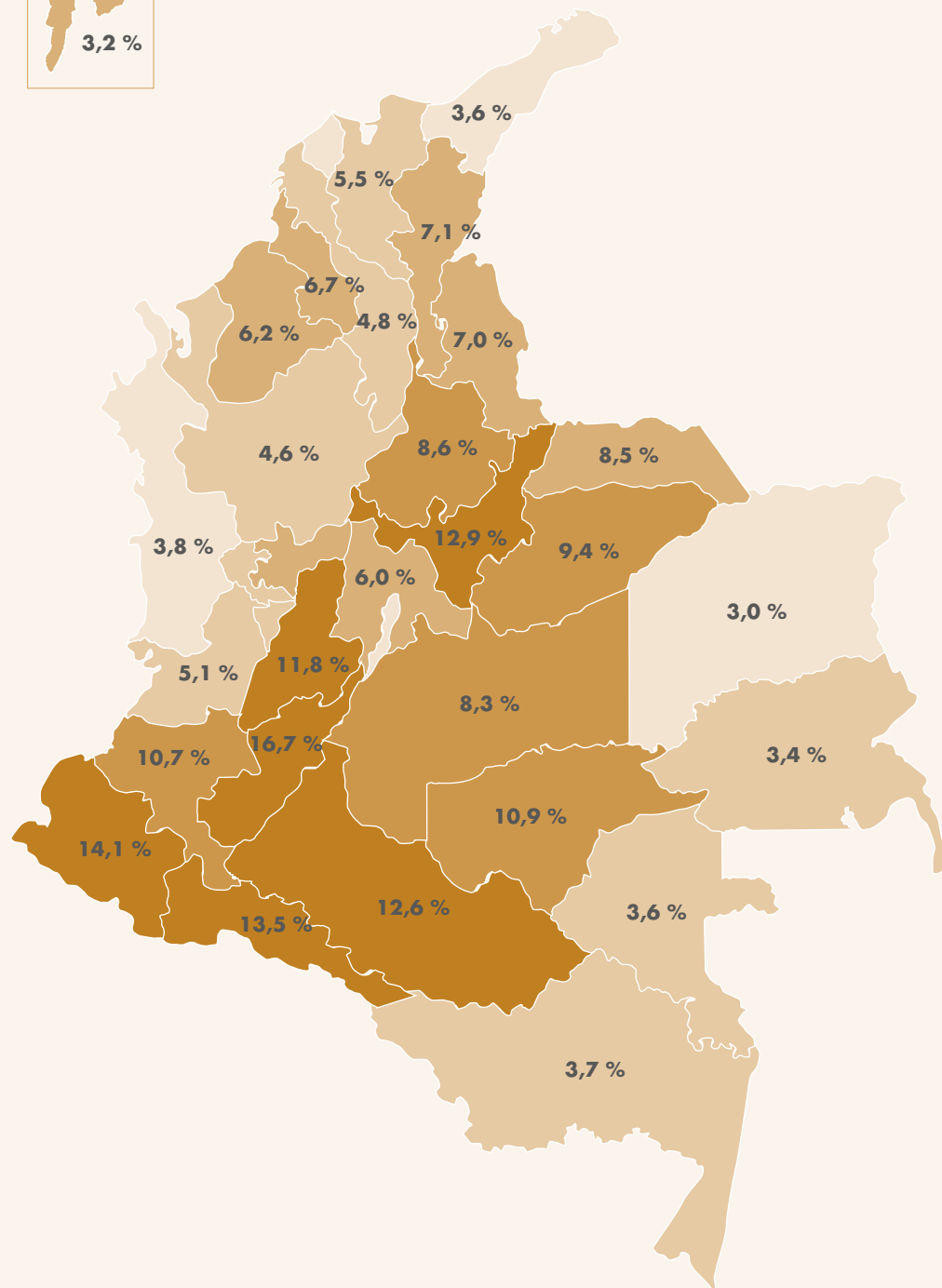
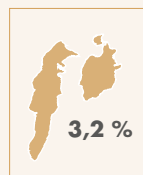


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

Para 2019, el indicador de acceso a microcrédito fue de 6,9 % y decreció cerca de 0,6 pp cuatro años después. Más específicamente, la proporción de mayores de edad con uno de estos productos se

ubicó en 6,5 % en 2020 y en 6,3 % en 2021, disminuyendo 0,4 pp y 0,2 pp respectivamente (gráfica 4). Con la misma dinámica, este porcentaje continuó cayendo a 6,27 % en 2022.

Gráfica 5. Mapa departamental del indicador de acceso a microcrédito

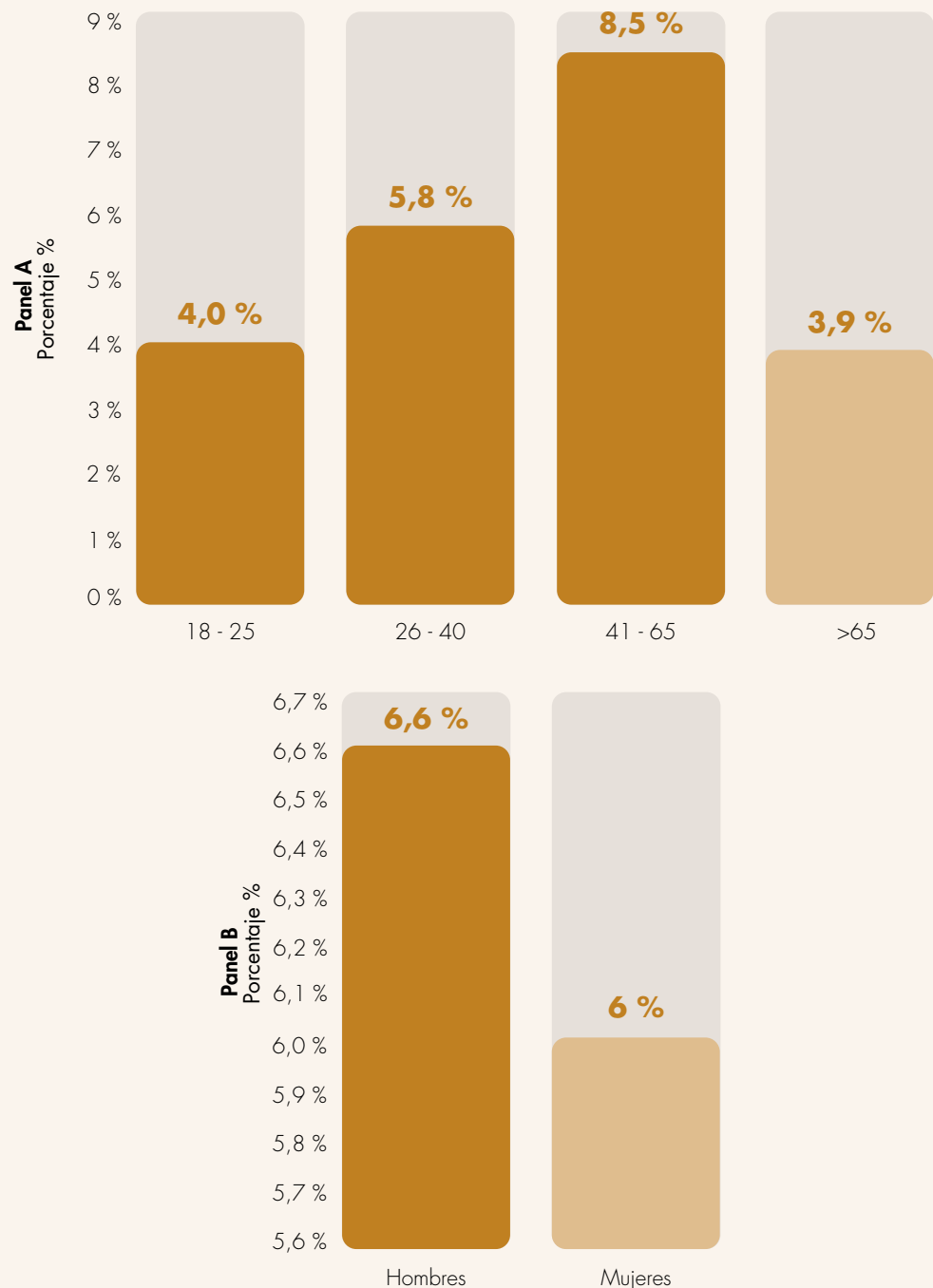


Fuente: elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

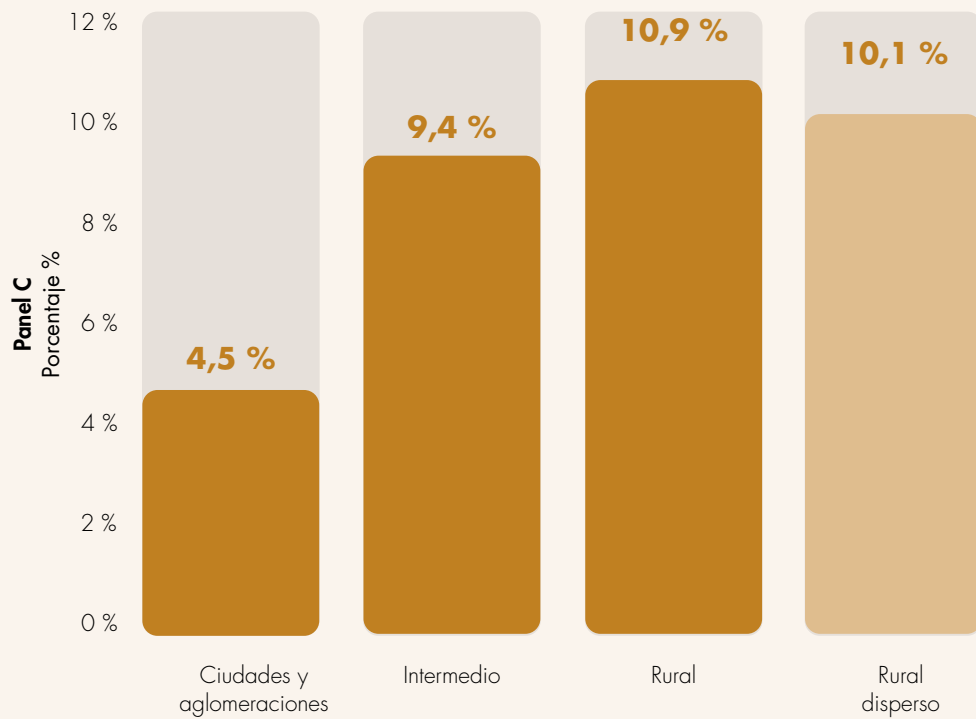
Al revisar esta proporción por departamento, el acceso a microcrédito es considerablemente más alto en el suroccidente del país en comparación con el resto del territorio. Concretamente, las zonas con el más alto porcentaje de adultos con al menos un microcrédito son Huila, Nariño

y Putumayo, en ese orden. En contraste, en Vichada, Bogotá y Guainía menos del 3,5 % de los adultos tiene al menos un microcrédito. Se observa que casi todos los departamentos del norte del país, Chocó, Vaupés y Amazonía tienen niveles inferiores al promedio nacional.

**Gráfica 6.** Panel A: indicador de acceso a microcrédito por grupos de edades; panel B: indicador de acceso a microcrédito por sexo; panel C: indicador de acceso a microcrédito por niveles de ruralidad





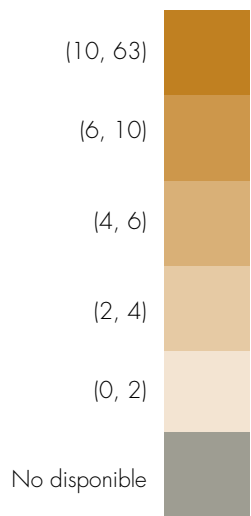


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

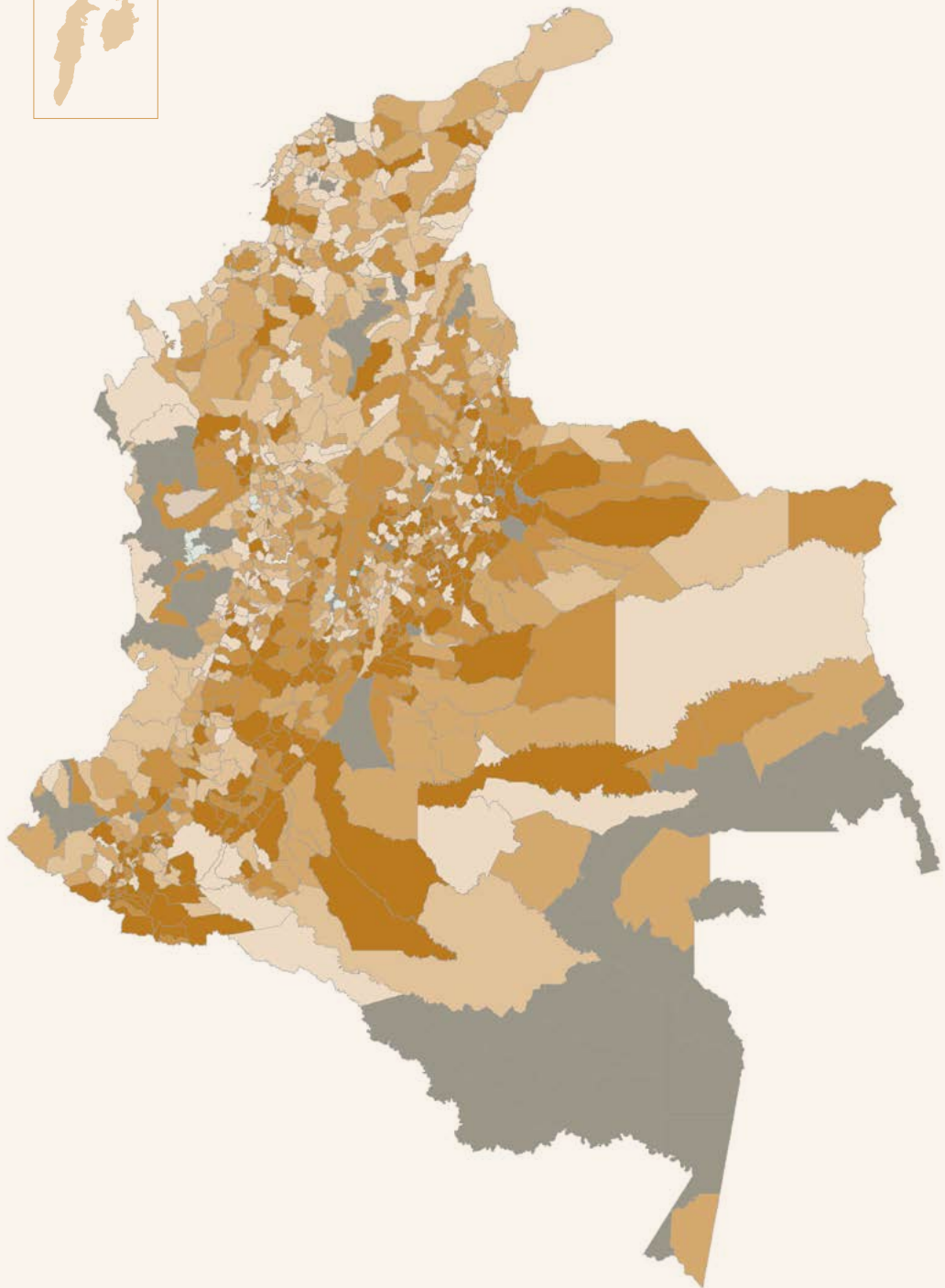
Los adultos mayores, las mujeres y las personas que viven en los municipios con mayor nivel de urbanidad son quienes cuentan con menor acceso a los productos microcrediticios. Por su parte, los mayores de 65 años y los menores de 40 años cuentan con un indicador de acceso a microcrédito por debajo del promedio nacional, mientras que aquellos que se encuentran entre 41 y

65 años lideran el acceso a este producto (gráfica 6, panel A). Las mujeres acceden en menor proporción a microcrédito que los hombres en 0,6 pp (gráfica 6, panel B). Finalmente, en los municipios rurales y rurales dispersos hay mayor proporción de adultos con al menos un microcrédito, seguidos por los municipios intermedios y las ciudades (gráfica 6, panel C).



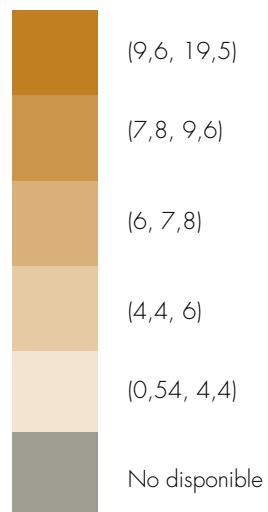
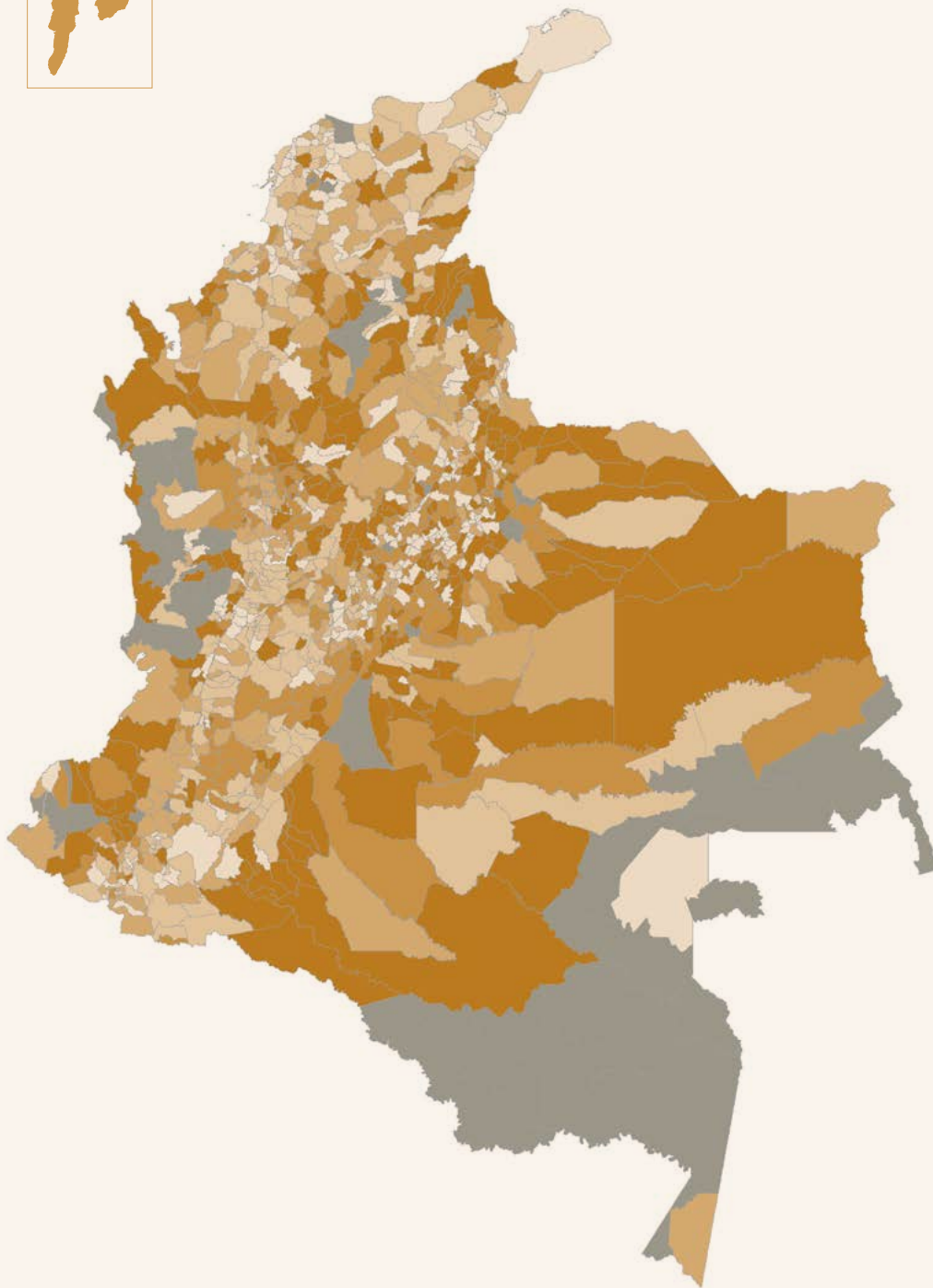


**Gráfica 7.** Mapa municipal del número de desembolsos de microcrédito por 100 adultos

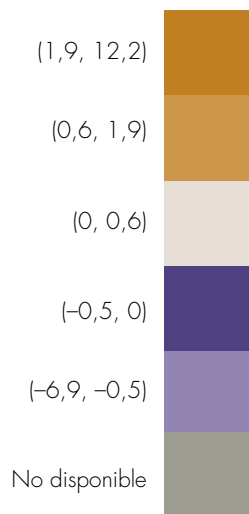


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, Superintendencia de la Economía Solidaria (SES) y ONG microfinancieras.

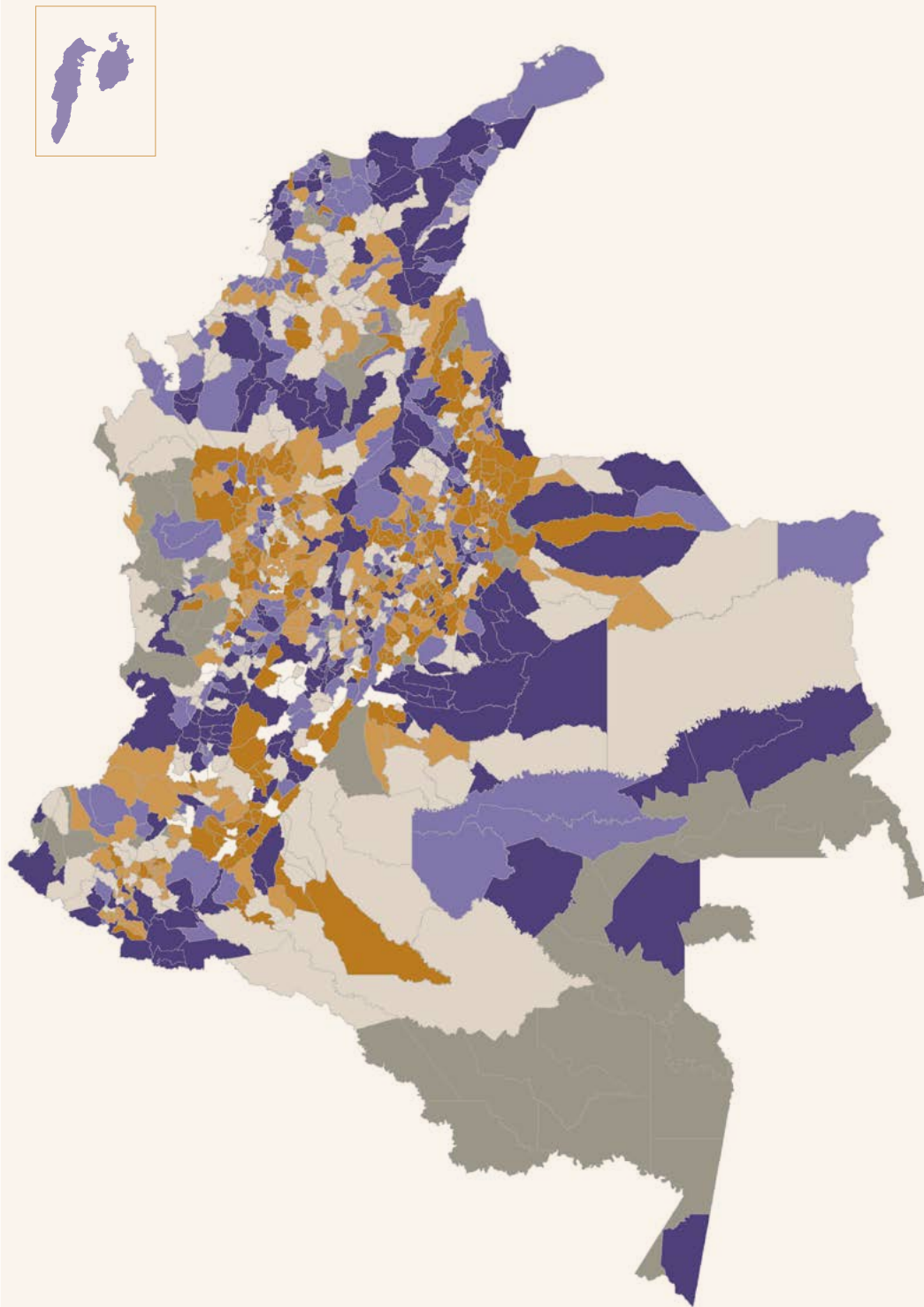
**Gráfica 8.** Mapa municipal del monto promedio desembolsado de microcrédito en millones de pesos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

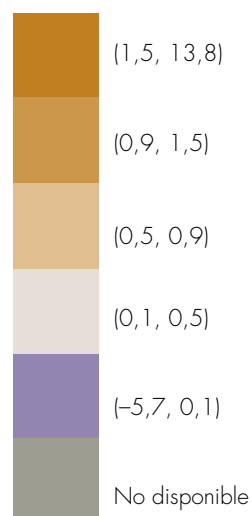
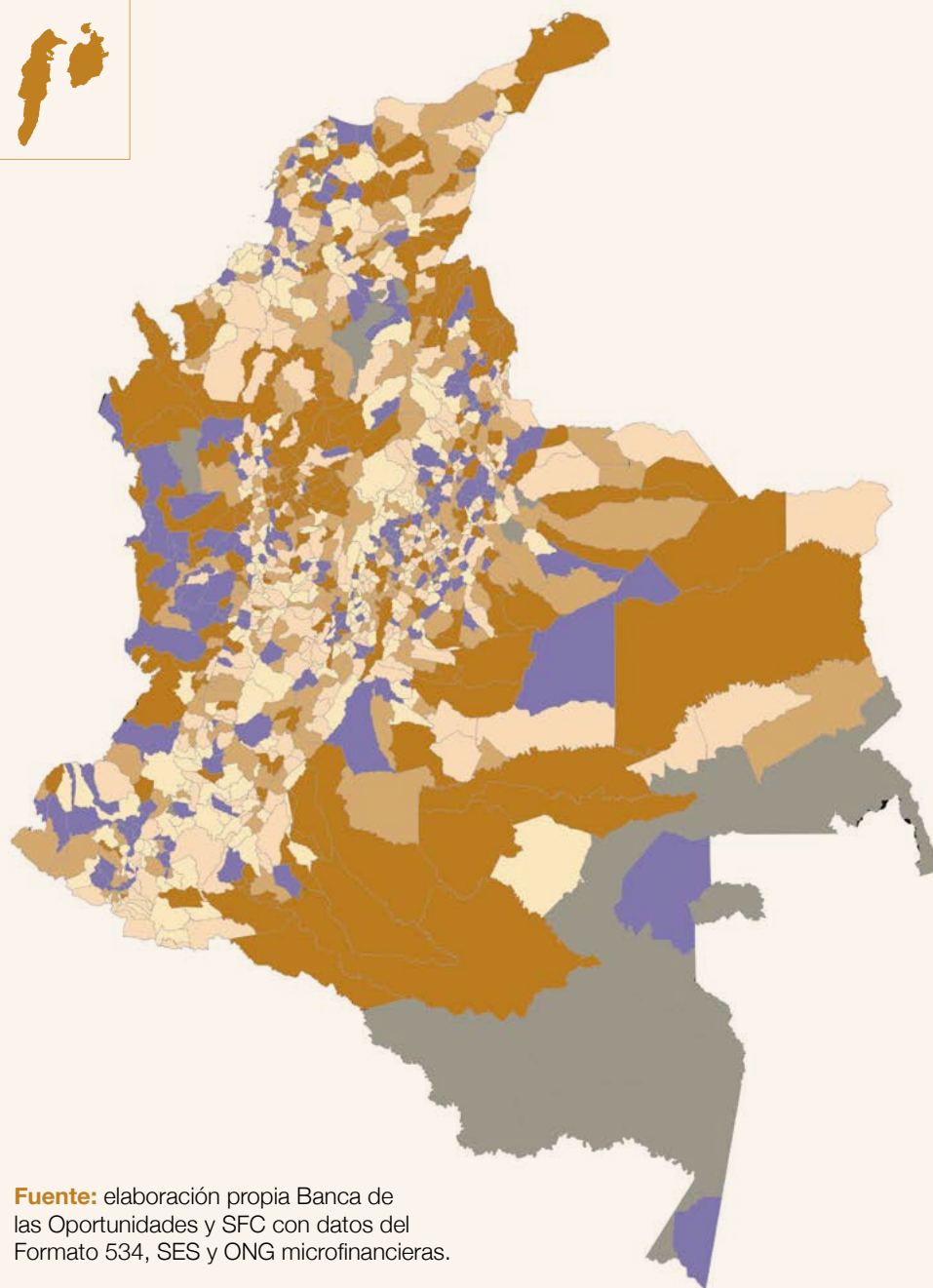


**Gráfica 9.** Mapa municipal de la brecha entre hombres y mujeres del número de desembolsos de microcrédito por 100 adultos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

**Gráfica 10.** Mapa municipal de la brecha entre hombres y mujeres del monto promedio desembolsado de microcrédito en millones de pesos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

La penetración y los montos promedio de las operaciones de microcrédito, así como las brechas por sexo, exhiben patrones regionales. En concreto, en los quintiles más altos del número de desembolsos por 100 adultos están principalmente los municipios ubicados

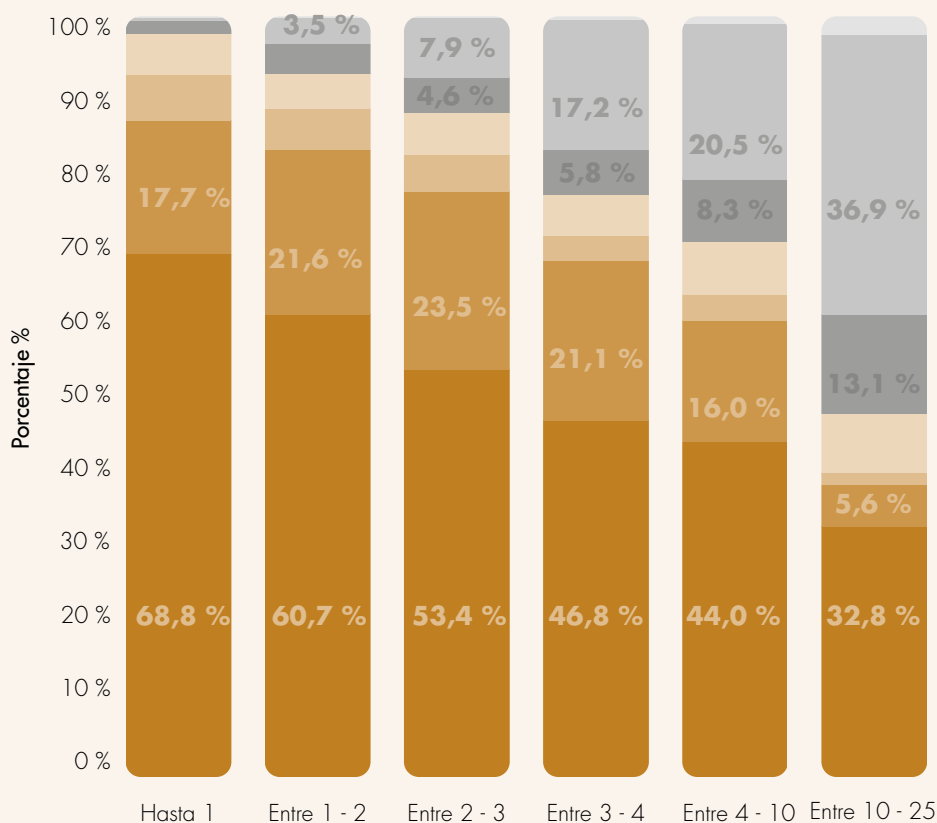
en el corredor que va desde el suroccidente del país hacia el centro y el nororiente, incluyendo algunos municipios alrededor de esta región (gráfica 7). En cuanto al monto promedio que se desembolsa bajo la modalidad de microcrédito, a los municipios del oriente de

Boyacá, los del sur de Putumayo, los más orientales y los del norte de la provincia del Darién se les otorga un monto mayor que el promedio nacional (gráfica 8).

En cuanto a la brecha en la penetración de este producto por sexo, el número de operaciones por adulto es mayor para mujeres que para hombres en 431 municipios del país, mientras que en más de 600 la dinámica es la opuesta (gráfica 9). En todo caso, la brecha a favor de las mujeres se presenta en el norte de La Guajira, el Urabá antioqueño,

el corredor del Tolima y el Valle del Cauca. También se refleja en el norte de Boyacá y en los municipios contiguos a Santander, los aledaños a la frontera de Nariño y Putumayo y algunas municipalidades dispersas entre sí de los Llanos Orientales. Por su parte, las mujeres reciben montos de microcrédito mayores que los de los hombres en un número limitado de municipios (gráfica 10). Se destaca que entre ellos se encuentran algunos del Chocó, el sur del Darién, Nariño, algunos dispersos de la costa atlántica, el centro del país y la Orinoquía.

**Gráfica 11.** Participación del número de desembolsos de microcrédito por rangos de monto en salarios mínimos y tipo de entidad

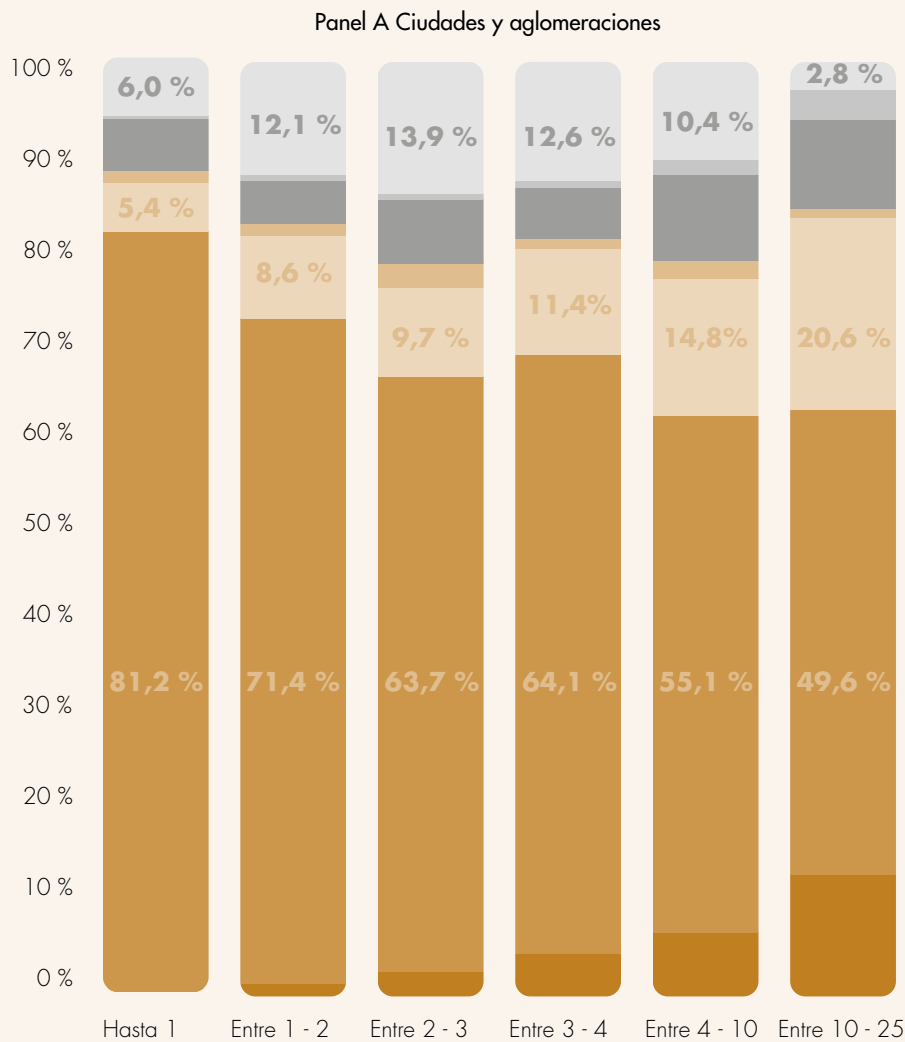


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

Al analizar la participación del tipo de entidades en los desembolsos de microcrédito para ciertos grupos de monto de crédito, se aprecian diferencias significativas en los nichos de atención de las entidades especializadas en microfinanzas<sup>1</sup>, las ONG microfinancieras y la banca pública. En efecto, más del 50 % de las operaciones que se efectuaron por debajo de

los 3 SMMLV fueron realizadas por cuatro entidades bancarias enfocadas en microfinanzas (gráfica 11). Las ONG microfinancieras tienen un comportamiento similar. En el caso de la banca pública, a medida que aumentan los montos de los desembolsos, estas entidades ganan mayor participación en el número de operaciones otorgadas.

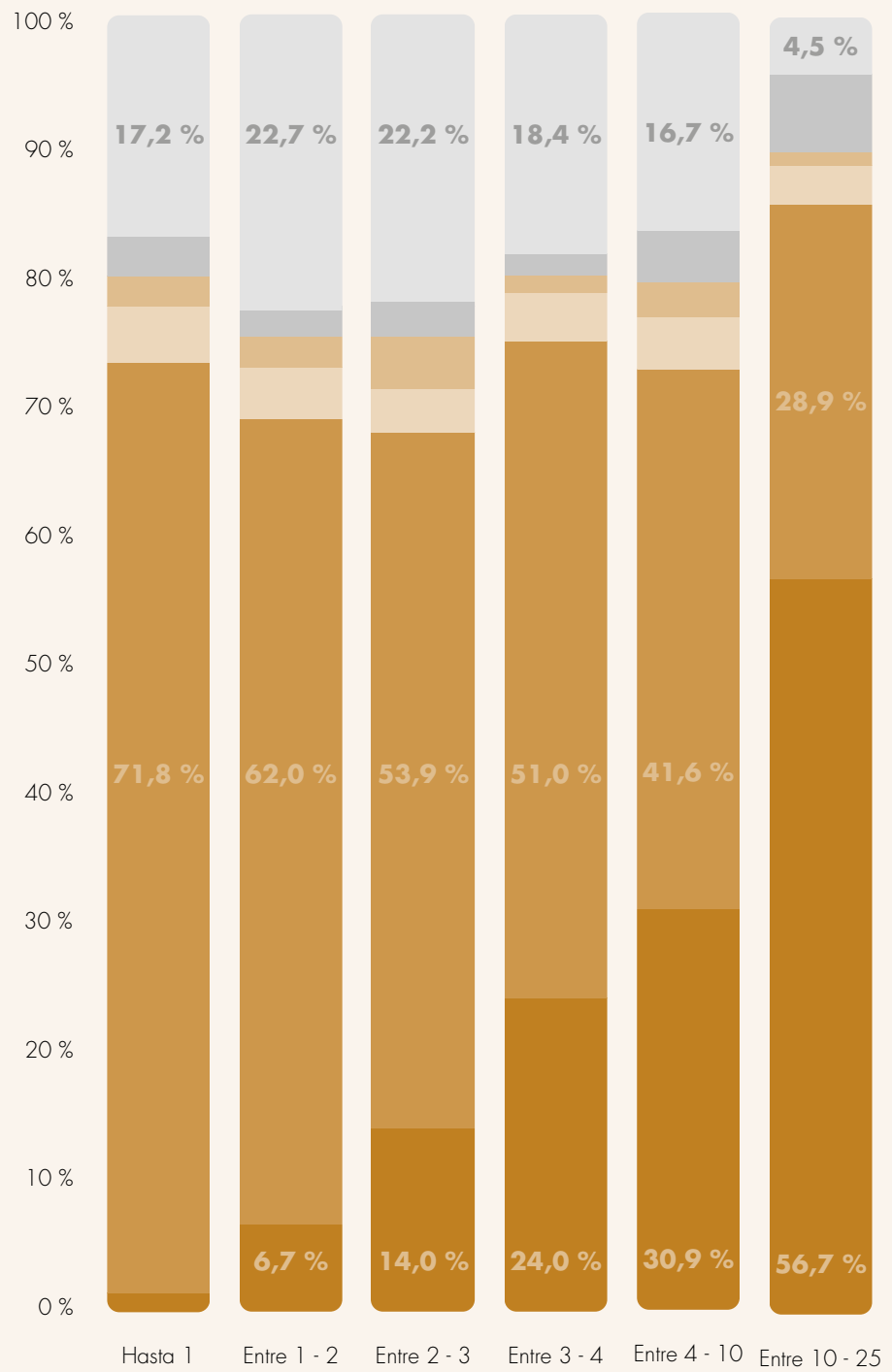
**Gráfica 12.** Participación del número de desembolsos de microcrédito por rangos de monto, por tipo de entidad y nivel de ruralidad



1. Las entidades especializadas en microfinanzas son los establecimientos de crédito vigilados por la SFC cuyo enfoque de negocio es el microcrédito.



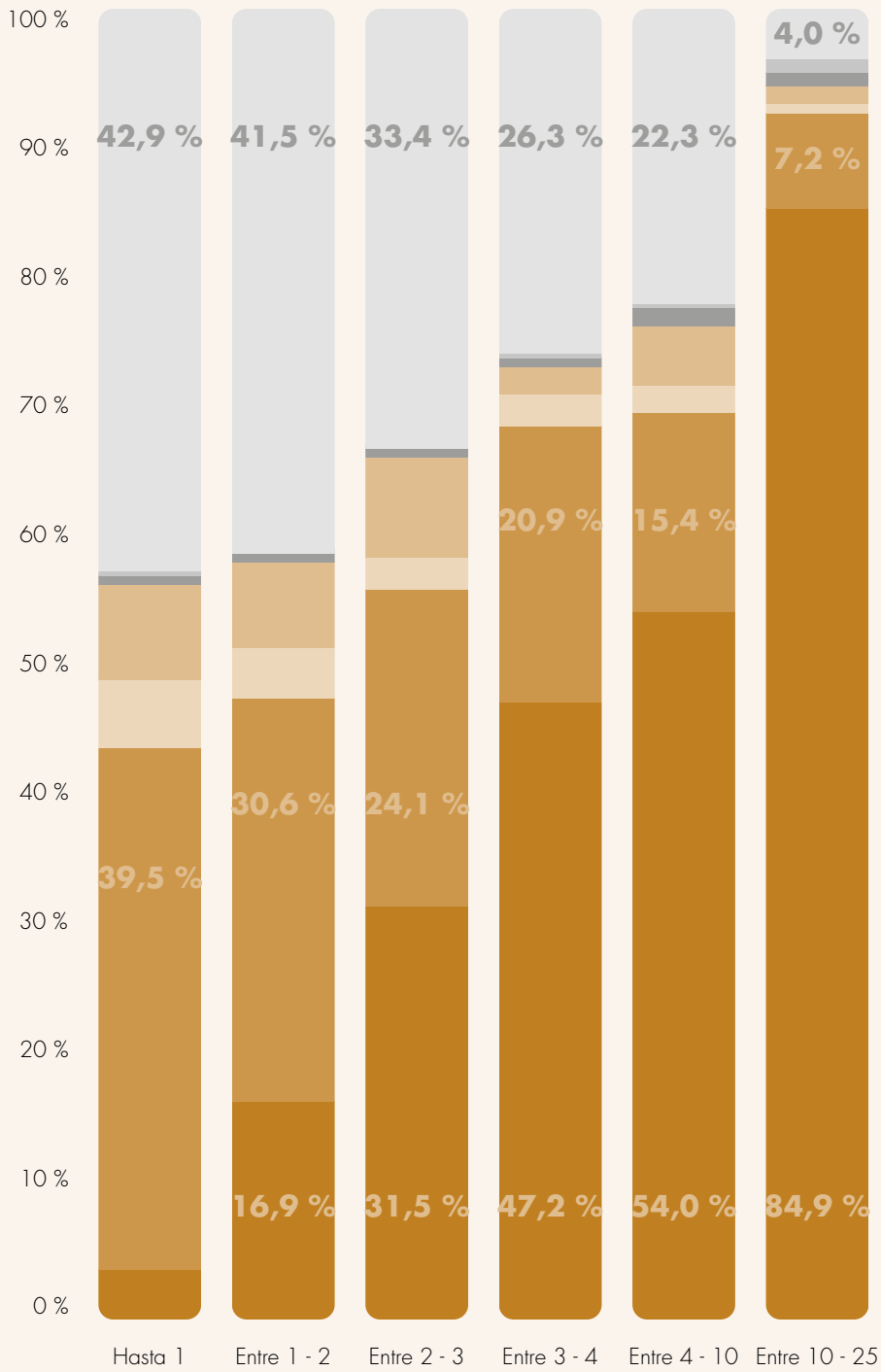
Panel B Intermedio

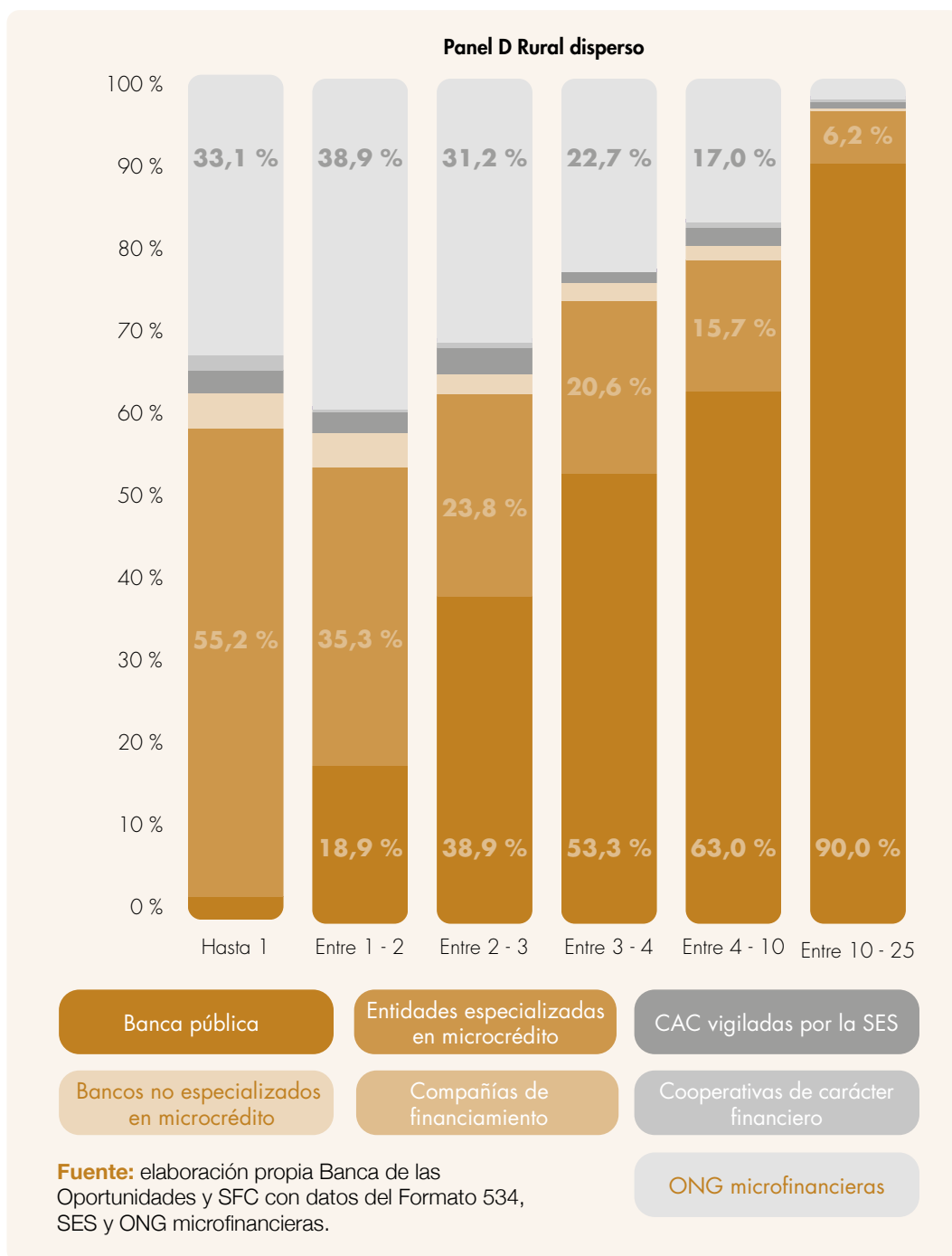


- Banca pública
- Bancos no especializados en microcrédito
- Entidades especializadas en microcrédito
- Compañías de financiamiento
- CAC vigiladas por la SES
- Cooperativas de carácter financiero
- ONG microfinancieras



Panel C Rural

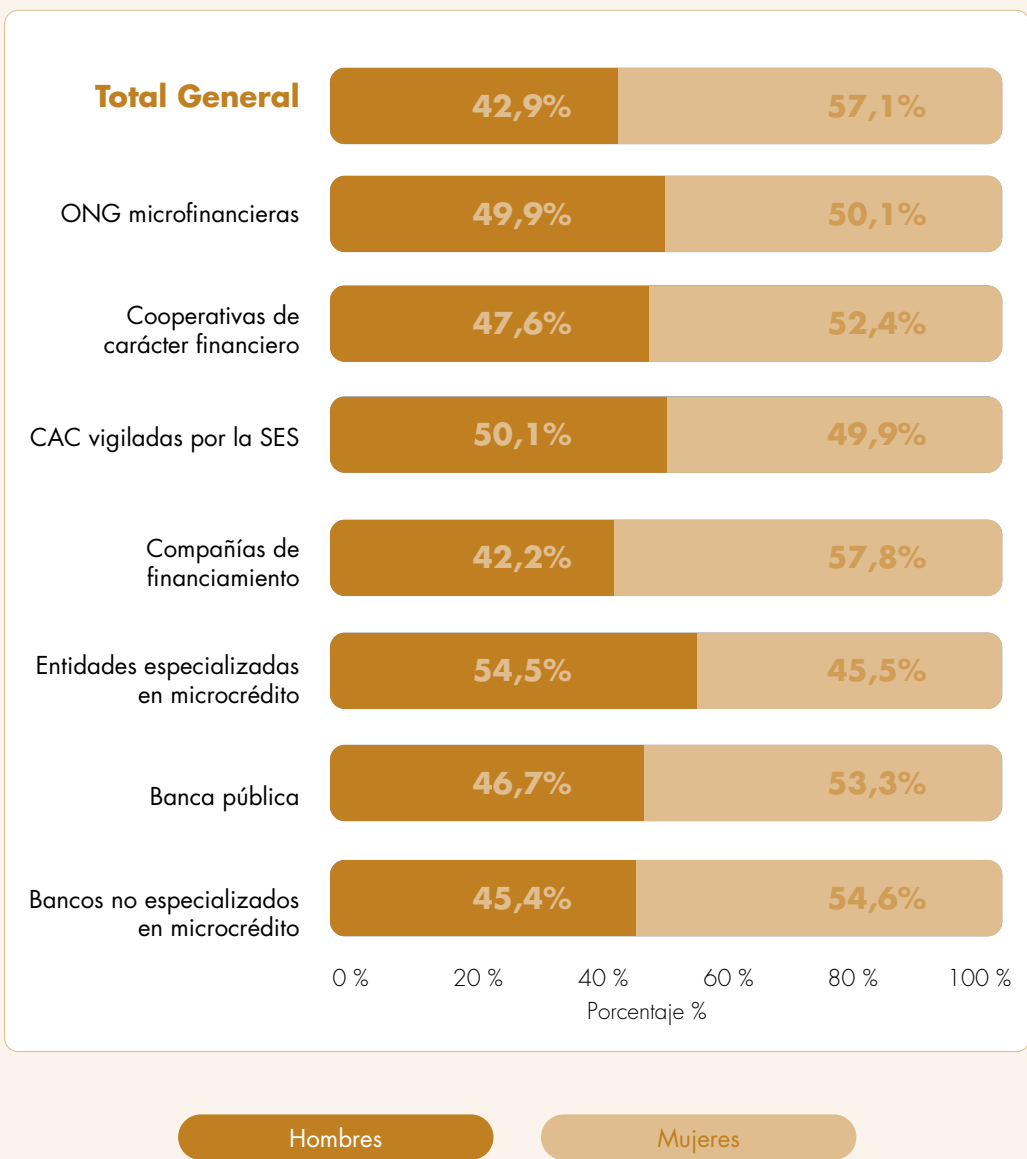




Al descomponer las operaciones en los cuatro niveles de ruralidad, unas entidades financieras tienen mayor vocación rural y otras concentran su operación en las urbes del país. Es así como los bancos especializados en microfinanzas ostentan una participación mayoritaria en todos los municipios y en desembolsos de medio o bajo monto, mientras que la banca

pública y las ONG microfinancieras son más importantes en los municipios rurales y rurales dispersos (gráfica 12). Los bancos y las cooperativas de ahorro y crédito (CAC) vigiladas por la SES son entidades en las que los desembolsos se concentran en municipios clasificados como ciudades y aglomeraciones, y en montos de mayor tamaño.

**Gráfica 13.** Participación del número de desembolsos de microcrédito por sexo y tipo de entidad



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

Por su lado, hay ciertas entidades que tienen mayor participación de desembolsos de microcrédito para mujeres que para hombres. De hecho, solo las CAC vigiladas por la SES y los bancos de nicho de microfinanzas les otorgan más microcréditos a las mujeres que a los hombres (gráfica 13). Al

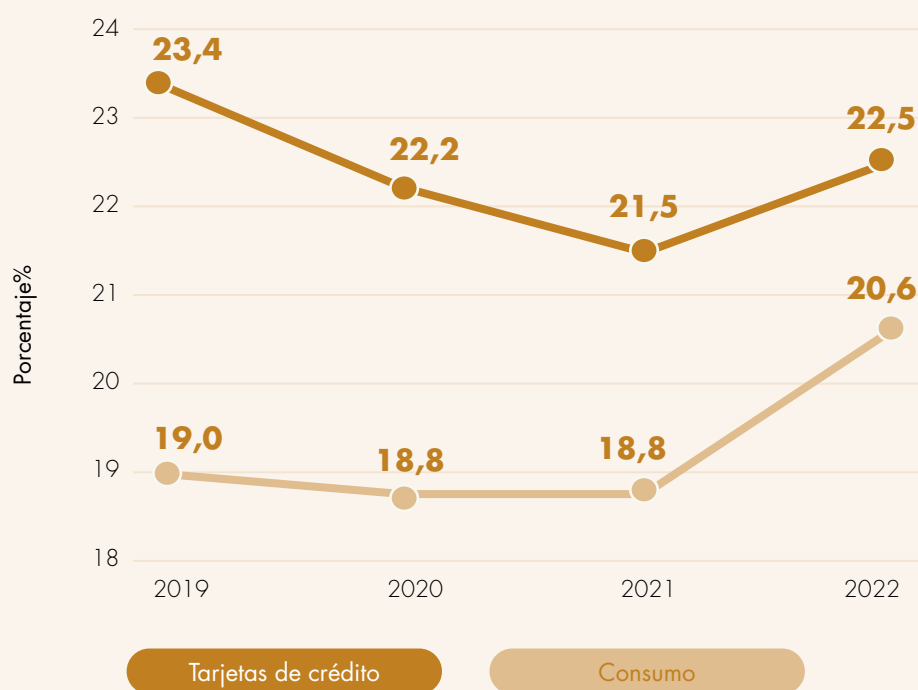
contrario, las compañías de financiamiento (57,8 %), los bancos (54,6 % del resto de bancos y 53,3 % de la banca pública), las cooperativas de carácter financiero (52,4 %) y las ONG microfinancieras (50,1 %) desembolsan más microcréditos a mujeres que a sus pares.

## 4.4. Perspectivas de acceso a tarjetas de crédito y otros créditos de consumo

El acceso a tarjetas de crédito y otros créditos de consumo se recuperó en el último año. A cierre del 2022 este indicador, que se calcula como el cociente del número de adultos con al menos uno de estos productos y el número de los adultos en Colombia, llegó a 22,5 % y

20,6 %, respectivamente (gráfica 14). En otras palabras, cerca de un cuarto de los adultos colombianos cuenta con al menos una tarjeta de crédito, y uno de cada cinco, con otro tipo de crédito de consumo, como un crédito vehicular, uno de libre inversión o una libranza.

**Gráfica 14.** Indicador de acceso a crédito de consumo y tarjetas de crédito 2019-2022



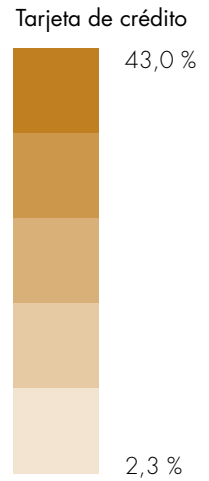
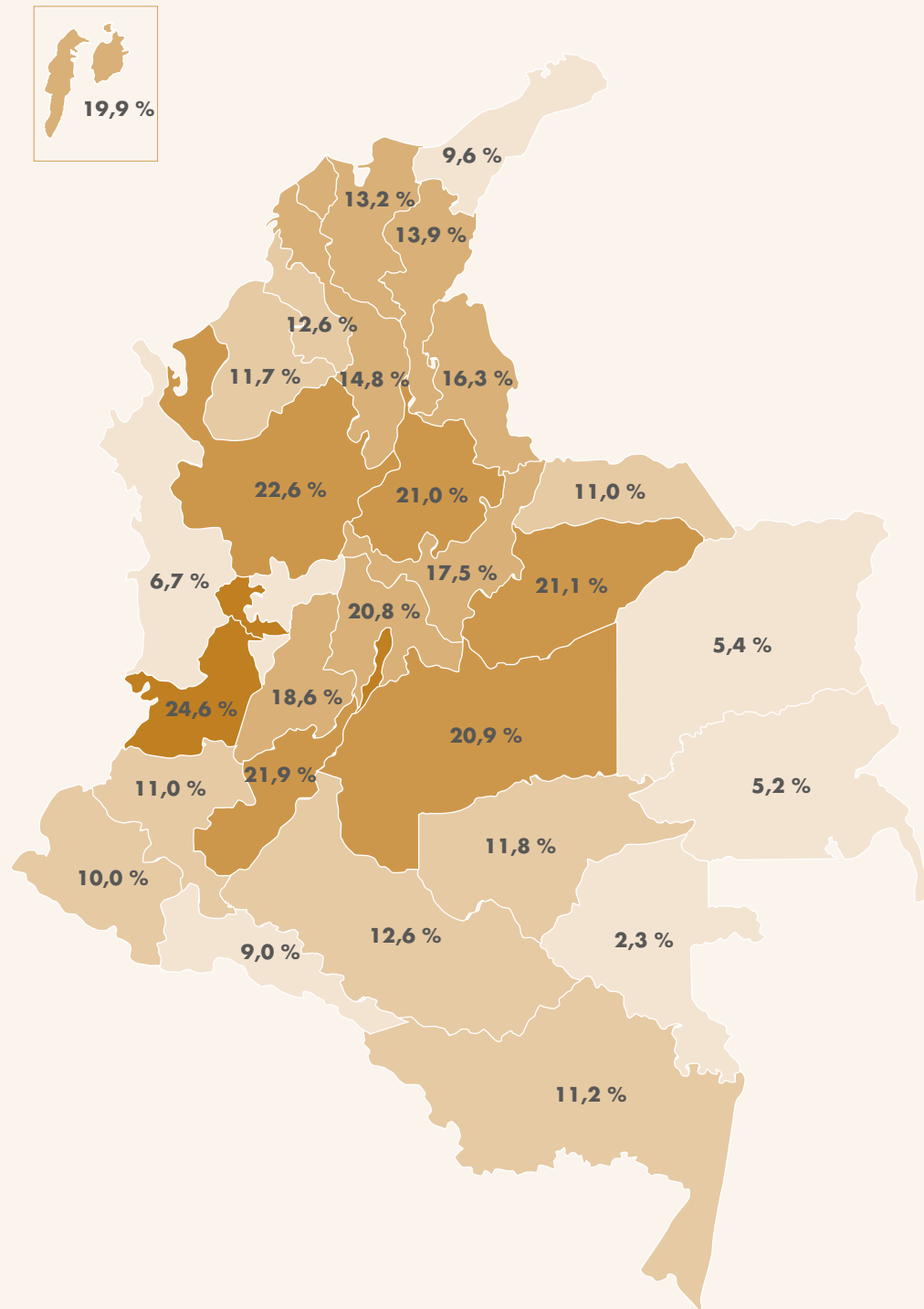
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

El porcentaje de adultos con al menos una tarjeta de crédito fue de 23,4 % a cierre de 2019, disminuyendo hasta 2021 y recuperándose en 2022. En concreto, el indicador de acceso a tarjetas de crédito se redujo 1,2 pp de 2019 a 2020, para reducirse luego a 21,5 % y creciendo 1 pp en 2022. Por el lado

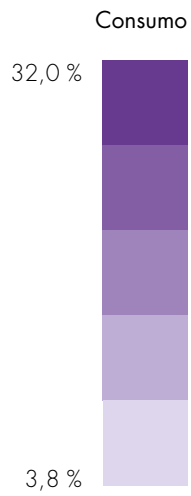
de los demás créditos de consumo, el 19 % de los adultos en Colombia tuvo uno de estos productos a cierre de 2019, disminuyó a 18,8 % a inicios de década y continuó en el mismo nivel en el año siguiente. A 2022, este indicador creció 1,6 pp frente al dato de cuatro años atrás.

**Gráfica 15.** Mapas a nivel departamental del indicador de acceso a tarjetas de crédito (panel A) y de crédito de consumo (panel B)

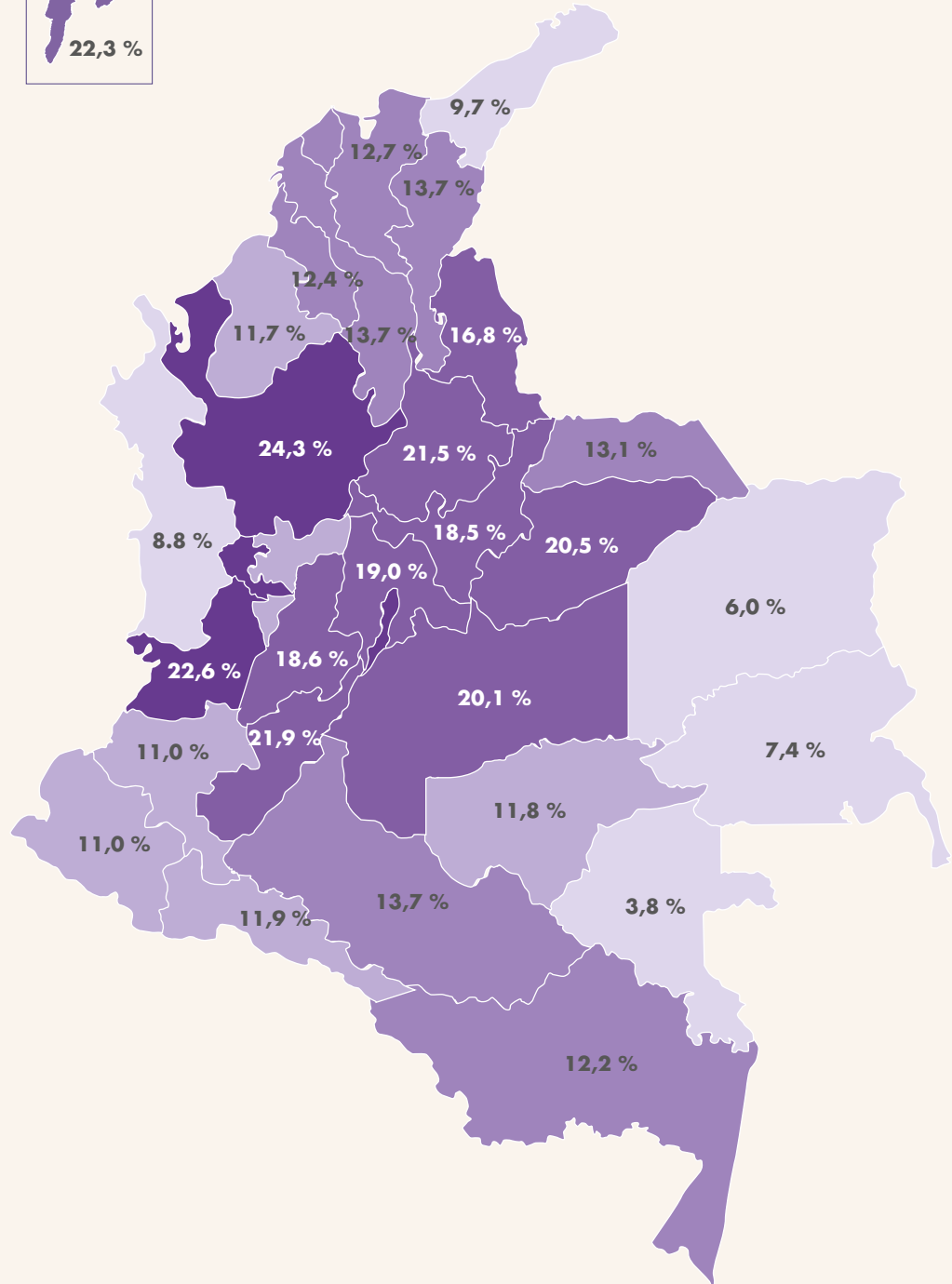
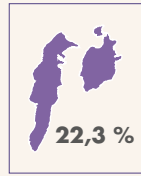
**Panel A**



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.



**Panel B**

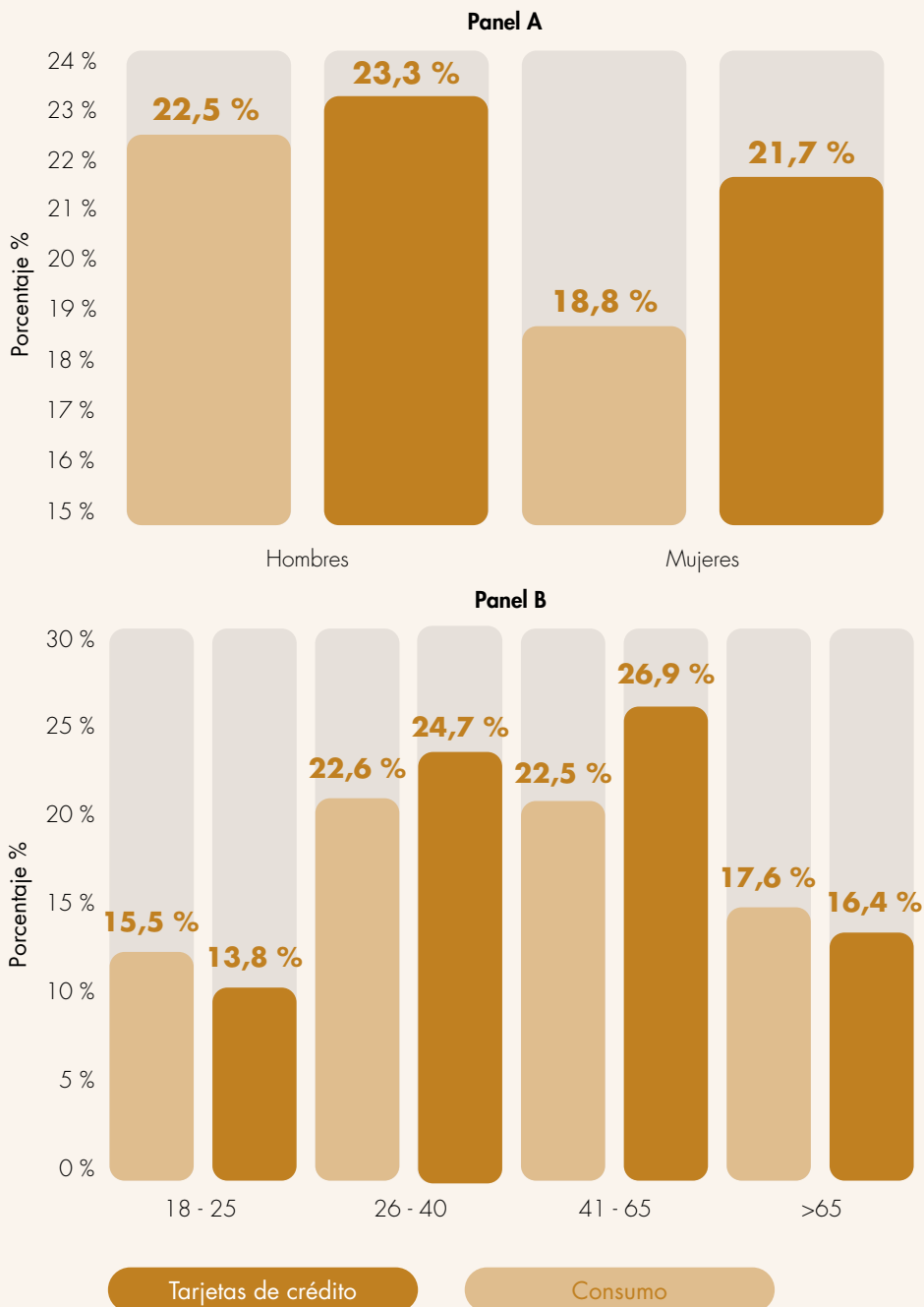


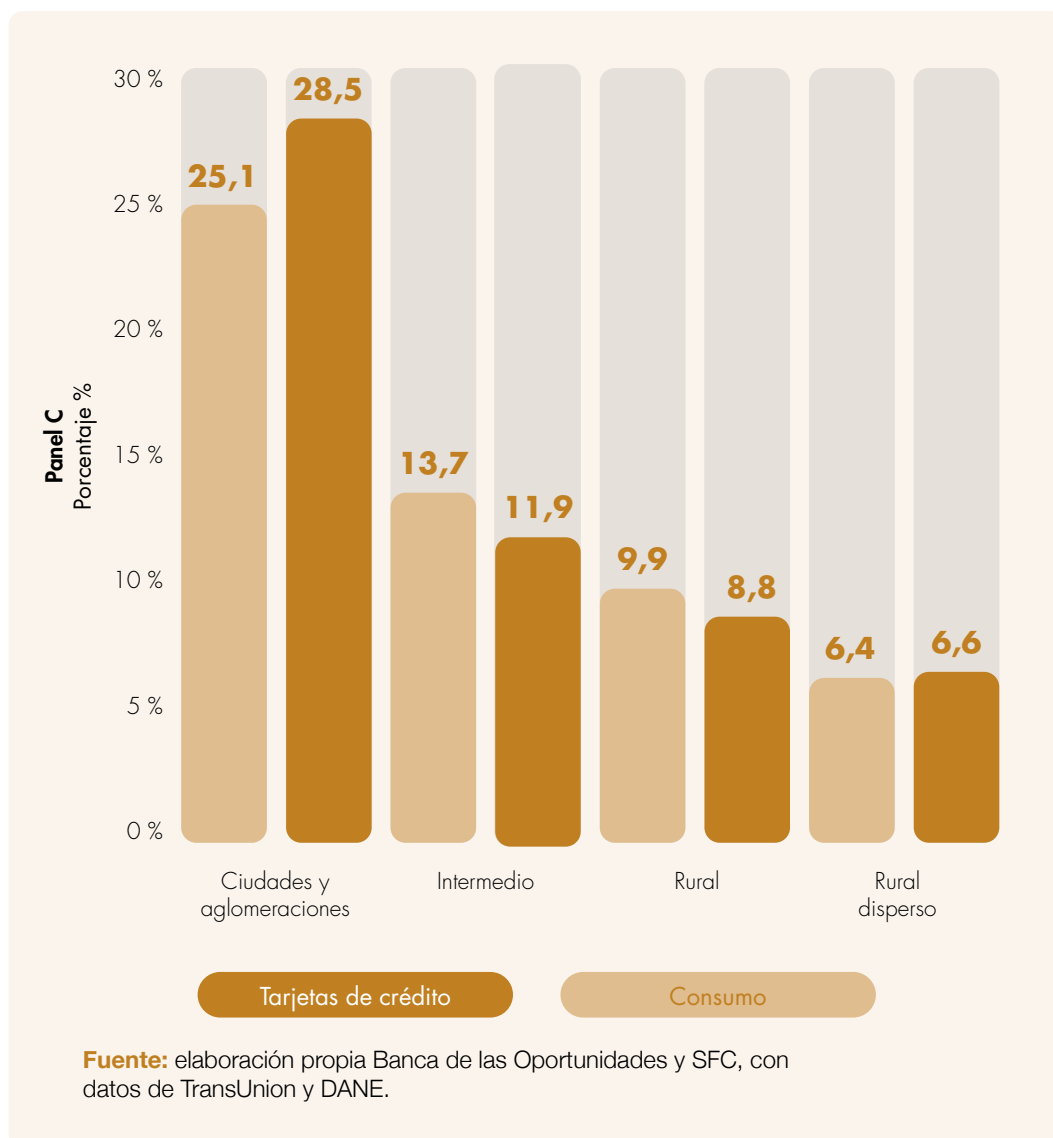
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

El acceso a tarjetas de crédito y al resto de los créditos de consumo es mayor en las zonas centrales del país. En cuanto al primer producto, Bogotá (43 %), Valle del Cauca (24,6 %), Risaralda (24,6 %) y Antioquia (24,3 %) tienen los indicadores más altos de acceso, patrón que se cumple también para

los demás créditos de consumo. En los últimos lugares están Vaupés (2,28 %), Guainía (5,19 %) y Vichada (5,38 %), exhibiendo poca inclusión crediticia a través de estos productos. Atlántico, Casanare y el Huila son lugares que presentan niveles alrededor del promedio nacional.

**Gráfica 16.** Panel A: indicador de acceso a crédito de consumo y tarjetas de crédito por sexo; panel B: indicador de acceso a crédito de consumo y tarjetas de crédito por edades; panel C: indicador de acceso a crédito de consumo y tarjetas de crédito por niveles de ruralidad



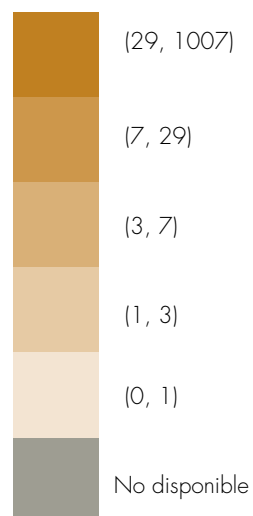
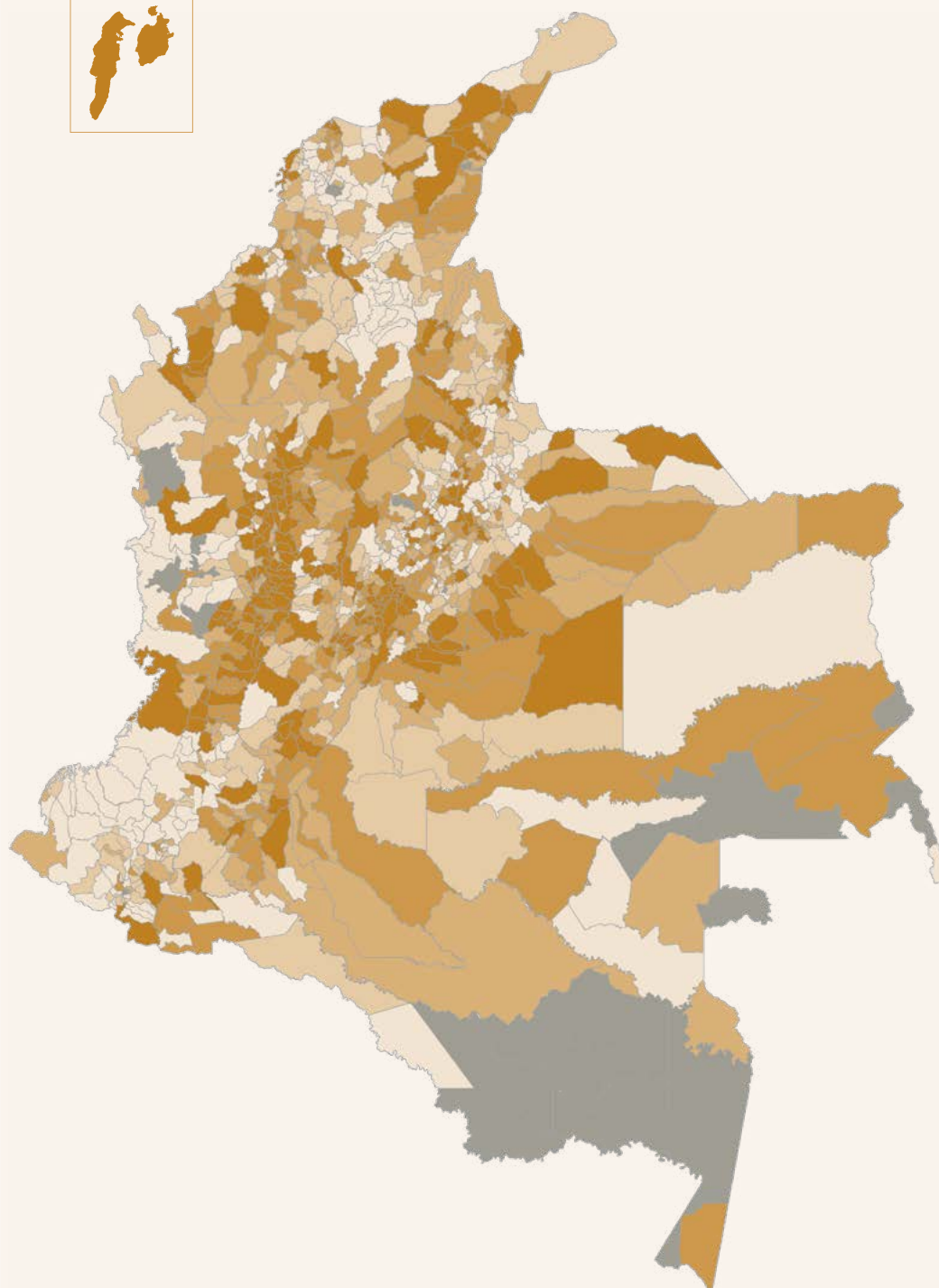


Por su parte, los hombres, los adultos entre 41 y 65 años y aquellos que residen en las ciudades del país son más tarjetahabientes de crédito que los demás grupos sociales en al menos uno de estos productos. Particularmente, la brecha entre hombres y mujeres en el indicador de acceso a tarjeta de crédito es de 1,6 pp (gráfica 16, panel A). En cuanto a los diferentes grupos de edad, el 13,8 % de los adultos más jóvenes, el 16,4 % de los adultos mayores y el 24,7 % de aquellos con una edad entre 26 y 40 años tienen una tarjeta de crédito (gráfica 16, panel B). Finalmente, el acceso disminuye a medida que las personas viven en un municipio de mayor ruralidad (gráfica 16, panel C).

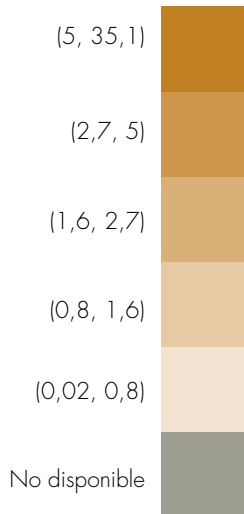
Los demás créditos de consumo tienen una dinámica análoga a la de las tarjetas de crédito por sexo, edad y niveles de ruralidad. La diferencia en el indicador de acceso a otros créditos de consumo entre hombres y mujeres es de cerca 3,7 pp (gráfica 16, panel A). Por su lado, los adultos entre 26 y 40 años obtienen en mayor proporción al menos un crédito de consumo que aquellos entre 41 y 65 años en 10 puntos básicos (pb), seguidos por los adultos mayores (17,6 %) y quienes están entre 18 y 25 años (15,5 %) (gráfica 16, panel B). Los créditos de consumo son más adquiridos en al menos un producto en los municipios urbanos (25,1 % y 13,7 % para ciudades y aglomeraciones e intermedios, respectivamente) que en los rurales (9,9 % en municipios rurales y 6,4 % para rurales dispersos).



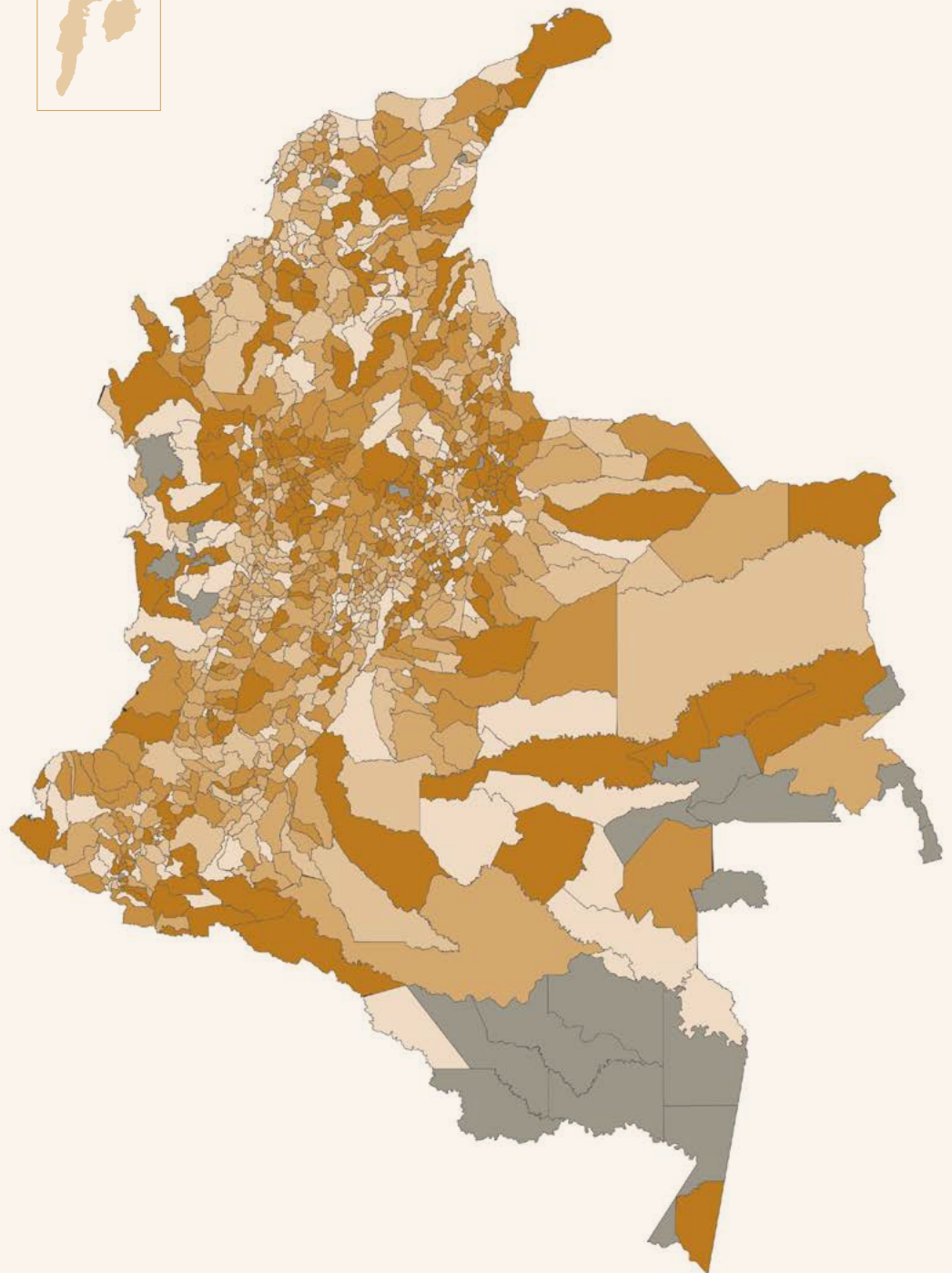
**Gráfica 17.** Mapa municipal del número de desembolsos de crédito de consumo por 100 adultos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

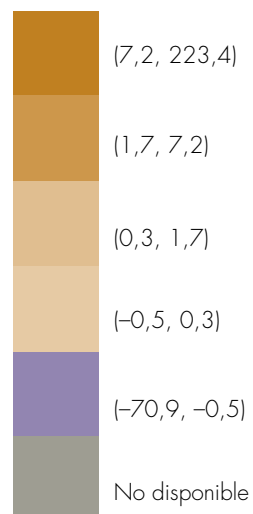
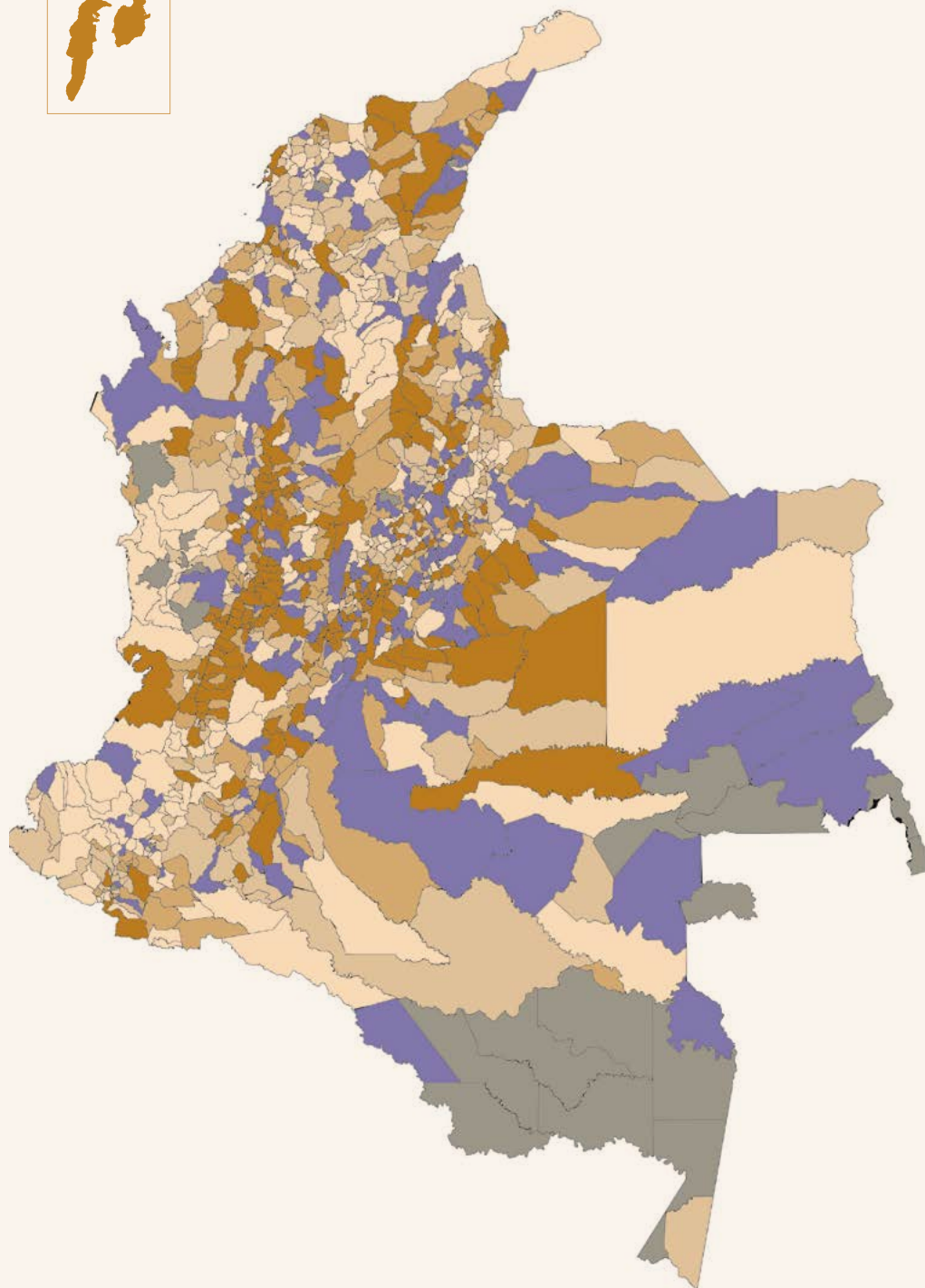


**Gráfica 18.** Mapa municipal del monto promedio desembolsado de crédito de consumo en millones

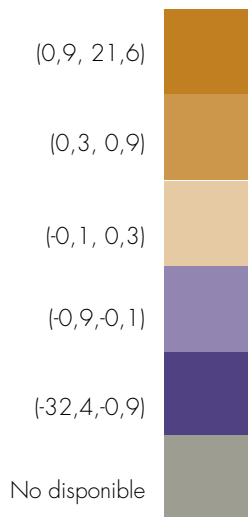


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

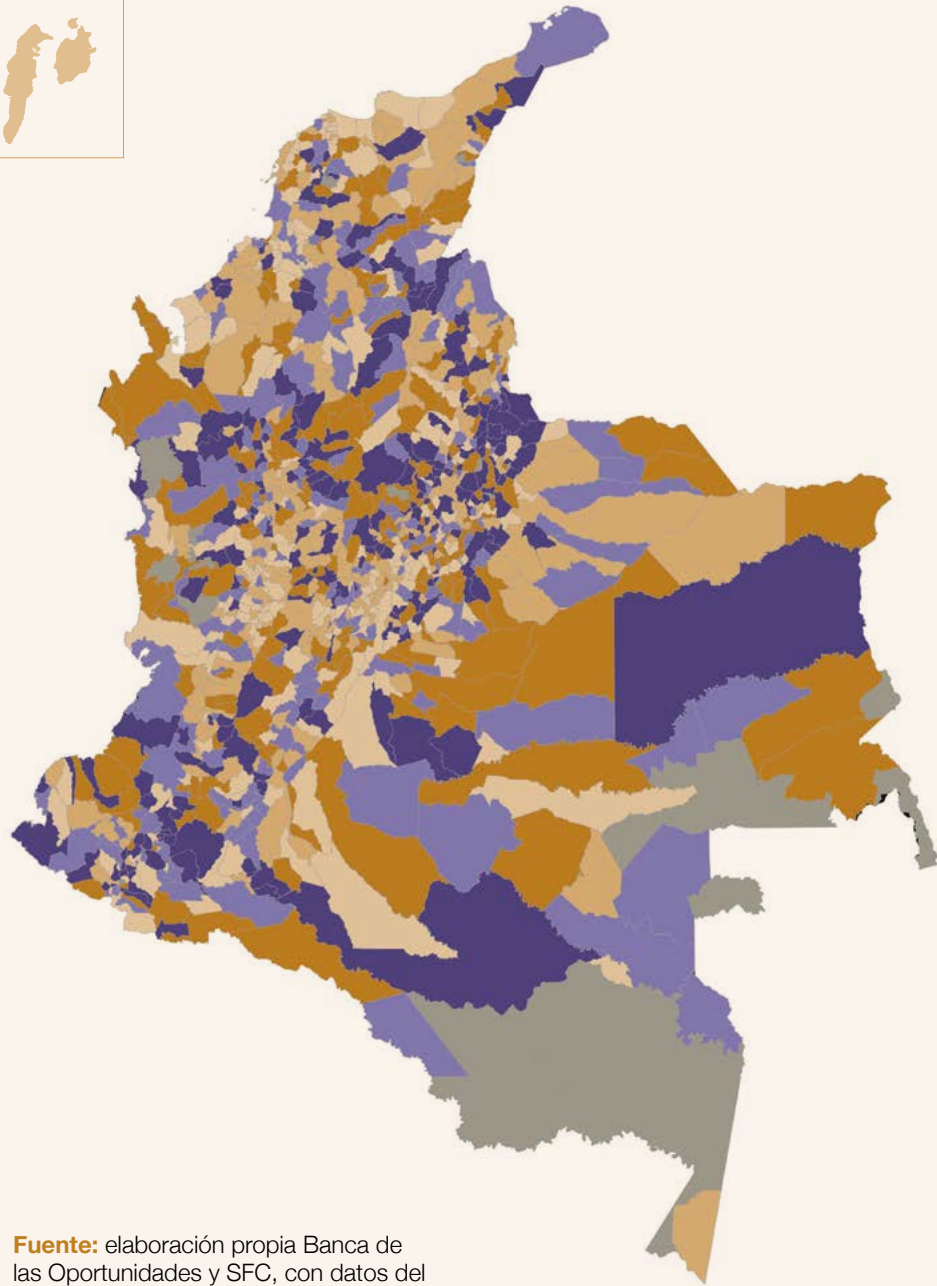
**Gráfica 19.** Mapa municipal de la brecha en el número de desembolsos de crédito de consumo por 100 adultos entre hombres y mujeres



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.



**Gráfica 20.** Mapa municipal de la brecha del monto promedio desembolsado de crédito de consumo entre hombres y mujeres en millones de pesos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

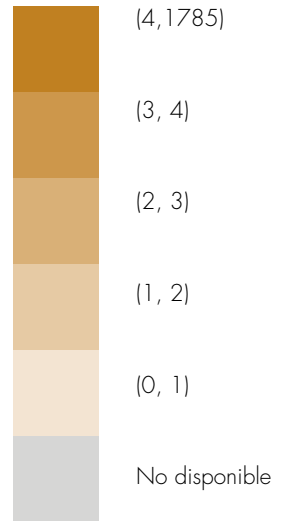
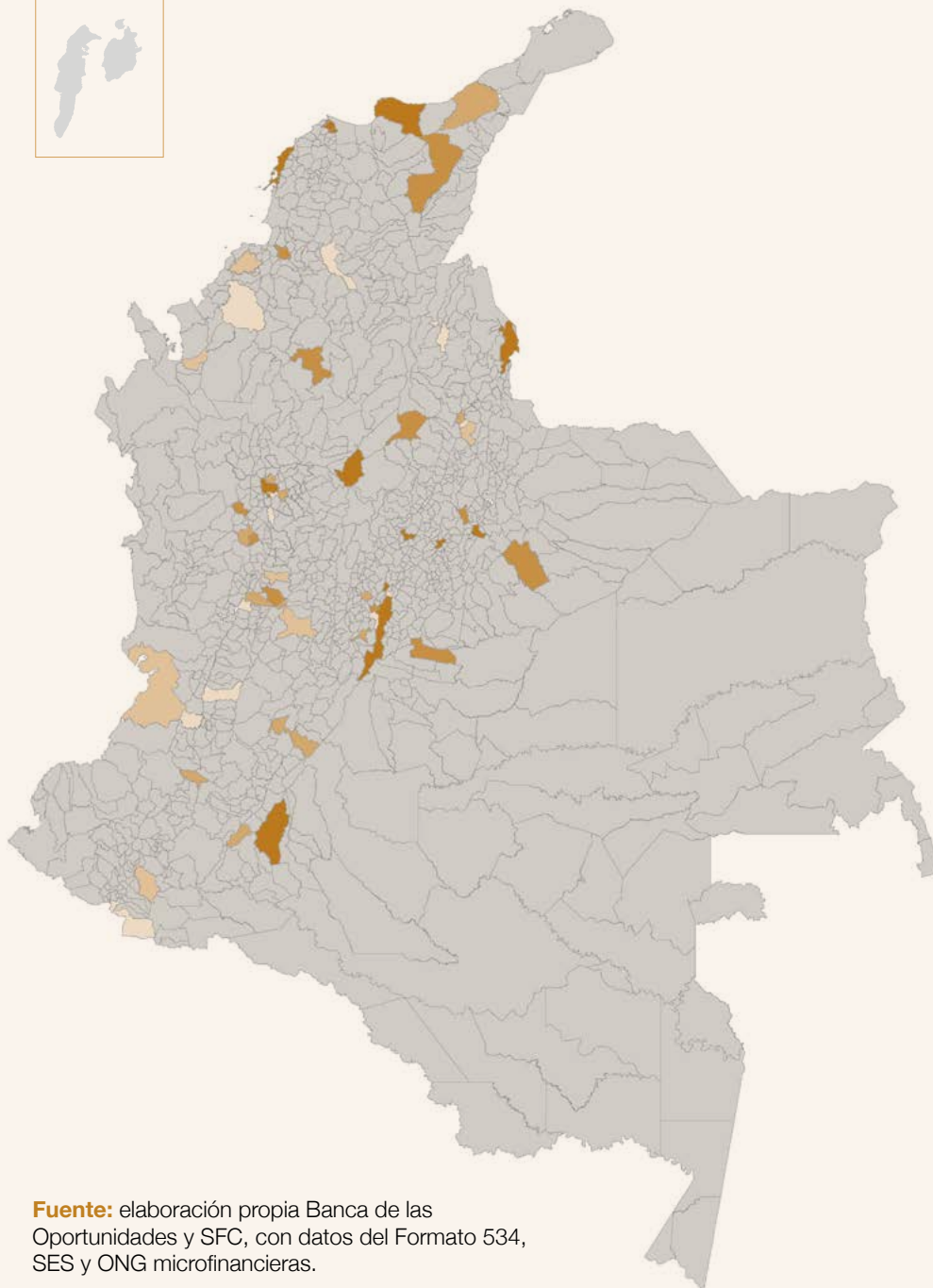
El crédito de consumo se concentra en algunas regiones del país y está dirigido principalmente a hombres. La zona baja de Antioquia, el eje cafetero, la parte norte del Tolima y el oriente del Cauca y su valle tienen una elevada concentración de desembolsos de crédito de consumo por adulto (gráfica 17) y, a su

vez, en la mayoría de los municipios de estas zonas los hombres reciben más desembolsos de este tipo de crédito que las mujeres, ajustados por el número de adultos (gráfica 19). Además, hay otros municipios de La Guajira, el Urabá antioqueño y gran parte del centro del país que siguen este patrón.

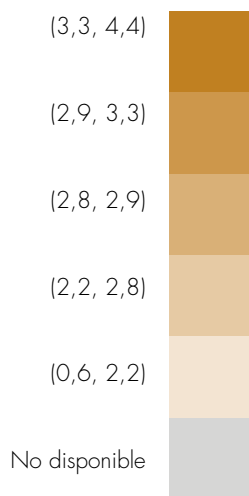
Aunque los montos que en promedio se desembolsan comparten una dinámica similar a la penetración de los desembolsos de créditos de consumo, la cantidad que se otorga a las mujeres es considerablemente alta en varias regiones del país. En efecto, las mujeres obtienen un monto medio mayor en operaciones crediticias de consumo en 472

municipios del país que sus pares hombres, mientras que en el resto estos últimos reciben mayor monto en promedio (gráfica 20). Cabe destacar que el tamaño de la diferencia promedio en favor de las mujeres alcanza los COP 32,4 millones, mientras que este mismo valor para los hombres es de cerca de COP 21,6 millones.

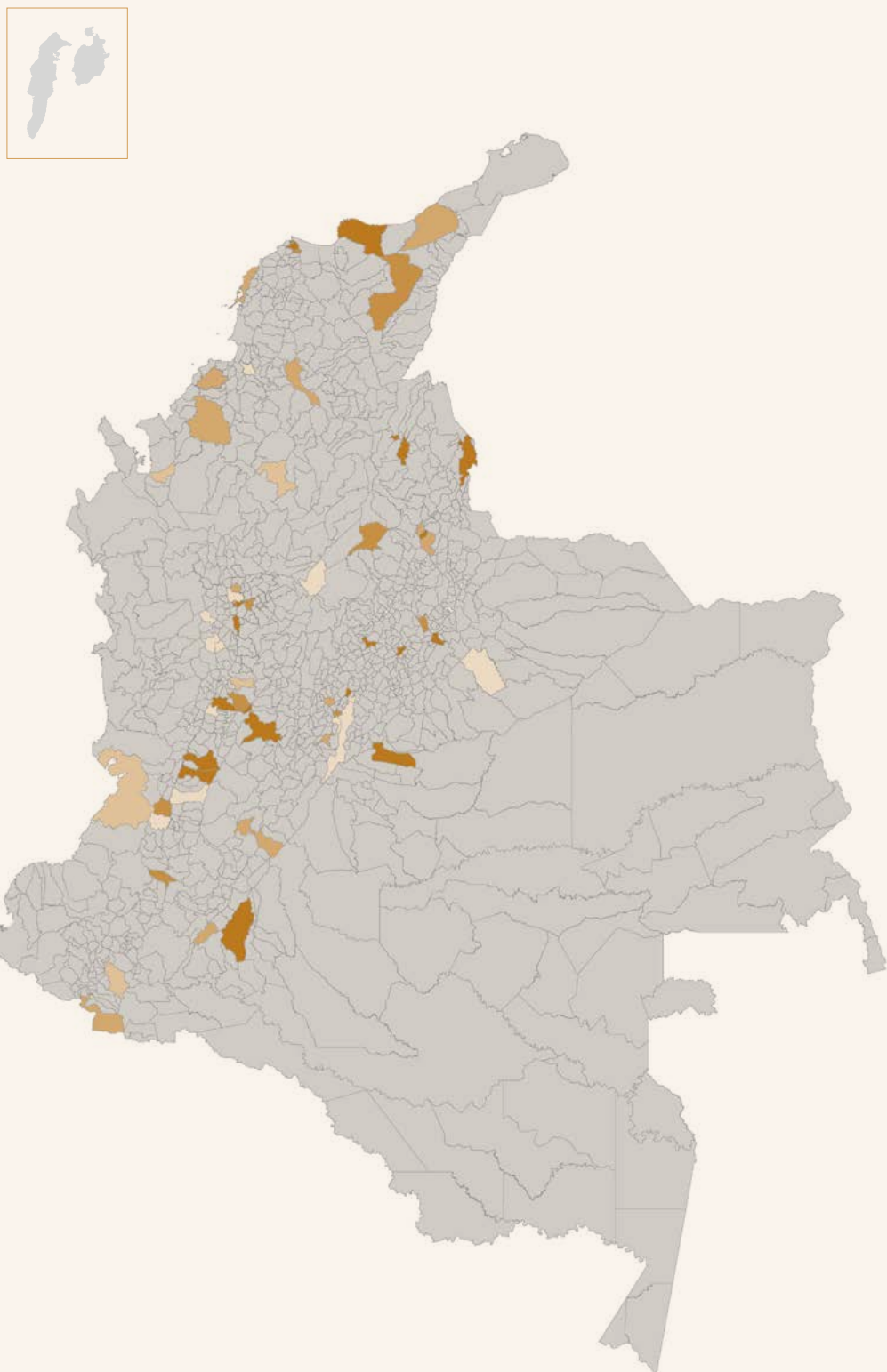
**Gráfica 21.** Mapa municipal del número de desembolsos de crédito de consumo de bajo monto por 10 000 adultos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

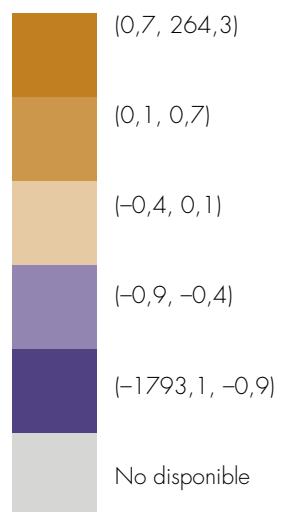
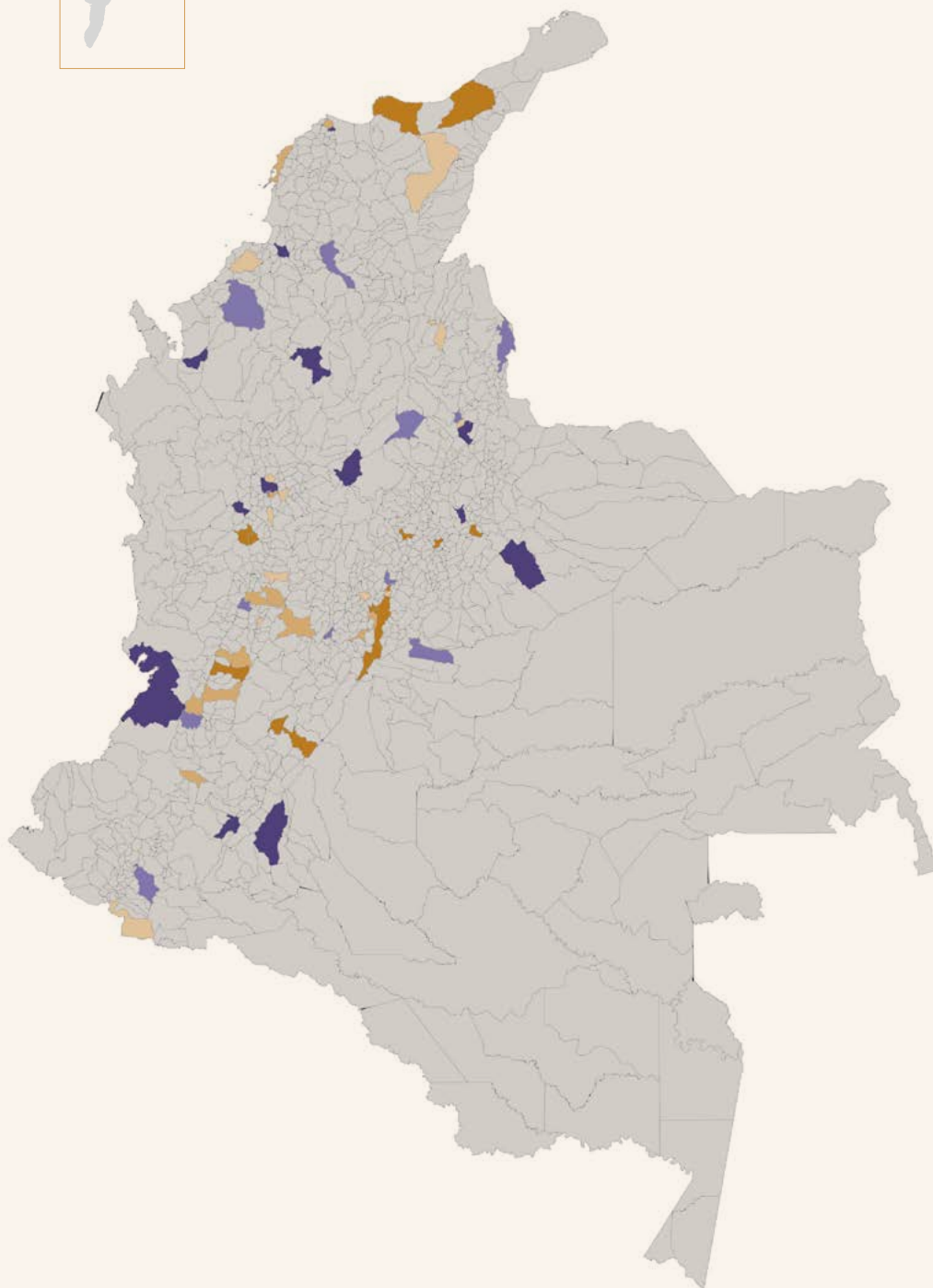


**Gráfica 22.** Mapa municipal del monto promedio desembolsado de crédito de consumo de bajo monto en millones de pesos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

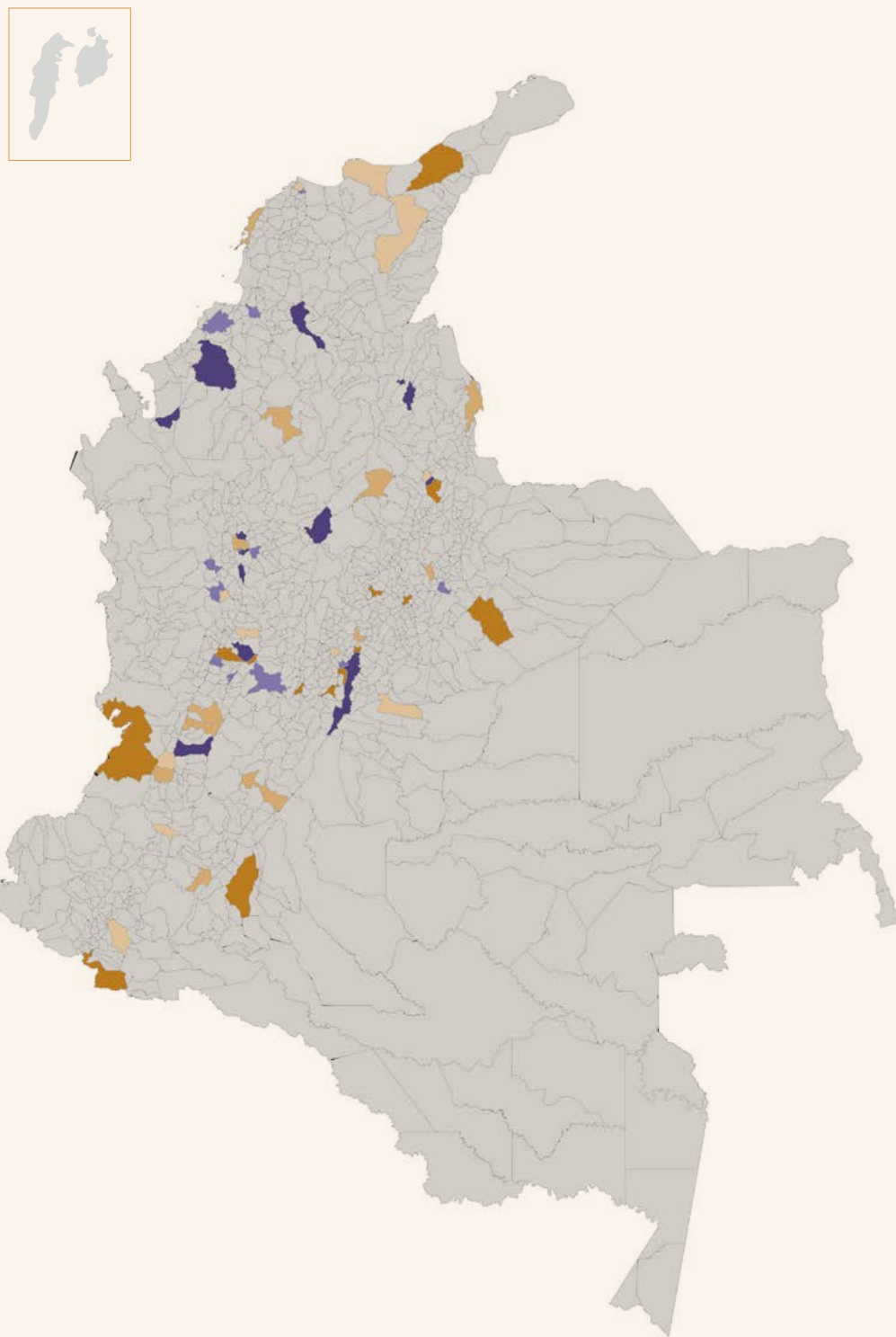
**Gráfica 23.** Mapa municipal de la brecha número de desembolsos de crédito de consumo de bajo monto por 10 000 adultos entre hombres y mujeres



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.



**Gráfica 24.** Mapa municipal de la brecha del monto promedio desembolsado de crédito de consumo de bajo entre hombres y mujeres en millones de pesos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

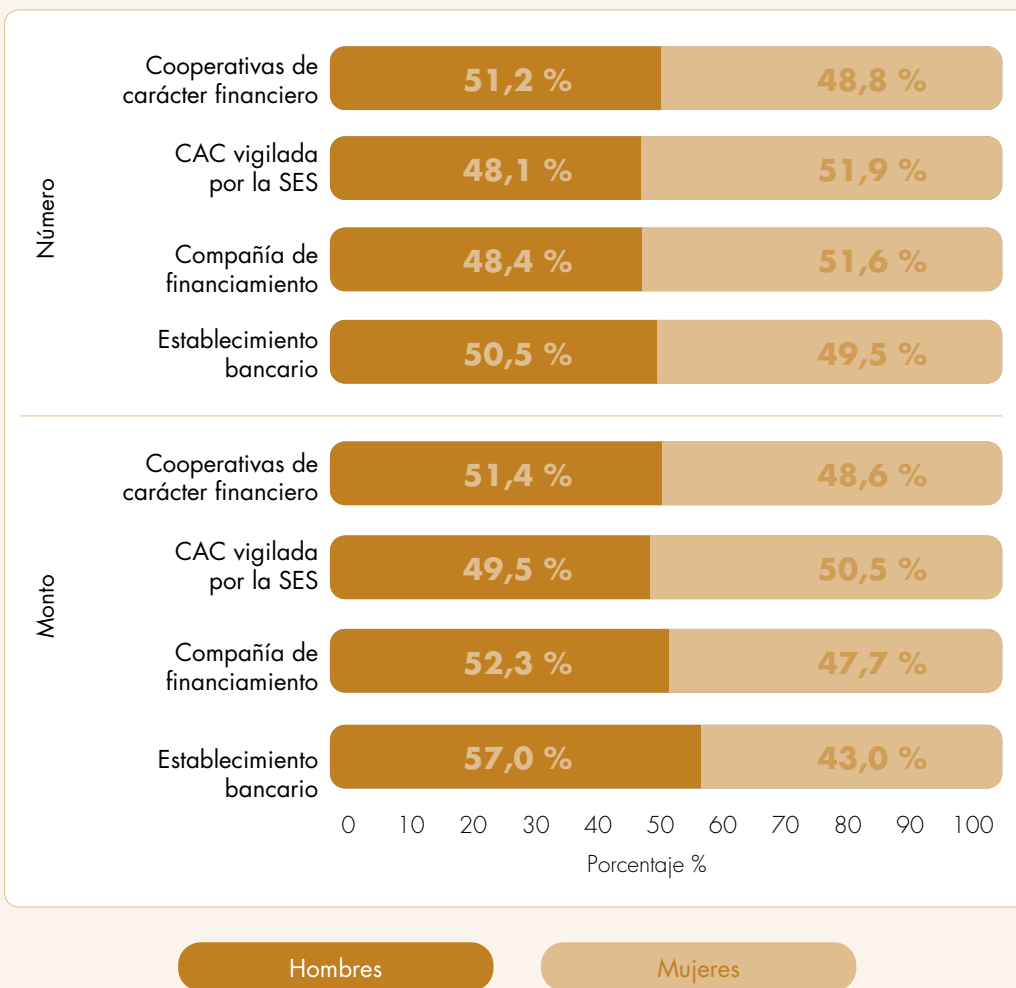


La oferta y la otorgación de créditos de consumo de bajo monto aún son incipientes en el país y se concentran principalmente en municipios urbanos, aunque se aprueban más a mujeres. Efectivamente, los municipios con mayor número de desembolsos de crédito de consumo en el país son Medellín, Bogotá, Puerto Berrío, Chiquinquirá, Sogamoso, Cartagena y Barranquilla, en ese orden (gráfica 21). Por su parte, la diferencia del número de operaciones por 10 000 adultos en favor de las mujeres se presenta en 34 municipios, mientras que en 28 dicho diferencial se revierte (gráfica 23). Cabe destacar que Medellín es el municipio donde este tipo de crédito se da

más a mujeres que hombres, mientras que en Bogotá pasa lo contrario.

En lo que respecta al valor promedio de estas operaciones, en los Santanderes y el Valle del Cauca se otorgan mayores montos de crédito de consumo de bajo monto; concretamente, en Ocaña, Floridablanca y Cúcuta por el lado de los Santanderes, y en Tuluá y Guadalajara en Valle del Cauca. El crédito medio de bajo monto asciende a los COP 3,9 millones (gráfica 22). En cuanto a la diferencia entre el monto promedio por sexo, las mujeres obtienen un monto mayor de esta cartera en 25 municipios, mientras que en 37 son los hombres quienes obtienen más que sus pares mujeres.

**Gráfica 25.** Participación del número y monto de desembolsos de crédito de consumo por tipo de entidad y sexo

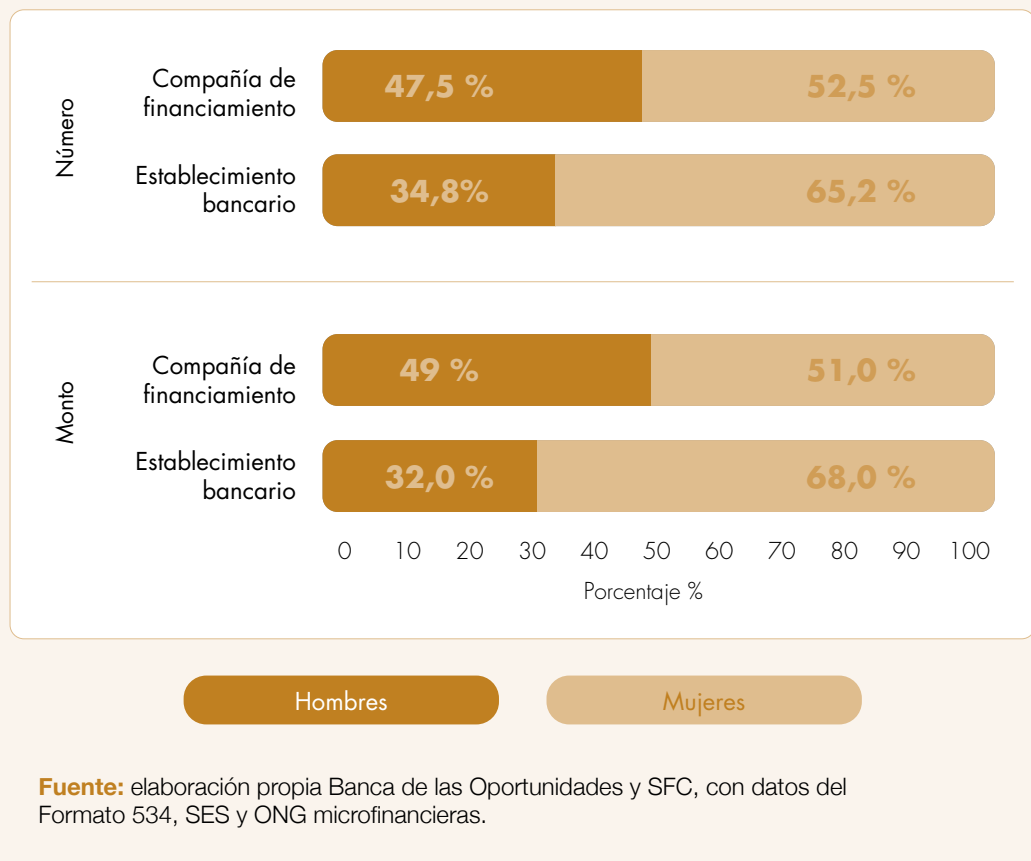


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

El 51,9 % de los créditos de consumo otorgados por las CAC vigiladas por la SES son para mujeres, mientras que este indicador es del 51,6 % para las compañías de financiamiento (gráfica 25). Por el contrario, las entidades que conceden mayor número de ope-

raciones a los hombres son las cooperativas con carácter financiero (51,2 %) y los establecimientos de crédito (50,5 %), respectivamente. En términos de monto, solo las CAC vigiladas por la SES entregan un monto más alto a ellas que a sus pares.

**Gráfica 26.** Participación del número y monto de desembolsos de crédito de consumo de bajo monto por tipo de entidad y sexo



En relación con el crédito de consumo de bajo monto, las mujeres obtienen un mayor número de estos, con montos más altos en cualquier tipo de entidad financiera (gráfica

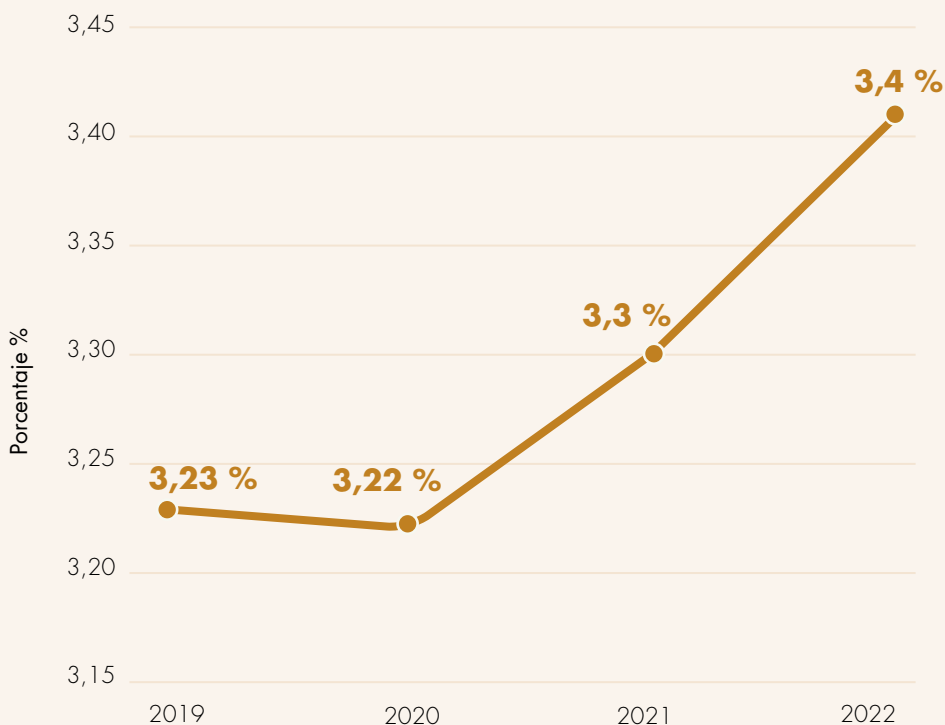
26). Se destaca que en los establecimientos de crédito el porcentaje de créditos otorgados a mujeres es de más del 65,2 %, mientras que la cifra para los montos asciende al 68 %.

## 4.5. Estado actual del crédito de vivienda en Colombia

El acceso entre la población adulta a créditos de vivienda aumentó entre 2021 y 2022. A diciembre de 2022 este indicador, que se determina como la razón entre el número de adultos con al menos uno de estos productos

del activo bancario y el total de la población adulta, alcanzó el 3,4 % (gráfica 27). Es decir que 1,2 millones de colombianos mayores de edad cuentan con uno de estos créditos para acceder a vivienda en Colombia.

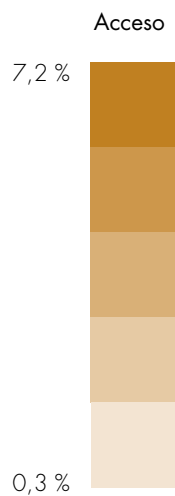
**Gráfica 27.** Indicador de acceso a crédito de vivienda en Colombia



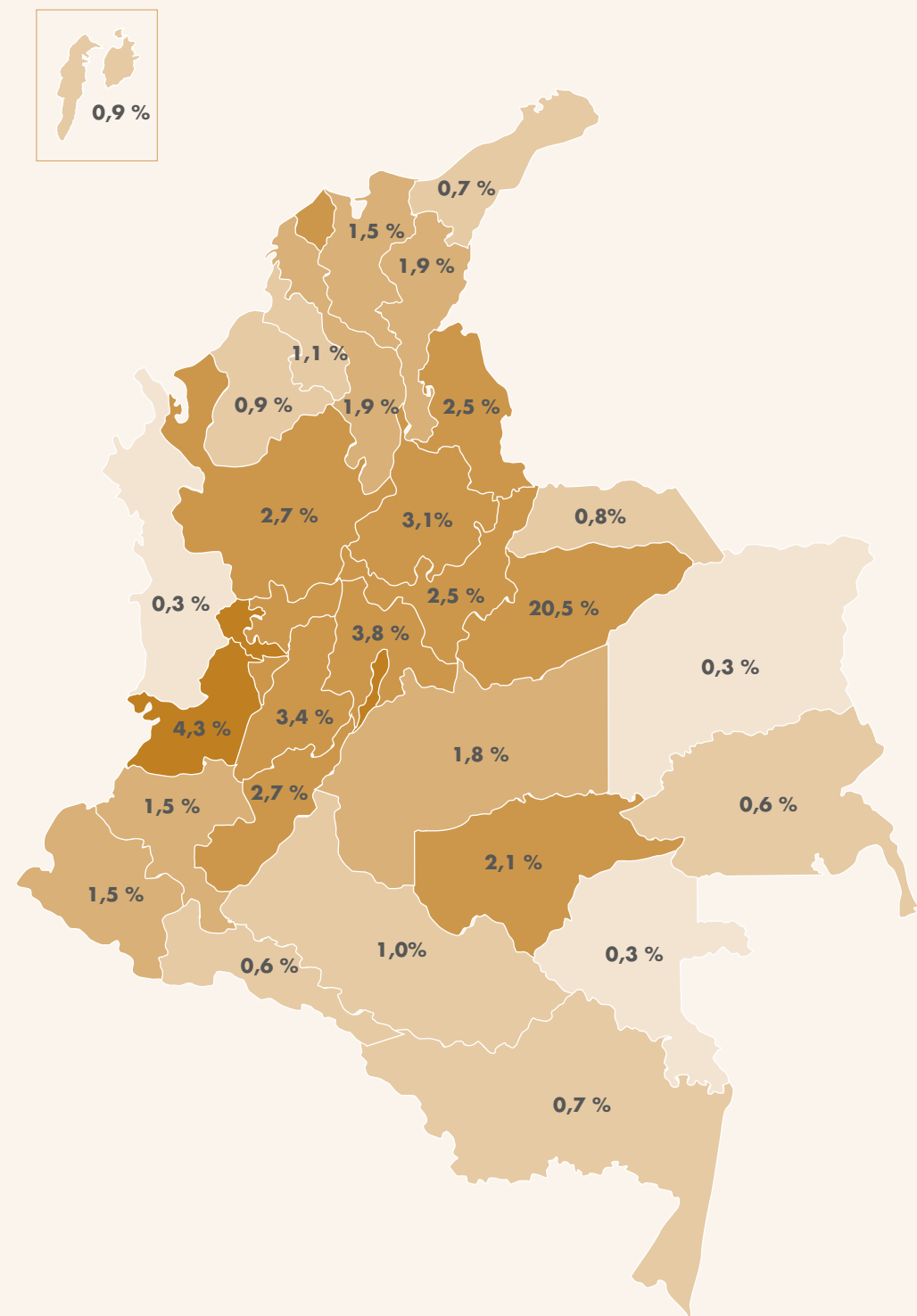
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

La tasa de adultos con algún crédito de vivienda ha venido creciendo desde el primer año de la pandemia. El indicador de acceso a esta clase de crédito fue de 3,22 % en

2020, y aumentó 8 pb y 1 pb para 2021 y 2022, respectivamente. En pocas palabras, el aumento en términos de adultos fue de 2,9 y 4,05 millones para cada año, en su orden.



**Gráfica 28.** Mapa a nivel departamental del indicador de acceso a crédito de vivienda

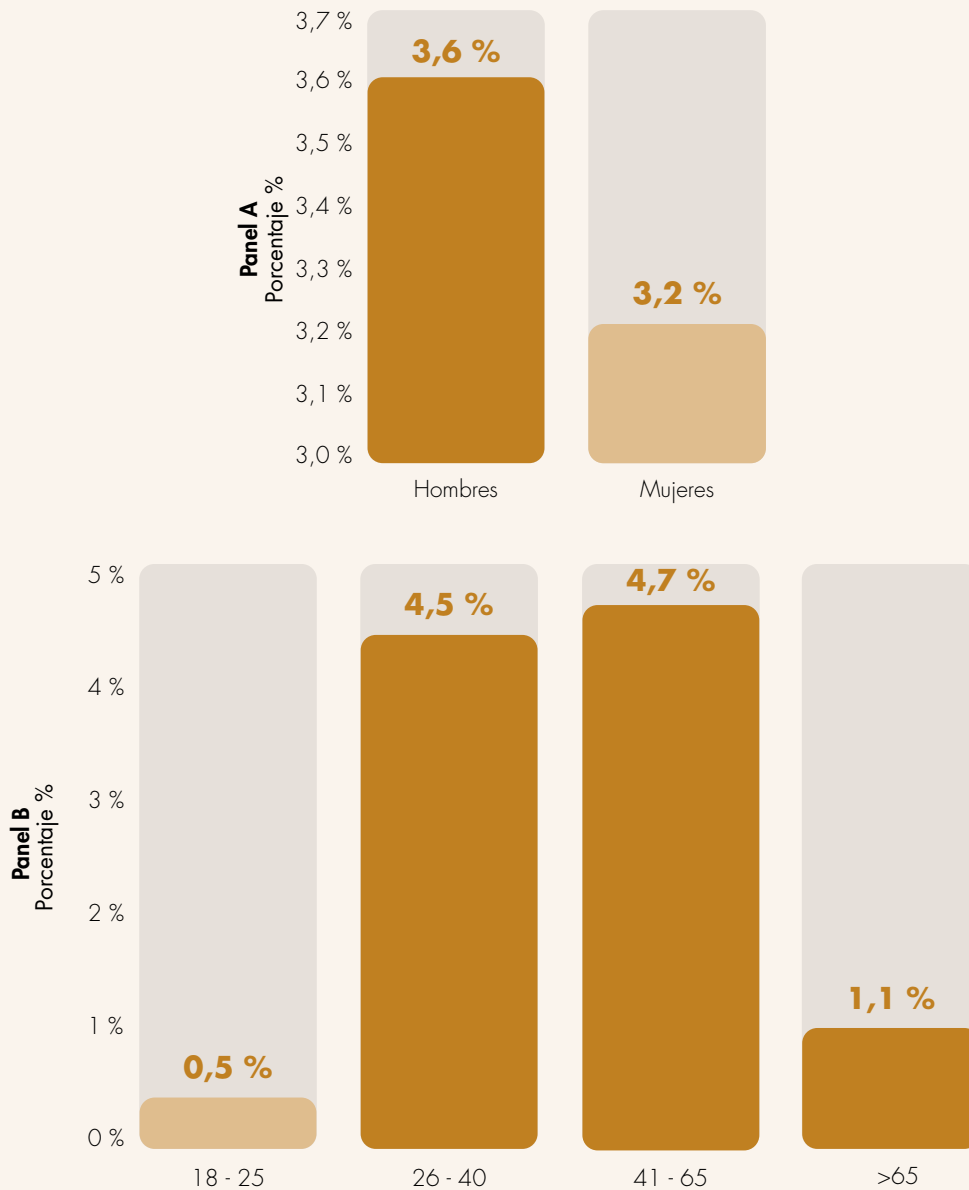


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

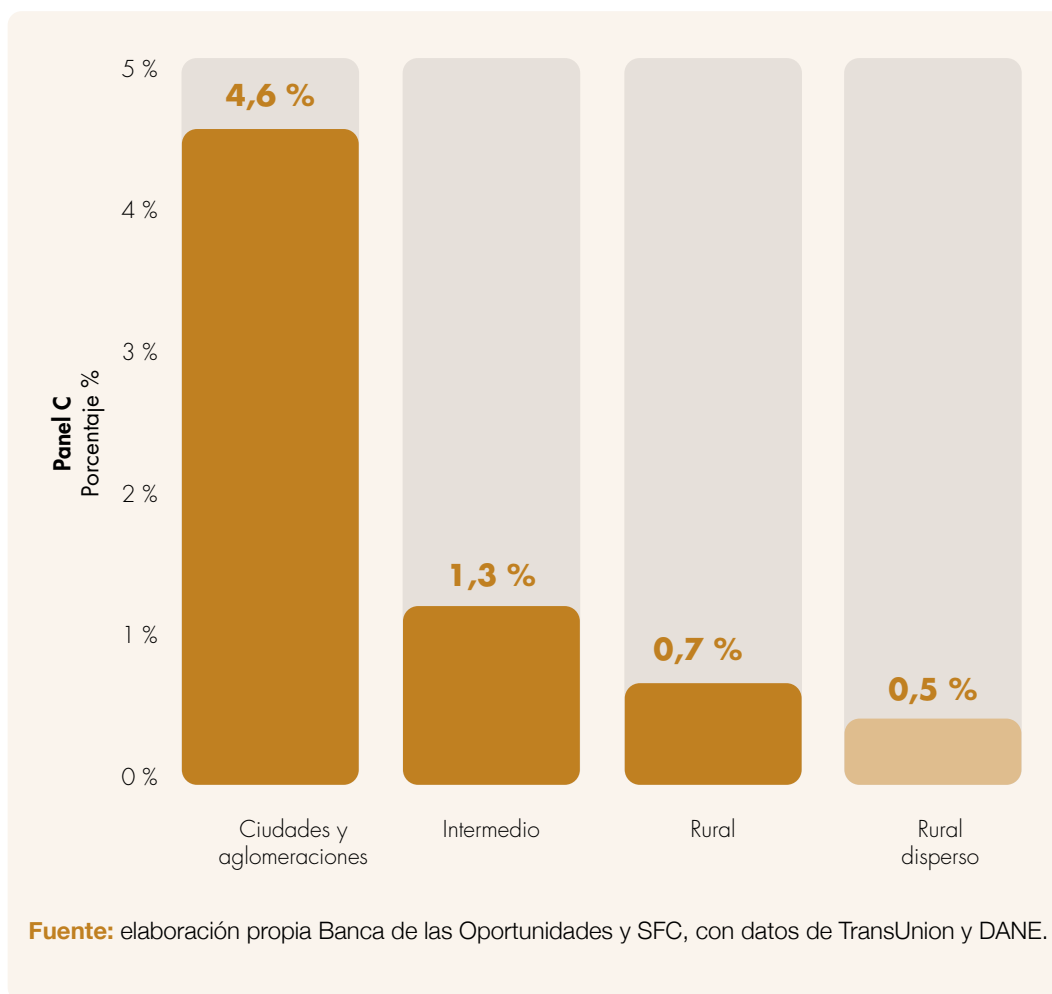
El acceso a créditos de vivienda a nivel departamental se encuentra focalizado principalmente en los que están más al centro del país, con pocas excepciones. Por un lado, aquellos que cuentan con un indicador superior al promedio nacional son Bogotá (7,1 %), Risaralda (4,3 %), Valle del Cauca

(4,3 %), Cundinamarca (3,8 %) y Atlántico (3,6 %). Por otra parte, los que tienen menor acceso a este tipo de productos son las zonas con menor acceso en la mayoría de los indicadores de inclusión financiera en el país (Vichada, Chocó y Vaupés).

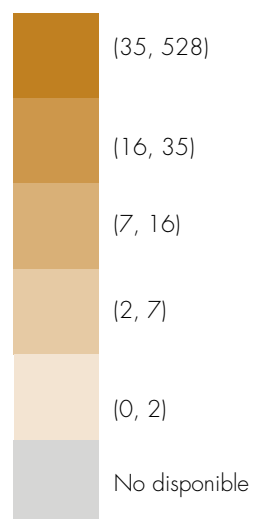
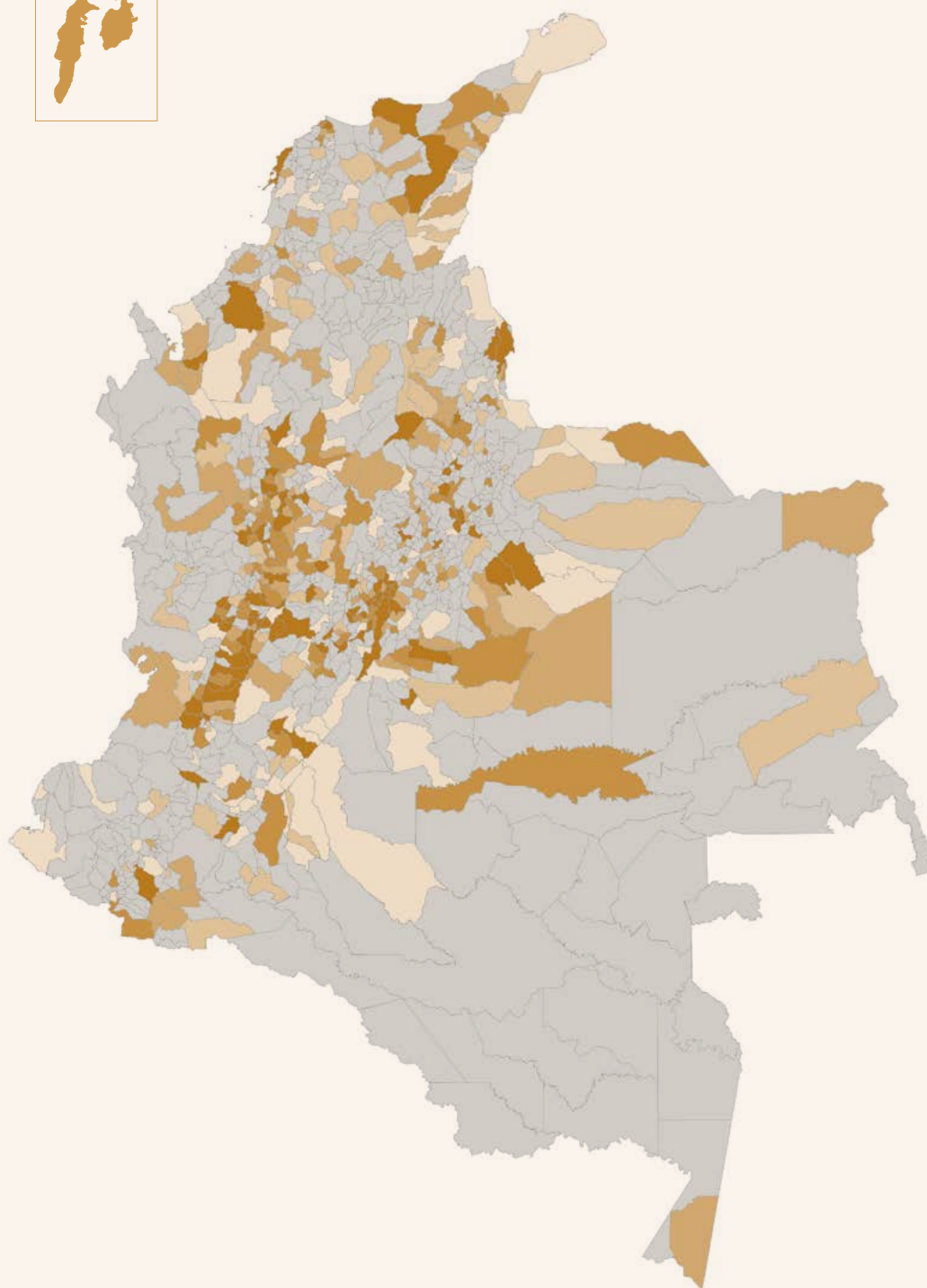
**Gráfica 29.** Panel A: indicador de acceso a crédito de vivienda por sexo; panel B: indicador de acceso a crédito de vivienda por edades; panel C: indicador de acceso a crédito vivienda por niveles de ruralidad



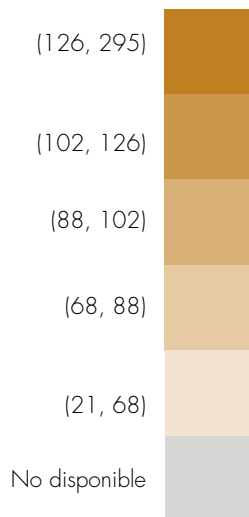
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.



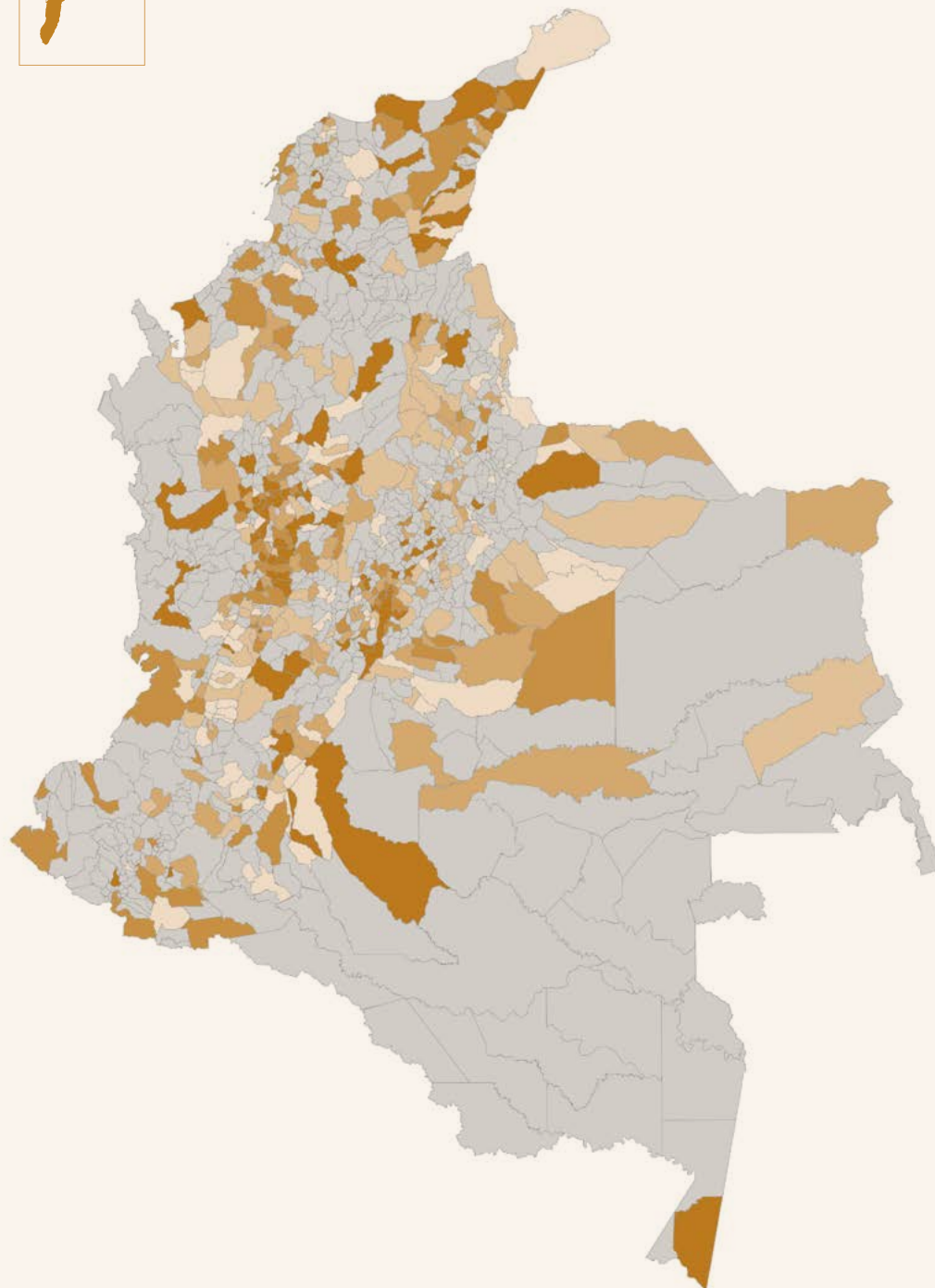
**Gráfica 30.** Mapa municipal del número de desembolsos de crédito de vivienda por 10 000 adultos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.



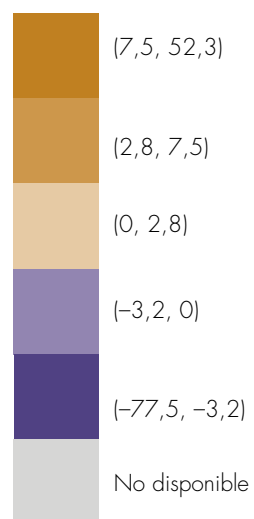
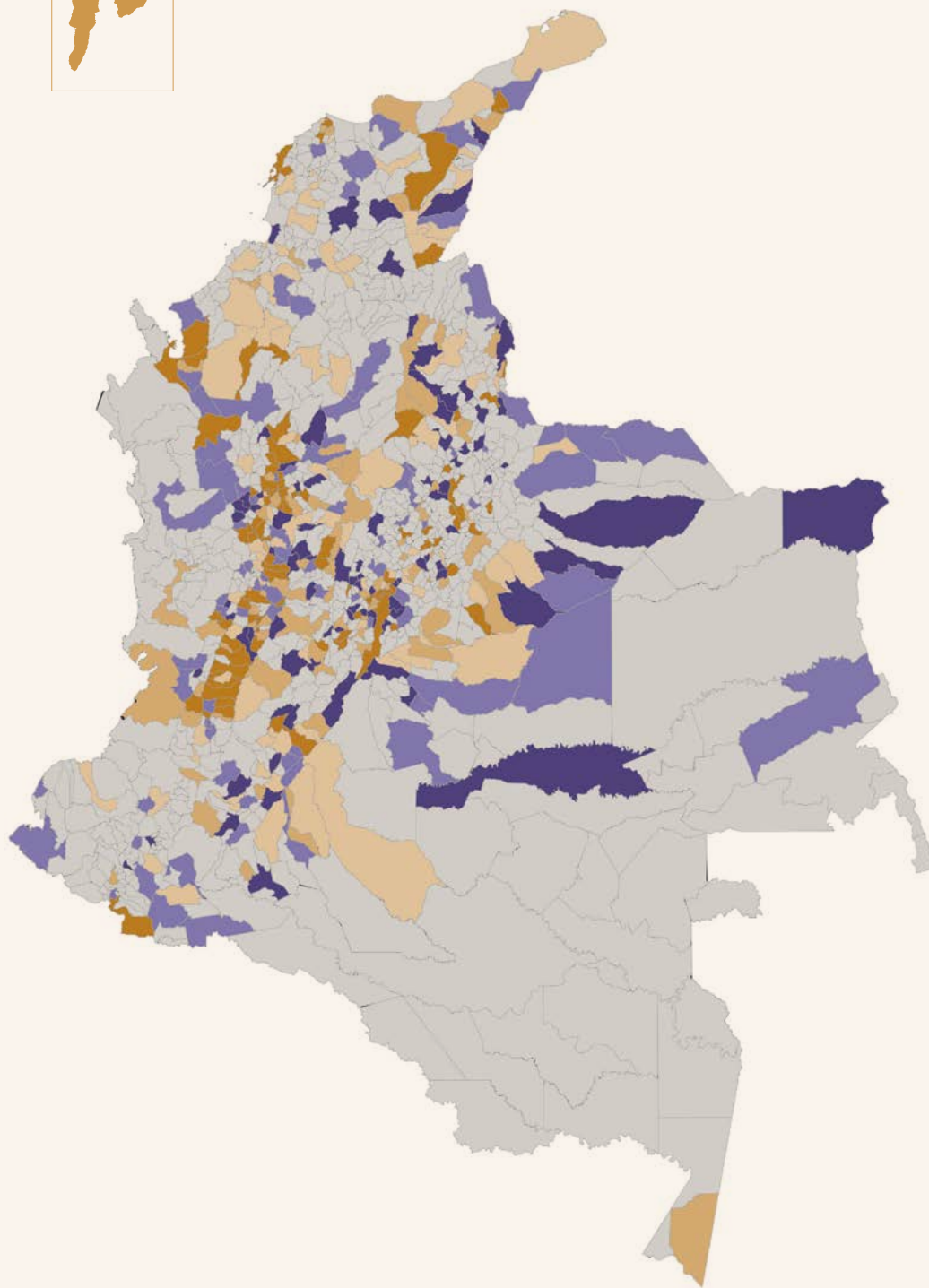
**Gráfica 31.** Mapa municipal del monto promedio desembolsado de crédito de vivienda en millones de pesos



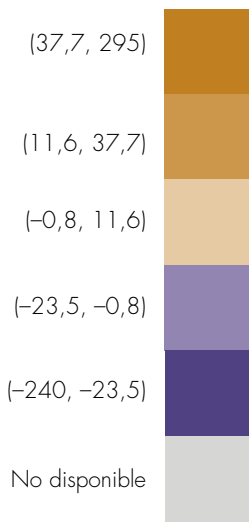
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.



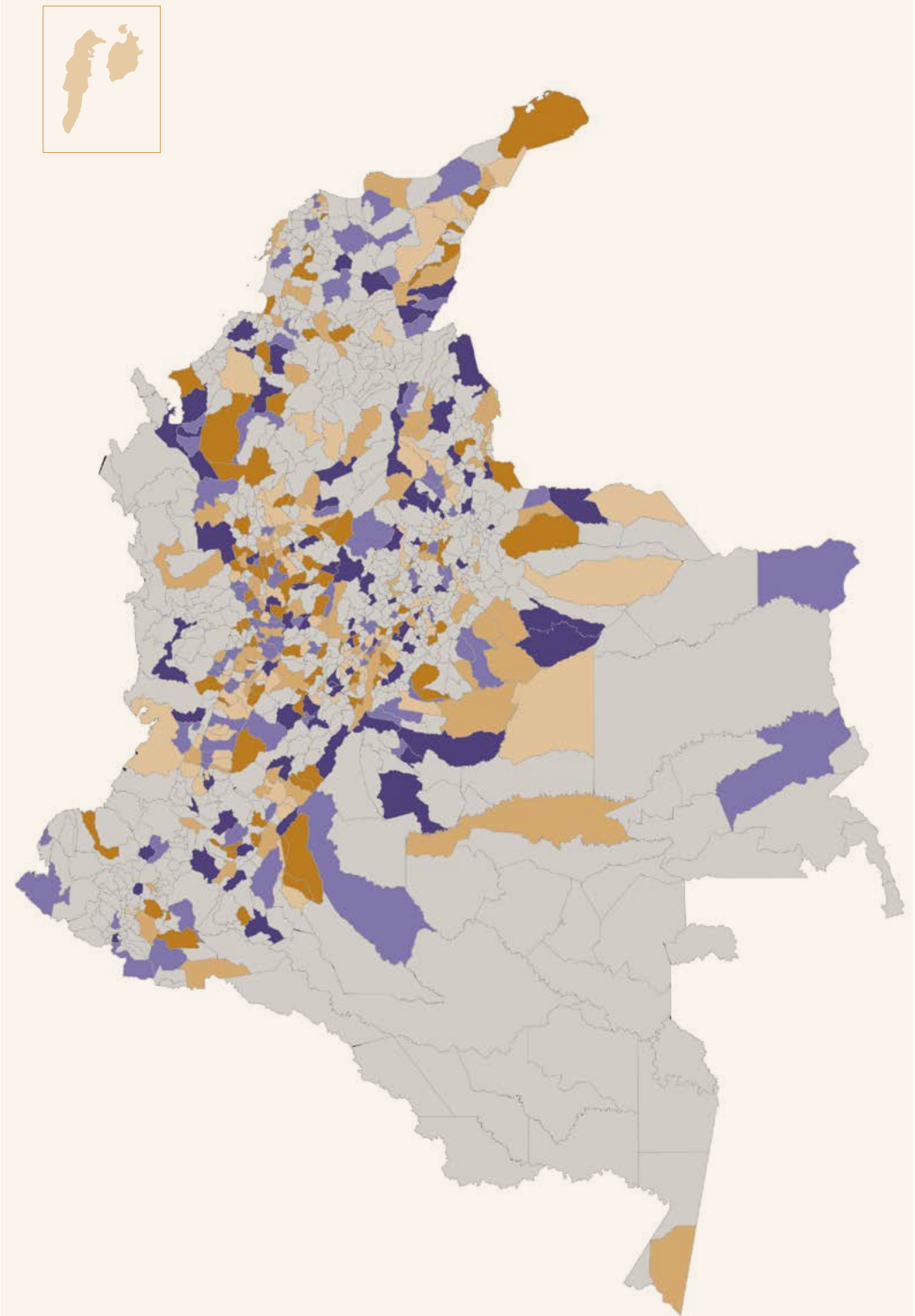
**Gráfica 32.** Mapa municipal de la brecha entre hombres y mujeres del número de desembolsos de crédito de vivienda por 10 000 adultos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.



**Gráfica 33.** Mapa municipal de la brecha entre hombres y mujeres del monto promedio desembolsado de crédito de vivienda en millones de pesos

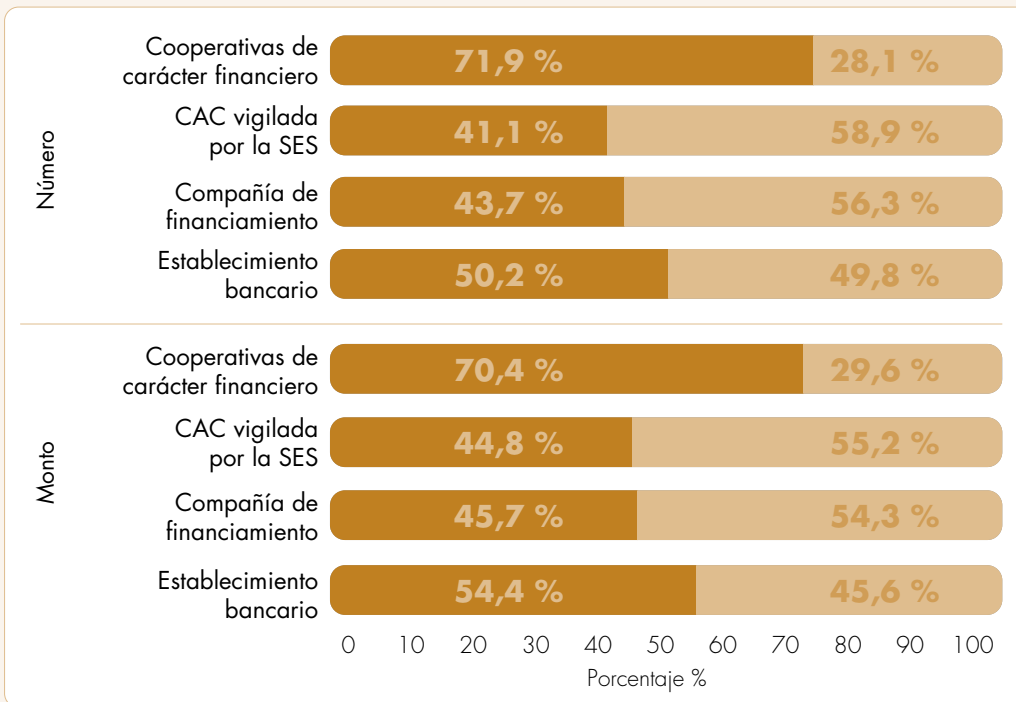


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534, SES y ONG microfinancieras.

La penetración del crédito de vivienda se concentra en algunas ciudades principales y los municipios de sus áreas metropolitanas, principalmente. En Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Cali, Yopal, Neiva, Cartagena, Santa Marta y Cúcuta y sus municipios aledaños, el número de desembolsos por 10 000 adultos está entre 16 y 528 operaciones, cifra que es más alta que la de las demás regiones (gráfica 30). En cuanto al monto promedio que se desembolsa, la mayoría de estas ciudades y sus áreas metropolitanas o colindantes siguen este patrón, a excepción de algunos casos en La Guajira, Guaviare y Caquetá (gráfica 31).

La brecha entre hombres y mujeres del número de desembolsos de crédito de vivienda por 10 000 adultos no sigue el patrón antes mencionado. En efecto, a las mujeres les desembolsan más créditos para acceder a vivienda que a los hombres en Cúcuta, Pasto y algunos de sus municipios aledaños. También, la penetración del crédito de vivienda en favor de las mujeres se presenta en algunos municipios de los Llanos Orientales, la zona del Chocó antioqueño y algunos municipios dispersos de la costa atlántica y el suroccidente del país. Una tendencia similar se presenta en la diferencia del monto promedio desembolsado para este crédito entre ellos y ellas (gráfica 32).

**Gráfica 34.** Participación del número y monto de desembolsos de crédito de vivienda por tipo de entidad y sexo



**Fuente:** Elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del formato 534, SES y ONG microfinancieras.

Por último, se evidencia que cerca del 70 % de los créditos de vivienda otorgados por las cooperativas de carácter financiero se destinan a hombres, cifra similar a la que se obtiene cuando se compara el monto entregado (gráfica 34). Por su parte, los establecimien-

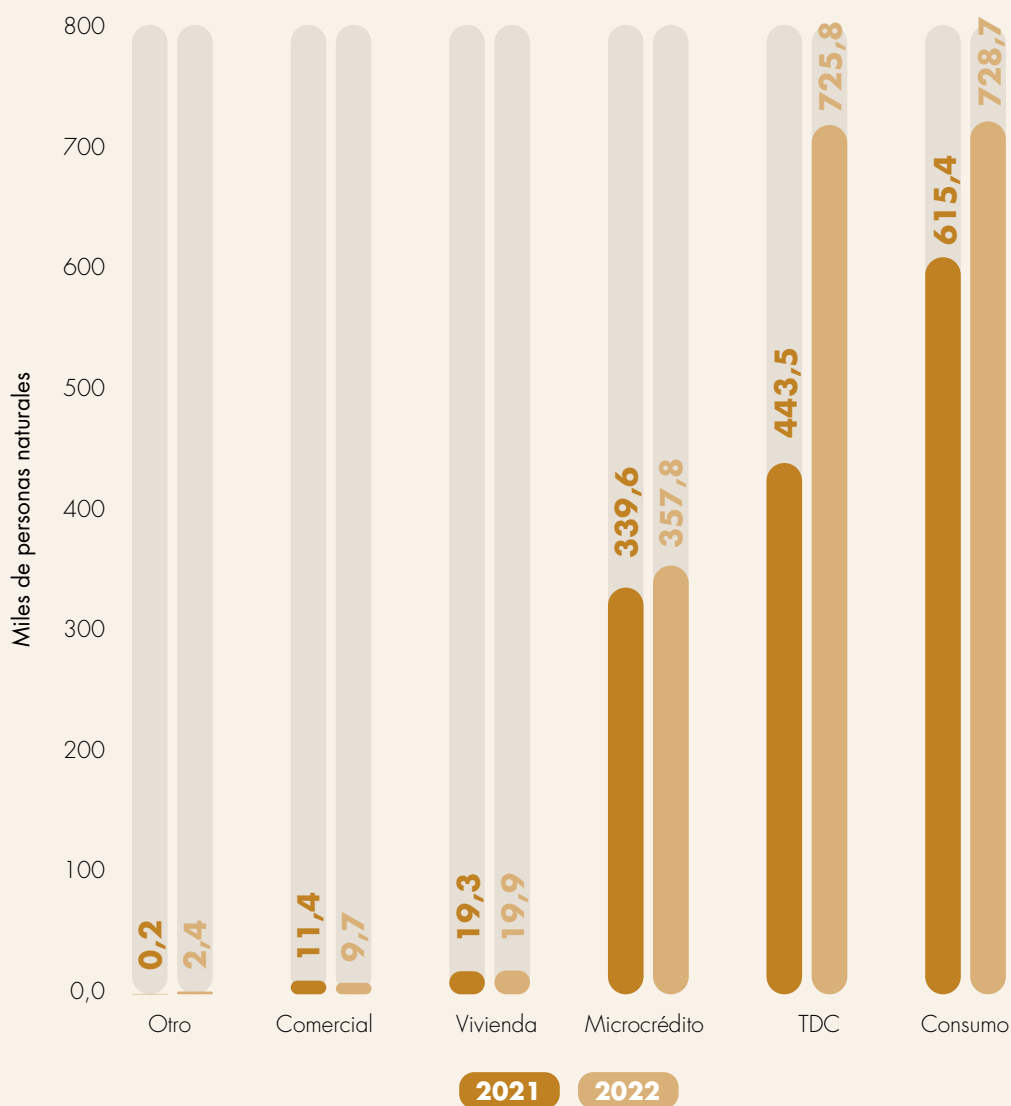
tos de crédito aprueban cerca del 50,2 % de las operaciones a hombres, valor que asciende a 54,4 % cuando se revisan los montos. En contraste, las CAC y las compañías de financiamiento otorgan más a las mujeres en términos de número y monto.

**Recuadro 1.** Análisis de nuevos al crédito en 2022

El acceso al crédito desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico y financiero de individuos y empresas ya que les proporciona la capacidad de financiar proyectos, adquirir bienes y servicios, invertir en

oportunidades de crecimiento y hacer frente a situaciones imprevistas. Durante 2022 cerca de dos millones de personas naturales accedieron por primera vez al crédito formal en el país<sup>2</sup>.

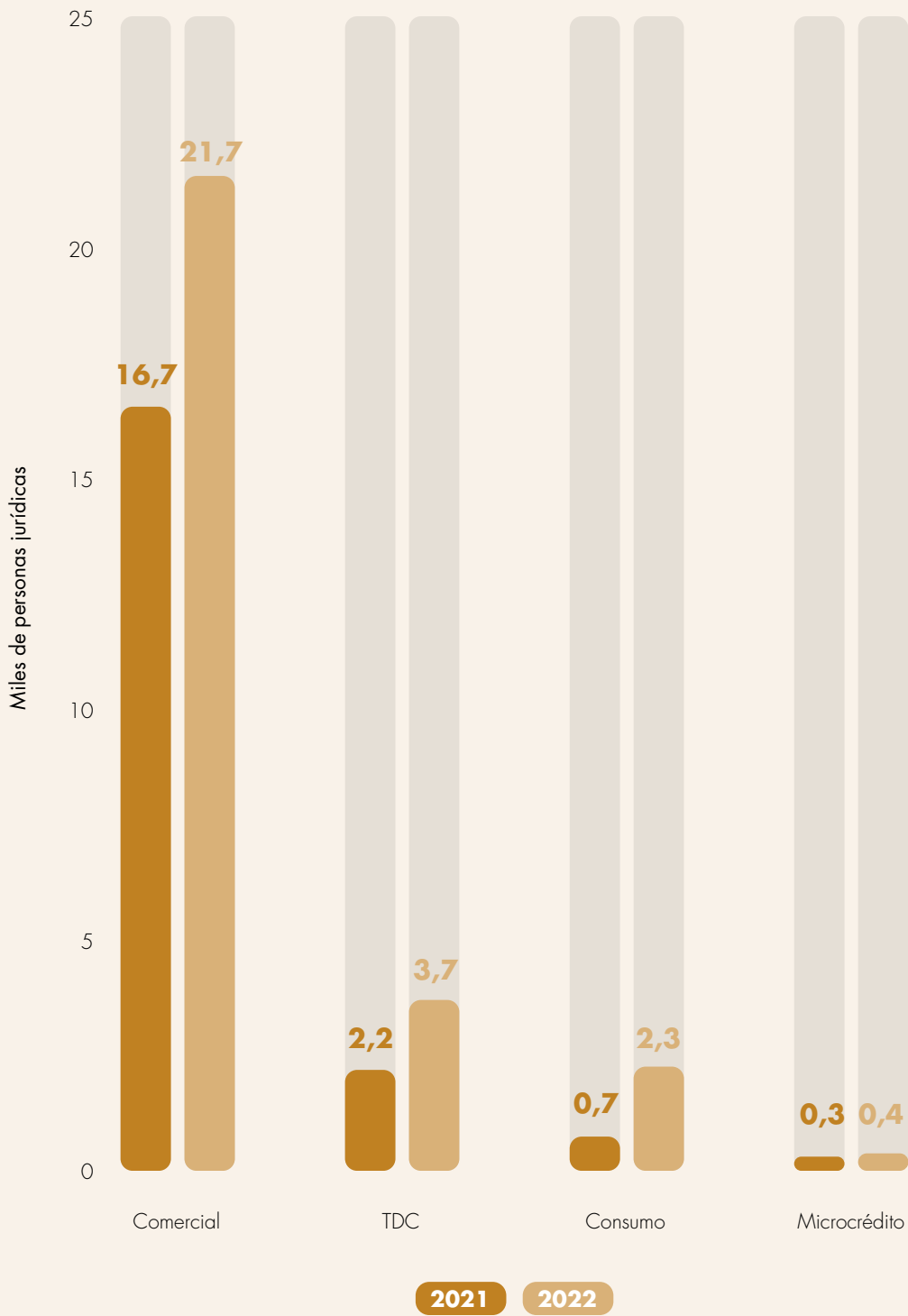
**Gráfica A.** Número de personas naturales nuevas al crédito por tipo de crédito



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion.

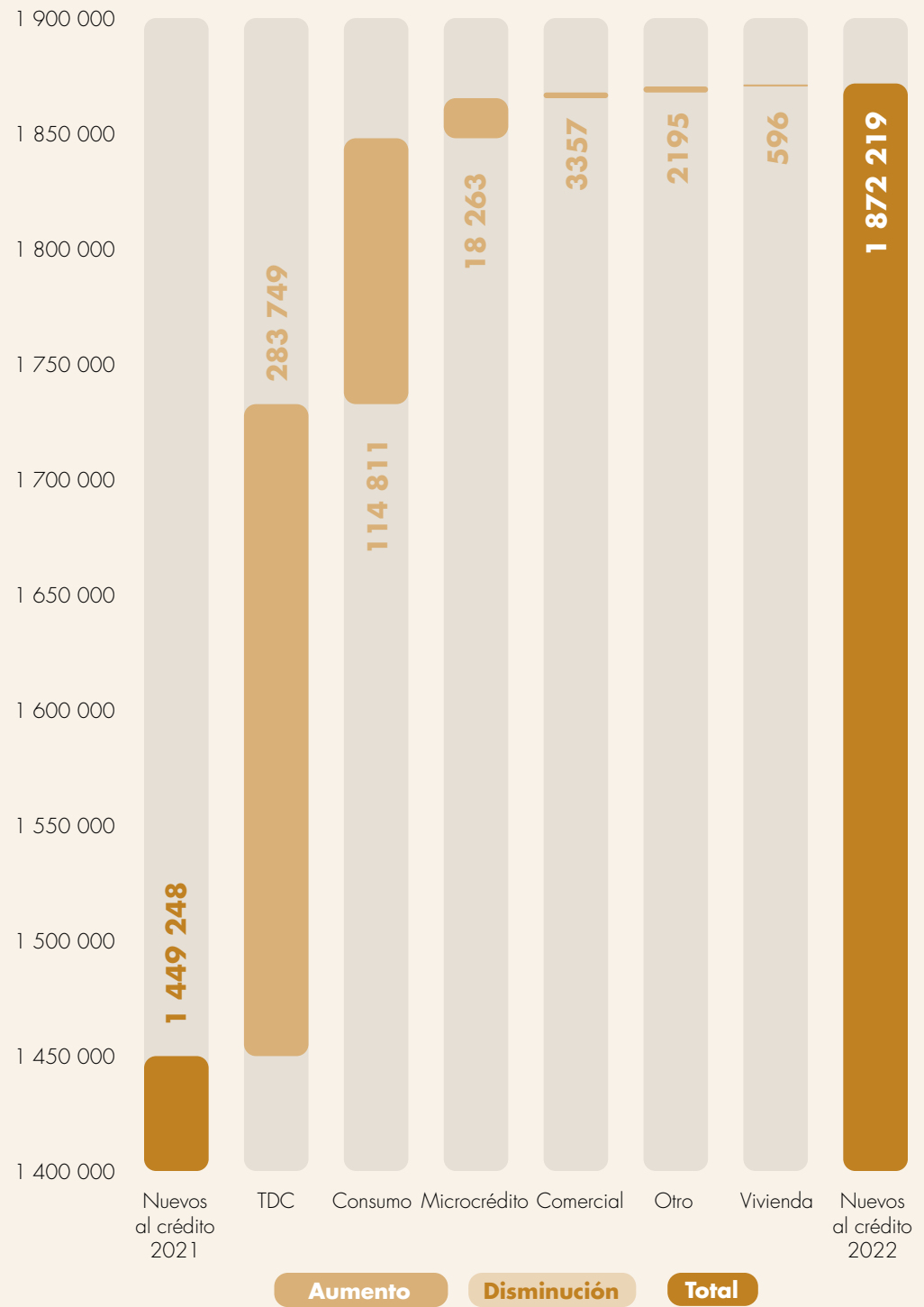
2. Se incluyen los créditos provenientes de entidades financieras, cooperativas, ONG y microcrediticias, excluyendo el sector real y *fintechs*.

**Gráfica B.** Número de personas jurídicas nuevas al crédito por tipo de crédito



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion.

**Gráfica C.** Cambio en el número de personas naturales y jurídicas nuevas al crédito 2021-2022, por modalidad



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion.



Del total de personas naturales que accedieron por primera vez al crédito en 2022 (**1 844 161**), un **39,5 % (728 000 personas)** lo hicieron a través de crédito de consumo; **39,4 % (725 000 personas)**, mediante tarjeta de crédito, y **19 % (357 000 personas)**, a partir del microcrédito (gráfica A). Estas cifras, estas tres modalidades representan la puerta de entrada al financiamiento formal en el país puesto que explicaron un **98 %** de los créditos por primera vez a personas naturales en 2022. Por su parte, tanto la modalidad de vivienda como la comercial, dados sus montos y naturaleza, no generaron mayores aportes al acceso por primera vez al crédito, a pesar de contribuir en la profundización de la inclusión crediticia.

Ahora bien, es importante mencionar que el número de personas nuevas al crédito a través de microcrédito representó un **15,2 % (14,5 % en 2021)** del total de personas que ya contaban con este producto. Este porcentaje fue menor para las demás modalidades, con un **9,4 % (8,8 % en 2021)** en consumo, **8,6 % (5,6 % en 2021)** en tarjeta de crédito, **2,1 % (2,6 % en 2021)** en comercial y tan solo **1,5 % (1,6 % en 2021)** en crédito de vivienda.

Por su parte, de las **28 058 personas** jurídicas que accedieron por primera vez al crédito en 2022, un **77 % (21 689 personas)** lo hizo a través de crédito comercial; **13 % (3722 personas)**, mediante tarjeta de crédito;

**8 % (2266 personas)**, a partir del crédito de consumo, y **1 % (380 personas)** con el microcrédito (gráfica B).

En total, para 2022, **1 872 219 personas** naturales y jurídicas accedieron por primera vez al crédito, de las cuales un **94,7 %** provinieron de entidades financieras; un **2,7 %**, de cooperativas, y un **2,5 %**, de entidades ONG y microcrediticias.

El registro de 2022 representó un incremento del **29 %** con respecto a 2021, año en el cual poco menos de un millón y medio de personas naturales y jurídicas obtuvieron su primer crédito formal (gráfica C). El incremento anual se explicó principalmente por las tarjetas de crédito, las cuales contribuyeron con un **67,1 %** de dicho comportamiento. En segundo lugar se ubicó el crédito de consumo, con un aporte del **27,1 %** a la variación anual.

En 2022 la tarjeta de crédito, el crédito de consumo y el microcrédito desempeñaron un papel fundamental en la inclusión crediticia al servir como puerta de acceso al financiamiento formal. El crédito de consumo y la tarjeta de crédito se destacaron gracias a sus estándares más flexibles en el momento de otorgar los préstamos. Por su parte, el microcrédito, gracias a su metodología relacional, permitió un mayor porcentaje de nuevos accesos al crédito frente a la población que ya cuenta con este producto.

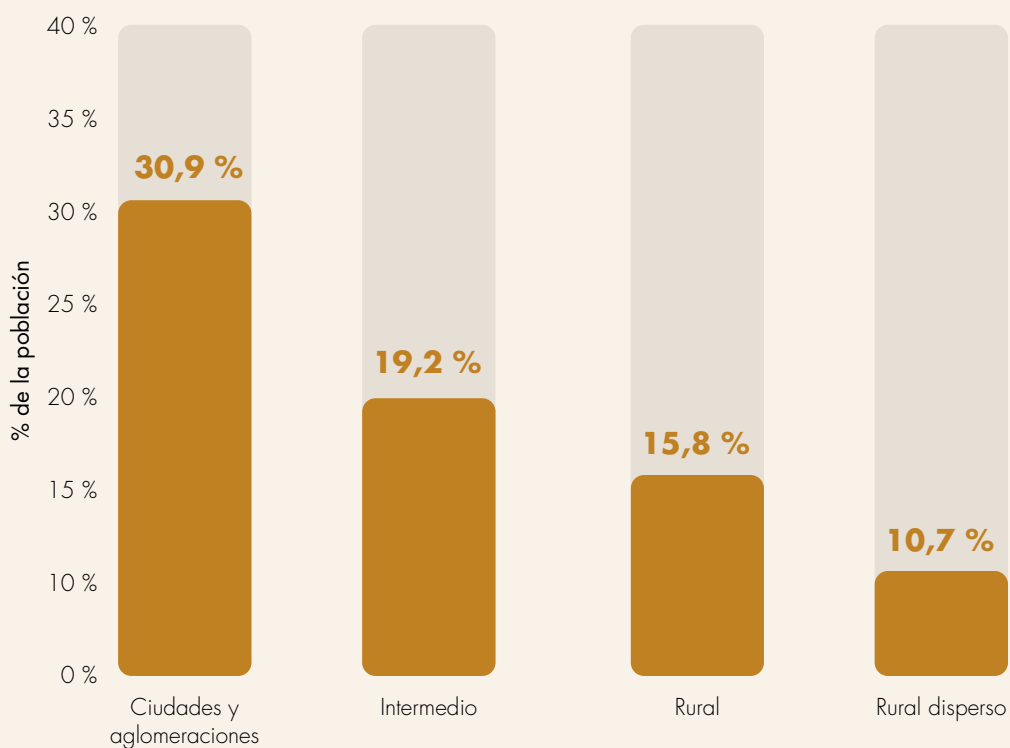
## Recuadro 2. Análisis de crédito del sector real en 2022

El sector real<sup>3</sup> ha incursionado en el ámbito crediticio, brindando a los consumidores la posibilidad de acceder a financiamiento para la adquisición de bienes y servicios. Para muchas personas, especialmente aquellas que carecen de historial crediticio o no cumplen con los requisitos tradicionales establecidos por las instituciones financieras, el crédito proveniente del sector real se ha convertido en una alternativa para el acceso por primera vez al crédito, lo cual, al generar información crediticia, ha servido de puerta de entrada de la población al financiamiento formal.

Ejemplo de lo anterior es que, a cierre de 2022, el sector real brindó crédito por primera vez a **113 499 personas**, superior al número de primeros créditos de las cooperativas, ONG y microcrediticias.

A cierre de 2022, **9,9 millones** de adultos tenían crédito con el sector real, lo que representa un **26,3 %** de la población adulta colombiana. Las zonas con mayores niveles de urbanidad, como las ciudades y aglomeraciones (**30,9 %**) y los municipios intermedios (**19,2 %**), mostraron un mayor acceso al crédito del sector real que los municipios rurales (**15,8 %**) y rurales dispersos (**10,7 %**) (gráfica A).

Gráfica A. Acceso a crédito del sector real por niveles de ruralidad



Fuente: elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

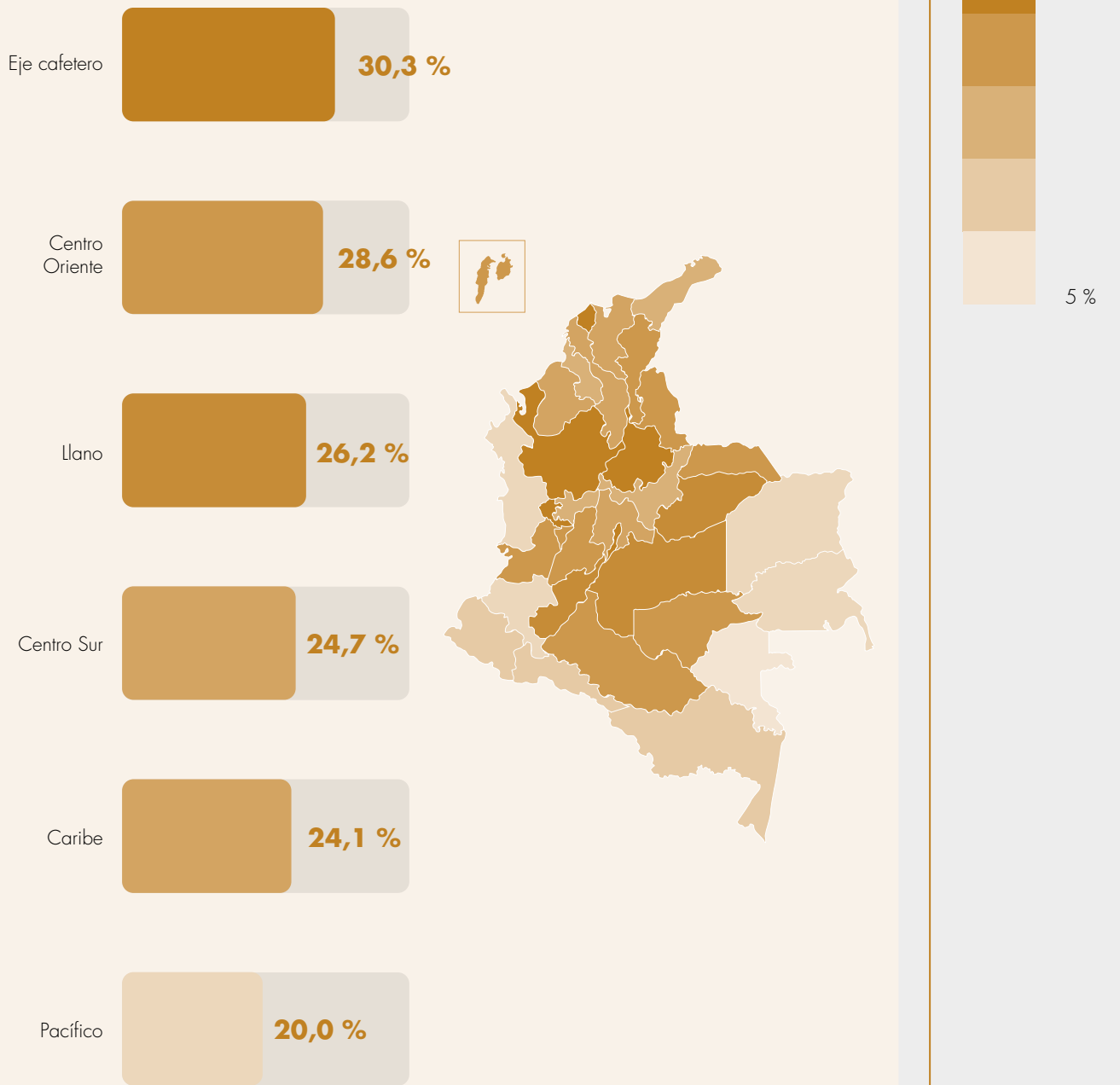
3. El sector real incluye todo el financiamiento directo de entidades no financieras tanto comerciales como de servicios y obligaciones con empresas de telecomunicaciones, ya sea por contratos pospago o financiamiento de equipos. Cabe resaltar que este sector no se incluye a la hora de calcular el indicador de acceso al crédito.



Geográficamente, las regiones Eje Cafetero (30,3 %) y Centro Oriente (28,6 %) registraron un mayor porcentaje de población con

crédito en el sector real. En cambio, las regiones Pacífico (20 %) y Caribe (24,1 %) tuvieron los menores niveles (gráfica B).

**Gráfica B.** Acceso a crédito del sector real por región y departamento

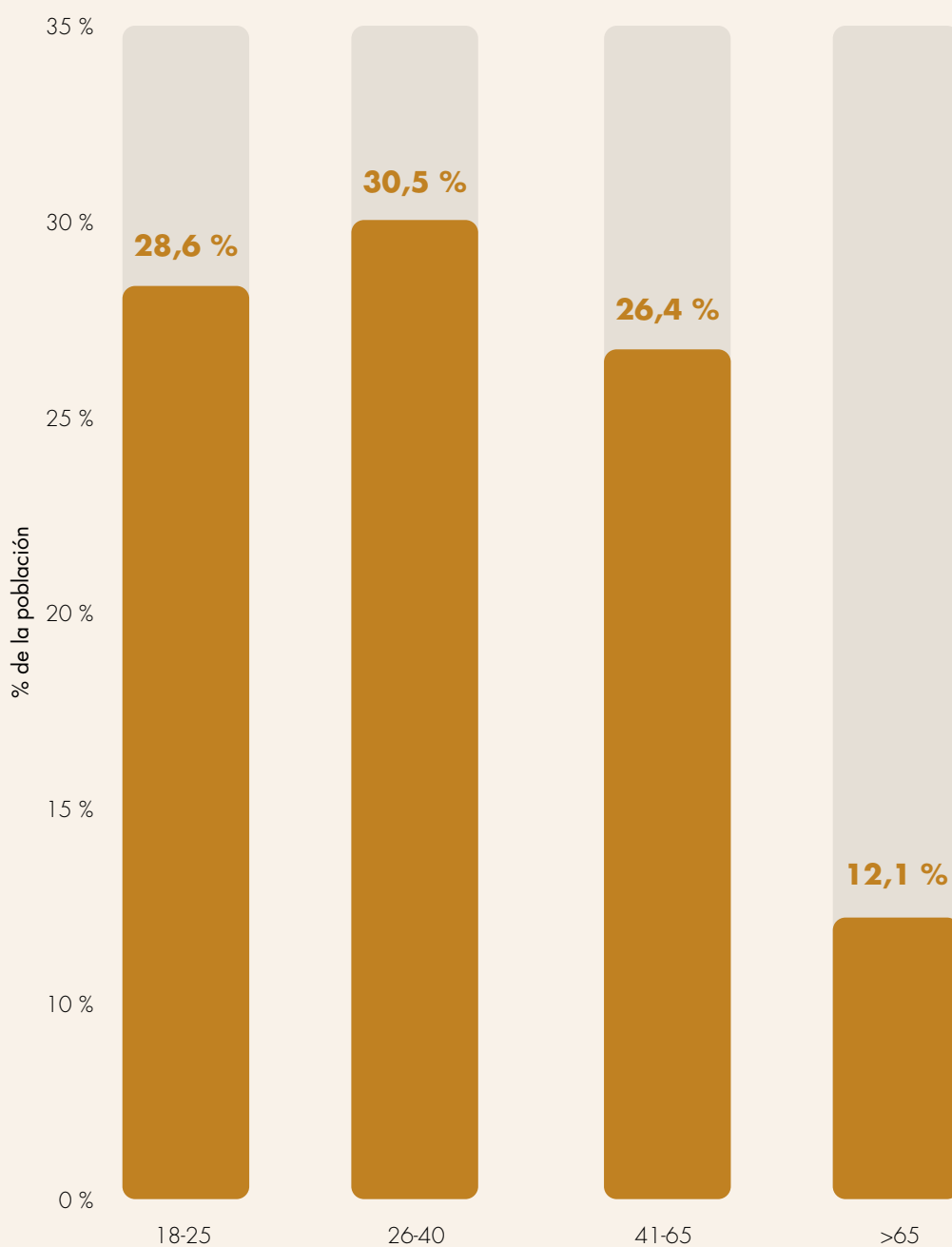


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

Los departamentos con los niveles más altos de acceso a crédito del sector real fueron Santander, Antioquia, Atlántico y Risaralda, todos con un indicador superior al

**30 %**. En el quintil más bajo se encontraron Chocó, Guainía, Vichada y Vaupés, con indicadores menores al **13 %**.

**Gráfica C.** Acceso a crédito del sector real por grupos de edad



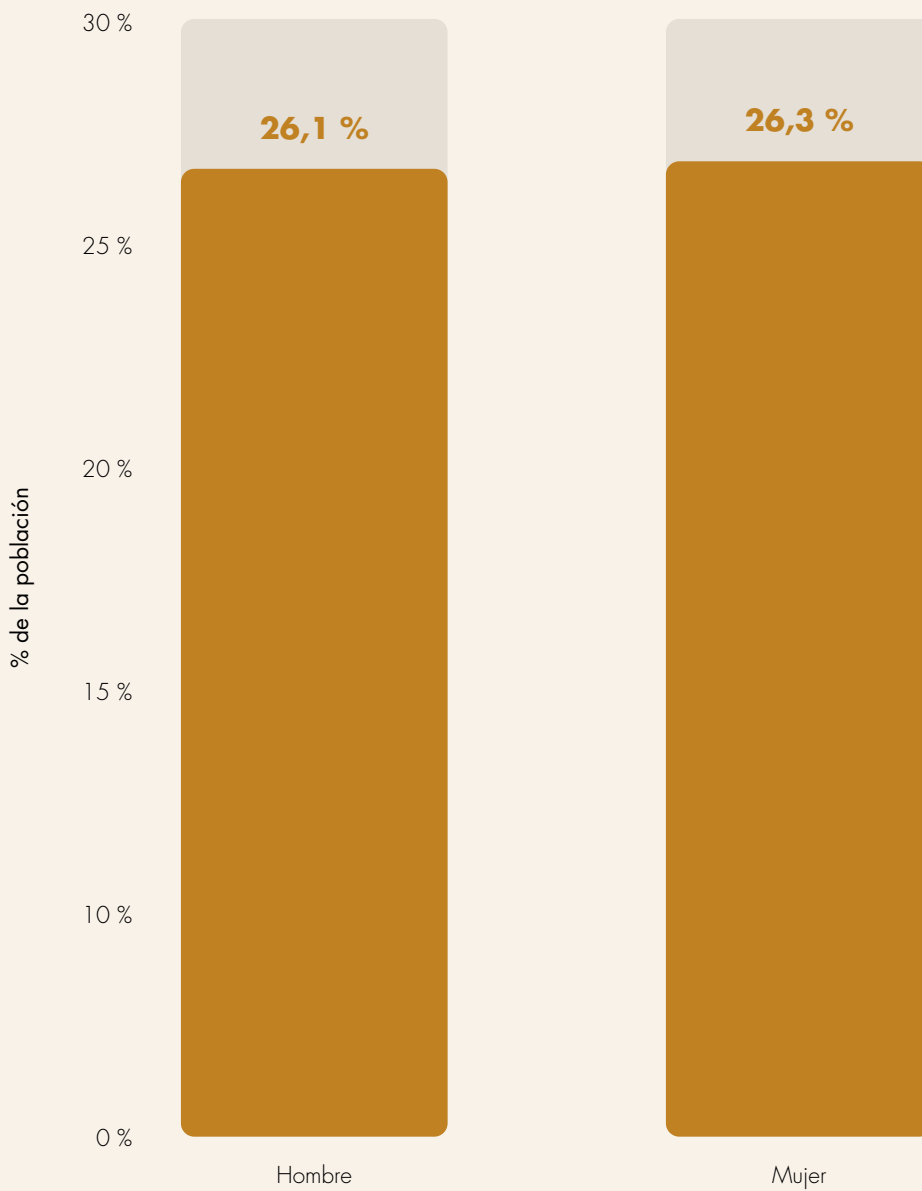
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

En cuanto a los diferentes grupos de edad, se observa que los adultos entre 26 y 40 años tuvieron el mayor nivel de acceso al crédito del sector real (**30,5 %**). Seguido a este grupo están los más jóvenes (**28,6 %**) y luego el grupo entre 41 y 65 años (**26,4 %**).

Finalmente están aquellos mayores de 65 años (**12,1 %**) (gráfica C).

Por último, el acceso a crédito del sector real para las mujeres fue de **26,3 %**, mientras que el de los hombres se ubicó en **26,1 %** (gráfica D).

**Gráfica D.** Acceso a crédito del sector real por sexo



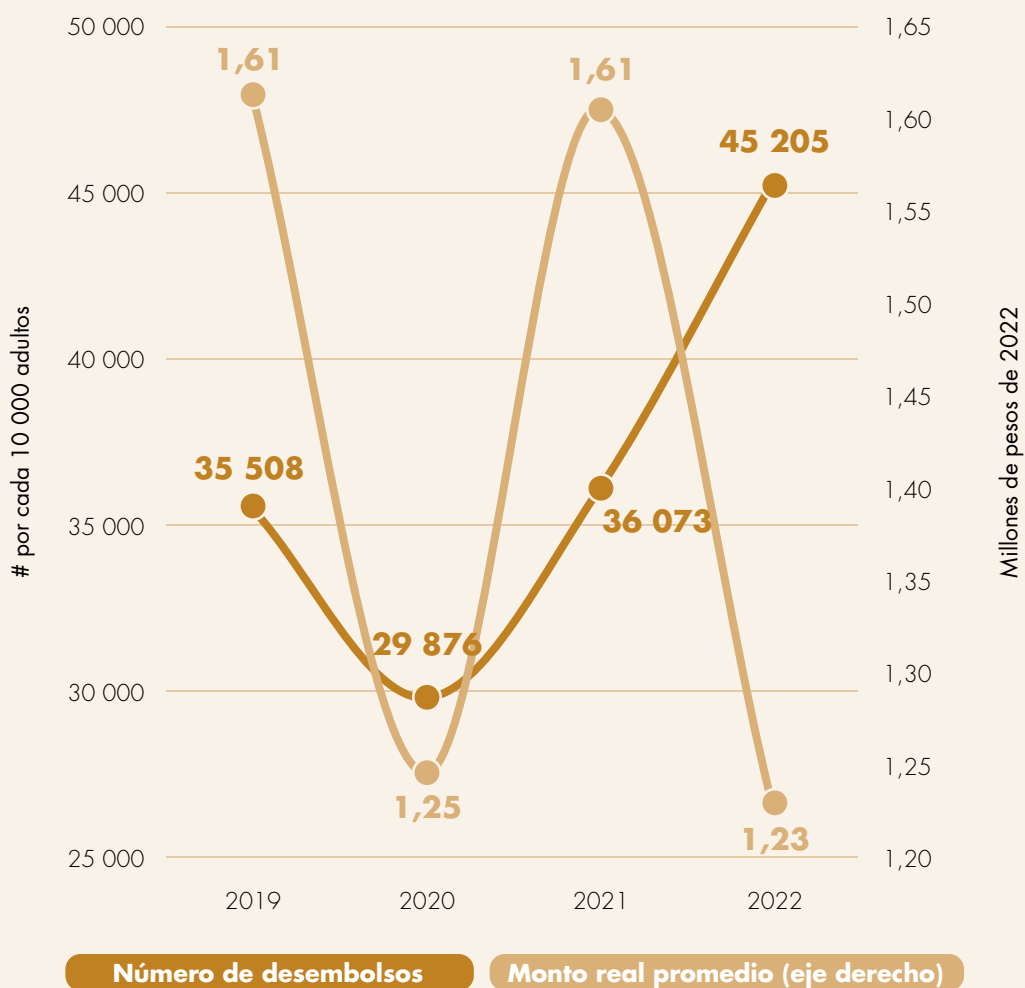
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

**Recuadro 3.** Evolución de los desembolsos de crédito

Durante el año 2022, la dinámica de los desembolsos mostró una heterogeneidad en cuanto a la cantidad y monto de operaciones, en un contexto de tasas de interés de créditos altas debido a la posición de la política monetaria para contrarrestar la inflación. Por un lado, se observó una tendencia positiva en el número total de desembolsos

(25,3 %), lo que indica una mayor demanda de financiamiento por parte de los diferentes sectores económicos. Por otro lado, se registró una disminución real<sup>4</sup> en el monto promedio de los desembolsos comparado con el del año anterior (-23,2 %), lo que sugiere una menor cantidad de financiamiento requerida (gráfica A).

**Gráfica A.** Tendencia del número de desembolsos y de su monto promedio para el total de créditos



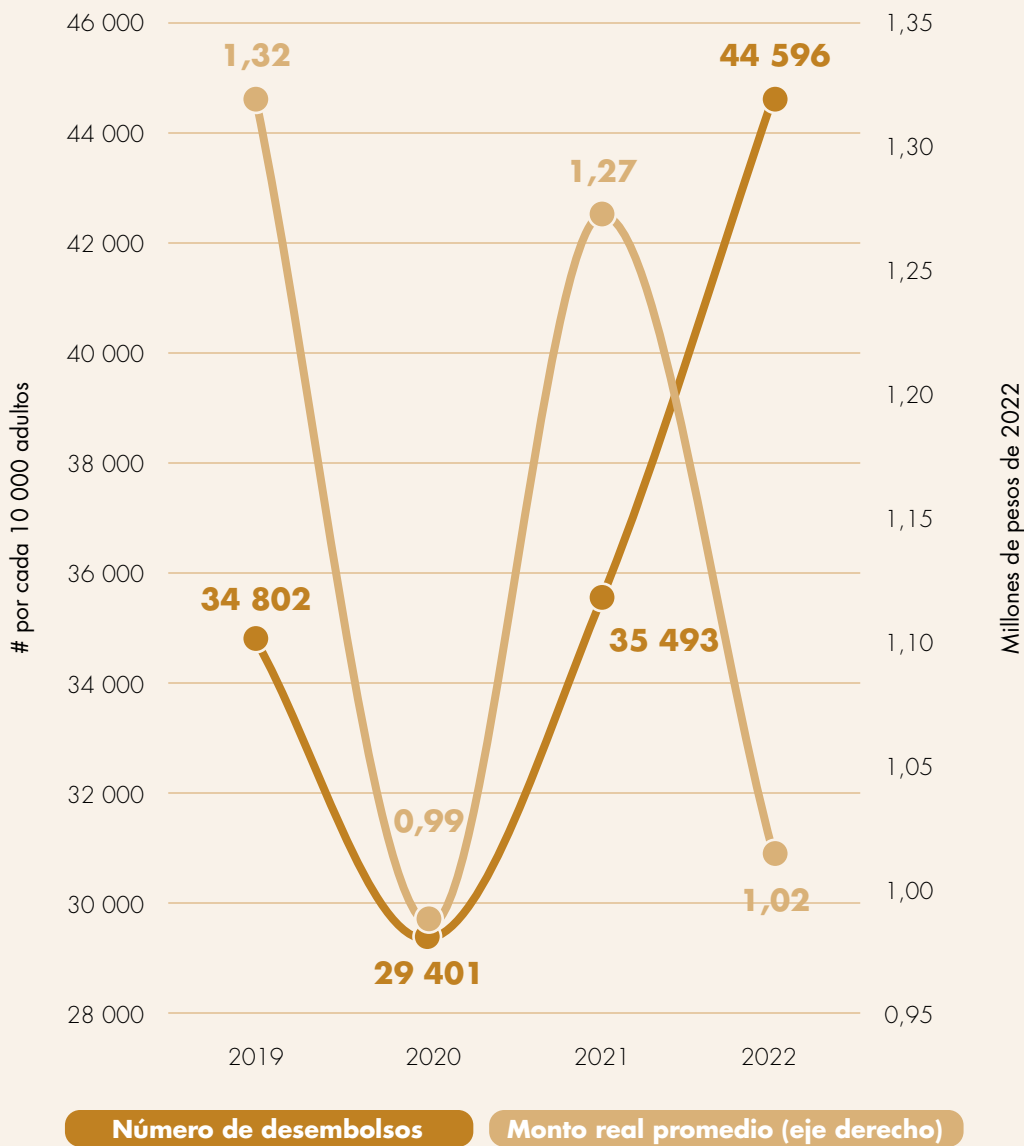
4. El monto promedio para cada rubro de crédito fue deflactado utilizando el índice de precios del consumidor (IPC), publicado por el DANE, de diciembre de cada año. Se realizó un cambio de base de diciembre de 2018 a diciembre de 2022. Por tanto, las cifras expresadas en pesos están en pesos de 2022.

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534 de la SFC, SES y ONG microfinancieras.

El comportamiento observado se debió principalmente al incremento en los desembolsos de crédito de consumo, que incluyen tarjetas de crédito, crédito de libre inversión, libranzas y créditos de consumos de bajo monto. Estos desembolsos experimentaron

un aumento de 9103 por cada 10 000 adultos. Sin embargo, es importante señalar que el monto promedio de los desembolsos en este segmento se redujo en **COP 0,3 millones** de 2022 en comparación con el año anterior (gráfica B).

**Gráfica B.** Tendencia del número de desembolsos y su monto promedio para crédito de consumo

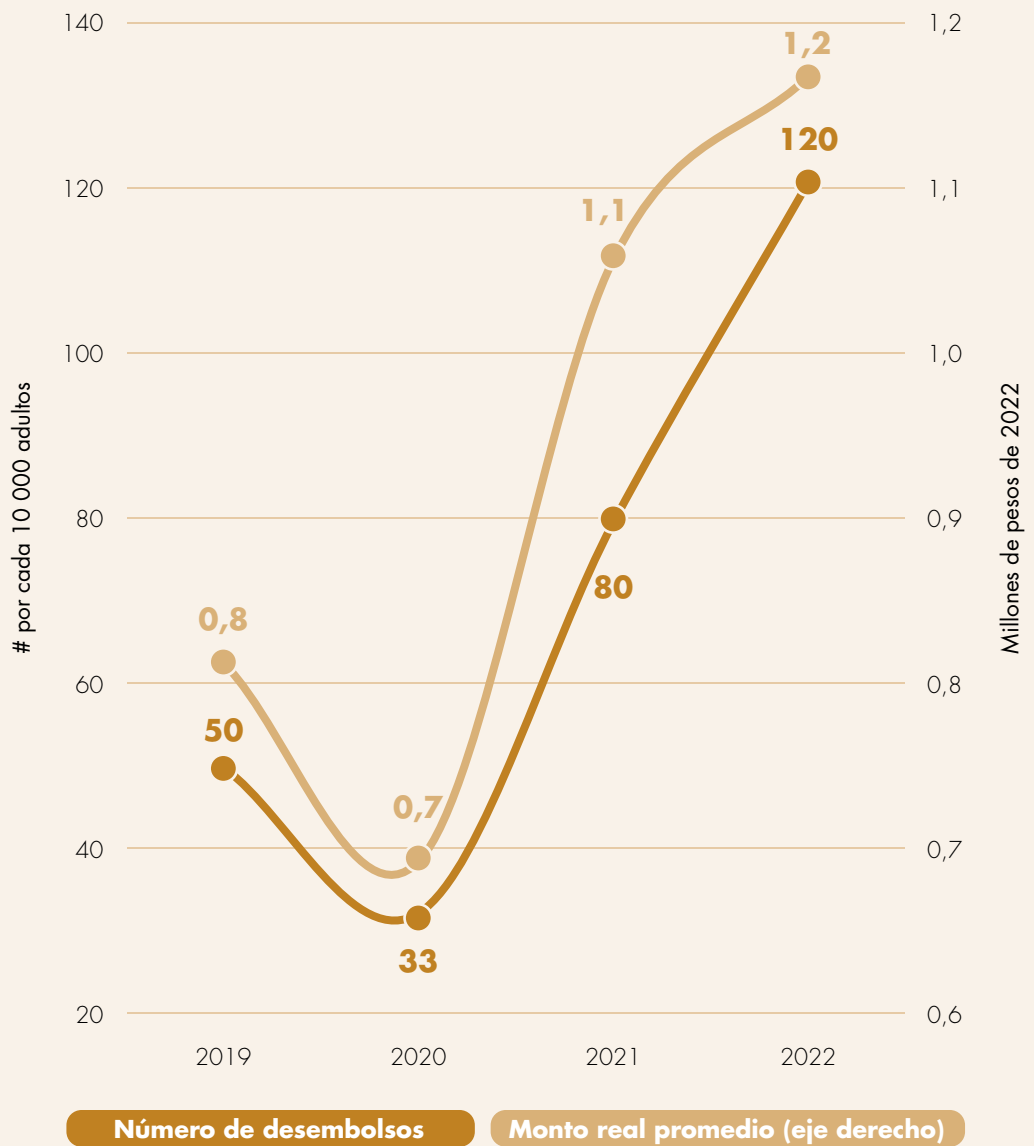


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534 de la SFC, SES y ONG microfinancieras.

Además del crédito de consumo, se observaron patrones interesantes en otros rubros con menor participación. Específicamente, el crédito de *consumo de bajo monto* mostró un aumento en el número total de desembolsos y en su monto promedio, manteniendo

la recuperación que venía exhibiendo desde 2020. En particular, la tasa pasó de 80 a 120 desembolsos por cada 10 000 adultos, mientras que el monto promedio se incrementó de COP 1,1 millones a **COP 1,2 millones** de 2022 (gráfica C).

**Gráfica C.** Tendencia del número de desembolsos y su monto promedio para crédito de consumo de bajo monto

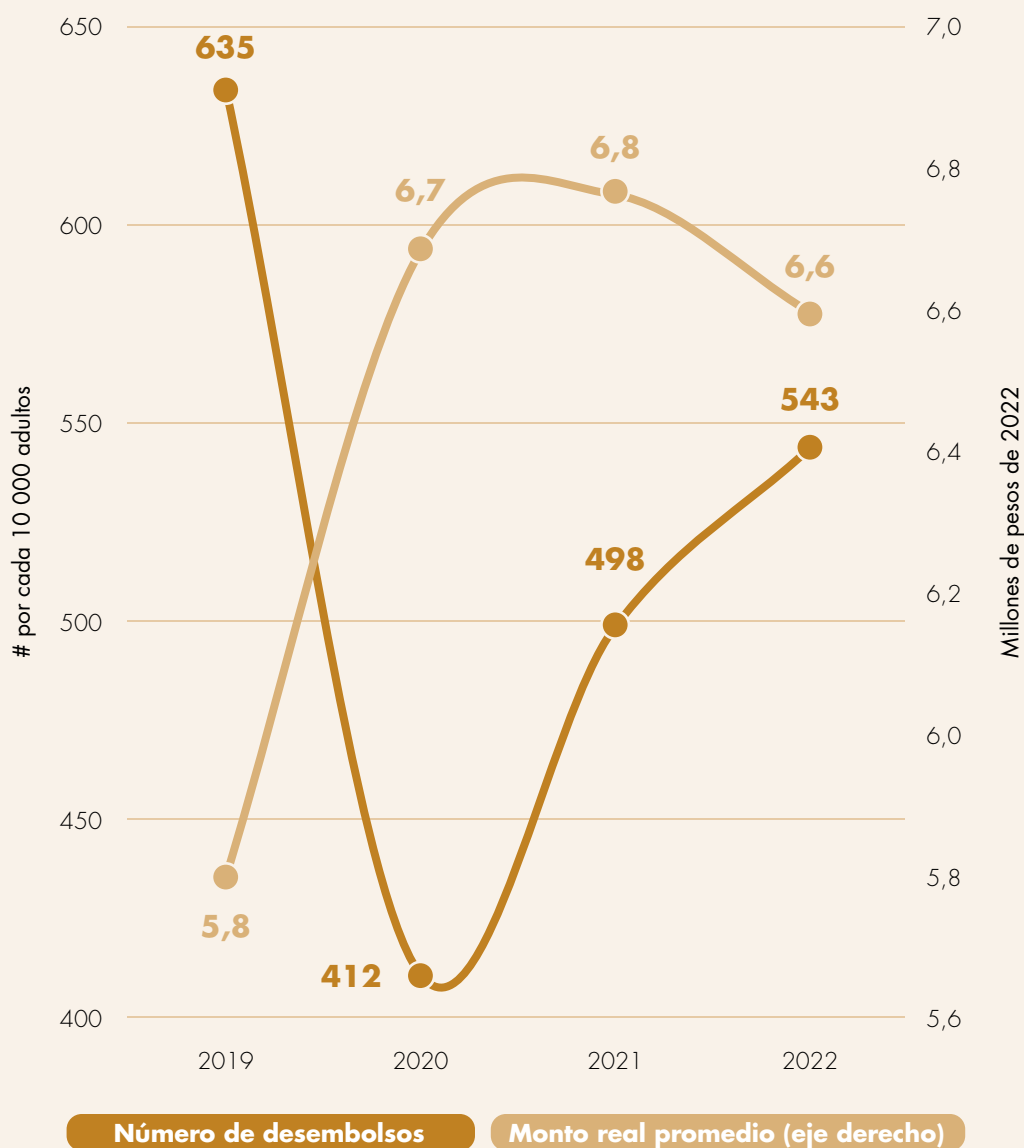


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534 de la SFC, SES y ONG microfinancieras.

En cambio, el comportamiento del microcrédito y del crédito comercial fue mixto durante el año 2022. Por una parte, el número de desembolsos de microcrédito por cada 10 000 adultos aumentó alrededor del **8,3 %**

en comparación con el año anterior, lo que indica una recuperación gradual después del impacto de la pandemia. Con respecto al monto promedio, este se redujo en un **2,5 %** real anual (gráfica D).

**Gráfica D.** Tendencia del número de desembolsos y su monto promedio para microcrédito

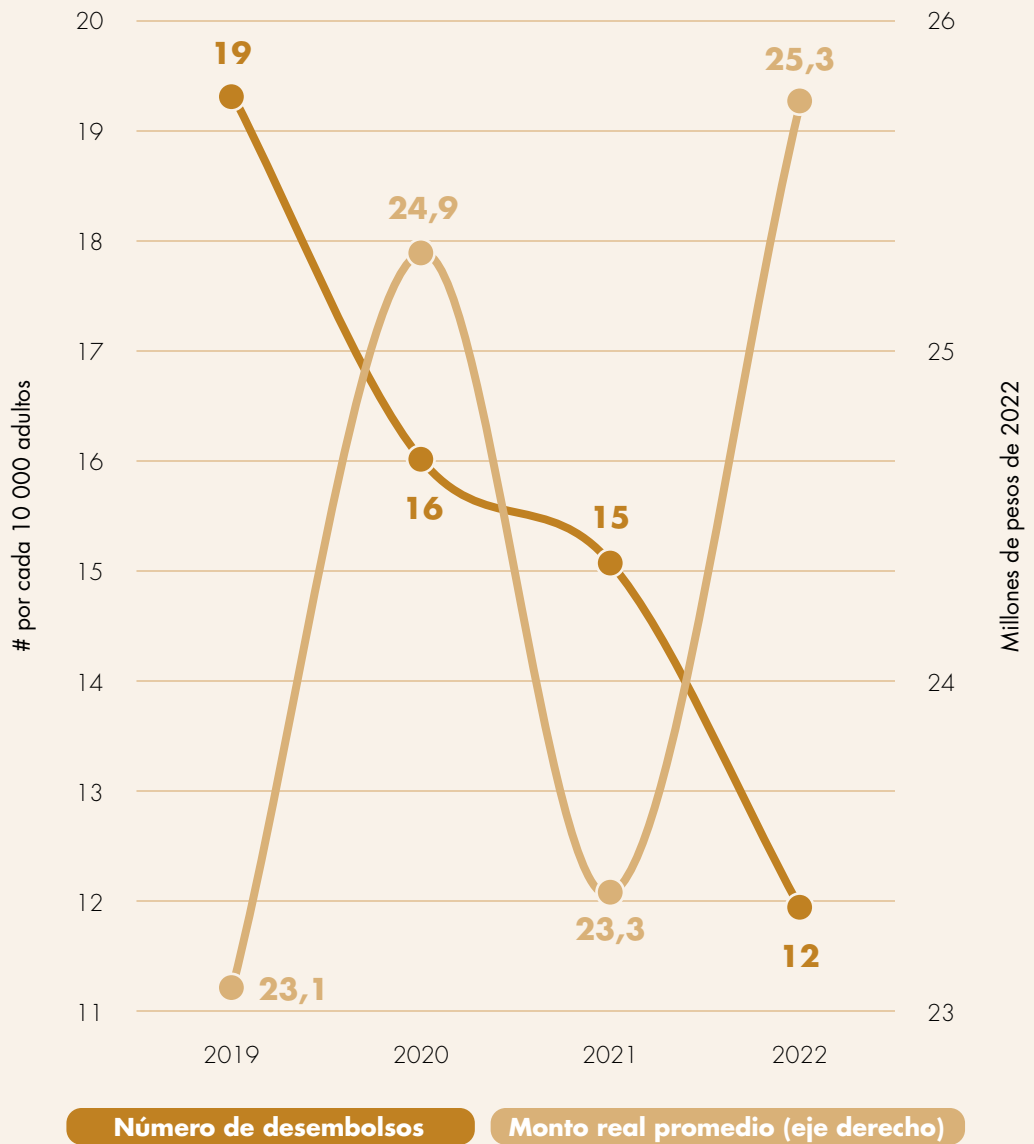


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534 de la SFC, SES y ONG microfinancieras.

Por otra parte, el número de desembolsos dirigidos a crédito *comercial* volvió a decrecer, presentando una disminución de 3 desembolsos por cada 10 000 adultos. No obstante, el monto promedio de los desembolsos aumentó en **COP 2 millones** de

2022 con respecto al año anterior, a diferencia de lo que había ocurrido en 2021, cuando el monto promedio había registrado, en términos reales, una reducción de **COP 1,6 millones** de 2022 (gráfica E).

**Gráfica E.** Tendencia del número de desembolsos y su monto promedio para crédito comercial



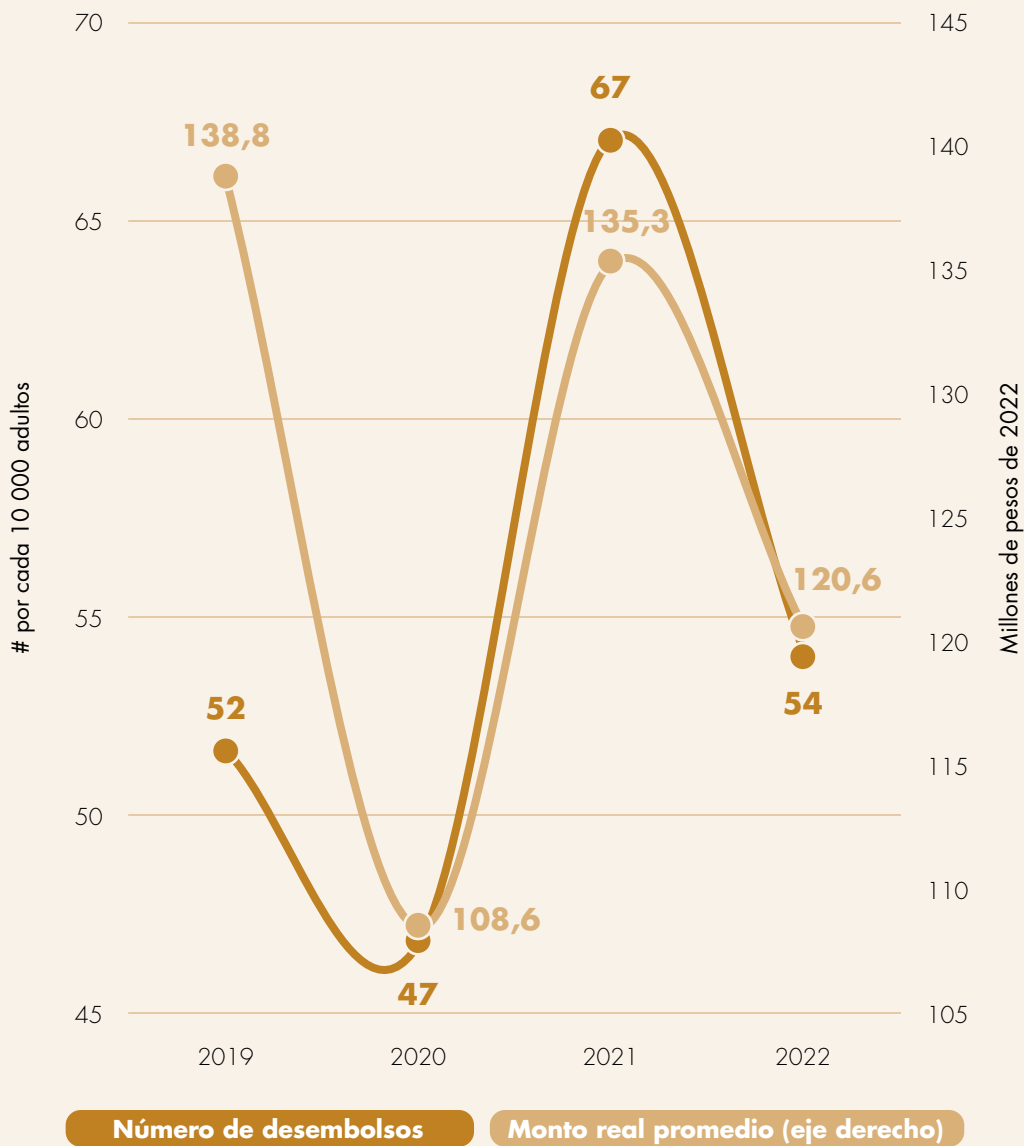
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534 de la SFC, SES y ONG microfinancieras.



Finalmente, en cuanto al crédito de *vivienda*, se observó una disminución de 13 desembolsos por cada 10 000 adultos luego de haber registrado un aumento significativo en 2021 (gráfica F). Además, se evidenció

una caída importante en el monto promedio de estas operaciones, con una disminución real anual de **COP 15 millones** de 2022 en comparación con el año anterior, cuando había aumentado **COP 27 millones** de 2022.

**Gráfica F.** Tendencia del número de desembolsos y su monto promedio para crédito de vivienda



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos del Formato 534 de la SFC, SES y ONG microfinancieras.

#### Recuadro 4. Condiciones de acceso al crédito y reclamaciones desde una perspectiva de género

El objetivo de este recuadro es identificar diferencias entre consumidores financieros de acuerdo con su sexo biológico<sup>5</sup> con respecto a dos áreas de interés: el acceso al crédito formal y el tratamiento de las reclamaciones. El acceso al crédito fortalece el empoderamiento económico de las mujeres, lo que facilita la acumulación y el control sobre sus activos, mejorando su autoestima y conocimientos financieros<sup>6</sup>. Este empoderamiento se refleja en otros factores que inciden en la calidad de vida y en el bienestar social de las familias, como beneficios en patrones de consumo para los hijos, reducción de la mortalidad infantil, mayores capacidades de produc-

ción agrícola y una mayor esperanza de vida<sup>7</sup>. Por su parte, las reclamaciones asociadas a los productos de crédito permiten identificar el grado de satisfacción de consumidores que han hecho uso de créditos y si hay un patrón en resolución de las quejas basado en el género de estos usuarios. En general, el acceso a datos desagregados por sexo biológico permite identificar diferencias por género desde varias dimensiones y oportunidades de negocio novedosas, información que contribuye al diseño y al ajuste de productos específicos para hombres y mujeres, insumo para la definición de las estrategias comerciales de los establecimientos de crédito.

5. A lo largo de este recuadro se utilizan indistintamente los términos “género” y “sexo biológico”.

6. Zaman, H. (2001). *Assessing the Poverty and Vulnerability Impact of Micro-Credit in Bangladesh: A case study of BRAC*. The World Bank.

7. Banco Mundial. (2011). *Buscar la igualdad de género es acertado y tiene sentido*, según Informe del Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2011/09/18/gender-equality-right-smart-thing-to-do-world-bank-report>

8. Vivienda cuyo valor es menor a 135 SMMLV.

9. Formato 341 de la SFC.

### Acceso al crédito formal

Identificar brechas de género en créditos permite una adecuada formulación de estrategias que facilite la inclusión productiva de la mujer, quien presenta menor acceso a desembolsos que los hombres a pesar de tener mejores indicadores de siniestralidad en cartera. En este ejercicio se identificaron diferencias entre deudores hombres y mujeres en cuanto a características de los créditos, como el valor promedio de los desembolsos, tasas de interés, indicadores de riesgo, entre otros. La desagregación presentada en este recuadro permite identificar diferencias en las características mencionadas de acuerdo a la modalidad del producto analizado y el grupo de edad del deudor. Específicamente, se analizaron las carteras de microcrédito, consumo por producto (automóvil, libranza, libre inversión, rotativos y tarjetas de crédito) y vivienda por tipo (vivienda de interés social [VIS] y no VIS<sup>8</sup>).

Para el análisis se tomó como fuente principal de información el formato de operaciones

activas de crédito<sup>9</sup>, donde los establecimientos de crédito vigilados por la SFC registran trimestralmente los créditos por deudor. Se tomaron los últimos siete años de registros de endeudamiento, entre 2016 y 2022. La información contenida en el formato identifica el nombre del deudor, naturaleza jurídica y número de identificación, entre otros, pero no el sexo biológico. Por esta razón, a partir del número de identificación de las personas naturales, se cruzaron los registros con la base de datos de la Registraduría Nacional del Estado Civil para identificar dicha información. En el caso de deudores que no se pudieron identificar en la base de datos de la Registraduría, se buscaron en los registros de afiliados al Sistema General de Pensiones que las administradoras de pensiones reportan a la SFC. Por último, con base en el nombre del deudor se desarrolló un algoritmo para asignar el sexo biológico a los deudores restantes. Después de aplicar este procedimiento se asignó el sexo biológico a más del **99,8 %** de los deudores.

A continuación, se resumen los principales resultados del análisis:



**Acceso:** A diciembre de 2022 se observó una mayor participación de los hombres en el valor del saldo de las carteras analizadas<sup>10</sup>. La brecha de acceso por género, medida como la diferencia entre la participación masculina y la femenina en el saldo, fue positiva para las carteras de microcrédito (7,9 %), consumo (14,2 %) y vivienda (9,3 %). Solamente para los créditos para VIS la brecha encontrada fue negativa, indicando un mayor acceso por parte de las mujeres. Durante el periodo analizado (2016-2022) se observó un aumento progresivo en la participación de las mujeres en el saldo de la cartera en todos los casos analizados.



**Desembolsos promedio:** En todas las carteras analizadas el valor de los desembolsos promedio otorgados a los hombres fue superior al de los otorgados a mujeres a diciembre de 2022. La brecha salarial positiva a favor de los hombres observada en Colombia y en general en todos los países que reportan a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)<sup>11</sup> incide en los análisis de capacidad de endeudamiento que realizan las entidades de crédito previo al desembolso. Por tanto, desigualdades en el mercado laboral entre géneros se replican en las características de los créditos desembolsados a mujeres, como el monto desembolsado.



**Tasas de interés:** El costo promedio de los créditos otorgados a mujeres es bastante similar al asociado a créditos otorgados a hombres. En el caso de microcrédito, las mujeres

presentan tasas de interés ponderadas promedio mayores a los hombres. En vivienda también las mujeres enfrentan mayores tasas que los hombres, pero la diferencia entre géneros es reducida. En consumo la diferencia depende del producto analizado, y para el total de la cartera se cobran mayores tasas en promedio a los hombres. Los costos fijos asociados con el otorgamiento y el seguimiento del crédito hacen que la tasa de interés sea mayor en desembolsos de tamaño bajo, independientemente del género del deudor.



**Calidad de la cartera:** Los indicadores de calidad de cartera, tanto por mora como riesgosa<sup>12</sup>, muestran que la cartera otorgada a mujeres presenta una menor siniestralidad. En el caso de microcrédito, en diciembre de 2022, el indicador de cartera vencida para hombres fue de 6,1 %, y el de mujeres, de 5,4 %, por lo que por cada COP 100 prestados a mujeres las entidades hubieran podido reducir su gasto en provisiones en promedio en 70 centavos (diferencia de 0,7 %). Solo para el grupo de deudores de menor edad los hombres presentaron mejores indicadores de siniestralidad en microcrédito que las mujeres. Para la cartera de consumo total, la diferencia entre indicadores de calidad fue de 1,3 %, destacándose el potencial menor gasto en provisiones a cartera otorgada a mujeres en los productos libre inversión y tarjeta de crédito. Los únicos casos en que los hombres presentan mejores indicadores de pago con respecto a las mujeres son para automóvil y rotativo en mayores de 65 años. Por último, en la cartera de vivienda la diferencia entre indicadores de calidad entre hombres y mujeres fue de 0,7 %, siendo más pronunciada para VIS (1,1 %) y en general mayor para grupos de deudores con mayor edad. Por tanto, aun cuando las mujeres presentan en promedio menor acceso y tamaño de los desembolsos, la cartera otorgada a ellas refleja menores niveles de siniestralidad y riesgo de crédito, lo que representa una oportunidad en términos de menor constitución de provisiones a las entidades de crédito.

---

10. No se incluyó en el análisis la cartera con modalidad comercial, donde solo el 7,5 % fue otorgada a deudores identificados como personas naturales.

---

11. Ver <https://data.oecd.org/earnwage/gender-wage-gap.htm>

---

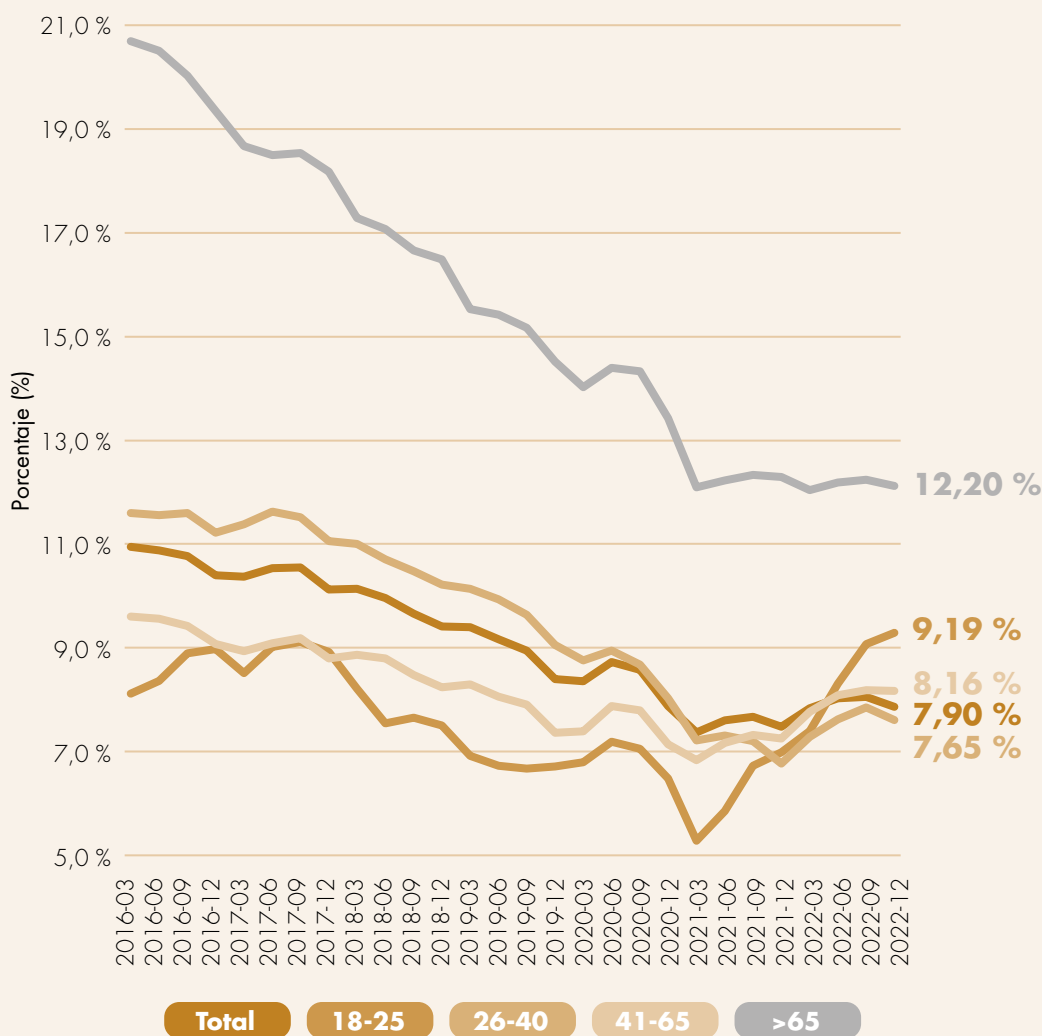
12. La cartera vencida o en mora identifica el porcentaje de la cartera bruta que presenta mora mayor a 30 días. El indicador de cartera riesgosa identifica el porcentaje de la cartera en categorías diferentes a A (menor riesgo).

## Microcrédito<sup>13</sup>

Las mujeres tienen una menor participación en los saldos de cartera de microcrédito que los hombres debido a que reciben en promedio desembolsos de menor tamaño, aun cuando registran un mayor número tanto de operaciones activas como de desembolsos. Los hombres tienen **7,9 %** más participación en los COP 16,5 billones de saldo de microcrédito

que las mujeres, brecha que ha decrecido en los últimos años, teniendo en cuenta que en 2016 la diferencia fue cercana al **11 %**. Los mayores de 65 años han sido el grupo por edad con mayor brecha, pero también con mayor reducción de esta, mientras que han sido los más jóvenes el único grupo etario donde la brecha ha aumentado (gráfica A).

**Gráfica A.** Brecha de género en la participación de los saldos de microcrédito, por grupos de edad, 2016-2022



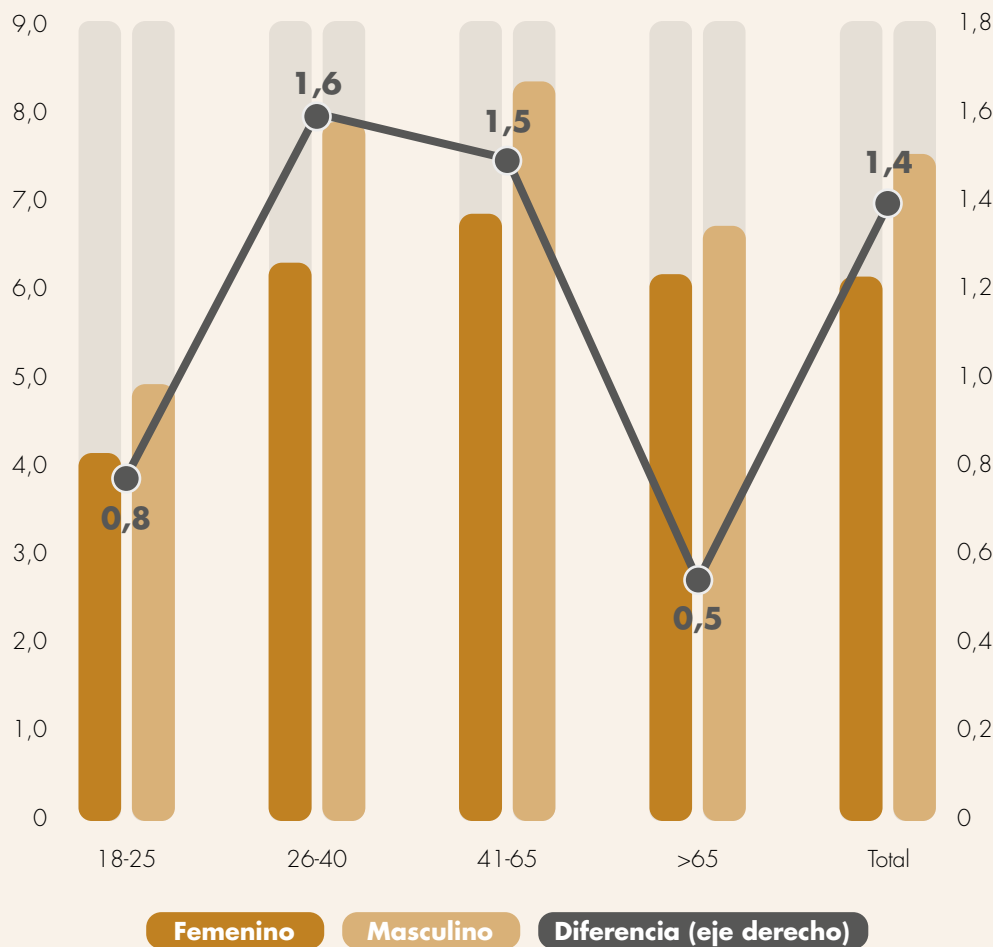
13. El análisis incluyó el 98,3 % de la cartera de microcrédito conformado por deudores con cédulas de ciudadanía.

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

El desembolso promedio de microcrédito otorgado a las mujeres en 2022 fue de COP 6,1 millones, COP 1,4 millones menos que el promedio desembolsado a los hombres (gráfica B). Esta diferencia positiva en el va-

lor desembolsado se observó en todos los grupos de edad, especialmente en aquellos entre 26 y 65 años, donde se concentró el **87,9 %** de los desembolsos.

**Gráfica B.** Brecha de género en el desembolso promedio de microcrédito, por grupos de edad, diciembre 2022 (millones de pesos)

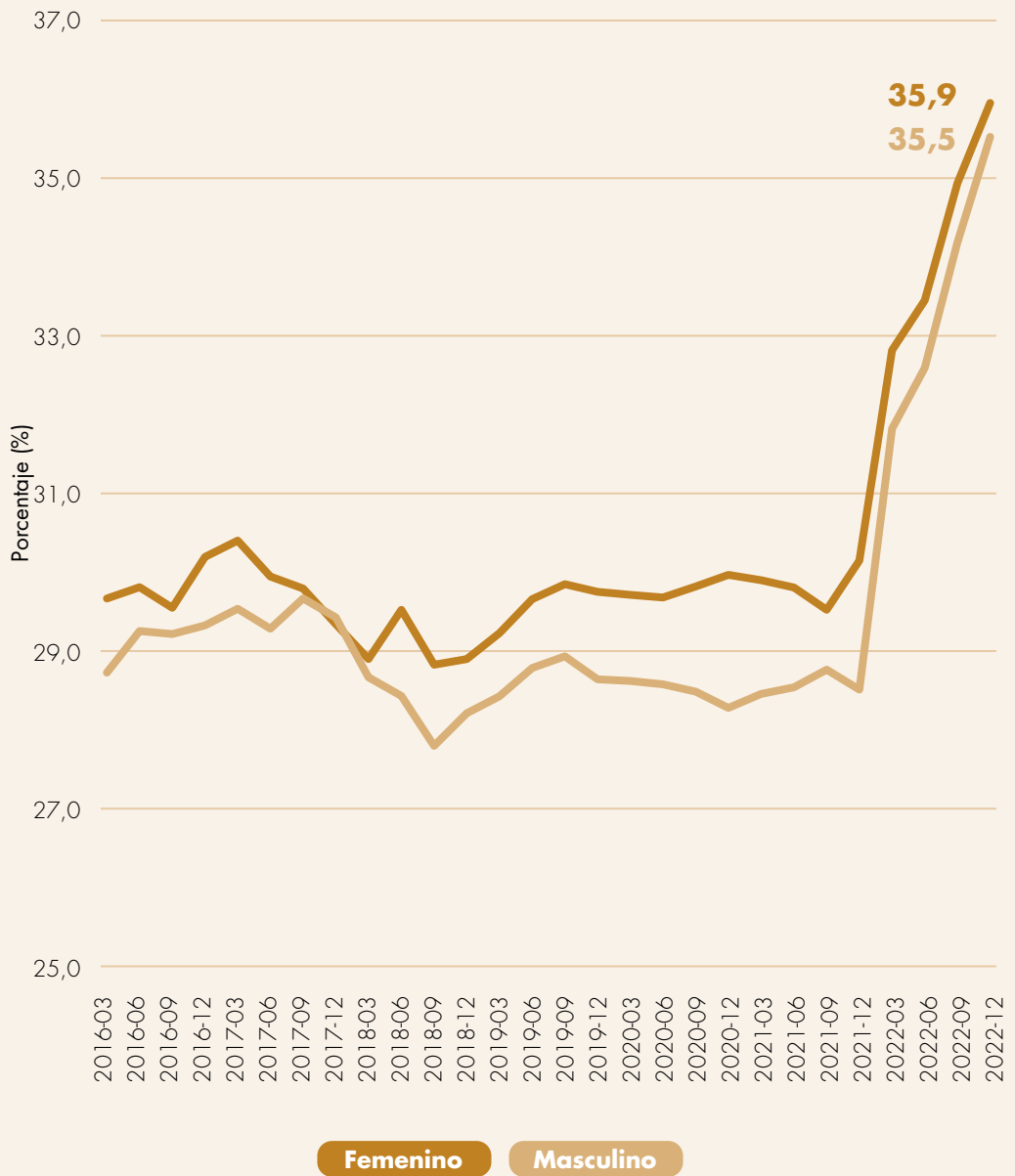


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

En cuanto al número de operaciones activas de microcrédito y de desembolsos, las mujeres mantienen un mayor número de operaciones y reciben un mayor número de desembolsos que los hombres. Las mujeres recibieron el **54,6 %** de los 1,4 millones de

desembolsos de microcrédito realizados en 2022. A diciembre de 2022, 1 037 985 mujeres mantuvieron 1,38 millones de operaciones activas de microcrédito, equivalentes al **50,8 %** de los 2,7 millones de operaciones registradas en dicha fecha.

**Gráfica C.** Tasas de interés por sexo asociada a las operaciones activas de microcrédito 2016-2022

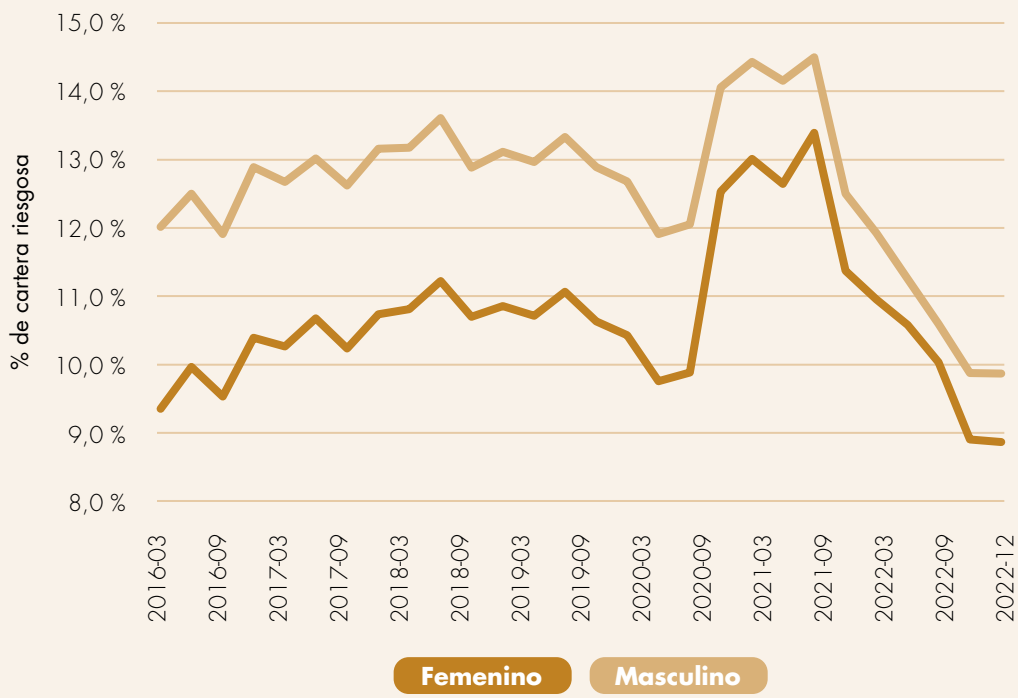
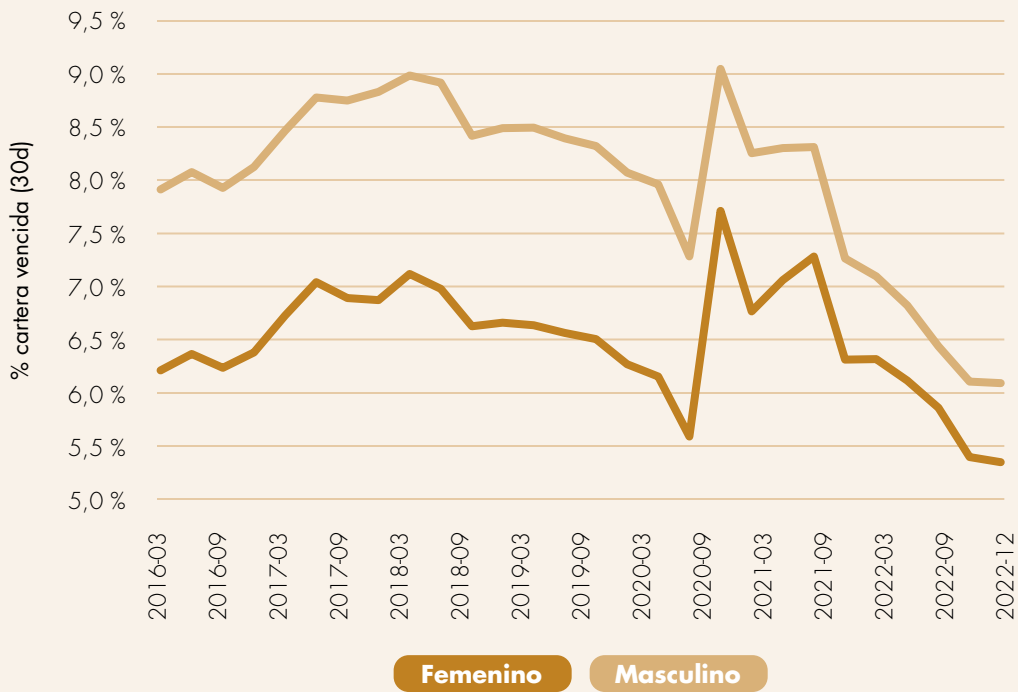


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

Las tasas asociadas a microcréditos tomados por mujeres son mayores a las de los hombres entre 2016 y 2022, con un margen de 0,4 pp en diciembre de 2022 (gráfica C). Este resultado es consistente con el menor

tamaño del desembolso promedio otorgado a las mujeres, teniendo en cuenta que los créditos de montos bajos tienen asociadas mayores tasas para poder cubrir los costos fijos de originación y seguimiento.

**Gráfica D.** Calidad de la cartera de microcrédito por género, cartera en mora y en riesgo 2016-2022



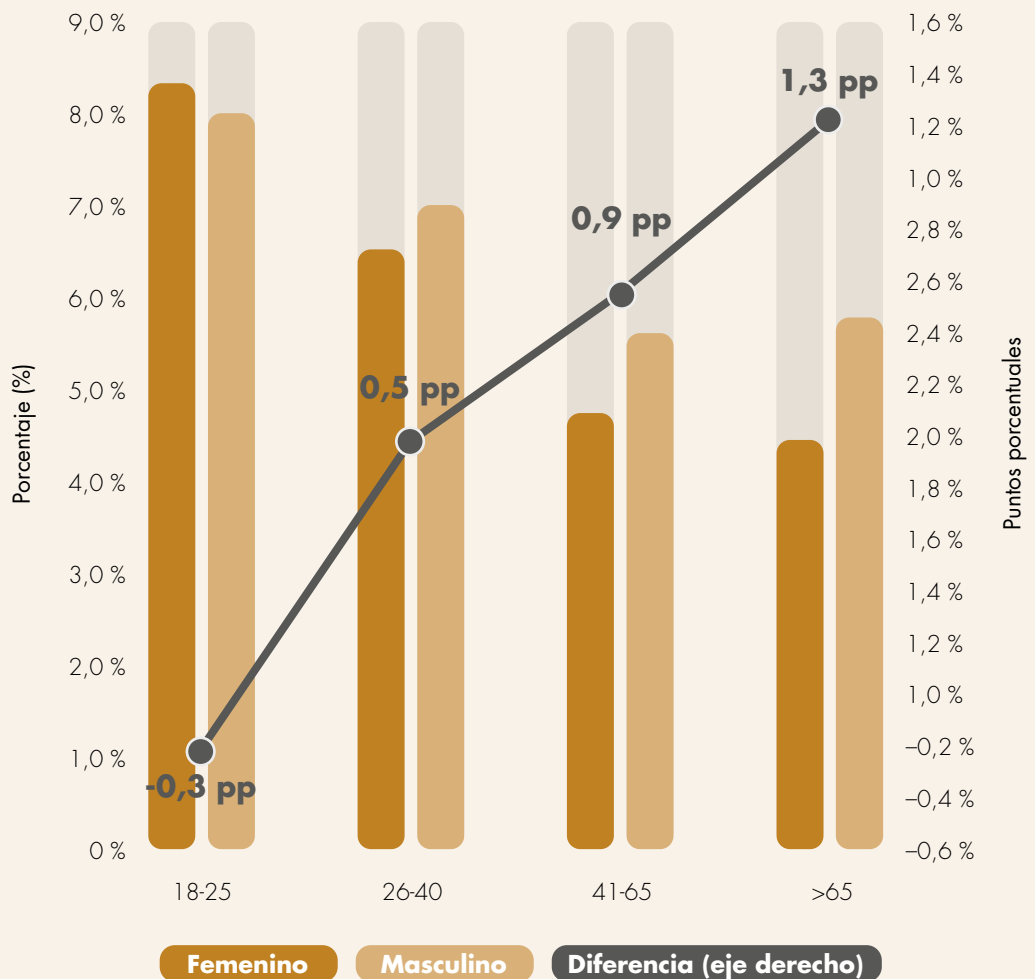
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

La calidad de la cartera en microcréditos otorgados a mujeres es mejor a la otorgada a los hombres, aun cuando los desembolsos más pequeños y las tasas más altas cobradas a ellas indican una mayor percepción de riesgo. Tanto en el indicador de cartera vencida como en el de cartera riesgosa, la calidad de la cartera es mejor cuando el deudor es una mujer para todos los años incluidos en la muestra (gráfica D). Este resultado, calculado para el promedio de deudores de

microcrédito, indica que ellas han presentado carteras más sanas a pesar de enfrentar mayores tasas de interés.

Al desagregar por grupos de edad, la calidad de los microcréditos otorgados a mujeres es mayor cuando ellas tienen más de 25 años. Solamente en el rango de mujeres más jóvenes (18 a 25 años) se encuentra un mejor indicador de calidad de cartera para los hombres (gráfica E).

**Gráfica E.** Calidad de la cartera de microcrédito otorgada a hombres y mujeres, por rango de edad, cartera en mora, diciembre 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.



Análisis adicionales por tamaño de desembolso y tipo de garantía podrían confirmar si las diferencias en calidad de cartera por género se mantienen en todos los rangos

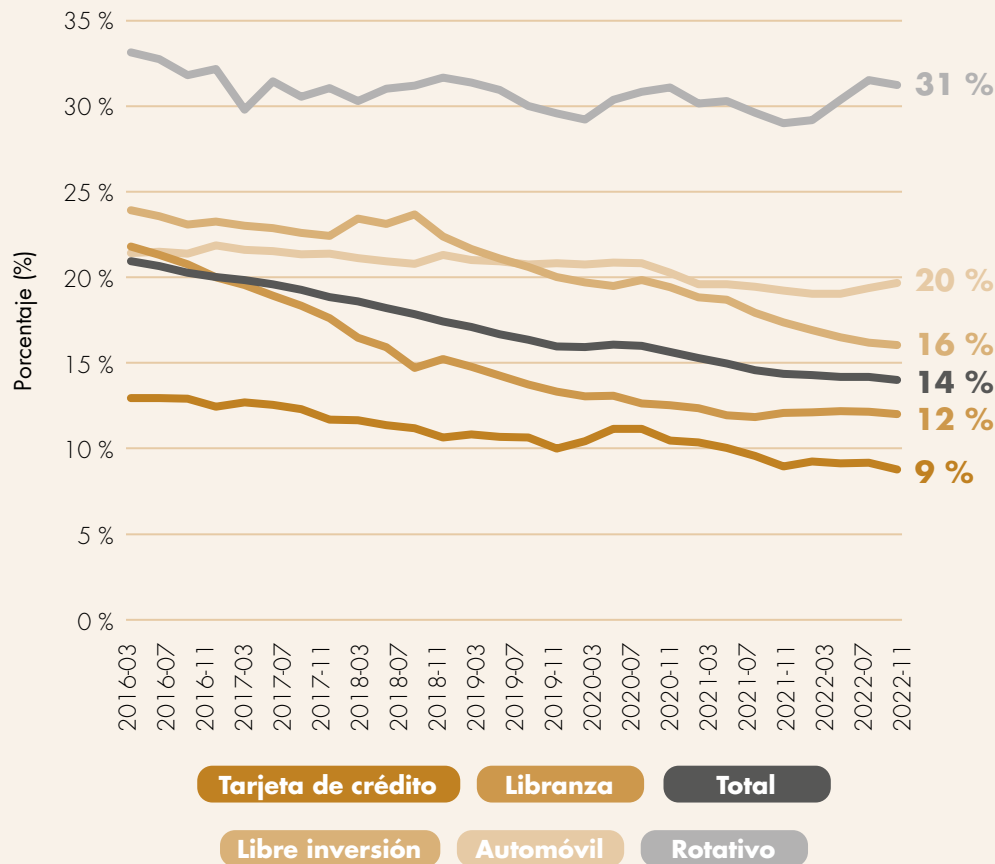
desembolsados y si el resultado depende de las garantías recibidas (fondos de garantías públicos [FNG o FAG], garantías personales o desembolsos sin garantías).

## Consumo<sup>14</sup>

La participación femenina en el saldo de la cartera de consumo es menor a la de los hombres debido principalmente a los menores desembolsos que en promedio ellas reciben. El **42,9 %** de los **COP 214 billones** de cartera de consumo registrada en

diciembre de 2022 corresponde a deudoras mujeres, por lo que la brecha de género fue de **14,2 %**. Esta diferencia, sin embargo, se viene reduciendo lentamente en los últimos años, teniendo en cuenta que en 2016 fue de **20,8 %** (gráfica F).

**Gráfica F.** Brecha de género en la participación de los saldos de crédito de consumo, por producto, 2016-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

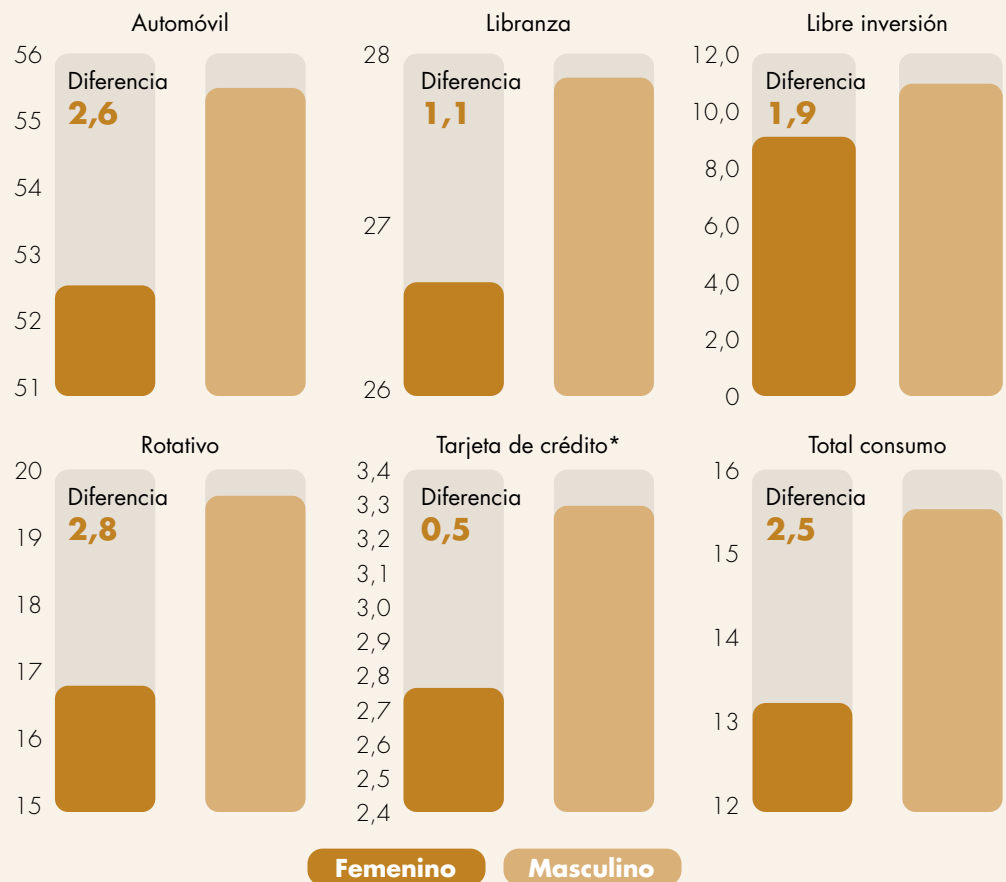
14. El análisis incluyó el 99,5 % de la cartera de consumo conformado por deudores con cédulas de ciudadanía.

La cartera de consumo está conformada por productos heterogéneos, donde los créditos de libre inversión representan el **40,3 %**; libranza, el **31,3 %**; tarjeta de crédito, el **17,5 %**; automóvil, el **9,3 %**, y rotativos, el **1,6 %**. Más de la mitad de las operaciones están asociadas a tarjetas de crédito, donde el saldo promedio a diciembre de 2022 fue de **COP 3 millones**. El desembolso promedio para automóvil fue de **COP 54 millones**; para libranza, **COP 27 millones**, y de libre inversión, **COP 10 millones**.

A pesar de las diferencias en los productos que se comercializan bajo esta modalidad, en

todos los casos, el valor de los desembolsos promedio otorgados a mujeres fue inferior al de los desembolsos otorgados a los hombres (gráfica G). Por ejemplo, a diciembre de 2022 el desembolso promedio otorgado a mujeres del producto libre inversión fue **COP 9,1 millones**, **17,0 %** y **COP 1,9 millones** más bajo que el promedio desembolsado a hombres. En el producto con mayor número de deudores, tarjeta de crédito, el saldo promedio de mujeres es de **COP 2,8 millones** y fue **COP 0,5 millones** más bajo que el de los hombres. El resultado de mayores desembolsos promedio a hombres mantiene su validez en los diferentes grupos de edad.

**Gráfica G.** Brecha de género en el desembolso promedio de crédito de consumo, por producto, diciembre 2022 (millones de pesos)

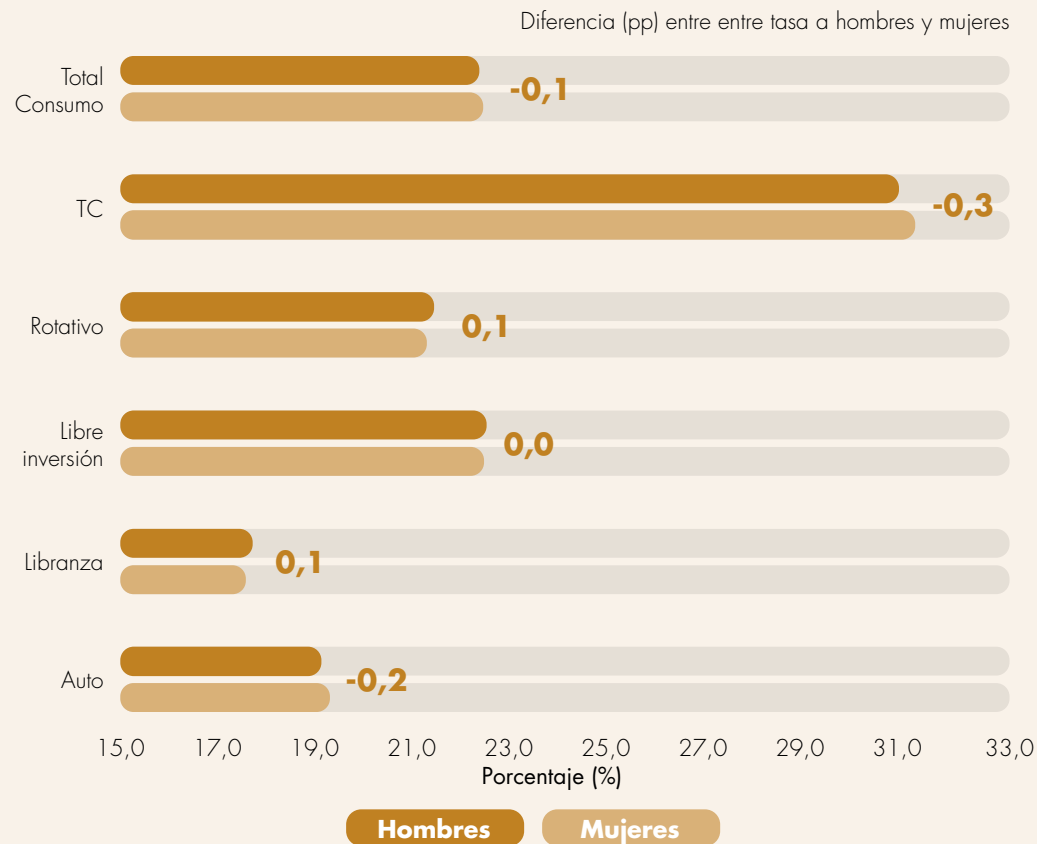


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.  
\*Para TC se toma saldo promedio del endeudamiento.

En cuanto a las tasas promedio de los créditos de consumo a diciembre 2022, no se observa una diferencia significativa o una tendencia definida entre las asociadas a créditos de mujeres y hombres. Sin importar el producto de crédito de consumo, la diferencia en tasas promedio entre géneros

es reducida, y así lo ha sido en el periodo 2016-2022. A diciembre de 2022 las tasas promedio fueron levemente mayores para hombres en rotativos y libranza, levemente mayores para las mujeres en tarjeta de crédito o automóvil e iguales para ambos géneros en el caso de libre inversión (gráfica H).

**Gráfica H.** Tasas de interés por sexo asociadas a las operaciones activas de crédito de consumo, por producto, 2022

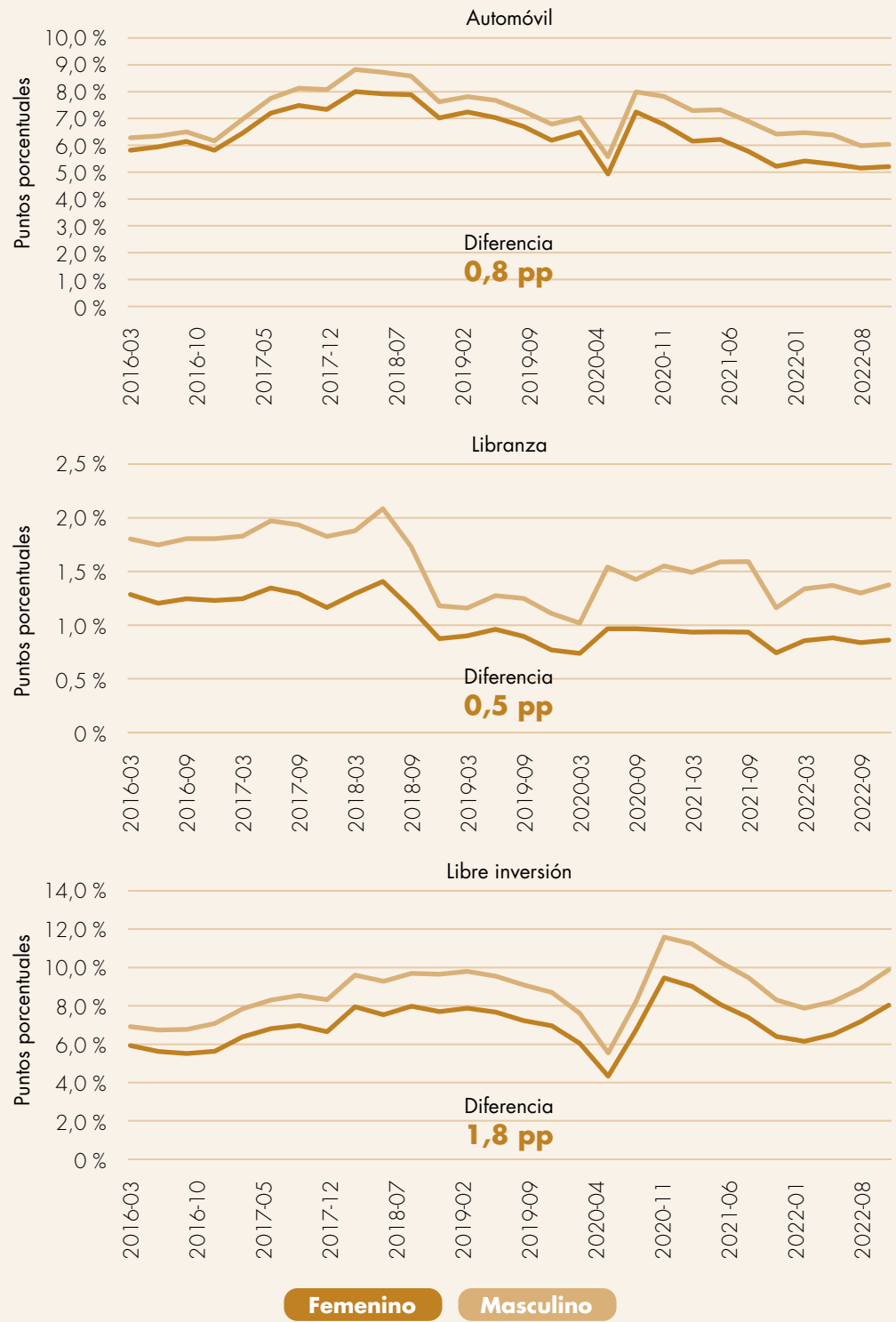


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

Para el total de la cartera de consumo y cada uno de los productos que la componen, las mujeres presentan mejor calidad de cartera (gráfica I). Este resultado es consistente para la totalidad de la muestra (2016-2022), independientemente de si la calidad se mide con respecto a la cartera en mora o a la cartera riesgosa. El indicador de calidad de cartera por

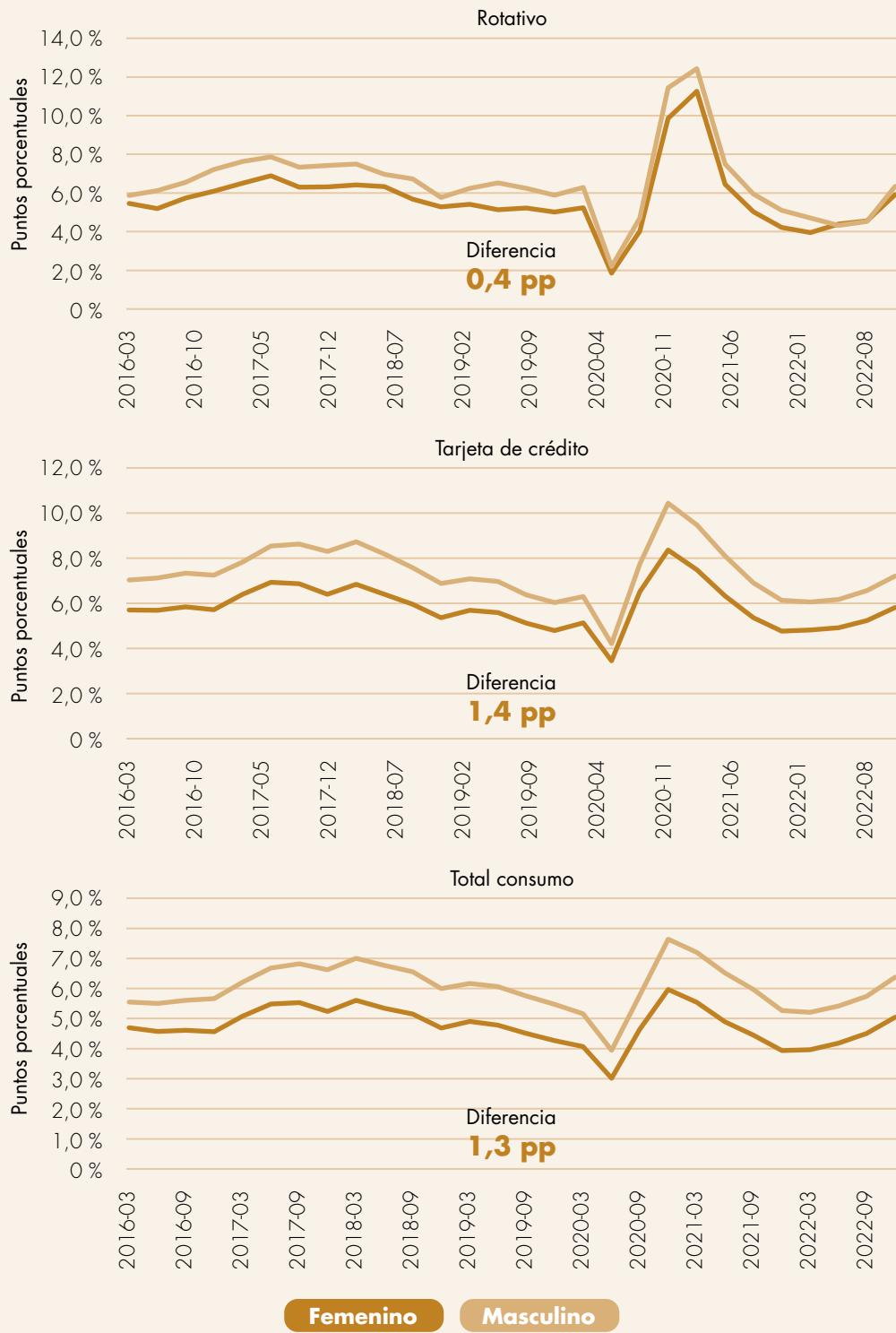
mora en diciembre de 2022 para la totalidad de la cartera de consumo otorgada a mujeres fue de **5,1 %**, mientras que para los hombres fue **6,4 %** (diferencia de **1,3 %**). En los productos más masivos de la modalidad, como libre inversión y tarjetas de crédito, la diferencia en el indicador de calidad por mora en diciembre de 2022 fue de **1,8 %** y **1,4 %**, respectivamente.

**Gráfica I.** Calidad de la cartera de consumo por producto, cartera en mora, 2016-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

**Gráfica I.** Calidad de la cartera de consumo por producto, cartera en mora, 2016-2022

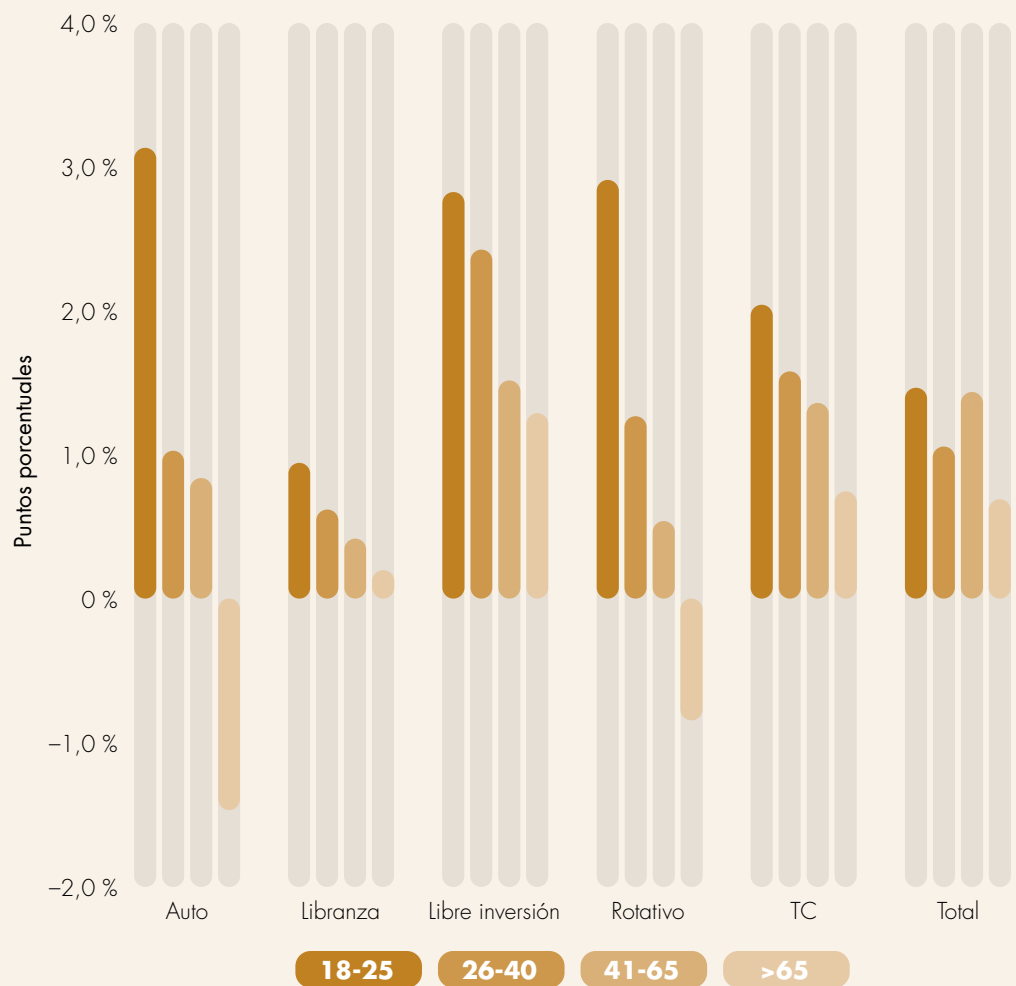


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

Al analizar la calidad de la cartera por grupos de edades y tipo de producto, en la mayoría de casos las mujeres presentaron mejores indicadores de calidad de cartera vencida que los hombres. Solo en dos casos específicos se observó mejor calidad en la cartera de los hombres: en cartera para automóvil y

rotativos en mayores de 65 años. La diferencia en el indicador entre hombres y mujeres es mayor en grupos de edad temprana, y a medida que envejece la población se reduce, por lo que se destacó la mejor calidad en cartera de consumo otorgadas a mujeres jóvenes (gráfica J).

**Gráfica J.** Diferencia (pp) en la calidad de la cartera de consumo otorgada entre hombres y mujeres, por tipo de producto y rango de edad, cartera en mora, diciembre 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

Por tanto, aun cuando en la modalidad y sus productos se observó un menor acceso y menores montos promedio desembolsados

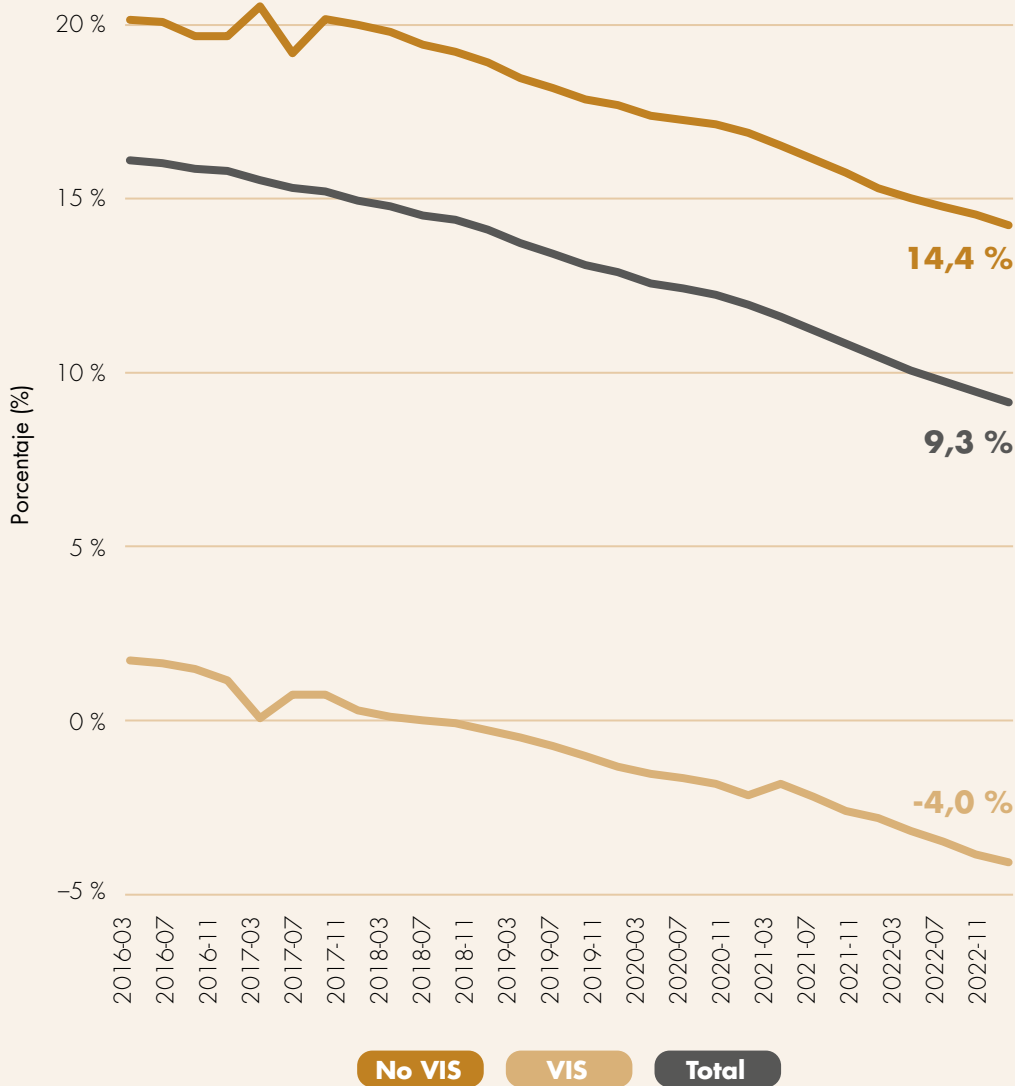
a mujeres, son ellas las que en promedio registran menores materializaciones de riesgo que los hombres.

## Vivienda<sup>15</sup>

La participación femenina en el saldo de la cartera de vivienda es menor a la de los hombres debido a que reciben en promedio desembolsos de menor valor y registran un menor número de operaciones. El **45,4 %** de los **COP 103 billones** de cartera de vi-

vienda registrada en diciembre de 2022 corresponde a deudoras mujeres, por lo que la brecha de género fue de **9,3 %**. En 2016 la brecha fue de **16 %**, de modo que la brecha se ha venido reduciendo en los últimos años (gráfica K).

**Gráfica K.** Brecha de género en la participación de los saldos de crédito de vivienda, por tipo de vivienda, 2016-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

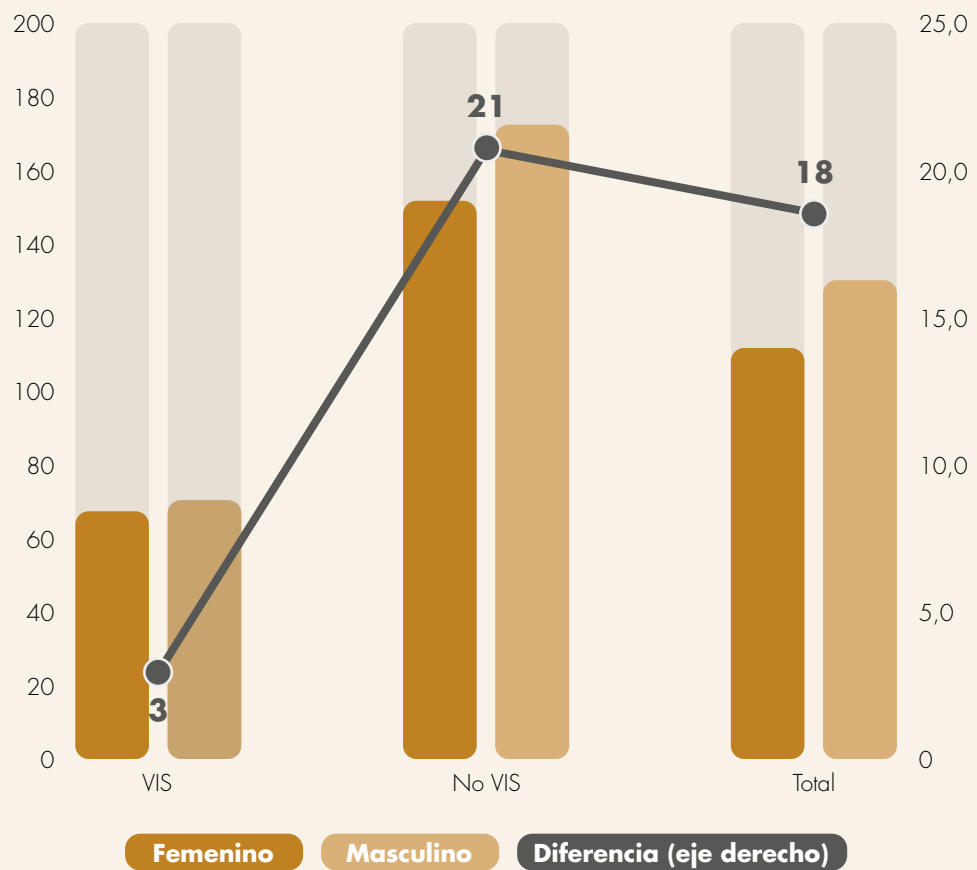
15. El análisis incluyó el 99,1 % de la cartera de vivienda conformado por deudores con cédulas de ciudadanía.

El acceso por género es diferente por tipo de vivienda, donde el **72,2 %** del saldo de la cartera es de vivienda que no es de interés social o no VIS y **27,8 %** es VIS. En la cartera no VIS se registró un mayor número de operaciones a hombres, al tiempo que el desembolso promedio de **COP 172 millones** fue mayor en **COP 21 millones** al desembolso promedio otorgado a las mujeres (gráfica L), razones por las cuales la brecha a diciembre de 2012 fue de **14,4 %**.

En el caso de la cartera VIS, el acceso fue mayor para las mujeres que para los hombres, condición que se viene dando

desde el año 2019 (gráfica K). A diciembre de 2022, el **52,0 %** del saldo de la cartera de VIS fue otorgada mujeres, por lo que la brecha de acceso registrada fue de **-4,0 %**. La mayor participación femenina en VIS se debe al mayor número de operaciones registradas por ellas (357 194, esto es, 38 000 más que las otorgadas a hombres) y a la reducida diferencia en el valor promedio desembolsado entre género (**COP 70 millones** para hombres y **COP 67 millones** para mujeres). Por tanto, las mujeres presentan mejor acceso a la cartera VIS, caracterizada por operaciones de vivienda de menores montos.

**Gráfica L.** Brecha de género en el desembolso promedio de crédito de vivienda, por tipo de vivienda, diciembre 2022 (millones de pesos)



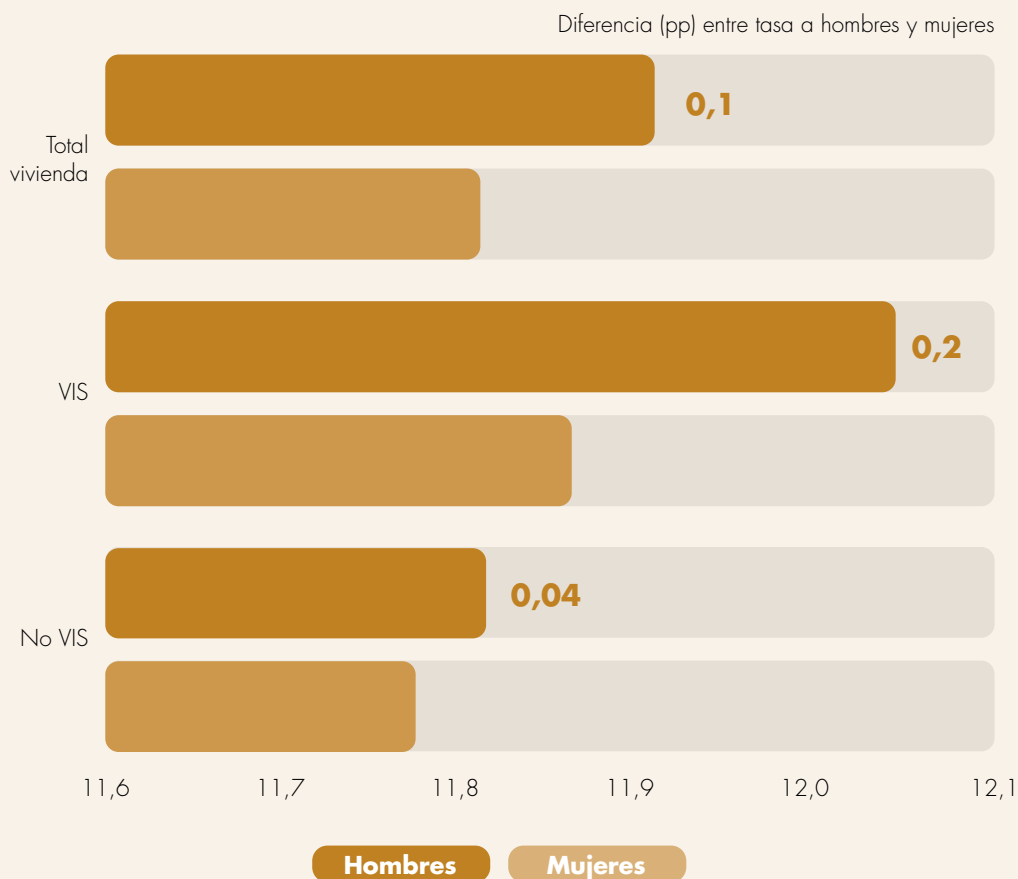
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.



Las tasas asociadas a créditos de vivienda otorgados a hombres son ligeramente más altas a las tasas de créditos otorgados a mujeres (gráfica M). Entre 2016 y 2022 se identifican varios periodos en los que los créditos

otorgados a mujeres tienen mayores tasas y viceversa, por lo que no hay una tendencia definida sobre la diferencia en tasas por género en la modalidad.

**Gráfica M.** Tasas de interés por sexo asociada a las operaciones activas de crédito de vivienda, por tipo de vivienda, 2022

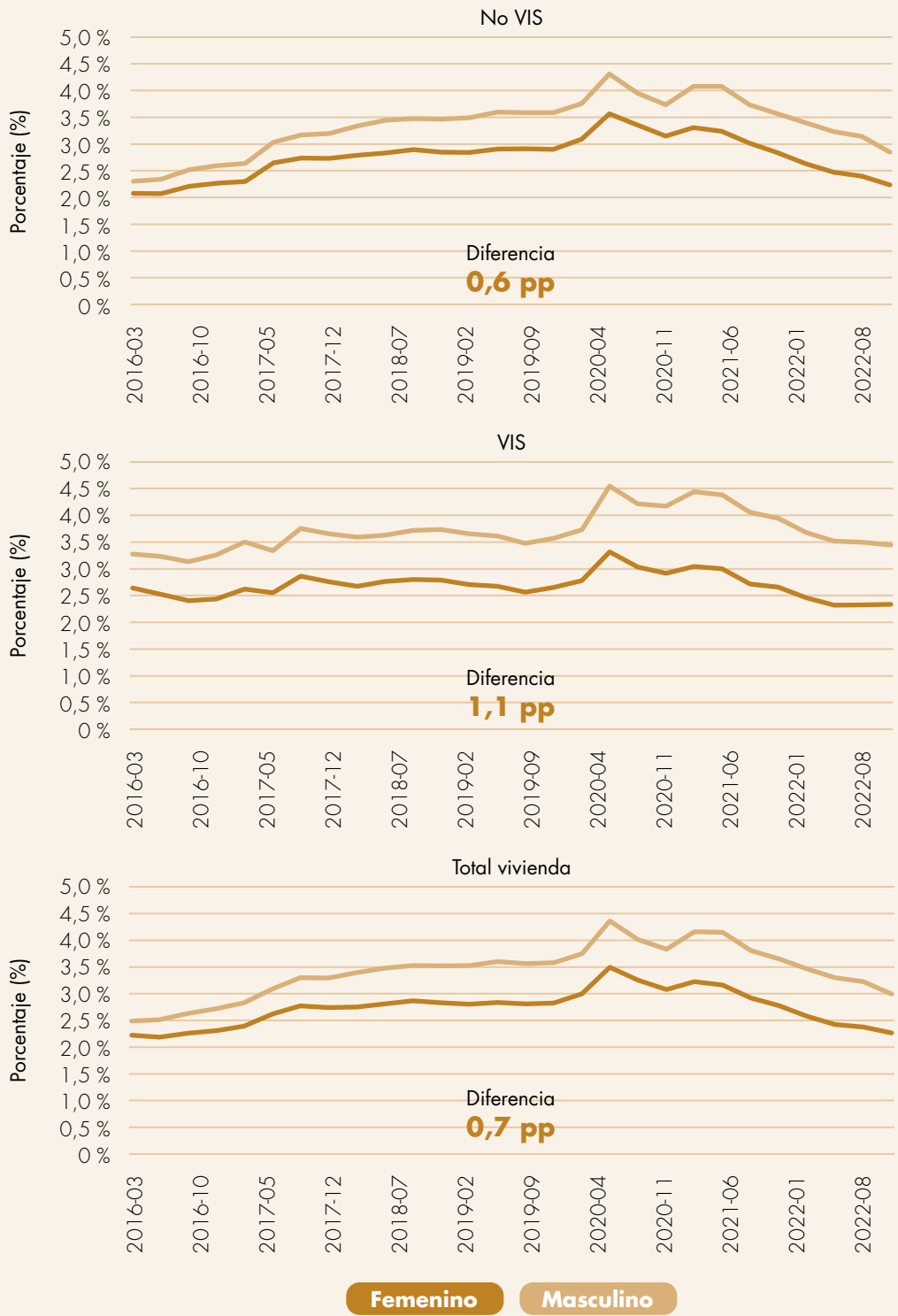


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

En cuanto a la calidad de la cartera de vivienda por sexo, sí se identifica un patrón en toda la muestra (2016 a 2022). En particular, la cartera es más sana cuando es otorgada a mujeres, tanto para VIS como para no VIS (gráfica N). El resultado es el mismo independientemente de si el indicador de calidad se calcula con base en la mora o el riesgo.

Si bien la cartera VIS presenta en promedio mayor siniestralidad que la cartera no VIS, a diciembre de 2022 la calidad es similar en el caso de las mujeres (**2,3 %** en no VIS y **2,2 %** en VIS), mientras que para los hombres la diferencia en calidad es más pronunciada (**2,8 %** en no VIS y **3,4 %** en VIS).

**Gráfica N.** Calidad de la cartera de vivienda por tipo de vivienda, cartera en mora, 2016-2022

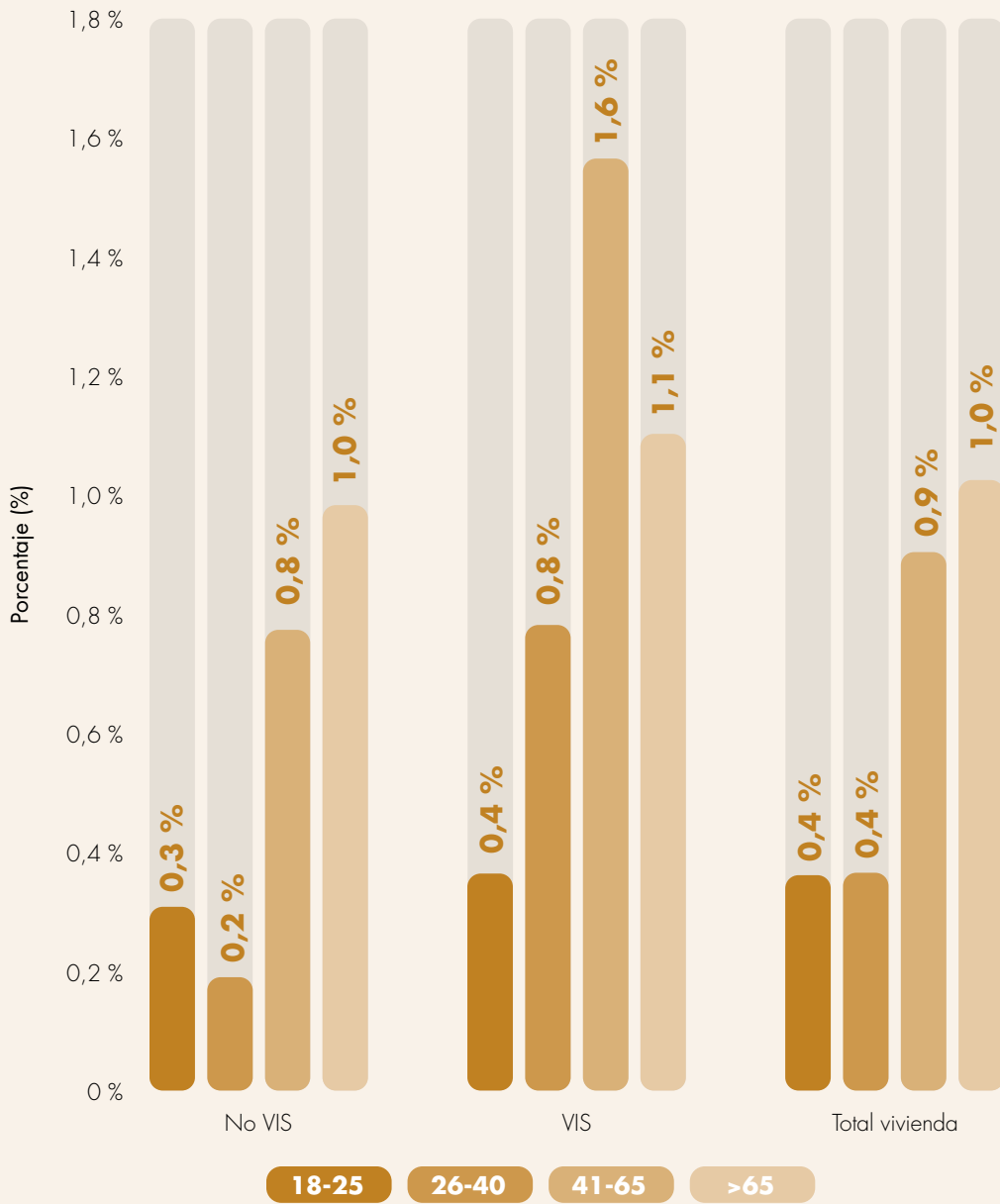


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

El menor riesgo promedio a los desembolsos otorgados a mujeres comparado con los desembolsos a hombres se observó en todos los rangos de edad, sobre todo en la población mayor a 40 años (gráfica O). Por

tanto, independientemente del tipo de vivienda, indicador de calidad usado o rango de edad del deudor, las mujeres presentan en promedio una cartera de vivienda más sana que la de los hombres.

**Gráfica O.** Diferencia en la calidad de la cartera de vivienda otorgada entre hombres y mujeres por tipo de vivienda y rango de edad, cartera en mora, diciembre 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y Registraduría.

## Reclamaciones presentadas por los consumidores financieros



El número de quejas presentadas permite reconocer el grado de satisfacción de los consumidores financieros que han usado sus productos. Adicionalmente, el porcentaje de quejas favorables o parcialmente favorables a los consumidores indica el tratamiento que las entidades vigiladas dan a los casos presentados, lo que ayuda a identificar patrones o conductas en la resolución de reclamaciones por género. Además, el indicador permite identificar productos que, por falta de claridad del vigilado o poco conocimiento del cliente, terminan no cumpliendo con las expectativas de los consumidores, generando un desgaste en las entidades vigiladas y el supervisor. En este ejercicio se determinaron las diferencias en el grado de satisfacción de los hombres y las mujeres, así como las variaciones observadas en el grado de favorabilidad de las quejas dependiendo del sexo del consumidor. El análisis se enfocó en los productos de crédito por modalidad.

La información de las reclamaciones corresponde a las cerradas en el segundo semestre de 2022 y proviene del sistema SmartSupervision, el cual agrupa las quejas interpuestas por los consumidores financieros ante las entidades vigiladas, el defensor del consumidor o la SFC. El número de adultos con productos financieros y de crédito por modalidad se calculó para el cierre de 2022 y proviene de TransUnion.

A continuación, se resumen los principales resultados del análisis por género:

**Satisfacción del producto:** Las mujeres presentan un grado de satisfacción menor al de los hombres en el uso de productos de crédito, medido por el número de quejas cerradas en el segundo semestre de 2022 por cada 100 consumidores con crédito. La diferencia con respecto al indicador de los hombres es reducida en los productos tarjetas de crédito, consumo, vivienda y microcrédito. Solo cuando el producto es cartera comercial se observó una mayor diferencia en el indicador de las mujeres con respecto a los hombres y mayores niveles de insatisfacción de ellas. El grado de satisfacción de los consumidores de créditos es mayor al presentado por los consumidores financieros de los establecimientos de crédito, teniendo en cuenta que se presentaron 2,2 quejas por cada 100 consumidores con productos activos de establecimientos de crédito, mientras que cuando el producto fue el crédito el indicador se redujo a 1,9.



**Favorabilidad en las quejas:** No se identificaron conductas o patrones por género en la favorabilidad de las reclamaciones resueltas por los establecimientos de crédito. En los productos tarjetas de crédito, consumo y vivienda son las mujeres quienes recibieron mayor proporción de respuestas favorables que los hombres. Caso opuesto ocurre con microcrédito y cartera comercial, modalidades en que el porcentaje de favorabilidad al consumidor es menor al del resto de la cartera.

## Grado de satisfacción del consumidor

El indicador utilizado para medir el grado de satisfacción del consumidor fue el número de quejas cerradas por cada 100 consumidores con el producto financiero activo<sup>16</sup>. Las diferencias en el grado de satisfacción entre hombres y mujeres utilizando este indicador son reducidas. Para el total de productos de los establecimientos de crédito, en el segundo semestre de 2022 se cerraron 2 quejas por cada

100 consumidores identificados como hombres con productos activos y 1,9 en el caso de mujeres, por lo que los hombres presentaron un indicador ligeramente superior a las mujeres (menor satisfacción). De las 629 409 quejas cerradas, en **44,4 %** el consumidor se identificó como hombre; **43,7 %**, como mujer; **0,3 %**, como no binario; **0,002 %**, como transgénero, y **11,7 %** no identificó su género.

**Gráfica P.** Número de quejas por cada 100 adultos con el producto financiero activo, segundo semestre 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC.

Cuando el análisis se realizó para los productos de crédito, se observó un mayor nivel de satisfacción que para el total de productos de los establecimientos de crédito (menor nivel del indicador). En el segundo semestre de 2022 se contabilizaron 1,7 quejas por cada 100 deudores, tanto para aquellos identificados como hombres como para mujeres. Ellas presentaron un indicador ligeramente superior, con una diferencia de  $-0,06$  con respecto a los hombres (gráfica P).

El **33,2 %** de las quejas cerradas en el segundo semestre de 2022 fueron asociadas con productos de crédito (261 013 quejas), de las cuales **55,3 %** estuvieron relacionadas con tarjetas de crédito; **21,3 %**, con créditos de consumo; **9,1 %**, con cartera

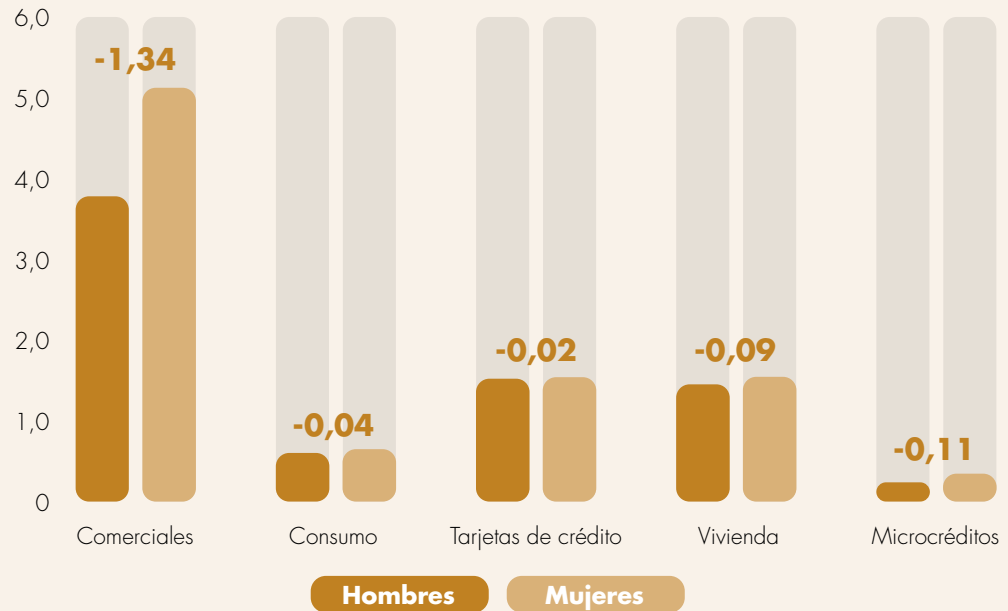
comercial; **8,4 %**, con cartera de vivienda, y **2,8 %**, con microcréditos<sup>17</sup>.

Al desagregar el indicador por modalidad de crédito, se observó que en todos los casos las mujeres presentaron un menor grado de satisfacción que los hombres, aunque con diferencias bastante reducidas (excepto en la modalidad comercial, gráfica Q). Por ejemplo, para tarjetas de crédito el indicador fue de 1,5 para hombres y mujeres, siendo la diferencia de tan solo  $-0,02$ . Se observó un mayor grado de satisfacción (indicador menor a 1) en las modalidades de consumo y especialmente en microcrédito. Solo en la cartera comercial se observaron un mayor nivel del indicador (insatisfacción) y una diferencia relevante entre hombres y mujeres.

16. Se tomaron las quejas asociadas a bancos, corporaciones financieras, compañías de financiamiento, cooperativas financieras e instituciones oficiales especiales.

17. Al referirnos en esta sección a crédito de consumo, no se están incluyendo tarjeta de crédito ni consumo bajo monto. El 3,0 % de las quejas asociadas a créditos son de productos de leasing y consumo bajo monto, a los cuales no se les calculó el indicador por no tener información de adultos por género con estos productos.

**Gráfica Q.** Número de quejas por cada 100 adultos con crédito vigente, por modalidad, segundo semestre 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC.

## Grado de favorabilidad en las quejas presentadas

De las quejas presentadas ante los establecimientos de crédito, el **56,5 %** fueron favorables o parcialmente favorables al consumidor financiero. Aun cuando el indicador de favorabilidad<sup>18</sup> es mayor para los hombres, la diferencia con respecto a las mujeres es de solo **0,3 %** (gráfica R).

Cuando solo se toman en cuenta las quejas asociadas a productos de crédito, se observó una mayor favorabilidad en las quejas presentadas por las mujeres (**56,2 %**) con respecto a las presentadas por hombres (**54,3 %**). Adicionalmente, el grado de favorabilidad al consumidor es menor en productos de crédito con respecto al total de productos de los establecimientos de crédito, especialmente para los hombres.

Al analizar el indicador de favorabilidad por modalidad de crédito, no se observa una

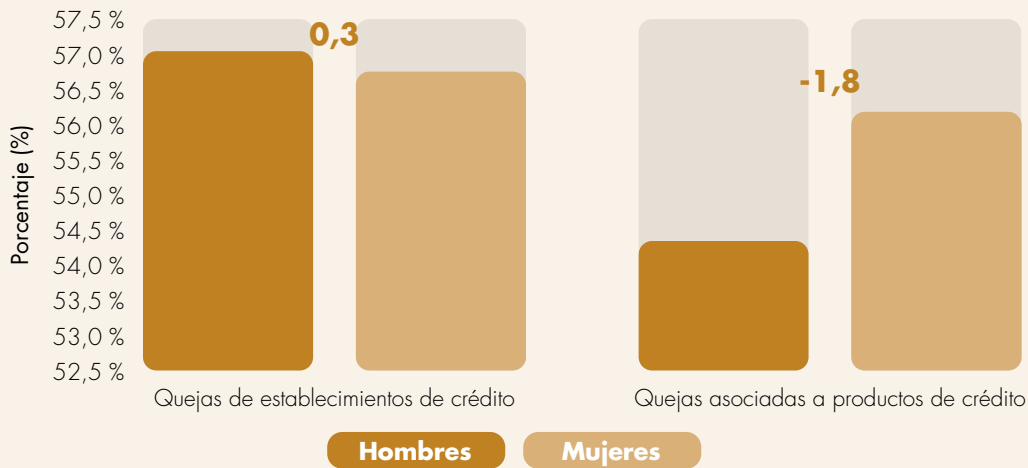
conducta o patrón en la favorabilidad de las quejas por género.

En los productos tarjetas de crédito, consumo y vivienda son las mujeres quienes recibieron mayor proporción de respuestas favorables que los hombres, con diferencias del indicador de favorabilidad entre géneros de **-2,5 %**, **-2,2 %** y **-2,8 %**, respectivamente. Los niveles de favorabilidad de estos productos, donde se agrupan la mayor cantidad de deudores, fluctúan entre el **53 %** y el **63 %** (gráfica S).

En las quejas asociadas a créditos comerciales, el grado de favorabilidad en las interconsultas por hombres y mujeres fue similar y cercano al **31 %**, nivel menor al de otras modalidades. Por tanto, en esta modalidad hay pocos deudores, se presentan más quejas por adulto con crédito y la favorabilidad al consumidor en las quejas es menor.

18. El indicador de favorabilidad se define como la proporción de quejas favorables o parcialmente favorables al consumidor financiero.

**Gráfica R.** Porcentaje de quejas cerradas con favorabilidad o favorabilidad parcial al consumidor financiero, segundo semestre 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC.

**Gráfica S.** Porcentaje de quejas cerradas con favorabilidad o favorabilidad parcial al consumidor financiero, por modalidad, segundo semestre 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC.

Con respecto las quejas que provienen de un microcrédito, se observó el menor nivel de favorabilidad al consumidor, cercano al **15 %**. En esta modalidad, son las quejas interpuestas por hombres las que presentaron un mayor índice de favorabilidad

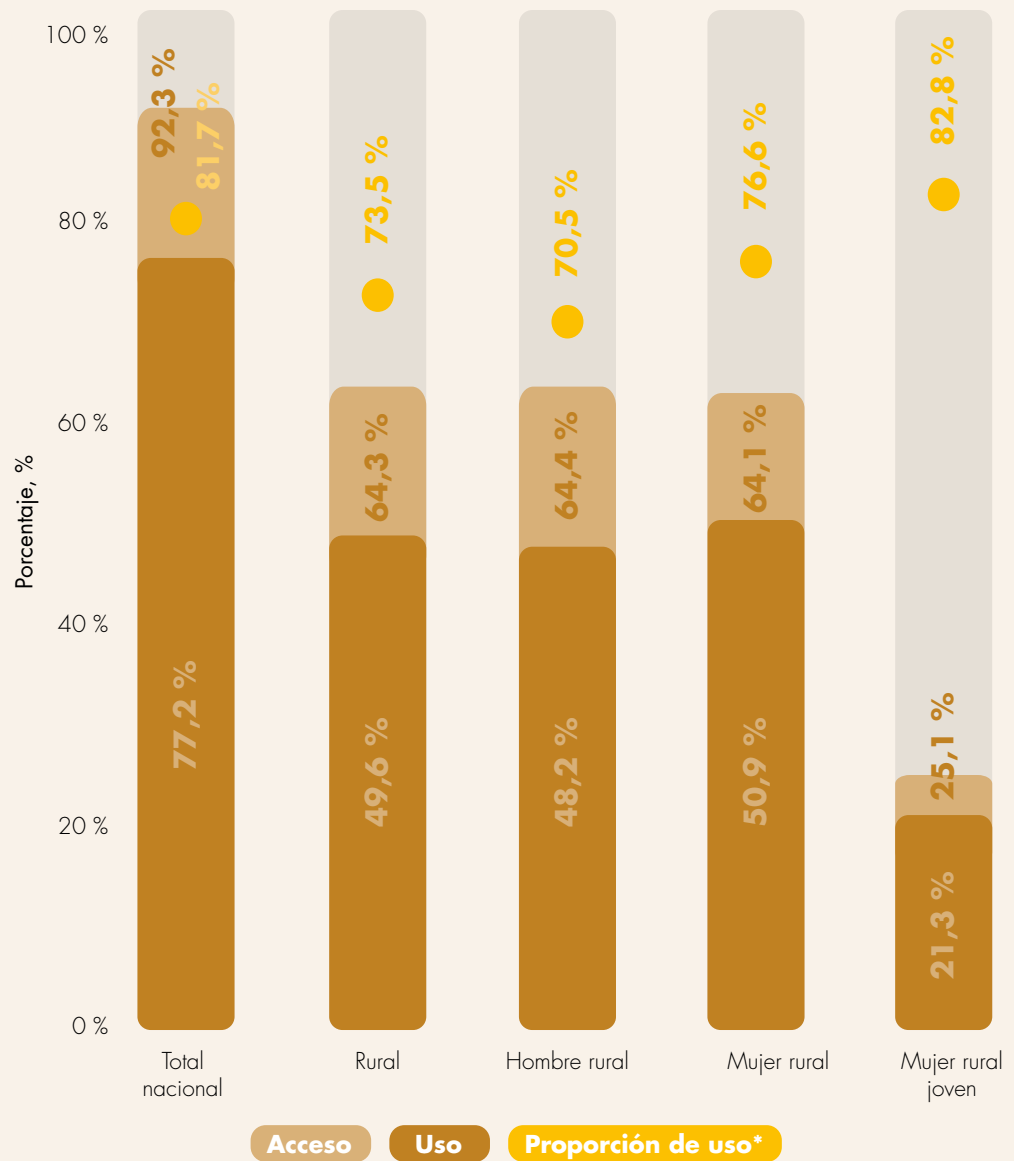
que las de mujeres, con una diferencia de **2,2 %** en el indicador de favorabilidad. Por tanto, aun cuando se presentó un mayor indicador de satisfacción (menor número de quejas por deudor), la favorabilidad al consumidor fue reducida.

**Recuadro 5.** Análisis de inclusión financiera de la mujer joven rural

A pesar de que el acceso a productos financieros a nivel nacional superó el **90 %** en 2022, aún se observan disparidades en la inclusión financiera entre

diversos segmentos de la población colombiana. Una de las mayores brechas de acceso se evidencia para la mujer joven rural.

**Gráfica A.** Acceso, uso y proporción de uso de productos financieros



\*La proporción de uso se calcula con el total de personas que usan los productos sobre el total de personas con acceso a estos.

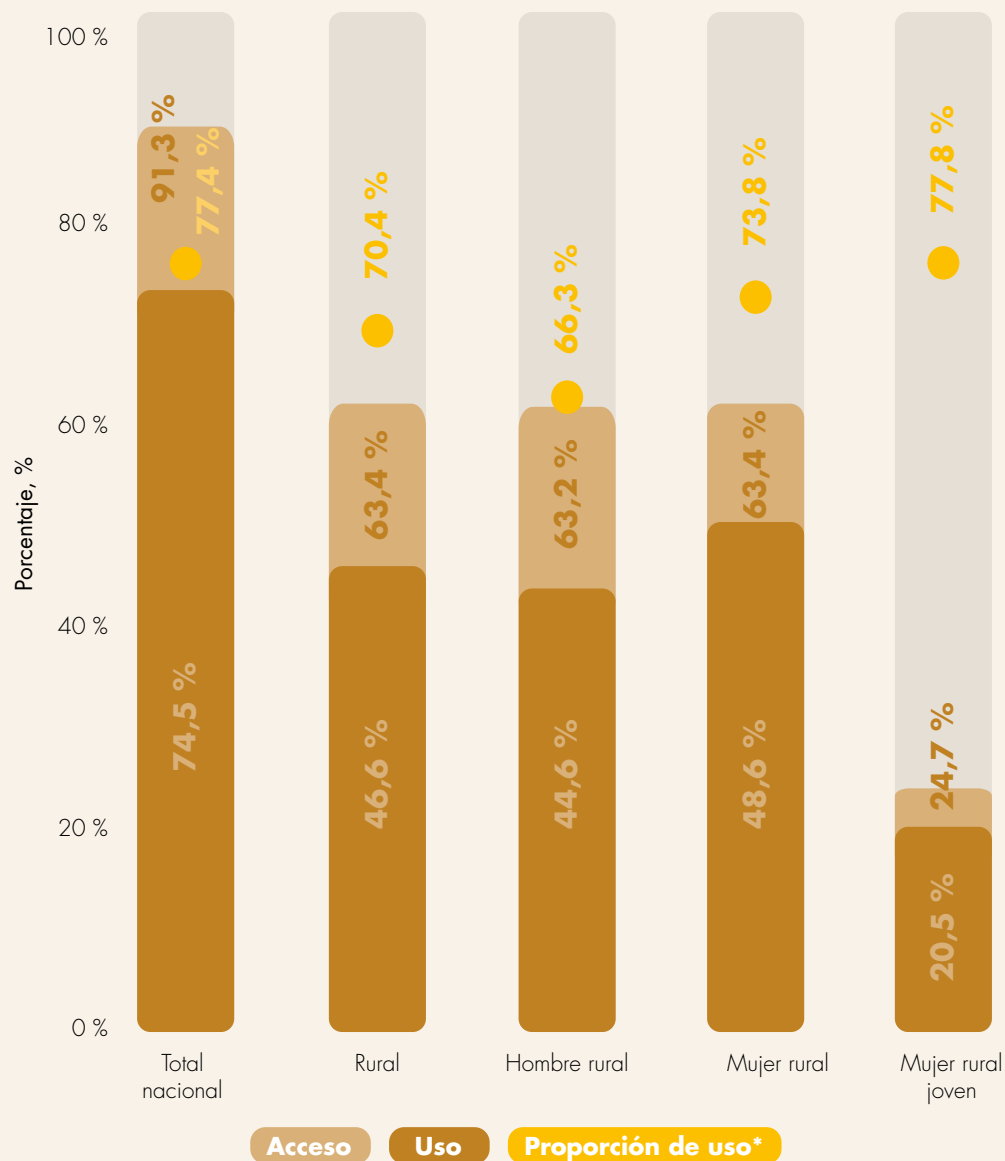
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.



En efecto, el acceso a productos financieros de la mujer joven rural se ubicó en un **25,1 %**, 67 pp por debajo del total nacional y 39 pp inferior a la población rural, tanto en general como en hombres y mujeres rurales (gráfica A). Por otra parte, cabe destacar que la proporción de uso, interpretada como el porcentaje de personas que dan

uso a los productos a los que ya tienen acceso, fue superior para la mujer joven rural, con un **82,8 %**, en contraste con el total nacional (**81,7 %**), el hombre rural (**70,5 %**) y la mujer rural (**76,6 %**). Esto indica que, en promedio, las mujeres rurales jóvenes utilizan en mayor medida los productos financieros a los cuales logran acceder.

**Gráfica B.** Acceso, uso y proporción de uso de depósitos



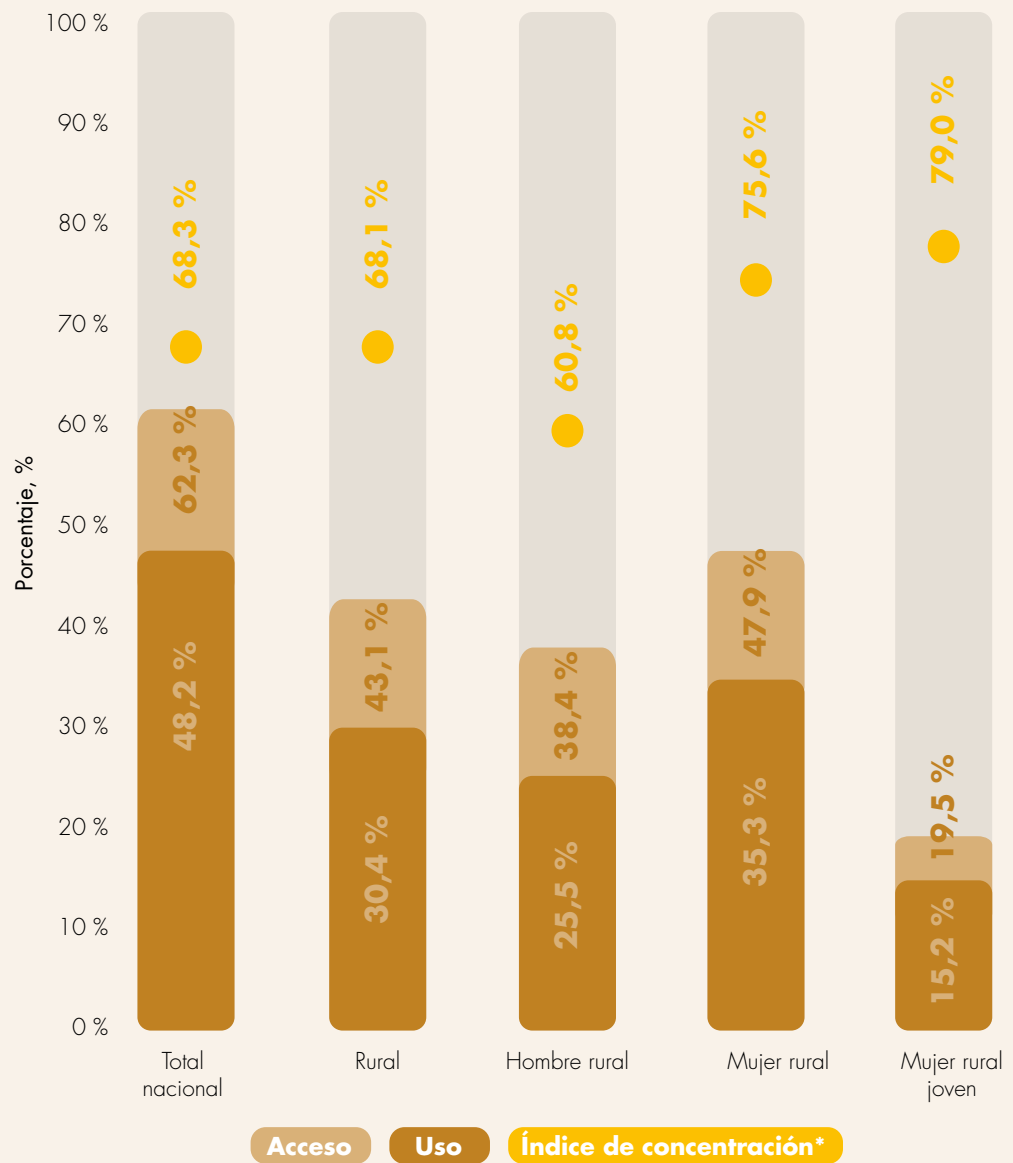
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

\*La proporción de uso se calcula con el total de personas que usan los productos sobre el total de personas con acceso a estos.

De manera similar, el acceso a depósitos por parte de la mujer joven rural se ubicó en un **24,7 %**, 66 pp por debajo del total nacional y 38 pp inferior a la población rural, tanto en general como en hombres y mujeres rurales (gráfica B). Además, se evidencia que la proporción de uso fue superior para

la mujer joven rural, con un **77,8 %**, en contraste con el total nacional (**77,4 %**), el hombre rural (**66,3 %**) y la mujer rural (**73,8 %**). Esto indica que, en promedio, las mujeres rurales jóvenes utilizan en mayor medida los depósitos a los cuales logran acceder.

**Gráfica C.** Acceso, uso e índice de concentración de depósitos de bajo monto



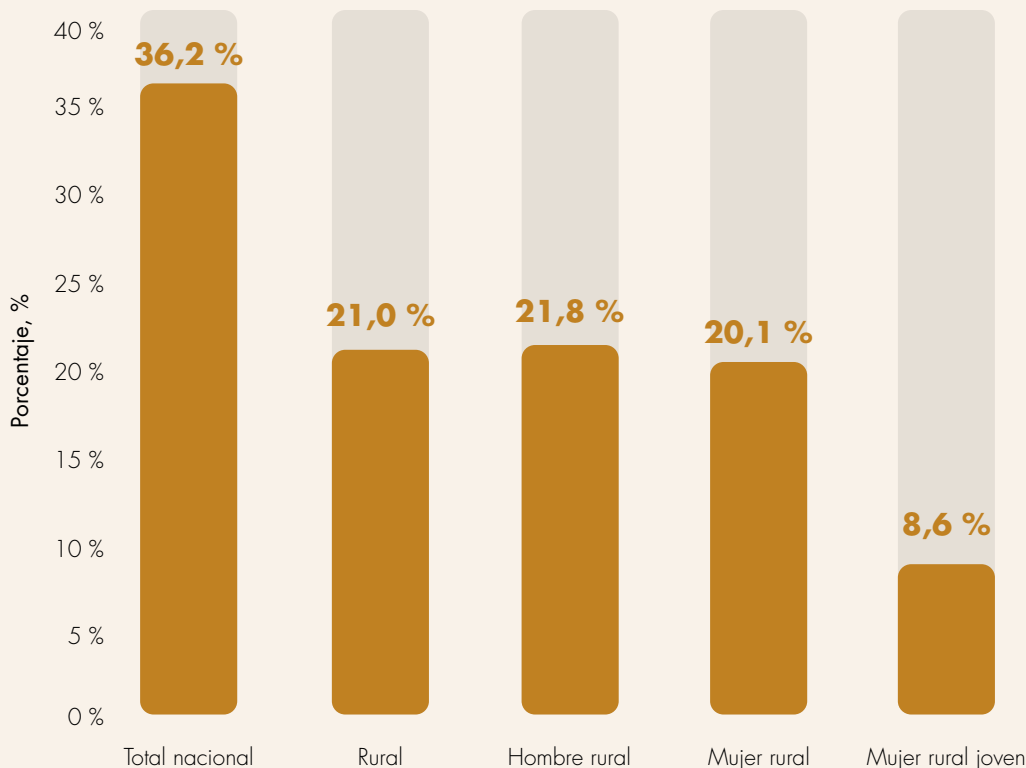
\*El índice de concentración de depósitos de bajo monto se calcula con el total de personas con esta clase de productos sobre el total de personas con depósitos.

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

En cuanto a depósitos de bajo monto, el acceso de la mujer joven rural se ubicó en un **19,5 %**, 42,8 pp por debajo del total nacional, 23,6 pp de la población rural, 18,9 pp de hombre rural y 28,4 pp de mujer rural. Esto demuestra una menor brecha de la mujer joven rural en el acceso a los depósitos de bajo monto frente a al acceso a productos financieros en general (gráfica C). Por otra parte, vale la pena señalar que las mujeres rurales poseen un mayor acceso a depósitos de bajo monto que los hombres rurales.

Ahora bien, al analizar el índice de concentración de los depósitos de bajo monto, es decir, dentro de las personas con acceso a depósitos de bajo monto, se puede evidenciar una mayor concentración para la mujer joven rural, con un **79 %**. Esto nos indica que, a la hora de acceder a depósitos, la mujer rural joven es la que más prefiere hacerlo mediante depósitos de bajo monto, frente al total nacional y la población rural, tanto en general como en hombres y mujeres rurales. De esta manera se evidencia que los depósitos de bajo monto cuentan con una mayor penetración en la población de mujeres jóvenes rurales.

**Gráfica D.** Acceso a productos de crédito



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y DANE.

Finalmente, el acceso al crédito por parte de la mujer joven rural se ubicó en un **8,6 %**, 27,6 pp por debajo del total nacional, 12,4 pp

por debajo de la población rural, 13,2 pp de hombre rural y 11,5 pp de mujer rural (gráfica D).



# Análisis de acceso a crédito de *personas jurídicas*



**Recuadro 1.** El tejido empresarial en el país  
Página 150

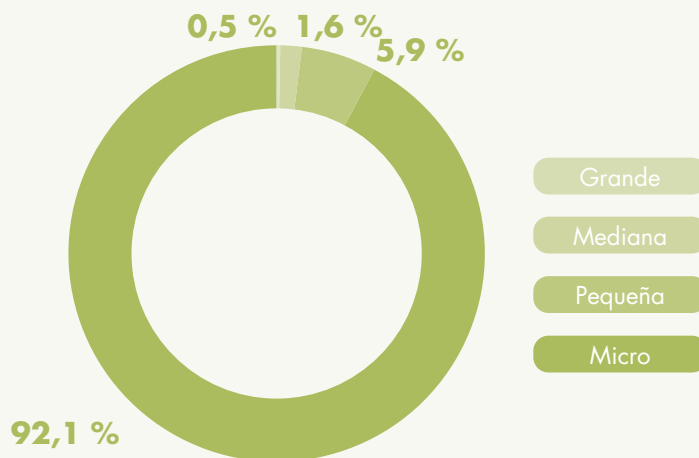
### Recuadro 1. El tejido empresarial en el país

En 2022, cerca de 1,7 millones de empresas registradas en alguna de las 57 cámaras de comercio del país renovaron su registro en ese año.

1. De acuerdo con la Ley 905 de 2004, que define el tamaño de las empresas en Colombia usando el enfoque de activos, una microempresa es una firma que posee activos por al menos 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV), la pequeña tiene activos entre 500 y 5000 SMMLV, la mediana empresa tiene 5000 y 30 000 SMMLV y la empresa grande tiene más de 30 000 SMMLV en activos. La aplicación de esta definición se hace debido a que el registro administrativo de la información de las ventas de las empresas es aún incipiente, con posibles errores de medida, y todavía se encuentra en calibración, siguiendo la nueva reglamentación del Decreto 957 de 2019.

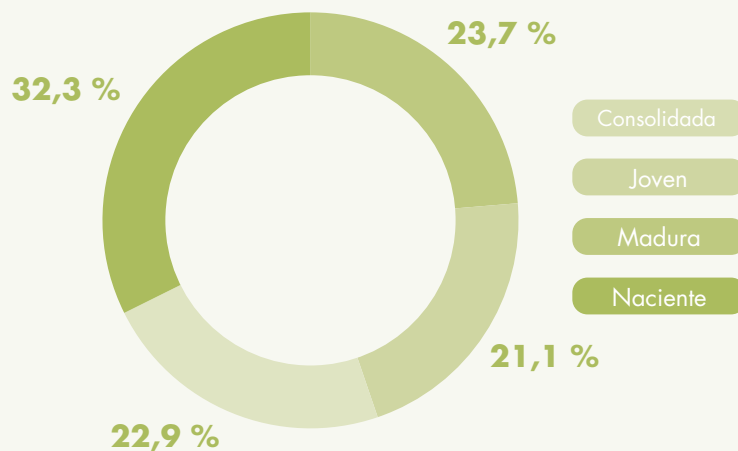
2. La clasificación por antigüedad empresarial se plantea de la siguiente manera: las empresas nacientes llevan de funcionamiento entre 0 y 2 años, las empresas jóvenes llevan de funcionamiento entre 2 y 5 años, las empresas maduras llevan entre 5 y 10 años de funcionamiento, y las empresas consolidadas llevan más de 10 años de funcionamiento.

**Gráfica A.** Porcentaje de empresas con registro activo en cámara de comercio por tamaño empresarial<sup>1</sup>



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), con datos de TransUnion y del Registro Único Empresarial y Social (RUES).

**Gráfica B.** Porcentaje de empresas con registro activo en cámara de comercio por antigüedad<sup>2</sup>



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y del Registro Único Empresarial y Social (RUES).



Por tamaño empresarial, el **92,1 %** de las firmas son microempresas, consolidándose como las unidades productivas más importantes de este grupo de compañías. Seguidamente, el **5,9 %** de las empresas son pequeñas, y **1,6 %** y **0,5 %** son medianas y grandes, respectivamente.

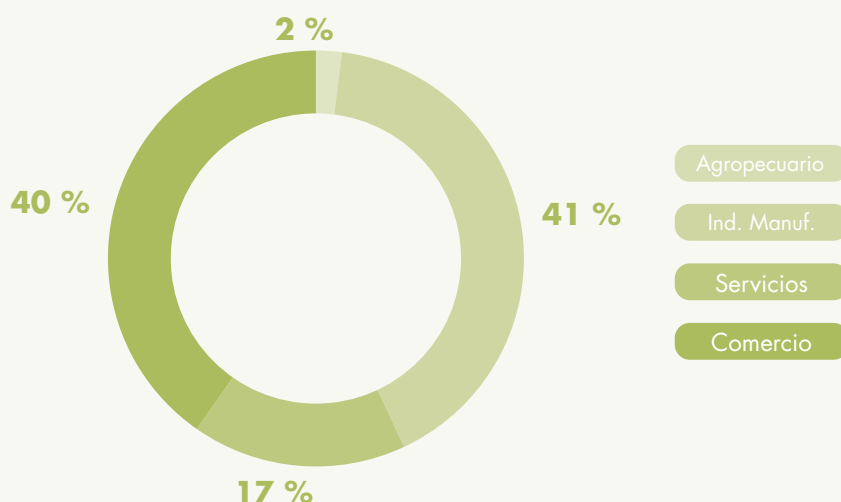


En cuanto a la antigüedad de las empresas con registro activo de cámara de comercio, las empresas con menos de dos años de antigüedad representan el **32,3 %** del tejido empresarial, y las jóvenes, esto es, que tienen entre 2 y 5 años, **22,9 %**. Las firmas consideradas como maduras y consolidadas son el **21,1 %** y el **22,9 %**, en cada caso.



Por el lado del sector en el que se encuentran estas empresas, el **41 %** está en el de industrias manufactureras, y el **40 %**, en comercio. Por su parte, el **17 %** de este tipo de empresas se encuentra en el de servicios, y solo el **2 %** son del sector agropecuario.

**Gráfica C.** Porcentaje de empresas con registro activo en cámara de comercio por sector económico



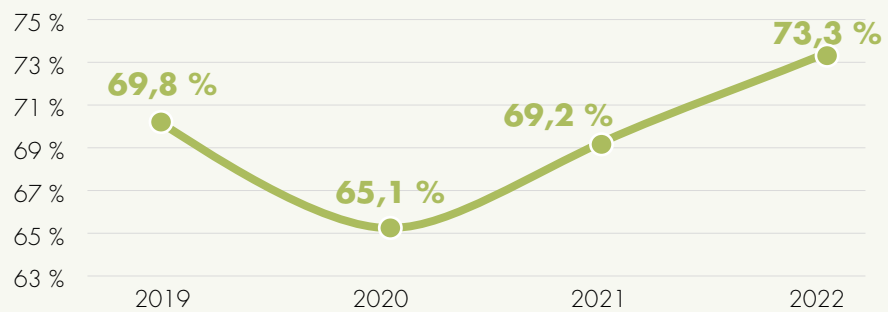
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de TransUnion y del Registro Único Empresarial y Social (RUES).



El acceso a productos financieros de empresas constituidas como personas jurídicas ha venido recuperándose desde el 2020 a niveles superiores a los encontrados antes de la pandemia. En efecto, el indicador de acceso a productos financieros para personas jurídicas, el cual mide el

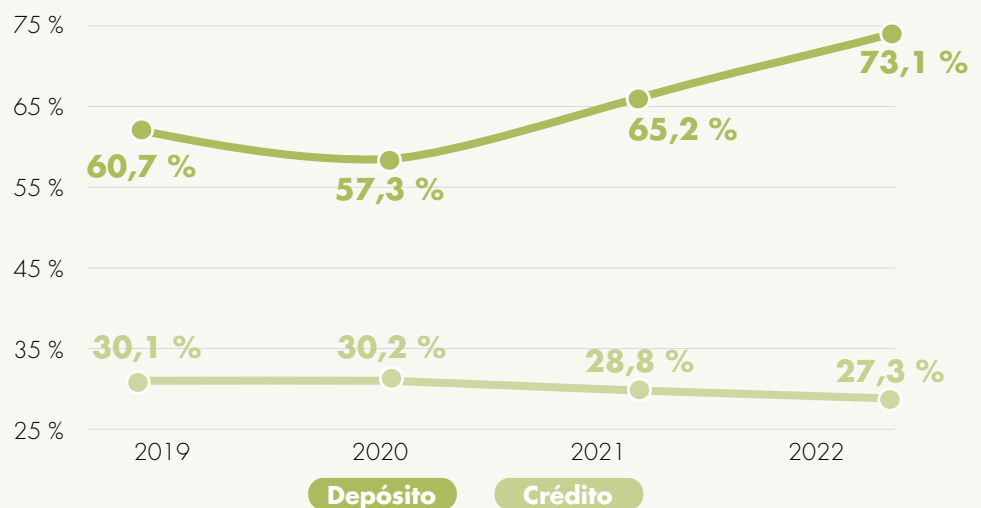
porcentaje de empresas con registro activo en cámara de comercio con al menos un producto financiero, fue de **69,8 %** en 2019 y disminuyó a **65,1 %** el siguiente año (gráfica A). Sin embargo, este indicador se situó en **69,2 %** a diciembre de 2021, creciendo **4,1 pp** en el último año.

**Gráfica A.** Indicador de acceso a productos financieros para empresas registradas como personas jurídicas 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del RUES y TransUnion.

**Gráfica B.** Indicador de acceso a productos de depósito y crédito para empresas registradas como personas jurídicas 2019-2022



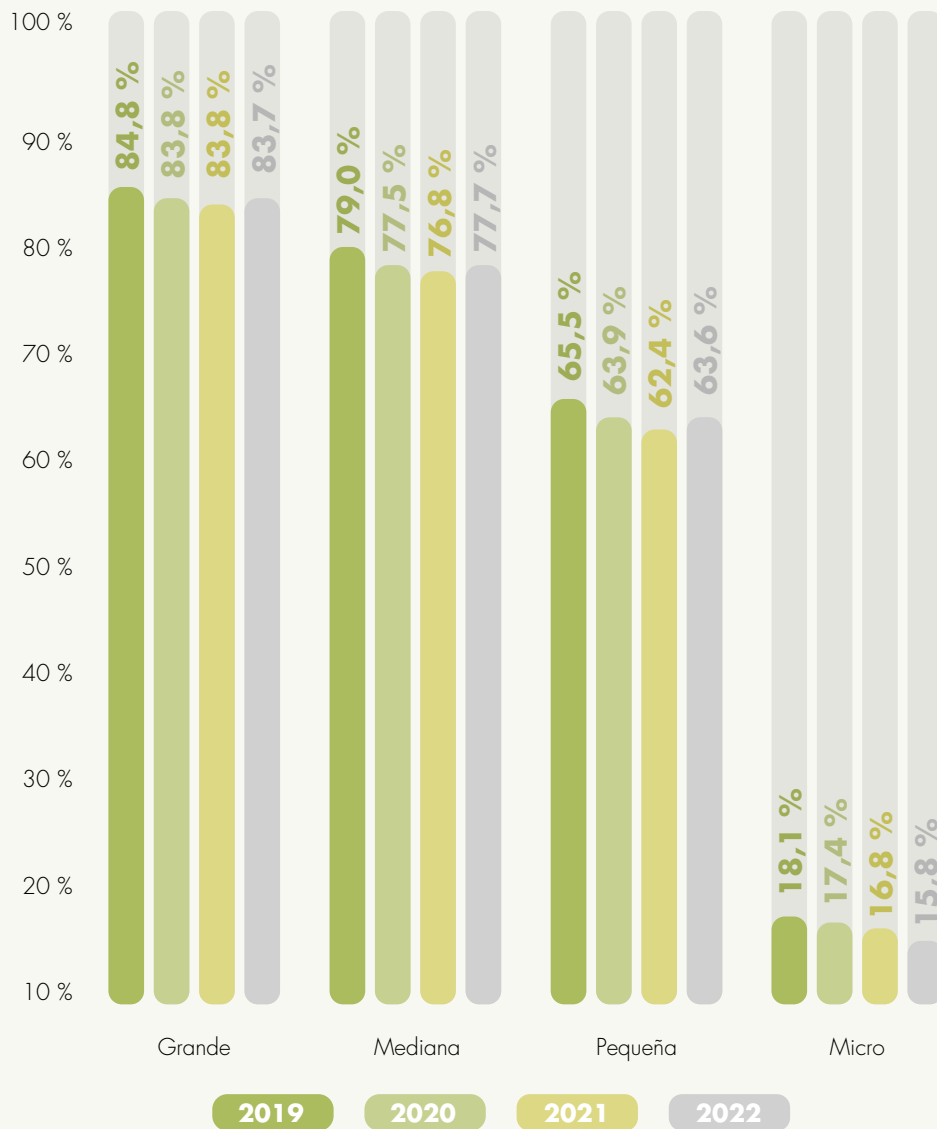
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del RUES y TransUnion.



El acceso a depósitos y crédito de las personas jurídicas con registro activo en cámaras de comercio se ha comportado de manera opuesta. Más específicamente, mientras

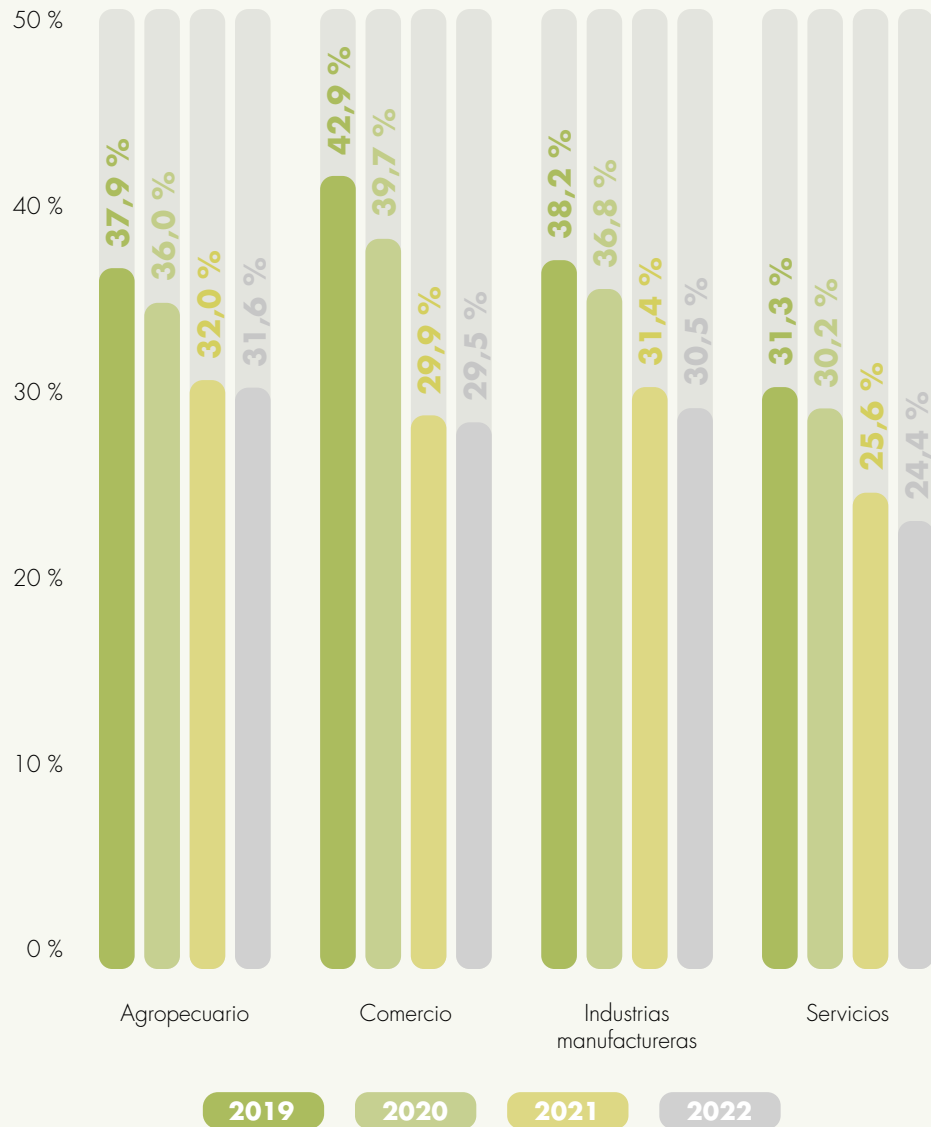
que el porcentaje de empresas jurídicas con depósitos pasó de **60,7 %** a **73,1 %** entre 2019 y 2022, el de crédito se ha reducido paulatinamente (gráfica B).

**Gráfica C.** Indicador de acceso a productos de crédito para personas jurídicas por tamaño empresarial 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del RUES y TransUnion.

**Gráfica D.** Indicador de acceso a productos de crédito para personas jurídicas por sector económico 2019-2022

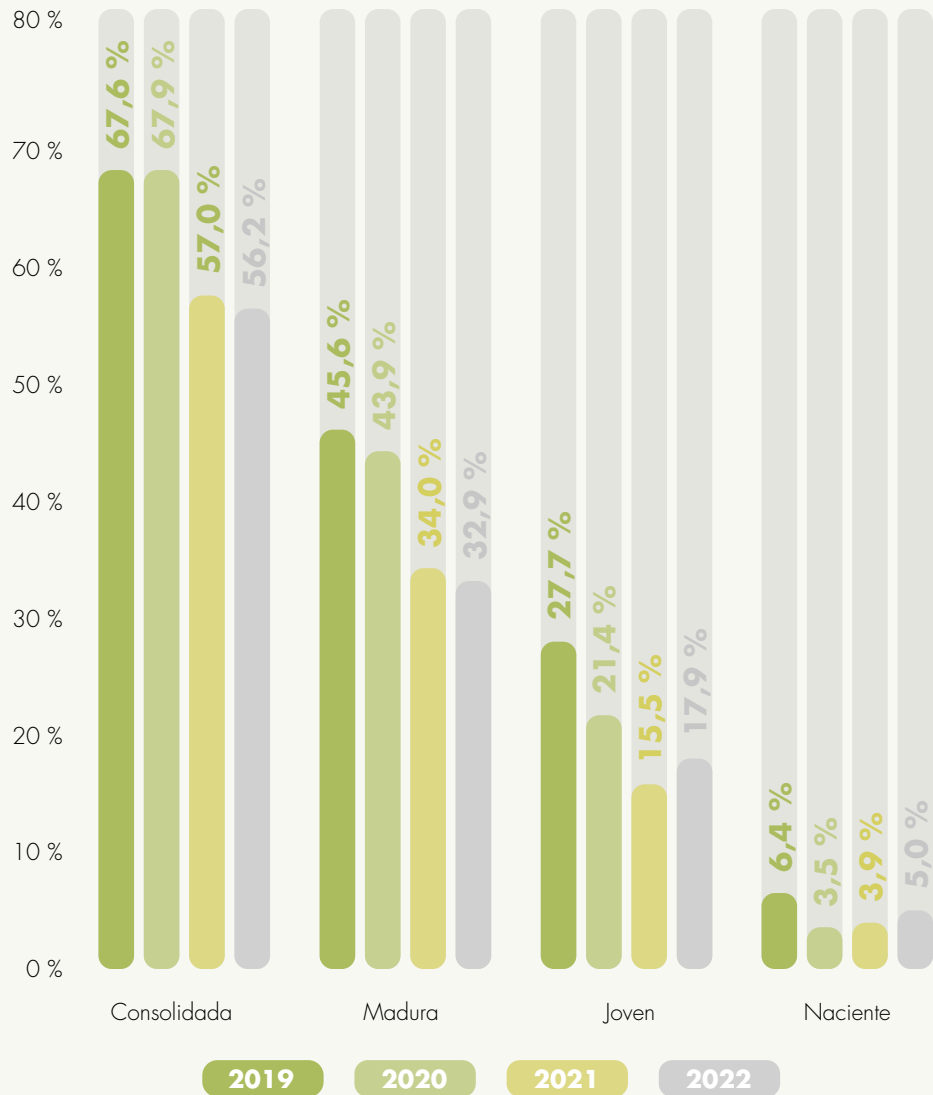


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del RUES y TransUnion.

De esta forma, un poco menos de una de cada tres personas jurídicas accede a crédito, con lo que el rezago de este indicador es alto en comparación con el promedio empresarial en el país. Por ejemplo, solo **18,1 %** de las microempresas con personería jurídica accedieron a crédito en 2019,

disminuyendo **230 pb** a 2022 (gráfica C). En comparación, al menos dos terceras partes de las pequeñas compañías con personería jurídica tienen acceso a crédito desde 2019. Así se resalta la brecha existente entre las empresas de mayor tamaño y las más pequeñas.

**Gráfica E.** Indicador de acceso a productos de crédito para personas jurídicas por antigüedad 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC con datos del RUES y TransUnion.

En términos de sectores, las empresas de servicios con personería jurídica cuentan con los menores niveles de acceso a crédito en el país, seguidas por las de comercio, las de industria manufacturera y las agropecuarias (gráfica D). Por otra parte, cuando se analiza el porcentaje de empresas que acceden a

crédito por antigüedad, aquellas con menos de dos años de antigüedad (nacientes) y las que tienen entre dos y cinco (jóvenes) tienen indicadores inferiores al promedio de persona jurídica en 2022 (gráfica E). El porcentaje de este tipo de firmas que acceden a crédito ha venido decreciendo desde 2019.



# Cobertura

- **Principales resultados**  
Página 158
- **Oficinas**  
Página 160
- **Corresponsales**  
Página 163
- **Datáfonos**  
Página 167
- **Cajeros automáticos**  
Página 168
- **Presencia total de puntos de contacto físicos**  
Página 169
- **Municipios vulnerables**  
Página 170



## 6.1. Principales resultados

En 2022 se reportaron **6956** oficinas con presencia en **869** municipios (**78,7 %** de los municipios), continuando con el decrecimiento en el número de oficinas observado en los últimos años. Fue en las principales ciudades del país donde se observó una mayor reducción en este aspecto a pesar de mantener una presencia en el **86,5 %** de las ciudades y municipios intermedios. En la ruralidad, donde se ubican **171** de los **235** municipios sin oficinas, también hubo una disminución. Hay oficinas en el **77,5 %** en municipios rurales y en **66,3 %** de los rurales dispersos, donde se destaca la presencia de cooperativas de ahorro y crédito (CAC), ONG microcrediticias y banco público.

El canal de corresponsales sigue consolidándose como un punto de contacto en expansión, con cobertura de puntos físicos activos en todos los municipios del país. En 2022 el crecimiento estuvo impulsado por la expansión en los corresponsales propios (**56,4 %**), los cuales son empleados por **17** entidades y representan **10,5 %** del total de transacciones. Por su parte, los recientemente creados corresponsales móviles y digitales aún representan una fracción pequeña del total de corresponsales (**3195** móviles y **644** digitales) y operaciones, a pesar del crecimiento acelerado que se presentó en 2022.

Se mantiene la cobertura de corresponsales activos en el **100 %** de los municipios del país. El **58,6 %** de los corresponsales registró actividad en los últimos tres meses, porcentaje que fue mayor para los propios en municipios rurales que para los tercerizados en general. En 2022 los corresponsales activos se expandieron en el **83,7 %** de los municipios del país, porcentaje que fue similar para todos los niveles de ruralidad.

Al cierre de 2022 se reportaron **1 593 179** puntos de contacto físicos<sup>1</sup>, **19,2 %** más que en 2021. La expansión en corresponsales y datáfonos ha impulsado la dinámica de los puntos de contacto físico. Entretanto, canales que requieren infraestructuras más complejas, como oficinas y cajeros, redujeron su número durante 2022.

En los últimos cinco años se ha reducido significativamente el número de municipios con cobertura vulnerable y de municipios vulnerables críticos. Un municipio tiene cobertura estable cuando tiene una o más oficinas o cuando tiene presencia de más de dos corresponsales activos propios; así, el resto de municipios se consideran vulnerables. Ahora bien, son vulnerables críticos cuando solo tienen corresponsales inactivos o activos tercerizados.

1. Los puntos de contacto son: corresponsales, oficinas y datáfonos.

Bajo estas definiciones, al cierre de 2022 se identificaron 66 municipios con cobertura vulnerable (6 % de los municipios), de los cuales 16 son críticos. Así mismo, se observó una concentración de vulnerabilidad en zonas rurales de los departamentos de Chocó (14), Bolívar (6), Boyacá (8), Magdalena (6) y Santander (8). En 2018 se registraron 127 municipios vulnerables, de los cuales 29 eran críticos. La reducción en el número de municipios vulnerables estuvo impulsada por la expansión en los corresponsales activos en todos los niveles de ruralidad.

## 6.2. Oficinas

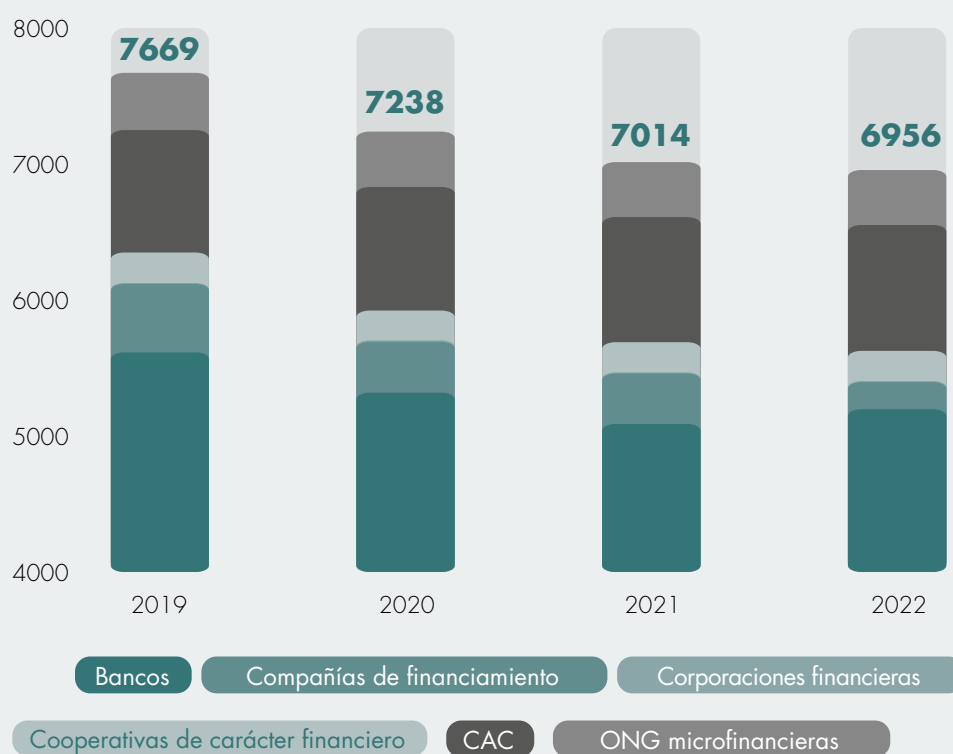
Al cierre de 2022 se mantuvo la tendencia decreciente en el número de oficinas de los últimos años. Se registraron **6956** oficinas a diciembre de 2022, número levemente inferior al reportado en 2021, de **7014** (gráfica 1). El decrecimiento anual de **0,8 %** en el número de oficinas es consistente con el mayor uso de canales digitales y menor al presentado en años anteriores.

La mayoría de oficinas se localiza en ciudades y aglomeraciones. El **69,1 %** de las oficinas se localiza en ciudades y aglomeraciones; **18,7 %**, en municipios interme-

dios, y el **12,1 %**, en municipios rurales o rurales dispersos.

En el último año, el número de oficinas en la ruralidad se redujo al pasar de 586 en 2021 a **573** en 2022 en municipios rurales, y de **283** en 2021 a **271** en municipios rurales dispersos. Esta tendencia decreciente también se observó en ciudades y aglomeraciones, donde el número de oficinas pasó de **4880** a **4808** en el mismo lapso. Por otro lado, ha sido en los municipios intermedios donde se ha observado un crecimiento en oficinas en 2022, al pasar de **1265** a **1304**.

**Gráfica 1.** Número de oficinas por tipo de entidad 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), con base en Formato 322 de la SFC e información reportada por cooperativas financiera vigiladas por la SES y ONG microfinancieras.

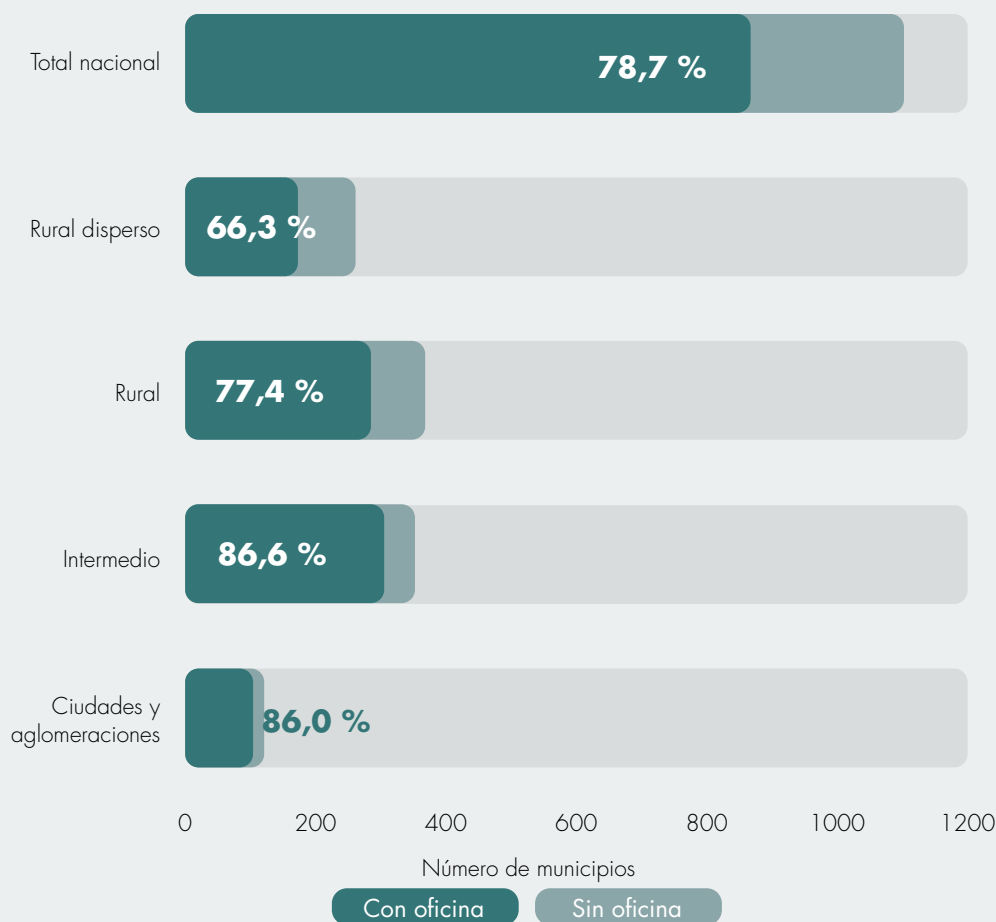


Por tipo de entidad, los establecimientos bancarios presentan mayor número de oficinas, la mayoría de las cuales están localizadas en zonas no rurales. Por su parte, las CAC vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria (SES) y las ONG microcrediticias, proporcionalmente, tienen mayor presencia de oficinas en la ruralidad. De las **5197** oficinas de bancos comerciales en 2022, **11** de los **29** bancos han establecido **571** en zonas rurales (**11 %**), de las cuales **419** corresponden a oficinas en municipios rurales de la banca pública, que concentró el **73,4 %** de las oficinas rurales de los bancos comerciales. Se destacan por su presencia en municipios rurales las CAC vigiladas por la SES con 167 oficinas (**18 %** del total en

este tipo de entidades), las ONG microcrediticias, con **56** en municipios rurales (**13,8 %** del total) y una compañía de financiamiento, con **34** oficinas en municipios rurales.

La gran mayoría de municipios en Colombia cuenta con la presencia de al menos una oficina, aun cuando en 2022 cuatro municipios dejaron de tener y dos empezaron a tener una. En **869** municipios se dispone al menos de una oficina (**78,7 %** de los municipios), por lo que **235** no cuentan con una, **171** de los cuales son rurales (gráfica 2). En el **86,5 %** de las ciudades y municipios intermedios hay oficinas, porcentaje que se reduce a **77,4 %** en municipios rurales y a **66,3 %** en rurales dispersos.

**Gráfica 2.** Número de municipios con oficinas y participación de municipios con oficina, por nivel de ruralidad 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 322 de la SFC e información reportada por cooperativas financiera vigiladas por la SES y ONG microfinancieras.

Durante 2022, cuatro municipios dejaron de tener oficinas: Santa Rosa (Bolívar), Gachancipá (Cundinamarca), Hatonuevo (La Guajira) y Ambalema (Tolima). Por su parte, en dos municipios se abrió por primera vez una oficina: Tibasosa (Boyacá) y Palmas del Socorro (Santander). En **51** municipios aumentó el número de oficinas, en **42** se redujo, y en **772** se mantuvo igual. Fue en las principales ciudades del país donde se observó una mayor reducción en el número de oficinas, con el cierre de **24** en Bogotá, **18** en Medellín y **12** en Cali.

Al calcular la densidad de la cobertura de oficinas frente a la población adulta para 2022, hay **1,85** oficinas por cada 10 000 adultos para el promedio nacional, cifra marginalmente menor a la observada en 2021, de **1,89**. Por tipo de entidad, se observa una leve disminución, excepto en los bancos (gráfica 3), quienes son el tipo de entidad que más contribuye al indicador.

**Gráfica 3.** Número de oficinas por cada 10 000 adultos, por tipo de entidad, 2021-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 322 de la SFC e información reportada por cooperativas financiera vigiladas por la SES y ONG microfinancieras.

## 6.3. Corresponsales

El canal de corresponsales sigue consolidándose como un punto de contacto en expansión con cobertura de puntos físicos activos en todos los municipios del país<sup>2</sup>. En 2022, se reportaron **477 540** corresponsales, de los cuales **3195** son móviles, y **644** digitales, lo que representó un crecimiento de **21,3 %** con respecto a 2021 (tabla 1)<sup>3</sup>. Se destaca el alto crecimiento de los corresponsales móviles, cuyo número se multiplicó más de 10 veces, así como de los digitales, que se triplicaron.

Lo anterior muestra la adopción progresiva de las entidades de los dos nuevos modelos de corresponsalía creados en 2020. Sin embargo, la participación de los corresponsales

móviles y digitales en el mercado es aún incipiente:

Cuatro entidades vigiladas hacen uso del modelo móvil, y cinco, del digital, representando conjuntamente el **0,8 %** del número total de corresponsales, **1,4 %** del número de operaciones del canal y **0,4 %** del monto de las operaciones del canal.

**Tabla 1.** Número de corresponsales por tipo de entidad y tipo de corresponsal: total nacional 2022

	Físicos	Móviles	Digitales	Propios	Tercerizados	Total
Establecimientos bancarios	316 163	3 185	635	41 603	278 380	319 983
Compañías de financiamiento	9771			1018	8753	9771
Cooperativas financieras	29 214	9		149	29 074	29 223
Sedpe	118 204	1	9	7 299	110 915	118 214
CAC vigiladas SES	349					349
<b>Total</b>	<b>473 701</b>	<b>3195</b>	<b>644</b>	<b>50 069</b>	<b>427 122</b>	<b>477 540</b>

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 534 de la SFC e información reportada por cooperativas financiera vigiladas por la SES.

2. Se considera que un corresponsal está activo cuando ha registrado al menos una operación en los últimos tres meses.

3. Incluye 349 corresponsales reportados por entidades vigiladas por la SES. Las ONG no cuentan con el canal. No se reportaron cifras desagregadas por actividad o tipo de corresponsal para entidades vigiladas por la SES, por lo que el análisis realizado en los siguientes párrafos se limita a los corresponsales de entidades vigiladas por la SFC (99,9 % del total).

A diferencia de años anteriores, durante 2022 el crecimiento en corresponsales estuvo impulsado por la expansión en el número de corresponsales propios. El **10,5 %** de los corresponsales son propios y presentaron un crecimiento anual de **56,4 %** en el último año, fortaleciendo este tipo de modelo, que ha sido adoptado por **17** entidades vigiladas por la SFC y en el que se suele ofrecer un mayor número de operaciones al consumidor<sup>4</sup>. Por otro lado, **89,5 %** de los corresponsales son tercerizados y tuvieron un crecimiento en el último año de **18,1 %**. Ahora bien, cabe anotar que, teniendo en cuenta la forma en que las entidades reportan sus corresponsales, un mismo punto físico tercerizado podría contabilizarse más de una vez, sobreestimando el reporte agregado de corresponsales<sup>5</sup>.

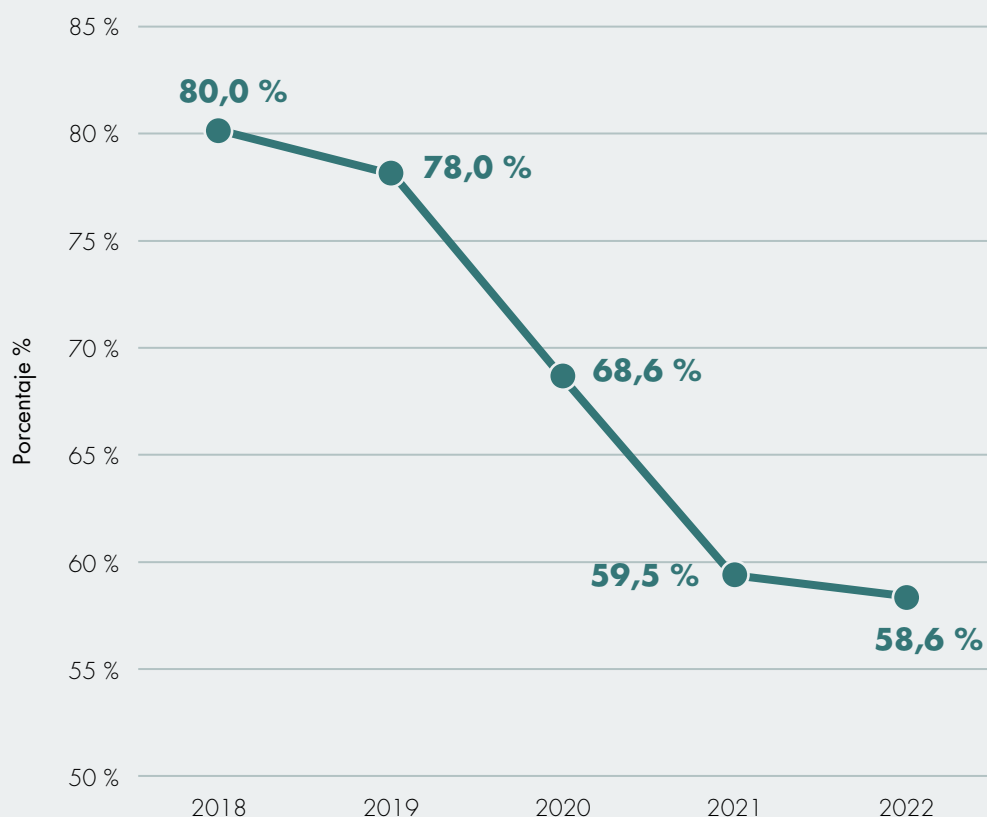
aun cuando una porción relevante de estos no reportó transaccionalidad en los últimos tres meses. El **58,6 %** de los corresponsales registró actividad en los últimos tres meses, con un mayor nivel de actividad en los digitales (**80,7 %**), mientras que el de los móviles fue menor (**51,6 %**). De hecho, el nivel de actividad ha decrecido en los últimos años, especialmente en los años 2020 y 2021, cuando los puntos presenciales se vieron afectados por las restricciones en circulación asociadas a la pandemia (gráfica 4). Sin embargo, la transaccionalidad reciente muestra una mayor diversificación por tipo de transacción a la registrada hace cinco años: en 2018, **56 %** de las transacciones por este canal fueron pagos, y **22,5 %**, retiros, mientras que para 2022 estas participaciones pasaron a **39,2 %** y **34,4 %**, respectivamente, dando espacio a los depósitos (**25,5 %** de las transacciones).

4. Los corresponsales propios usan los sistemas de transmisión de datos propios de la entidad contratante, mientras que los tercerizados hacen uso de un sistema de transmisión de datos contratado por la entidad con un tercero, normalmente mediante una red dispuesta por un establecimiento comercial. Vale la pena aclarar que esta desagregación está disponible solamente para las entidades vigiladas por la SFC.

Todos los municipios del país contaron con corresponsales activos a diciembre de 2022,

5. Al respecto, algunos análisis a partir de una muestra de agregadores de corresponsales han ubicado la proporción de corresponsales tercerizados únicos cercana al 36 % del total y señalan que es un fenómeno más frecuente en las zonas urbanas. Ver, por ejemplo, Marulanda Consultores. (2020). *Country Analysis on CI/CO Networks: Colombia*. CGAP.

**Gráfica 4.** Evolución de la participación de corresponsales activos 2018-2022



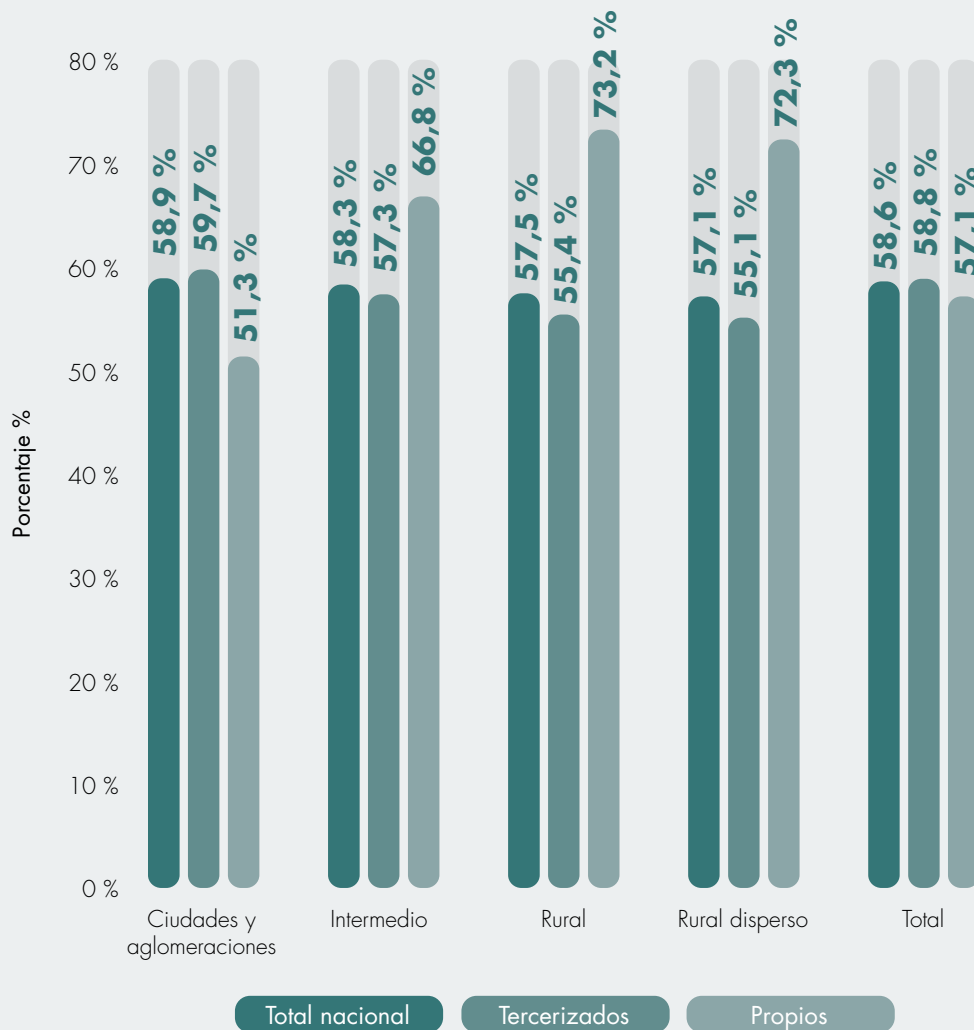
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 534 de la SFC.

En cuanto a ruralidad, el nivel de actividad es similar en ciudades (58,9 %), intermedios (58,3 %), rurales (57,5 %) y rurales dispersos (57,1 %). Sin embargo, se observó un mayor nivel de actividad de los corresponsales propios en municipios intermedios (66,8 %), rurales (73,2 %) y rurales dispersos (72,3 %) que para el resto (gráfica 5). Por tanto, en municipios rurales los corresponsales propios presentaron un mayor nivel de actividad que los tercerizados.

Durante 2022 se expandió la presencia de corresponsales activos en la mayoría de municipios del país, confirmando una ma-

yor dinámica de este canal sobre otros con requerimientos de montaje más complejos, como las oficinas. Así pues, el número de corresponsales activos se incrementó en el 83,7 % de los municipios del país en 2022, se mantuvo igual en 2,4 % y se redujo en 14,0 %<sup>6</sup>. Fue en los municipios intermedios donde se observó una mayor expansión del canal, dado que el 86,1 % experimentó un aumento, mientras que en las ciudades y aglomeraciones el porcentaje fue de 81,8 % (gráfica 6). En cuanto a municipios rurales y rurales dispersos, la expansión del canal durante 2022 se observó en 82,9 % y 82,4 % de estos territorios, respectivamente.

**Gráfica 5.** Participación de corresponsales activos por nivel de ruralidad y tipo de corresponsal 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 534 de la SFC.

6. Para el análisis de actividad por nivel de ruralidad solo se tuvieron en cuenta corresponsales físicos y móviles, en los cuales se cuenta con un registro por municipio de su ubicación.

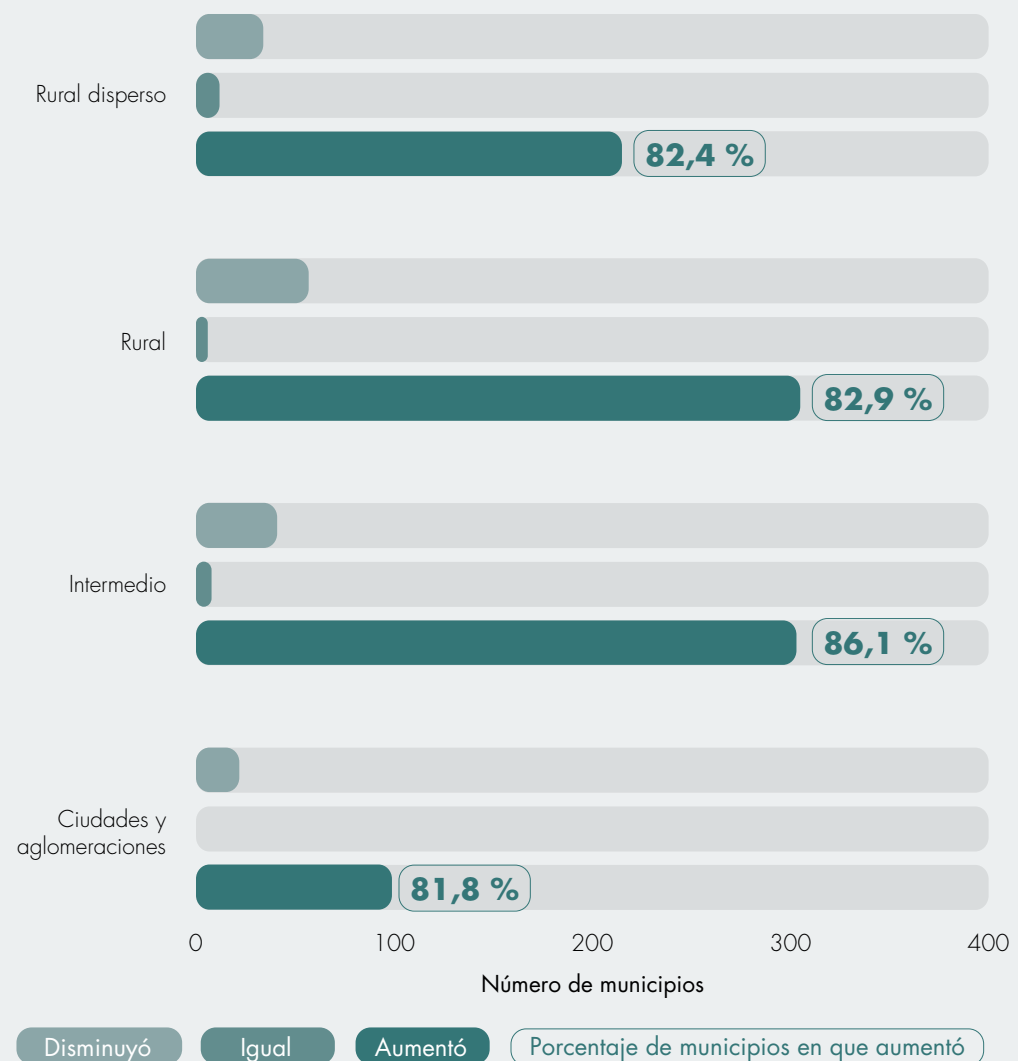
Así mismo, la penetración de este canal ha permitido reducir el número de municipios con cobertura vulnerable (ver última sección de este capítulo) y viabilizar la presencia del sistema financiero en áreas remotas y con baja densidad poblacional. En 2022, por ejemplo, hubo **20** corresponsales ubicados en cuatro de las **20** áreas no municipalizadas del país, localizadas en los departamentos de Amazonas, Vaupés y Guaviare.

Los comercios más frecuentemente usados para el funcionamiento de corresponsales son

aquellos donde se prestan servicios de telecomunicaciones y postales (**16,9 %** de los tercerizados) y comercios de alimentos y bebidas (**13,1 %**). En cuanto a empresas agregadoras de corresponsales, dos de ellas concentran el **53,7 %** de los corresponsales tercerizados.

La densidad de corresponsales activos frente a la población adulta al cierre de 2022 fue de **74** corresponsales activos por cada 10 000 adultos para el promedio nacional, cifra mayor a la observada en 2021, de **63**.

**Gráfica 6.** Número de municipios en los que aumentó, se mantuvo o se redujo el número de corresponsales activos por nivel de ruralidad, entre los años 2021 y 2022



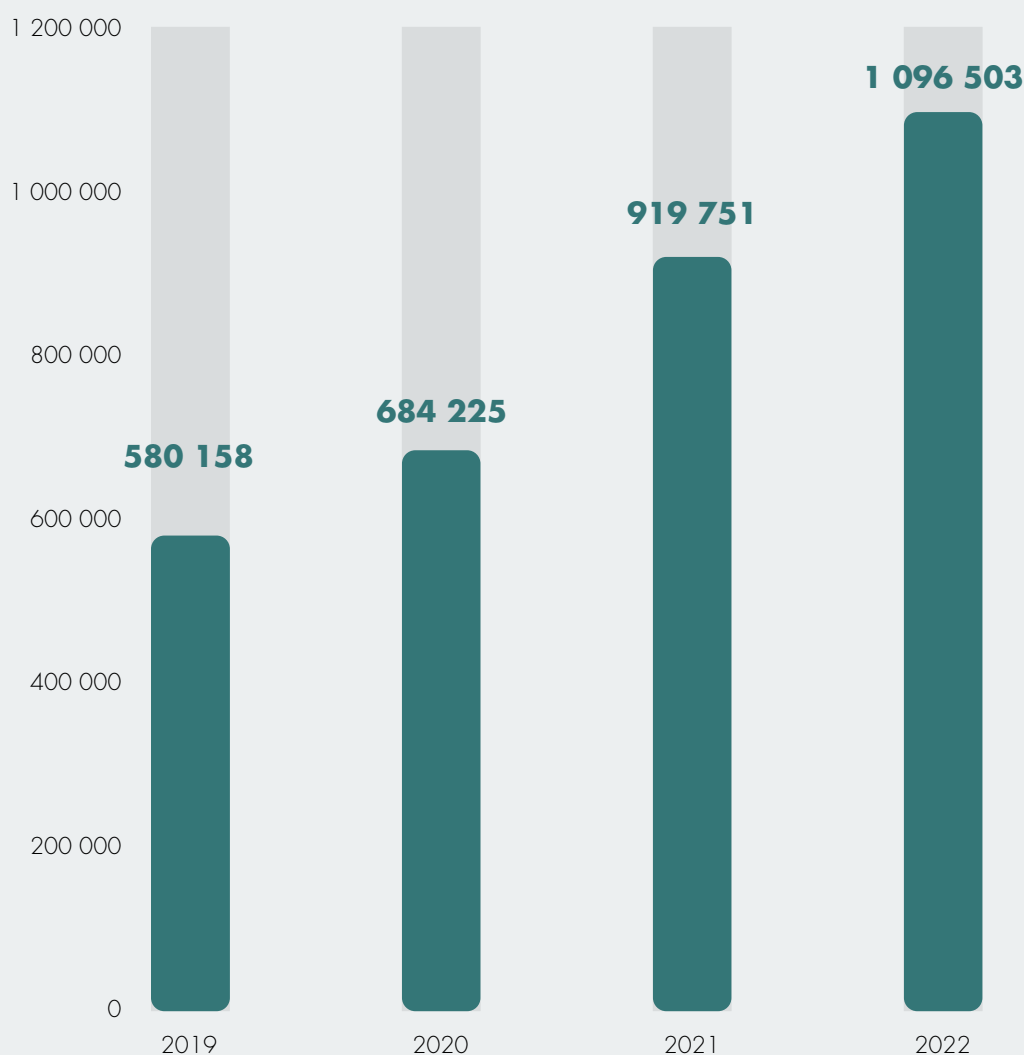
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 534 de la SFC.

## 6.4. Datáfonos<sup>7</sup>

Los datos de cierre de 2022 registran un total de **1 096 503** datáfonos en todo el territorio, cifra superior en **19,4 %** a la alcan-

zada el año anterior (gráfica 7). El indicador de densidad frente a la población alcanzó **291** dispositivos por cada 10 000 adultos.

Gráfica 7. Número de datáfonos a nivel nacional 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 444 de la SFC.

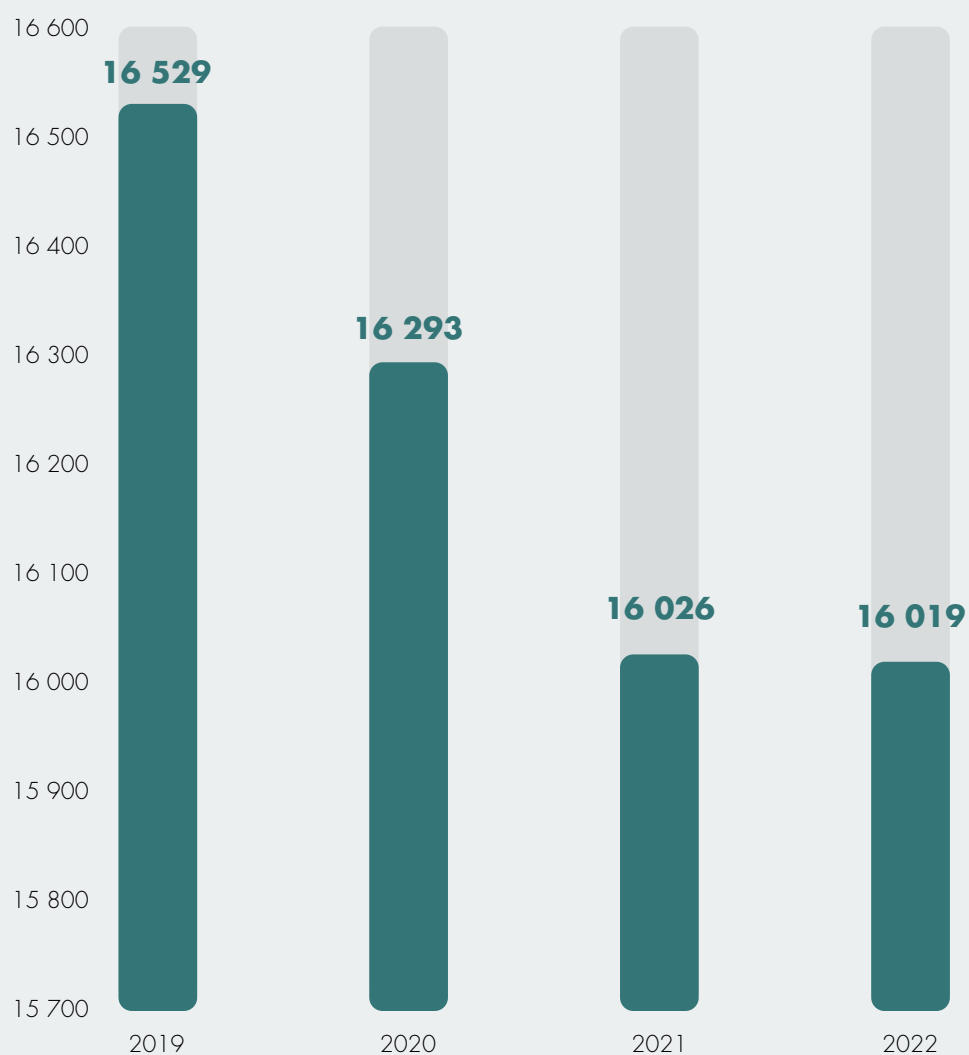
7. El número de datáfonos de esta sección es mayor al reportado en Colombia en Cifras, en donde se tomó un subconjunto de los datáfonos para los cuales se contó con desagregación a nivel municipal.

## 6.5. Cajeros automáticos

El número de cajeros automáticos a nivel nacional se mantuvo estable durante 2022 al pasar de **16 026** en 2021 a **16 019** en 2022 (gráfica 8). El indicador de densidad

de la población se mantuvo en **4,3** cajeros por cada 10 000 adultos, mientras que el número de cajeros por cada 1 000 km<sup>2</sup> se mantuvo en **14**.

**Gráfica 8.** Número de cajeros automáticos a nivel nacional 2019-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 444 de la SFC



## 6.6. Presencia total de puntos de contacto físicos

Al cierre de 2022 se reportaron **1 593 179** puntos de contacto físicos, **19,2 %** más que en 2021. La expansión en corresponsales y datáfonos ha impulsado la dinámica de los puntos de contacto físico. Canales que requieren infraestructuras más complejas, como oficinas y cajeros, redujeron marginalmente su número durante 2022.

Respecto a la población, se pasó de **361** puntos por cada 10.000 adultos en 2021 a **423** en 2022, mientras que, normalizando por la superficie a cubrir, hay **1396** puntos por cada 1000 km<sup>2</sup>, resultado superior en **19,2 %** al de 2021.

**Tabla 2.** Número de puntos de contacto físico, total nacional 2022

	2021	2022	Crecimiento anual
Oficinas	7014	6956	-0,8 %
Corresponsales	393 718	473 701	20,3 %
Datáfonos	919 751	1 096 503	19,2 %
Cajeros	16 026	16 019	-0,04 %
<b>Total puntos físicos</b>	<b>1 336 509</b>	<b>1 593 179</b>	<b>19,2 %</b>

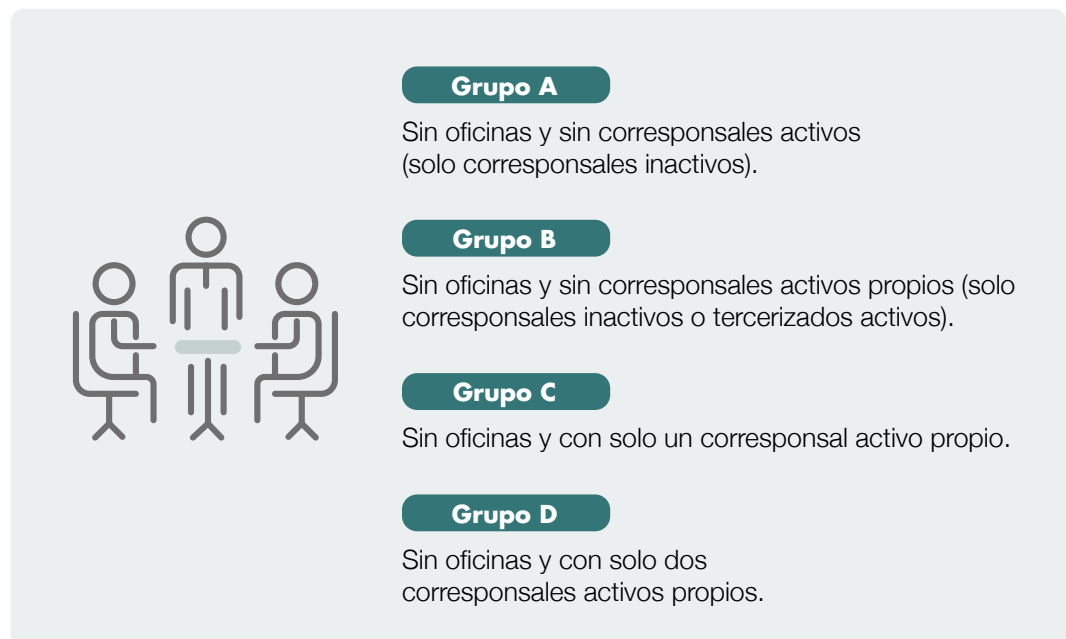
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 534 y 444 de la SFC e información reportada por cooperativas financiera vigiladas por la SES.



## 6.7. Municipios vulnerables

La presencia limitada de puntos de contacto físico de entidades financieras dificulta el acceso a productos por parte de consumidores financieros. La identificación de municipios vulnerables permite ubicar las zonas del país donde el acceso a productos financieros es limitado, de acuerdo con la cantidad de oficinas y el tipo de corresponsales presentes. Tomando como referencia

el ejercicio llevado a cabo en el Reporte de Inclusión Financiera (RIF) de 2018, consideramos que un municipio tiene cobertura estable cuando cuenta con una o más oficinas o cuando hay presencia de más de dos corresponsales activos propios<sup>8</sup>. El resto de municipios se consideran vulnerables y se clasifican en los siguientes cuatro grupos (de más a menos vulnerables):



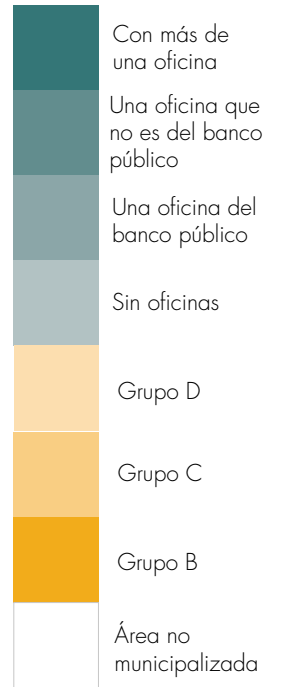
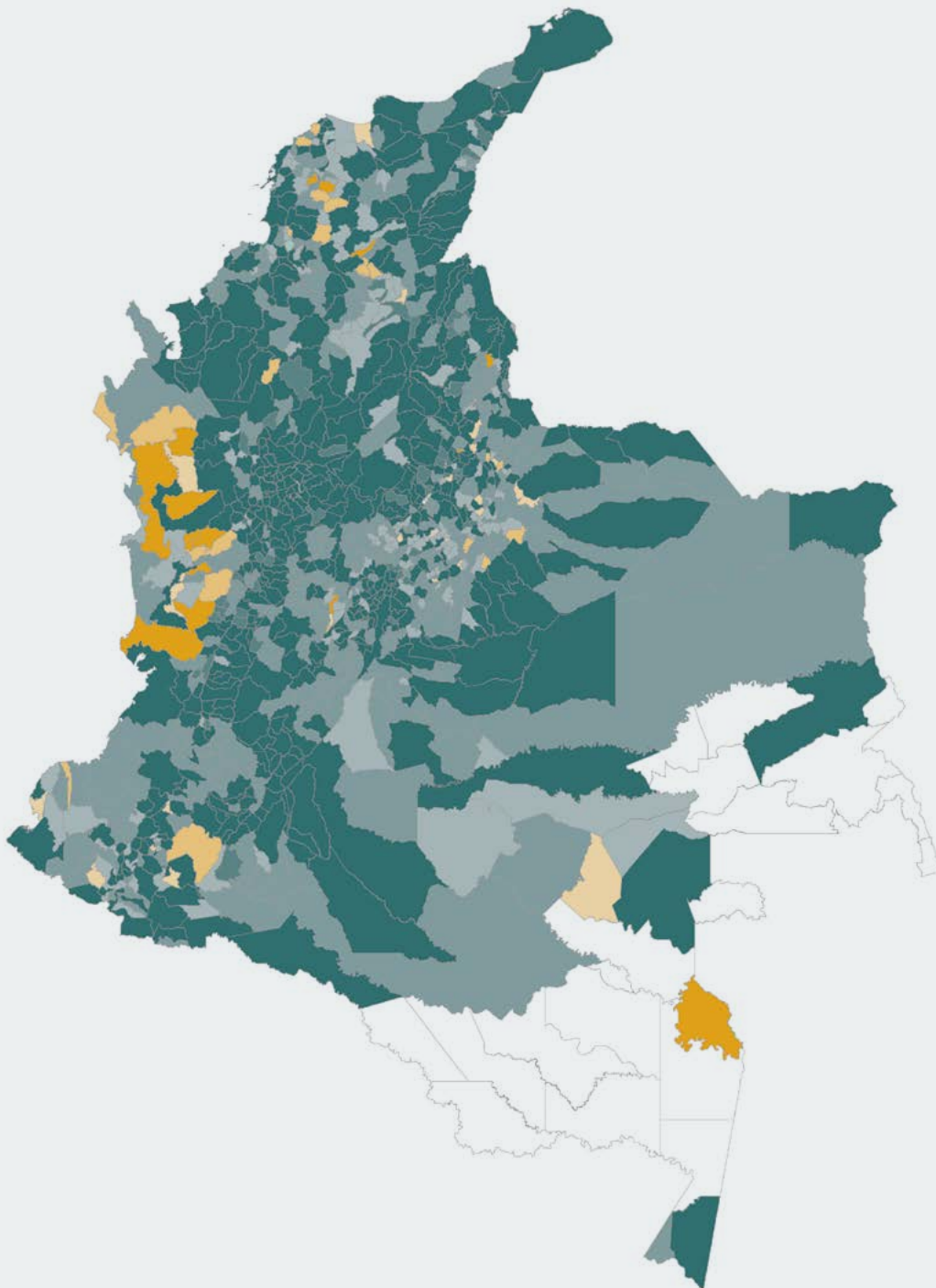
8. No se tuvieron en cuenta dos categorías de menor criticidad incluidas en el RIF de 2018: una oficina sin corresponsales activos y una oficina, y uno o dos corresponsales activos tercerizados (ver diagrama 2.1 del RIF 2018). No se identificaron municipios en estas dos categorías excluidas para el año 2022.

De acuerdo a esta clasificación, en diciembre de 2022 se reportaron **1036** municipios con cobertura estable (**94 %** de los municipios), donde hay una o más oficinas o presencia de más de dos corresponsales activos propios. Por otro lado, en la misma fecha se identificaron **66** municipios con cobertura vulnerable (**6 %** de los municipios), de los cuales ninguno pertenece a la categoría A, ya que en todos los municipios del país hay corresponsales activos; **16** corresponden a la categoría B, donde solo hay correspon-

sales inactivos o tercerizados activos; **22** se enmarcan en la categoría C, donde hay un solo corresponsal activo propio, y **28** se encuentran en la categoría D, donde hay dos corresponsales activos propios.

Entre los municipios con cobertura estable, en **169** no hay presencia de oficinas, en **322** solo hay una oficina que es del banco público, en **55** solo cuentan con una oficina que no es del banco público, y en **490** existe más de una oficina.

**Gráfica 9.** Municipios con cobertura vulnerable, sin oficinas y municipios cuya única oficina es del banco público, 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 534 de la SFC.

En cuanto a municipios vulnerables, se observó una concentración en zonas rurales de los departamentos de Chocó (14), Bolívar (6), Boyacá (8), Magdalena (6) y Santander (8). En estos cinco territorios se registraron 42 municipios vulnerables, 63,6 % del total. La gráfica 9 permite identificar áreas más vulnerables (en amarillo o tonos claros) en gran parte del departamento de Chocó (incluido

Murindó, Antioquia, límites entre Magdalena y Bolívar, costa pacífica de Cauca y Nariño, sur de Bolívar, oriente de Boyacá, entre otras. A su vez, 89,4 % de los municipios vulnerables son rurales, 38 son rurales dispersos, y 21 son rurales. Además, 16 de los 66 municipios vulnerables conforman el grupo B y son considerados los más críticos en cuanto al acceso a productos financieros del país.

**Tabla 3.** Listado de municipios con niveles críticos de vulnerabilidad en cobertura financiera (grupos A y B) 2018, 2021 y 2022

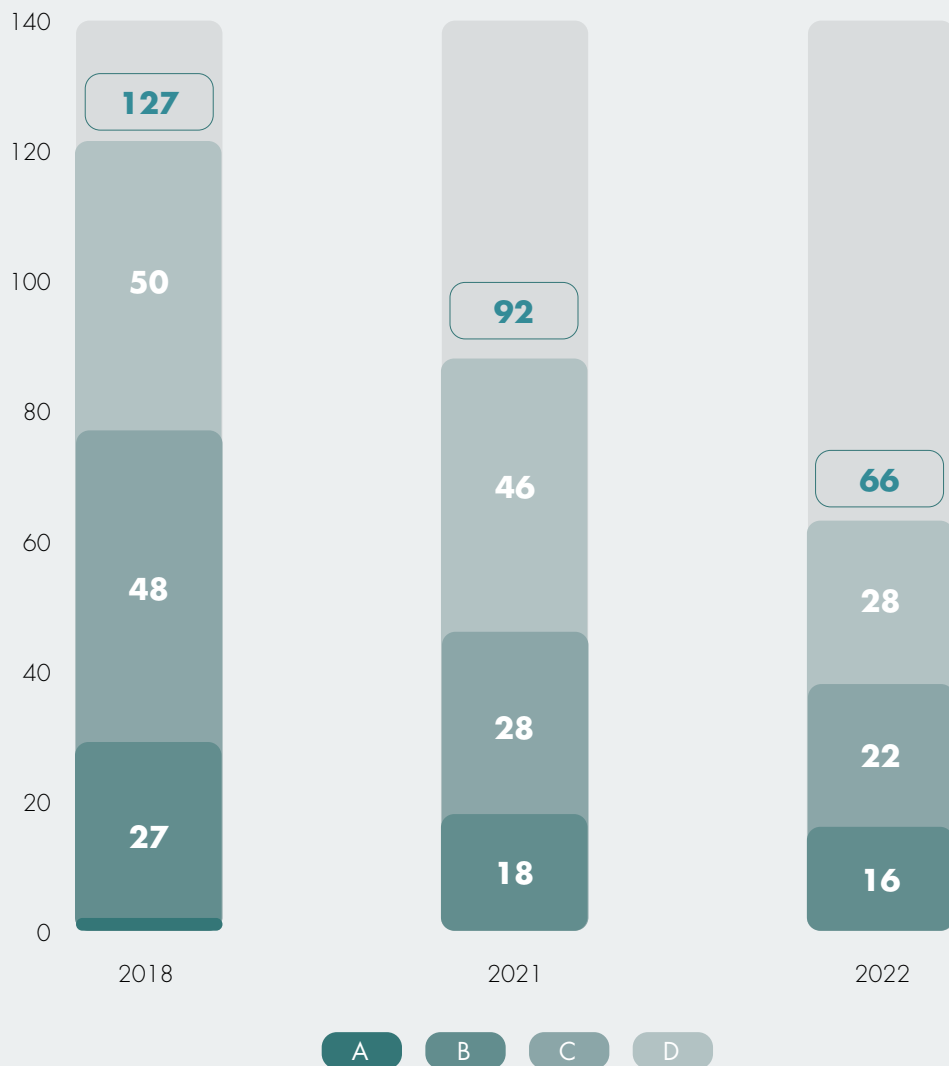
	2022	2021	2018		2022	2021	2018
Murindó-Antioquia	B	B	B	El Cantón del San Pablo-Chocó			B
Arroyohondo-Bolívar	B	B	A	Río Quito-Chocó			B
El Guamo-Bolívar			B	Beltrán-Cundinamarca	B	B	B
Margarita-Bolívar		B		Nariño-Cundinamarca			B
Caldas-Boyacá			B	Pedraza-Magdalena	B	B	B
Santa Rosa-Cauca		B	B	San Zenón-Magdalena	B	B	B
Bojaya-Chocó	B	B	B	Concordia-Magdalena			B
El Litoral del San Juan-Chocó	B	B	B	Remolino-Magdalena			B
Medio Atrato-Chocó	B			La Tola-Nariño			B
Sipí-Chocó	B	B	B	Magüi-Nariño			B
Alto Baudó-Chocó	B	B	B	Roberto Payán-Nariño		B	B
Atrato-Chocó	B	B		Santiago-Norte de Santander	B	B	B
Lloró-Chocó	B	B	B	Jordán-Santander	B	B	B
Río Iró-Chocó	B		B	Cepitá-Santander			B
Bagadó-Chocó		B		Palmito-Sucre			B
Cértogui-Chocó			B	Taraira-Vaupés	B	B	A
Juradó-Chocó			B				

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 534 de la SFC.

En los últimos cinco años se ha reducido significativamente el número de municipios con cobertura vulnerable y de municipios vulnerables críticos (grupos A y B) (gráfica 10). En 2018 se registraron **127** municipios, de los cuales **2** pertenecían al grupo A, y **27**, al grupo B. Cuatro años más tarde, en 2021, se reportaron **92** municipios vulnerables, ninguno perteneciente al grupo A, y **18** correspondientes al grupo B. En el último año el número de municipios vulnerables se redujo en **26**

(más de una cuarta parte del año anterior), alcanzando **66** municipios, ninguno perteneciente al grupo A y **16** del grupo B. Así mismo, **4** municipios dejaron de pertenecer al grupo B en 2022 y **2** municipios del Chocó (Medio Atrato y Río Iró) entraron a este. Finalmente, **6** de los municipios con mayor criticidad en 2018 no hicieron parte del conjunto de municipios vulnerables en 2022 (en gris en la tabla 3) gracias a la expansión en corresponsales propios activos.

**Gráfica 10.** Número de municipios con cobertura vulnerable, por nivel de vulnerabilidad (A, B, C y D) 2018, 2021 y 2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 534 de la SFC.



# Transaccionalidad *del sistema financiero*

- **Principales resultados**  
Página 176
- **Total de operaciones**  
Página 178
- **Operaciones por canal**  
Página 179
- **Operaciones en canales digitales**  
Página 181
- **Operaciones monetarias por tipo de transacción**  
Página 182
- **Transaccionalidad en tarjetas de crédito y débito**  
Página 183



## 7.1. Principales resultados

Las operaciones realizadas en 2022 representaron **7,6** veces el producto interno bruto (PIB), tamaño relativo a la producción que ha oscilado entre **7,3** y **7,8** veces el PIB desde 2018. Un **55,8** % de las operaciones corresponden a consultas de saldo, y **44,2** %, a operaciones monetarias donde hubo movimiento de dinero.

Los canales digitales, como internet y telefonía móvil, han aumentado su participación en el total de operaciones y en valor transado en los últimos años. Por una parte, la participación de los canales digitales en el número de operaciones monetarias pasó de **19,9** % en 2018 a **40,5** % en 2022. En cuanto a las consultas de saldo, el **98,9** % se realizaron por canales digitales. El mayor uso de la telefonía móvil e internet para llevar a cabo operaciones financieras ha desplazado el uso de otros canales, como cajeros automáticos, oficinas y datáfonos.

El uso de canales varía dependiendo del tipo de transacción ejecutada, entre las que

se destacan las transferencias (**40** % del número de transacciones realizadas en 2022), los pagos (**29,7** %), los retiros (**23,6** %) y los depósitos (**6,1** %). La totalidad de transacciones llevadas a cabo por canales digitales fueron transferencias o pagos, por lo que los canales para realizar retiros y depósitos son los no digitales.

Las tarjetas son cada vez más usadas por los adultos para llevar a cabo sus transacciones, especialmente las de débito, que se emplean como medio de pago asociado a un producto de depósito. Entre 2018 y 2022 las tarjetas débito mostraron un creciente número de plásticos por adulto, mayor transaccionalidad por tarjeta y mayor uso en compras de menor tamaño, evidenciando el aumento en el alcance que este medio de pago tiene en compras con montos bajos. Por tipo de transacción, el número de compras supera el de los retiros desde 2021, por lo que los consumidores vienen dando un uso más amplio a la tarjeta débito para hacer compras, en lugar del retiro de dinero.



En el caso de las tarjetas de crédito, entre 2018 y 2022 el número de plásticos por adulto se redujo levemente, mientras que el número de transacciones por tarjeta aumentó hasta **27,9** en 2022. El **93 %** de las operaciones con este producto son compras, las cuales presentaron un valor promedio de **COP 212 000**, mayor al observado para las tarjetas débito (**COP 114 000**).

## 7.2. Total de operaciones

En 2022 se realizaron **14 367** millones de operaciones, **44,2 %** de las cuales fueron monetarias y **55,8 %** consultas de saldo (no monetarias), proporciones

similares a las observadas en 2018 (gráfica 1). En el último año se observó un crecimiento del **28,7 %** en el total de operaciones.

**Gráfica 1.** Número de operaciones monetarias y no monetarias 2018-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formatos 534 y 444 de la SFC.

El valor de las operaciones ascendió a COP **11 093 billones**, lo que representó **7,6** veces el PIB del año 2022 y un valor transado promedio por persona con pro-

ducto financiero de COP **310 millones** (tabla 1). El tamaño de las operaciones ha oscilado entre **7,3** y **7,8** veces el PIB desde 2018.

**Tabla 1.** Valor de las operaciones totales, valor promedio por persona con producto financiero y valor de las operaciones en el PIB 2018-2022

	2018	2019	2020	2021	2022
Valor operaciones (billones COP de 2022)	9054	10 045	9224	10 406	11 093
Valor promedio por persona con producto (millones COP de 2022)	313	331	280	301	310
Valor en PIB	7,3	7,8	7,7	7,7	7,6

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formatos 534 y 444 de la SFC.

Al analizar la relación entre el número de las operaciones, su valor y la cantidad de personas que tuvieron acceso al sistema financiero en 2022, se observa que por cada persona que tiene al menos un producto financiero se realizaron alrededor de **178** transacciones, con un valor promedio transado anual por persona de COP

**310 millones**. En 2021 el promedio de operaciones por persona fue de **142**, con un valor promedio transado por persona de COP **266 millones**. Aproximadamente **140** de las **178** operaciones por persona realizadas en 2022 fueron transferencias o pagos, **30** correspondieron a retiros, y 8 se trataron de depósitos.

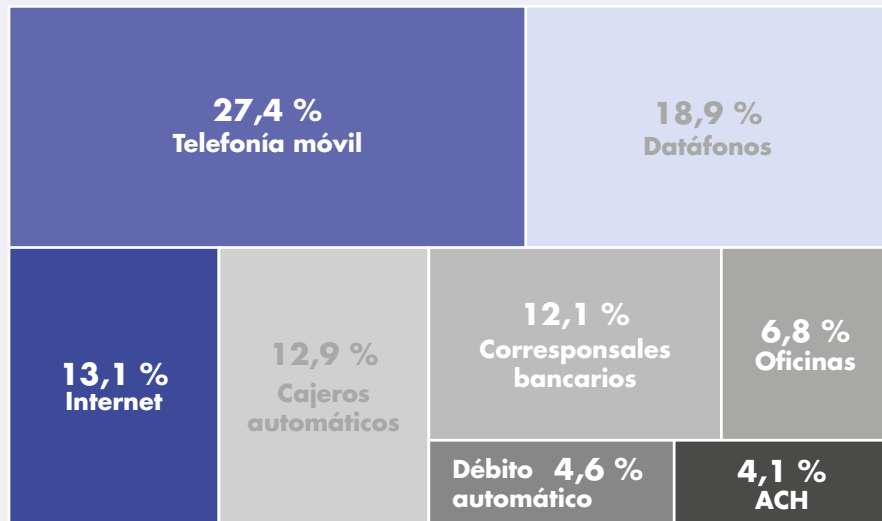
## 7.3. Operaciones por canal

En 2022 el mayor número de operaciones se realizaron en los canales telefonía móvil (**27,4 %**) y datáfonos (**18,9 %**), mientras que el mayor valor se registró en las operaciones realizadas por internet (**46 %**) y en oficinas (**23,9 %**) (gráfica 2). Ahora, aun cuando es-

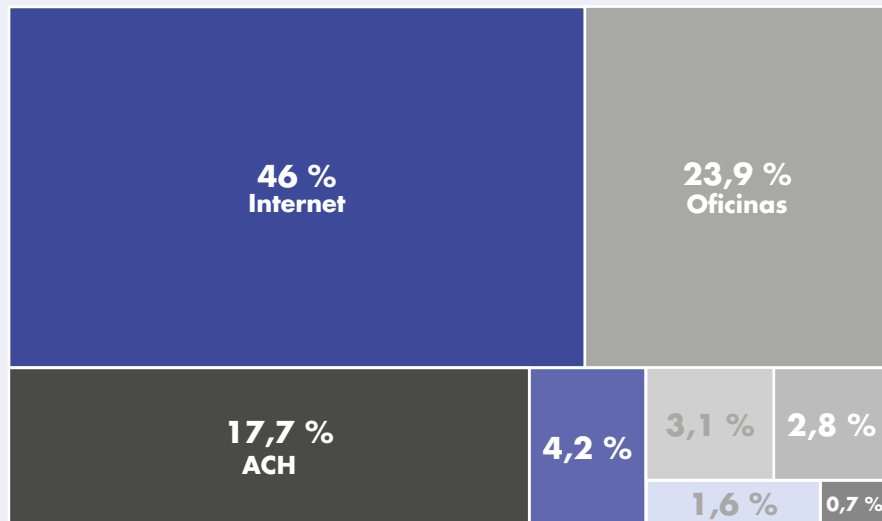
tas participaciones no cambiaron mucho en el último año, se destaca el crecimiento sostenido en el número de operaciones realizadas por telefonía móvil y el valor transado por internet y telefonía móvil (ver próxima sección de operaciones en canales digitales).

**Gráfica 2.** Participación en el número de operaciones monetarias y su valor por canal 2022

**% en el número de las operaciones**



**% en el valor de las operaciones**



Telefonía móvil

Cajeros automáticos

Corresponsales bancarios

Datáfonos

Débito automático

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formatos 534 y 444 de la SFC.

El valor promedio por operación fue más alto en el canal ACH (COP **7,5 millones**), oficinas (COP **6,4 millones**) e internet (COP **6,1**

**millones**), mientras que en promedio los valores más bajos se transan en datáfonos (COP **149 000**) y telefonía móvil (COP **263 000**).

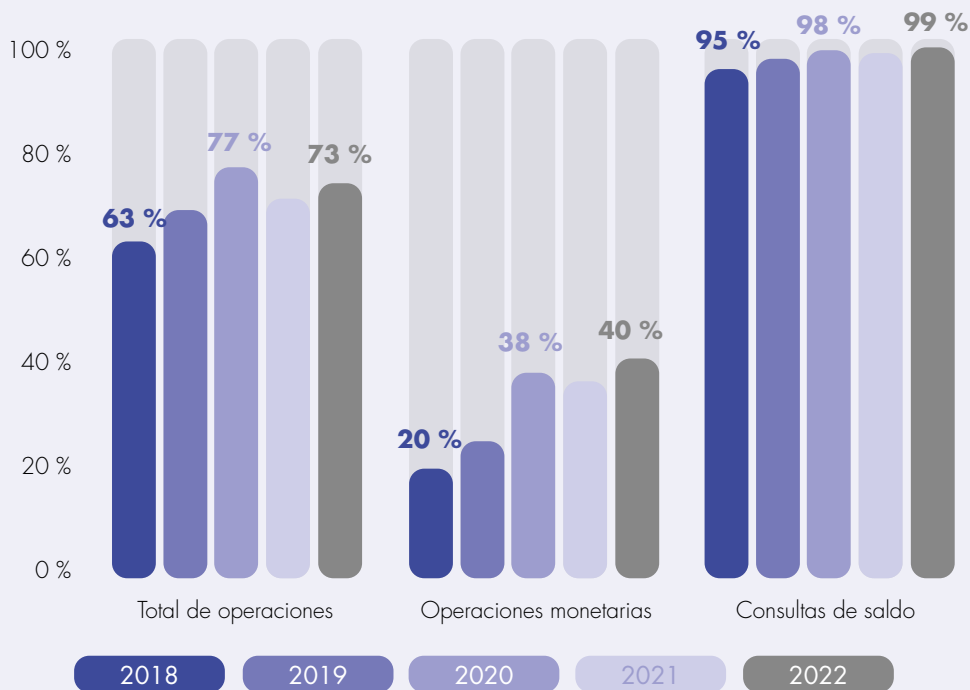
## 7.4.

# Operaciones en canales digitales

Las operaciones llevadas a cabo por medio de canales digitales<sup>1</sup> presentan una tendencia creciente en los últimos años, con un incremento importante en 2020 asociado a las restricciones en circulación y medidas de distanciamiento

social tomadas en pandemia. En 2022 se hicieron **14 367 millones** de operaciones, de las cuales **73,0 %** se realizaron por canales digitales, participación mayor a la presentada en el año 2021, de **70,9 %** (gráfica 3).

**Gráfica 3.** Participación de operaciones realizadas por medio de canales digitales 2018-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formatos 534 y 444 de la SFC.

La mayor parte de las operaciones registradas corresponden a consulta de saldos, realizadas casi en su totalidad por canales digitales. Así, el **55,7 %** del total de operaciones llevadas a cabo durante 2022 fueron consultas de saldo, **84,8 %** por telefonía móvil y **13,7 %** por internet. Entretanto, menos del **1,2 %** de las consultas de saldo en 2022 se hicieron por medio de canales no digitales, como cajeros y oficinas. El número de consultas de saldo creció **2,3 %** entre 2021 y 2022.

Si concentramos el análisis en las operaciones monetarias, se observó que la participación en número y valor de las transacciones realizadas por medio de canales digitales ha venido aumentando en los últimos años. En 2022 se realizaron **6353 millones** de transacciones monetarias, un crecimiento anual de **30,5 %**. Por su parte, la participación de canales digitales se duplicó entre 2018 y 2022, al pasar de **19,9 %** a **40,5 %**, respectivamente.

1. Se incluyeron en esta categoría las transacciones realizadas por banca móvil, internet y audiorrespuesta.

El valor de las operaciones monetarias realizadas en 2022 ascendió a COP **11 093 billones**, de los cuales **50,2 %** usaron canales digitales en 2022, participación mayor a la presentada en 2018, de **39,3 %**. Los canales que más han ganado participación en el número de operaciones en los últimos cinco años han sido telefonía móvil, corresponsales e internet, mientras que los cajeros auto-

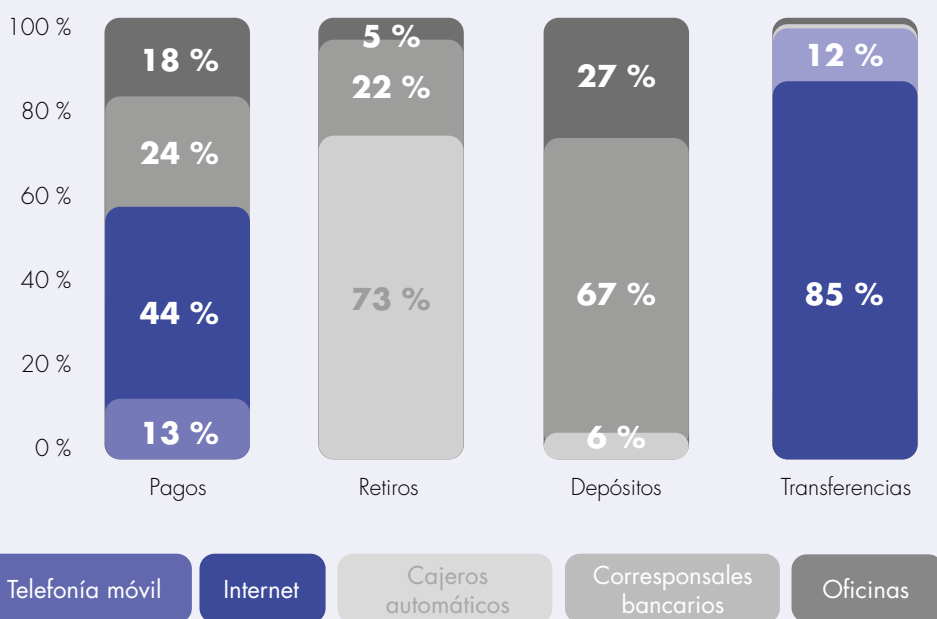
máticos, las oficinas y los datáfonos han sido menos usados por los consumidores para llevar a cabo sus transacciones. Si se revisa la composición por canales del valor de las operaciones monetarias, en los últimos cinco años, los consumidores han reducido el valor de las operaciones realizadas en oficinas, las cuales han empleado otros canales como telefonía móvil e internet.

## 7.5. Operaciones monetarias por tipo de transacción<sup>2</sup>

El uso de canales varía dependiendo del tipo de transacción ejecutada. Las transferencias representaron el **40 %** del número de transacciones realizadas en 2022, de las cuales **84,9 %** se hicieron por telefonía móvil, y **12,5 %**, por internet, por lo que es un tipo de

transacción que casi en su totalidad se ejecuta en canales digitales (gráfica 4). Los pagos representaron el **29,7 %** de las transacciones y se llevaron a cabo en todos los canales reportados, principalmente por internet (**44,1 %**), corresponsales (**24,5 %**) y oficinas (**18,1 %**).

**Gráfica 4.** Participación del número de transacciones por tipo de canal y transacción 2022



2. El análisis por tipo de transacción se limita a los canales internet, telefonía móvil, cajeros, corresponsales y oficinas, teniendo en cuenta las limitaciones en información del Formato 444.

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formatos 534 y 444 de la SFC.

La totalidad de transacciones llevadas a cabo por canales digitales fueron transferencias o pagos, por lo que los canales para ejecutar retiros y depósitos son los no digitales. En el caso de los retiros, representaron **23,6 %** de las transacciones realizadas en 2022, **72,5 %** de las cuales se ejecutaron en

cajeros, y **22,4 %**, en oficinas. Los depósitos representaron **6,1 %** de las transacciones y se hicieron principalmente en corresponsales y oficinas. Las transacciones internacionales correspondieron al **0,6 %** de las transacciones en 2022 y fueron ejecutadas principalmente por datáfonos.

## 7.6. Transaccionalidad en tarjetas de crédito y débito

Las tarjetas son cada vez más usadas por los adultos para llevar a cabo sus transacciones, especialmente las de débito, que se emplean como medio de pago asociado a un producto de depósitos. Al cierre de 2022 se registraron **45,8 millones** de tarjetas débito vigentes y **16 millones** de tarjeta de crédito vigentes. En el último año el número de tarjetas débito y el de crédito crecieron **12,3 %** y **2,5 %**, respectivamente.

El indicador de profundización a diciembre de 2022, que mide el número de tarjetas por cada 10 adultos, alcanzó **12,2** en el caso de las tarjetas débito y **4,3** para las tarjetas de crédito (gráfica 5). En el caso de las tarjetas débito, el crecimiento en profundización ha sido sostenido en los últimos años, mientras que para las tarjetas de crédito se mantienen niveles de tenencia similares.

**Gráfica 5.** Indicadores de profundización de tarjetas débito y crédito 2018-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 466 de la SFC.

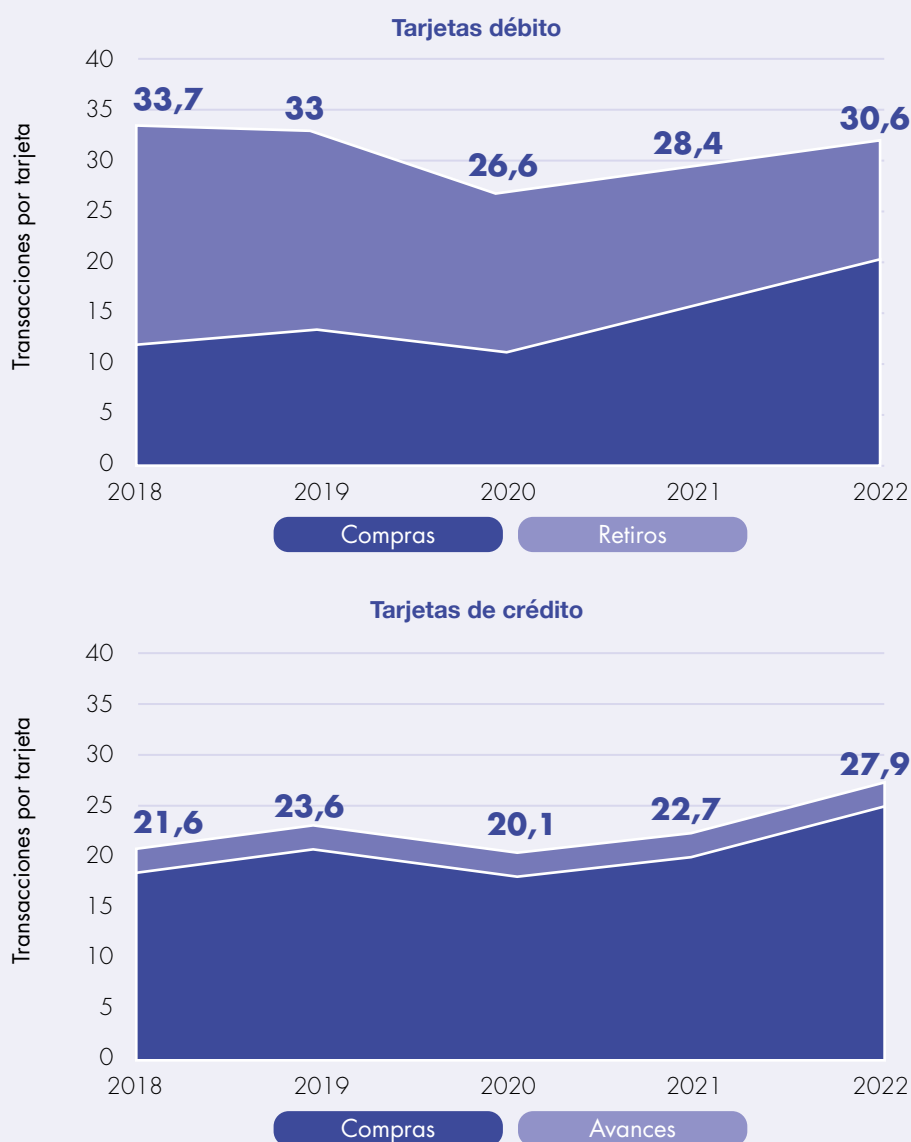


La transaccionalidad observada en ambos tipos de tarjeta en los últimos años es similar. Aun cuando desde 2020 ha crecido la transaccionalidad por tarjeta, en 2022 se mantienen niveles inferiores a los observados antes de pandemia en tarjetas débito, mientras que en las de crédito se reportan niveles superiores con tendencia creciente.

Con tarjetas débito se realizaron **1402 millones** de transacciones en 2022: **62,6 %** fueron

compras, y **37,4 %**, retiros, por lo que en promedio se realizaron **30,6** operaciones por tarjeta en dicho año, nivel inferior a los observados en 2018 y 2019 (gráfica 6). Ahora bien, en los últimos años ha aumentado el uso de las tarjetas débito para realizar compras, teniendo en cuenta que en 2018 representaban el **35,6 %** de la transaccionalidad del medio de pago. A su vez, el valor de las transacciones ascendió a COP **364 billones** en 2022, **27,6 %** asociado a compras, y **72,4 %**, a retiros.

**Gráfica 6.** Transaccionalidad por tarjeta y tipo de transacción, 2018-2022



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 466 de la SFC.



En el caso de tarjetas de crédito, se realizaron **447 millones** de operaciones: **93 %** compras y **7,0 %** avances, alcanzando 27,9 operaciones por tarjeta en promedio en 2022. Por tanto, aun cuando el número de tarjetas de crédito por adulto se ha mantenido estable, desde 2020 se observa un mayor uso

del producto (gráfica 6). El valor de las transacciones ascendió a COP **111 billones** en 2022, **79,8 %** asociado a compras, y **20,2 %**, a avances. El cupo no utilizado de las tarjetas vigentes al cierre de 2022 fue de COP **74 billones**, aproximadamente el doble del saldo de la cartera de tarjeta de crédito.

**Tabla 2.** Valor promedio por tipo de transacción y tarjeta 2018-2022

Miles de pesos de 2022	2018	2019	2020	2021	2022
 <b>Tarjeta débito</b>					
Compras	156	144	145	134	114
Retiros	429	424	470	508	503
 <b>Tarjeta de crédito</b>					
Compras	242	230	223	231	212
Avances	643	680	777	791	720

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con base en Formato 466 de la SFC

Por último, el valor promedio de las compras realizadas con tarjetas se ha venido reduciendo desde 2018 (tabla 2), siendo el valor promedio con tarjeta de crédito (**COP 212 000**) superior al de tarjeta débito (**COP 114 000**).

La mayor frecuencia de uso en compras que cada vez son de menor tamaño evidencia el avance en la penetración que las tarjetas han tenido a la hora de adquirir nuevos bienes y servicios por parte de los consumidores<sup>3</sup>.

3. A pesar de esta mayor penetración en el uso de tarjetas, el efectivo sigue desempeñando un papel central para llevar a cabo los gastos de los hogares en Colombia (ver resultados tabulados de la Tercera Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera).



# Seguros

- **Introducción**  
Página 188
- **Principales resultados**  
Página 190
- **Densidad y penetración**  
Página 192
- **Cobertura y acceso**  
Página 195
- **Canales de comercialización**  
Página 196
- **Características de los asegurados**  
Página 199
- **Características de los riesgos asegurados**  
Página 202
- **Calidad del producto**  
Página 207



---

1. El formato y el instructivo empleados hacen parte de los archivos adjuntos a la Carta Circular 076 de 2022 de la SFC.

---

2. Una póliza será asequible si su prima mensual, neta de subsidios, es menor a COP 20.000 en el caso de seguros de vida y accidentes, COP 30.000 para seguros de propiedad y agricultura, y COP 75.000 para seguros de salud.

---

3. Ver artículo 2.31.2.2.1 del Decreto 2555 de 2010.

---

## 8.1. Introducción

La inclusión financiera a través de los seguros busca que más personas tengan acceso y mejoren su calidad de vida con el uso de productos que protejan el valor de sus activos, su salud y su vida. Atención especial merecen los seguros diseñados para atender las necesidades de las poblaciones más vulnerables, como aquellos con bajos ingresos, informales y grupos hasta ahora no atendidos por el sistema financiero. El sector asegurador enfrenta el reto de desarrollar productos asequibles, que respondan a nuevas necesidades de protección de personas y empresas ante imprevistos o choques inesperados.

Aunque el contenido en este capítulo cubre la totalidad de los productos ofrecidos por la industria aseguradora, se ha focalizado el análisis en los microseguros y los seguros masivos, tomando como base el formato que desde 2021 utilizan las aseguradoras para reportar información de inclusión financiera a la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC)<sup>1</sup>. A lo largo de este reporte se considera que una póliza es un microseguro si fue diseñada para el uso de la población con bajos ingresos o negocios de menor tamaño, y es voluntaria, sencilla y asequible<sup>2</sup>. Los seguros masivos son las pólizas comercializadas masivamente que cumplen con los requisitos de universalidad, sencillez y estandarización<sup>3</sup>.

El formato de inclusión financiera en seguros permite construir indicadores de acceso, uso y calidad para el total de riesgos asegurados por la industria, y específicamente, para los microseguros y los seguros masivos<sup>4</sup>. Contar con estos indicadores contribuirá al análisis y formulación de políticas que permitan mejorar el bienestar de la población que accede a seguros<sup>5</sup>.

---

4. El formato permite la identificación de tres grupos independientes: los microseguros masivos (pólizas que cumplen los requisitos para ser microseguros y al mismo tiempo son masivos), los microseguros no masivos y los seguros masivos (no microseguros).

---

5. La información contenida en el formato por entidad se puede descargar en las páginas web de Banca de las Oportunidades y de la SFC.

## 8.2. Principales resultados

La penetración y la densidad de los seguros crecieron en 2022, alcanzando el **3,2 %** del PIB y un gasto por habitante de COP **915 049**, respectivamente. Se observó un crecimiento real de **18,3 %** en primas emitidas, mayor al crecimiento real del PIB de **7,5 %**.

También se observa que el mercado de los seguros masivos es maduro y diversificado y mantiene una sólida expansión. De hecho, representó el **33,1 %** de las primas emitidas en 2022, donde las principales líneas de negocio fueron vida grupo deudores y Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT)<sup>6</sup>. Cabe señalar que **31** de las **45** aseguradoras establecidas en Colombia vendieron seguros masivos, de las cuales cinco concentraron el **49,3 %** de las primas emitidas en 2022 y ocho comercializaron casi exclusivamente este tipo de seguros.

Por su parte, el mercado de microseguros es incipiente comparado con el de seguros masivos, teniendo en cuenta que es usado para comercializar pocos productos en algunas líneas de negocio (ramos) y con participación limitada de aseguradoras. Los microseguros representaron **2,0 %** de las primas en 2022: **74,8 %** se comercializó masivamente y se concentró en coberturas de vida grupo y accidentes personales. El **68,7 %** de las primas emitidas se comercializaron por medio de pólizas colectivas, donde un tercero no vigilado es el tomador

de la póliza y vincula a sus usuarios. Durante 2022, **21** de las **45** aseguradoras establecidas en Colombia vendieron microseguros, de las cuales tres concentraron el **51,9 %** de las primas emitidas.

La industria cuenta con **172 582** puntos presenciales para la expedición de pólizas, la gran mayoría ubicados en ciudades y con una importante presencia en la red de otras entidades vigiladas, especialmente en municipios rurales. Buena parte de las aseguradoras en la muestra hizo uso de procedimientos simplificados de conocimiento del cliente, facilitando la apertura no presencial de productos, sobre todo en microseguros y seguros masivos.

A su vez, el **29,7 %** de las primas emitidas se comercializaron usando herramientas no presenciales en 2022, como páginas *web*, aplicaciones móviles o centros de atención telefónica. El uso de este tipo de herramientas es menor para los microseguros. Entretanto, canales no tradicionales de comercialización, como el uso de la red de entidades vigiladas, empresas de servicios públicos, y tiendas y grandes superficies, son más usados en la venta de microseguros y seguros masivos. El **39,8 %** de las primas en microseguros y el **28,2 %** en seguros masivos fueron comercializados usando la red de entidades vigiladas, canal que ha sido clave para mantener la presencia del sector en municipios rurales.

---

6. El SOAT cubre lesiones y muerte de personas involucradas en accidentes de tránsito. Todos los vehículos que transitan por el país deben tener un SOAT vigente.

De igual modo, se destaca que las mujeres aseguradas presentaron una menor siniestralidad que los hombres asegurados, a la vez que reflejaron un menor acceso a seguros. La tasa de siniestralidad de las mujeres aseguradas fue de **45,3 %**, **10,6 pp** más baja que la de los hombres, diferencia que alcanzó **21,7 pp** en las pólizas de seguros masivos. Así, la brecha de acceso entre hombres y mujeres asegurados se amplió en el último año y alcanzó **12,4 pp** al cierre de 2022. Esta diferencia en acceso es menor en el caso de los seguros masivos (**10,4 pp**) y todavía más reducida para microseguros (**8,3 pp**).

Otro hallazgo es que el **22,3 %** de las primas emitidas cubrieron asegurados identificados como personas jurídicas, de las cuales un poco menos de la mitad correspondieron a asegurados mipymes. Se observó una tasa de siniestralidad para las mipymes de **77,1 %**, superior a la observada en asegurados identificados como gran empresa (**64,7 %**) y personas naturales.

Cabe agregar que la industria aseguradora ofrece amplios rangos en coberturas, primas y valores asegurados. El valor de la prima mensual promedio por póliza vigente en 2022 fue de COP **95 864**; para microseguros, COP **24 834**, y para seguros masivos, COP **49 225**. Los microseguros muestran mayor cantidad de riesgos asegurados promedio por póliza (**3,5**) que el promedio de la industria (**3,0**). Además, una parte considerable de las pólizas y primas emitidas por la industria son de obligatoria contratación por parte de los usuarios, especialmente en los seguros masivos. En 2022, **67,9 %** de las pólizas de seguros masivos y **44,8 %** de sus primas emitidas estuvieron asociadas a pólizas consideradas como obligatorias.

En cuanto a la tasa de siniestralidad, se evidencia una reducción en el último año en todos los tipos de seguro, alcanzando

**47,1 %** para el total de pólizas de la industria. Los microseguros y seguros masivos mostraron menores tasas en este sentido que el promedio de la industria, aún después de sumar sus costos de intermediación. En definitiva, las tasas son bastante heterogéneas entre líneas de negocio y tipos de seguros. También es preciso señalar que para los microseguros y seguros masivos se han implementado procesos simplificados de pago de siniestros, por lo que para estas pólizas el número de días promedio para el pago de siniestros fue menor que para el promedio de la industria.

Por último, los microseguros presentan los mayores niveles de insatisfacción y tasas de rechazo para los consumidores, con **6** quejas por cada **1000** pólizas y **13,4 %** de siniestros rechazados.

El impulso hacia el desarrollo de nuevos microseguros debe tomar en consideración el amplio uso de pólizas colectivas (**59,8 %** de los asegurados por medio de microseguros emplearon pólizas colectivas sin información de sexo), su comercialización masiva y la menor tasa de siniestralidad en pólizas de microseguros colectivas (**24 %**).



## 8.3. Densidad y penetración

7. Las primas emitidas se definen como la suma de las primas emitidas directas, las primas aceptadas en coaseguro, menos las cancelaciones o anulaciones de primas emitidas directas y coaseguro.

8. La penetración del sector asegurador se calcula como la relación entre el total de primas emitidas y el PIB.

9. La densidad del seguro se estima como el gasto por habitante en seguros (población estimada a 2022 de 51 682 692 según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]).

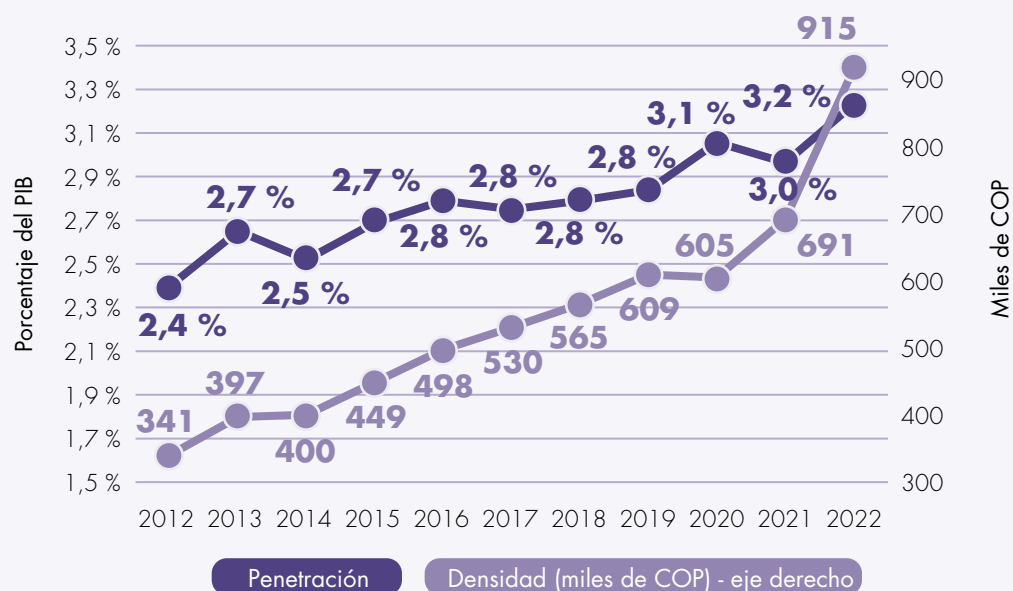
10. La compañía entrante reportó COP 5 billones en primas emitidas por rentas vitalicias en 2022. Los indicadores de penetración y densidad sin tener en cuenta esta entidad fueron de 2,9 % y COP 817.905 en 2022.

11. Al excluir el efecto en primas de la compañía entrante comentada anteriormente, la participación de los microseguros en primas emitidas en 2022 hubiera sido de 2,2 %, mismo nivel que en 2021.

Durante el año 2022 las primas emitidas<sup>7</sup> por las compañías de seguros alcanzaron COP **47,3 billones**, lo que implicó un crecimiento real de **18,3 %**, mayor al crecimiento real del PIB observado de **7,5%**. Así, la penetración del sector aumentó al **3,2 %** en 2022<sup>8</sup>, y el indicador de la densidad del seguro hizo lo propio con un valor de COP **915 049**, lo que representó un crecimiento real de **17 %** frente

a 2021<sup>9</sup> (gráfica 1). En particular, se observa que la entrada de una aseguradora que registró altas primas<sup>10</sup> y la inflación de **13,1 %** contribuyeron al crecimiento en el valor nominal de las primas emitidas con respecto al año anterior. Las líneas de negocio que más aportaron al crecimiento de las primas emitidas fueron pensiones Ley 100, vida grupo, riesgos laborales, automóviles y SOAT.

Gráfica 1. Penetración y densidad del seguro 2012-2022



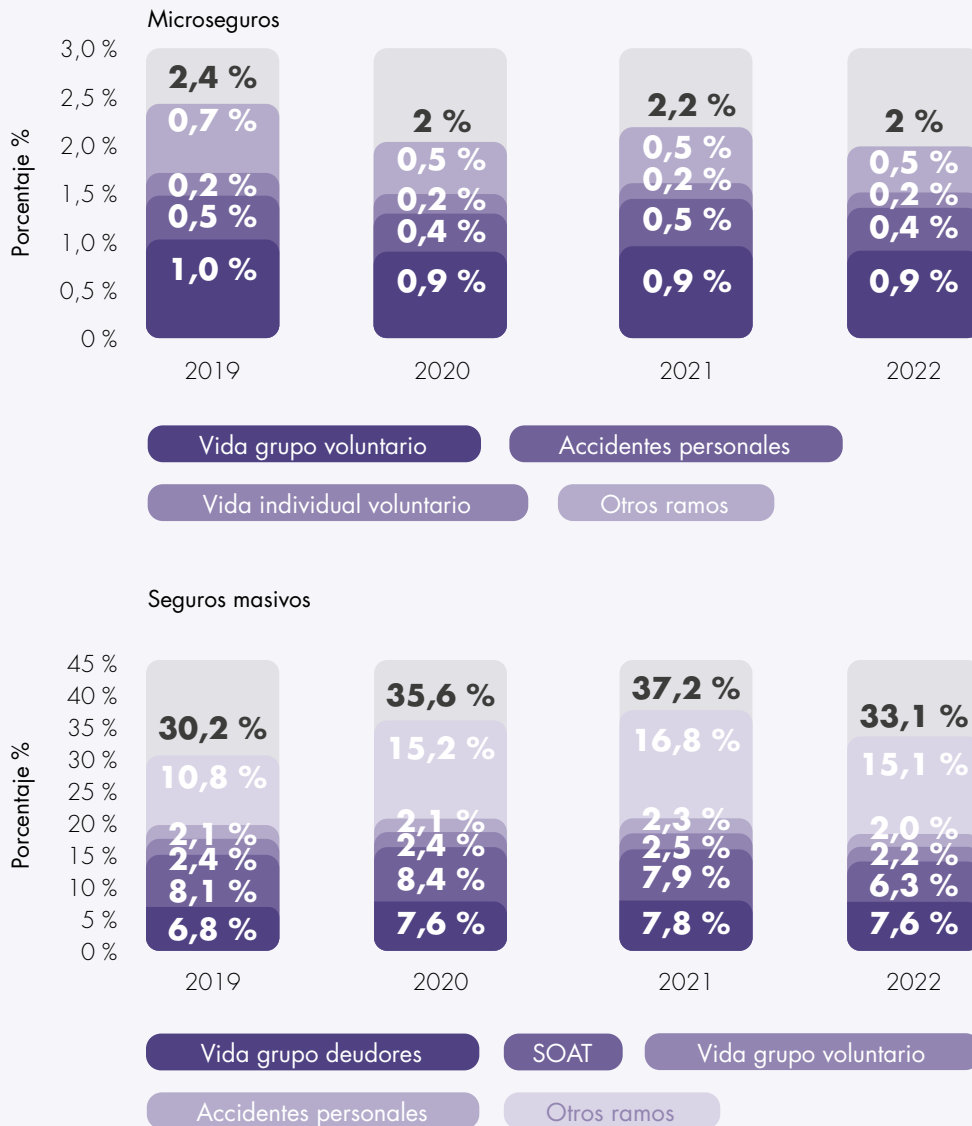
Fuente: elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC y DANE.

El mercado de los microseguros es aún incipiente y se concentra en algunas líneas de negocio y aseguradoras. El **2 %** de las primas emitidas en 2022 correspondieron a microseguros (COP **937 000 millones**), participación similar a la observada en 2020, un año atípico en el que se redujeron los microseguros comercializados (gráfica 2)<sup>11</sup>. Las compañías de seguros de vida emitieron **61,4 %** de las primas de microseguros, y las generales, **38,6 %**. Las líneas de negocio más representativas en los microseguros en 2022 fueron

vida grupo voluntario (**45,6 %** de las primas con valor de COP **427 000 millones**), accidentes personales (**22,4 %** con COP **210 000 millones**) y vida individual (**8 %** con COP **75 000 millones**). En estos tres ramos se concentran el **76 %** de las primas emitidas en microseguros, donde participan con menores montos otras líneas de negocio como los seguros exequiales, incendio, terremoto y salud. Con primas menores a los COP **10 000 millones** en 2022, se registraron desempleo, agropecuario, hogar y responsabilidad civil.



**Gráfica 2.** Participación de las primas emitidas por tipo de seguro y sus principales ramos



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

En 2022, **21** de las **45** aseguradoras establecidas en Colombia vendieron microseguros. La aseguradora con mayor participación en este ramo en 2022 emitió **28,3 %** de las primas, y las tres aseguradoras con mayor producción concentraron **51,9 %** de las primas, lo que muestra un mayor grado de concentración que el año anterior en este tipo de seguros<sup>12</sup>. Como se evidenció en el párrafo anterior, la relevancia del microseguro en la producción de las aseguradoras es baja y las tres aseguradoras con mayor participación

en sus primas emitidas alcanzaron **24,1 %**, **21 %** y **12,6 %**, respectivamente (tabla 1). En 2022, el **76,9 %** de los microseguros se comercializaron masivamente, y solo **23,1 %** se comercializaron en forma no masiva. Además, el **68,7 %** de las primas emitidas están asociadas a pólizas colectivas. Por tanto, para construir la presencia de la industria en segmentos de la población que demandan microseguros se han usado principalmente canales de comercialización masivos y pólizas colectivas.

12. En 2022 el índice de Herfindahl, el cual estima la competencia en un mercado, fue de 1342 para microseguros, mayor al observado en 2021, de 1304.

**Tabla 1.** Número de aseguradoras, según relevancia en la comercialización de microseguros y seguros masivos

Relevancia	% primas emitidas	Microseguros	Seguros masivos
	Rangos	Número de aseguradoras	
Alta: casi exclusiva	>80 %	0	8
Medio alta: especializada	33-80 %	0	8
Media	10-33 %	3	12
Marginal	0-10 %	18	3
Sin relevancia	0 %	24	14
Número total de aseguradoras		45	

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

13. Al excluir el efecto en primas de la compañía entrante comentada anteriormente, la participación de los seguros masivos en primas emitidas en 2022 hubiera sido de 37,1 %, similar nivel al reportado en 2021.

14. En el último año ha aumentado la competencia de las aseguradoras en este tipo de seguros, teniendo en cuenta que en 2022 el índice de Herfindahl fue de 893 para los seguros masivos, menor al observado en 2021, de 922, y al presentado por los microseguros.

Por su parte, el mercado de los seguros masivos es maduro, diversificado y mantiene una sólida expansión en comparación con el de microseguros. En efecto, el **33,1 %** de las primas emitidas en 2022 correspondieron a seguros masivos (COP **15,7 billones**), participación inferior a la observada en 2021 y 2020<sup>13</sup>. El **52,3 %** de los seguros de esta clase fueron vendidos por compañías especializadas en seguros de vida, quienes han ampliado su participación en los últimos años. Las líneas de negocio más relevantes en el mercado del seguro masivo en 2022 fueron los seguros de vida grupo a deudores (**22,8 %** de las primas) y el SOAT (**18,9 %**). La mayoría de las líneas de negocio incrementaron el valor

de primas emitidas en 2022, con la excepción de vida individual deudores, terremoto e incendio voluntarios.

Finalmente, **31** de las **45** aseguradoras establecidas en Colombia vendieron seguros masivos. Las cinco aseguradoras con mayor producción concentraron **49,3 %** de las primas de esta clase de seguros<sup>14</sup>. Además, son **8** las aseguradoras que comercializan casi exclusivamente seguros masivos (**80 %** o más de sus primas emitidas), **8** las especializadas en comercializar este tipo de seguros (entre **33 %** y **80 %** de sus primas emitidas) y **12** aseguradoras con participación no marginal en seguros masivos (entre **10 %** y **33 %** de sus primas emitidas).

## 8.4. Cobertura y acceso

La cobertura que ofrece la industria aseguradora para adquirir pólizas alcanzó **172 582** puntos presenciales en 2022<sup>15</sup>. El **76,6 %** de ellos están localizados en ciudades, **5,8 %**, en municipios intermedios; **5,4 %**, en municipios rurales, y **12,2 %**, en municipios rurales dispersos (gráfica 3). Por tanto, en 2022 la participación de los puntos de acceso rurales y rurales dispersos fue de **17,7 %**, menor a la presentada en 2021 (**19,3 %**).

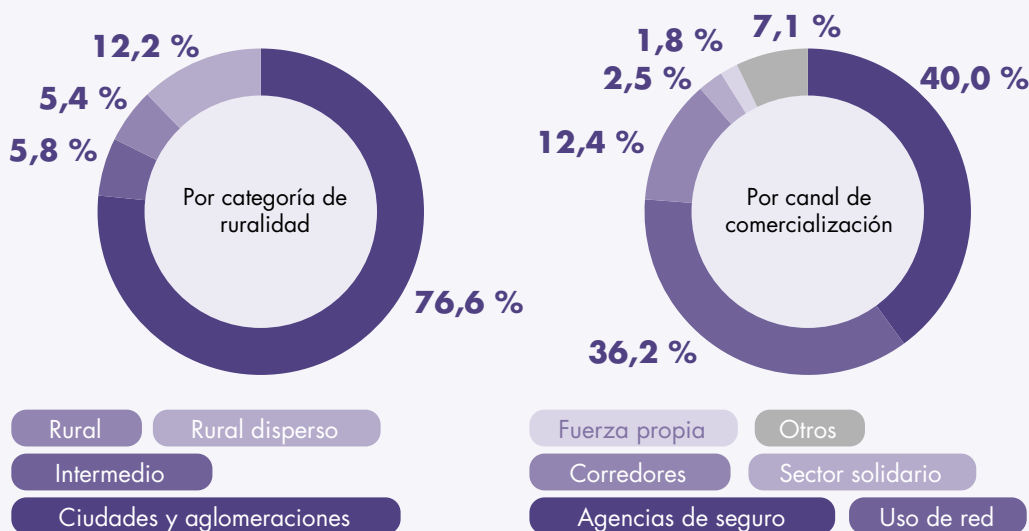
Entretanto, los canales de comercialización con mayor número de puntos de acceso presencial en 2022 fueron las agencias y agentes independientes (**40 %**) y el uso de red de otras entidades vigiladas por la SFC (**36,2 %**). En cuanto a la cobertura rural por canal, la presencia de la industria aseguradora se focaliza en el uso de red de otras entidades vigiladas por la SFC.

En cuanto a la diversidad de productos ofrecidos, en 2022 la industria aseguradora ofreció para la venta a los consumidores financieros cerca de **1900** productos comerciales o tipos de póliza. El **12,3 %** de estos fueron pólizas

de microseguros, y **37,5 %**, de seguros masivos. En este sentido, cabe señalar que la flexibilización del marco normativo del Sistema de Administración de Riesgos de Lavados de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT) ha facilitado el acceso a seguros por medio de la implementación de procedimientos simplificados para el conocimiento del cliente. Dicha condición ha contribuido a agilizar la apertura de productos de seguros por medio del uso de canales digitales<sup>16</sup>.

Al cierre de 2022 se observó un amplio uso de procedimientos simplificados para el conocimiento de clientes en el sector asegurador. En **33** de **45** aseguradoras (**73,3 %**) se recurrió a ellos en personas naturales y en **55,6 %** de las aseguradoras se reportó su utilización en más de la mitad de los clientes identificados como personas naturales. La normatividad también permite la aplicación de procedimientos simplificados para el conocimiento de clientes identificados como personas jurídicas, lo que ha permitido a **13** de las **45** aseguradoras simplificar el acceso de este tipo de clientes.

**Gráfica 3.** Puntos de acceso para adquirir seguros, por categoría de ruralidad y canal de comercialización



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos de SFC y DANE.

15. Los puntos de acceso descritos en esta sección corresponden a los reportados por 43 aseguradoras, ya que dos entidades afirmaron no tener puntos de venta presencial.

16. Numeral 4.2.2.2.1.4.4. del Capítulo IV, Título IV, Parte I, de la Circular Básica Jurídica de la SFC.

## 8.5. Canales de comercialización

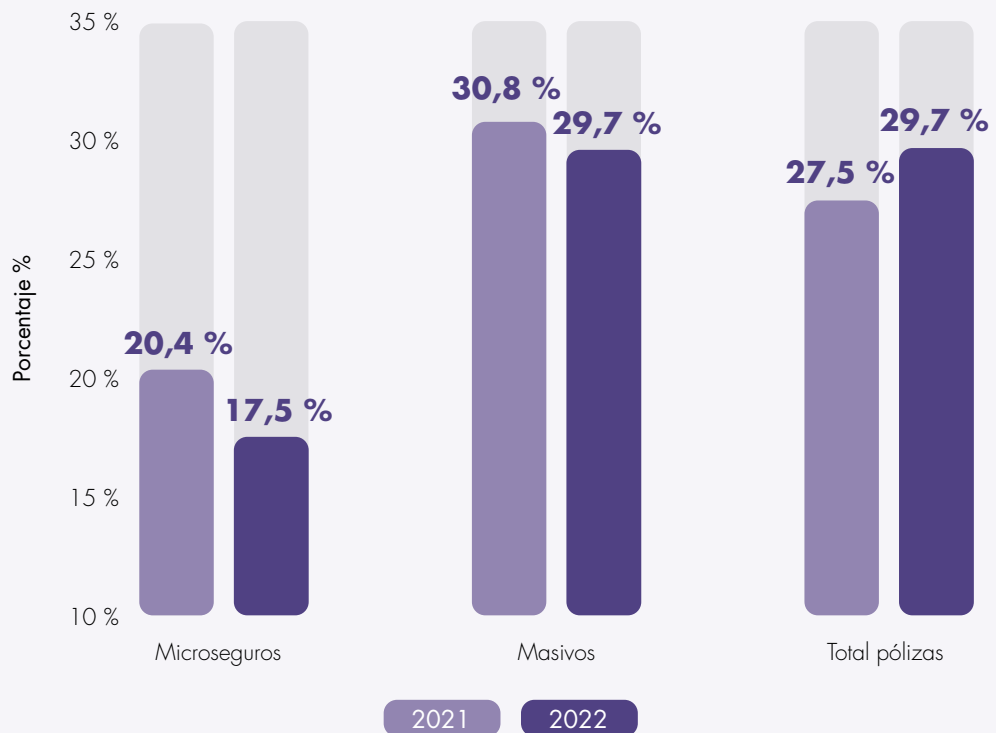
La industria ha fomentado el desarrollo de canales no presenciales para conectarse con clientes, propios y de aliados, en forma ágil y con contenidos especializados. De hecho, las nuevas tecnologías han permitido que el **29,7 %** de los seguros comercializados en 2022 hayan usado herramientas no presenciales como páginas *web*, aplicaciones móviles o centros de atención telefónica (*call center*, *contact center*) (gráfica 4).

En el caso de los seguros masivos, se observó un uso de herramientas no presenciales similar al de toda la industria (**29,7 %** en 2022), mientras que en los microseguros las herramientas no presenciales se emplearon

menos (**17,5 %** en 2022) en comparación con el observado para el promedio de la industria. Se tiene por delante el desafío de lograr una mayor penetración de este tipo de canales entre consumidores con menores ingresos o negocios pequeños, aprovechando los altos niveles de utilización de dispositivos móviles en el país<sup>17</sup>.

Los canales de comercialización que hicieron un mayor uso de herramientas no presenciales para la venta de seguros fueron la fuerza de ventas propia, las tiendas y grandes superficies, los corredores de seguros, el uso de red, y las agencias de seguros y agentes independientes.

**Gráfica 4.** Participación de herramientas no presenciales en el total de primas emitidas por tipo de seguro



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

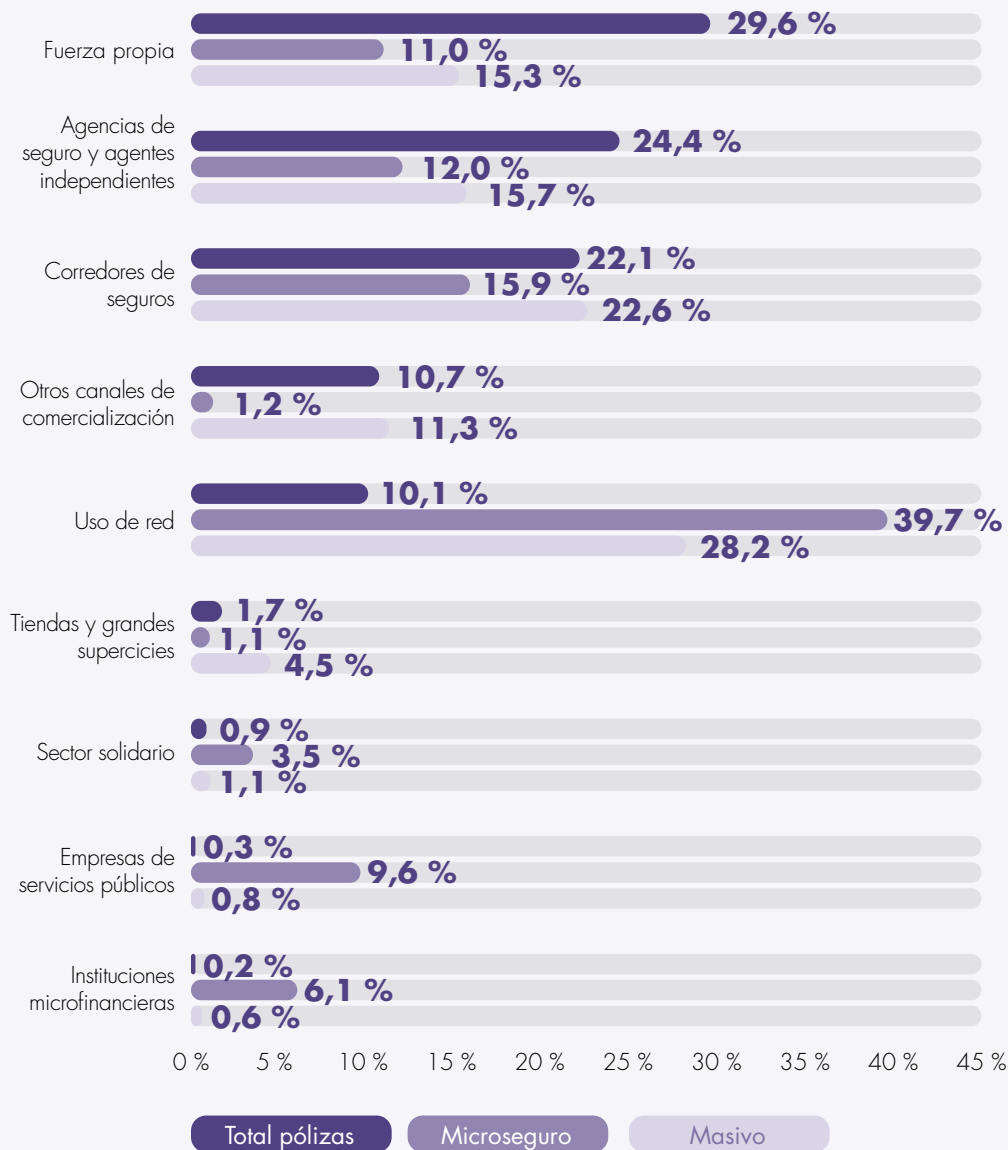
17. De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera 2022 de Banca de las Oportunidades, 86,6 % de la población tiene un celular inteligente, porcentaje que es mayor en ciudades y en población con menor edad.

A nivel general, los canales de comercialización tradicionales<sup>18</sup> siguen siendo los más usados para la venta de seguros. En 2022, la fuerza propia de ventas fue el canal de comercialización más usado (29,6 % de las primas emitidas), seguida de las agencias de seguros y agentes independientes (24,4 %) y de los corredores de seguros (22,1 %) (gráfica 5).

No obstante, para el caso específico de los microseguros y seguros masivos se opta por

canales más novedosos como el uso de red. Al analizar los microseguros, el canal más empleado fue este último (39,7 % de las primas emitidas), y se destacaron las empresas de servicios públicos (9,6 %). Por su parte, en lo correspondiente a los seguros masivos, los principales canales fueron el uso de red (28,2 % del valor de las primas emitidas), seguido de corredores de seguros (22,6 %), agencias de seguros y agentes independientes (15,7 %) y fuerza propia (15,3 %).

**Gráfica 5.** Participación de primas emitidas por canal de comercialización y tipo de seguro



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

18. Los canales de comercialización tradicionalmente usados por la industria son la fuerza de ventas propia, los corredores, las agencias y los agentes independientes de seguros.

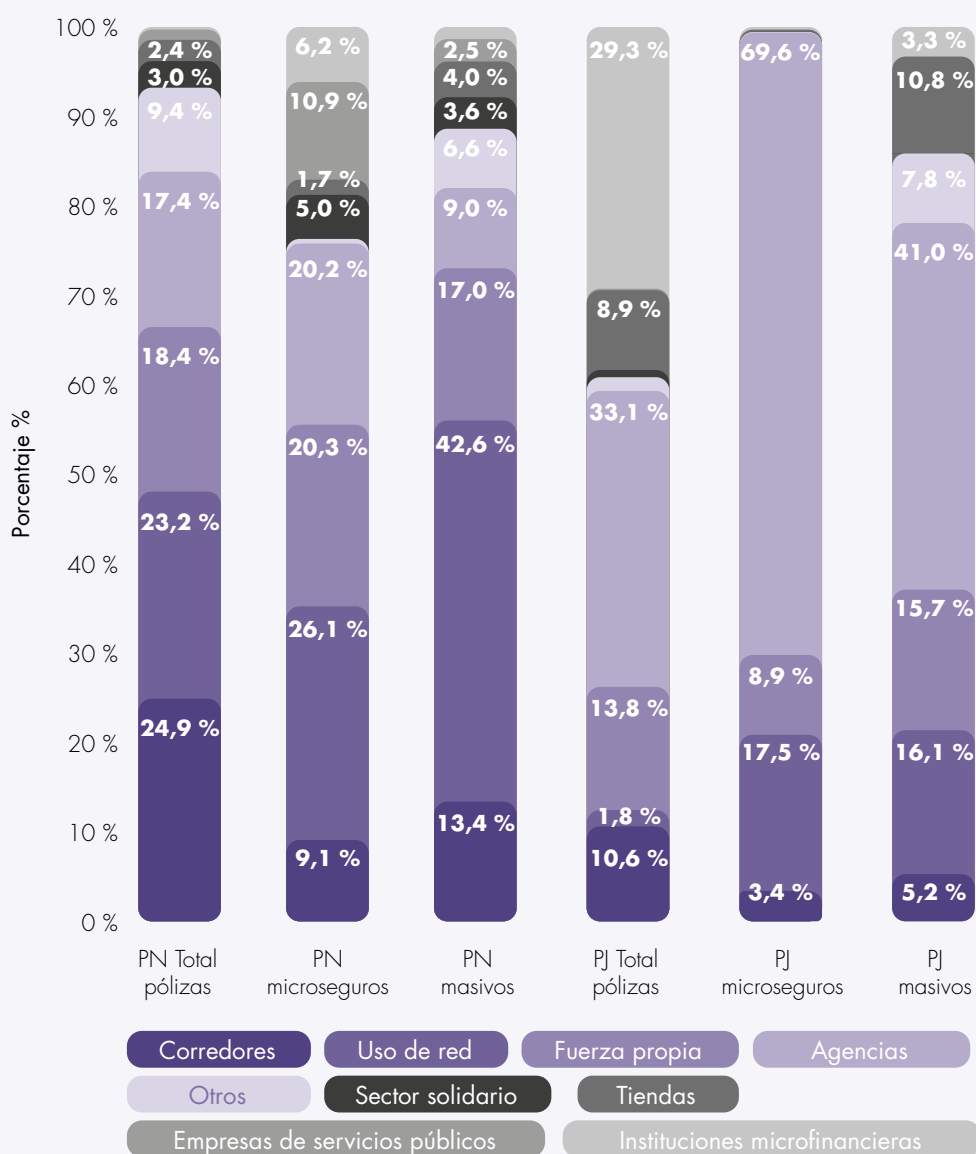
El uso de canales también puede analizarse dependiendo de si el asegurado es una persona natural o jurídica. Cuando se trata de una persona natural, se presentó una mayor comercialización por medio del uso de red. De hecho, **23,2 %** de las personas naturales aseguradas usaron este canal, mientras que para las personas jurídicas este porcentaje se ubicó en **1,8 %**.

En el caso de los microseguros, **26,1 %** de las personas naturales obtuvieron su segu-

ro por medio del uso de red, y **10,9 %**, con empresas de servicios públicos (gráfica 6). Entretanto, en lo correspondiente a los seguros masivos, el **42,6 %** de las personas naturales aseguradas obtuvieron su seguro por medio del uso de red.

En lo que respecta a las personas jurídicas aseguradas, **57,7 %** se aseguraron por medio de canales de comercialización tradicionales, participación que es mayor en el caso de microseguros (**81,9 %**) y seguros masivos (**62 %**).

**Gráfica 6.** Participación de asegurados por canal de comercialización, por tipo de seguro y persona (natural y jurídica)



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

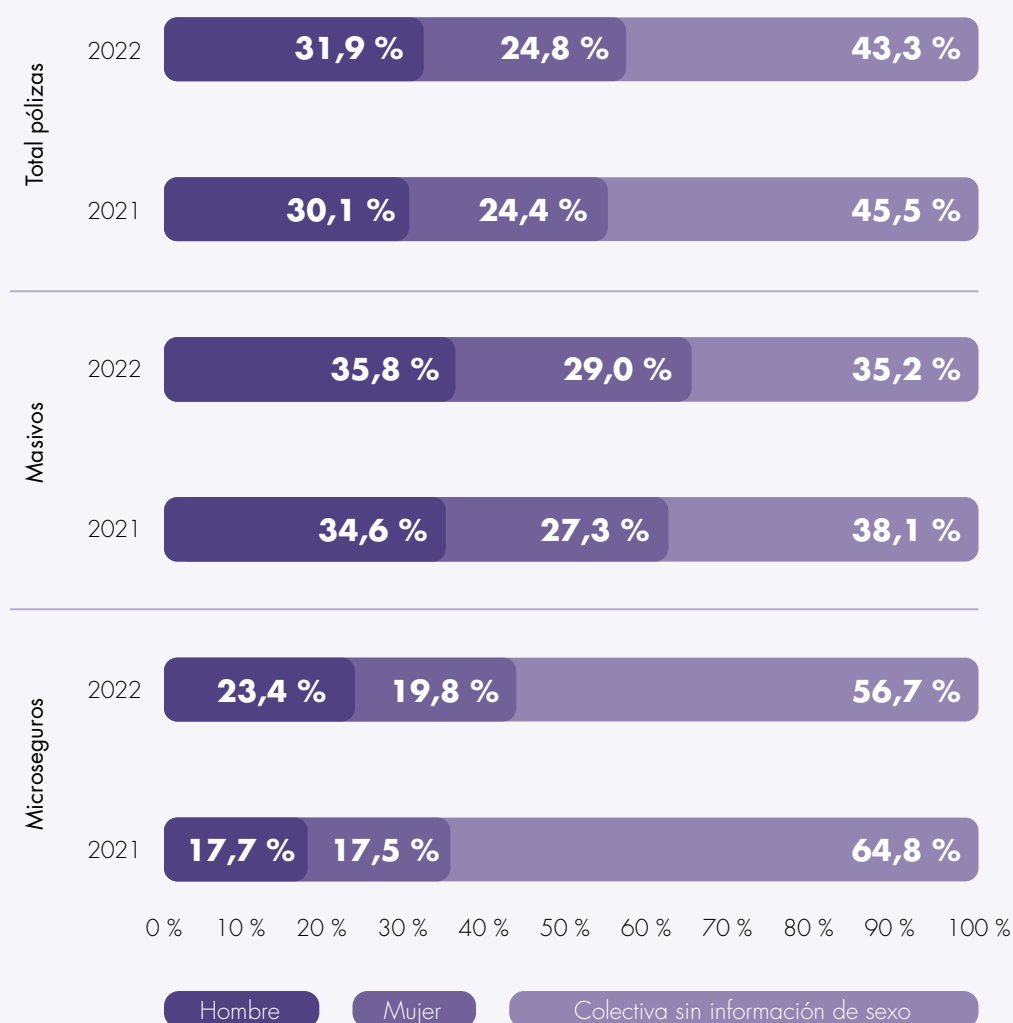
## 8.6. Características de los asegurados

### Personas naturales

En las pólizas donde el asegurado es una persona natural, el **43,3 %** consistió en pólizas colectivas en las que no fue posible determinar el sexo del asegurado (gráfica 7). Esta participación es menor cuando el seguro fue comercializado masivamente (**35,2 %**). Así mismo, el uso de pólizas co-

lectivas donde no fue posible determinar el sexo del asegurado fue mayoritario en los microseguros (**56,7 %** de asegurados). La proporción de asegurados por medio de pólizas colectivas sin información de sexo se redujo en el último año en todos los tipos de seguro.

**Gráfica 7.** Participación de asegurados por tipo de persona natural y tipo de seguro

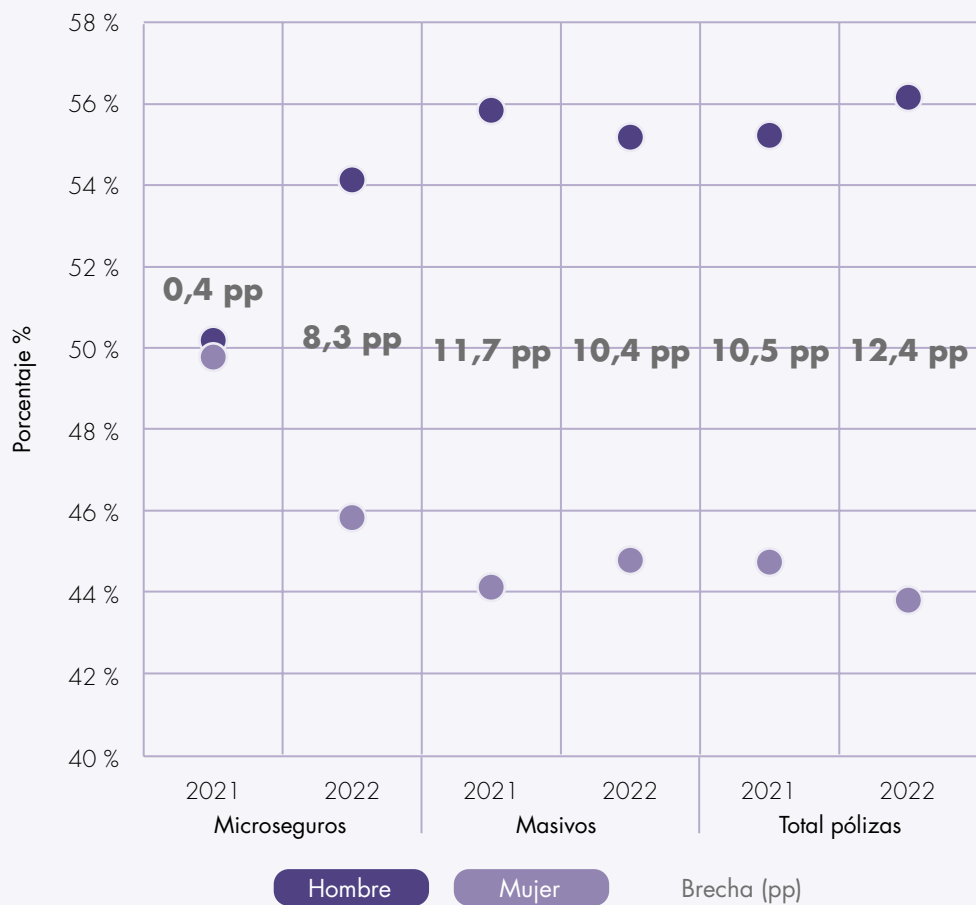


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

La brecha de acceso a seguros por sexo<sup>19</sup> fue de **12,4 pp** para el total de pólizas, por lo que aumentó **1,9 pp** en el último año (gráfica 8). Los microseguros presentaron el mayor aumento en la brecha en 2022, aun cuando siguen siendo el tipo de seguro con una menor diferencia entre la proporción de asegurados hombres y mujeres (**8,3 pp**). En el caso de los seguros masivos, la brecha de acceso por sexo fue de **10,4 pp**, menor a la

observada el año anterior. La brecha de acceso por sexo es mayor en las compañías de seguros generales (**16,7 %**), mientras que en las de vida se observó una mayor participación de las mujeres aseguradas en comparación con los hombres (brecha de **6,7 pp**). En todos los casos analizados la brecha es positiva, evidenciando el menor acceso de las mujeres a los seguros en general, incluyendo microseguros y masivos.

**Gráfica 8.** Brecha de acceso para asegurados persona natural por sexo, por tipo de seguro



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

19. Se define la brecha de acceso por sexo como la diferencia entre la participación de asegurados hombres y mujeres, en el total de asegurados personas naturales en las cuales se identificó el sexo del asegurado.

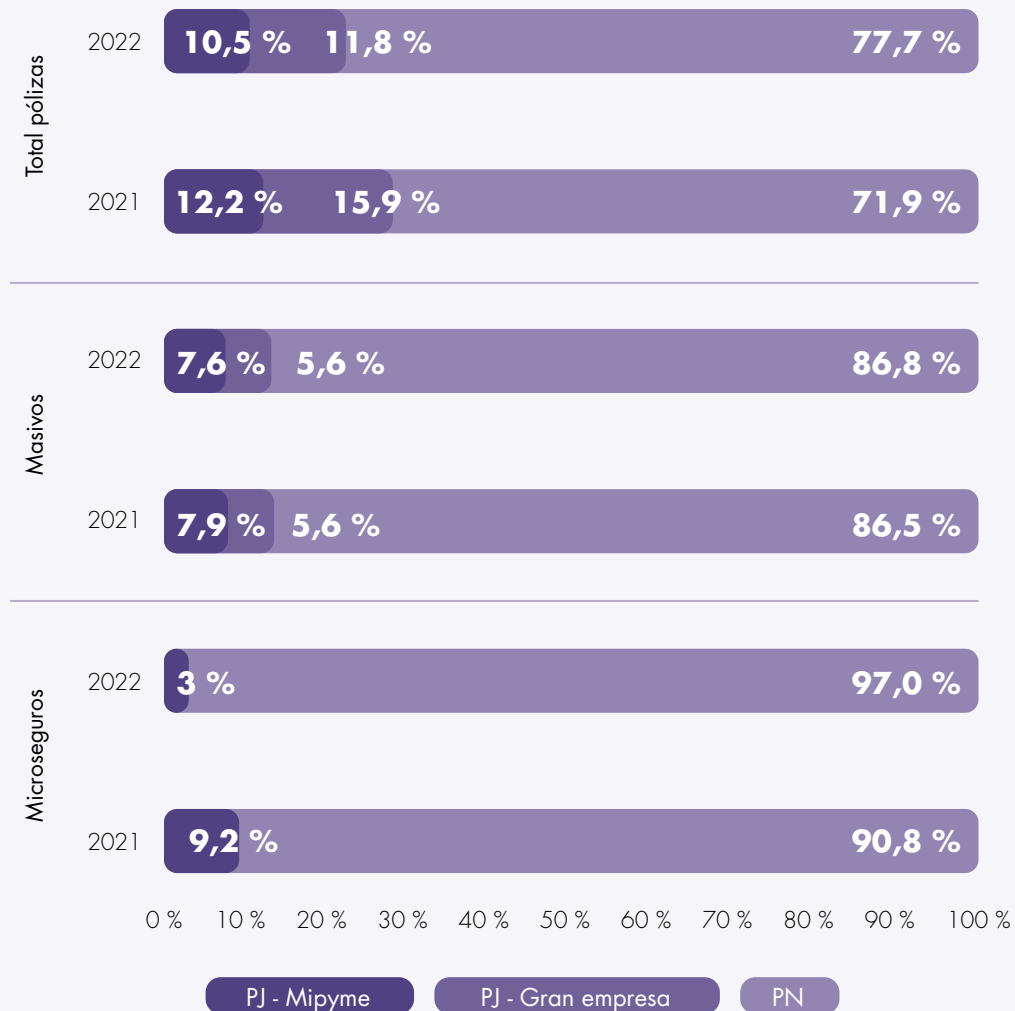
## Personas jurídicas

Las primas emitidas asociadas a pólizas donde el asegurado se identificó como una persona jurídica redujeron su participación en el último año, al pasar de **28,1 %** de las primas emitidas en 2021 a **22,3 %** en 2022 (gráfica 9). Tanto las grandes empresas

como las mipymes redujeron su participación en el último año. En 2022, el **47,1 %** de las primas emitidas donde el asegurado fue una persona jurídica cubrieron riesgos a las mipymes, participación superior a la registrada en 2021 (**43,3 %**).



**Gráfica 9.** Participación de primas emitidas por tipo de persona asegurada y tipo de seguro



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

Los seguros masivos y los microseguros no han sido los productos más usados para el aseguramiento de las mipymes. De los COP **5 billones** en primas emitidas donde el asegurado fue una empresa perteneciente a esta categoría, solo COP **28 000 millones** correspondieron a microseguros, y COP **1,2 billones**, a seguros masivos. En 2022 el **10,5 %** de las primas emitidas aseguraron a mipymes, **1,6 pp** menos que lo reportado en 2021. Esta participación es menor si solo tenemos en cuenta las primas de los seguros masivos (**7,6 %**) o los microseguros (**3 %**). A su vez, **19** de las **25** compañías de seguros generales incluidas

en este reporte vendieron pólizas donde el asegurado fue una mipyme, número que se reduce a **6** si solo tenemos en cuenta microseguros, y a **12** si solo se consideran los seguros masivos.

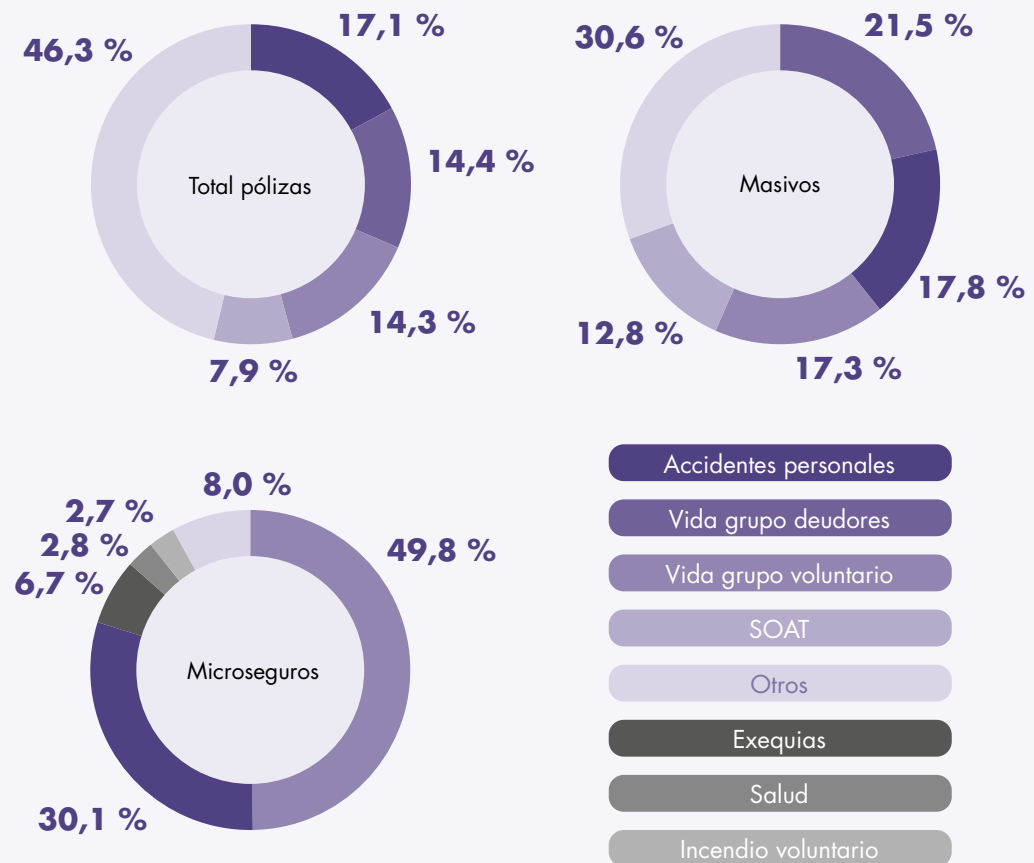
Lo anterior sugiere que el incremento de los niveles de inclusión de micro, pequeñas y medianas empresas en el sector asegurador requiere del desarrollo de microseguros y seguros masivos, con soluciones de protección sencillas, diseñadas a partir de las necesidades de este tipo de empresas y comercializadas por medio de canales cercanos a este tipo de negocios.

## 8.7. Características de los riesgos asegurados<sup>20</sup>

Los principales riesgos asegurados en 2022 fueron accidentes personales (17,1 % del total de riesgos asegurados), vida grupo deudores (14,4 %), vida grupo voluntario (14,3 %) y SOAT (7,9 %) (gráfica 10). El 8,9 % del total de riesgos se aseguraron por medio de microseguros, donde los principales riesgos asegurados se concentran en las coberturas de vida grupo voluntario (49,8 %

del total de microseguros) y accidentes personales (30,1 %). Por su lado, los seguros masivos representaron el 50 % de los riesgos asegurados por la industria, donde las coberturas más comunes son vida grupo deudores (21,5 % de los riesgos asegurados en seguros masivos), accidentes personales (17,8 %), vida grupo voluntario (17,3 %) y SOAT (12,8 %).

Gráfica 10. Participación por ramo de los principales riesgos asegurados, por tipo de seguro



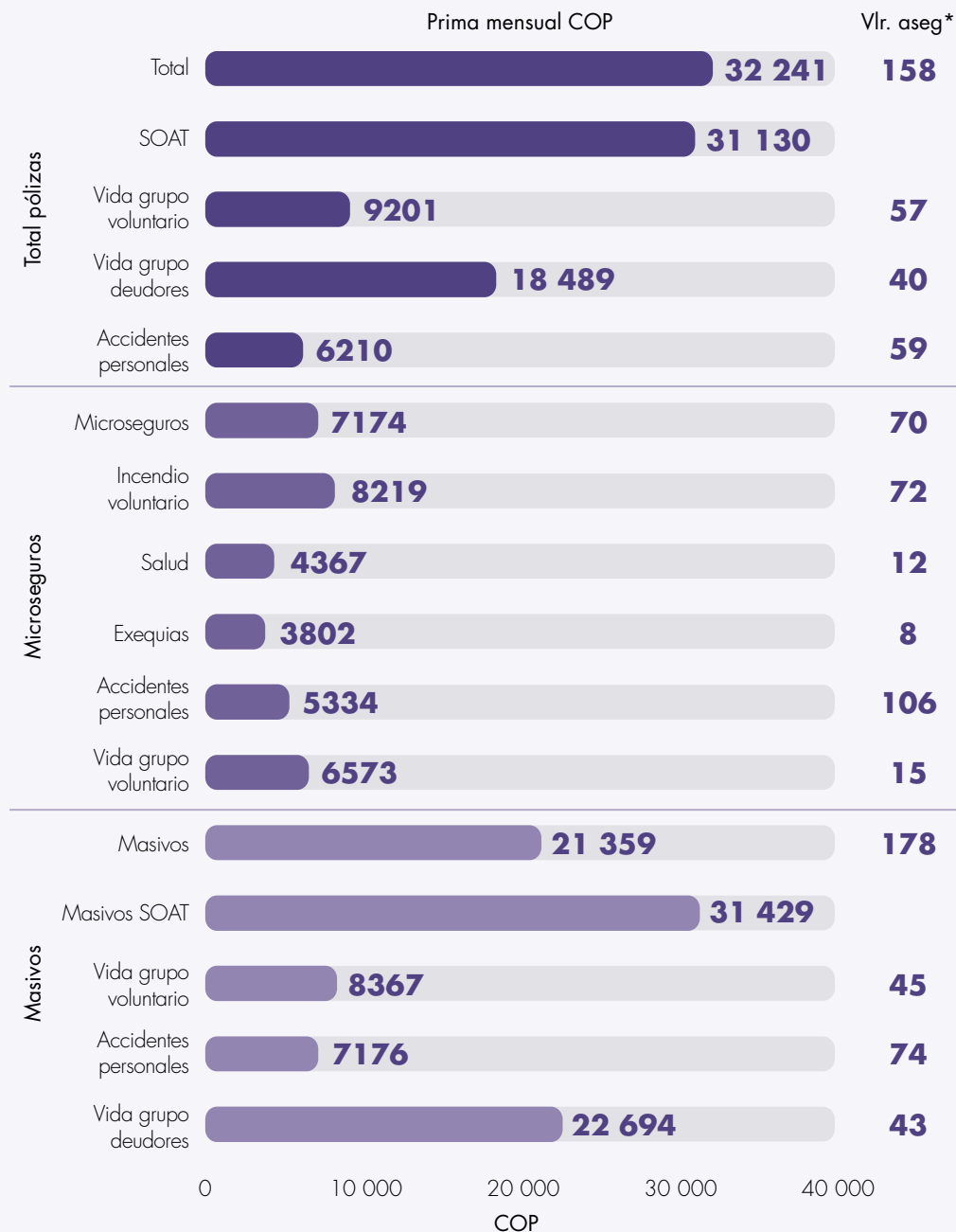
Fuente: elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

20. Corresponde al número de vidas o propiedades asegurados, y se clasifican en ramos o líneas de negocio. Gran parte de las pólizas ofrecidas por las aseguradoras contienen más de una cobertura o riesgo asegurado.

La industria aseguradora ofrece variedad en coberturas, con un amplio rango en primas y valores asegurados. El valor de la prima mensual promedio por riesgo asegurado en 2022 fue de COP **32 241** para todo el sector, COP **7174** para microseguros y COP **21 359** para

seguros masivos. En lo correspondiente al valor asegurado promedio por riesgo asegurado, este ascendió a COP **158 millones** para el total de la industria, COP **70 millones** en el caso de microseguros y COP **178 millones** para seguros masivos (gráfica 11).

**Gráfica 11.** Prima mensual y valor asegurado promedio por riesgo asegurado, por tipo de seguro, y sus principales riesgos asegurados



\*Vlr. aseg corresponde al valor asegurado promedio por riesgo asegurado en millones de pesos.

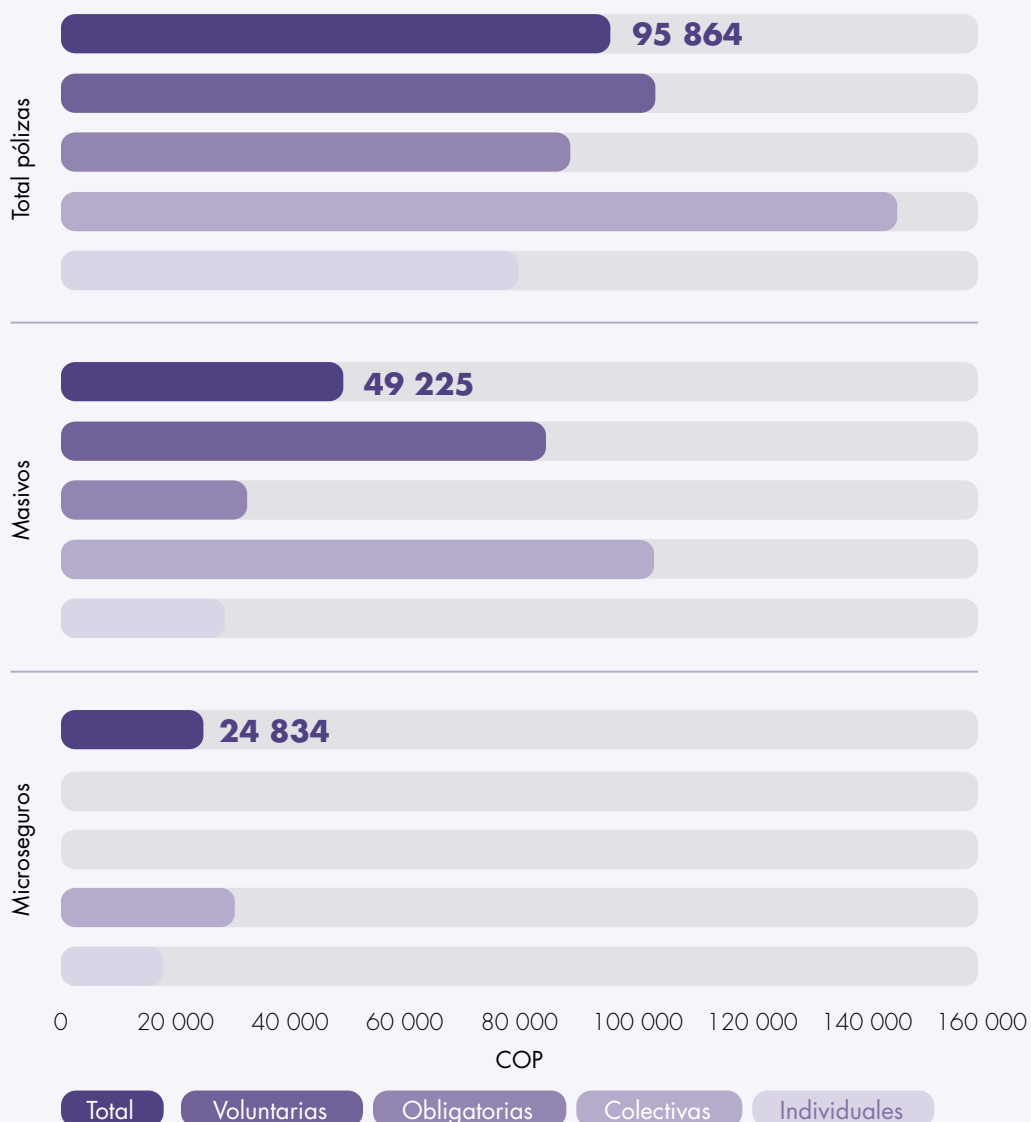
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

La variedad y la asequibilidad también son aplicables a las pólizas ofrecidas por la industria aseguradora. Al finalizar 2022 se contó con **41,2 millones** de pólizas vigentes, **1,2 millones** de pólizas más que las registradas en el año 2021, de las cuales **7,6 %** fueron pólizas de microseguros, y **64,5 %**, pólizas de seguros masivos.

La prima mensual promedio por póliza vigente fue de COP **95 864**, y el número de

riesgos asegurados promedio por póliza fue de **3** durante 2022 (gráfica 12). En el caso de seguros masivos, la prima mensual promedio por póliza fue menor (COP **49 225**), y el número de riesgos asegurados por pólizas fue de **2,3**. Los microseguros muestran mayor cantidad de riesgos asegurados promedio por póliza (**3,5**) y, en línea con su naturaleza, presentaron menores valores de prima mensual promedio por póliza (COP **24 834**).

**Gráfica 12.** Prima mensual promedio (COP) por póliza, individuales/colectivas y obligatorias/voluntarias, por tipo de seguro

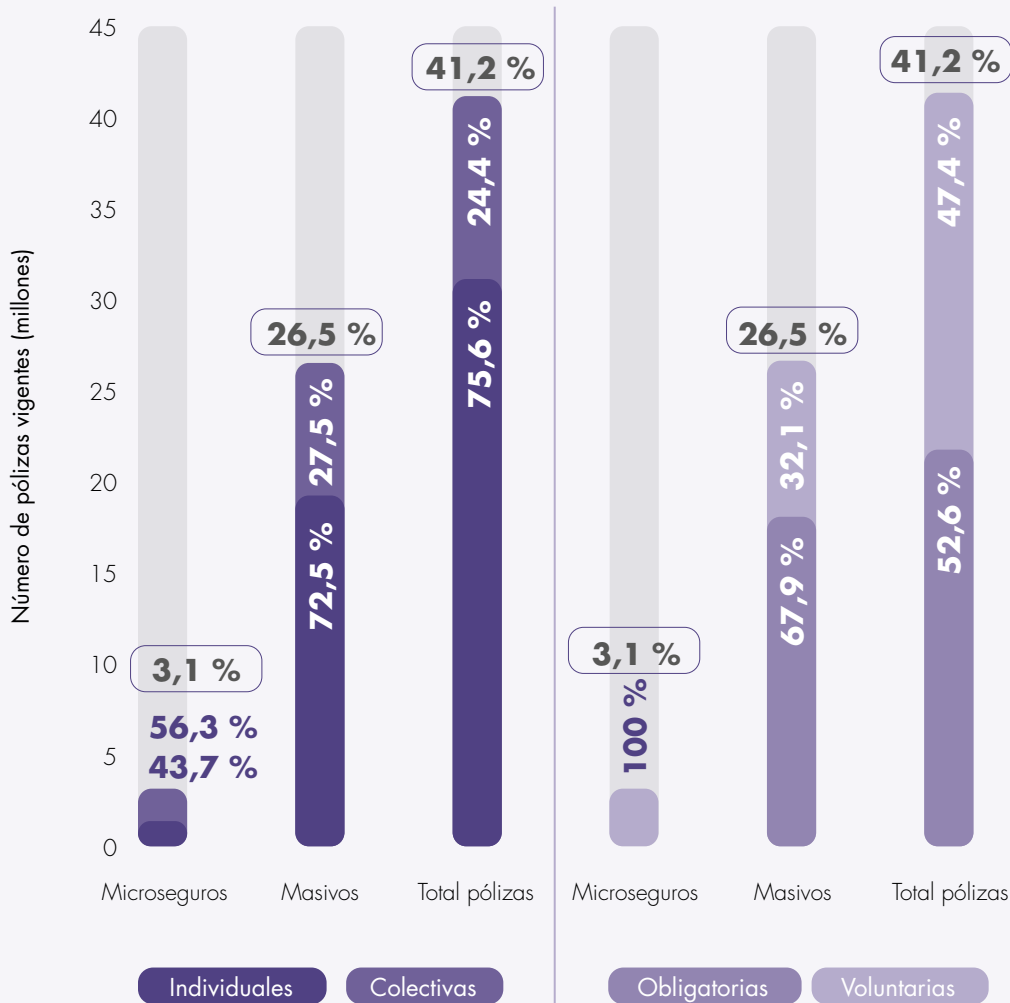


**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

Una parte considerable de las pólizas y primas emitidas por la industria son de obligatoria contratación por parte de los usuarios<sup>21</sup>. En 2022, para el total del sector asegurador, **52,6 %** de las pólizas y **48,8 %** de las primas emitidas estuvieron asociadas a pólizas consideradas como obligatorias (gráfica 13). En

el caso de los seguros masivos, **67,9 %** de las pólizas y **44,8 %** de las primas emitidas estuvieron asociadas a pólizas consideradas como obligatorias. En lo correspondiente a los microseguros, se trata de pólizas de voluntario uso para el consumidor, por lo que no existe algún carácter obligatorio.

**Gráfica 13.** Número de pólizas vigentes 2022, segmentadas (%) entre individuales/colectivas y obligatorias/voluntarias, por tipo de seguro



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

Al analizar si las pólizas vigentes tienen la característica de ser individuales o colectivas (donde con una misma póliza se da cobertura a un grupo de personas), se encontró que, para el promedio de la industria, el **24,4 %** de las pólizas vigentes al final de 2022 fueron colectivas y representaron el **37,1 %** de las pri-

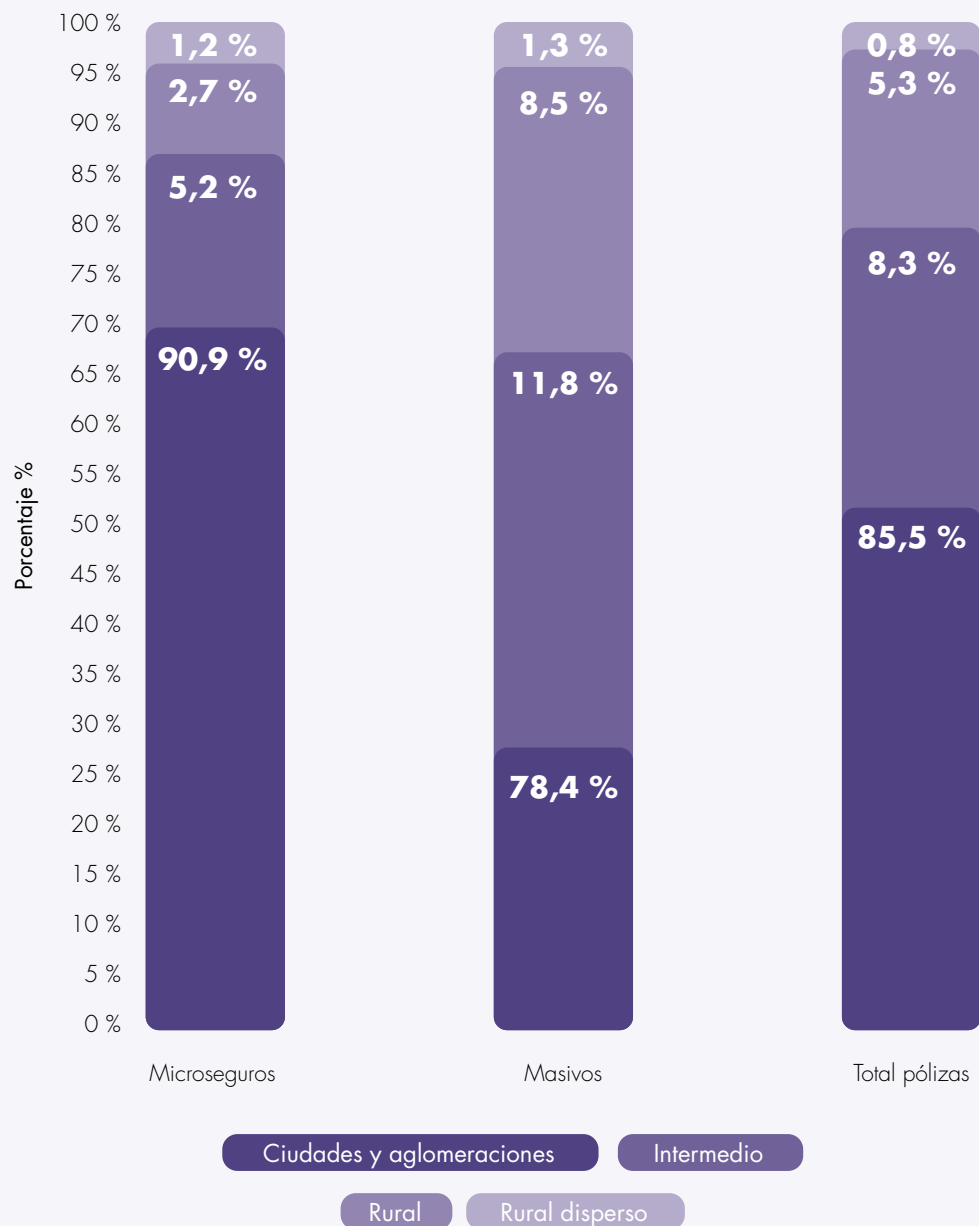
mas emitidas. Las pólizas colectivas son mayormente usadas en microseguros, donde el **56,3 %** de las pólizas vigentes en 2022 fueron de esta clase y corresponden al **68,7 %** de las primas emitidas. En el caso de los seguros masivos, las pólizas colectivas sumaron el **27,5 %** y el **57,8 %** del valor de las primas emitidas.

21. Se considera que una póliza es obligatoria si cumple con cualquiera de estas condiciones: i) se adquirió para cumplir con la normatividad vigente (como es el caso de pólizas de riesgos laborales, SOAT, terremoto o incendio de bienes inmuebles hipotecados a entidades vigiladas); ii) es requerida por entidades financieras, vigiladas y no vigiladas, como condición para acceder a un crédito; iii) se emitió como resultado de la adquisición de otro producto o servicio que, sin la existencia del seguro, no hubiera podido adquirir el consumidor (por ejemplo, el seguro de accidentes para estudiantes como requisito en planteles educativos). El resto de las pólizas se consideran voluntarias.

Por último, se analizó la ubicación de los riesgos asegurados por nivel de ruralidad (gráfica 14). El **85,5 %** de los riesgos asegurados (lugar de la propiedad o residencia de la vida asegurada) están localizados en ciudades; **8,3 %**, en municipios intermedios; **5,3 %**, en municipios rurales, y **0,8 %**, en municipios rurales dispersos. Con respecto a esta composición para el total de la

industria, se observó en los microseguros una mayor cantidad de riesgos asegurados en ciudades y aglomeraciones (**90,9 %** de los riesgos), mientras que los seguros masivos cubren más riesgos en municipios intermedios (**11,8 %** de los riesgos) y rurales (**8,5 %**). Por tanto, para el aseguramiento por fuera de ciudades, la industria ha usado más el seguro masivo que el microseguro.

**Gráfica 14.** Participación por nivel de ruralidad de los riesgos asegurados, por tipo de seguro



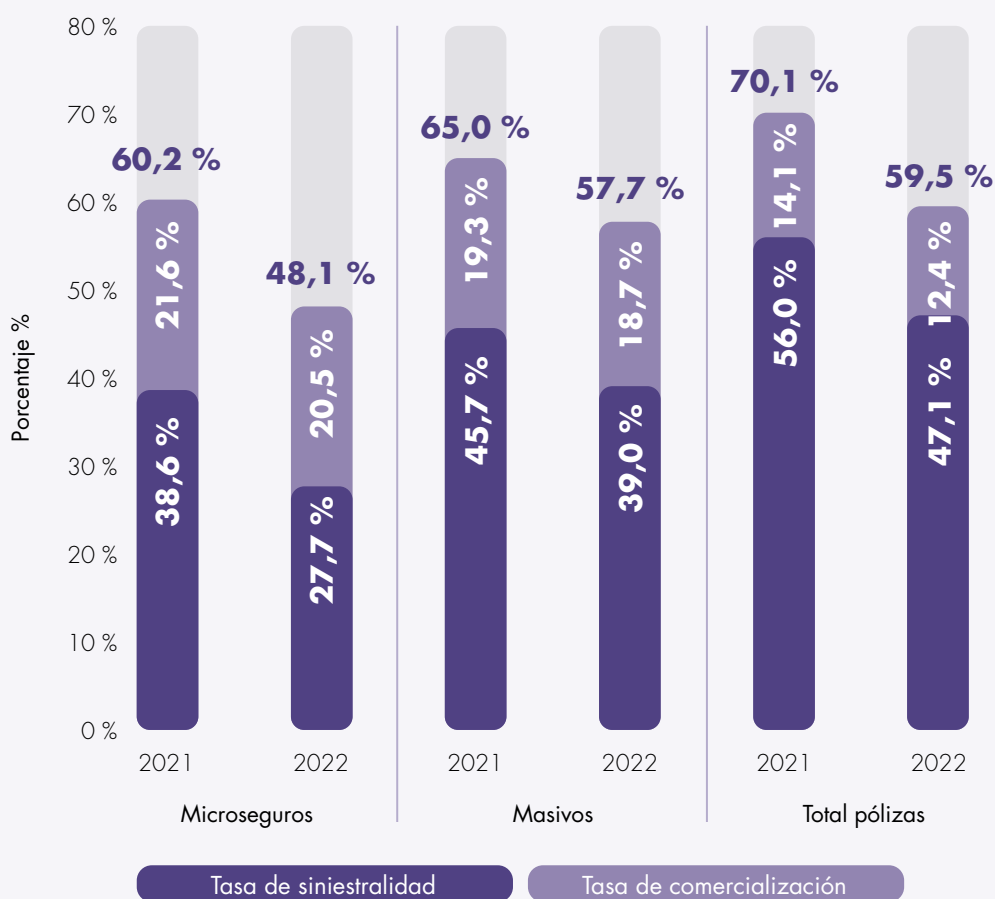
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

## 8.8. Calidad del producto

La tasa de siniestralidad es la fracción de las primas emitidas que utilizó la aseguradora para indemnizar los siniestros de sus asegurados<sup>22</sup>. En el año 2022 se observó una tasa de siniestralidad de la industria aseguradora de **47,1 %**, menor a la observada en 2021, de **56,0 %** (gráfica 15). Así, de cada COP **100** en primas emitidas, la industria aseguradora reconoció a los beneficiarios de sus pólizas COP **47** en siniestros.

La reducción en la tasa de siniestralidad en 2022 también se observó en microseguros y en seguros masivos, tipos de seguro en los que estas tasas siguen siendo menores que para el total de la industria. En el caso de los seguros masivos, la tasa de siniestralidad fue **39,0 %** (**8,1 pp** menor a la industria). Por su parte, dicha tasa en microseguros (**27,7 %**) implicó un menor pago de siniestros a sus beneficiarios comparado con el promedio de la industria (COP **19** menos de indemnizaciones por cada COP **100** en primas).

**Gráfica 15.** Tasas de siniestralidad y comercialización, por tipo de seguro



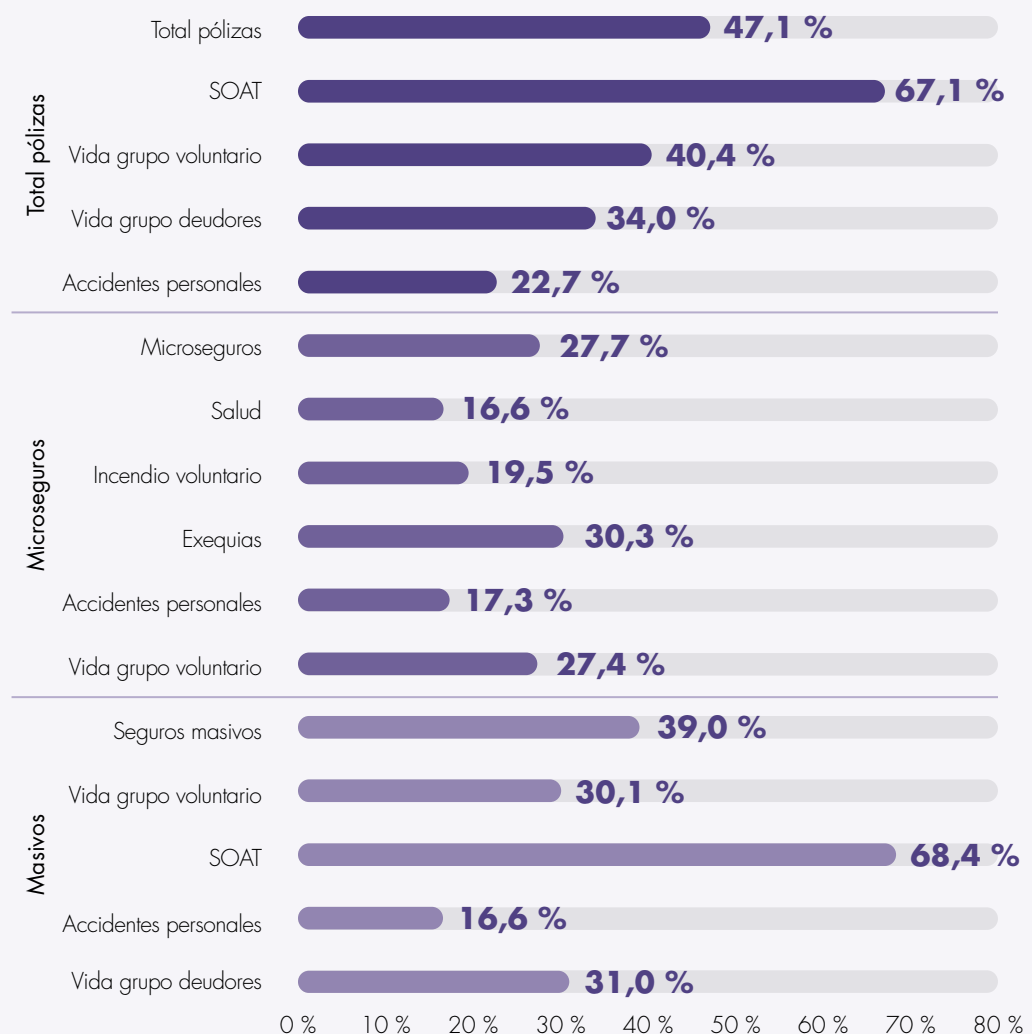
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

22. La tasa de siniestralidad descrita en este capítulo se calculó como el cociente entre siniestros liquidados y primas emitidas.

Como se ha expuesto, los microseguros y los seguros masivos se adquieren especialmente a través de canales de comercialización no tradicionales para contactar potenciales clientes y expedir sus pólizas, por lo que los costos de intermediación incluyen algún tipo de remuneración a ellos. Por consiguiente, en microseguros y seguros masivos los costos de comercialización ascendieron a alrededor del **20 %** de las primas emitidas, casi **6 pp** más que para el total de la industria. Al sumar estos gastos de comercialización<sup>23</sup> como porcentaje de las primas emitidas a la tasa de siniestralidad, los seguros masivos, y especialmente los microseguros, mantienen menores tasas que para el total de las pólizas de la industria (gráfica 15)<sup>24</sup>.

Al segmentar la tasa de siniestralidad en las líneas de negocio, se observó heterogeneidad entre los principales ramos de cada tipo de seguro, siendo el microseguro el que frecuentemente presentó menores tasas (gráfica 16). Por ejemplo, para el ramo vida grupo voluntario la tasa de siniestralidad fue de **40,4 %**, mientras que al tomar las pólizas masivas de este ramo la tasa fue de **30,1 %** y para microseguros fue de **27,4 %**. En accidentes personales también la tasa de siniestralidad es mayor para el total de pólizas de la entidad (**22,7 %**) que para los microseguros (**17,3 %**) o los seguros masivos (**16,6 %**).

**Gráfica 16.** Tasas (%) de siniestralidad por tipo de seguro y para sus principales ramos



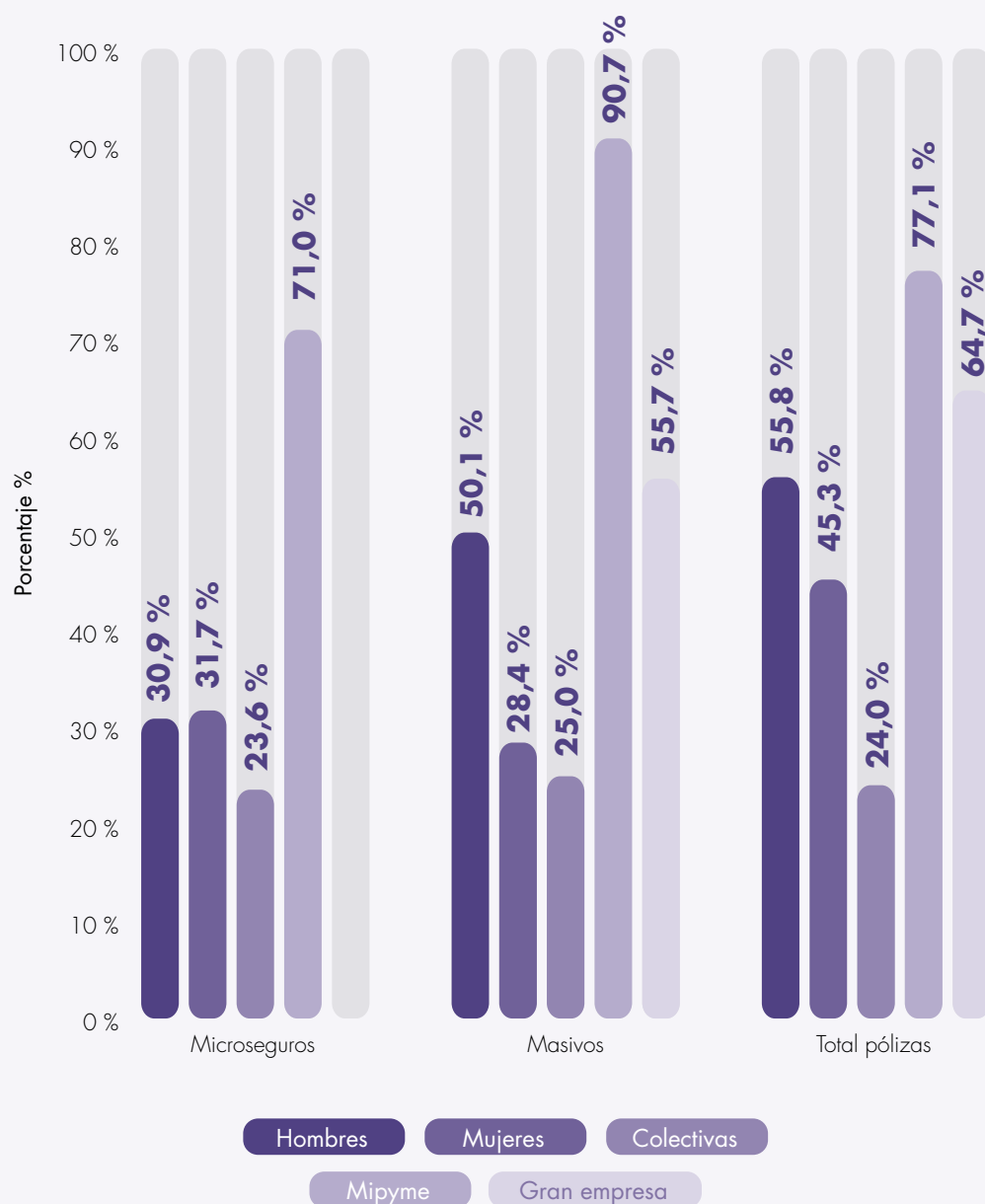
**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

23. Los gastos de comercialización descritos incluyen la remuneración a favor de intermediarios dependientes e independientes, remuneraciones por uso de red y a canales de comercialización.

24. No se cuenta con gastos administrativos y de personal por tipo de seguro para afirmar que la tasa técnica de los microseguros o seguros masivos es menor a la tasa promedio del sector.



**Gráfica 17.** Tasas de siniestralidad por tipo de seguro y persona (natural y jurídica)



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.

Al segmentar de acuerdo con el sexo del asegurado, se observó una menor tasa de siniestralidad de las mujeres con respecto a los hombres para el total de pólizas de la industria y los seguros masivos<sup>25</sup>. La tasa de siniestralidad de las mujeres aseguradas por el total del sistema asegurador fue de **45,3 %**, mientras que para los hombres fue de **55,8 %** (diferencia de **10,6 pp**) (gráfica

17). En el caso de los seguros masivos, los niveles de siniestralidad fueron más bajos, y la diferencia, de **21,7 pp** (**50,1 %** para hombres y **28,4 %** para mujeres). En el caso de los microseguros se reportó una mayor tasa de siniestralidad para las mujeres aseguradas, por lo que la diferencia alcanzó **0,8 pp** (**30,9 %** para hombres y **31,7 %** para mujeres).

25. El reporte de información de primas y siniestros, desagregada entre persona natural y jurídica, se hizo conforme a la naturaleza del asegurado, no del tomador ni del beneficiario. Por tanto, la tasa de siniestralidad se calcula para los asegurados de acuerdo con sus características.

Se destaca la menor tasa de siniestralidad asociada con los microseguros y seguros masivos de pólizas colectivas, donde el asegurado fue una persona natural a la cual la aseguradora no le fue posible determinar su sexo. La tasa de siniestralidad de los asegurados por medio de estas pólizas colectivas fue cercana al **24 %** para todo tipo de seguros.

En lo relacionado con las personas jurídicas aseguradas, la tasa de siniestralidad fue mayor a la presentada por las personas naturales en 2022. En el caso de las grandes empresas, la tasa de **64,7 %** fue menor a la presentada por las mipyme (**77,1 %**). Las tasas de siniestralidad de las mipyme en microseguros fue de **71 %** y de **90,7 %** en seguros masivos.

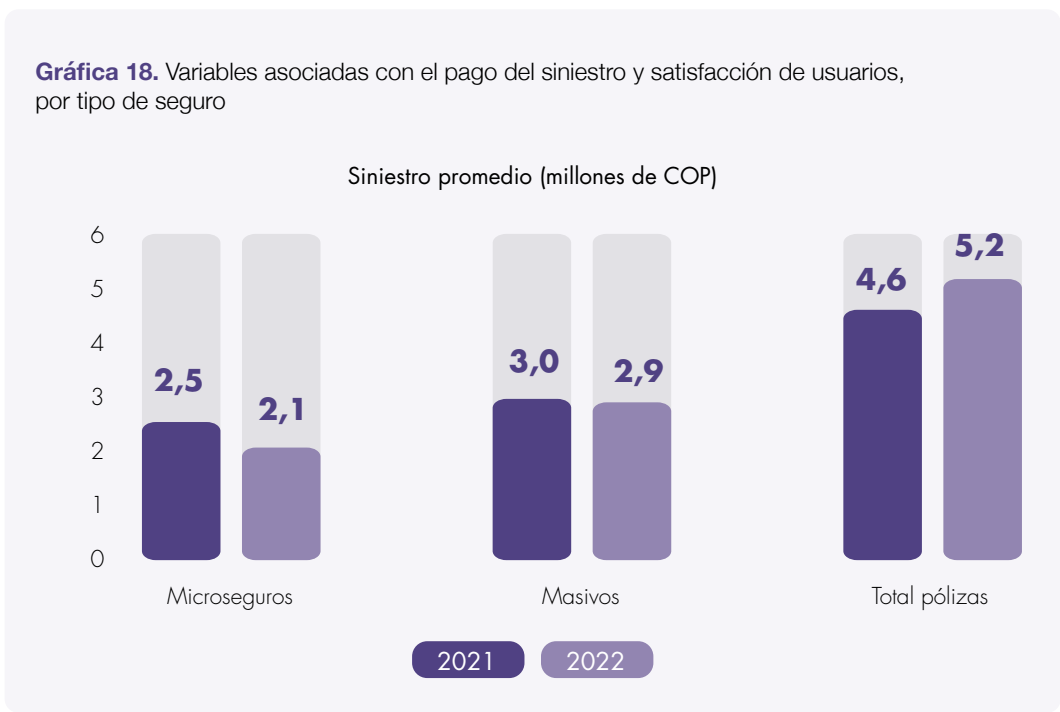
El valor promedio del siniestro pagado en 2022 se incrementó para el total de pólizas de la industria, alcanzando COP **5,2 millones**. En el caso de los microseguros y los seguros masivos, el valor promedio del siniestro pagado se redujo en el último año, alcanzando COP **2,1 millones** y COP **2,9 millones**, respectivamente (gráfica 18). Por su parte, la tasa de rechazos de sinies-

tros<sup>26</sup> disminuyó levemente para el total de pólizas y seguros masivos, mientras que en el caso de microcréditos aumentó hasta el **13,4 %**. Entretanto, el número de días promedio para el pago del siniestro se redujo en todos los tipos de seguro, con niveles menores en los casos de microseguros y seguros masivos<sup>27</sup>.

Por último, el nivel de insatisfacción de los usuarios, medido por el número de quejas por cada 1000 pólizas vigentes, aumentó su nivel durante el último año.

Los microseguros presentaron los mayores niveles de insatisfacción para los consumidores, con **6 quejas por cada 1000 pólizas**, cifra menor a la presentada el año anterior, de **11 quejas por cada 1000 pólizas**.

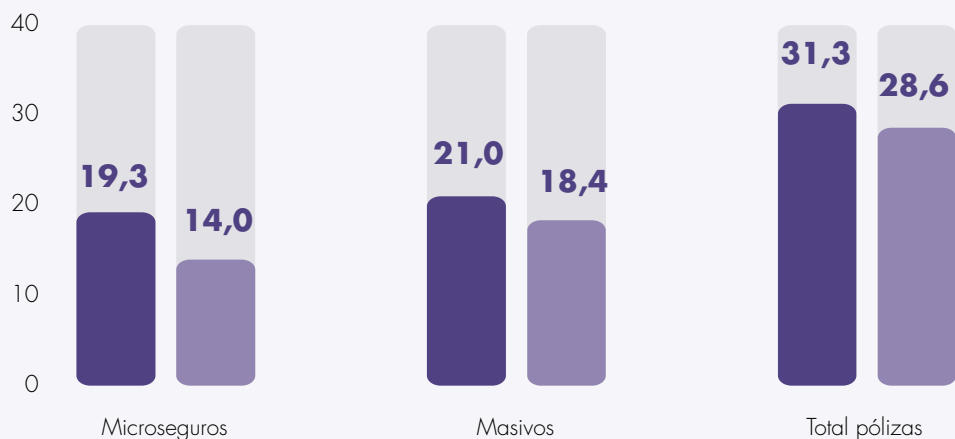
**Gráfica 18.** Variables asociadas con el pago del siniestro y satisfacción de usuarios, por tipo de seguro



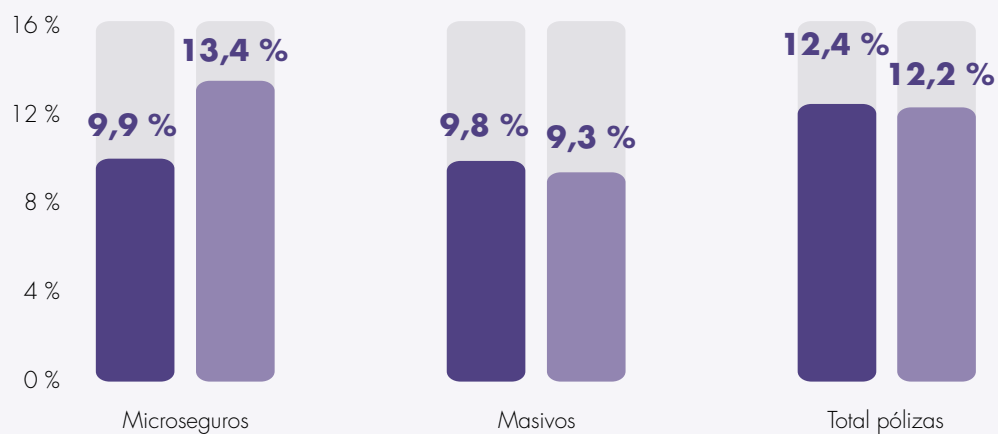
26. Definida como el cociente entre siniestros objetados y siniestros presentados (que es equivalente a la suma de los siniestros liquidados y objetados).

27. Debido a la implementación de procesos simplificados de reclamación establecidos en la normatividad cuando la comercialización se realiza por corresponsales o uso de red.

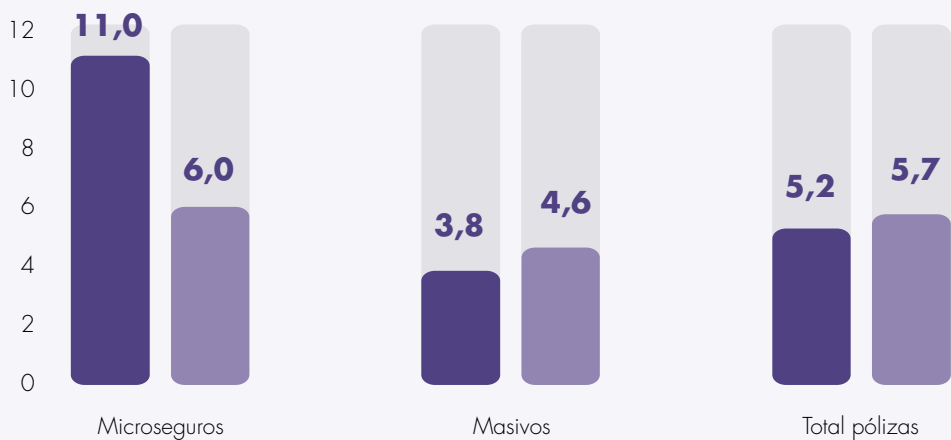
Días promedio para pago de siniestro



Tasa de rechazo de siniestros (%)



Quejas por cada 1000 pólizas vigentes



2021

2022

Fuente: elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC, con datos SFC.



# Anexos

➤ **Colombia en cifras (departamentos)**  
Página 214

➤ **Glosario**  
Página 248



En los anexos se encuentra la sección restante de Colombia en Cifras, que incluye las principales cifras de los 32 departamentos de Colombia. Adicional a ello, hay unas definiciones básicas para comprender parte del reporte.

# Amazonas

Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



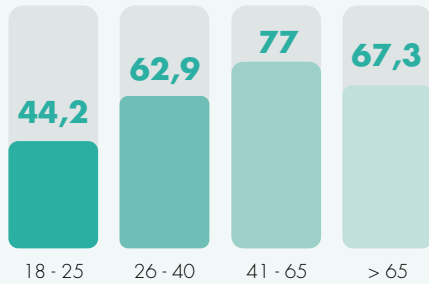
Microcrédito



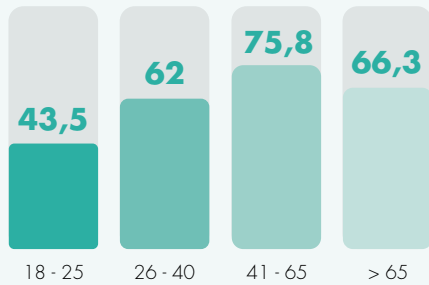
Tarjeta de crédito



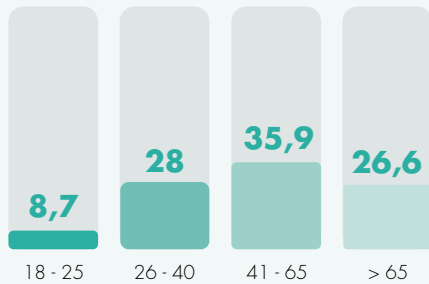
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

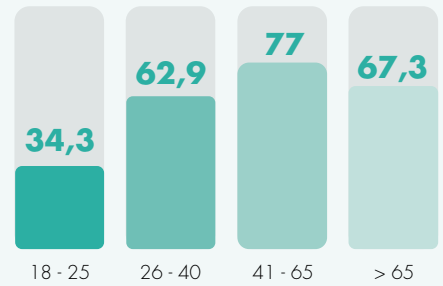
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros

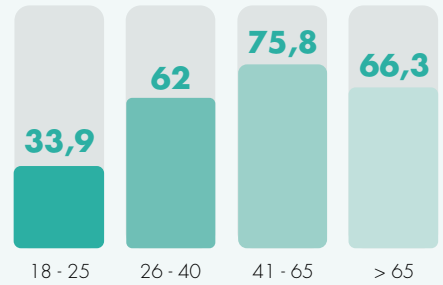


Total productos



**Total: 44,6 %**

Depósitos



**Total: 43,4 %**



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

13 082,5

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 913 233



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

1579

Monto promedio crédito de consumo

\$ 10 470 303

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

5,33

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 127 207 397



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

409

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 4 405 510



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

57,23



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

50,67



Oficinas por 10 000 adultos

1,85



Datáfonos por 10 000 adultos

157,75

# Antioquia

\* Cifras en revisión

Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



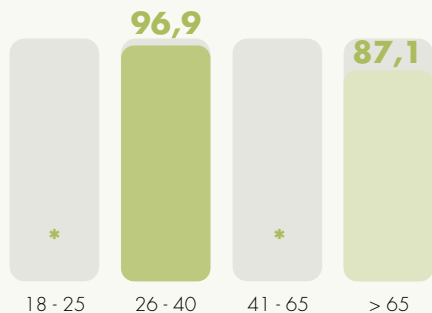
Microcrédito



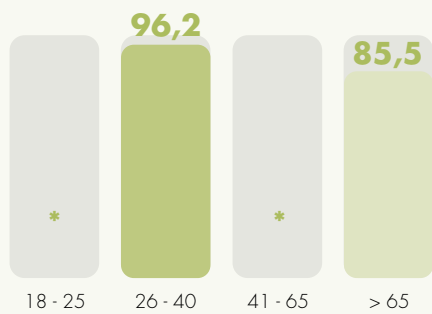
Tarjeta de crédito



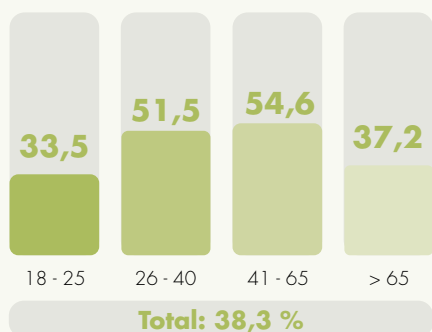
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

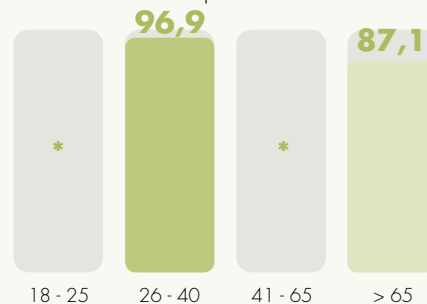
Depósitos de bajo monto



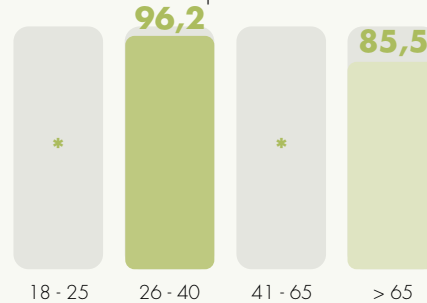
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

20 285,6

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 3 873 842



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

18 607

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 594 445

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

48,58

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 149 330 182



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

402

Monto desembolsado en microcrédito

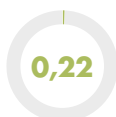
\$ 7 540 018



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

81,51



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

69,88



Oficinas por 10 000 adultos

2,13



Datáfonos por 10 000 adultos

221,97



# Arauca

Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



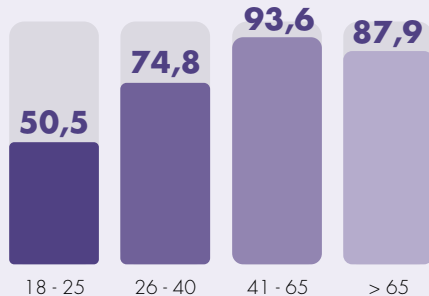
Microcrédito



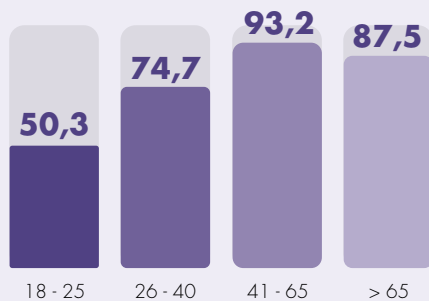
Tarjeta de crédito



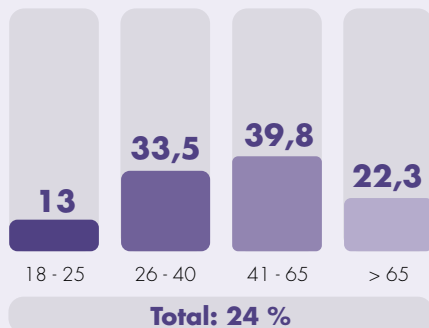
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto

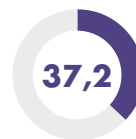


Adultos (%) con productos activos o vigentes

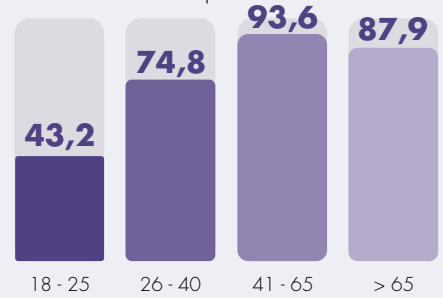
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros

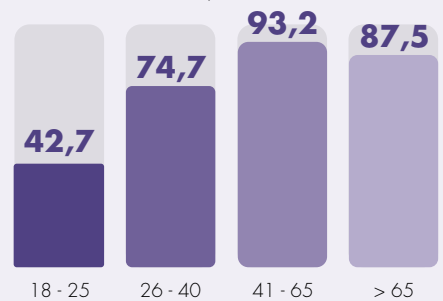


Total productos



Total: 61,7 %

Depósitos



Total: 60 %



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

15 629,9

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 949 781



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

6535

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 376 240

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

9,83

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 103 358 533



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

617

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 7 858 331



Cobertura

Número decorrespondientes físicos por 10 000 adultos

158,83



Número correspondientes móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de correspondientes físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de correspondientes físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Correspondientes físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

149



Oficinas por 10 000 adultos

1,28



Datáfonos por 10 000 adultos

117,62

# Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina



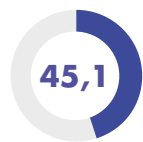
## Adultos (%) con productos activos o vigentes

### Indicador por producto

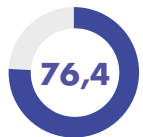


### Adultos (%) con productos

#### Depósitos de bajo monto



#### Cuenta de ahorros



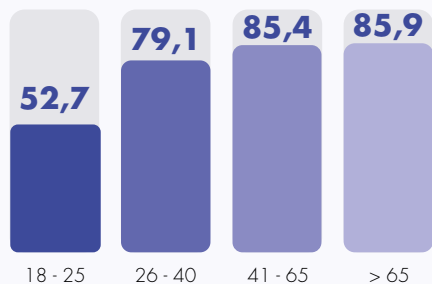
#### Microcrédito



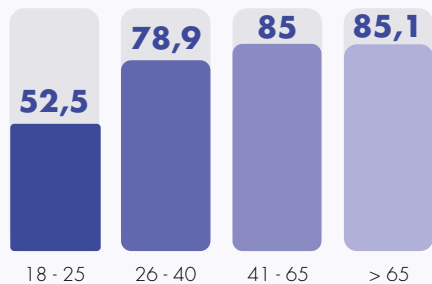
#### Tarjeta de crédito



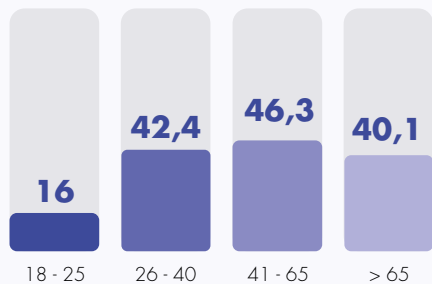
#### Total productos



#### Depósitos

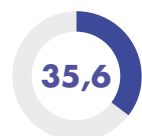


#### Crédito

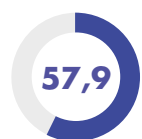


### Indicador por producto

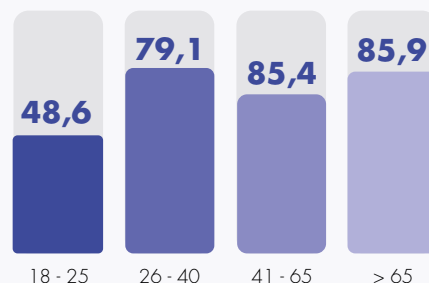
#### Depósitos de bajo monto



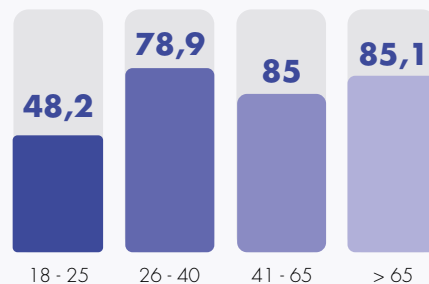
#### Cuenta de ahorros



#### Total productos



#### Depósitos



### Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto **32 963,7**

Saldo promedio cuentas de ahorro **\$ 4 029 434**



### Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes **33 170**

Monto promedio crédito de consumo **\$ 1 373 328**

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes **18,67**

Monto promedio crédito de vivienda **\$ 167 988 959**



### Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes **285**

Monto desembolsado en microcrédito **\$ 8 549 677**



### Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

**146,01**



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

**139,99**



Oficinas por 10 000 adultos **2,90**



Datáfonos por 10 000 adultos **3957,73**

# Atlántico

Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



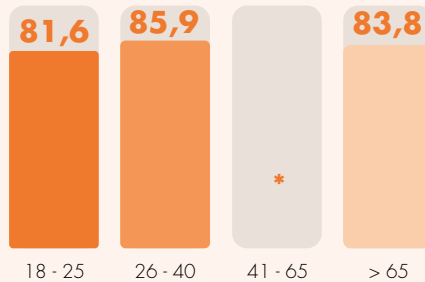
Microcrédito



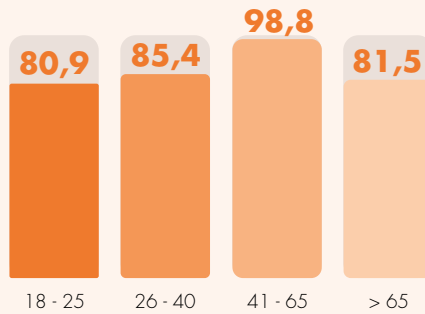
Tarjeta de crédito



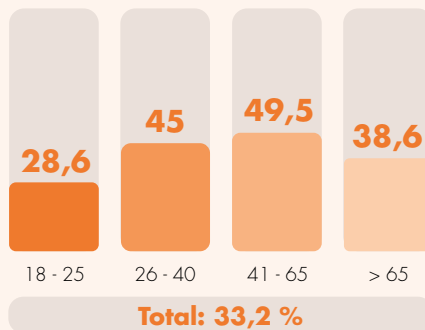
Total productos



Depósitos



Crédito

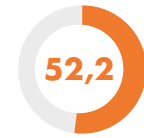


Indicador por producto

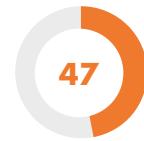


Adultos (%) con productos activos o vigentes

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Ahorro

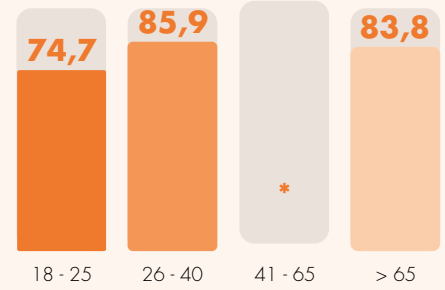


Crédito

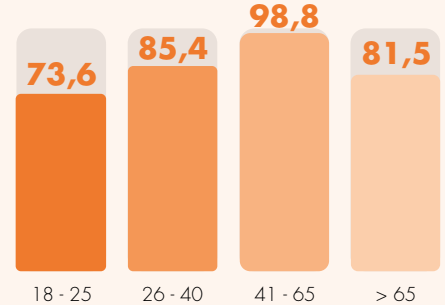


Microcrédito

Total productos



Depósitos



Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

19 992,8

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 081 033

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

32 747

Monto promedio crédito de consumo

\$ 1 113 613

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

67,09

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 93 962 167

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

323

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 5 656 296



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

89,39



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

83,16



Oficinas por 10 000 adultos

1,41



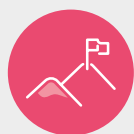
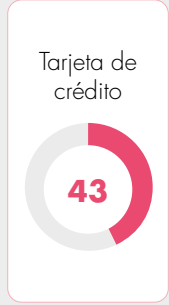
Datáfonos por 10 000 adultos

788,15

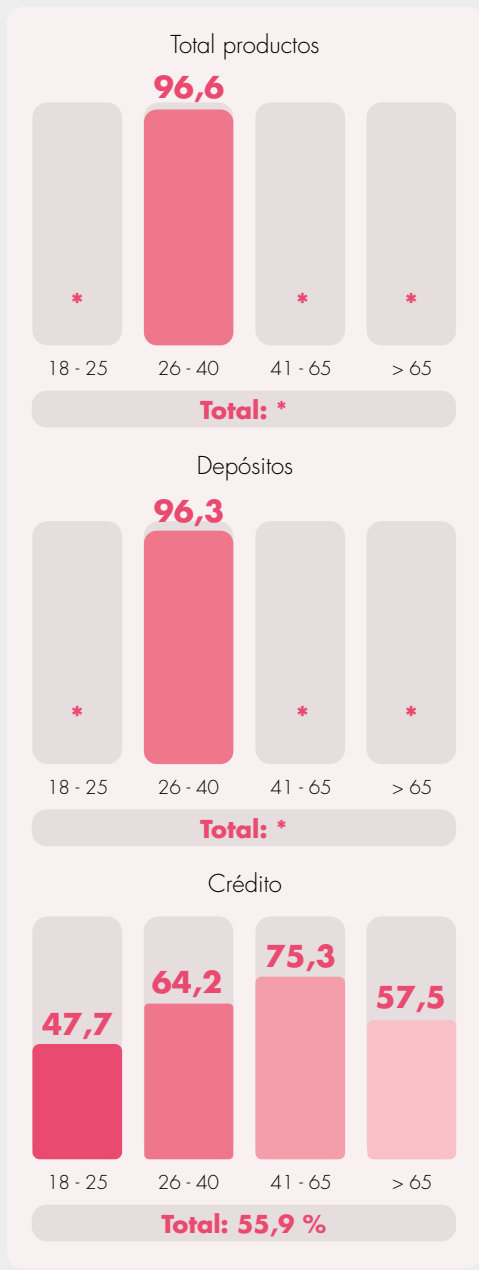
# Bogotá

\* Cifras en revisión

## Indicador por producto



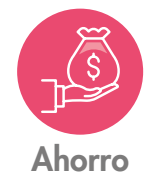
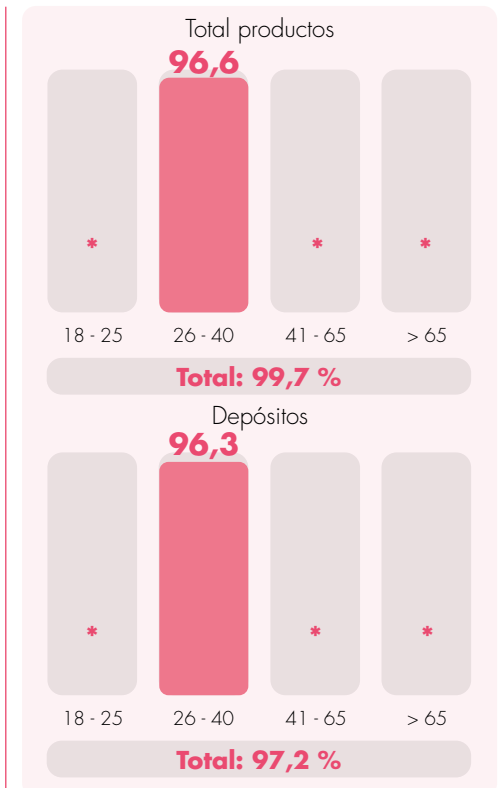
## Adultos (%) con productos



## Indicador por producto



## Adultos (%) con productos activos o vigentes



Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto **36 510,2**

Saldo promedio cuentas de ahorro **\$ 7 101 195**



Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes **190 662**

Monto promedio crédito de consumo **\$ 640 836**

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes **114,13**

Monto promedio crédito de vivienda **\$ 141 263 718**



Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes **228**

Monto desembolsado en microcrédito **\$ 8 376 233**



Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos **178,11**



Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos **162,28**

Oficinas por 10 000 adultos **2,12**

Datáfonos por 10 000 adultos **384,12**

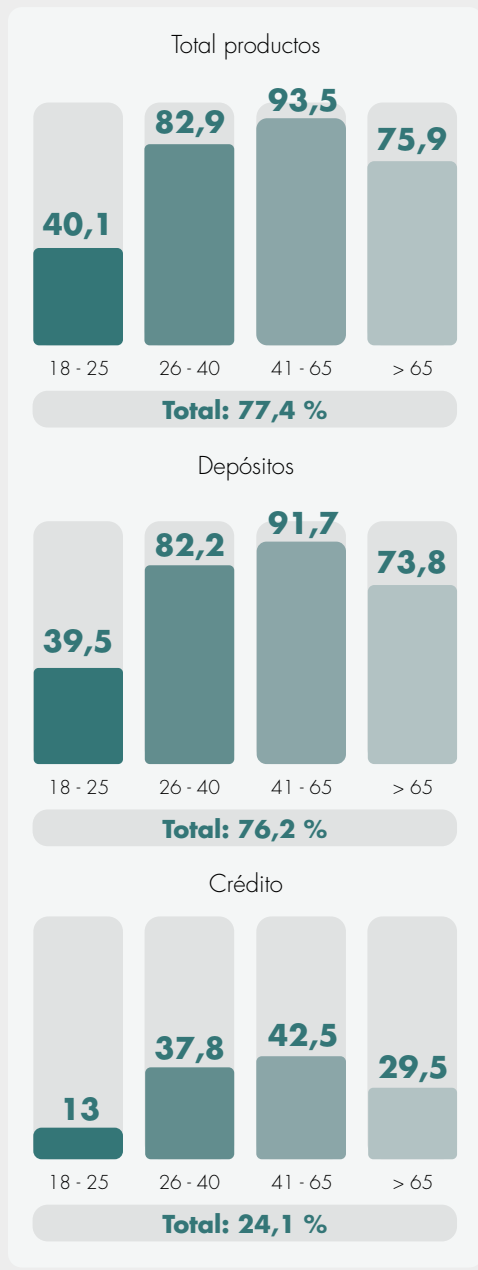
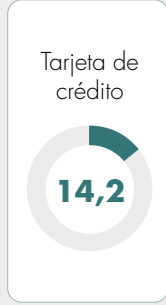
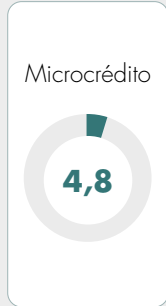
# Bolívar



Indicador por producto



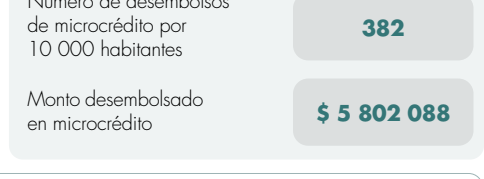
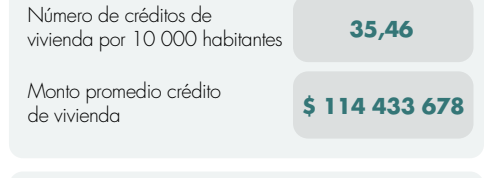
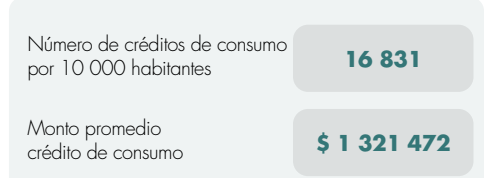
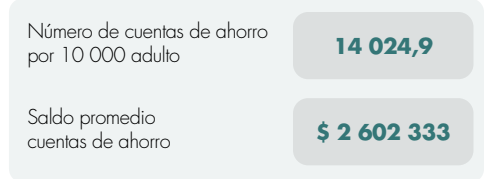
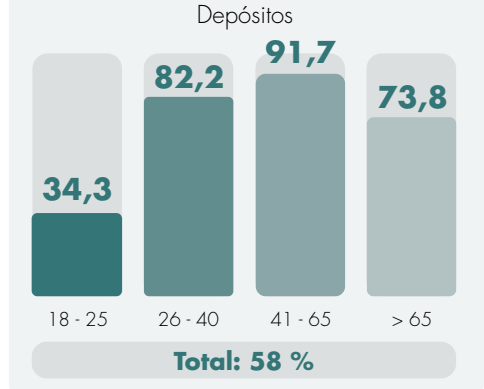
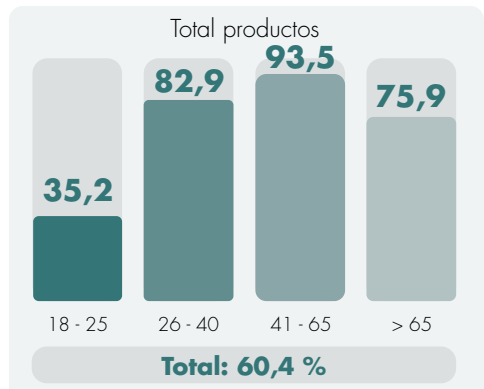
Adultos (%) con productos



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes



# Boyacá



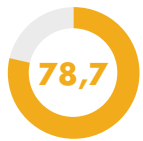
Adultos (%) con productos

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



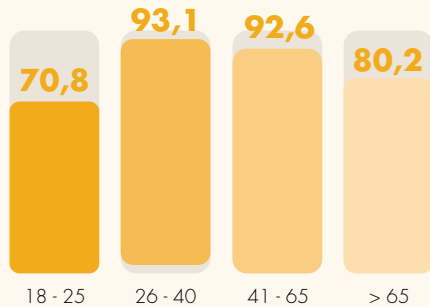
Microcrédito



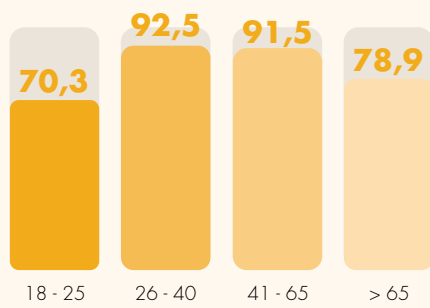
Tarjeta de crédito



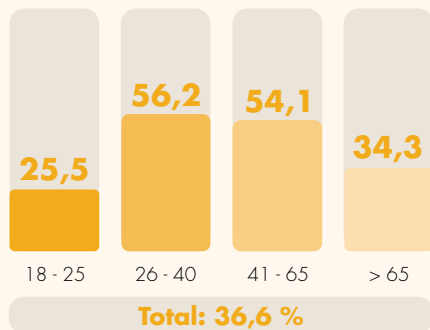
Total productos



Depósitos

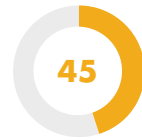


Crédito

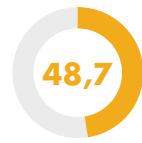


Indicador por producto

Depósitos de bajo monto

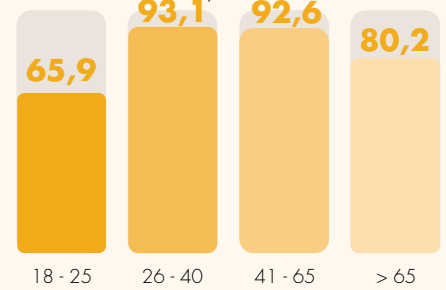


Cuenta de ahorros



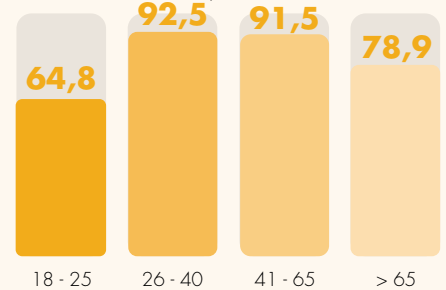
Adultos (%) con productos activos o vigentes

Total productos



Total: 73,2 %

Depósitos



Total: 69,5 %



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

19 805,5

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 092 244



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

11 224

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 239 593

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

40,68

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 95 735 011



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

1099

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 8 398 161



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

186,08



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

160,66



Oficinas por 10 000 adultos

2,82



Datáfonos por 10 000 adultos

188,83

# Caldas



## Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Microcrédito

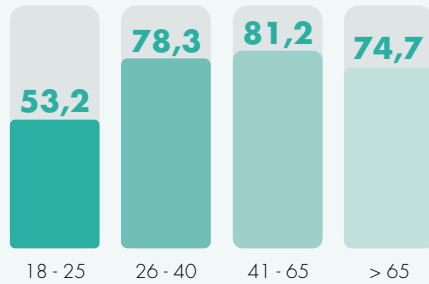


Tarjeta de crédito



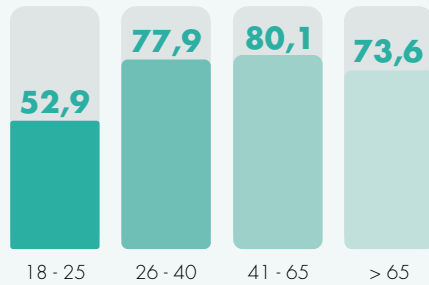
Adultos (%) con productos

Total productos



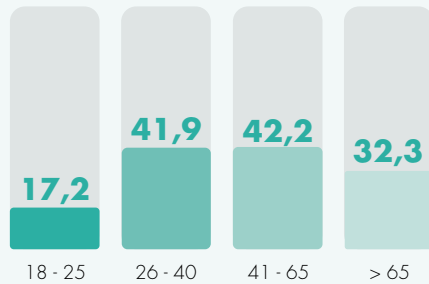
Total: 75,1 %

Depósitos



Total: 74,3 %

Crédito



Total: 28 %

## Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Ahorro

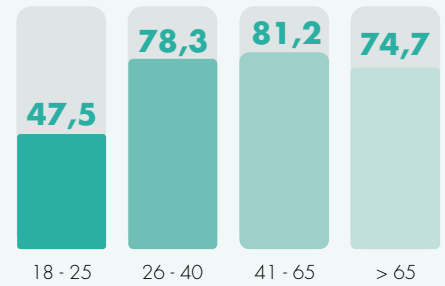


Crédito



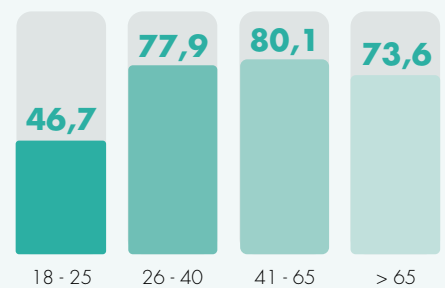
Microcrédito

Total productos



Total: 60,9 %

Depósitos



Total: 58,9 %

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

18 636,8

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 835 890

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

14 554

Monto promedio crédito de consumo

\$ 1 828 494

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

40,36

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 127 900 119

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

510

Monto desembolsado en microcrédito

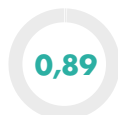
\$ 5 616 565



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

104,02



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

93,28



Oficinas por 10 000 adultos

2,09



Datáfonos por 10 000 adultos

116,84

# Caquetá

## Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Microcrédito

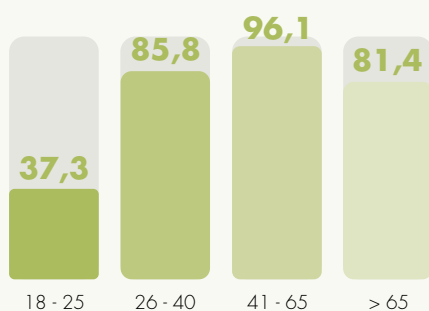


Tarjeta de crédito

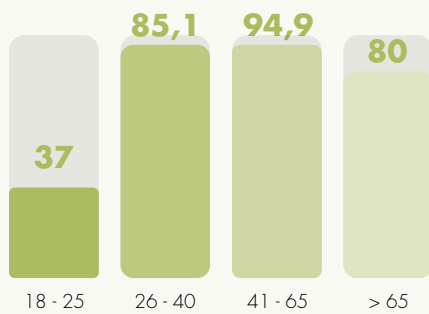


Adultos (%) con productos

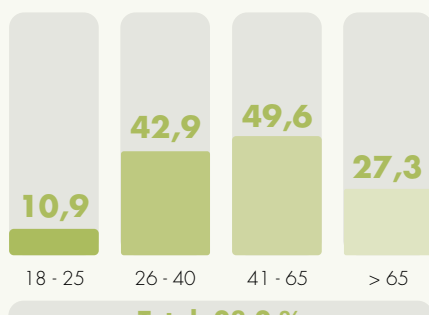
Total productos



Depósitos



Crédito



## Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

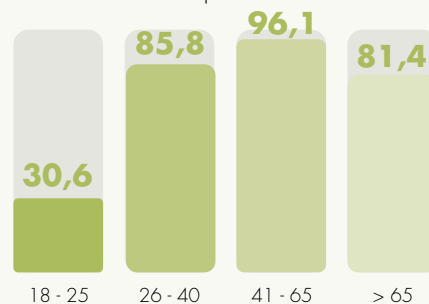
Depósitos de bajo monto



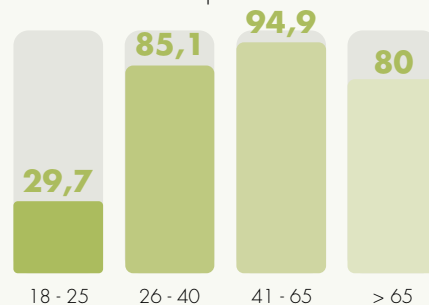
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

15 240,6

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 474 598



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

12 144

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 029 376

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

9,29

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 117 677 495



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

896

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 7 151 555



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

207,12



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

193,91



Oficinas por 10 000 adultos

1,96



Datáfonos por 10 000 adultos

151,28



# Casanare

Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



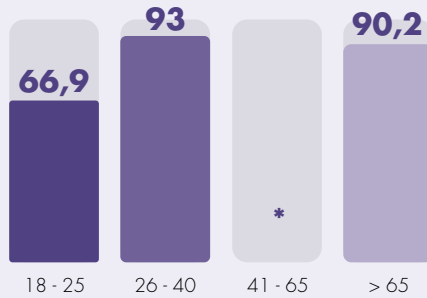
Microcrédito



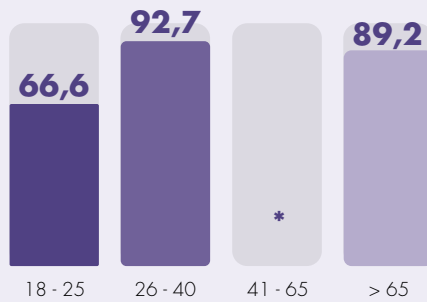
Tarjeta de crédito



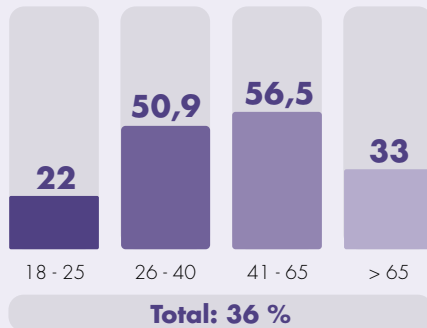
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto

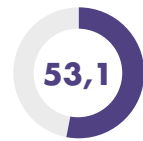


Adultos (%) con productos activos o vigentes

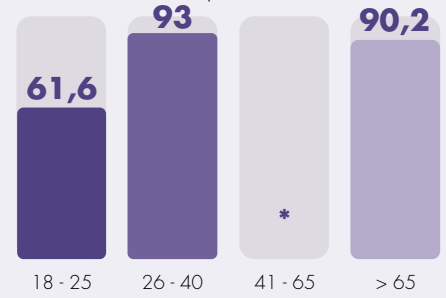
Depósitos de bajo monto



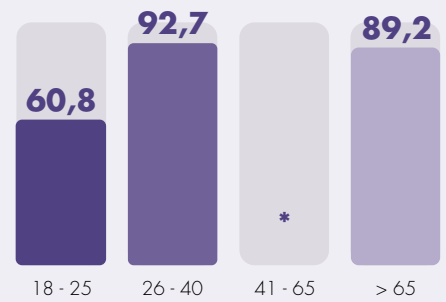
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

21 273,5

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 404 667



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

10 911

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 510 992

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

22,78

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 83 603 828



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

871

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 6 701 867



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

180,42



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

163,76



Oficinas por 10 000 adultos

2,31



Datáfonos por 10 000 adultos

233,05

# Cauca



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



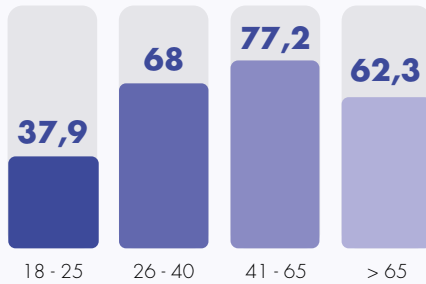
Microcrédito



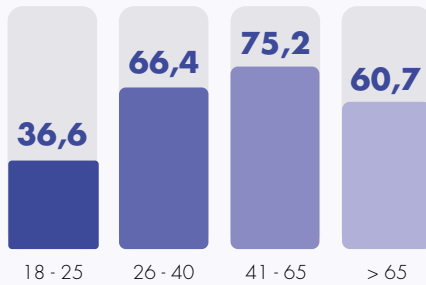
Tarjeta de crédito



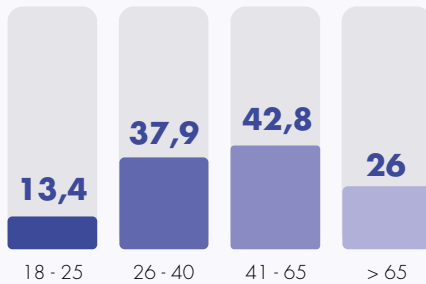
Total productos



Depósitos



Crédito

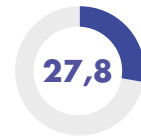


Indicador por producto

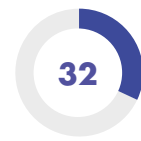


Adultos (%) con productos activos o vigentes

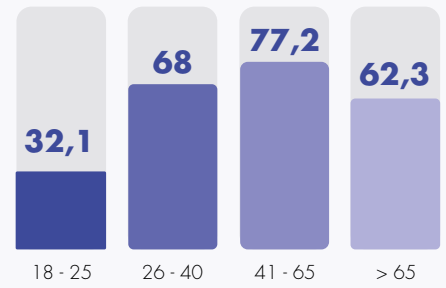
Depósitos de bajo monto



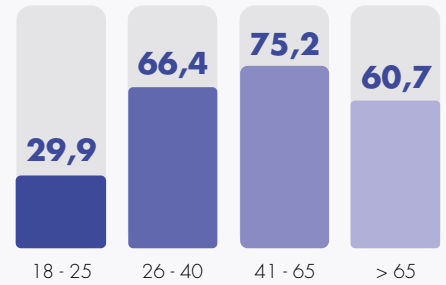
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

9740

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 893 363



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

4893

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 374 509

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

17,20

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 83 742 817



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

817

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 6 010 612



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

103,54



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

93,79



Oficinas por 10 000 adultos

1,16



Datáfonos por 10 000 adultos

95,97

# Cesar



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



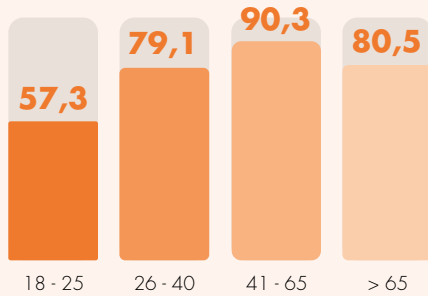
Microcrédito



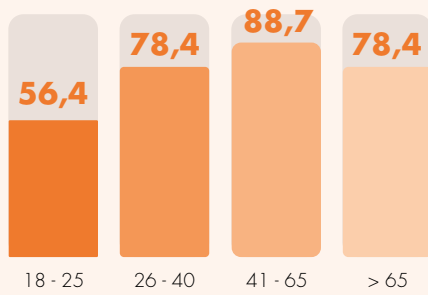
Tarjeta de crédito



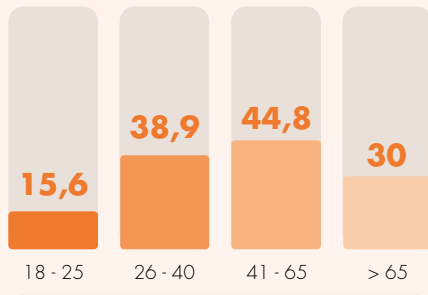
Total productos



Depósitos



Crédito

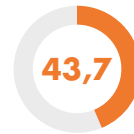


Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

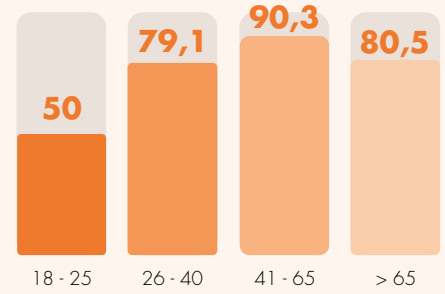
Depósitos de bajo monto



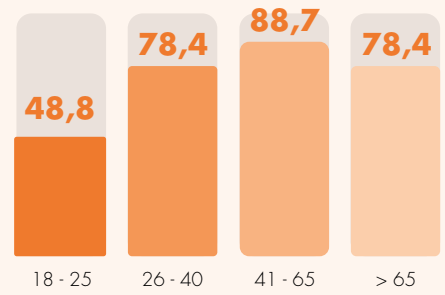
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

12 851,8

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 708 685



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

10 576

Monto promedio crédito de consumo

\$ 1 781 809

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

27,45

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 101 848 100



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

543

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 5 691 393



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

158,11



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

145,24



Oficinas por 10 000 adultos

1,40



Datáfonos por 10 000 adultos

88,66

# Chocó



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



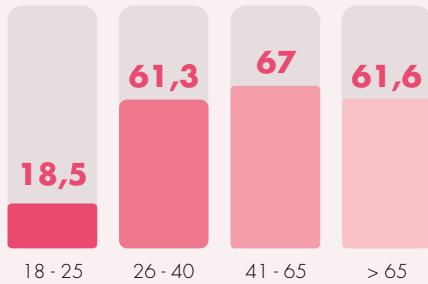
Microcrédito



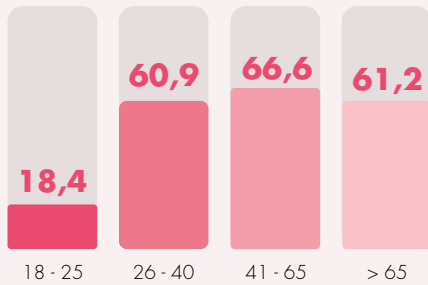
Tarjeta de crédito



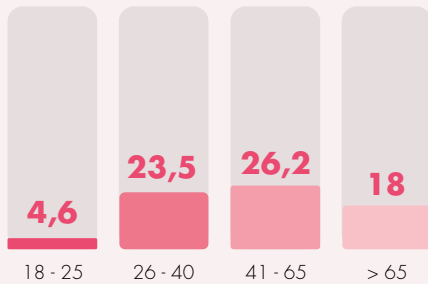
Total productos



Depósitos



Crédito

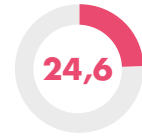


Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

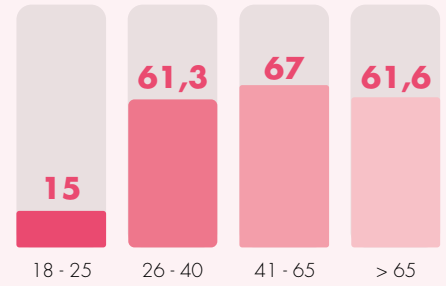
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros

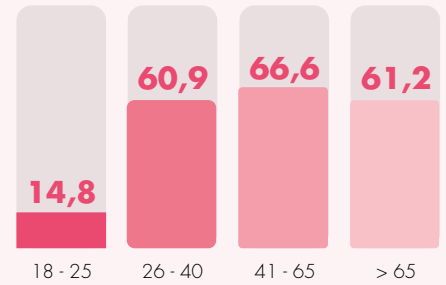


Total productos



Total: 39,7 %

Depósitos



Total: 38,6 %



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

8623,1

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 012 550



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

1002

Monto promedio crédito de consumo

\$ 8 825 349

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

2,20

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 149 511 124



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

288

Monto desembolsado en microcrédito

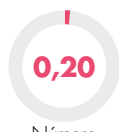
\$ 7 630 376



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

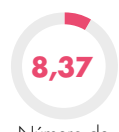
73,64



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

65,44



Oficinas por 10 000 adultos

0,84



Datáfonos por 10 000 adultos

151,05

# Córdoba



## Adultos (%) con productos activos o vigentes

### Indicador por producto



### Adultos (%) con productos

#### Depósitos de bajo monto



#### Cuenta de ahorros



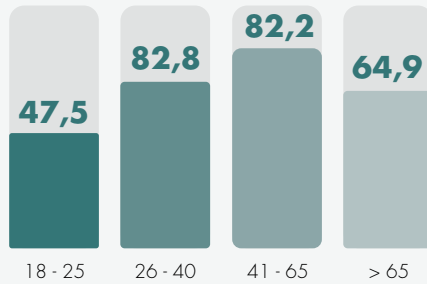
#### Microcrédito



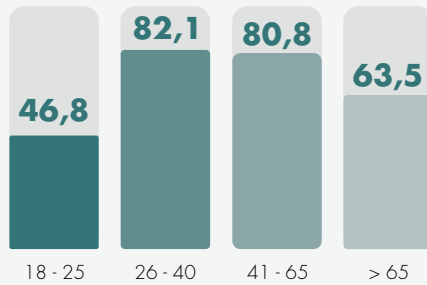
#### Tarjeta de crédito



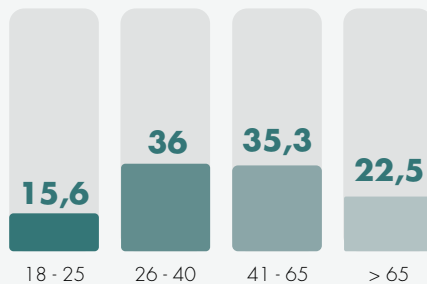
#### Total productos



#### Depósitos



#### Crédito



### Indicador por producto

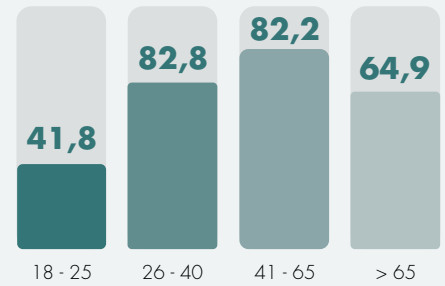
#### Depósitos de bajo monto



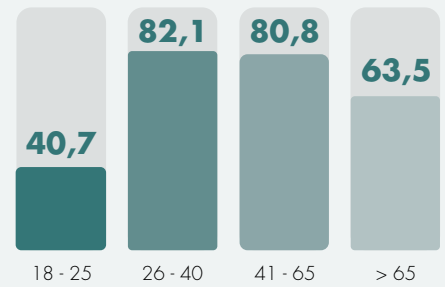
#### Cuenta de ahorros



#### Total productos



#### Depósitos



### Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

10 284,9

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 037 466



### Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

8790

Monto promedio crédito de consumo

\$ 1 694 494

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

12,50

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 104 533 686



### Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

518

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 5 312 315



### Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

83,05



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

75,06



Oficinas por 10 000 adultos

1,04



Datáfonos por 10 000 adultos

183,90

# Cundinamarca

## Adultos (%) con productos

### Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



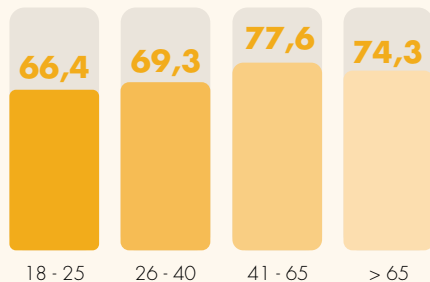
Microcrédito



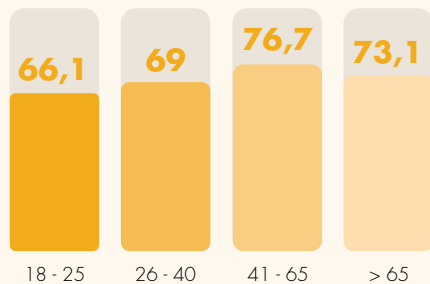
Tarjeta de crédito



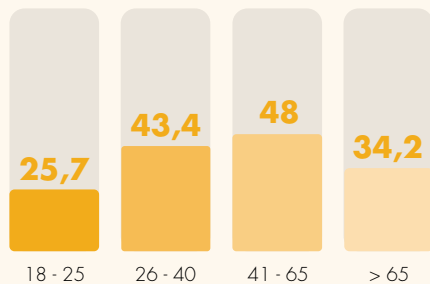
Total productos



Depósitos



Crédito



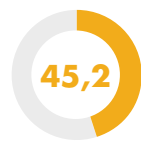
## Adultos (%) con productos activos o vigentes

### Indicador por producto

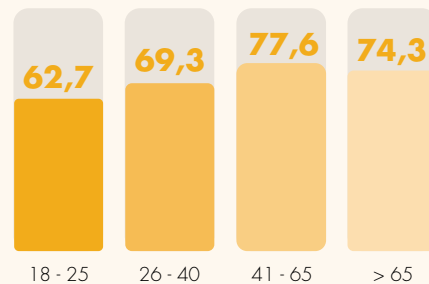
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros

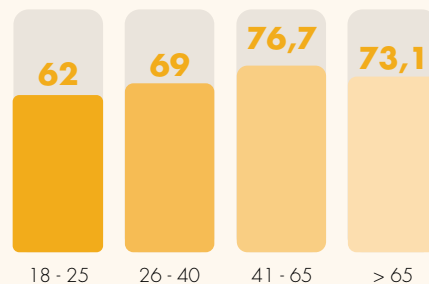


Total productos



Total: 63,5 %

Depósitos



Total: 61,1 %



### Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

15 900

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 823 128



### Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

11 513

Monto promedio crédito de consumo

\$ 1 543 326

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

35,26

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 99 366 358



### Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

538

Monto desembolsado en microcrédito

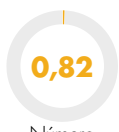
\$ 7 190 622



### Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

129,58



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

115,58



Oficinas por 10 000 adultos

1,69

Datáfonos por 10 000 adultos

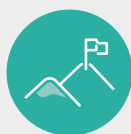
187,27

# Guainía



## Adultos (%) con productos activos o vigentes

### Indicador por producto



### Adultos (%) con productos

#### Depósitos de bajo monto



#### Cuenta de ahorros



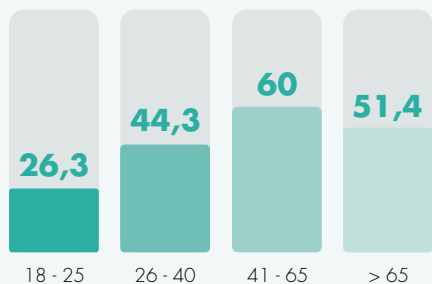
#### Microcrédito



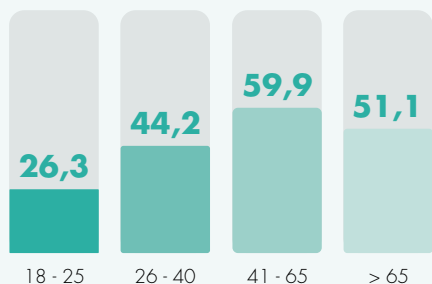
#### Tarjeta de crédito



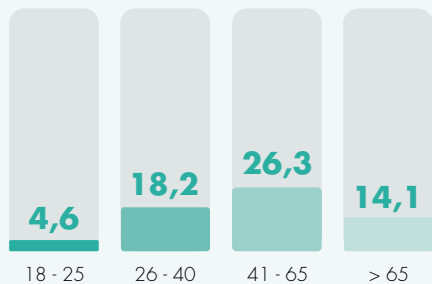
#### Total productos



#### Depósitos



#### Crédito



### Indicador por producto

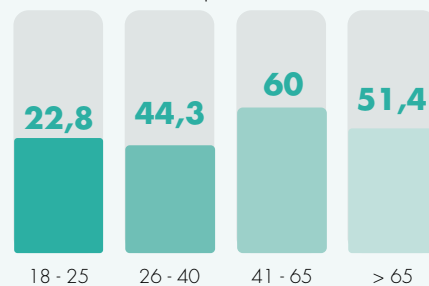
#### Depósitos de bajo monto



#### Cuenta de ahorros

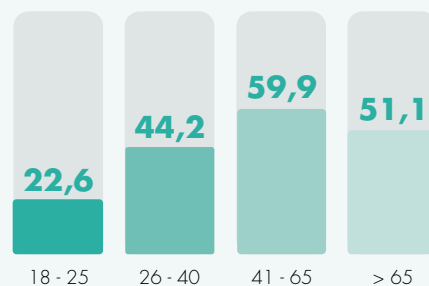


#### Total productos



Total: 35,3 %

#### Depósitos



Total: 34,8 %



### Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

10 952,5

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 7 408 259



### Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

1470

Monto promedio crédito de consumo

\$ 6 381 465

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

2,07

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 71 868 559



### Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

408

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 7 545 494



### Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

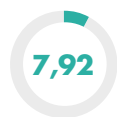
68,53



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

60,61



Oficinas por 10 000 adultos

1,03



Datáfonos por 10 000 adultos

149,11

# Guaviare

\* Cifras en revisión

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Microcrédito

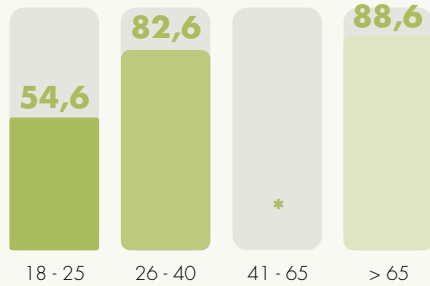


Tarjeta de crédito

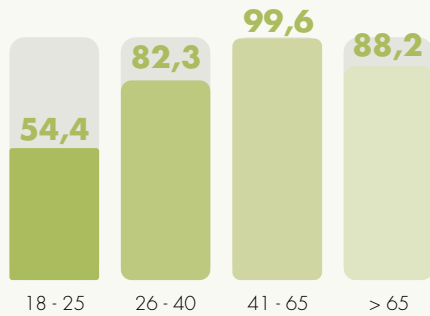


Adultos (%) con productos

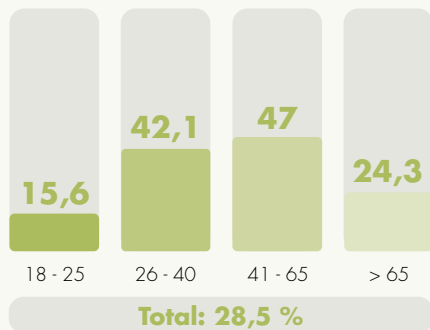
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Ahorro

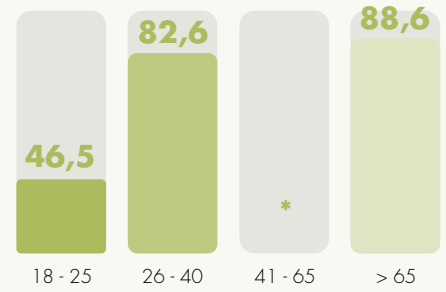
Crédito

Microcrédito

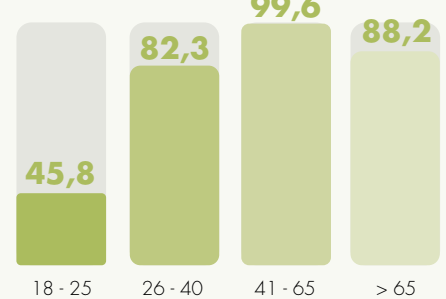


Adultos (%) con productos activos o vigentes

Total productos



Depósitos



Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

12 647,9

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 3 043 390

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

1700

Monto promedio crédito de consumo

\$ 11 423 140

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

14,15

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 89 749 723

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

1019

Monto desembolsado en microcrédito

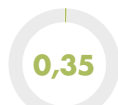
\$ 8 682 548



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

137,20



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

124,43



Oficinas por 10 000 adultos

1,55



Datáfonos por 10 000 adultos

1096,94



# Huila

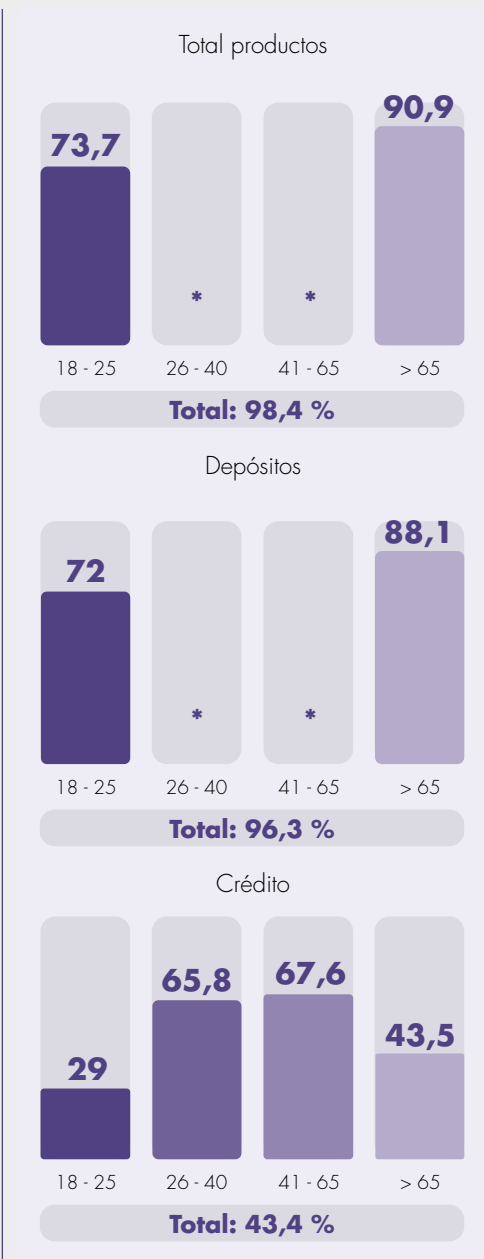
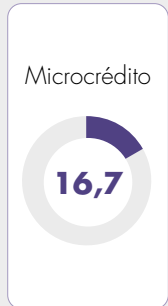
\* Cifras en revisión



## Indicador por producto



### Adultos (%) con productos



## Indicador por producto



### Adultos (%) con productos activos o vigentes



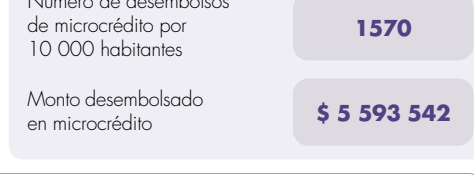
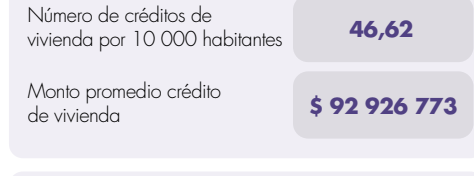
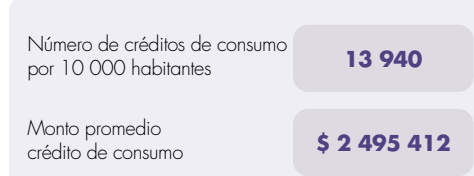
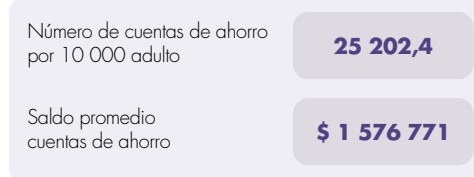
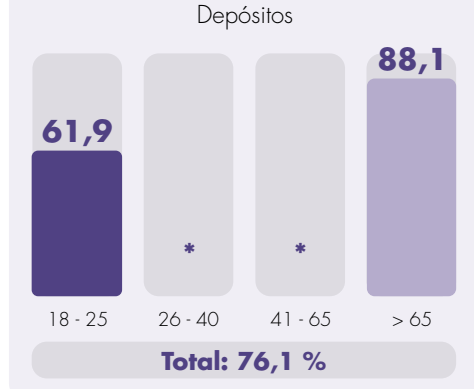
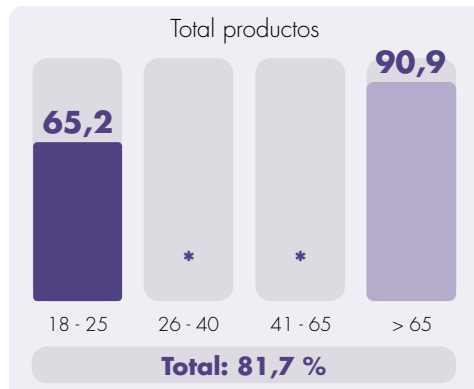
### Ahorro



### Crédito



### Microcrédito



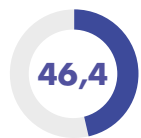
# La Guajira



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



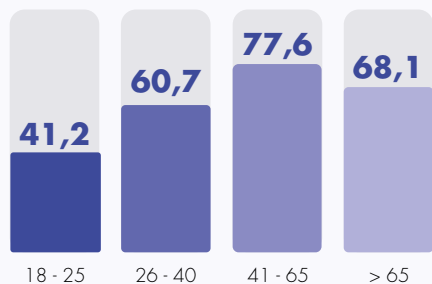
Microcrédito



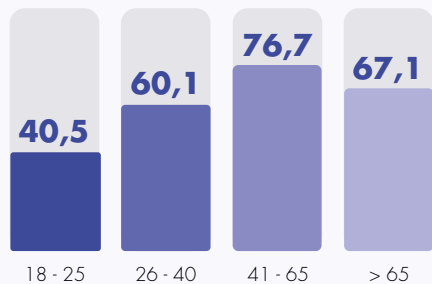
Tarjeta de crédito



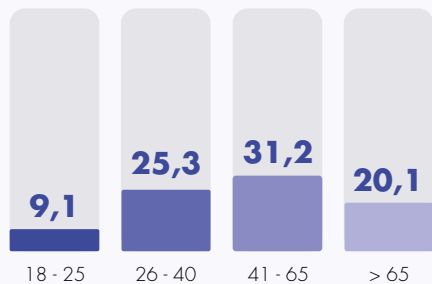
Total productos



Depósitos

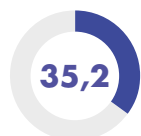


Crédito

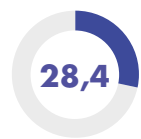


Indicador por producto

Depósitos de bajo monto

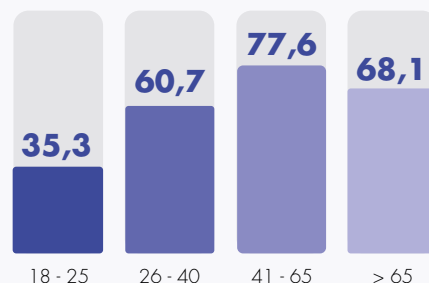


Cuenta de ahorros

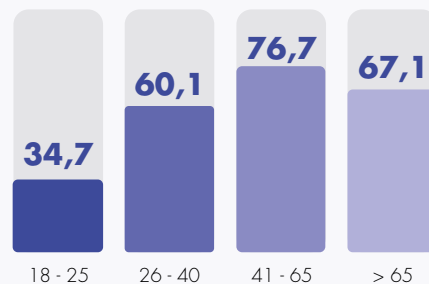


Adultos (%) con productos activos o vigentes

Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

9460,6

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 957 873



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

3673

Monto promedio crédito de consumo

\$ 3 150 997

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

7,46

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 130 209 247



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

321

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 4 994 916



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

97,98



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

92,88



Oficinas por 10 000 adultos

0,93



Datáfonos por 10 000 adultos

254,12

# Magdalena



Indicador por producto



Adultos (%) con productos

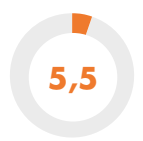
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



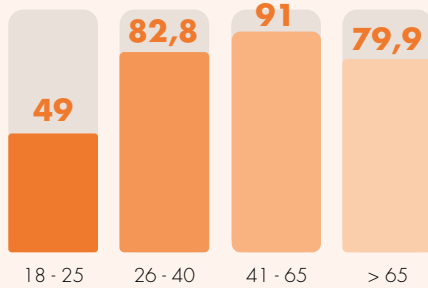
Microcrédito



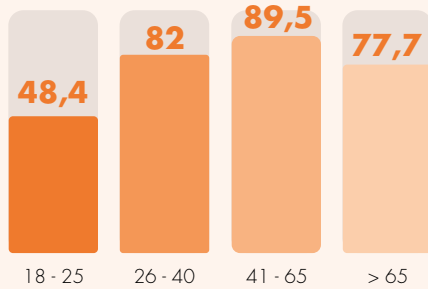
Tarjeta de crédito



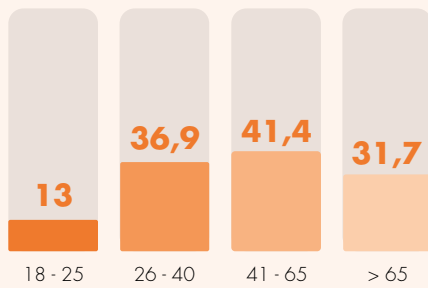
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

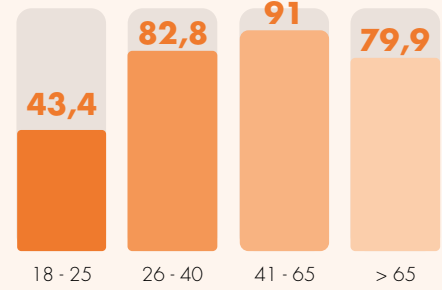
Depósitos de bajo monto



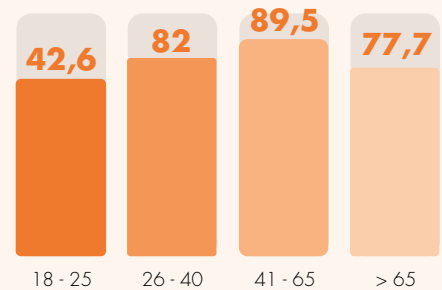
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

12 406

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 806 743



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

19 908

Monto promedio crédito de consumo

\$ 979 484

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

21,87

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 124 266 960



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

434

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 5 363 909



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

96,06



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

89,16



Oficinas por 10 000 adultos

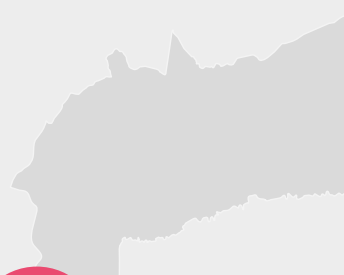
1,10



Datáfonos por 10 000 adultos

182,24

# Meta

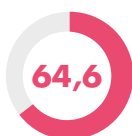


## Indicador por producto



Adultos (%) con productos

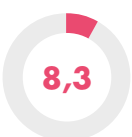
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



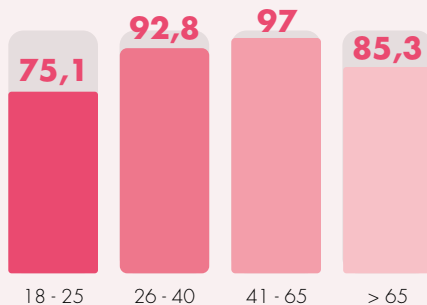
Microcrédito



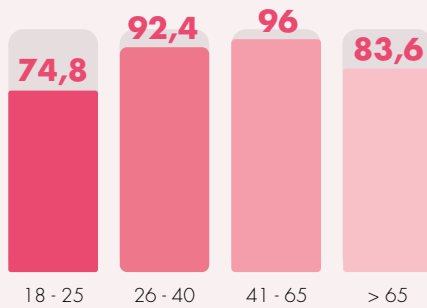
Tarjeta de crédito



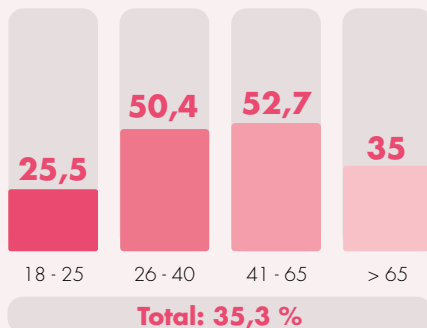
Total productos



Depósitos



Crédito



## Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

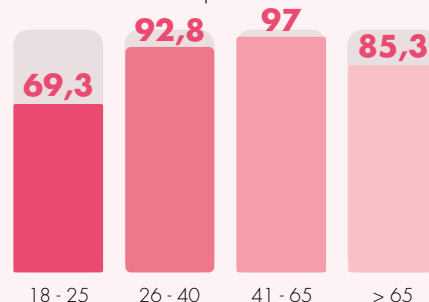
Depósitos de bajo monto



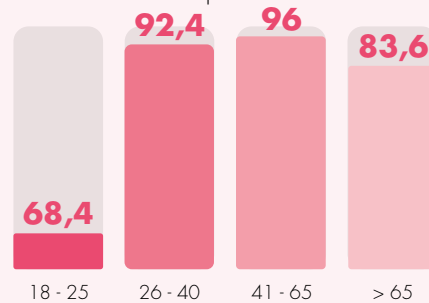
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

21 793,5

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 078 193



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

14 311

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 275 016

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

47,84

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 102 192 079



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

804

Monto desembolsado en microcrédito

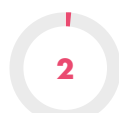
\$ 6 834 253



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

159,81



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos

102,17

Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

135,25



Oficinas por 10 000 adultos

2,03



Datáfonos por 10 000 adultos

241,47

# Nariño



Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



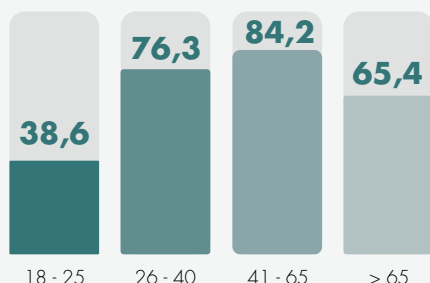
Microcrédito



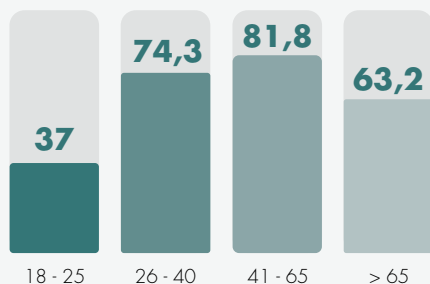
Tarjeta de crédito



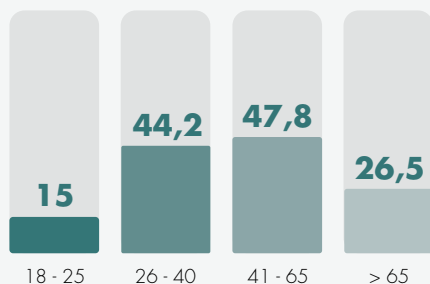
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

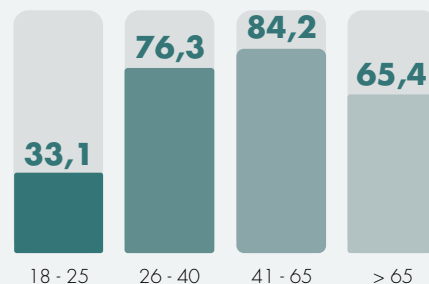
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros

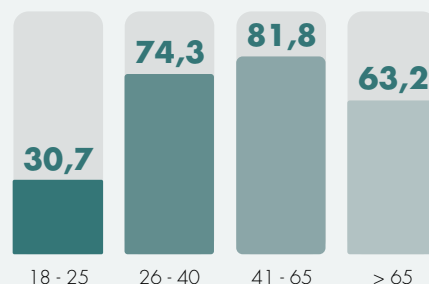


Total productos



Total: 55,7 %

Depósitos



Total: 50,9 %



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

13 118,2

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 944 180



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

5842

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 689 663

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

16,71

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 121 828 178



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

1316

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 6 365 103



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

93,75



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

81,46



Oficinas por 10 000 adultos

1,64



Datáfonos por 10 000 adultos

163,44

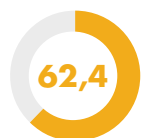
# Norte de Santander



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



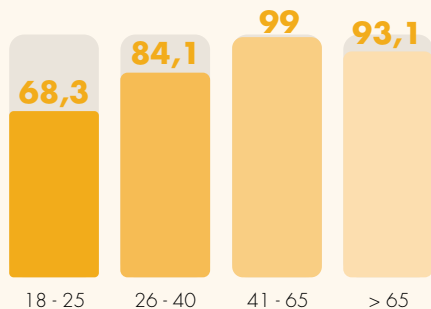
Microcrédito



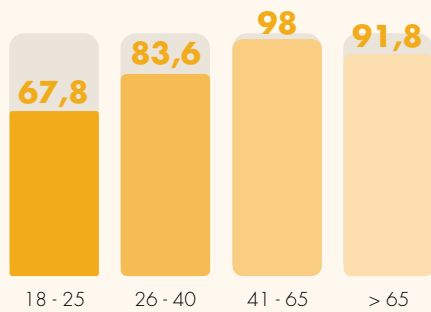
Tarjeta de crédito



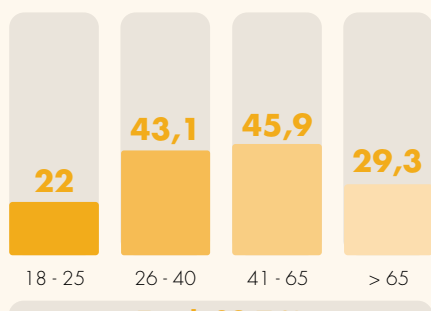
Total productos



Depósitos



Crédito

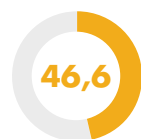


Indicador por producto

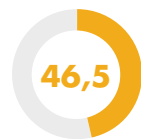


Adultos (%) con productos activos o vigentes

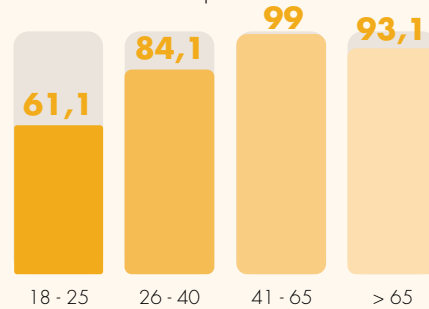
Depósitos de bajo monto



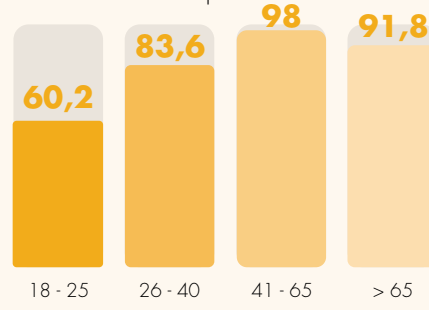
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

16 247,2

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 365 788



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

10 297

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 270 017

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

40,21

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 85 506 368



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

435

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 7 673 545



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

135,53



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

120,91



Oficinas por 10 000 adultos

1,36

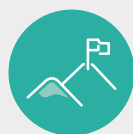


Datáfonos por 10 000 adultos

125,95

# Putumayo

Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



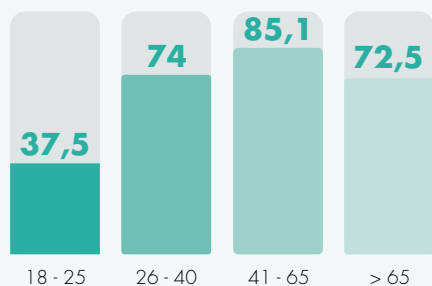
Microcrédito



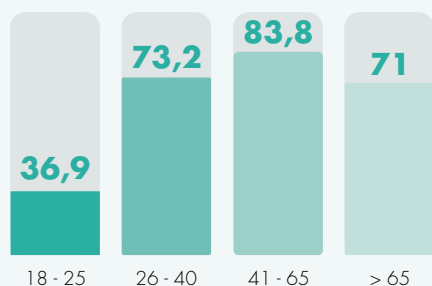
Tarjeta de crédito



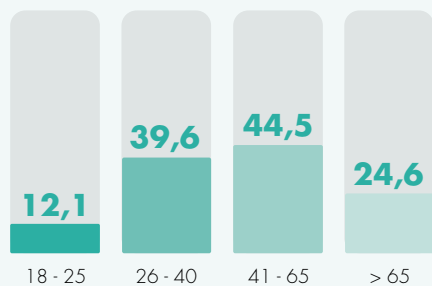
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

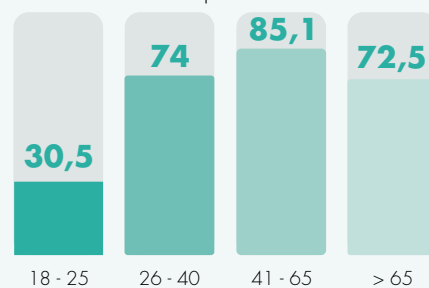
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros

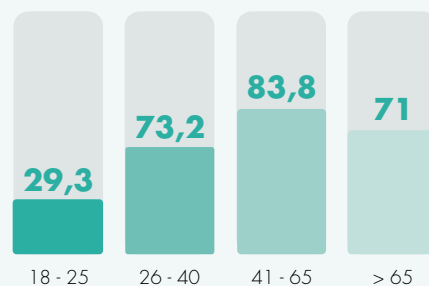


Total productos



Total: 54,9 %

Depósitos



Total: 51,8 %



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

12 291,8

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 331 266



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

1130

Monto promedio crédito de consumo

\$ 11 430 273

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

5,17

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 93 835 921



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

1218

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 5 802 334



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

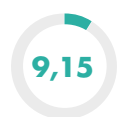
106,89



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

98,02



Oficinas por 10 000 adultos

1,79



Datáfonos por 10 000 adultos

245,44

# Quindío



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

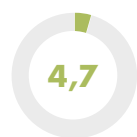
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



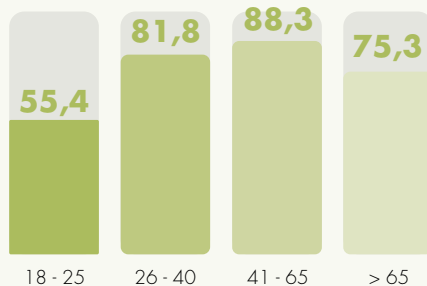
Microcrédito



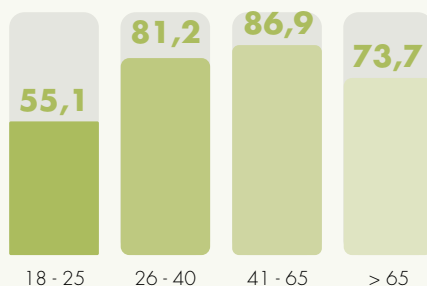
Tarjeta de crédito



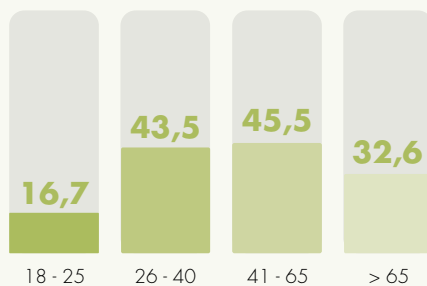
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Ahorro



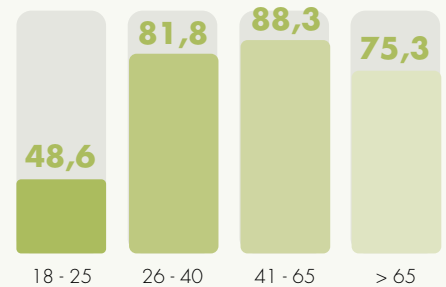
Crédito



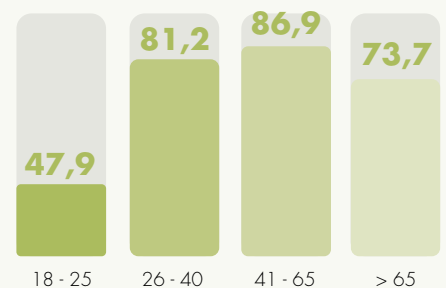
Microcrédito

Adultos (%) con productos activos o vigentes

Total productos



Depósitos



Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

20 188,9

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 906 104

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

32 141

Monto promedio crédito de consumo

\$ 1 096 243

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

69,68

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 95 508 468

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

664

Monto desembolsado en microcrédito

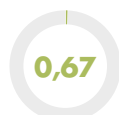
\$ 5 633 406



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

98,09



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

86,48



Oficinas por 10 000 adultos

2,08



Datáfonos por 10 000 adultos

367,81



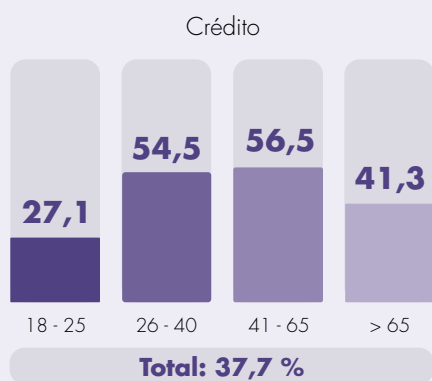
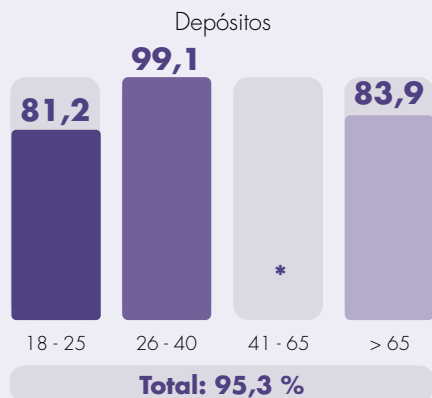
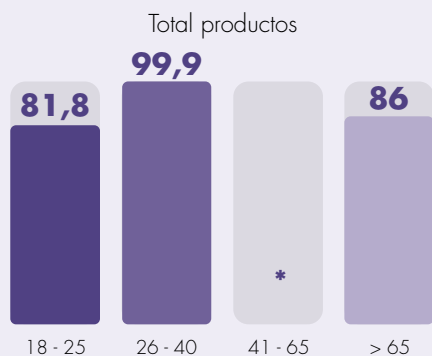
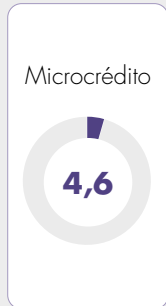
# Risaralda

\* Cifras en revisión

Indicador por producto



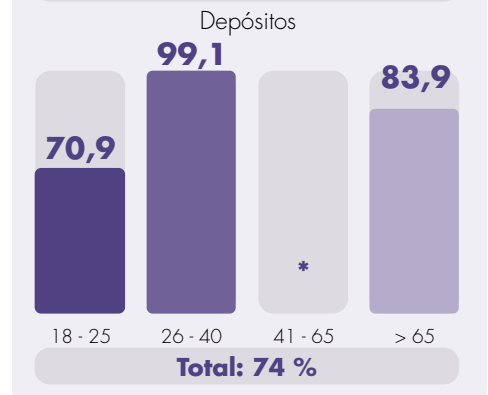
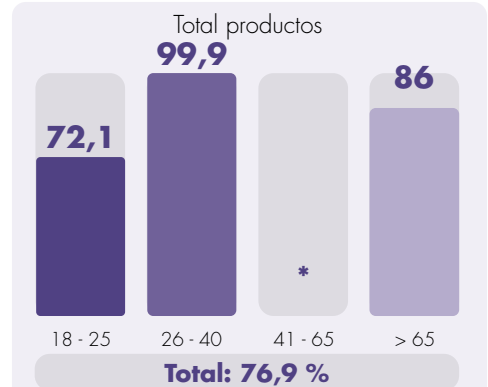
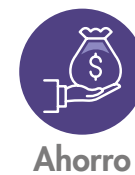
Adultos (%) con productos



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes



Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto **22 454,2**

Saldo promedio cuentas de ahorro **\$ 2 266 287**

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes **26 835**

Monto promedio crédito de consumo **\$ 1 505 493**

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes **66,72**

Monto promedio crédito de vivienda **\$ 111 438 539**

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes **425**

Monto desembolsado en microcrédito **\$ 5 513 279**



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos **83,98**

0,31

Número de corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos

51,30

Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos

8,47

Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos **75,71**



Oficinas por 10 000 adultos **2,14**



Datáfonos por 10 000 adultos **207,96**

# Santander

## Indicador por producto



Adultos (%) con productos

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



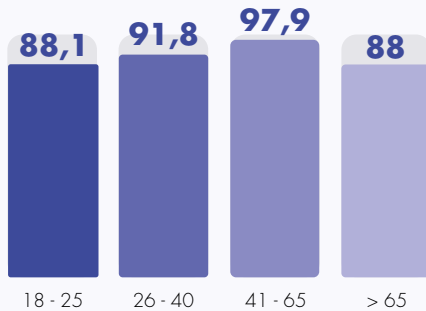
Microcrédito



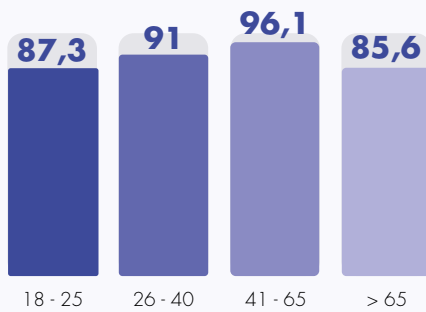
Tarjeta de crédito



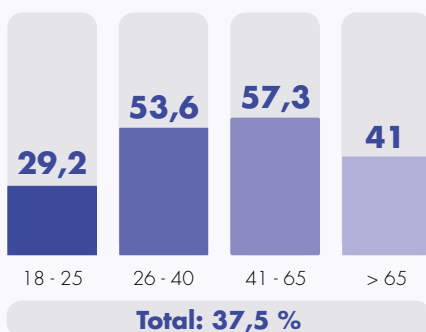
Total productos



Depósitos



Crédito

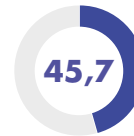


## Indicador por producto

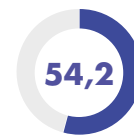


Adultos (%) con productos activos o vigentes

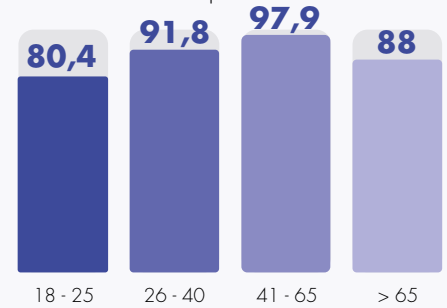
Depósitos de bajo monto



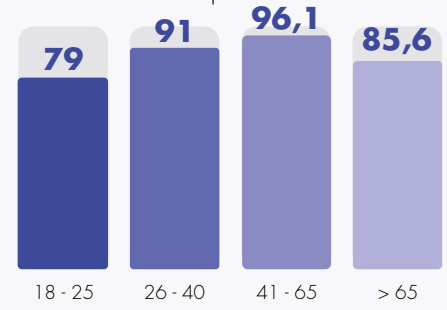
Cuenta de ahorros



Total productos



Depósitos



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

23 750

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 310 351



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

16 966

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 350 634

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

46,81

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 109 557 562



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

811

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 7 168 536



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

152,24



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

138,13



Oficinas por 10 000 adultos

2,68



Datáfonos por 10 000 adultos

230,09

# Sucre



## Adultos (%) con productos activos o vigentes

### Indicador por producto

### Indicador por producto



## Adultos (%) con productos

#### Depósitos de bajo monto



#### Cuenta de ahorros



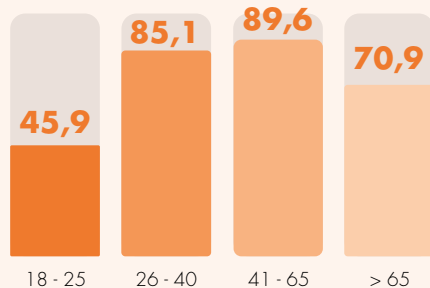
#### Microcrédito



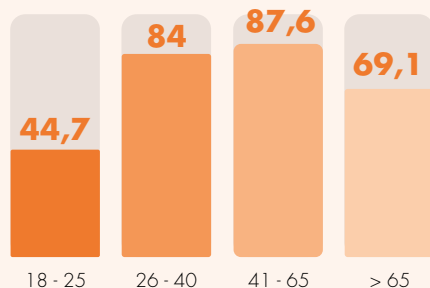
#### Tarjeta de crédito



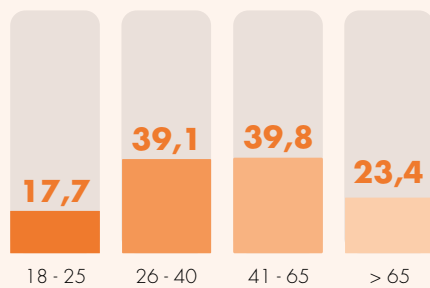
#### Total productos



#### Depósitos



#### Crédito



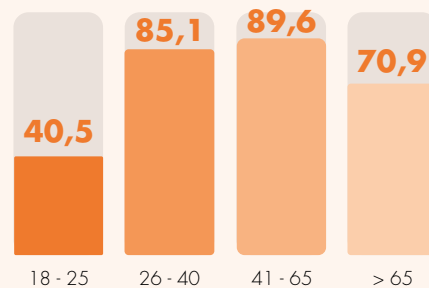
#### Depósitos de bajo monto



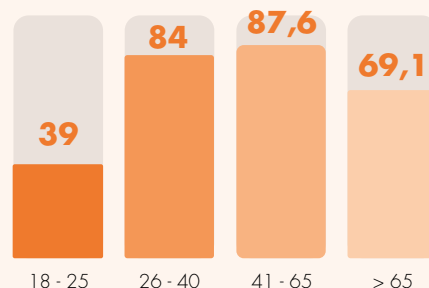
#### Cuenta de ahorros



#### Total productos



#### Depósitos



### Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto **9 744,3**

Saldo promedio cuentas de ahorro **\$ 2 116 590**



### Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes **10 866**

Monto promedio crédito de consumo **\$ 1 353 341**

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes **11,56**

Monto promedio crédito de vivienda **\$ 113 889 522**



### Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes **574**

Monto desembolsado en microcrédito **\$ 5 710 038**



### Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

**124,81**



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

**116,62**



Oficinas por 10 000 adultos **1,20**



Datáfonos por 10 000 adultos **84,32**

# Tolima



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



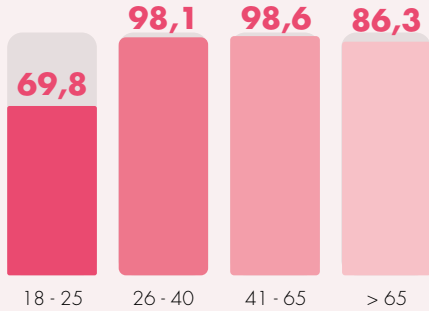
Microcrédito



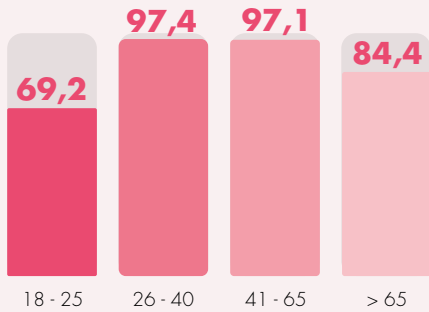
Tarjeta de crédito



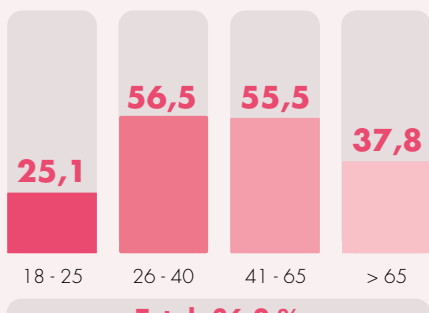
Total productos



Depósitos

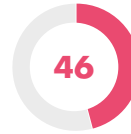


Crédito



Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Ahorro



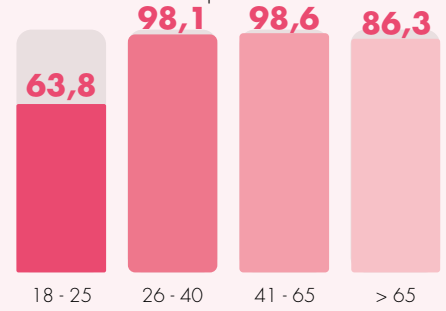
Crédito



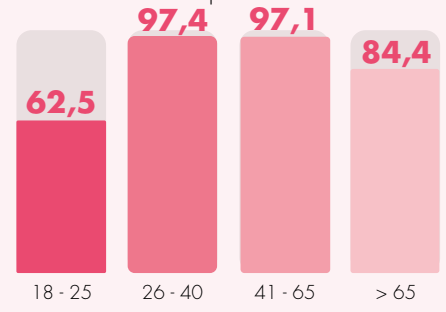
Microcrédito

Adultos (%) con productos activos o vigentes

Total productos



Depósitos



Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

21 953,2

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 1 533 627

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

11 125

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 643 408

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

67,69

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 82 624 257

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

1003

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 5 593 704



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

146,02



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

126,61



Oficinas por 10 000 adultos

2,22



Datáfonos por 10 000 adultos

206,40

# Valle del Cauca

\* Cifras en revisión

## Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Microcrédito

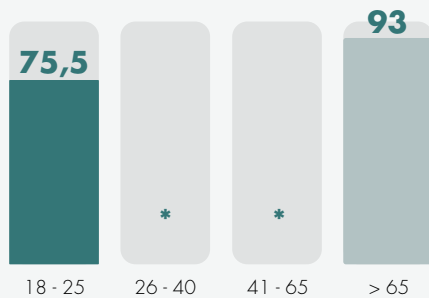


Tarjeta de crédito

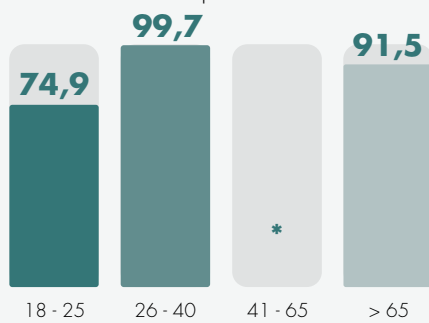


Adultos (%) con productos

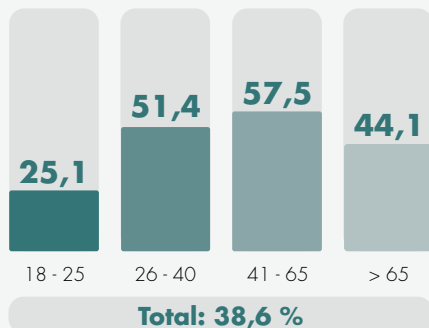
Total productos



Depósitos



Crédito



## Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



Ahorro



Crédito

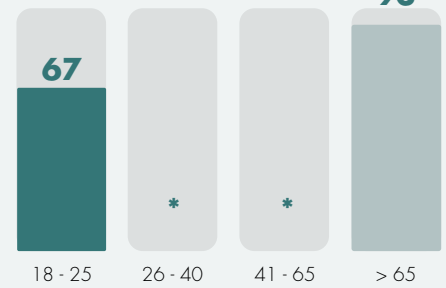


Microcrédito

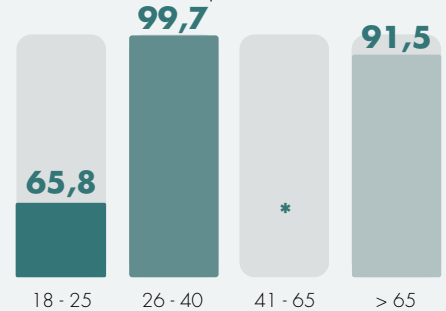


Adultos (%) con productos activos o vigentes

Total productos



Depósitos



Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

23 555,9

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 2 363 280

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

22 846

Monto promedio crédito de consumo

\$ 1 855 796

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

74,29

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 98 174 929

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

519

Monto desembolsado en microcrédito

\$ 5 906 782



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

115,93



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

105,82



Oficinas por 10 000 adultos

1,96



Datáfonos por 10 000 adultos

276,53

# Vaupés



Adultos (%) con productos

Indicador por producto

Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros



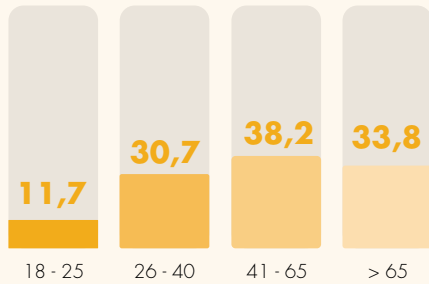
Microcrédito



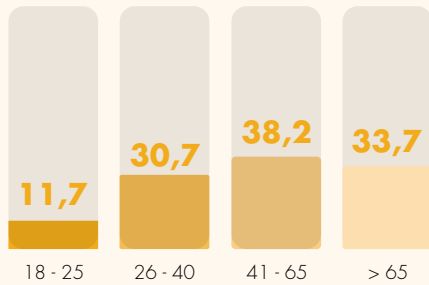
Tarjeta de crédito



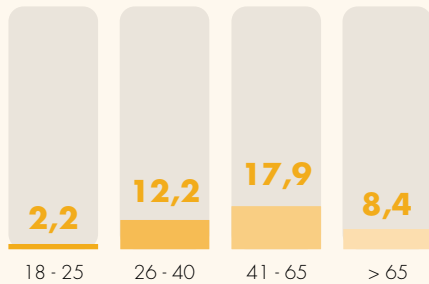
Total productos



Depósitos



Crédito



Indicador por producto



Adultos (%) con productos activos o vigentes

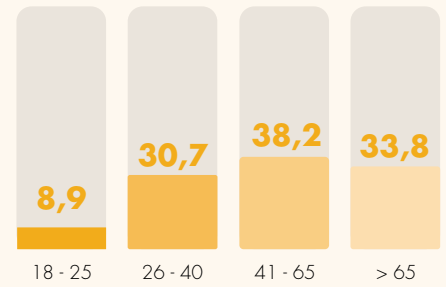
Depósitos de bajo monto



Cuenta de ahorros

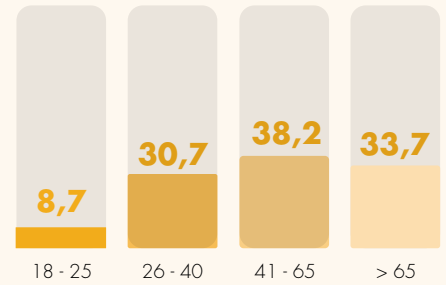


Total productos



Total: 19,5 %

Depósitos



Total: 18,9 %



Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

5612,2

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 8 444 414



Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

231

Monto promedio crédito de consumo

\$ 2 650 259

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

-

Monto promedio crédito de vivienda

-



Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

408

Monto desembolsado en microcrédito

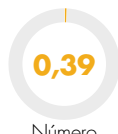
\$ 3 484 811



Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

67,08



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

57,61



Oficinas por 10 000 adultos

0,79



Datáfonos por 10 000 adultos

23,68

# Vichada



## Adultos (%) con productos activos o vigentes

### Indicador por producto



### Adultos (%) con productos

#### Depósitos de bajo monto



#### Cuenta de ahorros



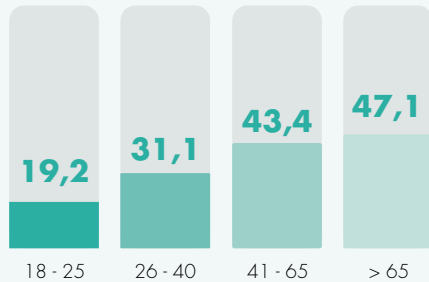
#### Microcrédito



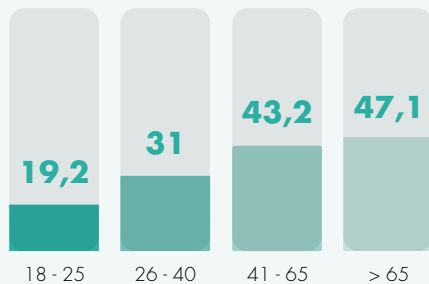
#### Tarjeta de crédito



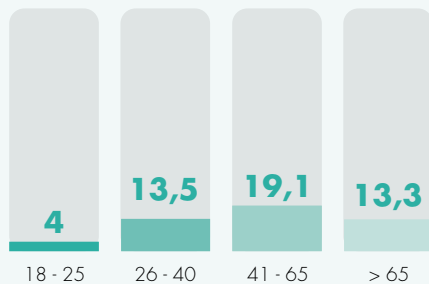
#### Total productos



#### Depósitos



#### Crédito



### Indicador por producto

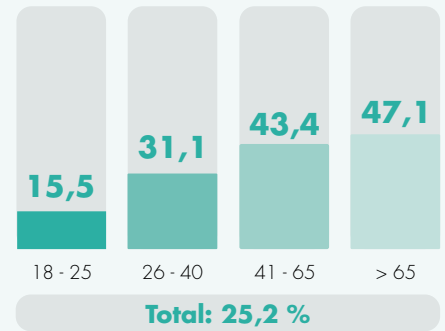
#### Depósitos de bajo monto



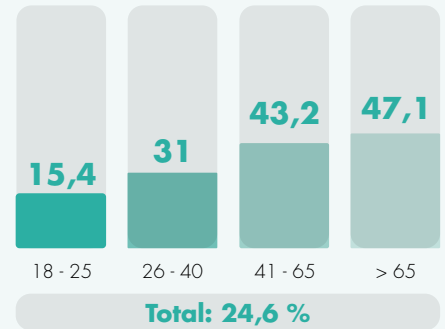
#### Cuenta de ahorros



#### Total productos



#### Depósitos



### Ahorro

Número de cuentas de ahorro por 10 000 adulto

7538,6

Saldo promedio cuentas de ahorro

\$ 3 108 474



### Crédito

Número de créditos de consumo por 10 000 habitantes

589

Monto promedio crédito de consumo

\$ 10 984 401

Número de créditos de vivienda por 10 000 habitantes

2,98

Monto promedio crédito de vivienda

\$ 89 688 967



### Microcrédito

Número de desembolsos de microcrédito por 10 000 habitantes

193

Monto desembolsado en microcrédito

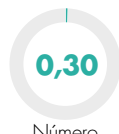
\$ 8 043 954



### Cobertura

Número de corresponsales físicos por 10 000 adultos

63,09



Número corresponsales móviles y digitales por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales activos por 10 000 adultos



Número de corresponsales físicos, móviles y digitales propios por 10 000 adultos

Corresponsales físicos, móviles y digitales tercerizados por 10 000 adultos

55,34



Oficinas por 10 000 adultos

1,34



Datáfonos por 10 000 adultos

31,92

# Glosario

**Certificados de depósito a término (CDT):**

Título valor que emite una entidad financiera a un cliente que ha hecho un depósito de dinero con el propósito de ahorrar y ganar rentabilidad a un plazo determinado. Este plazo depende de la entidad, el cual puede ir desde 30 días hasta incluso 720.

**Corresponsales activos:** Puntos corresponsales que durante el último trimestre hayan realizado operaciones.

**Corresponsales bancarios:** Personas naturales o jurídicas contratadas para prestar servicios financieros a nombre de un establecimiento de crédito bajo las condiciones establecidas en el Decreto 2672 de 2012.

**Corresponsales propios:** Puntos corresponsales conectados a través de sistemas de transmisión de datos, los cuales son administrados de manera directa por una entidad vigilada.

**Corresponsales tercerizados:** Puntos corresponsales conectados a través de sistemas de transmisión de datos, cuya administración es contratada por la entidad vigilada con un tercero.

**Cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS):** Depósitos a la vista dirigidos a personas naturales. Las CATS pueden activarse a través del celular, con el número de cédula y su fecha de expedición. Contrario a las cuentas de ahorro electrónicas, las CATS sí pueden tener tarifas por comisiones de cuota de manejo, retiros o transferencias. El límite de débitos mensuales de estas cuentas es de 3 SMMLV y el saldo máximo es de 8 SMMLV.

**Cuentas de ahorro electrónicas (CAE):**

Depósitos a la vista dirigidos a las personas pertenecientes al nivel 1 del Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales (Sisbén), desplazados inscritos en el Registro Único de Población Desplazada o beneficiarios de programas de ayuda o subsidios otorgados por el Estado colombiano. Los establecimientos de crédito y las cooperativas autorizadas no pueden cobrar a los titulares por el manejo de la cuenta de estos productos ni por uno de los medios habilitados para su operación. Así mismo, estos tienen hasta dos retiros en efectivo y una consulta de saldo realizadas por el cliente al mes y no generan comisiones a favor de estas entidades. Las CAE tienen un límite de débitos mensuales de 3 SMMLV.

**Depósitos de bajo monto:** Depósitos a la vista cuyo titular únicamente pueden ser personas naturales. Estos se constituyen en una nueva categoría dentro de la que se enmarcan los denominados Depósitos de bajo monto, las cuentas de ahorro electrónicas y las cuentas de ahorro de trámite simplificado. El saldo máximo de depósitos no podrá exceder en ningún momento 8 SMLMV. Así mismo, el monto acumulado de las operaciones débito que se realicen en un mes calendario no podrá superar los 8 SMLMV. De igual forma, el consumidor financiero solamente puede ser titular de un depósito de bajo monto en cada entidad. Es un producto de trámite simplificado, lo que implica que los trámites relacionados con su apertura serán simplificados y no requerirán la presencia física del consumidor financiero.



**Depósitos ordinarios:** El Decreto 222 del 2020, que modificó al Decreto 2555 del 2010, establece que son depósitos de bajo monto que han sobrepasado los límites regulatorios de saldo máximo o de monto acumulado de 8 SMLMV. Además, el depósito ordinario está disponible también para personas jurídicas y no tiene límite con relación al número de cuentas.

**Establecimientos de crédito:** Establecimientos bancarios, corporaciones financieras, compañías de financiamiento y cooperativas financieras vigilados por la SFC.

**Indicador de acceso:** Registro que muestra el porcentaje de adultos que acceden al sistema financiero. Este se calcula como el cociente del número de adultos con Total productos financiero (ya sea activo, vigente o no) y el tamaño de la población adulta.

**Indicador de uso:** Relación entre el número de adultos con algún producto activo o vigente y el número de adultos con ese producto. Un producto se considera activo cuando tuvo al menos un movimiento en los últimos seis meses.

**Índice de pobreza multidimensional (IPM):** Registro que va más allá de la pobreza monetaria e identifica múltiples carencias a nivel de los hogares y de las personas en los ámbitos de la salud, la educación y el nivel de vida. El IPM refleja tanto la prevalencia de las carencias multidimensionales como su intensidad, es decir, cuántas carencias sufren las personas al mismo tiempo.

**Monto promedio por adulto:** Se calcula como el cociente entre el monto total de transacciones en corresponsales bancarios y el número de adultos en el municipio, departamento o país en cuestión.

**Monto promedio por transacción:** Relación del monto y el número total de transacciones monetarias en corresponsales bancarios en cierta área geográfica.

**Monto total de operaciones:** Valor, en millones de pesos, de los movimientos, manejos o transferencias de dinero realizados por los clientes o usuarios de las entidades durante el periodo.

**Nivel o porcentaje de actividad:** Relación entre el número de productos activos y el total de productos. Un producto se considera activo cuando tuvo al menos un movimiento en los últimos seis meses.

**Número de operaciones monetarias:** Cantidad de movimientos, manejos o transferencias de dinero realizados por los clientes o usuarios de las entidades durante el periodo.

**Número de operaciones no monetarias:** Cantidad de consultas de saldo realizadas por los clientes de las entidades durante el periodo.

**Número total de operaciones:** Consolida el número de operaciones monetarias y el número de operaciones no monetarias (consultas de saldo) realizadas por los clientes o usuarios de las entidades durante el periodo.

**SEDPE:** Entidades financieras vigiladas por la SFC, con requisitos regulatorios livianos, que pueden captar ahorros del público únicamente para ofrecer los servicios de pagos, giros, transferencias, recaudo y ahorro. Estas operaciones estarán exentas del gravamen a los movimientos financieros siempre que los retiros no excedan de 65 UVT por mes.

**Transacción promedio por adulto:** Relación entre el número total de transacciones monetarias en corresponsales y el tamaño de la población adulta en cierta área geográfica.

**Transacciones monetarias:** Operaciones que involucran movimientos, manejos o transferencias de dinero realizados por los clientes o usuarios de las entidades.



BANCA DE LAS  
**OPORTUNIDADES**

**sfc**  
Superintendencia Financiera  
de Colombia

**100** AÑOS