



REPORTE DE  
INCLUSIÓN  
FINANCIERA

**2013**



## PRESENTACIÓN

Este Reporte anual de Inclusión Financiera, al igual que los dos anteriores, fue elaborado conjuntamente entre la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) y el Programa Banca de las Oportunidades (BdO). Recopila y analiza las principales cifras e indicadores de inclusión financiera en materia de acceso, uso, protección al consumidor y educación financiera.

En el capítulo de acceso se analiza la cobertura de los servicios financieros a través de los diferentes puntos de contacto (PdC) incluyendo diversas variables de análisis tales como tipo de PdC, tipo de intermediario financiero, indicadores por cada 10,000 adultos y por cada 1,000 Km<sup>2</sup>, y por municipio según su tamaño poblacional y según su clasificación urbano y rural.

En el capítulo de uso se analiza la transaccionalidad a través de los diversos canales disponibles en el país, el comportamiento de las remesas y sus costos, los productos pasivos (cuentas de ahorro y corrientes) y activos (diversas modalidades de crédito), se incluye una sección de seguros y se cierra con un análisis del uso de las cuentas de ahorro a nivel nacional y por municipios.

El tercer capítulo presenta los avances en materia de protección al consumidor, mientras que el cuarto y último capítulo presenta los principales retos que enfrenta hoy la promoción de la inclusión financiera en Colombia, identificados desde la perspectiva individual de importantes representantes de los sectores público y privado.

Con esta publicación se busca proporcionar a los diversos actores interesados en el tema de la inclusión financiera, tales como Gobierno, industria, académicos y población en general, la información cuantitativa y cualitativa que les permita un mayor entendimiento del estado de la inclusión financiera en Colombia, analizar su evolución desde 2008, su situación frente al resto del mundo, identificar posibles fallas de mercado, así como oportunidades para el desarrollo de iniciativas privadas y de políticas públicas que contribuyan de manera conjunta a cerrar las brechas existentes entre oferta y demanda de servicios financieros.

Agradecimientos especiales a María Mercedes Cuellar, presidente de ASOBANCARIA; Ketty Valbuena Yamhure, Presidente de CIFIN; y a Olga Lucía Londoño Herrera, Superintendente de Economía Solidaria por su participación en la presentación de los principales retos para promover la Inclusión Financiera en Colombia, identificados desde cada una de sus perspectivas.

Al Banco de la República y a FOGAFIN, por su participación compartiendo sus experiencias en el desarrollo de programas de Educación Financiera.

Al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Dirección de micro, pequeña y mediana empresa, por el suministro de la información sobre ONG microcrediticias.

A la Superintendencia de la Economía Solidaria y a CONFECOOP por su continuo aporte de información referente a las Cooperativas de Ahorro y crédito.

A CIFIN, por su aporte de información relacionada con el uso de productos de crédito y ahorro por parte de la población colombiana.

A FASECOLDA, por su apoyo en la formulación y revisión de la encuesta de seguros y por la revisión de la sección de seguros incluida en el presente informe.

Finalmente, por su participación en el análisis y elaboración de este reporte a los colaboradores de la Superintendencia Financiera de Colombia: Juliana Lagos Camargo, Maria Fernanda Tenjo, Luisa Fernanda Parra, Érica Marcela López, Ernesto Murillo, Santiago Jordán; y del Programa Banca de las Oportunidades: Juliana Fontal Díaz, Nidia Ruth Reyes Salomón y Diego Reyes Meléndez.

**GERARDO HERNANDEZ CORREA**  
SUPERINTENDENTE FINANCIERO DE COLOMBIA

**JULIANA ÁLVAREZ GALLEGO**  
DIRECTORA PROGRAMA  
BANCA DE LAS OPORTUNIDADES



## TABLA DE CONTENIDO

<b>Glosario</b>	<b>15</b>
<b>Nota Metodológica</b>	<b>20</b>
<b>Introducción</b>	<b>23</b>
<b>1. Indicadores de Acceso</b>	<b>29</b>
1.1 Puntos de Contacto: Total y por tipo de PdC	31
1.1.1 Corresponsales Bancarios	33
1.1.2 Oficinas	37
1.2 Puntos de contacto por tipo de intermediario	38
1.3 Indicadores de PdC por población y área	40
1.4 Presencia de entidades financieras por municipios	41
<b>2. Indicadores de Uso</b>	<b>61</b>
2.1 Transaccionalidad	61
2.1.1 Uso de canales presenciales	62
2.1.2 Uso de canales no presenciales	67
2.2 Transferencia de remesas	74
2.2.1 Países emisores y receptores	75
2.2.2 Remesas en Colombia	77
2.2.3 Canales y medios de pago	79
2.2.4 Costo de envío de remesas	80
2.3 Inclusión financiera durante 2013: productos pasivos y activos	81
2.4 Uso de productos financieros pasivos	83
2.4.1 Productos pasivos de ahorro y transaccionales	83
2.4.2 Seguros	96
2.5 Uso de productos financieros activos	106
2.5.1 Análisis nacional	107
2.5.2 Análisis municipal	120

<b>3. Calidad y Bienestar</b>	<b>125</b>
3.1 Protección al consumidor financiero	125
3.1.1 Avances y actualidad de la protección al consumidor financiero en Colombia	128
3.2 Educación Financiera: Experiencia de entidades públicas	136
<b>4. Principales retos de Inclusión Financiera</b>	<b>141</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>146</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>151</b>



## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b>	Definiciones de inclusión financiera	24
<b>Cuadro 2.</b>	Cooperativas Financieras y Cooperativas de Ahorro y Crédito	31
<b>Cuadro 3.</b>	Número de PdC en Entidades Financieras	32
<b>Cuadro 4.</b>	Crecimiento anual del número de PdC	32
<b>Cuadro 5a.</b>	Número de corresponsales bancarios por tamaño poblacional	36
<b>Cuadro 5b.</b>	Número de corresponsales bancarios por tipo de municipio	36
<b>Cuadro 6.</b>	Crecimiento de corresponsales bancarios por tamaño poblacional	36
<b>Cuadro 7.</b>	Número de PdC por tipo de Entidad	38
<b>Cuadro 8.</b>	Entidades que abrieron por primera vez CB y entidades que más expandieron su red de corresponsales	39
<b>Cuadro 9.</b>	Número de PdC por cada 10,000 adultos - Total EC	41
<b>Cuadro 10.</b>	Número de PdC por cada 1,000 Km <sup>2</sup> - Total EC	41
<b>Cuadro 11.</b>	Participación (%) de la población adulta, área en Km <sup>2</sup> y el número de municipios según tamaño poblacional a diciembre de 2013	42
<b>Cuadro 12.</b>	Número de municipios sin presencia financiera, según tamaño poblacional	46
<b>Cuadro 13.</b>	Población de los Municipios sin Presencia (número de adultos)	47

<b>Cuadro 14.</b>	Municipios sin presencia de servicios financieros	48
<b>Cuadro 15.</b>	Municipios sin presencia de entidades bancarias (oficinas y CB)	48
<b>Cuadro 16.</b>	Presencia de asesores móviles de ONG microcrediticias	51
<b>Cuadro 17.</b>	Cobertura de oficinas y CB según el tipo de municipio	52
<b>Cuadro 18a y 18b.</b>	PdC por cada 10,000 habitantes (mayores a 11)	53
<b>Cuadro 19a y 19b.</b>	PdC por cada 10,000 habitantes (inferiores a 5)	54
<b>Cuadro 20a y 20b.</b>	PdC por cada 1,000 Km <sup>2</sup> (mayores a 100)	55
<b>Cuadro 21a y 21b.</b>	PdC por cada 1,000 Km <sup>2</sup> (inferiores a 10)	56
<b>Cuadro 22.</b>	Cobertura por departamentos (año 2013)	57
<b>Cuadro 23.</b>	Evolución Número de Cuentas de Ahorro por tipo de entidad	87
<b>Cuadro 24.</b>	Evolución Saldo de Cuentas de Ahorro	87
<b>Cuadro 25.</b>	Saldo promedio en cuentas de ahorro	89
<b>Cuadro 26.</b>	Saldo promedio en cuentas de ahorro por tipo de entidad	89
<b>Cuadro 27.</b>	Participación de clientes y cuentas activas según ingreso estimado	91
<b>Cuadro 28.</b>	Los 5 principales motivos de queja y su participación en el total de reclamaciones por año	132



## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<b>Gráfica 1.</b>	Número de PdC	31
<b>Gráfica 2.</b>	PdC por tipo	33
<b>Gráfica 3.</b>	PdC por tipo de entidad financiera	33
<b>Gráfica 4.</b>	Evolución del número de CB	34
<b>Gráfica 5.</b>	Número de CB y número de entidades con CB	34
<b>Gráfica 6.</b>	Total oficinas por tipo de entidad	37
<b>Gráfica 7.</b>	Total de oficinas de las entidades financieras	37
<b>Gráfica 8.</b>	Oficinas y CB a diciembre de 2013	40
<b>Gráfica 9.</b>	Cobertura a través de oficinas y CB por cada 10,000 adultos según tamaño poblacional	42
<b>Gráfica 10.</b>	Cobertura a través de oficinas y CB por cada 1,000 Km <sup>2</sup> según tamaño poblacional	44
<b>Gráfica 11.</b>	Tipo de cobertura de los bancos	45
<b>Gráfica 12.</b>	Porcentaje de municipios con establecimientos bancarios, según tamaño poblacional	47
<b>Gráfica 13.</b>	Número total de oficinas y CB según tamaño poblacional (diciembre de 2013)	48
<b>Gráfica 14A.</b>	Oficinas de Bancos según tamaño poblacional	49
<b>Gráfica 14B.</b>	Oficinas de bancos con y sin Banco Agrario según tamaño poblacional (diciembre 2013)	49
<b>Gráfica 15.</b>	Corresponsales bancarios de bancos con y sin Banco Agrario - según tamaño poblacional (diciembre 2013)	50

<b>Gráfica 16.</b>	Oficinas de ONG	50	<b>Gráfica 43.</b>	Medios de pago de remesas	80
<b>Gráfica 17.</b>	Oficinas de Cooperativas	51	<b>Gráfica 44.</b>	Comparación del costo de envío de remesas desde Estados Unidos y España hacia Colombia	81
<b>Gráfica 18.</b>	Total Oficinas y CB (diciembre 2013)	52	<b>Gráfica 45.</b>	Producto de entrada al sistema financiero (miles de personas)	81
<b>Gráfica 19.</b>	Número de PdC y Número de oficinas por cada 100,000 adultos	58	<b>Gráfica 46.</b>	Segundo producto adquirido (miles de personas)	82
<b>Gráfica 20.</b>	Número de cajeros (ATM) por cada 100,000 adultos	58	<b>Gráfica 47.</b>	Inclusión 2013 por rango de edad	82
<b>Gráfica 21.</b>	Participación de canales transaccionales en total de operaciones	62	<b>Gráfica 48.</b>	Inclusión 2013 por rango de edad y tipo de producto	83
<b>Gráfica 22.</b>	Transacciones a través de la red de oficinas y corresponsales bancarios	62	<b>Gráfica 49.</b>	Número de cuentas de ahorro y crecimiento	84
<b>Gráfica 23.</b>	Tipo de transacciones realizadas a través de oficinas	63	<b>Gráfica 50.</b>	Cuentas de ahorro de trámite simplificado, cuentas de ahorro electrónicas y depósitos electrónicos	85
<b>Gráfica 24.</b>	Número de transacciones realizadas a través de corresponsales bancarios por tipo	64	<b>Gráfica 51.</b>	Cuentas de ahorro total y activas por cada 10,000 adultos	85
<b>Gráfica 25.</b>	Participación de las transacciones realizadas a través de CB	64	<b>Gráfica 52A.</b>	Evolución del número de clientes con productos de ahorro	86
<b>Gráfica 26.</b>	Número de transacciones realizadas a través de CB según tamaño poblacional 2008-2013	65	<b>Gráfica 52B.</b>	Evolución del saldo en cuentas	86
<b>Gráfica 27.</b>	Monto de las transacciones realizadas a través de CB según tamaño poblacional 2008-2013	66	<b>Gráfica 53A.</b>	Distribución de número de cuentas según saldo	88
<b>Gráfica 28.</b>	Transacciones realizadas a través de CB según tipo de municipio	67	<b>Gráfica 53B.</b>	Distribución de saldo de cuentas por rango	88
<b>Gráfica 29.</b>	Tipo de transacciones realizadas a través de cajeros	67	<b>Gráfica 54.</b>	Porcentaje de cuentas de ahorro activas por tipo de entidad según saldos (diciembre-2013)	90
<b>Gráfica 30.</b>	Tipo de transacciones realizadas a través de datáfonos (POS)	68	<b>Gráfica 55.</b>	Porcentaje de clientes activos por departamento (diciembre-2013)	90
<b>Gráfica 31.</b>	Tipo de transacciones realizadas a través de internet	69	<b>Gráfica 56.</b>	Porcentaje de cuentas de ahorro totales y activas por cada 10,000 habitantes según tamaño de municipio	92
<b>Gráfica 32.</b>	Número de abonados a telefonía celular y penetración del servicio	69	<b>Gráfica 57.</b>	Actividad en cuentas de ahorro por tamaño poblacional	92
<b>Gráfica 33.</b>	Porcentaje de participación de abonados por proveedor de telefonía móvil	70	<b>Gráfica 58.</b>	Porcentaje de cuentas de ahorro según el tipo de municipio	93
<b>Gráfica 34.</b>	Tipo de transacciones realizadas a través de telefonía móvil	70	<b>Gráfica 59.</b>	Número de cuentas de ahorro por cada 10,000 adultos según el tipo de municipio	93
<b>Gráfica 35.</b>	Principales países emisores 2012	76	<b>Gráfica 60.</b>	Seguros personales	97
<b>Gráfica 36.</b>	Estimados y proyecciones de flujos de remesas mundiales por nivel de ingreso (2008-2016)	76	<b>Gráfica 61.</b>	Seguros de daños y propiedad	97
<b>Gráfica 37.</b>	Remesas hacia países de Latinoamérica y del Caribe (mayo 2013)	77	<b>Gráfica 62.</b>	Composición por producto en seguros personales (Promedio 2012 – 2013)	98
<b>Gráfica 38.</b>	Evolución del flujo de remesas hacia Colombia	77	<b>Gráfica 63.</b>	Composición por producto de seguros de daños y propiedad (Promedio 2012 – 2013)	99
<b>Gráfica 39.</b>	Principales países emisores de remesas hacia Colombia	78	<b>Gráfica 64.</b>	Comercialización de ramos por canales, riesgos asegurados vigentes y primas emitidas acumuladas	101
<b>Gráfica 40.</b>	Evolución de los flujos de remesas a Colombia desde principales países emisores	78			
<b>Gráfica 41.</b>	Evolución de los flujos de remesas departamentos de Colombia	79			
<b>Gráfica 42.</b>	Participación de Intermediarios del Mercado Cambiario en pagos de remesas	80			

<b>Gráfica 65.</b>	Comercialización de ramos por canales, valor asegurado vigente	102
<b>Gráfica 66.</b>	Siniestros objetados de seguros personales y de daños y propiedad por ramo 2013	103
<b>Gráfica 67.</b>	Número de riesgos asegurados vigentes por rango de valor asegurado 2013	104
<b>Gráfica 68.</b>	Crecimiento desafiliaciones por ramo (Acumulado 2013)	105
<b>Gráfica 69.</b>	SalDOS de cartera por modalidad (billones de pesos)	108
<b>Gráfica 70.</b>	Desembolsos por modalidad de cartera	108
<b>Gráfica 71.</b>	Desembolsos por modalidad de cartera y por tipo de entidad 2013	109
<b>Gráfica 72.</b>	Número de clientes y créditos por modalidad de cartera	110
<b>Gráfica 73.</b>	Cartera comercial por tipo de entidad (billones de pesos)	112
<b>Gráfica 74.</b>	Cartera consumo por tipo de entidad (billones de pesos)	113
<b>Gráfica 75.</b>	Número y saldo de tarjetas de crédito	114
<b>Gráfica 76.</b>	SalDOS, cupos e indicador de utilización de cupos de tarjetas de crédito	114
<b>Gráfica 77.</b>	Tarjetas de crédito por franquicia	115
<b>Gráfica 78.</b>	Cartera de vivienda por tipo de entidad (billones de pesos)	116
<b>Gráfica 79.</b>	Cartera de microcrédito por tipo de entidad (billones de pesos)	117
<b>Gráfica 80.</b>	Cartera de microcrédito por tipo de entidad excluyendo al banco agrario	118
<b>Gráfica 81.</b>	Composición del monto desembolsos totales de microcrédito por tipo de entidad	119
<b>Gráfica 82.</b>	Monto promedio por operación microcrediticia por tipo de entidad	120
<b>Gráfica 83.</b>	Distribución del saldo de cartera por tamaño poblacional	121
<b>Gráfica 84.</b>	Distribución del saldo de cartera según tipo de municipio	121
<b>Gráfica 85.</b>	Participación de establecimientos de crédito en distribución de cartera por modalidad según tamaño poblacional	122
<b>Gráfica 86.</b>	Participación de establecimientos de crédito en distribución de cartera por modalidad según tipo de municipio	123
<b>Gráfica 87.</b>	Evolución de las demandas en 2013 y principales temas	129
<b>Gráfica 88.</b>	Evolución del número total de quejas	131
<b>Gráfica 89.</b>	Número total de quejas por producto	133
<b>Gráfica 90.</b>	Resolución final de quejas	134
<b>Gráfica 91.</b>	Número de quejas por cada 100,000 adultos y número de transacciones	135
<b>Gráfica 92.</b>	Índice de Precios al Consumidor Financiero	135



## ÍNDICE DE RECUADROS

<b>Recuadro 1.</b>	Preparación de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones para inclusión financiera	71
<b>Recuadro 2.</b>	Situación económica y envío de remesas de migrantes de América Latina y el Caribe en el periodo post-recesión	74
<b>Recuadro 3.</b>	Grupos de Ahorro y Crédito Local: Promoviendo la construcción y el desarrollo de capacidades locales	94
<b>Recuadro 4.</b>	Necesidades del mercado de microseguros en América Latina y el Caribe	105
<b>Recuadro 5.</b>	El papel de las garantías del Fondo Nacional de Garantías (FNG)	110
<b>Recuadro 6.</b>	Principios de alto nivel en protección al consumidor financiero de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE	126



## GLOSARIO

**Administradores de sistemas de pago de bajo valor (ASPBV):** persona jurídica cuya actividad principal consiste en la administración y operación de uno o varios sistemas de pago de bajo valor.

Un sistema de pago es un conjunto organizado de políticas, reglas, acuerdos, instrumentos de pago, entidades y componentes tecnológicos tales como equipos, software y sistemas de comunicación, que permiten la transferencia de fondos entre los usuarios mediante la recepción, el procesamiento, la transmisión, la compensación y/o la liquidación de órdenes de transferencia y recaudo.

Los Sistemas de Pago de Bajo Valor (ASPBV), además de cumplir con las características señaladas, procesan órdenes de transferencia o recaudo, incluyendo aquellas derivadas de la utilización de tarjetas crédito o débito. Los ASPBV existentes en Colombia para cajeros son Servibanca y ATH y para datáfonos (POS) son Redeban Multicolor, Credibanco y Visionamos.

**Asesores Móviles:** personas que cumplen las funciones de un asesor comercial, el cual, informa y asesora a sus potenciales clientes referente a los productos y servicios que ofrece la entidad que representa, con la diferencia que al ser "Móviles" se desplazan hasta donde trabajan o viven sus potenciales clientes para ofrecer el portafolio de servicios de la entidad.

**Audio-Respuesta:** sistema telefónico que de manera interactiva suministra información a los usuarios y permite la realización de algunas operaciones.

**Banco:** institución financiera cuya función principal consiste en captar recursos del público a través de depósitos a la vista y depósitos a término, para colocarlos nuevamente en forma de préstamos, descuentos, anticipos u otras operaciones activas de crédito.

**Banca Móvil:** canal de banca electrónica en el cual el dispositivo móvil es utilizado para realizar operaciones y su número de línea es asociado al servicio.

**Canal ACH:** sistema que permite realizar transferencias electrónicas de dinero entre entidades financieras mediante una cámara establecida para liquidar y compensar este tipo de movimientos. La abreviatura ACH proviene del nombre en inglés "Automated Clearing House".

**Compañía de financiamiento (CF):** instituciones que tienen como función principal captar recursos a término, con el objeto primordial de realizar operaciones activas de crédito para facilitar la comercialización de bienes y servicios, y realizar operaciones de arrendamiento financiero o leasing.

**Compañías de financiamiento especializadas en operaciones de leasing:** son un tipo de compañías de financiamiento enfocadas en la realización de operaciones de arrendamiento financiero u operaciones de leasing. La mayor parte de estas entidades se fusionaron con los bancos a los cuales dichas compañías estaban vinculadas.

**Confecoop:** es la Confederación de Cooperativas de Colombia, la cual agrupa, representa y orienta a las cooperativas en Colombia, promoviendo la consolidación y el reconocimiento del modelo empresarial cooperativo.

**Cooperativas SES:** son cooperativas con sección de ahorro y crédito cuya vigilancia está a cargo de la Superintendencia de Economía Solidaria.

**Cooperativas SFC:** organismos cooperativos cuya función principal consiste en desarrollar actividades financieras, su naturaleza jurídica se rige por las disposiciones de la Ley 79 de 1988, además están vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia.

**Corporación financiera:** instituciones cuya función principal es la captación de recursos a término, a través de depósitos o instrumentos de deuda a plazo, con el fin de realizar operaciones activas de crédito y efectuar inversiones. El objetivo primordial de estas entidades es fomentar y promover la creación, reorganización, fusión, transformación y expansión de empresas en los sectores definidos por la ley.

**Corresponsales Bancarios (CB):** se trata de personas naturales o jurídicas contratadas para prestar diversos servicios financieros en nombre de los establecimientos de crédito (Título IX de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010, reglamentado por la Circular Externa 29 de 2013).

**Cuentas corrientes:** el monto que las personas o las entidades tienen a la vista en bancos. Usualmente no devengan intereses y se manejan por medio de una libreta de cheques.

**Cuentas de ahorro:** cuenta que se tiene en un establecimiento financiero y cuyo objetivo es la protección de los ahorros. Estas cuentas permiten que el ahorrador obtenga un beneficio por su depósito y se le facilite solicitar un préstamo dependiendo del monto promedio de tales depósitos.

**Cuentas de Ahorro Electrónicas (CAE):** aquellas dirigidas a las personas pertenecientes al nivel 1 del Sistema de Identificaciones de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales -Sisbén- y desplazados inscritos en el Registro Único de Población Desplazada, cuyos contratos prevean, como mínimo, los siguientes acuerdos con el cliente, además de los propios de las cuentas de ahorro a la vista:

- Los contratos se denominarán cuentas de ahorro electrónicas y gozarán de las prerrogativas previstas en el Artículo 127 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero Colombiano.
- Las transacciones se podrán realizar a través de tarjetas, celulares, cajeros electrónicos o cualquier otro medio o canal que se determine en el contrato.
- Los depósitos deberán ser remunerados.
- Los establecimientos de crédito y las cooperativas autorizadas no cobrarán a los titulares por el manejo de la cuenta, ni por los medios habilitados para su operación. Así mismo, por lo menos dos (2) retiros

en efectivo y una consulta de saldo realizadas por el cliente al mes, no generarán comisiones a favor de los establecimientos de crédito o de las cooperativas autorizadas.

Los clientes deberán ser claramente informados sobre el alcance de este beneficio y en particular se les deberá precisar el costo de transacciones o consultas adicionales.

e) No podrá exigirse un depósito mínimo inicial para su apertura, ni saldo mínimo que deba mantenerse.

**Cuentas de Ahorro de Trámite Simplificado (CATS):** cuentas de ahorro que cumplen con las siguientes características: i) dirigidas únicamente a personas naturales; ii) límites a las operaciones débito por un monto que no supere en el mes calendario tres (3) salarios mínimos legales mensuales vigentes; iii) cuyo saldo máximo no exceda, en ningún momento, ocho (8) salarios mínimos legales mensuales vigentes; y iv) que el cliente sólo tenga una cuenta de ahorro con estas características en la respectiva entidad (reglamentadas por la Circular Externa 013 de 2013).

**Cuentas inactivas:** cuentas corriente o de ahorro en las cuales por un período de, al menos seis meses, no se ha realizado ningún tipo de transacción, como movimiento de depósito, retiro, transferencia o en general cualquier débito o crédito que la afecte.

**Datáfonos (POS):** dispositivo empleado por los establecimientos comerciales a través de los cuales se efectúan pagos y se realizan otras operaciones. La abreviatura POS se deriva de su nombre en inglés "Point of Sale".

**Defensor del Consumidor Financiero:** institución con la que deben contar las entidades financieras orientada a la protección de los consumidores financieros. Dentro de sus funciones están: i) atender efectiva y oportunamente a los consumidores de cada entidad; ii) conciliar entre los consumidores y las entidades financieras y iii) ser vocero del consumidor ante la entidad vigilada, entre otras.

**Depósitos de dinero electrónico:** son depósitos a la vista ofrecidos por los Establecimientos de crédito, diferentes a las cuentas corrientes y cuentas de ahorro, a nombre de personas naturales o jurídicas y que tienen las siguientes condiciones: i) las operaciones débito no pueden superar en el mes calendario tres (3) salarios mínimos legales mensuales vigentes; ii) el saldo máximo de los depósitos de dinero electrónico no puede exceder tres (3) salarios mínimos legales mensuales vigentes y iii) el consumidor financiero solamente podrá ser titular de un (1) depósito de dinero electrónico en la respectiva entidad (Título I de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010, reglamentado por la Circular Externa 07 de 2013).

**Establecimiento de crédito:** entidades financieras vigiladas por la SFC, dentro de las cuales se incluyen bancos, compañías de financiamiento, corporaciones financieras y cooperativas financieras.

**Índice de Precios al Consumidor (IPC):** indicador que mide la variación de precios de una canasta de bienes y servicios representativos del consumo de los hogares colombianos (Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE).

**Índice de Precios al Consumidor Financiero (IPCF):** indicador creado por la Superintendencia Financiera de Colombia que permite medir la evolución de los precios y mejorar la información disponible para que los consumidores elijan adecuadamente los productos y servicios ofrecidos por los establecimientos de crédito.

**Interés bancario corriente:** corresponde a la tasa de interés que la SFC certifica para dos modalidades de crédito: Microcrédito y Crédito de Consumo y Ordinario (de acuerdo con el artículo 11.2.5.1.2 del Decreto 2555 de 2010). Esta tasa de interés es la base para la determinación de la tasa de usura aplicable a las modalidades de crédito señaladas.

**Organización no gubernamental (ONG) microcrediticia:** organizaciones sin ánimo de lucro especializadas en el otorgamiento de crédito a la microempresa.

**Programa Banca de las Oportunidades (BdO):** Programa del Gobierno Nacional creado en 2006 con el objetivo de promover la inclusión financiera buscando equidad social. Como resultado de las recomendaciones de política del documento Conpes 3424 de 2006, se expidió en Decreto 3078 de mismo año, que creó el Programa de Inversión Banca de las Oportunidades, le asignó presupuesto y determinó que su administración sería asignada al Banco de comercio Exterior (Bancoldex).

**Programa Mas Familias en Acción:** iniciativa del Gobierno Nacional para entregar transferencias monetarias condicionadas al cumplimiento de requisitos de nutrición y/o educación a familias con hijos menores de 18 años pobres y vulnerables según el puntaje del SISBEN III, que pertenezcan a la Red Unidos, estén en condición de desplazamiento o sean población indígena.

**Puntos de contacto (PdC):** para efectos de este reporte corresponden a los siguientes canales a través de los cuales la población puede acceder a diferentes productos y servicios financieros: oficinas, corresponsales bancarios (CB), cajeros automáticos (ATM) y datáfonos (POS).

**Remesas:** transferencias de dinero hechas por los colombianos que residen y trabajan en el exterior a sus familiares en Colombia (Fondo Monetario Internacional).

**Salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV):** corresponde al salario mínimo definido anualmente con la participación de empresarios, sindicatos y el Gobierno. Para el año 2013, el nivel del salario mínimo mensual vigente corresponde a \$589.500 mensuales, nivel que no incluye el subsidio de transporte a que tiene derecho el trabajador.

**Sistema de Atención al Consumidor (SAC):** conjunto de políticas, procedimientos y controles adoptados por la entidad financiera para procurar la debida protección del consumidor financiero y que propicien para él un ambiente de atención y respeto.

**Seguros personales:** seguros que amparan riesgos asociados a personas, incluyen los seguros de exequias, accidentes personales, vida grupo y vida individual.

**Seguros de daños y propiedad:** seguros que amparan riesgos asociados a bienes, incluyen los seguros de incendio y/o terremoto, sustracción, desempleo y hogar.

**Seguros de exequias:** indemniza por vía de reembolso los gastos en que se incurre por concepto de honras fúnebres de las personas aseguradas.

**Seguros de accidentes personales:** cubre los riesgos de muerte o lesiones corporales por causas accidentales.

**Seguros de vida grupo:** ampara contra el riesgo de muerte e incapacidad permanente total a un grupo de personas determinado o determinable, bajo una póliza matriz.

**Seguros de vida individual:** amparan a una persona contra el riesgo de muerte, otorgando indemnización a sus beneficiarios o a aquellos a título oneroso.

**Seguros de incendio y/o terremoto:** cubren los daños a las cosas aseguradas por fuego hostil o rayo, o de sus efectos inmediatos como el calor, el humo, además daños por agua. En terremoto, se amparan los daños a los bienes asegurados por la ocurrencia de este fenómeno sísmico de la naturaleza.

**Seguros de sustracción:** amparan pérdidas o daños a los bienes asegurados en establecimientos o residencias como consecuencia de la sustracción (hurto) con o sin violencia.

**Seguros de desempleo:** amparan contra el riesgo de pérdida del empleo por despido sin justa causa, generando el pago de una renta con destinación específica (pago de cuotas de créditos, aportes) por un período determinado.

**Seguros de hogar:** amparan múltiples riesgos para brindar protección integral a inmuebles y a sus contenidos, como muebles y enseres.

**Transacciones monetarias:** se refiere a las transacciones por concepto de pagos, retiros, depósitos, transferencias y transacciones internacionales.

**Transacciones no monetarias:** son transacciones que no implicaron movimientos de dinero, como las consultas de saldo.



## NOTA METODOLÓGICA

La información utilizada para la formulación de los indicadores presentados en esta tercera edición del Reporte de Inclusión Financiera para Colombia, provienen de las entidades de control y vigilancia del sistema financiero, las entidades no vigiladas y las diferentes asociaciones o gremios que componen el sistema financiero del país.

La información referente a población, área por municipio y división político administrativa territorial se obtiene del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE.

Para el capítulo 1 sobre acceso, la información correspondiente a cobertura financiera a través de oficinas, datáfonos – POS, cajeros automáticos – ATM y CB proviene de la Superintendencia de la Economía Solidaria – SES, Superintendencia Financiera de Colombia – SFC y la información de las entidades no vigiladas como son las ONG microcrediticias, la cual proviene de los reportes que hacen estas entidades a la Banca de las Oportunidades y al Consejo Superior de la Microempresa – CSM.

En este capítulo se presenta el comportamiento de los diferentes PdC y su evolución a través del tiempo, medido a través de indicadores de población adulta por cada 10,000 y por cada 1,000 Km<sup>2</sup>, además, se realiza un análisis a nivel Nacional, Departamental y Municipal, y por tipo de municipio (urbano y rural) y rangos poblacionales.

La información correspondiente a número de PdC, oficinas y cajeros –ATM por cada 100,000 adultos de otros países, se obtuvo de los últimos datos registrados en la base de datos del Banco Mundial a cierre de 2012.

Para el capítulo 2 de uso, las cifras se obtienen de las entidades mencionadas anteriormente, incluyendo otras fuentes de información como el Buró de crédito CIFIN, el Ministerio de las Telecomunicaciones – MINTIC, Fondo Nacional de Garantías – FNG, Banco de la República e informes y estudios internacionales promovidos por el Foro Económico Mundial – FEM, Banco Interamericano de Desarrollo – BID, Microinsurance Center, el Fondo Multilateral de Inversiones FOMIN y el Banco Mundial – BM.

La información presentada en esta sección está relacionada con la transaccionalidad de los diferentes canales: oficinas, CB, ATM y POS, describiendo también la evolución que han tenido los canales no

presenciales como el internet y la telefonía móvil. También incluye temas como el uso de remesas internacionales, los productos financieros del pasivo y del activo y la actualización de la encuesta hecha a las compañías aseguradoras para conocer el estado de adquisición de seguros personales y de daños y propiedad.

En el capítulo 3, se tratan dos temas específicamente: (i) protección al consumidor financiero, en el cual se actualiza el análisis presentado en la versión anterior del RIF y se describen los principios internacionales de protección al consumidor financiero, propuestos por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos – OCDE y (ii) los esfuerzos en materia de educación financiera realizados por parte de varios de los actores que han promovido iniciativas y desarrollan programas en esta materia, mostrando un diagrama que sintetiza los principales programas de educación financiera como una de las herramientas de superación de pobreza y acceso a servicios financieros.

Para finalizar, en el capítulo 4 se presentan los retos identificados por diversas entidades públicas y privadas para lograr un mayor acercamiento entre la oferta y demanda en la búsqueda de una mayor inclusión financiera de la población.



## INTRODUCCIÓN

A 2014, entre 132 economías, Colombia ocupa el lugar número 52 en el Indicador de Progreso Social, entendido como *“la capacidad de una sociedad para satisfacer las necesidades básicas de la población y de las comunidades para mejorar y mantener su calidad de vida y crear las condiciones para que todos los individuos logren su potencial”*, indicador que mide entonces la capacidad de un país de transformar su desarrollo y éxito económico en bienestar social, y viceversa<sup>1</sup>.

Dicho lo anterior y aun cuando han sido muchos los esfuerzos para lograr el objetivo de traducir el desarrollo económico en mayores beneficios y mejores oportunidades para la población, es claro que aún hay un gran camino por recorrer no solo desde el punto de vista de las políticas públicas en materia de salud, educación, vivienda y empleo, entre otros, sino desde la perspectiva privada del acceso y uso de los servicios financieros formales que permitan a la población mejorar su calidad de vida.

En esta misma línea, en 2013, el Banco Mundial publicó el Global Financial Development Report de 2014, haciendo especial énfasis en los avances y estado de inclusión financiera a nivel internacional, en el que destaca el gran potencial que tiene la intervención pública y privada sobre la inclusión financiera al poder modificar conjuntamente la forma en que las personas interactúan con el sistema financiero<sup>2</sup>.

En cuanto al sector público, resalta la necesidad de enfocar sus objetivos en identificar y subsanar las fallas de mercado que son barreras para el uso de servicios financieros formales, como los altos costos, la no disponibilidad, el difícil acceso o incluso por factores culturales, para lo cual se requiere el desarrollo de marcos regulatorios adecuados, que protejan a los consumidores financieros, regulen y monitoreen la conducta de las entidades financieras, promuevan la competencia en el mercado y exijan estándares de transparencia y educación financiera.

La experiencia del Banco Mundial en sus estudios de caso, lo lleva a concluir que la intervención gubernamental para fomentar el acceso y uso de productos y servicios financieros, funciona y señala que por el lado de la oferta, es conveniente impulsar la creación de productos y sistemas de información y de pagos innovadores que se fundamenten en la adopción de nuevas tecnologías crediticias y de ahorro. Del lado de la demanda el éxito de esta intervención radica en las iniciativas en educación financiera y otras medidas que fomenten el uso responsable de productos y servicios financieros.

1. Social Progress Imperative (2014), Social Progress Index 2014.

2. Banco Mundial (2013), Global Financial Development Report 2014, Financial Inclusion.

Sin embargo, cualquier iniciativa en materia de uso y acceso es exitosa en la medida en la que exista cohesión entre el sector privado y público; pues si bien la innovación en el desarrollo de productos financieros, que sean incluyentes y satisfagan las necesidades de los consumidores es una labor que fundamentalmente atañe a la industria, su implementación y sostenibilidad en el largo plazo requiere de marcos regulatorios y de supervisión consistentes que promuevan en todo caso la asunción responsable de riesgos en el marco de la inclusión financiera sostenible.

La interacción público-privada es también fundamental para impulsar la capacidad financiera, los conocimientos, aptitudes y comportamientos de la población a través de intervenciones bien diseñadas y enfocadas, según el Banco Mundial, la educación financiera tiene impacto medible y con ellas se puede llegar a personas que se encuentren en etapas de educación y aprendizaje, por ejemplo, en la escuela, en nuevos ámbitos laborales o incluso al adquirir un nuevo producto financiero.

A nivel internacional las diferentes iniciativas de inclusión financiera se han desarrollado bajo diferentes definiciones que tienen enfoques muy similares y se describen a continuación:

**CUADRO 1. DEFINICIONES DE INCLUSIÓN FINANCIERA**

ORGANIZACIÓN/PAÍS	DEFINICIÓN
Alianza para la Inclusión Financiera AFI <sup>3</sup>	A través de la inclusión financiera se busca incluir a la población no bancarizada en los sistemas financieros formales, para darles la oportunidad de acceder a servicios financieros que van desde el ahorro, los pagos y transferencias, pasando por el crédito y los seguros.
Consultative Group to Assist the Poor CGAP <sup>4</sup>	La inclusión financiera contempla que los hogares y las empresas puedan acceder y hacer uso efectivo de servicios financieros apropiados. Estos servicios deben ser provistos de manera responsable y sostenible, en un adecuado ambiente regulatorio.
Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos OCDE <sup>5</sup>	Proceso de promoción del acceso asequible, oportuno y adecuado a un rango de productos y servicios financieros regulados y a la ampliación del uso por parte de todos los segmentos de la sociedad a través de la implementación de enfoques existentes innovadores y adaptados, incluyendo la sensibilización y educación financiera con una mirada que promueva el bienestar financiero, así como la inclusión social y económica.
Banco Mundial <sup>6</sup>	La proporción de individuos y empresas que utilizan servicios financieros. Es un concepto multidimensional que refleja la variedad de servicios financieros posibles (desde pagos y cuentas de ahorro, hasta créditos, seguros, pensiones y mercados de valores).

3. AFI Global Policy Areas.  
 4. CGAP Topics. Financial Inclusion.  
 5. OCDE (2013). Financial Literacy and Inclusion.  
 6. Banco Mundial (2014). Global Financial Development Report.

ORGANIZACIÓN/PAÍS	DEFINICIÓN
México <sup>7</sup>	<p>Acceso y uso de servicios financieros formales en el marco de una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población. Contempla 4 dimensiones:</p> <p><b>Acceso:</b> referido a "la infraestructura financiera disponible para brindar servicios y productos financieros, tales como sucursales, cajeros automáticos, terminales puntos de venta, banca móvil y banca por Internet."</p> <p><b>Uso:</b> relativo al número de productos financieros accesibles a las personas, tales como, cuentas de ahorro, de cheques y de nómina, depósitos a plazo, tarjetas de crédito, créditos hipotecarios, automotrices y personales, seguros de vida, de auto, de daños y de gastos médicos, cuentas de ahorro para el retiro, entre otros.</p> <p><b>Educación financiera:</b> "conocimiento y uso responsable de los servicios y productos financieros."</p> <p><b>Protección al consumidor:</b> "busca la creación de condiciones más equitativas entre proveedores y consumidores de servicios financieros."</p>

En Colombia, las políticas de inclusión financiera implementadas hasta hoy se enmarcan en una definición similar a la adoptada en México, cumpliendo las recomendaciones del Banco Mundial y de AFI en cuanto a la promoción del acceso y uso de productos y servicios financieros de manera sostenible por parte de personas y empresarios y adicionalmente abarca la implementación de estrategias de educación financiera como aproximación a la calidad y un esquema de protección al consumidor financiero apropiado como aproximación al bienestar.

Ahora bien, durante los últimos años se ha buscado que los colombianos puedan acceder a canales transaccionales, productos y medios de pago innovadores y seguros; alcanzando un nivel de bancarización de 71%<sup>8</sup> de la población adulta colombiana, con 1,872,482 personas incluidas durante 2013, cifras que se han alcanzado gracias a la implementación exitosa del modelo de corresponsales bancarios por medio de los cuales se logró llevar servicios financieros a todas las zonas del país, al diseño de nuevos productos financieros incluyentes y de calidad, al desarrollo y puesta en marcha de un esquema de protección al consumidor financiero robusto y al impulso de iniciativas de educación económica y financiera.

Particularmente durante el último año y con el fin de llevar al consumidor nuevos productos financieros de bancamóvil a bajo costo, la Comisión de Regulación de las Comunicaciones CRC expidió la Resolución 4458 de 2014 que establece medidas para la oferta de servicios financieros móviles en beneficio de los usuarios, determinando límites a las tarifas de los mensajes de texto y obligando a las empresas de telefonía móvil a reducir las tarifas que pueden cobrar a las entidades financieras por el uso de bancamóvil, propendiendo por la reducción del costo de este servicio que se traslada al consumidor financiero.

Así mismo, con la expedición de la Ley 1676 de 2013 se buscó promover el acceso al crédito redefiniendo el concepto de garantía sobre bienes muebles y permitiendo que éstos sean presentados como contraparte en la solicitud de créditos, se espera que con la entrada en vigencia de esta ley y el registro de garantías mobiliarias se promueva una mayor inclusión en el segmento de pequeñas y medianas empresas<sup>9</sup>.

7. Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2013). Reporte de Inclusión Financiera 5.  
 8. Fuente: CIFIN. Porcentaje de adultos con al menos un producto financiero (créditos comerciales, de vivienda, de consumo, microcrédito, cuenta de ahorro y cuenta corriente).  
 9. Semana Económica, Asobancaria - Garantías Mobiliarias: La hora de la verdad (10 marzo de 2014).

Más recientemente, mediante el Decreto 457 de 2014 se organizó el Sistema Nacional Administrativo para la Educación Económica y Financiera con el fin de coordinar las iniciativas en esta materia y se creó la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera conformada por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, el Ministerio de Educación Nacional, la Superintendencia Financiera de Colombia, la Superintendencia de la Economía Solidaria, el Departamento Nacional de Planeación, el Fondo de Garantías de Instituciones Financieras FOGAFIN, el Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas FOGACOOPE y la Unidad Administrativa Especial de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera, el Banco de la República y la Banca de las Oportunidades son invitados permanentes.

Con este Decreto se consolida la intención del Gobierno Nacional de diseñar una política en materia de educación financiera que conlleve en el mediano y largo plazo a que los consumidores financieros cuenten con mayores y mejores capacidades para tomar decisiones frente a la adquisición y uso adecuado de los productos financieros.

La cobertura del sistema financiero en Colombia ha seguido mejorando. Para finales de 2013, tan sólo 3 municipios no están cubiertos por servicios ofrecidos por entidades bancarias y tan sólo 1, carece de cobertura por parte de cualquier tipo de institución financiera. Los dos últimos años, han sido muy dinámicos en relación con el incremento de los puntos de contacto. Los mayores crecimientos se observan en los CB y datáfonos. En el primer caso, debido a su mayor número en diversos bancos y compañías de financiamiento y en el segundo caso, gracias a la incorporación de más de 50,000 datáfonos orientados al desarrollo de operaciones sin tarjeta, utilizando un mecanismo de autenticación conocido como OTP (one time password).

Las oficinas continuaron siendo el canal que moviliza un mayor volumen de recursos y el segundo en número de operaciones si se compara con los demás canales, concentrando el 52% del monto total transado y 21% del número de operaciones, sin embargo; se evidencia una tendencia descendente tanto del número de operaciones y del monto transado entre 2012 y 2013 contraria a la exhibida por el canal internet que ha sido uno de los de mayor crecimiento durante los últimos años.

Siguiendo la tendencia del año anterior, las remesas constituyen una fuente importante de ingresos en algunas regiones; sin embargo, persiste la necesidad de crear incentivos y/o productos que permitan que los giros canalizados a través de sistema financiero formal permanezcan en el sistema, fomenten el ahorro y el uso de medios transaccionales para realizar pagos según las necesidades de los receptores, ya que la evidencia muestra que los recursos llegan a las familias receptoras en su mayoría a través de pagos por ventanilla (71%).

Así mismo, las cifras reveladas en el presente informe ratifican la importancia de lograr que la población haga uso efectivo y constante de los productos que adquiere pues, para citar un ejemplo, de 51.2 millones de cuentas de ahorro, cerca del 51% se encontraban inactivas, cifra que aumentó en 3.4 millones frente a 2012 y cuyo origen fundamentalmente se asocia al segmento de clientes de menores ingresos.

Si bien las cifras siguen apoyando la hipótesis de mayor inclusión financiera, la búsqueda constante de mecanismos que permitan lograr potencializar el uso de los productos financieros más allá de aquellos ofrecidos por la banca tradicional, es uno de los retos que los actores del mercado así como los entes de regulación y supervisión tienen en sus manos.





Corresponsal No Bancario



## CAPÍTULO 1:

### INDICADORES DE ACCESO COBERTURA DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS A TRAVÉS DE DIFERENTES PUNTOS DE CONTACTO (PDC)

La dimensión de acceso hace referencia a la capacidad (posibilidad real) de la población para utilizar los productos y servicios ofrecidos por las entidades financieras.

Para esta dimensión se presentan los resultados derivados de los principales indicadores de inclusión financiera, permitiendo la comparación a nivel internacional, proporcionando un diagnóstico del estado de acceso a servicios financieros a nivel nacional y generando parámetros de comparación y evaluación para desarrollar política pública.

Para efectos de este Reporte, la dimensión de acceso se enfocará en el análisis e indicadores de cobertura de las entidades financieras así:

#### PRINCIPALES INDICADORES A DESARROLLAR

##### INDICADORES

- Puntos de Contacto (PdC):**
- En Unidades
  - Por cada 10,000 adultos
  - Por cada 1,000 KM<sup>2</sup>

##### COBERTURA GEOGRÁFICA

- Nacional
- Departamental
- Municipal

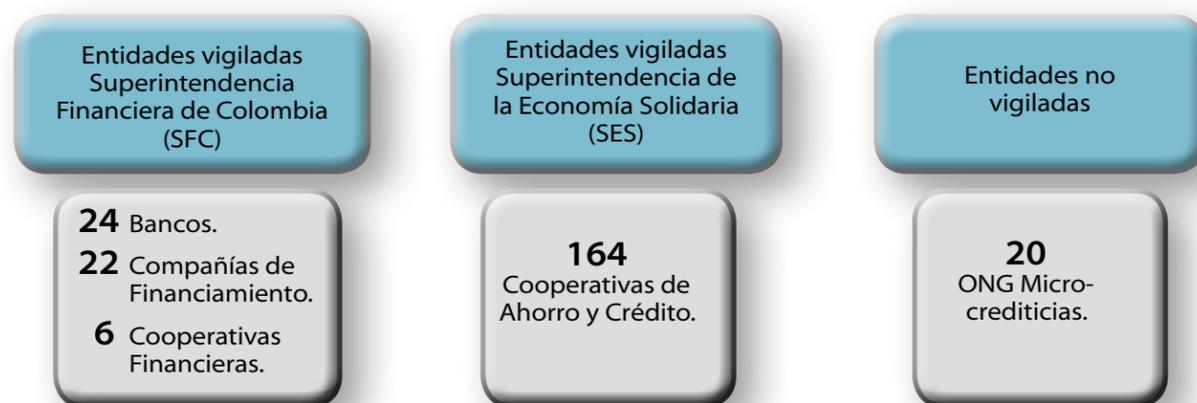
##### TIPO DE ANÁLISIS

- Por tipo de PdC: Oficinas, CB, ATM y POS
- Por tipo de institución financiera: Bancos, Compañías de Financiamiento (CF), Cooperativas financieras (SFC y SES) y ONG

A continuación se presenta un análisis de la cobertura de las entidades financieras y de la capacidad o posibilidad real que tiene la población de acceder a los productos y servicios financieros ofrecidos por éstas a través de los distintos puntos de contacto (PdC). Igualmente se hace un análisis del comportamiento histórico de estos indicadores para el período 2008 - 2013.

La información de oferta aquí considerada proviene de los diferentes organismos de supervisión así como de aquella remitida por las ONG como se describe a continuación:

### INSTITUCIONES FINANCIERAS ANALIZADAS



En Colombia existen dos organismos oficiales de supervisión de los agentes que desarrollan actividades financieras:

- La Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) que tiene como funciones principales ejercer la inspección, vigilancia y control sobre las personas que realicen actividades financieras, bursátiles, aseguradoras y cualquier otra relacionada con el manejo, aprovechamiento o inversión de recursos captados del público con el fin de preservar su estabilidad, seguridad y confianza, así como, promover, organizar y desarrollar el mercado de valores colombiano y la protección de los inversionistas, ahorradores y asegurados. Dentro de las entidades que vigila esta entidad están los bancos, compañías de financiamiento, cooperativas financieras y compañías de seguros<sup>10</sup>.
- La Superintendencia de la Economía Solidaria (SES), la cual vigila a las cooperativas de ahorro y crédito y ejerce el control, inspección y vigilancia protegiendo los intereses de los asociados de las organizaciones de economía solidaria, de los terceros y de la comunidad en general<sup>11</sup>.

Para efectos del presente Informe es importante mencionar que una de las diferencias entre estas dos entidades de vigilancia y supervisión está en el tipo de cooperativas que vigilan:

### CUADRO 2. COOPERATIVAS FINANCIERAS Y COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO<sup>12</sup>:

COOPERATIVAS FINANCIERAS	COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO
Vigiladas: Superintendencia Financiera de Colombia.	Vigiladas: Superintendencia de la Economía Solidaria.
Son organismos cooperativos especializados cuya función principal consiste en adelantar actividad financiera ofreciendo sus servicios a terceros no asociados.	Son organismos cooperativos especializados cuya función principal consiste en adelantar actividad financiera exclusivamente con sus asociados.

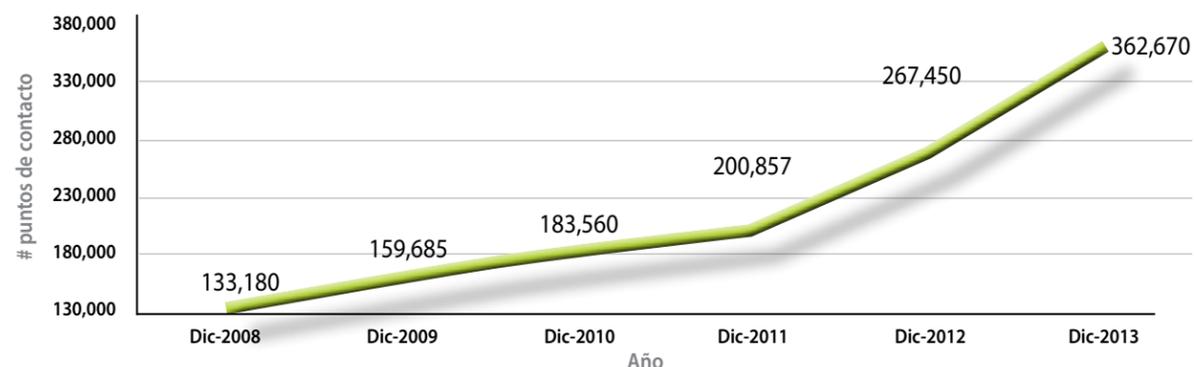
Además de las entidades ya mencionadas, este Informe incorpora la información de las ONG microcrediticias que tienen permitida como única actividad la colocación de microcrédito, ya sea individual o grupal, y que reportan información al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y a la Banca de las Oportunidades.

De esta manera, se obtiene un panorama completo de las entidades que desarrollan actividades financieras como propósito principal, lo que contribuyen a explicar mejor la inclusión financiera en Colombia.

### 1.1 PUNTOS DE CONTACTO: TOTAL Y POR TIPO DE PDC

En Colombia, los PdC<sup>13</sup> a través de los cuales la población tiene la posibilidad de acceder a productos y servicios financieros son los siguientes: oficinas, corresponsales bancarios (CB), cajeros (ATM) y datáfonos (POS). Entre diciembre de 2008 y diciembre de 2013, el número de PdC aumentó en 172.3% al pasar de 133,180 a 362,670; en los dos últimos años se observaron crecimientos importantes del 33.2% y del 35.6% (Cuadro No.4), cuando el total de PdC aumentó en 66,593 (en 2012) y 95,220 más en 2013, para alcanzar un total de 161,813. Si se compara esta cifra con los 159,685 que se encontraban disponibles a diciembre de 2009, se encuentra que en estos dos últimos años se duplicaron en Colombia las posibilidades ofrecidas a los ciudadanos para acceder a los servicios financieros.

### GRÁFICA 1. NÚMERO DE PDC



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

12. Fuente: Superintendencia de la Economía Solidaria <http://www.supersolidaria.gov.co/es/preguntas-frecuentes>

13. "Los teléfonos celulares y las computadoras personales no se consideran puntos de contacto porque a través de éstos no se pueden realizar operaciones físicas de depósito ni de retiro de dinero." (Fuente: AFI: Alliance for Financial Inclusion – Medición de la inclusión financiera, conjunto principal de indicadores de Inclusión Financiera, marzo de 2013).

10. Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?!Servicio=Publicaciones&Tipo=publicaciones&Funcion=loadContenidoPublicacion&id=60607>

11. Fuente: Superintendencia de la Economía Solidaria <http://www.supersolidaria.gov.co/es/nuestra-entidad/objetivos>

Es importante mencionar que existe otro mecanismo además de los PdC analizados en este Informe, el de asesores móviles, a través del cual las ONG están ofreciendo sus productos a la población. Estas entidades cuentan con 2,128 asesores móviles que trabajan en 26 departamentos y en 386 municipios.

A diciembre de 2013 se contabilizaron 298,751 Datáfonos (POS), 42,638<sup>14</sup> CB, 13,679 cajeros (ATM) y 7,602 oficinas.

**CUADRO 3. NÚMERO DE PDC EN ENTIDADES FINANCIERAS**

Tipo de punto de contacto	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Oficinas	6,191	6,419	6,438	6,488	7,096	7,602
CB	4,880	5,618	9,704	16,685	28,166	42,638
Cajeros - ATM	8,577	9,274	10,127	10,889	12,281	13,679
Datáfonos - POS	113,532	138,374	157,291	166,795	219,907	298,751
<b>TOTAL</b>	<b>133,180</b>	<b>159,685</b>	<b>183,560</b>	<b>200,857</b>	<b>267,450</b>	<b>362,670</b>

**CUADRO 4. CRECIMIENTO ANUAL DEL NÚMERO DE PDC**

Tipo de punto de contacto	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Oficinas	3.7%	0.3%	0.8%	9.4%	5.1%
CB	15.1%	72.7%	71.9%	68.8%	51.4%
Cajeros - ATM	8.1%	9.2%	7.5%	12.8%	11.4%
Datáfonos - POS	21.9%	13.7%	6.0%	31.8%	35.9%
<b>TOTAL</b>	<b>19.9%</b>	<b>15.0%</b>	<b>9.4%</b>	<b>33.2%</b>	<b>35.6%</b>

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG  
\* ATM y POS incluyen vigilados y ASPBV

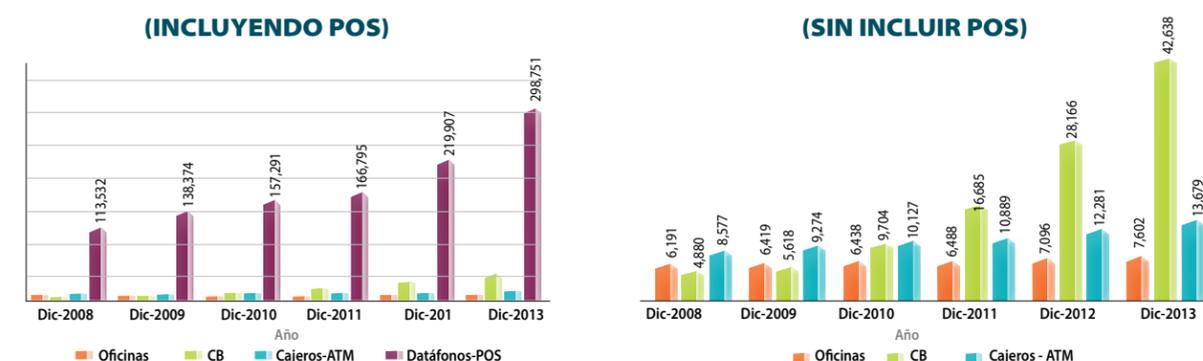
En el comportamiento total tiene especial importancia el crecimiento que vienen presentando los CB desde 2010 y el de los POS desde el 2012. Las oficinas aumentaron su crecimiento en los dos últimos años en tanto el crecimiento de los ATM se mantiene cercano al 10% anual promedio en los últimos años.

En el 2013 las entidades financieras abrieron 14,472 nuevos CB y se establecieron 78,844 nuevos POS, con crecimientos del 51.4% y 35.9% respectivamente. Las nuevas oficinas fueron 608, con un crecimiento del 5.1%.

Como se evidencia de la información tanto oficinas como ATMs, los cuales requieren una mayor inversión e infraestructura han sido los PdC de menor crecimiento.

14. Los corresponsales compartidos por Citibank y Colpatria se cuentan como uno, para el análisis referente a tipo de población y tipo de municipio no es posible hacer esta distinción.

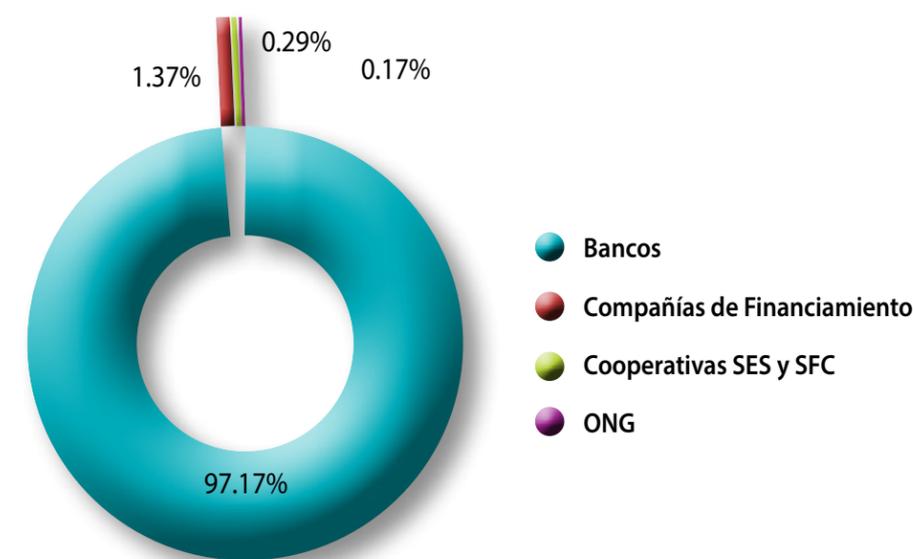
**GRÁFICA 2. PDC POR TIPO**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

Del total de PdC, los bancos tienen 356,041 siendo la mayor participación con el 98%, seguido de las compañías de financiamiento con 4,975, (1.37%) y finalmente las cooperativas con 1,054 y ONG con 600, (0.29% y 0.17%) respectivamente.

**GRÁFICA 3. PDC POR TIPO DE ENTIDAD FINANCIERA**

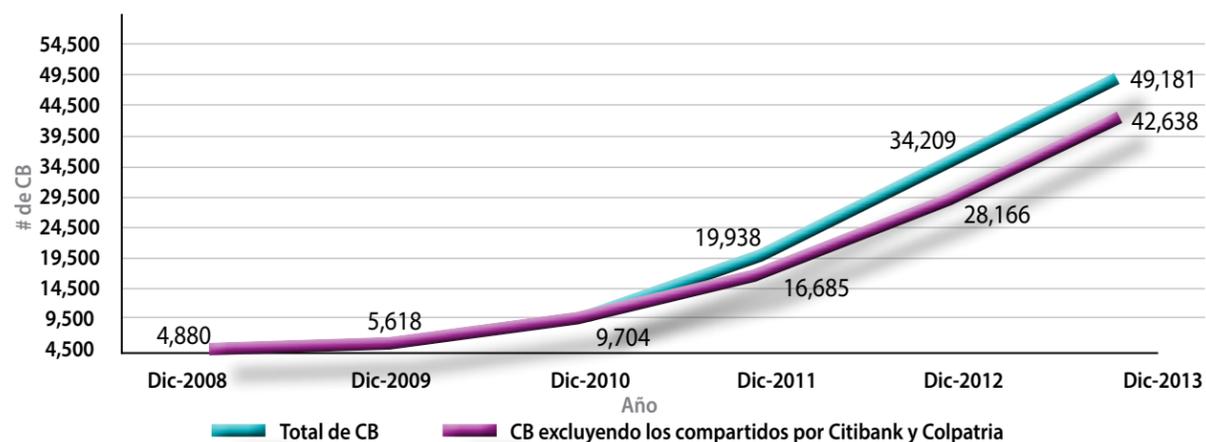


Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

**1.1.1 Corresponsales Bancarios:**

Como principal dinamizador del crecimiento de los PdC, sobresale la operación de los CB. Estos agentes fueron autorizados en el 2006 como un nuevo canal para ofrecer servicios financieros, con bajos costos de implementación en términos de infraestructura y costos operativos, permitiendo a las entidades financieras ampliar su cobertura a zonas del país que antes no considerarían como potencial de expansión.

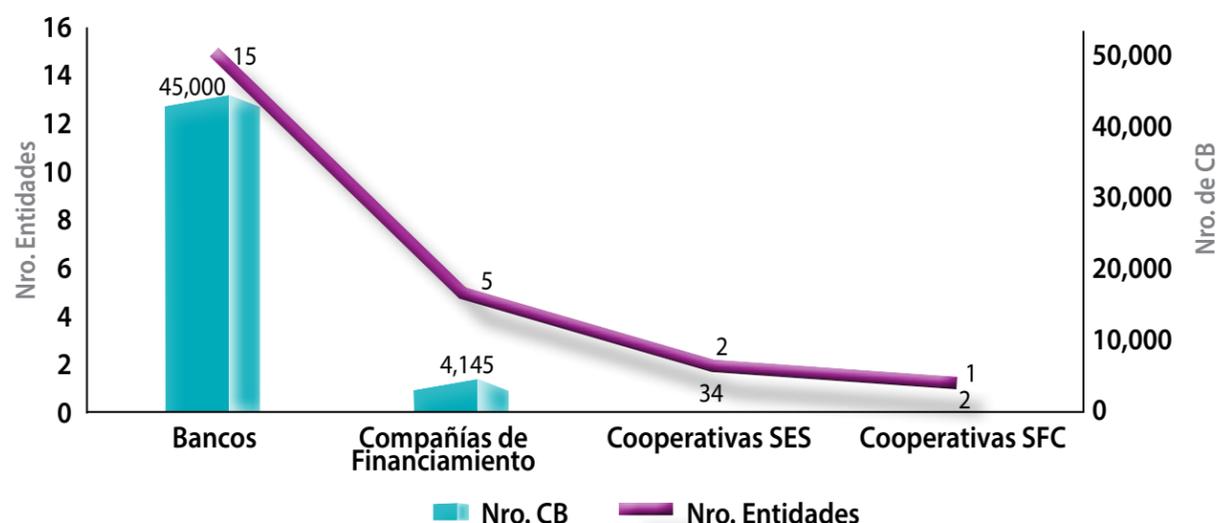
**GRÁFICA 4. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CB**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

A diciembre de 2013, se contabilizaron 49,181<sup>15</sup> CB, cubriendo 1,069 municipios de Colombia, es decir, un 97% del territorio nacional. A dicha fecha este tipo de PdC ha sido implementado por 23 entidades financieras, distribuidas así: 45,000 operados por 15 bancos (91.5%), 4,145 por 5 compañías de financiamiento (8.4%), en conjunto las cooperativas vigiladas por la SES y la SFC operan 36 CB (0.1%).

**GRÁFICA 5. NÚMERO DE CB Y NÚMERO DE ENTIDADES CON CB**



Fuente: SFC (Formatos 398) y BdO. Incluye cooperativas SES

15. Incluye los corresponsales compartidos por Citibank y Colpatría. Sin repetir puntos, el número de CB es de 42,638

Las operaciones que pueden realizarse a través de CB incluyen: recaudos, pago de obligaciones, envío o recepción de giros en moneda legal colombiana dentro del territorio nacional, depósitos y retiros en efectivo, incluyendo los depósitos electrónicos, transferencias de fondos, consultas de saldos, expedición y entregas de extractos y desembolsos y pagos en efectivo por concepto de operaciones activas de crédito<sup>16</sup>.

Cada entidad financiera define las operaciones a implementar en su modelo de corresponsalía, las cuales autoriza la Superintendencia Financiera de Colombia y decreta el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, estas operaciones se describen a profundidad en el capítulo de Uso de este Reporte.

A pesar de la expansión en el número de corresponsales bancarios, para el corte de diciembre de 2013 alrededor del 40% no registró ningún tipo de transacción a pesar de estar en operación. Los números más significativos de CB que no registraron transacciones se encuentran en ciudades capitales y existen 42 municipios que teniendo un solo CB, éste no realizó transacción alguna para el corte mencionado.

La sub-utilización de algunos CB, amerita una revisión por parte de cada entidad y puede estar explicada por factores diversos como los siguientes: i) el modelo de negocios definido por cada entidad financiera, así como por limitaciones en la infraestructura tecnológica requerida por parte de algunos CB<sup>17</sup>, ii) la limitada oferta de servicios transaccionales de algunos CB, los cuales compiten con otros PdC cercanos como oficinas y ATM, en los cuales se puede realizar una mayor diversidad de transacciones, y iii) en algunos municipios puede tratarse de baja demanda de servicios financieros asociada a su baja densidad poblacional así como a la falta de conocimiento por parte de la población sobre los servicios y beneficios que ofrece este canal.

Con relación a la limitada oferta de transacciones posibles a través de CB resultan ilustrativos los siguientes datos: 10 de las 23 entidades que operan este tipo de canal, que equivalen al 43%, ofrecen entre 1 y 2 servicios financieros y 5 de ellas solo ofrecen 1 servicio (4 de ellas el pago de sus obligaciones); el 70% de las entidades ofrecen el pago de sus obligaciones, retiros en cuenta de ahorro y cuenta corriente y el recaudo de servicios públicos. Solamente 3 entidades (13%) ofrece el servicio de envío y recepción de giros y 2 entidades (9%) permiten la apertura de cuentas de ahorro en los CB.

Los CB en Colombia enfrentan una limitación adicional relacionada con el manejo de efectivo permitido por cada una de las entidades financieras que representan, pues se tienen establecidos toques máximos en aras de no exacerbar el riesgo inherente al manejo de los recursos. Cuando el CB alcanza determinado monto de efectivo en desarrollo de sus operaciones, está obligado a consignar dicho efectivo en la sucursal bancaria más cercana del banco que representa antes de poder continuar realizando operaciones<sup>18</sup>.

A diciembre de 2013 del total de CB, 39,700 se encuentran en ciudades con más de 100,000 habitantes (81%) y 9,481 se ubican en ciudades de menos de 100,000 habitantes (19%). Respecto de la clasificación urbano versus rural 40,555 CB se localizan en áreas clasificadas como urbanas (82%) y 8,626 en ciudades clasificadas como rurales (18%).

16. Decreto número 2672 de 21 de diciembre de 2012.

17. Dentro de los requerimientos tecnológicos que exige operar un CB está contar con un sistema de comunicaciones robusto que le permita estar conectado con el banco que representa vía Internet en tiempo real.

18. En Colombia el modelo de CB funciona a través de líneas de crédito que cada institución financiera otorga a sus CB. El CB usa esta línea de crédito hasta el límite de riesgo definido por la institución financiera equivalente a la cantidad máxima de efectivo que puede tener en caja en un momento determinado. Cuando hay retiros o transferencias de dinero, se libera cupo de crédito, pero cuando el CB alcanza su límite no puede seguir realizando transacciones hasta tanto no consigne dicho dinero en la sucursal más cercana de la entidad que representa. (CGAP, February 2013, pages 5 and 6)

**CUADRO 5A. NÚMERO DE CORRESPONSALES BANCARIOS POR TAMAÑO POBLACIONAL**

Tamaño poblacional	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
0 - 10,000 habitantes	234	294	380	487	794	1,690
10,001 - 50,000 habitantes	650	835	873	1,331	2,526	5,636
50,001 - 100,000 habitantes	202	242	254	488	1,055	2,155
Más de 100,000 habitantes	3,794	4,247	8,197	17,632	29,834	39,700
<b>TOTAL</b>	<b>4,880</b>	<b>5,618</b>	<b>9,704</b>	<b>19,938</b>	<b>34,209</b>	<b>49,181</b>

**CUADRO 5B. NÚMERO DE CORRESPONSALES BANCARIOS POR TIPO DE MUNICIPIO**

Tipo de Municipio	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Urbano	3,877	4,343	8,294	17,845	30,307	40,555
Rural	1,003	1,275	1,410	2,093	3,902	8,626
<b>TOTAL</b>	<b>4,880</b>	<b>5,618</b>	<b>9,704</b>	<b>19,938</b>	<b>34,209</b>	<b>49,181</b>

Fuente: SFC (Formatos 398) y BdO. Incluye cooperativas SES

Sin embargo, en los últimos tres (3) años la cobertura con CB en el sector rural ha aumentado significativamente con una tasa de crecimiento promedio anual de 85%, siendo 121% para el año 2013, año en el cual se abrieron 4,724 CB en dichas zonas. La Banca de las Oportunidades mediante incentivos monetarios ofrecidos a todo el sector financiero, promovió en 2008 y 2010 la apertura de 187 CB en municipios rurales.

**CUADRO 6. CRECIMIENTO DE CORRESPONSALES BANCARIOS POR TAMAÑO POBLACIONAL**

Tamaño poblacional	Crecimiento 2012- 2013
0 -10,000 habitantes	113%
10,001- 50,000 habitantes	123%
50,001 -100,000 habitantes	104%
Más de 100,000 habitantes	33%
<b>TOTAL</b>	<b>44%</b>

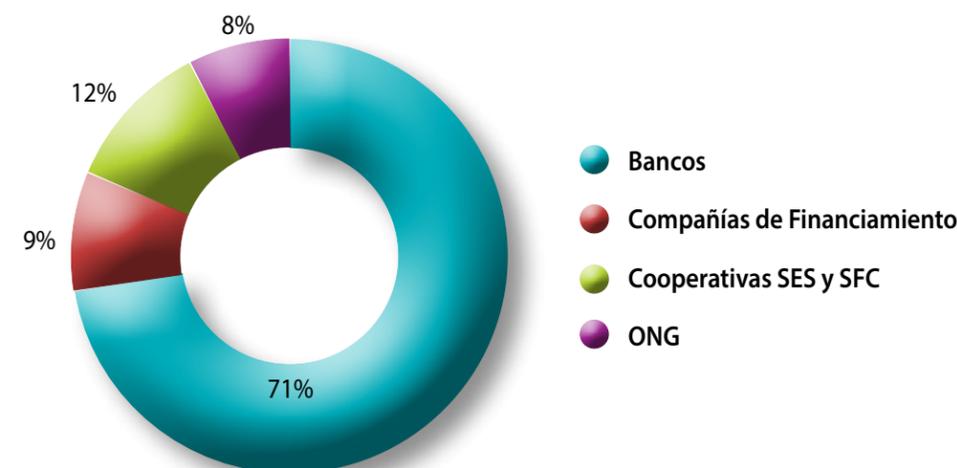
Fuente: SFC (Formatos 398) y BdO. Incluye cooperativas SES

La cobertura urbana continúa creciendo a un ritmo menor: para el año 2013 creció 34% en tanto en los años anteriores había registrado crecimientos del 91%, 115% y 70% respectivamente.

**1.1.2 Oficinas:**

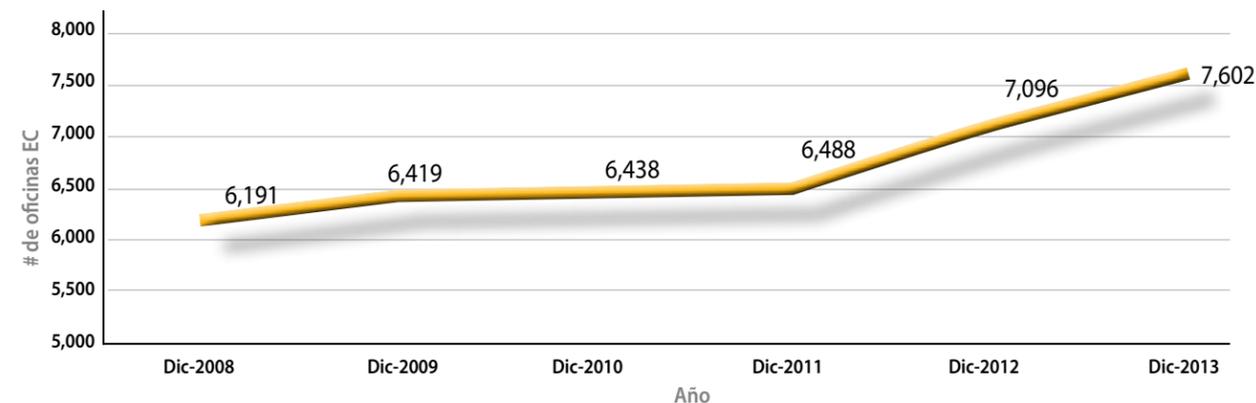
A diciembre de 2013, el número de oficinas alcanzó 7,602, localizadas en 873 municipios, lo que significa que este tipo de PdC tiene una cobertura del 79% del territorio nacional. La mayor parte de éstas, 5,398 corresponden a oficinas bancarias, es decir el 71% del total. Las 164 cooperativas SES cuentan con 735 oficinas (10% del total), mientras que las 6 cooperativas SFC cuentan con 212 oficinas (2%). El sector cooperativo representa el 12% del total de oficinas. Las 22 Compañías de financiamiento poseen 657 oficinas, (9 % del total), y las ONG disponen de 600 oficinas (8% del total).

**GRÁFICA 6. TOTAL OFICINAS POR TIPO DE ENTIDAD**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

**GRÁFICA 7. TOTAL DE OFICINAS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

## 1.2 PUNTOS DE CONTACTO POR TIPO DE INTERMEDIARIO

Tanto bancos como las cooperativas disponen de los 4 tipos de PdC, en tanto las compañías de financiamiento no utilizan ATM y las ONG únicamente llegan a la población a través de oficinas. El 83% de los PdC de los bancos corresponden a datáfonos mientras que, los CB representan el 11%. En el caso de las Compañías de Financiamiento el 83% corresponde a CB y el 13% a oficinas. Finalmente, las Cooperativas y las ONG concentran sus PdC en oficinas. Las ONG no están autorizadas para operar a través de CB dada la naturaleza de su negocio. Al estar especializadas en la colocación de microcrédito requieren de asesores especializados quienes generalmente están vinculados directamente con la ONG ya que no es fácil tercerizar este tipo de servicio.

Al analizar la información de oficinas en comparación con otros PdC, su crecimiento promedio anual es de 3.8%, inferior al de los demás. Esto se explica en parte por los mayores costos de inversión que implica la apertura de nuevas oficinas, no sólo desde el punto de vista de infraestructura física y tecnológica, sino también desde el punto de vista del recurso humano requerido.

Al comparar las oficinas de entidades bancarias respecto a oficinas de otras entidades, es el PdC que más aumentó su red con 296 nuevas oficinas, seguido de las ONG con 145.

### CUADRO 7. NÚMERO DE PDC POR TIPO DE ENTIDAD

#### BANCOS

Tipo de punto de contacto	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Oficinas	4,419	4,487	4,518	4,921	5,102	5,398
CB <sup>19</sup>	4,880	5,617	9,556	16,157	27,376	38,457
Cajeros - ATM	8,575	9,229	10,082	10,834	12,227	13,640
Datáfonos - POS <sup>20</sup>	111,393	136,447	156,408	166,401	219,513	298,546
<b>TOTAL</b>	<b>129,267</b>	<b>155,780</b>	<b>180,564</b>	<b>198,313</b>	<b>264,218</b>	<b>356,041</b>

#### COMPAÑÍAS DE FINANCIAMIENTO

Tipo de punto de contacto	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Oficinas	413	430	457	466	647	657
CB	-	-	142	517	759	4,145
Cajeros - ATM	-	15	13	15	16	-
Datáfonos - POS	1,871	1,665	415	361	362	173
<b>TOTAL</b>	<b>2,284</b>	<b>2,110</b>	<b>1,027</b>	<b>1,359</b>	<b>1,784</b>	<b>4,975</b>

#### COOPERATIVAS SES Y SFC

Tipo de punto de contacto	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Oficinas	798	856	828	822	892	947
CB	-	1	6	11	31	36
Cajeros - ATM	2	30	32	40	38	39
Datáfonos - POS	268	262	468	33	32	32
<b>TOTAL</b>	<b>1,068</b>	<b>1,149</b>	<b>1,334</b>	<b>906</b>	<b>993</b>	<b>1,054</b>

#### ONG

Tipo de punto de contacto	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Oficinas	561	646	635	279	455	600
CB	-	-	-	-	-	-
Cajeros - ATM	-	-	-	-	-	-
Datáfonos - POS	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>561</b>	<b>646</b>	<b>635</b>	<b>279</b>	<b>455</b>	<b>600</b>

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

En el caso de los CB, tanto los bancos, como las compañías de financiamiento han mostrado un crecimiento importante de este canal abriendo en el último año 3,386 nuevos corresponsales.

El crecimiento de los CB (51.4%) en el último año obedece a que más entidades financieras están utilizando este canal y las que lo venían usando, aumentaron significativamente su número, como el Banco Agrario que pasó de operar 302 CB en 2012 a operar 6,410 CB a diciembre 2013 y otras entidades que se aprecian en el siguiente cuadro.

### CUADRO 8. ENTIDADES QUE ABRIERON POR PRIMERA VEZ CB Y ENTIDADES QUE MÁS EXPANDIERON SU RED DE CORRESPONSALES

Entidad	Dic-13
OPPORTUNITY INTERNATIONAL, Compañía de Financiamiento (CF).	211
MI PLATA, Compañía de Financiamiento (CF).	96
MICROEMPRESAS DE COLOMBIA, Cooperativa SES.	32
COOPERATIVA FINANCIERA DE ANTIOQUIA, Cooperativa SFC.	2

19. Dato ajustado descontando los 6,043 CB compartidos por Citibank y Banco Colpatría

20. Incluye ATM y POS propios y Administradoras de Sistemas de Pago de Bajo Valor (ASPBV)

Entidad	Dic-12	Dic-13
BCSC	2,738	6,626
BANAGRARIO	302	6,410
BANCO DAVIVIENDA S.A.	653	4,440
GIROS Y FINANZAS (CF)	39	3,082
BBVA	250	1,218

Fuente: SFC (Formatos 398) y BdO. Incluye cooperativas SES

### GRÁFICA 8. OFICINAS Y CB A DICIEMBRE DE 2013



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

Es importante señalar que los procesos de transformación de entidades, tales como cooperativas (Coomeva) y compañías de financiamiento (Falabella) en bancos han generado cambios bruscos en la tendencia del número de algunos tipos de PdC por tipo de entidad. Estos cambios se observan particularmente en la disminución en el número de datáfonos de las compañías de financiamiento asociado a la conversión de Falabella en banco y a la disminución de datáfonos en las compañías de financiamiento Finamérica y Tuya en el 2013.

### 1.3 INDICADORES DE PDC POR POBLACIÓN Y ÁREA

A continuación se muestra la evolución de los PdC por cada 10,000 adultos y por cada 1,000 Km<sup>2</sup>.

El indicador de 10,000 adultos es de carácter demográfico y muestra el número de PdC disponibles como proporción al número de adultos; mientras el indicador sea mayor, significa que hay mayor cobertura y que el número promedio de adultos atendidos por punto es menor. El indicador de 1,000 Km<sup>2</sup> busca aproximarse a la distancia promedio entre un cliente potencial y el PdC más cercano, de tal manera que mientras mayor sea el indicador, menor es la distancia que tienen que recorrer los usuarios para acceder a los servicios financieros.

En Colombia para el año 2013, según las proyecciones de población del DANE, existen 31,567,635 adultos, distribuidos en 1,102 municipios incluyendo a San Andrés<sup>21</sup>, mientras que el área total del territorio nacional corresponde a 956,266 Km<sup>2-22</sup>.

21. San Andrés fue suprimido como municipio al tenor de la Ley 1a./72. No obstante, para fines estadísticos, se toma en cuenta - Resumen División Político-administrativa de Colombia 2012 <http://190.25.231.237/dvpbuscar/dvpbuscar.html>

22. No incluye el área de otras unidades administrativas del país que no sean municipios.

Al relacionar la información de PdC con los datos demográficos y de área se tiene que a diciembre de 2013 existen 114.9 PdC por cada 10,000 habitantes. El crecimiento de este indicador respecto al año 2008 es del 147% y del 32% respecto al año 2012. La mayor cobertura corresponde a los POS equivalente a 94.6 por cada 10,000 adultos, seguido de 13.5 para CB, 4.3 para ATM y 2.4 en el caso de oficinas. Es evidente que el nivel alcanzado para la última fecha considerada ha estado jalonado por la dinámica de POS y CB.

### CUADRO 9. NÚMERO DE PDC POR CADA 10,000 ADULTOS - TOTAL EC

Tipo de punto de contacto	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Oficinas	2.2	2.2	2.2	2.1	2.3	2.4
CB	1.7	1.9	3.3	5.5	9.1	13.5
Cajeros - ATM	3.0	3.2	3.4	3.6	4.0	4.3
Datáfonos - POS	39.6	47.4	52.8	54.9	71.0	94.6
<b>TOTAL</b>	<b>46.5</b>	<b>54.7</b>	<b>61.6</b>	<b>66.1</b>	<b>86.3</b>	<b>114.9</b>

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

Un comportamiento similar se observa con el indicador de PdC por cada 1,000 Km<sup>2</sup>: crece en 99.3 PdC, equivalente al 36%. La cobertura a diciembre de 2013 por tipo de PdC se aprecia a continuación:

### CUADRO 10. NÚMERO DE PDC POR CADA 1,000 KM<sup>2</sup> - TOTAL EC

Tipo de punto de contacto	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
Oficinas	6.5	6.7	6.7	6.8	7.4	7.9
CB	5.1	5.9	10.1	17.4	29.4	44.4
Cajeros - ATM	8.9	9.7	10.6	11.4	12.8	14.3
Datáfonos - POS	118.4	144.2	164.0	173.9	229.2	311.4
<b>TOTAL</b>	<b>138.8</b>	<b>166.5</b>	<b>191.4</b>	<b>209.4</b>	<b>278.8</b>	<b>378.1</b>

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

### 1.4 PRESENCIA DE ENTIDADES FINANCIERAS POR MUNICIPIOS

En esta sección se analiza la cobertura de los PdC por tipo de municipio y tamaño poblacional para oficinas y CB, ya que la información de ATM y POS solo se tiene a nivel nacional y no por municipio.

El 50% de los municipios tienen población entre 10,001 y 50,000 habitantes, agrupan a 7,490,848 adultos y representan el 67.7% del área total. Los municipios con población mayor a 100,000 habitantes concentran el 62.4% de los adultos.

**CUADRO 11. PARTICIPACIÓN (%) DE LA POBLACIÓN ADULTA, ÁREA EN KM² Y EL NÚMERO DE MUNICIPIOS SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL A DICIEMBRE DE 2013**

Tamaño poblacional	Población Adulta	Área en KM²	Municipios
0 - 10,000 habitantes	5.1%	16.2%	38.5%
10,001 - 50,000 habitantes	23.7%	67.7%	50.2%
50,001 - 100,000 habitantes	8.7%	8.6%	5.8%
Más de 100,000 habitantes	62.4%	7.5%	5.5%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

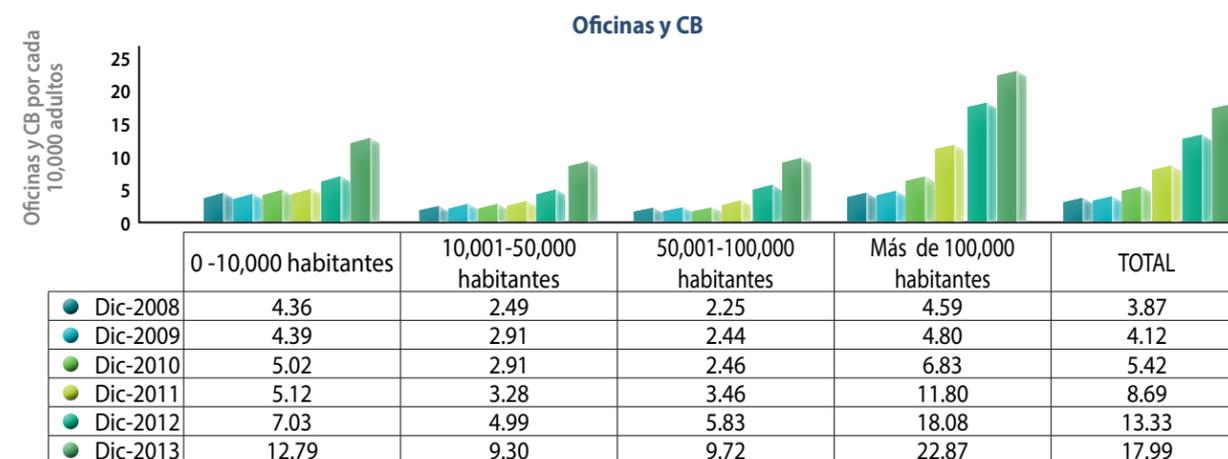
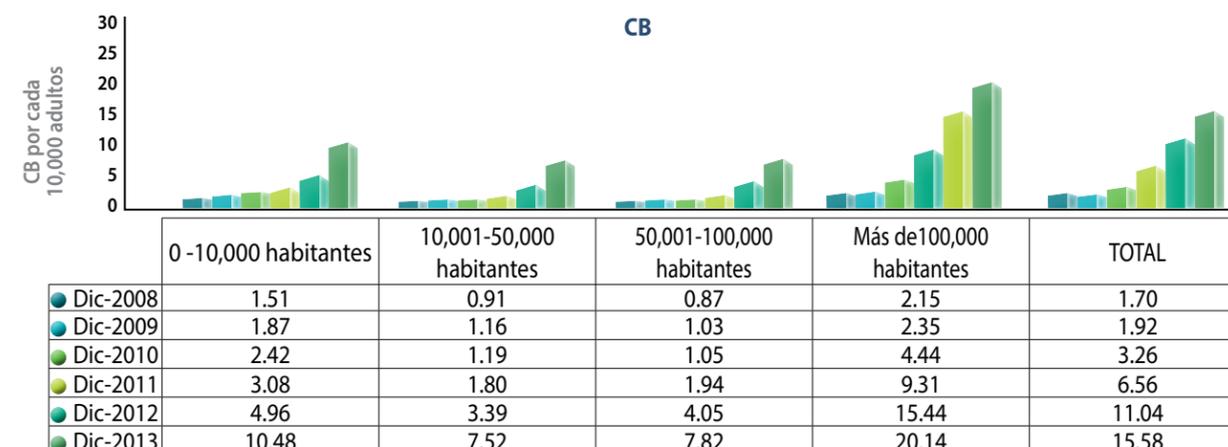
Fuente: DANE y Cálculos Bdo

En los últimos años la cobertura promedio a través de oficinas por cada 10,000 adultos se ha mantenido estable alrededor de 2.2 oficinas, con un leve crecimiento en el último año. Existen 2.3 oficinas por cada 10,000 habitantes en los municipios con población inferior a 10,000 habitantes y 2.7 oficinas por cada 10,000 habitantes en ciudades con población superior a 100,000 habitantes.

Por su parte, el número de CB por cada 10,000 adultos se multiplicó por 9 en los últimos 5 años pasando de 1.7 en 2008 a 15.6 en 2013, en este último año el aumento fue de 41%. Este incremento fue más significativo en los municipios con poblaciones menores a 100,000 habitantes para las cuales el indicador se duplicó, en tanto el crecimiento en las ciudades mayores de 100,000 fue del 30%, pasando de 15.4 a 20.1. En consecuencia, la cobertura de CB por cada 10,000 habitantes alcanzó 20.1 en las ciudades mayores de 100,000 habitantes, nivel que dobla la cobertura en los demás municipios, en los cuales este indicador es de 10.5 en ciudades menores de 10,000 habitantes, 7.5 para aquellas con población entre 10,000 y 50,000 y de 7.8 para las ciudades entre 50,000 y 100,000 habitantes.

Esta dinámica podría ser el reflejo de la búsqueda de un número suficiente de clientes potenciales para alcanzar sus metas de rentabilidad. Esta observación contribuye a explicar porque la apertura de nuevos CB en municipios con menor densidad poblacional ha requerido el apoyo del sector público a través de procesos de subsidios y mecanismos de cofinanciación. En muchas de estas iniciativas a pesar del soporte dado por el Estado, no se logran las metas trazadas en cuanto a número de transacciones.

**GRÁFICA 9. COBERTURA A TRAVÉS DE OFICINAS Y CB POR CADA 10,000 ADULTOS SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL**

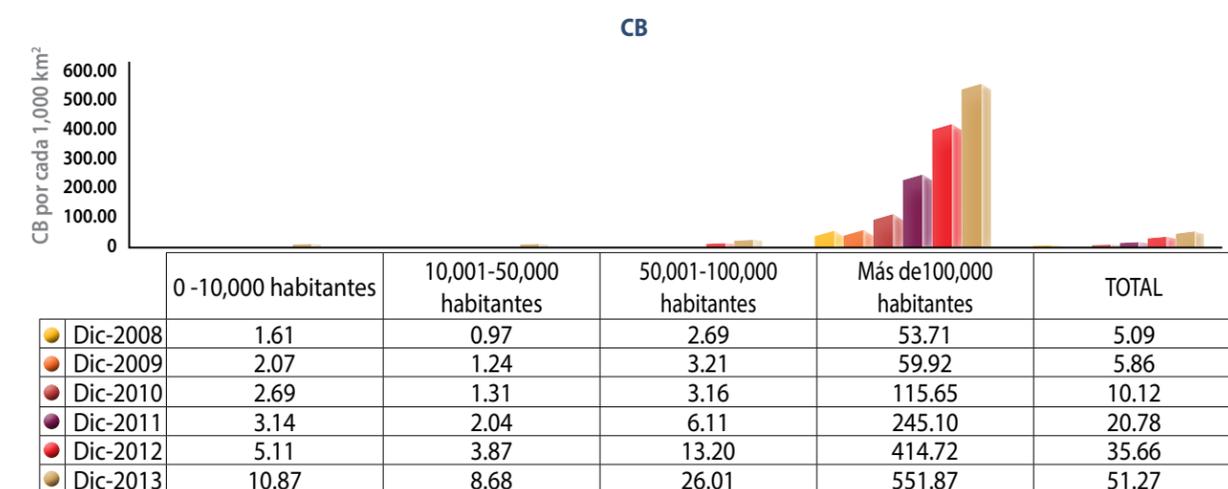


Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y Bdo. Incluye cooperativas SES y ONG

Las mismas tendencias descritas en el indicador poblacional (PdC por cada 10,000 adultos) se observa en el indicador geográfico (PdC por cada 1,000 Km²). Como se aprecia en los cuadros siguientes, los municipios con población superior a 100,000 habitantes tienen 74.8 oficinas y 561.9 CB por cada 1,000 Km², muy superior al indicador que se observa en municipios de menor tamaño poblacional.

El esfuerzo para mejorar los niveles de cobertura a través de CB en los municipios con menores poblaciones, se evidencia en el crecimiento que presenta el indicador geográfico, el cual se duplicó en los últimos dos años (pasando de 5.1 a 10.9, de 3.9 a 8.7 y de 13.2 a 26, en los municipios cuya densidad poblacional oscila entre 0 a 10,000, entre 10,001 a 50,000 y entre 50,001 a 100,000 habitantes respectivamente). En contraste, el crecimiento observado entre 2012 y 2013 en los municipios con más de 100,000 habitantes fue apenas de 33%, pasando de 414.7 a 551.9.

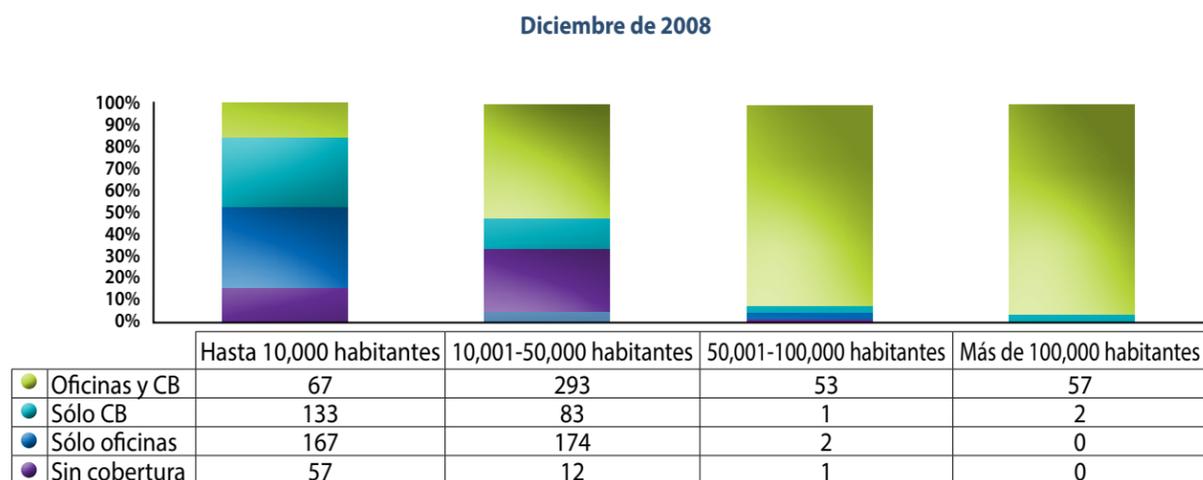
**GRÁFICA 10. COBERTURA A TRAVÉS DE OFICINAS Y CB POR CADA 1,000 KM² SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL**



Analizando la evolución de la cobertura a través de oficinas y CB por tipo de municipio, se pueden destacar los siguientes puntos:

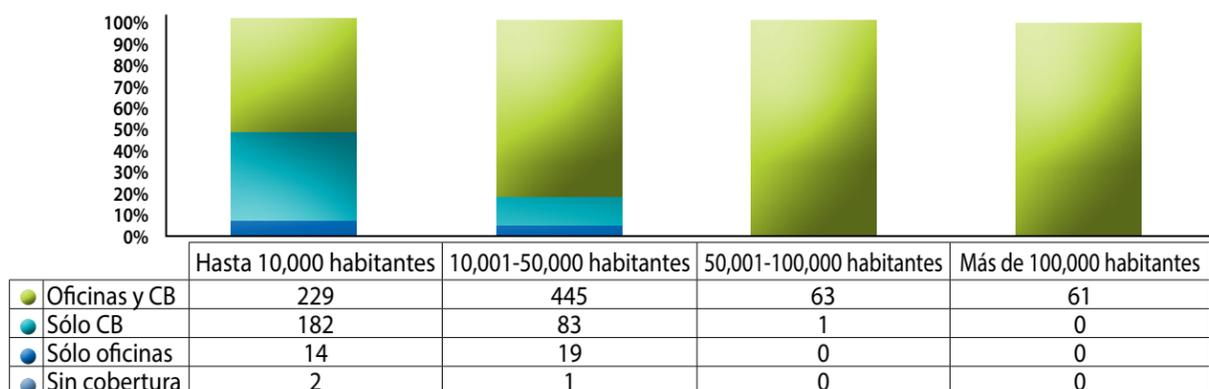
- I. Se ha logrado un avance significativo en materia de cobertura nacional pues entre 2008 y 2013 se pasó de tener 70 a 3 municipios sin presencia de ningún tipo de entidad financiera, 2 de estos municipios desatendidos se caracterizan por su baja densidad poblacional (hasta 10,000 habitantes).
- II. A pesar del mayor esfuerzo financiero que implica la apertura de nuevas oficinas, para diciembre de 2013 se identificaron 33 municipios atendidos de forma exclusiva por este tipo de PdC, 14 de éstos en el rango de menor densidad poblacional, (menos de 10,000 habitantes).
- III. Un número importante de municipios, 265 son atendidos de forma exclusiva a través de CB, de éstos cerca del 70% (182) tienen menos de 10,000 habitantes. Este aspecto da cuenta del poder que tienen los CB para llevar servicios financieros a las poblaciones más pequeñas, al tiempo que destaca la necesidad de potencializarlos mediante el desarrollo de productos ajustados a las necesidades de estas poblaciones, así como a través de la diversificación de los servicios prestados.
- IV. Otro indicador interesante se obtiene al considerar aquellos municipios de menor población, ubicados en los dos rangos inferiores de densidad poblacional, entre 0 a 10,000 habitantes y entre 10,001 a 50,000 habitantes, que disponen simultáneamente de oficinas y CB. Mientras en 2008, estos eran 67 y 293, a finales de 2013, dichos números se elevaron 229 y 445. Esto confirma que aunque inicialmente las entidades financieras pueden no encontrar atractivos estos municipios por su reducido tamaño del mercado potencial, una vez se logra un mejor conocimiento se identifican oportunidades de negocio que pueden llevar a las entidades no sólo a tener un CB sino también una oficina, con la consecuente mejora en los servicios prestados a la población.

**GRÁFICA 11. TIPO DE COBERTURA DE LOS BANCOS**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y Bdo. Incluye cooperativas SES y ONG

Diciembre de 2013



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

El número de municipios que ofrecen a la población dos alternativas de acceso entre la banca pública y banca privada ha crecido 129%, pasando de 428 municipios con presencia de las dos en 2008 a 981 PdC en 2013, aumentando en 553 PdC nuevos. Así mismo, la presencia exclusiva de la banca pública versus la banca privada ha disminuido en promedio 73%.

A diciembre de 2012 existían 14 municipios sin presencia de entidades bancarias. Ha sido necesario un importante esfuerzo para lograr que 11 de ellos contaran con algún tipo de presencia financiera, tema que fue trabajado por Banca de las Oportunidades al realizar gestiones en estos municipios a partir de la identificación de establecimientos de comercio en la zona y de la referenciación y coordinación tanto con los alcaldes como con las entidades financieras para lograr dichas aperturas.

**CUADRO 12. NÚMERO DE MUNICIPIOS SIN PRESENCIA FINANCIERA, SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL**

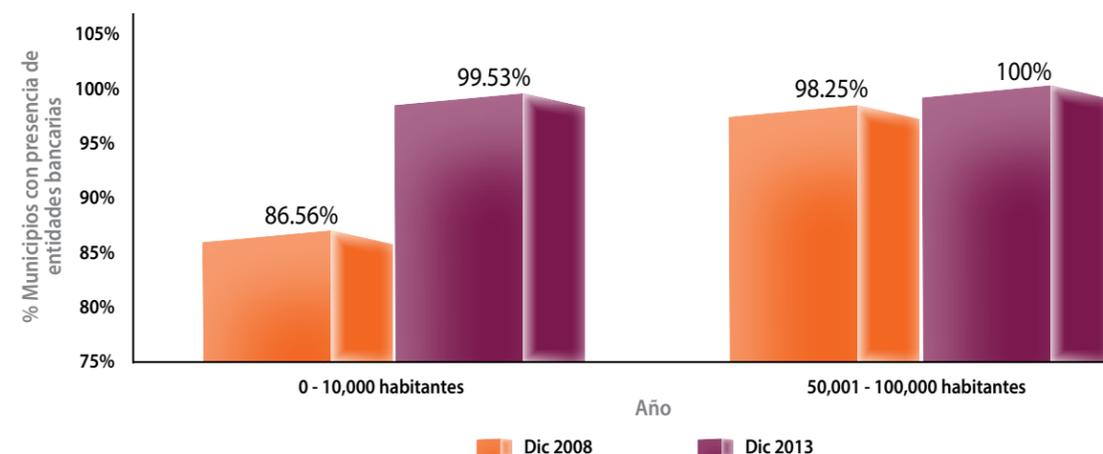
Tamaño poblacional	Municipios sin ningún tipo de cobertura financiera						Municipios sin cobertura bancaria (oficinas y CB)					
	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013	Dic-2008	Dic-2009	Dic-2010	Dic-2011	Dic-2012	Dic-2013
0 - 10,000 habitantes	48	44	3	5	4	1	57	51	3	5	6	2
10,001 - 50,000 habitantes	9	5	3	6	6	-	12	7	3	6	8	1
50,001 - 100,000 habitantes	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-
Más de 100,000 habitantes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>49</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>70</b>	<b>59</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>3</b>

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

Para completar el análisis de cobertura es preciso observar los municipios que cuentan con presencia de alguna entidad financiera y la población que allí habita. Al respecto, cabe resaltar que a diciembre de 2013, de los 1,102 municipios que tiene Colombia 99.9% (1,101) tiene presencia de alguna entidad financiera, incluyendo ONG.

Sin embargo, si se analiza sólo la información de entidades bancarias, incluyendo oficinas y CB, la cobertura financiera disminuye, encontrando que para 2013, existen 3 municipios sin presencia de entidades bancarias, lo que significa que 1,099 (99.7%) municipios cuentan con los servicios de dichas entidades bancarias. El crecimiento observado entre 2008 y 2013 en la cobertura por parte de los bancos según el tamaño poblacional de los municipios ha sido el siguiente: 15% en municipios con población entre 50,001 a 100,000 habitantes; 14% en municipios con población entre 0 a 10,000 habitantes.

**GRÁFICA 12. PORCENTAJE DE MUNICIPIOS CON ESTABLECIMIENTOS BANCARIOS, SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

Como ya se mencionó, es posible hablar de una cobertura casi total del territorio nacional si se tiene en cuenta que 99.9% de los municipios cuenta con la presencia de al menos una entidad, y que 99.998% (31,566,879 adultos) vive en un municipio con presencia de una de ellas. Al cierre de 2013, 1 municipio de los 1,102 no tiene presencia de entidades financieras lo que se traduce en 756 adultos sin acceso de forma presencial.

**CUADRO 13. POBLACIÓN DE LOS MUNICIPIOS SIN PRESENCIA (NÚMERO DE ADULTOS)**

Tamaño poblacional	Dic-08	Dic-09	Dic-10	Dic-11	Dic-12	Dic-13
0 - 10,000 habitantes	97,366	88,296	5,510	13,948	9,773	756
10,001 - 50,000 habitantes	84,437	50,658	27,009	61,814	60,410	-
50,001 - 100,000 habitantes	-	-	-	-	-	-
Más de 100,000 habitantes	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>181,803</b>	<b>138,954</b>	<b>32,519</b>	<b>75,762</b>	<b>70,183</b>	<b>756</b>

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

El municipio que a diciembre de 2013 no tiene presencia de ninguna entidad es Jordán Sube, cuyas características se resumen en el cuadro 14:

**CUADRO 14. MUNICIPIOS SIN PRESENCIA DE SERVICIOS FINANCIEROS**

Departamento	Municipio	Población total > a 18 años	Área en Km <sup>2</sup>
Santander	JORDÁN SUBE	756	33

Los municipios que no tiene presencia financiera de entidades bancarias son:

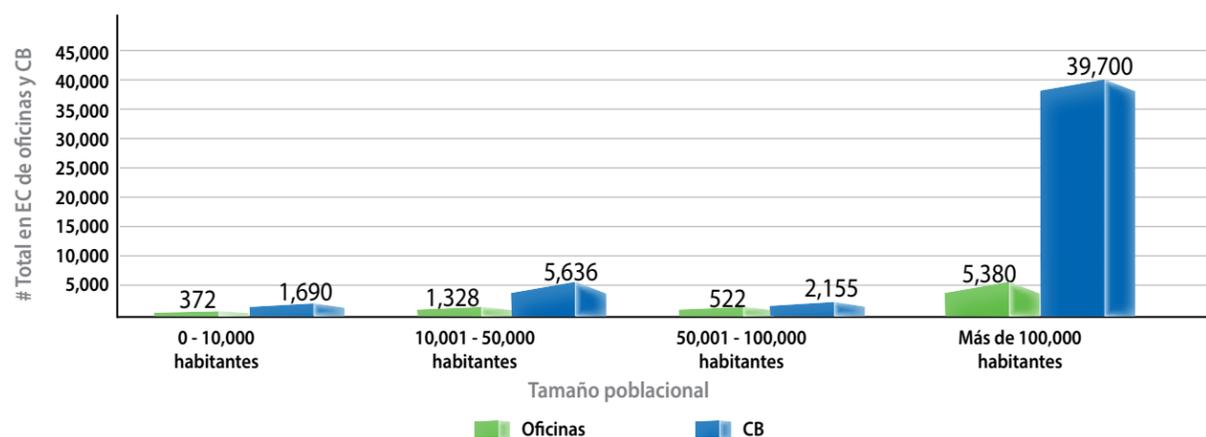
**CUADRO 15. MUNICIPIOS SIN PRESENCIA DE ENTIDADES BANCARIAS (OFICINAS Y CB)**

Departamento	Municipio	Población total > a 18 años	Área en Km <sup>2</sup>
Nariño	IMUÉS	4,402	86
Nariño	ROBERTO PAYÁN	11,795	1,342
Santander	JORDÁN SUBE	756	33

De los tres municipios sin presencia de entidades bancarias, dos de ellos (Imués y Roberto Payán en Nariño) cuentan con presencia únicamente de ONG.

La distribución de oficinas y de CB de los establecimientos de crédito por tamaño poblacional muestra una mayor concentración de PdC en municipios de más de 100,000 habitantes con 5,380 oficinas (71% del total) y 39,700 CB, (81% del total). Sin embargo, 11% (5,636) de los CB se encuentran ubicados en municipios con poblaciones de 10,001 a 50,000 habitantes.

**GRÁFICA 13. NÚMERO TOTAL DE OFICINAS Y CB SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL (DICIEMBRE DE 2013)**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

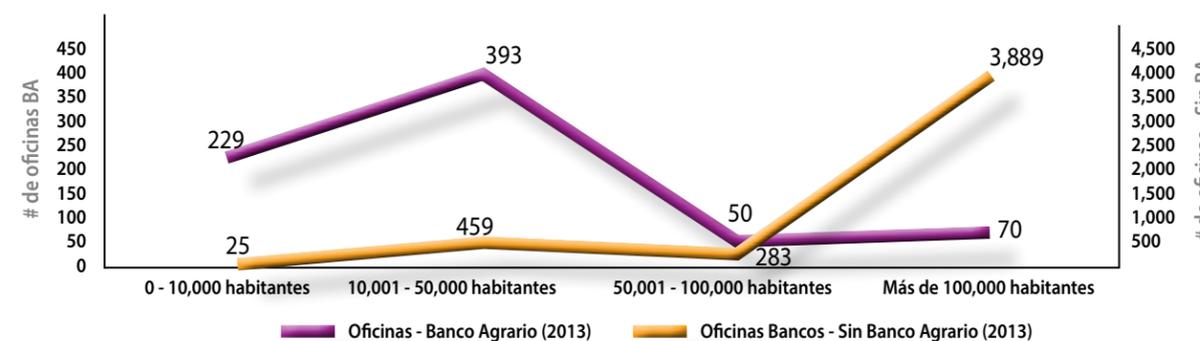
El 84% de las oficinas del Banco Agrario (622) se encuentran en municipios de menos de 50,000 habitantes, esta tendencia está relacionada con el hecho de que uno de los principales objetivos misionales de esta entidad es llevar servicios financieros al sector rural para financiar actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales<sup>23</sup>. De las oficinas del sector privado el 90% (4,172), se encuentran en municipios de más de 50,000 habitantes y es en éstos en donde se ha presentado el mayor aumento en el periodo analizado.

**GRÁFICA 14A. OFICINAS DE BANCOS SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

**GRÁFICA 14B. OFICINAS DE BANCOS CON Y SIN BANCO AGRARIO - SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL (DICIEMBRE 2013)**

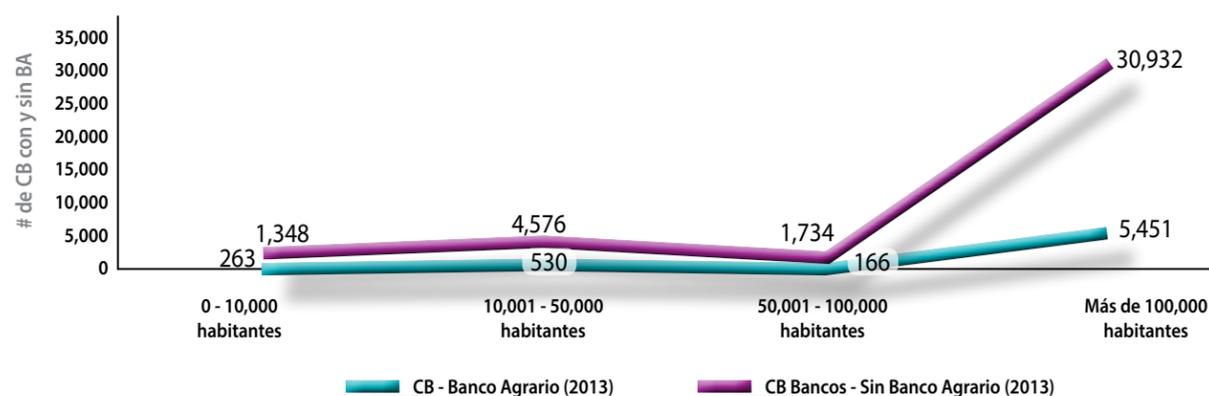


Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

Al revisar la información de CB se observa que la tendencia tanto en la banca privada como en la pública, es la de concentrar el mayor número de CB en los municipios con más de 100,000 habitantes.

23. <http://www.bancoagrario.gov.co/acerca/Paginas/default.aspx>

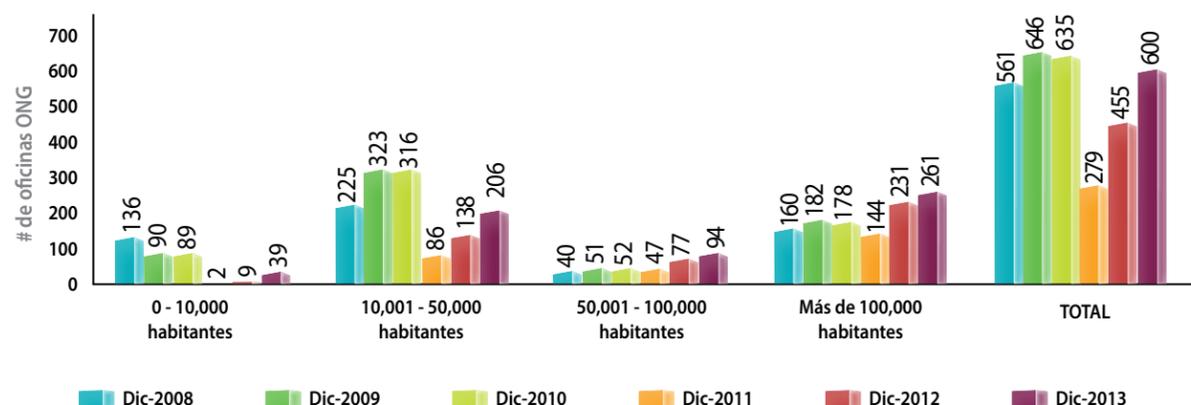
**GRÁFICA 15. CORRESPONSALES BANCARIOS DE BANCOS CON Y SIN BANCO AGRARIO - SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL (DICIEMBRE 2013)**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

De 600 oficinas que tienen las ONG abiertas a diciembre 2013, el 34% (206) se encuentran en municipios con población entre 10,000 y 50,000 habitantes. De las 145 nuevas oficinas abiertas en 2013, 30 de ellas se abrieron en municipios con menos de 10,000 habitantes, creciendo 4 veces en su número, y 68 fueron abiertas en municipios con población entre 10,000 y 50,000 habitantes, creciendo al 49%. Las ONG sólo pueden ofrecer productos de crédito y en consecuencia, no ofrecen productos de captación.

**GRÁFICA 16. OFICINAS DE ONG**



Como se mencionó anteriormente, la atención que prestan las ONG se complementa con 2,128 asesores móviles que ofrecen servicios financieros de microcrédito en 26 departamentos y en 386 municipios, de tal suerte que teniendo sede en un determinado municipio, se desplazan a otros municipios a visitar posibles clientes; el 52% de los municipios donde desarrollan sus labores tienen entre 10,000 y 50,000 habitantes.

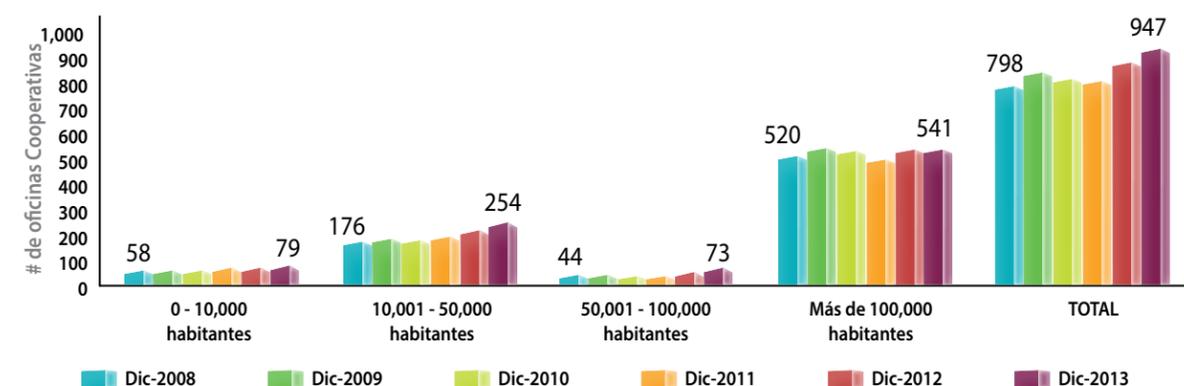
**CUADRO 16. PRESENCIA DE ASESORES MÓVILES DE ONG MICROREDITICIAS**

Tamaño Poblacional	No. Asesores Móviles	No. de Municipios	Porcentaje
0 - 10,000 habitantes	99	69	18%
10,001 - 50,000 habitantes	507	202	52%
50,001 - 100,000 habitantes	312	56	15%
Más de 100,000 habitantes	1,210	59	15%
<b>TOTAL</b>	<b>2,128</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>
<b>Tipo de municipio</b>			
Urbano	1,315		
Rural	813		
<b>TOTAL</b>	<b>2,128</b>		

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

En cuanto a la cobertura de las cooperativas, con 947 oficinas abiertas a diciembre 2013, 541 (57%), se encuentra en poblaciones mayores a 100,000 habitantes, y 254 (27%) se encuentran en municipios entre 10,001 y 50,000 habitantes. Las 55 nuevas oficinas abiertas en el último año pertenecen a municipios con menos de 100,000 habitantes. La disminución observada en el número de oficinas en 2011 obedece a la conversión de Coomeva en Banco.

**GRÁFICA 17. OFICINAS DE COOPERATIVAS**

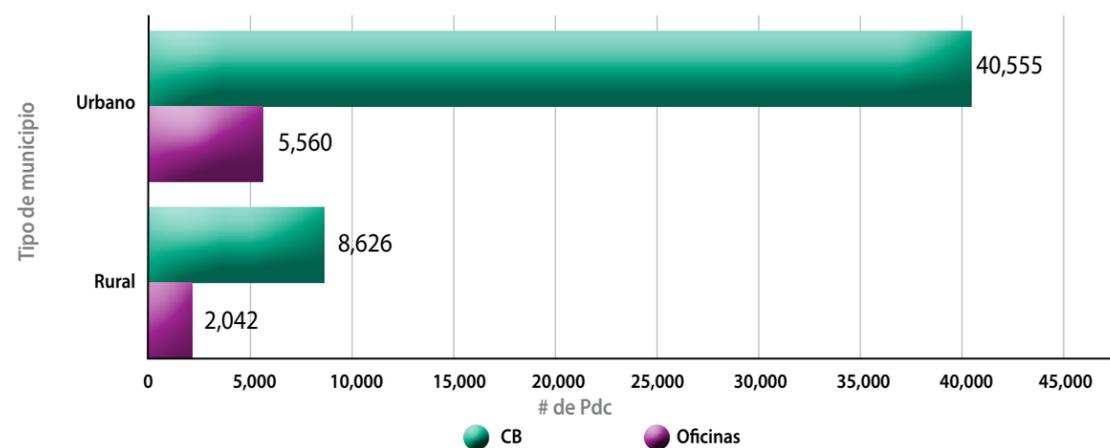


Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

En general, los PdC de oficinas y CB continúan presentando concentración en municipios urbanos del país, con 40,555 CB (82% del total) y 8,626 oficinas (73% del total de oficinas del país). De igual manera, el indicador de PdC por cada 10,000 adultos en el sector urbano es de 22.5 y en el sector rural de 9.7 y la cobertura por cada 1,000 Km<sup>2</sup> para el sector urbano es de 555.1 y para el sector rural de 12.2.

Lo anterior a pesar de que se ha mejorado la cobertura del sector rural, como se aprecia en el crecimiento del indicador de PdC por cada 10,000 adultos que creció entre 2012 y 2013 en 83% y para todo el período considerado entre 2008 a 2013 en 257%, mientras que el crecimiento de PdC por cada 1,000 Km<sup>2</sup> fue de 86% en el último año y de 287%, para todo el período considerado.

**GRÁFICA 18. TOTAL OFICINAS Y CB (DICIEMBRE 2013)**



Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y Bdo. Incluye cooperativas SES y ONG

Vale la pena destacar la vocación rural del Banco Agrario, entidad que tiene el 89% de sus oficinas en zonas rurales. De otra parte el 86% de los CB de esta entidad se concentran en municipios urbanos, supliendo su falta de presencia en este tipo de municipios a través de este tipo de PdC. En contraste, la banca privada hace presencia mayoritariamente en municipios urbanos a través de oficinas (86%) así como de CB (82%).

Las ONG tienen 308 de sus 600 oficinas ubicadas en municipios rurales (51%). Por su parte las cooperativas vigiladas SES tienen el 43% de sus oficinas en municipios rurales, y el 71% de sus CB en este tipo de municipios.

Finalmente, las compañías de financiamiento y las cooperativas vigiladas SFC tienen la mayoría de sus PdC en zonas urbanas.

**CUADRO 17. COBERTURA DE OFICINAS Y CB SEGÚN EL TIPO DE MUNICIPIO**

Urbano versus rural	Bancos		Bancos sin Banco Agrario		Banco Agrario	
	Oficinas	CB	Oficinas	CB	Oficinas	CB
Rural	1,328	7,868	666	6,994	662	874
Urbano	4,070	37,132	3,990	31,596	80	5,536
<b>TOTAL</b>	<b>5,398</b>	<b>45,000</b>	<b>4,656</b>	<b>38,590</b>	<b>742</b>	<b>6,410</b>

Urbano versus rural	Bancos		CF		Cooperativas SFC		Cooperativas SES		ONG		TOTAL	
	Oficinas	CB	Oficinas	CB	Oficinas	CB	Oficinas	CB	Oficinas	CB	Oficinas	CB
Rural	1,328	7,868	29	732	62	2	315	24	308	-	2,042	8,626
Urbano	4,070	37,132	628	3,413	150	-	420	10	292	-	5,560	40,555
<b>TOTAL</b>	<b>5,398</b>	<b>45,000</b>	<b>657</b>	<b>4,145</b>	<b>212</b>	<b>2</b>	<b>735</b>	<b>34</b>	<b>600</b>	<b>-</b>	<b>7,602</b>	<b>49,181</b>

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y Bdo. Incluye cooperativas SES y ONG

Al analizar los indicadores de cobertura a nivel departamental, el número de departamentos con más de 11 PdC por cada 10,000 habitantes se triplicó, pasando de 5 (15%) en 2012 a 15 (47%) en 2013 (excluyendo Bogotá), lo que significa un crecimiento de 200%. En 2012, 14 departamentos (43%) tenían un indicador inferior a 5 PdC por cada 10,000 habitantes, mientras que en 2013, solamente son 3 departamentos (9%) que tienen el indicador menor a 5 PdC por cada 10,000.

**CUADRO 18A Y 18B. PDC POR CADA 10,000 HABITANTES (MAYORES A 11)**

**AÑO 2012**

Departamento	Población total 2012 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
Atlántico	1,592,815	3,388	2,890	18.1	853
Santander	1,397,570	30,537	2,228	15.9	73
Valle del Cauca	3,134,666	22,140	4,780	15.2	215.9
Meta	587,089	85,635	853	14.5	10
Risaralda	652,505	4,140	775	11.9	187.2

**AÑO 2013**

Departamento	Población total 2013 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
Santander	1,415,856	30,537	3,384	23.9	110.8
Casanare	214,601	44,640	471	21.9	10.6
Risaralda	660,760	4,140	1,354	20.5	327.1
Meta	602,459	85,635	1,124	18.7	13.1
Valle del Cauca	3,190,262	22,140	5,761	18.1	260.2
Atlántico	1,622,971	3,388	2,862	17.6	844.7
Cundinamarca	1,739,719	22,605	2,992	17.2	132.4
Huila	718,532	19,890	1,110	15.4	55.8
Boyacá	845,010	23,189	1,292	15.3	55.7
Tolima	928,043	23,562	1,393	15.0	59.1
Norte de Santander	860,239	21,658	1,197	13.9	55.3
Antioquia	4,391,445	63,612	6,063	13.8	95.3
Quindío	391,985	1,845	505	12.9	273.7
Caquetá	277,549	88,965	356	12.8	4.0
Caldas	689,415	7,888	828	12.0	105.0

**CUADRO 19A Y 19B. PDC POR CADA 10,000 HABITANTES  
(INFERIORES A 5)**
**AÑO 2012**

Departamento	Población total 2012 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
Amazonas	26,945	7,304	13	4.8	1.8
Bolívar	1,283,752	25,978	575	4.5	22.1
Chocó	262,838	46,530	100	3.8	2.1
Sucre	521,463	10,917	186	3.6	17.0
Arauca	141,176	23,818	50	3.5	2.1
Caquetá	271,844	88,965	94	3.5	1.1
La Guajira	499,199	20,848	140	2.8	6.7
Cauca	859,869	29,308	240	2.8	8.2
Córdoba	1,014,278	25,052	282	2.8	11.3
Guainía	10,805	16,165	3	2.8	0.2
Putumayo	193,031	24,885	46	2.4	1.8
Guaviare	58,603	53,460	13	2.2	0.2
Vichada	35,144	100,242	7	2.0	0.1
Vaupés	18,811	30,055	3	1.6	0.1

**AÑO 2013**

Departamento	Población total 2013 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
La Guajira	516,862	20,848	234	4.5	11.2
Vichada	36,297	100,242	14	3.9	0.1
Guaviare	59,981	53,460	19	3.2	0.4

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

En 2013, 8 departamentos lograron un indicador de más de 100 PdC por cada 1,000 Km<sup>2</sup>, incluyendo a Cundinamarca, Santander y Caldas dentro de los 5 departamentos que ya tenían esta cobertura a diciembre de 2008.

En la actualidad el número de departamentos cuyo valor de este indicador es inferior a 10 es de 9, cifra que se redujo de 12 que se tenían en tal situación en 2008. De este grupo de peor indicador, 4 departamentos mantienen cobertura inferior a 1 (Guainía, Vaupés, Guaviare y Vichada).

**CUADRO 20A Y 20B. PDC POR CADA 1,000 KM<sup>2</sup>  
(MAYORES A 100)**
**AÑO 2012**

Departamento	Población total 2012 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	51,135	44	39	7.6	886.4
Atlántico	1,592,815	3,388	2,890	18.1	853.0
Valle del Cauca	3,134,666	22,140	4,780	15.2	215.9
Quindío	387,203	1,845	378	9.8	204.9
Risaralda	652,505	4,140	775	11.9	187.2

**AÑO 2013**

Departamento	Población total 2013 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	51,932	44	42	8.1	954.5
Atlántico	1,622,971	3,388	2,862	17.6	844.7
Risaralda	660,760	4,140	1,354	20.5	327.1
Quindío	391,985	1,845	505	12.9	273.7
Valle del Cauca	3,190,262	22,140	5,761	18.1	260.2
Cundinamarca	1,739,719	22,605	2,992	17.2	132.4
Santander	1,415,856	30,537	3,384	23.9	110.8
Caldas	689,415	7,888	828	12.0	105.0

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

**CUADRO 21A Y 21B. PDC POR CADA 1,000 KM<sup>2</sup>  
(INFERIORES A 10)**
**AÑO 2012**

Departamento	Población total 2012 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
Cauca	859,869	29,308	240	2.8	8.2
La Guajira	499,199	20,848	140	2.8	6.7
Casanare	208,995	44,640	220	10.5	4.9
Chocó	262,838	46,530	100	3.8	2.1
Arauca	141,176	23,818	50	3.5	2.1
Putumayo	193,031	24,885	46	2.4	1.8
Amazonas	26,945	7,304	13	4.8	1.8
Caquetá	271,844	88,965	94	3.5	1.1
Guaviare	58,603	53,460	13	2.2	0.2
Guainía	10,805	16,165	3	2.8	0.2
Vaupés	18,811	30,055	3	1.6	0.1
Vichada	35,144	100,242	7	2.0	0.1

**AÑO 2013**

Departamento	Población total 2013 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
Chocó	267,954	46,530	223	8.3	4.8
Putumayo	197,310	24,885	110	5.6	4.4
Caquetá	277,549	88,965	356	12.8	4.0
Arauca	143,656	23,818	94	6.5	3.9
Amazonas	27,469	7,304	23	8.4	3.1
Guainía	11,053	16,165	12	10.9	0.7
Vaupés	19,118	30,055	12	6.3	0.4
Guaviare	59,981	53,460	19	3.2	0.4
Vichada	36,297	100,242	14	3.9	0.1

Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

**CUADRO 22. COBERTURA POR DEPARTAMENTOS  
(AÑO 2013)**

Departamento	Población total 2013 > 18	Área KM <sup>2</sup>	Cobertura sin ONG	Cobertura cada 10,000 Habitantes	Cada 1,000 KM <sup>2</sup>
Amazonas	27,469	7,304	23	8.4	3.1
Antioquia	4,391,445	63,612	6,063	13.8	95.3
Arauca	143,656	23,818	94	6.5	3.9
Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	51,932	44	42	8.1	954.5
Atlántico	1,622,971	3,388	2,862	17.6	844.7
Bogotá, D.C.	5,478,401	1,605	20,065	36.6	12,501.6
Bolívar	1,308,997	25,978	1,267	9.7	48.8
Boyacá	845,010	23,189	1,292	15.3	55.7
Caldas	689,415	7,888	828	12.0	105.0
Caquetá	277,549	88,965	356	12.8	4.0
Casanare	214,601	44,640	471	21.9	10.6
Cauca	875,424	29,308	489	5.6	16.7
Cesar	610,347	22,905	585	9.6	25.5
Chocó	267,954	46,530	223	8.3	4.8
Córdoba	1,038,261	25,052	517	5.0	20.6
Cundinamarca	1,739,719	22,605	2,992	17.2	132.4
Guainía	11,053	16,165	12	10.9	0.7
Guaviare	59,981	53,460	19	3.2	0.4
Huila	718,532	19,890	1,110	15.4	55.8
La Guajira	516,862	20,848	234	4.5	11.2
Magdalena	738,258	23,188	660	8.9	28.5
Meta	602,459	85,635	1,124	18.7	13.1
Nariño	1,106,081	33,268	789	7.1	23.7
Norte de Santander	860,239	21,658	1,197	13.9	55.3
Putumayo	197,310	24,885	110	5.6	4.4
Quindío	391,985	1,845	505	12.9	273.7
Risaralda	660,760	4,140	1,354	20.5	327.1
Santander	1,415,856	30,537	3,384	23.9	110.8
Sucre	531,388	10,917	336	6.3	30.8
Tolima	928,043	23,562	1,393	15.0	59.1
Valle del Cauca	3,190,262	22,140	5,761	18.1	260.2
Vaupés	19,118	30,055	12	6.3	0.4
Vichada	36,297	100,242	14	3.9	0.1
<b>Total general</b>	<b>31,567,635</b>	<b>959,266</b>	<b>56,183</b>	<b>17.8</b>	<b>58.6</b>

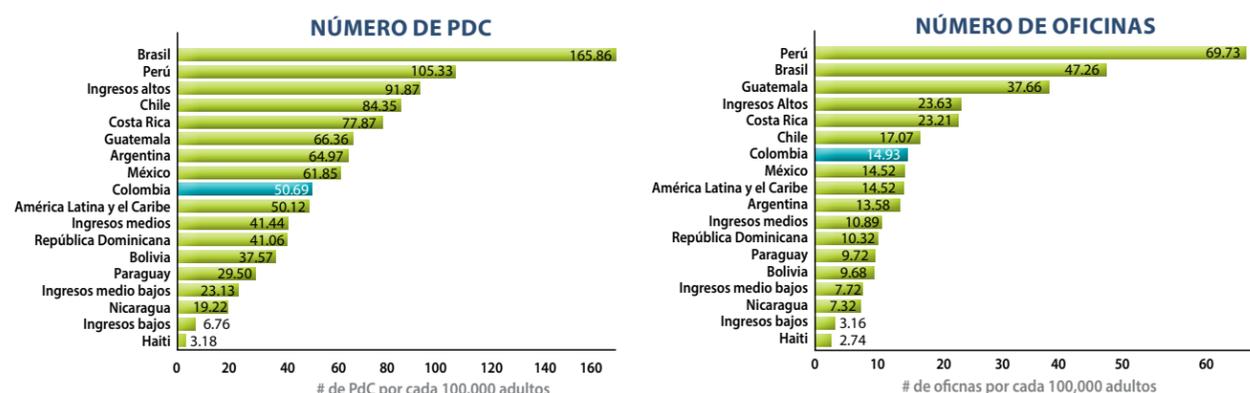
Fuente: SFC (Formatos 398, 322 y 444) y BdO. Incluye cooperativas SES y ONG

Para cerrar este primer capítulo es importante mirar la situación de Colombia frente al resto del mundo en materia de cobertura<sup>24</sup>. En relación con el indicador total de PdC por cada 100,000 adultos, hay que reconocer que Colombia presenta un nivel de 50.7, el cual la ubica dentro del promedio de América Latina y el Caribe y por encima del grupo de países de ingreso medio, no obstante, nuestro país se encuentra por debajo de los niveles de cobertura alcanzados por Brasil y Perú.

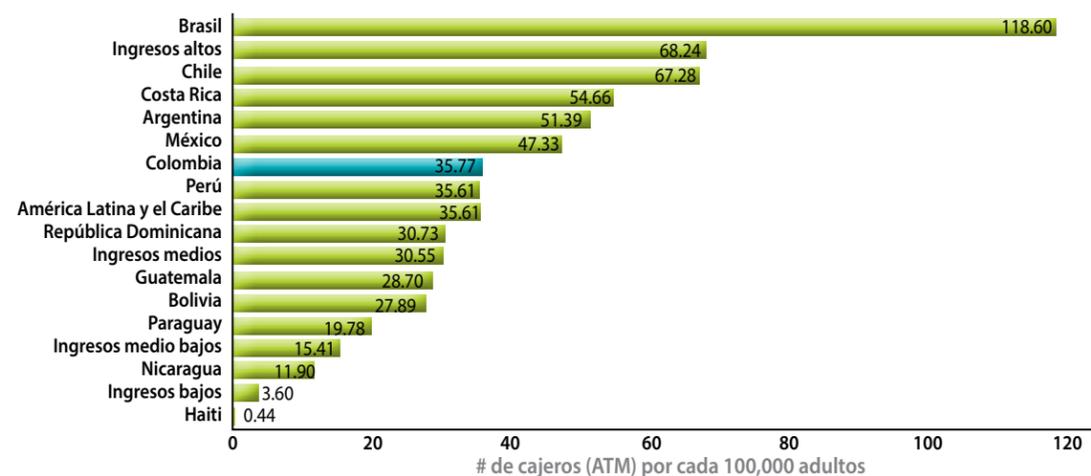
Discriminando el indicador total en número de oficinas y ATM por cada 100,000 adultos, se encuentra que en el caso de las oficinas los líderes son Perú y Brasil con indicadores de 69.7 y 47.3, respectivamente. Colombia cuenta con cerca de 15 oficinas por cada 100,000 adultos, nivel muy similar al de América Latina y el Caribe y México; y superior al del grupo de países de ingreso medio.

Respecto de la disponibilidad de ATM, Brasil nuevamente es líder con 118.6, mientras Colombia presenta un indicador de 35.8, esta vez similar al de Perú y América Latina y el Caribe, e igualmente superior al del grupo de países de ingreso medio.

**GRÁFICA 19. NÚMERO DE PDC Y NÚMERO DE OFICINAS POR CADA 100,000 ADULTOS**



**GRÁFICA 20. NÚMERO DE CAJEROS (ATM) POR CADA 100,000 ADULTOS**



Fuente: Banco Mundial – Corte año 2012 / <http://data.worldbank.org/topic/financial-sec>

24. Para esta comparación internacional es importante hacer dos aclaraciones: i) los indicadores demográficos usados se expresan en términos de 100,000 adultos y no de 10,000 adultos como en el resto del Informe, y ii) la información corresponde a cierre de 2012.



## CAPITULO 2:



### INDICADORES DE USO CANALES, PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

#### 2.1 TRANSACCIONALIDAD

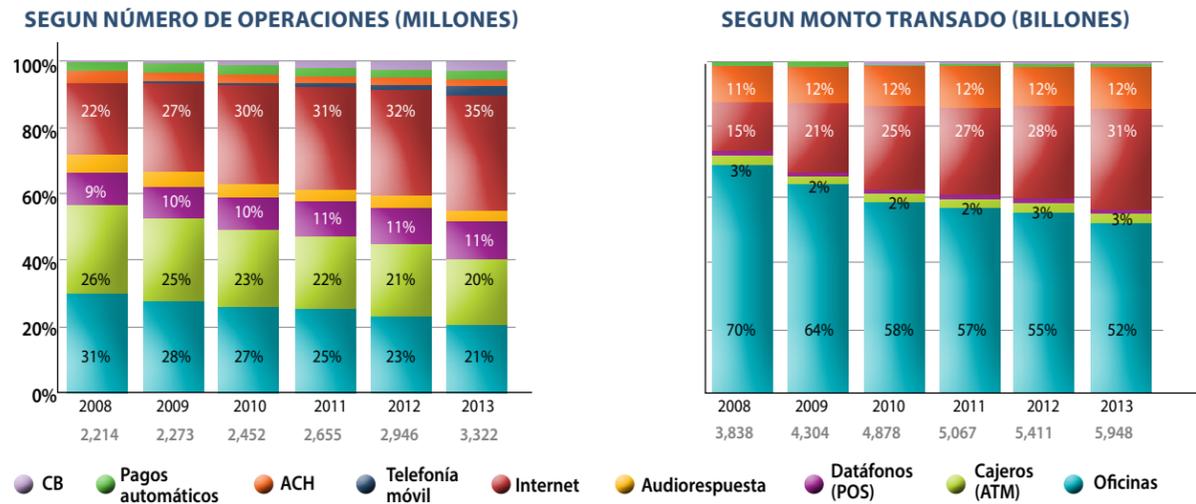
La evolución que ha mostrado el uso de los diferentes canales transaccionales da muestra del desarrollo del sistema financiero colombiano y de su efectividad para llevar productos financieros seguros y de calidad a toda la población, no solo en el territorio nacional sino además a colombianos en el exterior.

El año 2013 tuvo aumentos importantes en el uso de los canales transaccionales no presenciales como la telefonía móvil e internet, que han permitido a los consumidores financieros realizar operaciones remotamente sin necesidad de acudir a corresponsales bancarios u oficinas, situación que motivó la reducción en el número de operaciones y el monto transado a través de este último canal durante el año estudiado. Lo anterior demuestra que la implementación por parte de la banca de nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) seguras y de calidad, incluyendo estándares altos de procesamiento de la información permiten llevar a la población productos que satisfagan sus necesidades financieras por medios no presenciales al mismo tiempo que aumenta la confianza en el sistema financiero.

Las oficinas continuaron siendo el canal que moviliza un mayor volumen en términos de monto y el segundo en número de operaciones y si se compara con los demás canales, concentrando el 52% del monto total transado y 21% del número de operaciones. Sin embargo, la tendencia tanto del número de operaciones y del monto transado a través de este canal muestra una disminución entre 2012 y 2013, pues durante 2012 representó el 55% del monto transado y el 23% del total de operaciones en el sistema financiero. Igual comportamiento decreciente tienen los cajeros, en tanto permanece constante el uso de datáfonos.

Contrario al comportamiento del uso de oficinas y cajeros y continuando con la tendencia de años anteriores, el 2013 se destacó por el aumento en el uso de canales transaccionales no presenciales como el internet y la telefonía móvil. En el caso de telefonía móvil, durante este periodo la regulación emitida por la Superintendencia Financiera de Colombia relativa al trámite simplificado para cuentas de ahorro (Circular Externa 013 de 2013) y depósitos de dinero electrónico (Circular Externa 007 de 2013) impactó positivamente el número total de operaciones y el monto transado a través de este canal.

**GRÁFICA 21. PARTICIPACIÓN DE CANALES TRANSACCIONALES EN TOTAL DE OPERACIONES**



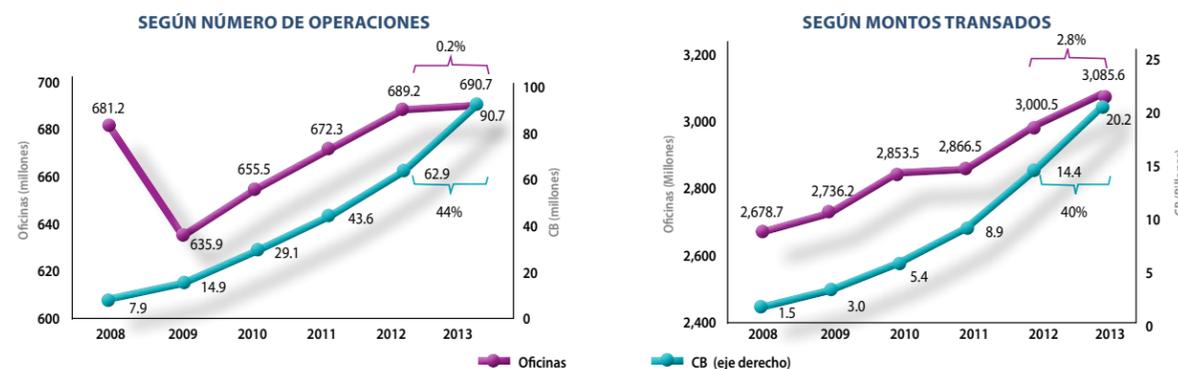
Fuente: SFC y BdO (Formatos 444 y 398)

**2.1.1 Uso de canales presenciales**

En comparación con lo registrado durante 2012, el crecimiento del número de operaciones que se realizaron a través de oficinas en 2013 fue inferior, pasando de 2.5% a 0.2%, para ubicarse en 691 millones de operaciones al final del año. Por el contrario, el número de operaciones realizadas a través de corresponsales bancarios aumentó 44% en 2013 para ubicarse en 91 millones de operaciones al final del año, crecimiento que fue equivalente al registrado en las operaciones durante 2012.

En cuanto al monto transado a través de este tipo de canales, durante 2013 las oficinas movilaron un monto de 3,086 billones de pesos con un crecimiento anual de 2.8%, inferior al crecimiento registrado durante 2012 que fue de 4.7%. De otra parte, el monto movilarado a través de corresponsales bancarios durante 2013 fue de 20.2 billones de pesos y a pesar de haber aumentado 40% durante 2013, su crecimiento fue inferior al presentado durante 2012 del 62%.

**GRÁFICA 22. TRANSACCIONES A TRAVÉS DE LA RED DE OFICINAS Y CORRESPONSALES BANCARIOS**



Fuente: SFC y BdO (Formatos 444 y 398)

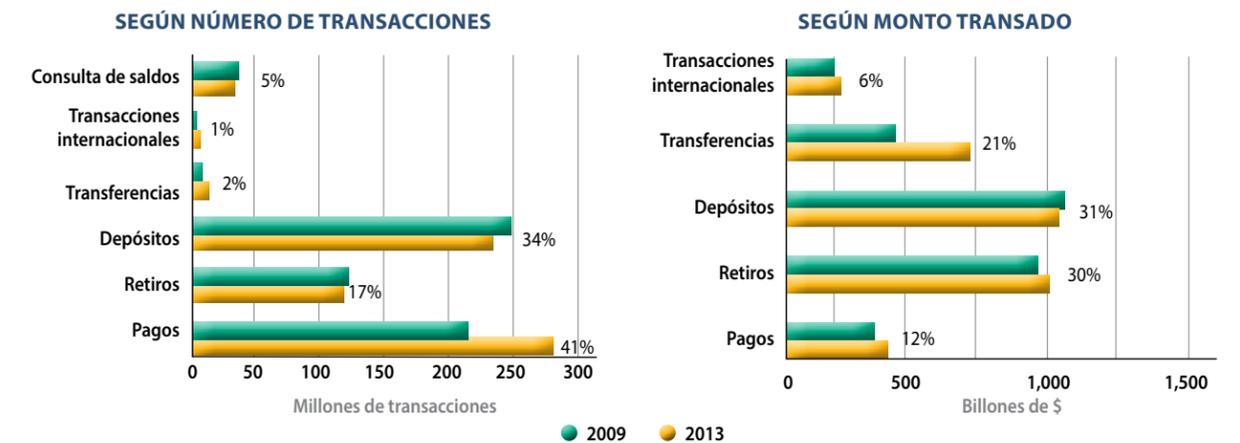
**Oficinas**

Mediante la red de oficinas las entidades financieras ofrecen una amplia gama de servicios, razón por la cual concentran gran parte del total de operaciones así como del monto movilizado. En general se podría afirmar que el uso de oficinas no ha presentado grandes variaciones (con un crecimiento entre 2009 y 2013 de 18% en el número de oficinas) salvo por el incremento en el número de transacciones de pagos, los cuales en línea con lo evidenciado en el año anterior, fueron en 2013 las transacciones más comunes, con 41% sobre el total de operaciones, seguidas por depósitos (34%) y retiros (17%).

En términos de montos, los depósitos aportaron el 31% del total transado, seguido por retiros (30%) y transferencias (21%).

Al comparar con 2012, los depósitos disminuyen en número y valor, los pagos aumentan en número y valor en tanto los retiros disminuyen en su número pero aumentan en su valor.

**GRÁFICA 23. TIPO DE TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE OFICINAS**



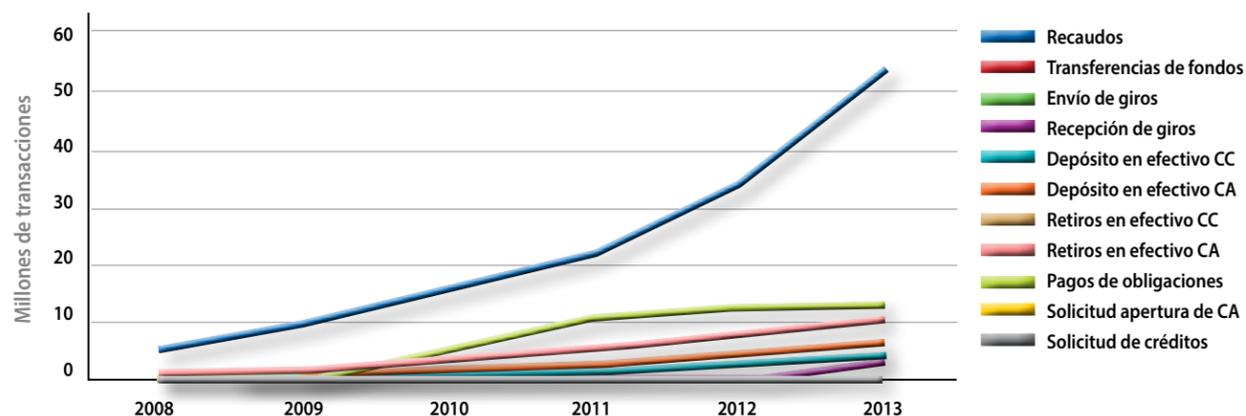
Fuente: SFC y BdO (Formato 444)

**Corresponsales bancarios**

Como se mencionó en el capítulo de acceso de este Reporte, desde su implementación los CB han sido un canal fundamental para llevar servicios financieros a zonas del país con densidades poblacionales bajas y de difícil acceso, permitiendo alcanzar una cobertura del 97% del territorio nacional. Lo anterior se refleja en el aumento constante tanto en el número de CB (que fue de 695% entre 2009 y 2013) como del uso, reflejado en el número de transacciones y en el monto transado a través de ellos particularmente en el caso de los recaudos, que pasó de 5 millones de transacciones en 2008 a 53 millones en 2013.

Vale la pena señalar que desde 2008 otro tipo de transacciones de menor participación han presentado variaciones importantes: transferencia de fondos (1,845%), los retiros en cuenta corriente y cuenta de ahorros (1,093% y 1,394%, respectivamente) y el pago de obligaciones (1,889%). Desde 2012 se empezaron a realizar envíos y recepción de giros nacionales, presentando durante 2013 crecimientos de 205% y 1,382%, respectivamente.

**GRÁFICA 24. NÚMERO DE TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE CORRESPONSALES BANCARIOS POR TIPO**



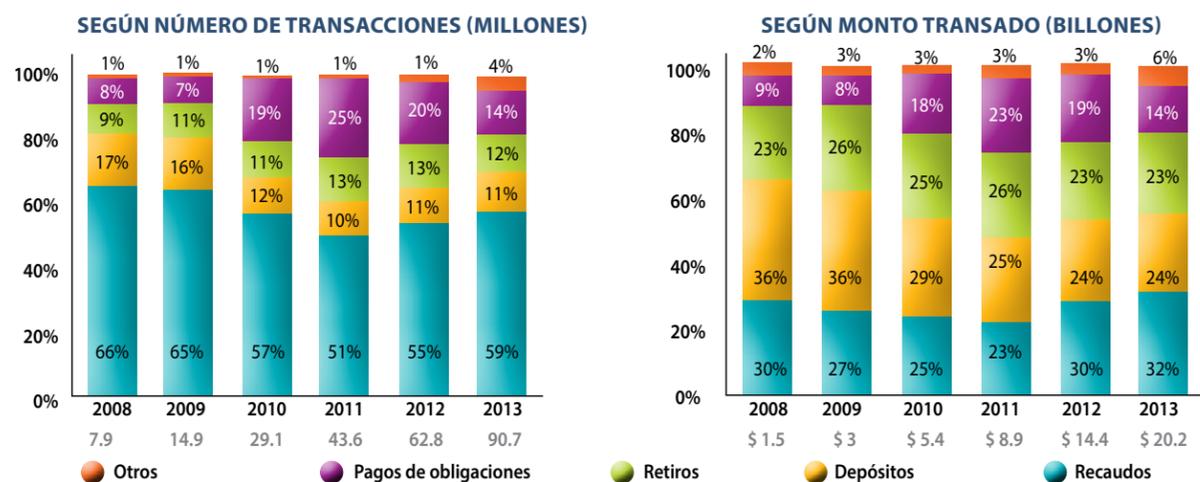
Fuente: SFC, SES y Bdo (Formato 398)

Durante 2013, 59% de las transacciones a través de CB correspondieron a recaudos (incluyen pagos de servicios públicos, seguridad social, impuestos, convenios, entre otros) con los que se transaron 32% de los recursos, lo que posiciona a este tipo de transacciones como las más frecuentes en los CB.

El pago de obligaciones es otro tipo de transacción que se realiza a través de CB y corresponde a los pagos por concepto de créditos comerciales, de consumo, microcréditos, de vivienda y tarjetas de crédito, entre otros. Durante 2013, 14% de las transacciones fueron de este tipo y movilizaron 14% de los recursos, disminuyendo su participación en transacciones y monto durante 2013.

Por su parte, los depósitos y retiros representaron el 11% y 12% del total de transacciones realizadas a través de CB, respectivamente y movilizaron durante 2013 el 24% y 23% de los recursos transados a través de ese canal, manteniendo un comportamiento estable en el periodo analizado y en el año 2013.

**GRÁFICA 25. PARTICIPACIÓN DE LAS TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE CB**



Fuente: SFC, SES y Bdo (Formato 398)

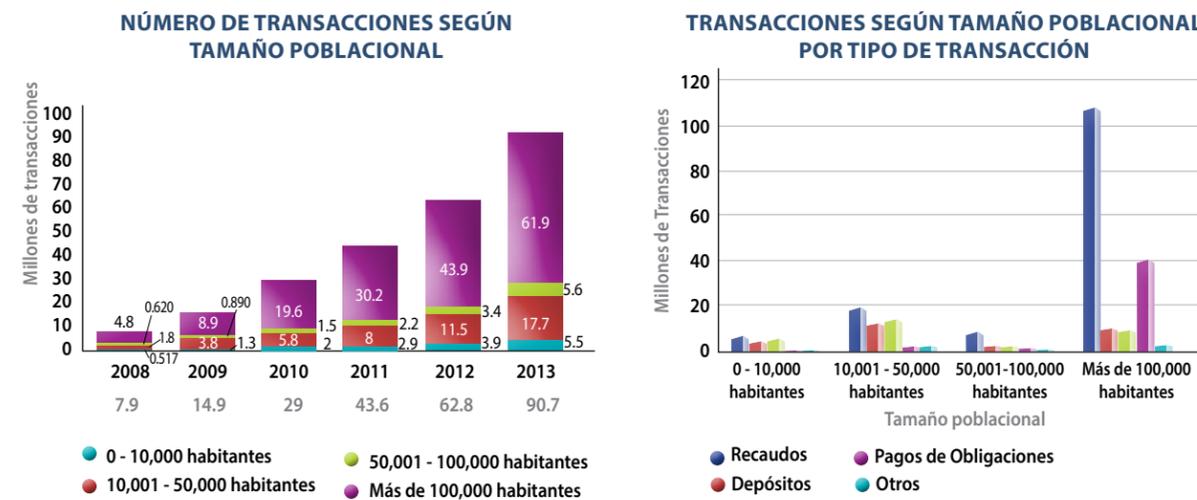
Nota: "Otros" incluye transferencias de fondos, envío de giros, recepción de giros, solicitud de apertura de Cuentas de Ahorro y solicitud de créditos.

Así como en años anteriores, el análisis de las transacciones en los CB según tamaño poblacional reveló que la mayoría se realizan en municipios de más de 100,000 habitantes, con 62 millones de transacciones en 2013 y un crecimiento de 41% frente a 2012, levemente inferior al crecimiento registrado durante el periodo 2011-2012 (45%).

Por su parte, las transacciones realizadas en municipios de entre 0 a 10,000, 10,001 a 50,000 y 50,001 y 100,000 habitantes crecieron 40%, 53% y 63% durante el último año, respectivamente, con valores superiores a los registrados en el periodo 2011-2012 (35%, 41% y 56%, respectivamente), lo que consolida a los CB como un mecanismo de cobertura exitoso en el territorio nacional, y demuestra que en la medida en que estos esquemas maduran, son capaces de ofrecer una gama más amplia de servicios financieros en todas las regiones, incluyendo aquellas con baja densidad poblacional.

El recaudo es la transacción más usada en todo tipo de municipio, en los municipios de más de 100,000 habitantes el pago de obligaciones es la segunda, en tanto retiros y depósitos tienen la participación en los municipios de menor población. Los tipos de transacción que muestran ser los más representativos en poblaciones de alta densidad son los pagos de obligaciones y recaudos, situación que se replica en poblaciones de menor densidad aun cuando en estas últimas los depósitos tienen una participación similar, particularmente en el caso de los municipios con población entre 10,001 y 50,000 habitantes.

**GRÁFICA 26. NÚMERO DE TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE CB SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL 2008-2013**

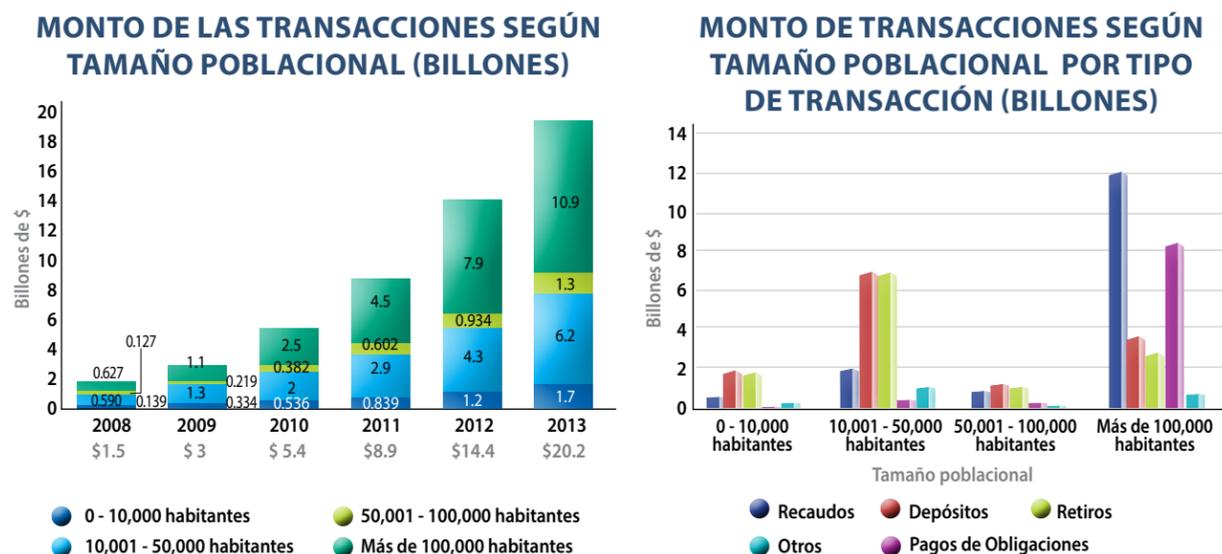


Fuente: SFC y Bdo (Formato 398)

Al igual que ocurre con el número de operaciones, los CB en municipios con tamaños poblacionales mayores a 100,000 habitantes movilizan más de la mitad de los recursos, con 11 billones de pesos transados en 2013. A pesar que en general, el monto absoluto aumentó en 2013, el crecimiento del monto transado durante 2013 en todos los municipios fue inferior a los crecimientos registrados durante el periodo 2011-2012, destacándose el caso de los municipios con población mayor a 100,000 habitantes pasando de un aumento de 76% entre 2011-2012 a 38% en 2012-2013.

A diferencia con la cantidad de transacciones, en términos del valor el recaudo es el mayor uso solamente en los municipios con más de 100,000 habitantes y los depósitos son el mayor uso en los municipios de poblaciones menores, seguido muy de cerca por los retiros.

**GRÁFICA 27. MONTO DE LAS TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE CB SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL 2008-2013**



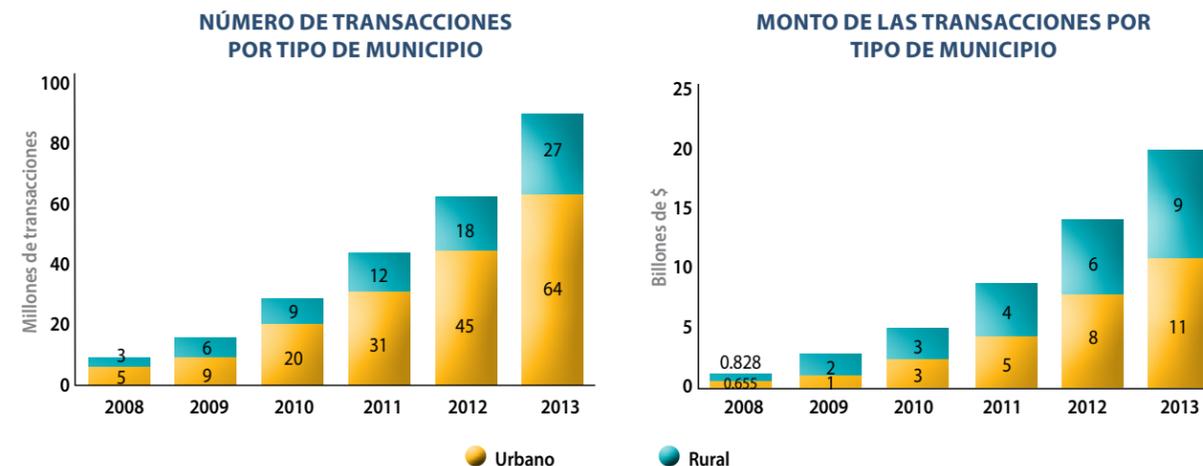
Fuente: SFC y BdO (Formato 398)

Esta reducción generalizada entre 2012 y 2013 del crecimiento del monto transado en todos los municipios frente a años anteriores puede obedecer en parte al alto nivel de cobertura geográfica que se ha alcanzado con este punto de contacto, que está llegando a un punto de equilibrio y satisface la demanda de servicios financieros en regiones que anteriormente no tenían cobertura de servicios formales.

A pesar de que la mayoría de las transacciones se realizan en CB de municipios urbanos (70%), las transacciones en zonas rurales del país también han venido en aumento durante los últimos años e incluso presentan incrementos superiores a las transacciones en zonas urbanas. En 2013, 27 millones de transacciones fueron realizadas en municipios rurales, con un crecimiento de 53% frente a las registradas en 2012, año en el que el crecimiento frente a 2011 fue de 42%. Por el lado de las transacciones en zonas urbanas, en el último año aumentaron 41%, mientras que entre 2011 y 2012 el crecimiento fue de 45%.

En cuanto al monto transado, este se distribuye más equitativamente que el número de transacciones entre los dos tipos de municipios ya que 44% del monto total se transa en CB rurales y 56% entre urbanos. En 2013, los montos transados en CB urbanos y rurales aumentaron 38% y 43%, respectivamente, frente al valor transado en 2012, sin embargo, estos valores fueron inferiores al aumento entre 2011 y 2012, que fue de 76% para CB urbanos y 46% para CB rurales.

**GRÁFICA 28. TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE CB SEGÚN TIPO DE MUNICIPIO**



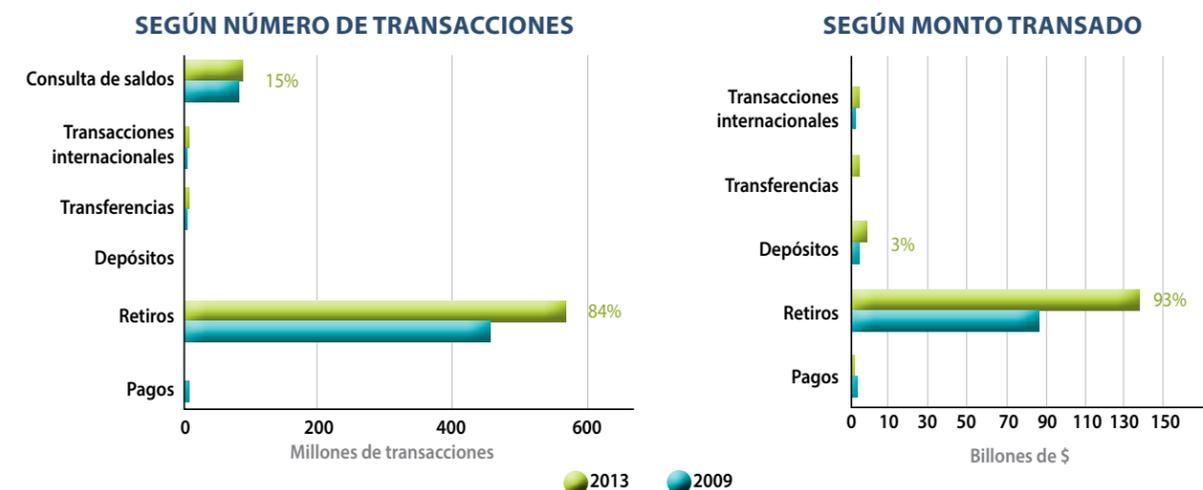
Fuente: SFC y BdO (Formato 398)

2.1.2 Uso de canales no presenciales

Cajeros

Tradicionalmente, los cajeros han sido el canal más usado para realizar retiros y, en una menor proporción, para hacer transacciones no monetarias como consulta de saldos. Entre 2009 y 2013, así como aumentó el número de cajeros como punto de contacto (47% durante el periodo en mención), el número de transacciones de retiros a través de este canal aumentó 22% y el monto transado en 55%. Durante 2013, 85% de las transacciones realizadas fueron retiros, que movilizaron 93% de los recursos transados por este canal, por su parte, la consulta de saldo es la segunda más frecuente (15% del total de transacciones) después de los retiros.

**GRÁFICA 29. TIPO DE TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE CAJEROS**

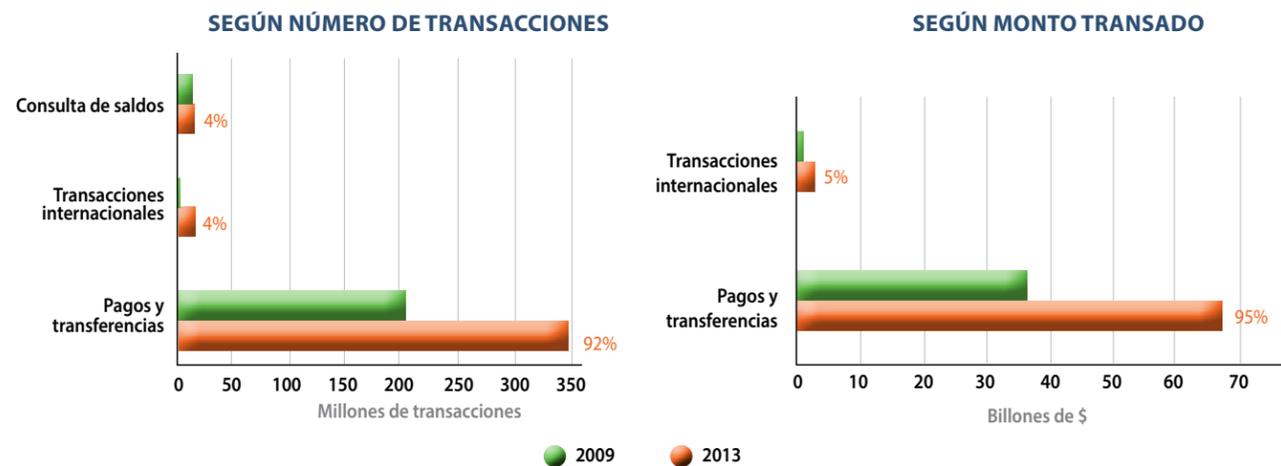


Fuente: SFC y BdO (Formato 444)

**Datáfonos (POS)**

Con un crecimiento en número de puntos de 116% y de transacciones de 70% entre 2009 y 2013 en atención a la masificación en el uso de tarjetas débito y crédito como medio de pago sustituto del efectivo, durante 2013 este canal se usó en su mayoría para pagos y transferencias (92%). El monto total movilizado a través de este canal corresponde al reportado por pagos, transferencias y transacciones internacionales, que en 2009 fue de 37 billones y en 2013 de 70.4 billones de pesos.

**GRÁFICA 30. TIPO DE TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE DATÁFONOS (POS)**



Fuente: SFC y BdO (Formato 444)

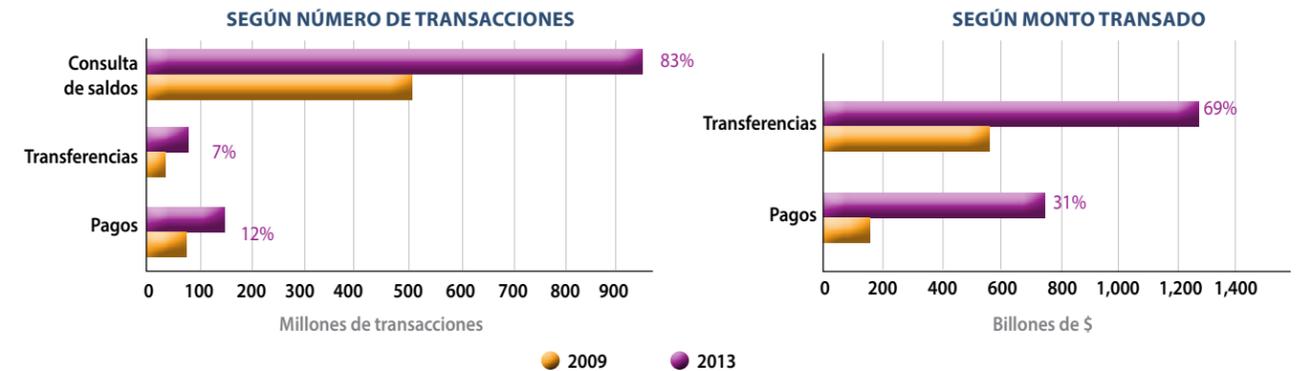
**Internet**

Comparativamente con otros canales transaccionales, el uso del canal internet ha sido de los de mayor crecimiento durante los últimos años. Esto demuestra la importancia de que los servicios financieros utilicen el desarrollo de (TIC), con canales de fácil acceso como el internet, que a su vez promuevan el uso de productos y servicios financieros por parte de la población en toda la geografía nacional.

La transacción más realizada ha sido la consulta de saldos, con un crecimiento entre 2009 y 2013 de 96% y una participación del 83%; le siguen en su orden los pagos (12%) y transferencias (7%). Si se evalúan los crecimientos, entre 2012 y 2013 los pagos aumentaron 156% y las transferencias 85%.

Desde 2009, el monto total transado por pagos ha aumentado 276% y por transferencias 69%. A pesar de que en 2013, el número de transacciones de pagos es superior al de transferencias, el monto total transado por concepto de estas últimas equivale a 69% del monto total movilizado, mientras que por concepto de pagos el monto fue de 31% lo cual sugiere que en la medida que estos canales brindan mayor seguridad y confianza en los consumidores, éstos realizan transferencias de mayor cuantía.

**GRÁFICA 31. TIPO DE TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE INTERNET**



Fuente: SFC y BdO (Formato 444)

**Telefonía móvil**

La telefonía móvil es el canal transaccional que ha presentado una mayor dinámica en los últimos años. Al cierre de 2013, el canal presentaba un total de 50,295,114 abonados, con un crecimiento entre diciembre 2010 y 2013 de 13% y un índice de penetración del 106.7% sobre el total de la población colombiana. El número de abonados versus la población adulta a 2013 indica que por cada colombiano hay 1.1 números abonados <sup>25</sup>.

**GRÁFICA 32. NÚMERO DE ABONADOS A TELEFONÍA CELULAR Y PENETRACIÓN DEL SERVICIO**

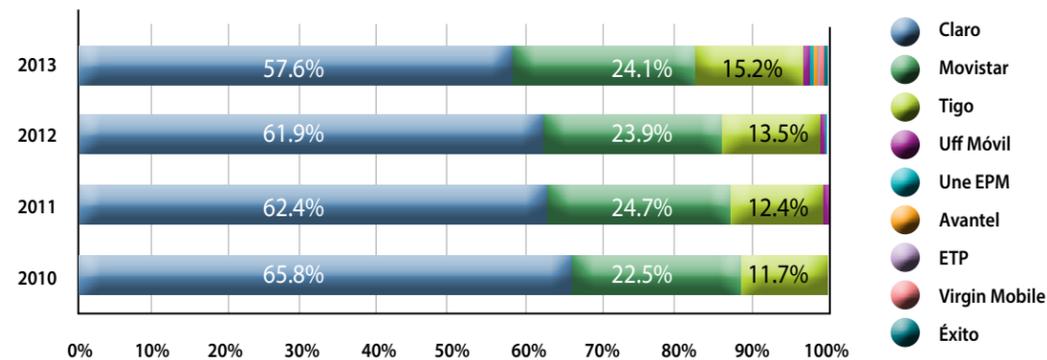


Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Los proveedores de telefonía móvil con mayor participación en el mercado son Comcel (Claro) con un promedio de 62% anual en los últimos cuatro años, Movistar y Tigo con 24% y 13%, respectivamente.

25. Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

**GRÁFICA 33. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE ABONADOS POR PROVEEDOR DE TELEFONÍA MÓVIL**



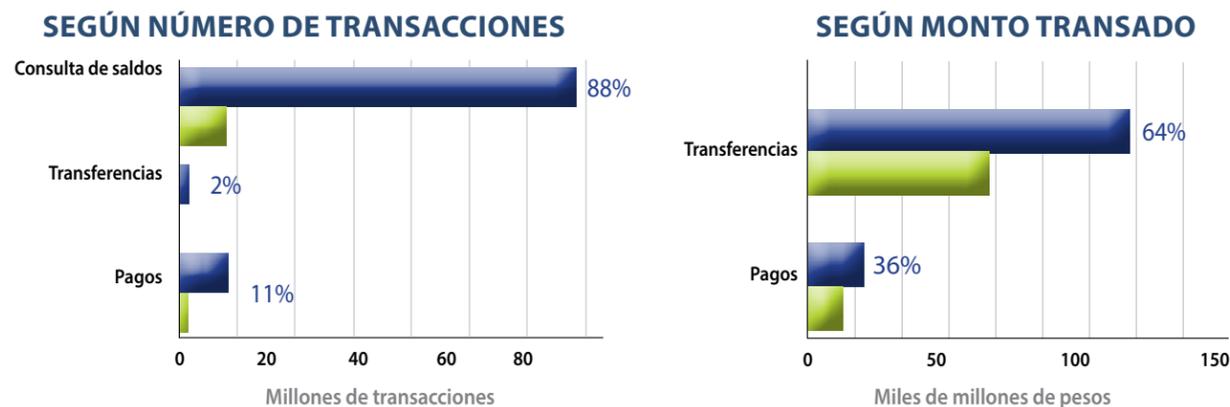
Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Aprovechando la capilaridad de los servicios móviles, la banca ha podido prestar servicios de transferencias, consultas de saldo, depósitos, retiros, pago de obligaciones, recepción de remesas, giros y recarga de celular, y han promovido el uso de productos como los depósitos de dinero electrónico y las cuentas de ahorro de apertura simplificada, que como se muestra en la sección de productos pasivos, han aumentado de manera importante en los últimos tres años.

En 2013, las transacciones más frecuentes realizadas a través de telefonía móvil fueron las consultas de saldo con 88% del total de transacciones, seguidas por el pago de obligaciones con el 11% y por último las transferencias con una participación del 2%. El número de transacciones de estos tres tipos aumentaron 742%, 1,893% y 475% frente a 2009, respectivamente, obedeciendo en parte a la oferta de nuevos servicios financieros de banca móvil por parte de algunos establecimientos de crédito.

Las transacciones que movilizaron una mayor cantidad de recursos a través de este canal fueron las transferencias, con 64% del total del monto transado. Respecto a lo registrado en 2009, el valor transado por concepto de transferencias y pagos aumentó 473% y 414%, respectivamente.

**GRÁFICA 34. TIPO DE TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE TELEFONÍA MÓVIL**



Fuente: SFC y BdO (Formato 444)

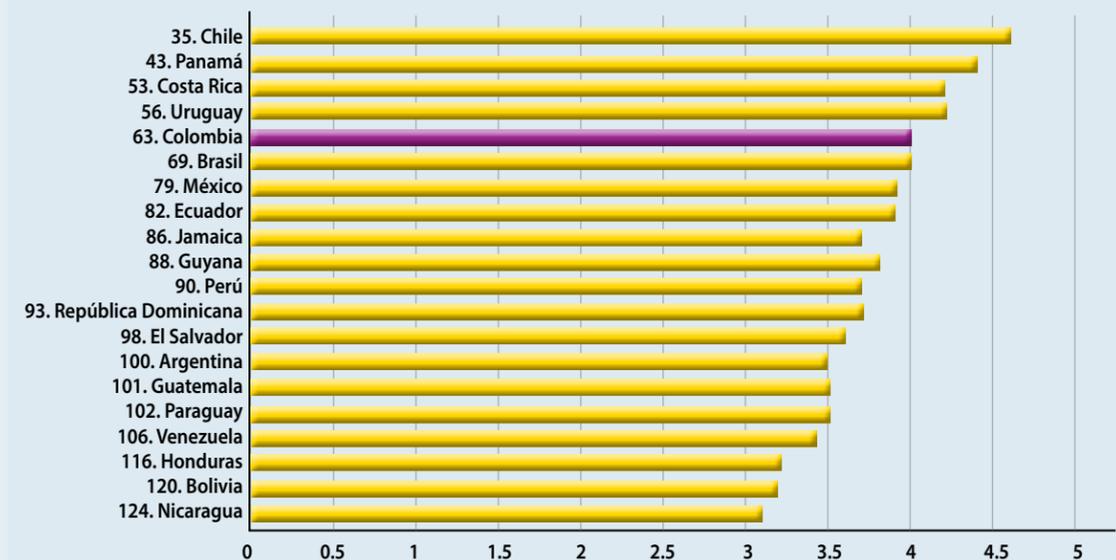
● 2013 ● 2009

**Recuadro 1. Preparación de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones para inclusión financiera**

En abril de 2014 el Foro Económico Mundial publicó el Reporte Global Anual de Tecnología de la Información, en el que se presenta de manera comparativa para 148 economías el indicador de preparación de las TIC y otras medidas adicionales que permiten conocer el estado del uso y su cobertura en cada uno de los países incluidos. El Indicador de preparación de las TIC (Networked Readiness Indicator-NRI) se mide dentro del rango 1-7, siendo 7 el valor de mayor preparación e incluye cuatro componentes básicos: i) el ambiente de las TIC, ii) la preparación de la sociedad para usar las TIC, iii) el uso que diferentes actores hacen de las TIC y iv) el impacto que tienen las TIC en la economía y en la sociedad.

El top 10 de los países del NRI es liderado por Finlandia (6.04), seguido por Singapur (5.97), Suecia (5.93), Holanda (5.79) y Noruega (5.7). Los países de Latinoamérica y el Caribe presentan valores del NRI inferiores a 5 de 7. Por ejemplo, Chile es el país suramericano con un mayor indicador (4.61), ocupando el puesto 35 entre las 148 economías evaluadas. Colombia, por su parte, ocupa el puesto 63 con un indicador de 4.05, superando a países como Brasil (puesto 69 y NRI de 3.98), México (puesto 79 y NRI de 3.89) y Perú (90 y NRI de 3.73).

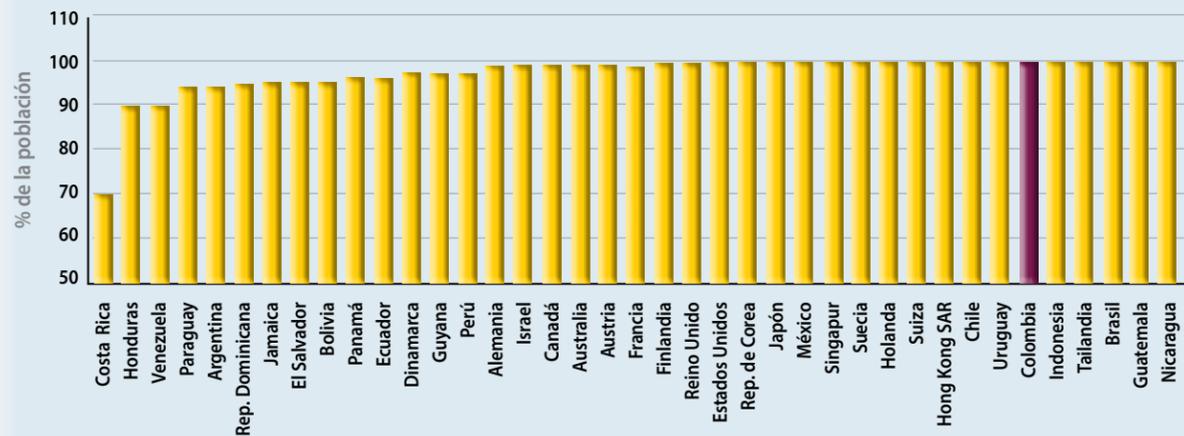
**INDICADOR DE PREPARACIÓN EN PAÍSES LATINOAMERICANOS**



Fuente: FEM (2014)

El indicador incluye la disponibilidad de servicios de redes móviles y de servidores seguros entre la población. En el primero de ellos, Colombia se encuentra dentro de los países con cobertura de redes móviles superior al 100% de la población. En cuanto al número de servidores seguros por cada un millón de personas, Colombia (28.4) presenta valores inferiores a países desarrollados como Holanda (2,803.7), Suiza (2,282.2) y Finlandia (1,612.6) e incluso menores a los de otros países suramericanos como Brasil (54.3), Uruguay (80.4) y Chile (82.2).

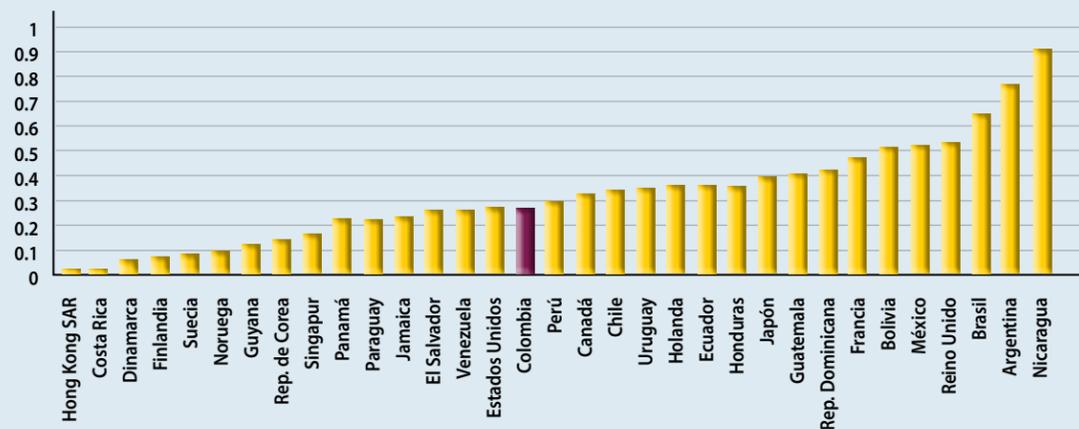
TASA DE COBERTURA DE REDES MÓVILES



Fuente: FEM (2014)

Otro de los factores considerados son las tarifas de los servicios móviles, que además son fundamentales para el acceso de la población a los beneficios que a través de ellos se ofrecen, incluyendo servicios financieros incluyentes. El análisis comparativo de las tarifas en Paridad de Poder Adquisitivo (PPA), muestra que Hong Kong SAR (0.02 PPA) y Costa Rica lideran el grupo de países evaluados que tienen las tarifas de servicios móviles más asequibles. Por su parte, Colombia muestra un valor de 0.27 PPA, por encima de países como Perú (0.3 PPA), Chile (0.34 PPA) y Brasil (0.91).

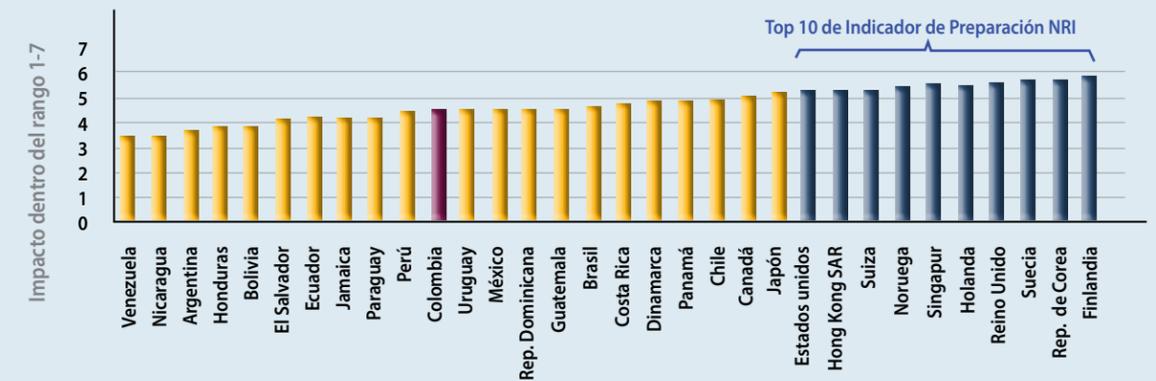
TARIFAS DE TELEFONÍA CELULAR (PPA-DÓLARES POR MINUTO)



Fuente: FEM (2014)

El FEM también presenta indicadores sobre qué tanto influyen las TIC en los diferentes países en la creación de nuevos productos y servicios. Al analizar el valor de este indicador de 1 a 7, encontramos que efectivamente los países que están dentro del top 10 del Indicador de preparación NRI, son también aquellos en donde las TIC influyen más en la innovación. Esto demuestra la importancia de generar altos estándares de la tecnología y su influencia en el desarrollo e incluso en el acceso y uso de productos financieros idóneos e incluyentes.

IMPACTO DE TIC EN NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS



Fuente: FEM (2014)

Para verificar lo anterior, se analiza el impacto que tiene el Indicador de preparación NRI de TIC en el Indicador de uso de medios electrónicos para hacer pagos del Banco Mundial, evidenciando que, en los países que presentan un mayor nivel de preparación de TIC (que en su mayoría son Europeos y Asiáticos), también se hace un mayor uso de servicios electrónicos para realizar pagos en comparación con países de América Latina y del Caribe, que presentan una menor preparación en sus TIC.

INDICADOR DE PREPARACIÓN TIC VERSUS USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA HACER PAGOS



Fuente: FEM (2014) y Banco Mundial

## 2.2 TRANSFERENCIA DE REMESAS

En el Reporte de Inclusión Financiera del año 2012, se describieron los principales aspectos del mercado de remesas a nivel nacional e internacional, evidenciando que los recursos recibidos por este concepto tienen un gran impacto en los gastos diarios de los receptores y en su calidad de vida, y son sensibles a factores como la situación económica de los familiares en países emisores y a los costos de envío de los giros. También se concluyó que estos recursos tienen un gran potencial como herramienta de inclusión financiera, tanto para el colombiano en el exterior como para el receptor en Colombia; sin embargo, se llamó la atención sobre la necesidad de diseñar productos que optimicen el uso de estos recursos y generen mayor permanencia de los mismos en el sistema financiero.

En 2013, se evidencia que los flujos de remesas no han terminado de recuperarse completamente pese a haber aumentado frente al año 2012, particularmente hacia países Latinoamericanos quienes reciben el mayor volumen de remesas de países europeos como España e Italia. De otra parte, los costos de envío de remesas mostraron reducciones en la gran mayoría de destinos estudiados, factor determinante en el uso de servicios transaccionales para el envío y recibo de remesas a través del sistema financiero formal.

En esta ocasión se incluyen también aspectos sobre el uso que los migrantes colombianos y de otros países de Latinoamérica y el Caribe hacen de productos y servicios financieros en Estados Unidos y en sus países de origen. A pesar de que la crisis internacional afectó el volumen transado, estos recursos siguen siendo vitales en la calidad de vida de familias receptoras y lograr que éstas puedan usarlos de acuerdo a sus necesidades dentro del sistema financiero formal, constituye una de las principales tareas de las políticas de inclusión financiera en Colombia.

### **Recuadro 2. Situación económica y envío de remesas de migrantes de América Latina y el Caribe en el periodo post-recesión<sup>26</sup>.**

En abril de 2014, el Banco Interamericano de Desarrollo presentó el informe "Situación económica y envío de remesas de migrantes de América Latina y el Caribe en el periodo post-recesión", que recopila los resultados de encuestas hechas a migrantes de Colombia, República Dominicana, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, México, El Salvador y remitentes nativos Estadounidenses, para analizar su posición financiera actual y el comportamiento del envío de remesas durante la crisis económica.

Dentro de las principales conclusiones se pueden destacar las siguientes:

- a) La situación económica de los migrantes de América Latina y del Caribe no termina de mejorar y todavía presentan vulnerabilidad en cuanto a ingresos, ahorros y nivel de endeudamiento.
- b) Los flujos de remesas en los países incluidos en el informe se han recuperado desde 2009, presentando un aumento de 12%.
- c) De los migrantes encuestados, 22% ahorran en efectivo en la casa, 15% en una cuenta corriente, 26% en una cuenta de ahorros, 9% entrega el dinero a un familiar para ahorrar, 4% ahorra invirtiendo en otros productos financieros, 3% adquiere otro tipo de activos y 30% no ahorra. Por su parte, 42% de los migrantes colombianos no ahorran y 35% ahorran en cuentas bancarias.

- d) En cuanto a acceso a cuentas bancarias, 66% de los encuestados reporta tener cuentas bancarias en Estados Unidos y la tenencia de estas cuentas está correlacionada con el género, nivel de educación y tiempo de permanencia en el país. El acceso a cuentas bancarias es mayor entre colombianos (82% de encuestados), guatemaltecos (78%) y jamaicanos (76%).
- e) De los migrantes encuestados, 76% reporta no utilizar servicios de banca en línea para monitorear sus cuentas y 13% usa el celular para acceder a servicios de banca móvil.
- f) De las razones por las que los migrantes no acceden a cuentas bancarias, 48% corresponde a falta de documentación, 25% por falta de necesidad, 12% por falta de confianza en el sistema financiero, 7% por falta de recursos, 3% porque no sabe cómo, 2% por problemas crediticios o de sobregiro y 2% porque las comisiones son muy altas y las cuentas requieren un balance mínimo. Los colombianos migrantes identifican la falta de documentación (53%) y a la falta de confianza en los bancos (18%) como las mayores razones para no acceder a cuentas bancarias.
- g) En cuanto a la titularidad de otros productos financieros (ya sea en Estados Unidos o en el País de origen), 7% de los encuestados reporta tener un Certificado de Depósito, 12% un préstamo personal, 37% un seguro médico, 12% un seguro de vida, 50% una tarjeta de crédito y 6% tarjetas prepago.
- h) En cuanto a la tenencia de productos en el país de origen, 11% de los encuestados reportan poseer cuenta de ahorros. De ese 11%, 28% de los encuestados tienen cuentas corrientes, 51% otras cuentas de ahorro, 5% Certificados de depósito, 17% préstamos personales, 17% seguro médico, 9% seguro de vida, 17% tarjeta de crédito y 13% tarjeta débito.

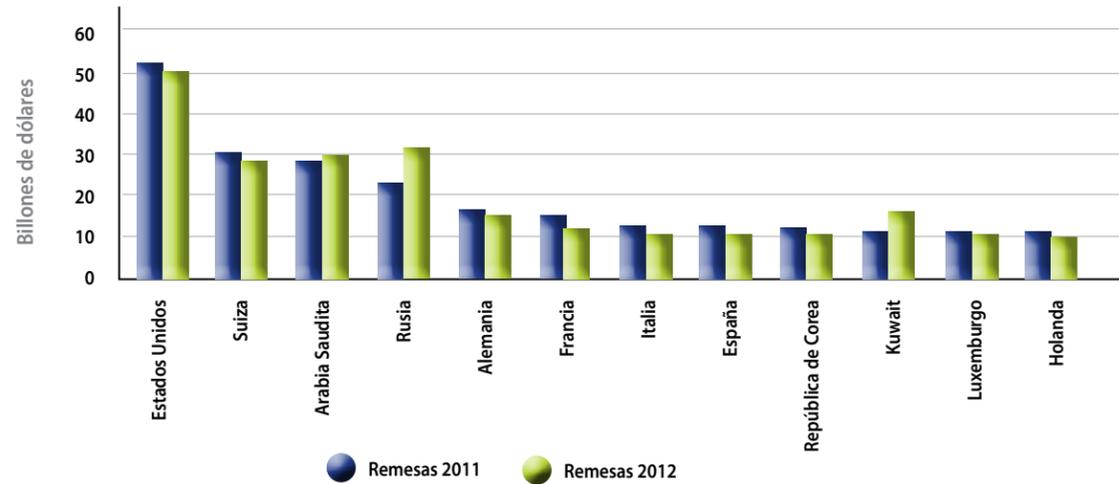
Estas conclusiones reafirman que en la población migrante colombiana hay un gran potencial de inclusión al sistema financiero formal con productos apropiados transaccionales, de ahorro e incluso otros diferentes a la banca tradicional (como seguros y pensiones), que permitan mejorar su calidad de vida al estar lejos de Colombia.

### 2.2.1 Países emisores y receptores

Por su experiencia migratoria y siguiendo la tendencia de años anteriores, Estados Unidos es el país que más remesas remite hacia otros países. Durante 2012, el dinero enviado desde ese país se redujo 1% frente a 2011. Sin embargo, esta reducción fue más marcada en los flujos desde España (19%), Italia (17%), Corea (16%) y Francia (16%). Por el contrario, países como Rusia y Kuwait registraron aumentos importantes en el flujo de remesas enviadas, con 39% y 35%, respectivamente.

26. Banco Interamericano de Desarrollo (2014)

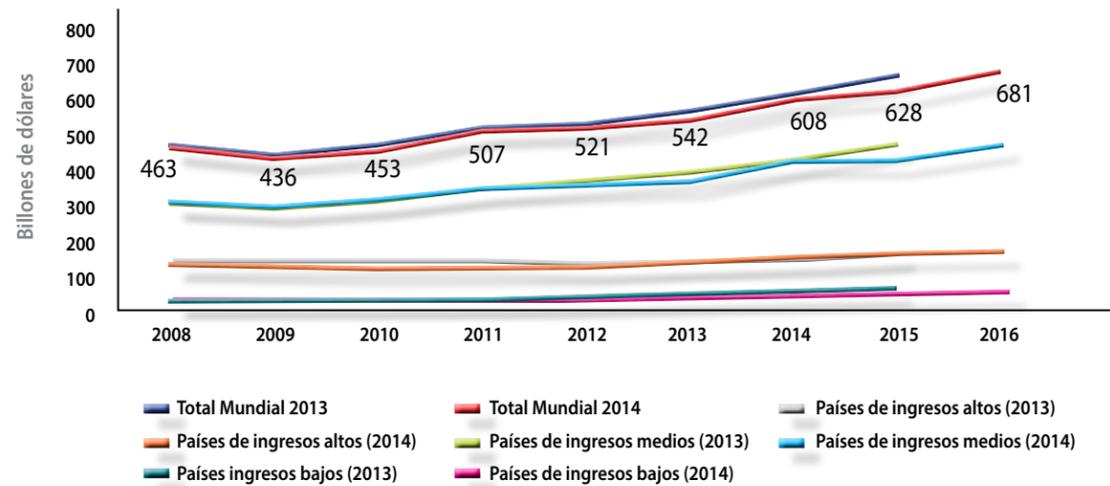
**GRÁFICA 35. PRINCIPALES PAÍSES EMISORES 2012**



Fuente: Banco Mundial

En 2013 se movilizaron USD 542 billones en remesas a nivel mundial, aumentando 4% frente al total de 2012. La nueva información sobre el comportamiento de las economías mundiales registrada permitió reducir el optimismo en las expectativas que organismos internacionales –como el Banco Mundial– tenían el año pasado frente al futuro cercano del flujo mundial de remesas. Mientras se esperaba que en 2015 este flujo fuera de USD 665 billones, la nueva actualización pronostica que para ese año las remesas serán de no más de USD 628 billones. Este efecto se ve reflejado particularmente en países de ingresos medios, en los que para el año en mención se pronosticaban flujos de USD 469 billones de dólares, valor que fue ajustado a USD 433 billones.

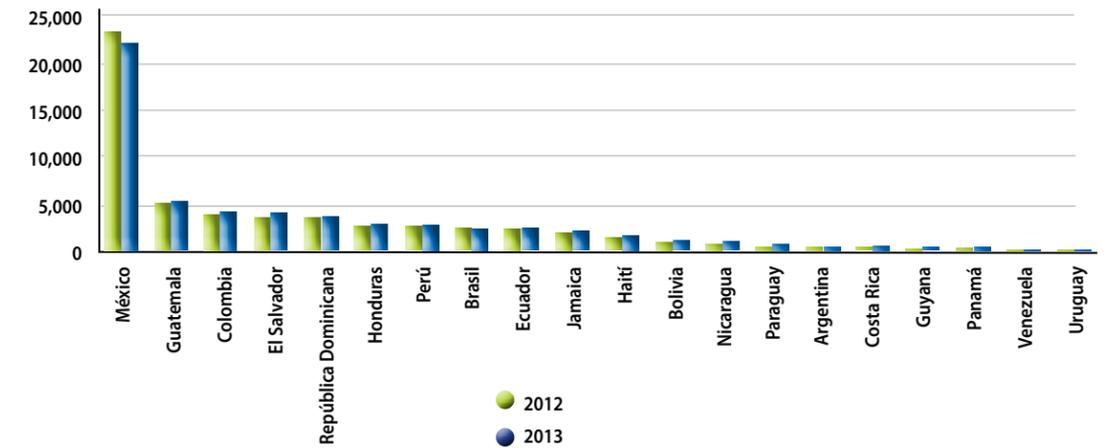
**GRÁFICA 36. ESTIMADOS Y PROYECCIONES DE FLUJOS DE REMESAS MUNDIALES POR NIVEL DE INGRESO (2008-2016)**



Fuente: Banco Mundial

Las remesas totales que entraron a Latinoamérica y el Caribe en 2013 alcanzaron USD 61 billones, presentando un aumento de 1.9% frente a 2012. Los flujos a México se redujeron en total 5% y aquellos dirigidos a Colombia, Perú, Ecuador, Paraguay, Bolivia y Argentina, cuyo principal país emisor ha sido España, a pesar de mostrar resultados positivos, aún no terminan de recuperarse.

**GRÁFICA 37. REMESAS HACIA PAÍSES DE LATINOAMÉRICA Y DEL CARIBE (MAYO 2013)**

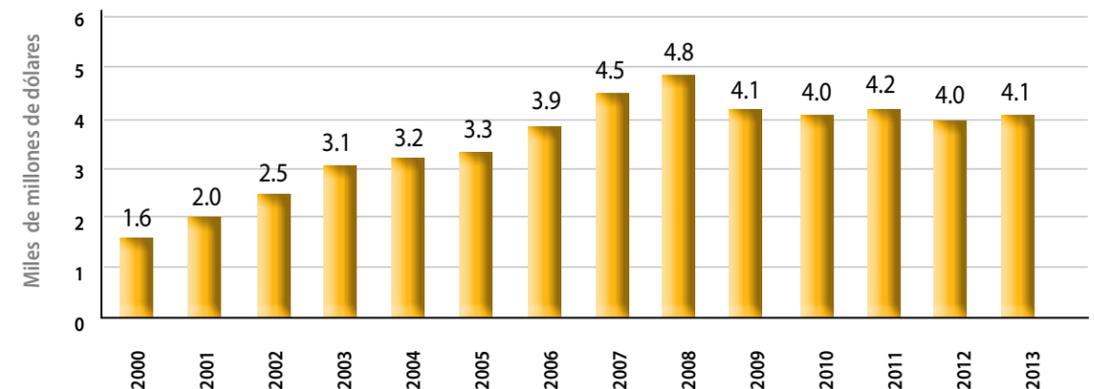


Fuente: Banco Mundial

**2.2.2 Remesas en Colombia**

Las remesas hacia Colombia aumentaron durante 2013 a pesar de que no alcanzan aún los valores registrados durante 2008, comportamiento consistente con el hecho de que la población colombiana residente el exterior aún no ha podido estabilizar sus ingresos tras la crisis de los años anteriores.

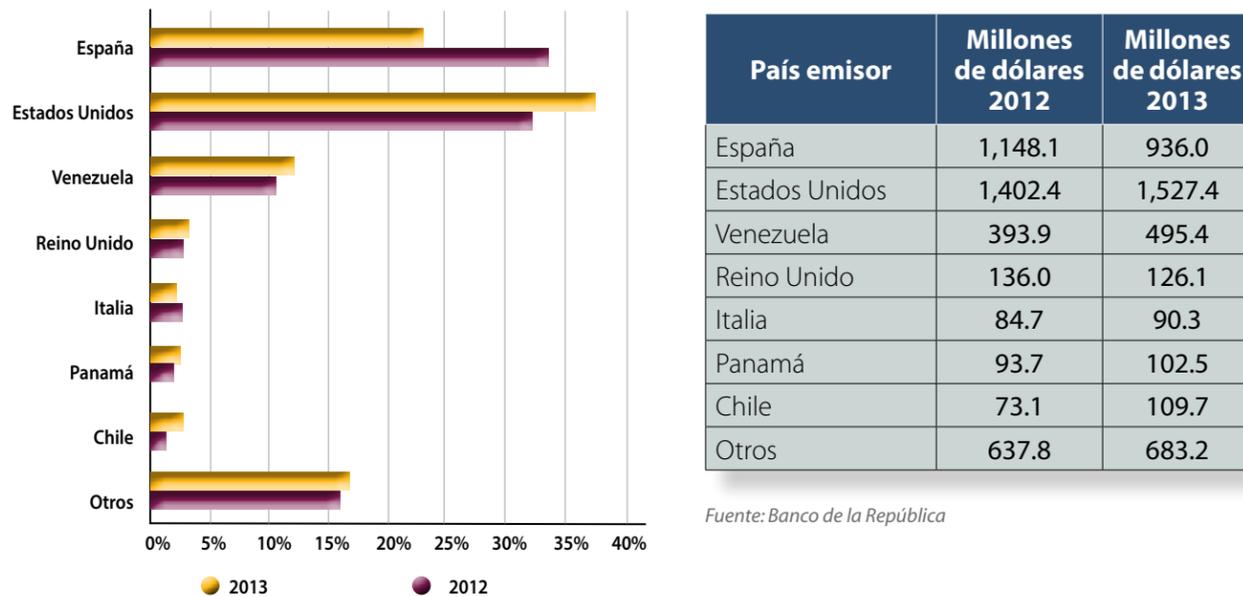
**GRÁFICA 38. EVOLUCIÓN DEL FLUJO DE REMESAS HACIA COLOMBIA**



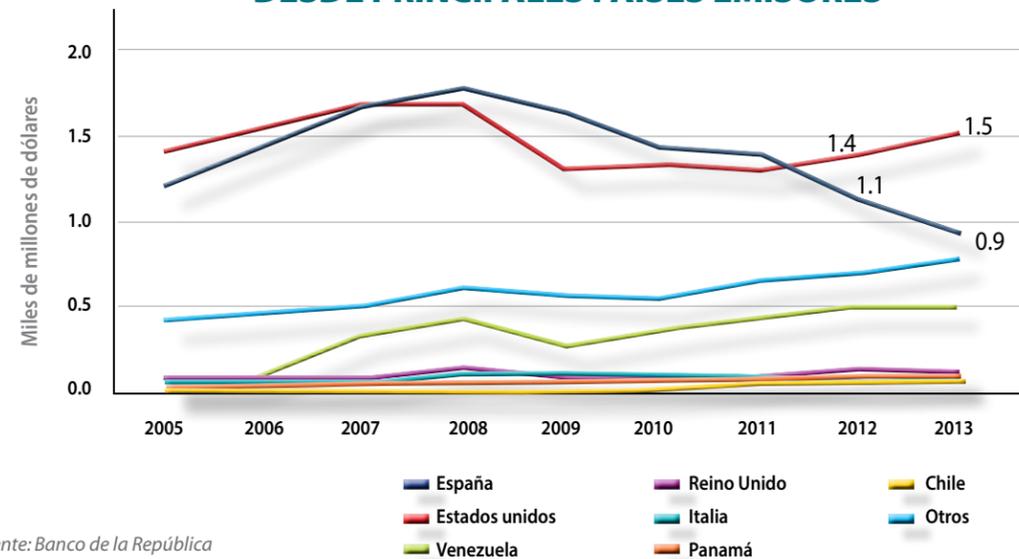
Fuente: Banco de la República

A diferencia de los últimos seis años, en los que el principal emisor de remesas hacia Colombia era España, el principal país emisor en 2013 fue Estados Unidos, con USD 1,527 millones enviados durante 2013 y un aumento de 9% durante el último año. Por primera vez desde el año 2005 los giros provenientes de España no superaron 1,000 millones de dólares. Por su parte, los giros provenientes de Chile aumentaron 50% y, por el contrario, los de Italia se redujeron en 7%.

**GRÁFICA 39. PRINCIPALES PAÍSES EMISORES DE REMESAS HACIA COLOMBIA**

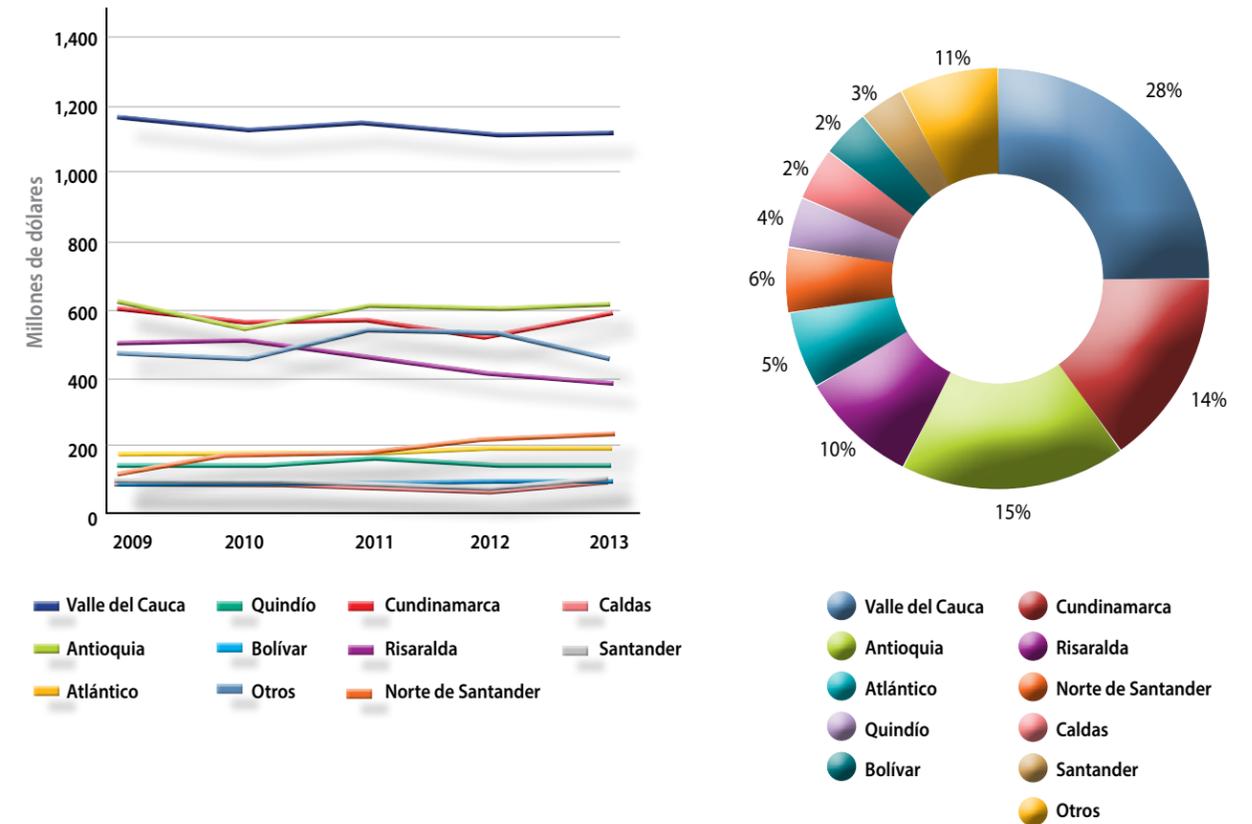


**GRÁFICA 40. EVOLUCIÓN DE LOS FLUJOS DE REMESAS A COLOMBIA DESDE PRINCIPALES PAÍSES EMISORES**



La distribución de los ingresos por remesas en las regiones del país se ha mantenido constante durante los últimos años, siendo el Valle del Cauca el departamento que captura una mayor proporción de las remesas recibidas en Colombia (28%), seguido por Antioquia (15%), Cundinamarca (14%) y Risaralda (11%).

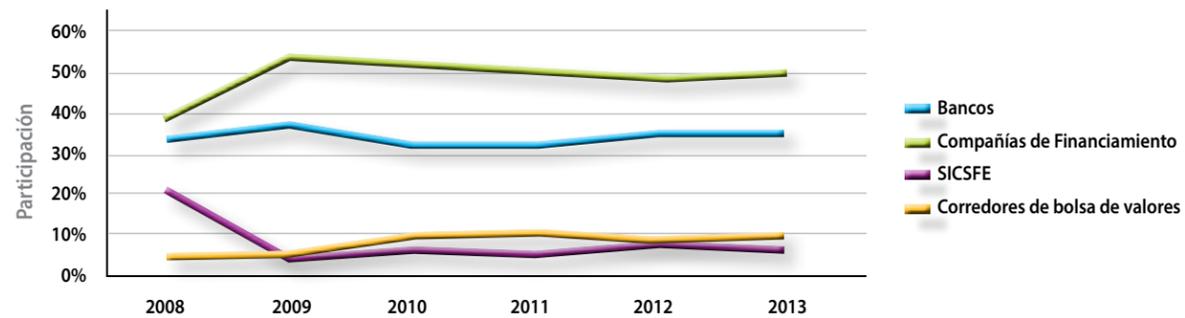
**GRÁFICA 41. EVOLUCIÓN DE LOS FLUJOS DE REMESAS DEPARTAMENTOS DE COLOMBIA**



**2.2.3 Canales y medios de pago**

Tal y como en años anteriores, dentro de los pagadores de remesas existentes en Colombia, la mayor participación la continúan teniendo las Compañías de Financiamiento con 49% del monto total de los giros transados. Los bancos participaron dentro del total con 35% y las Sociedades de Intermediación Cambiaria y de Servicios Financieros Especiales (SICFSFE) y los Corredores de Bolsa de Valores con 7% y 9%, respectivamente.

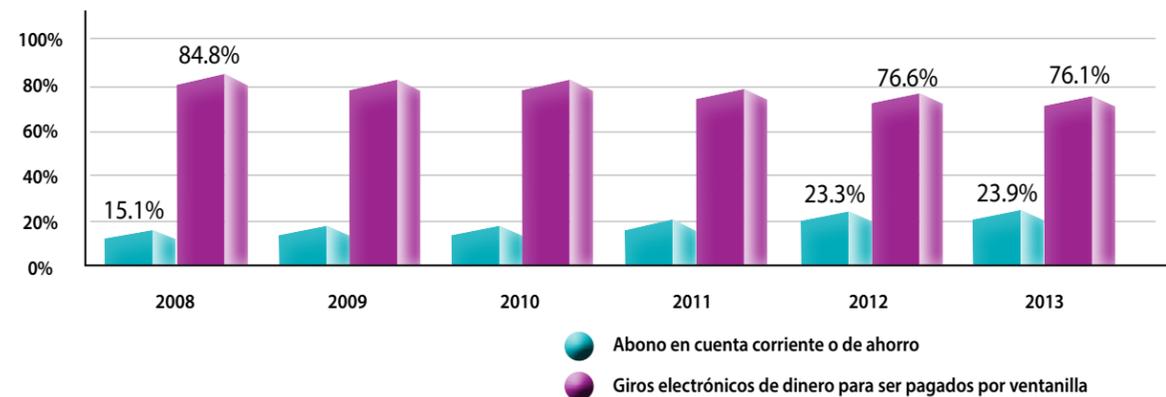
**GRÁFICA 42. PARTICIPACIÓN DE INTERMEDIARIOS DEL MERCADO CAMBIARIO EN PAGOS DE REMESAS**



Fuente: SFC

A pesar de haber aumentado frente a 2012, el pago de remesas a los receptores en Colombia a través de abono en cuenta sigue siendo bastante inferior (con 23.9% del total de giros) a los que se pagan directamente en ventanilla (76.1% del total de giros). Esto demuestra que todavía hay un camino por recorrer para que los giros canalizados a través de sistema financiero formal permanezcan en el sistema, fomenten el ahorro y el uso de medios transaccionales para realizar pagos según las necesidades de los receptores.

**GRÁFICA 43. MEDIOS DE PAGO DE REMESAS**



Fuente: Banco de la República

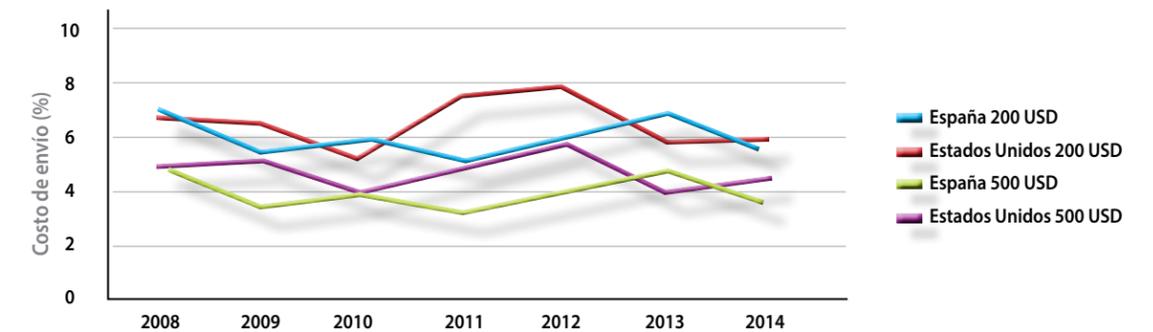
**2.2.4 Costo de envío de remesas**

El volumen de los giros y el nivel de competencia en los mercados, que incluye medidas de transparencia de costos y de suficiencia de intermediarios son los principales determinantes del valor promedio del giro. Según el Banco Mundial, las diferencias en la aplicación de las regulaciones de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (LAFT) pueden generar barreras de entrada a nuevos competidores y tecnologías innovadoras, impidiendo que los costos de envío, continúen disminuyendo<sup>27</sup>.

27. Banco Mundial (2014). Migration and Development Brief 22.

El costo de envío comenzando el 2014 desde España hacia Colombia se redujo, pasando de 6.8% en 2013 a 5.6%, mientras que desde Estados Unidos este valor no tuvo variación significativa. Vale destacar los giros desde Estados Unidos a Colombia para 2013 fueron más costosos que los provenientes de España, al registrar costo de envío de 5.9% sobre el valor enviado.

**GRÁFICA 44. COMPARACIÓN DEL COSTO DE ENVÍO DE REMESAS DESDE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA HACIA COLOMBIA**



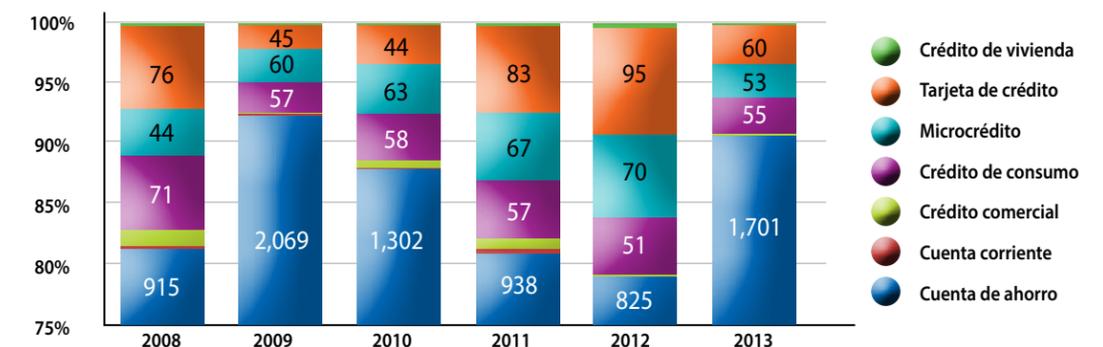
Fuente: Banco Mundial

**2.3 INCLUSIÓN FINANCIERA DURANTE 2013: PRODUCTOS PASIVOS Y ACTIVOS**

Durante 2013 se incluyeron en total 1,872,482 colombianos al sistema financiero, de los cuales 1,701,000 (91%), se vincularon a través de cuentas de ahorro. Este valor aumentó en 106% frente a las 825,000 personas que se incluyeron a través de cuentas de ahorro en 2012.

Por el lado del activo, el número de personas que se incluyeron al sistema a través de tarjetas de crédito y microcrédito disminuyó, pasando de 95 mil en 2012 a 60 mil en 2013 en el primer caso y de 70 mil a 53 mil en el segundo. Este comportamiento es consistente con la dinámica de la cartera de crédito que mostró un crecimiento mucho más moderado en 2013 frente al 2011 y 2012, años en los que especialmente la cartera de consumo (incluida tarjeta de crédito) y microcrédito presentaron crecimientos elevados.

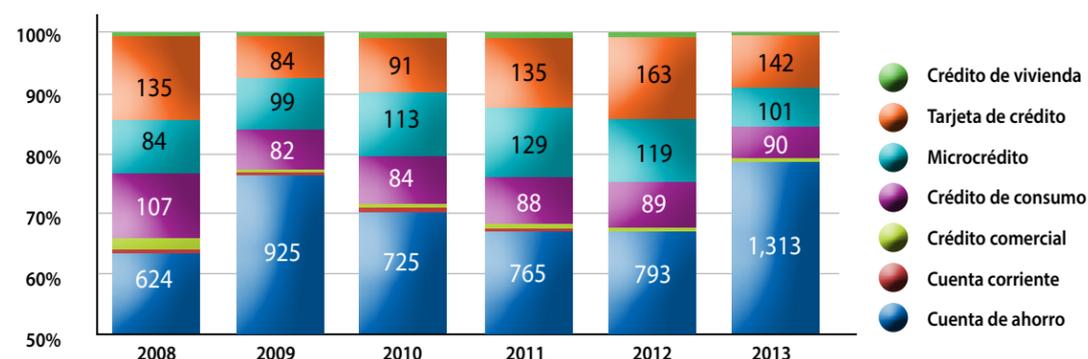
**GRÁFICA 45. PRODUCTO DE ENTRADA AL SISTEMA FINANCIERO (MILES DE PERSONAS)**



Fuente: CIFIN

Una vez incluidos, el segundo producto financiero que los colombianos adquirieron en 2013 con mayor frecuencia continua siendo la cuenta de ahorro (79%), seguido por la tarjeta de crédito (9%) y el microcrédito (6%). Vale destacar la reducción en la participación del crédito comercial como segundo producto a través de los años, mientras que en 2008 era de 2%, en 2013 fue de 0%, tendencia consistente con la dinámica del portafolio comercial.

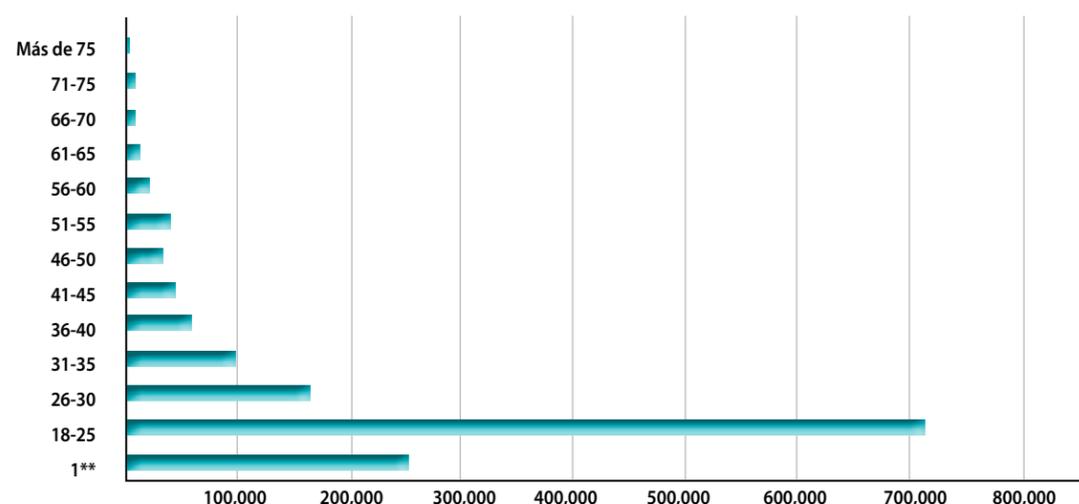
**GRÁFICA 46. SEGUNDO PRODUCTO ADQUIRIDO (MILES DE PERSONAS)**



Fuente: CIFIN

Al analizar la inclusión financiera en 2013 por rango de edad, se evidencia que los adultos entre 18 y 25 años son el segmento de la población colombiana con mayor nivel de inclusión (por primera vez) con alrededor de 700 mil productos financieros adquiridos por éstos, lo cual puede estar justificado en que en este rango de edad se concentra el inicio de la actividad laboral de la población así como el ingreso a la educación superior.

**GRÁFICA 47. INCLUSIÓN 2013 POR RANGO DE EDAD**

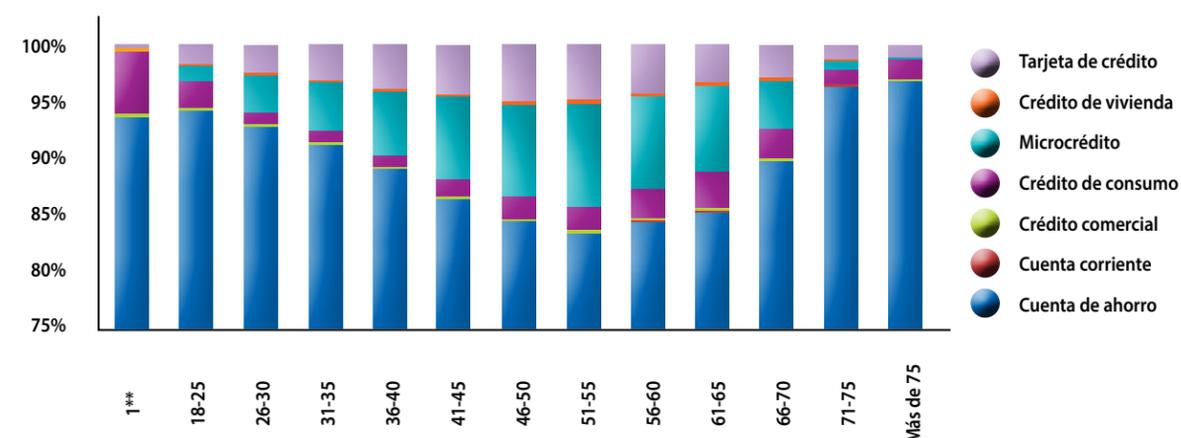


\*\*Nota: El valor del rango 1 corresponde a clientes que tienen otro tipo de identificación diferente a la cédula de ciudadanía.  
Fuente: CIFIN

La distribución de productos de inclusión es diferente en los individuos según cada rango de edad. Mientras la cuenta de ahorro es el producto de entrada más popular en todos los rangos, su participación disminuye en la medida que aumenta la edad hasta el rango de 51 a 55 años, a partir del cual vuelve a aumentar. Todo lo contrario sucede con el microcrédito y la tarjeta de crédito.

Esta distribución muestra que el acceso al crédito se correlaciona con los rangos de edad y que en los perfiles poblacionales económicamente activos 30 a 60 años se evidencia mayor uso o acceso al crédito. El crédito que muestra una participación mayor en la población mayor de 70 años corresponde a consumo, lo cual se justifica si se tiene en cuenta que la libranza a pensionados es uno de los productos ofrecidos a este segmento por los establecimientos de crédito.

**GRÁFICA 48. INCLUSIÓN 2013 POR RANGO DE EDAD Y TIPO DE PRODUCTO**



\*\*Nota: El valor del rango 1 corresponde a clientes que tienen otro tipo de identificación diferente a la cédula de ciudadanía.  
Fuente: CIFIN

## 2.4 USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS PASIVOS

### 2.4.1 Productos pasivos de ahorro y transaccionales

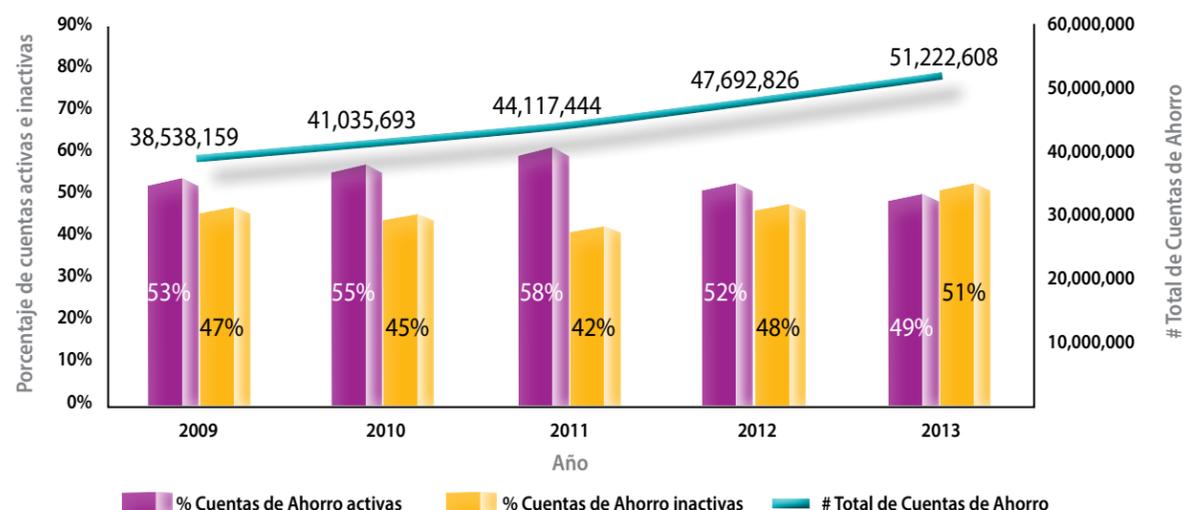
Considerando que el ahorro permite que las personas acumulen recursos para la realización de diferentes actividades y cumplimiento de metas, el producto de cuenta de ahorro resulta especialmente importante como instrumento de inclusión financiera, por eso se requiere del diseño y oferta de productos financieros que estén alineados con las necesidades reales de las personas y que, además, les permitan evidenciar los beneficios que se obtienen al hacer parte del sistema financiero. En este sentido, es necesario que adicional a la vinculación de personas al sistema financiero también se generen las estrategias y mecanismos que promuevan la actividad (uso permanente) de este producto.

Al cierre de 2013 el número de cuentas de ahorro ascendió a 51.2 millones y aunque su número aumenta, la tendencia de su crecimiento ha sido estable pues en los últimos cuatro años registra crecimientos anuales promedio de 7.4%, lo que ha representado un promedio de 3 millones de cuentas nuevas por año.

No obstante lo anterior, el comportamiento relacionado con la actividad de las cuentas de ahorro muestra cómo al cierre de 2013 el 51% no registraron movimiento en los últimos seis meses (es decir, se mantuvieron inactivas). Ese porcentaje se incrementó en 3pp frente al dato registrado en 2012.

En ese sentido, mientras que en 2013 el número total de cuentas de ahorro aumentó en 3.5 millones, el número de cuentas inactivas lo hizo en 3.4 millones. En los últimos dos años el crecimiento de las cuentas inactivas ha superado el de las activas, lo que pone de manifiesto la necesidad de lograr que las entidades financieras diseñen productos de ahorro innovadores o generen los incentivos adecuados para que los consumidores financieros optimicen el uso de las cuentas de ahorro.

**GRÁFICA 49. NÚMERO DE CUENTAS DE AHORRO Y CRECIMIENTO**



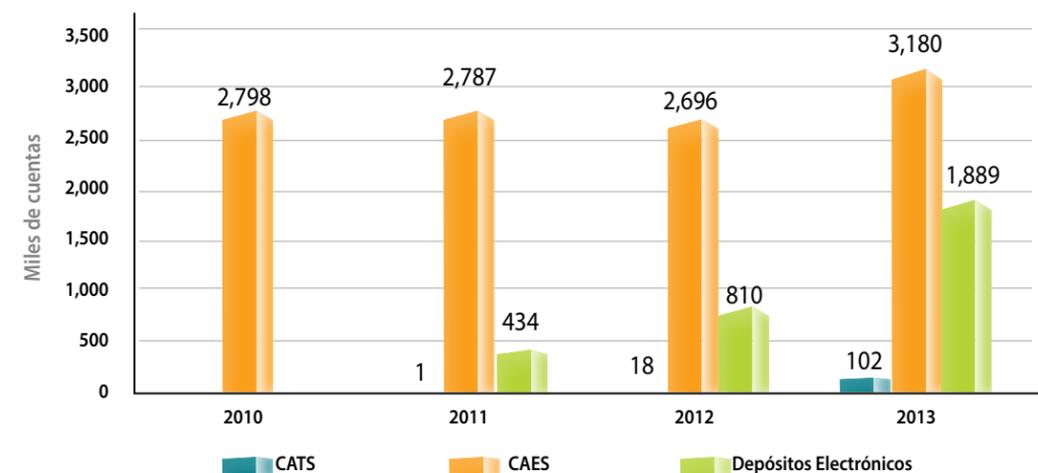
Fuente: SFC (Formato 459) y BdO. Incluye CAE y SES

Al analizar la evolución en el número de cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS) y los depósitos electrónicos, se encuentra que en el último año presentaron una evolución favorable explicada en parte por los ajustes normativos introducidos<sup>28</sup>. Mediante las nuevas instrucciones impartidas por la SFC, en el caso del trámite simplificado para la apertura de cuentas de ahorro, entre otros ajustes, se incrementó el límite a las operaciones débito en el mes calendario a 3 salarios mínimos legales mensuales vigentes (SMMLV) y se permitió tener una cuenta de ahorros con esas características por cada entidad financiera y no solo una en el sistema financiero como estaba antes. Así mismo, para la apertura de depósitos electrónicos también se implementó el esquema de trámite simplificado.

El número de CATS reportado por los 2 bancos que ofrecen el producto ascendió a cerca de 102 mil, con un crecimiento de 453% frente al 2012 y para los depósitos electrónicos la variación fue de 133%, ubicándose en 1.9 millones de cuentas. Una parte importante de este crecimiento se explica con la atención de la población del programa de Gobierno de Más Familias en Acción – MFA, administrado por el Departamento para la Prosperidad Social - DPS. Este programa también incide en el comportamiento de las cuentas de ahorro electrónicas (CAE) las cuales ascendieron a 2.8 millones, representando un crecimiento anual de 16%. Las CAES observan la tendencia del comportamiento del total de cuentas de ahorro pues el 42% de ellas se encuentran inactivas a diciembre de 2013. El resultado anterior está influenciado por el hecho que en el programa MFA se inscribieron nuevas personas y algunas de las que ya hacían parte de éste salieron por efecto de haber dejado de cumplir con las condiciones establecidas. En este último caso al salir del programa MFA, en general, las personas dejaron de utilizar las cuentas.

28. Circulares Externas 7 y 13 de 2013.

**GRÁFICA 50. CUENTAS DE AHORRO DE TRÁMITE SIMPLIFICADO, CUENTAS DE AHORRO ELECTRÓNICAS Y DEPÓSITOS ELECTRÓNICOS**

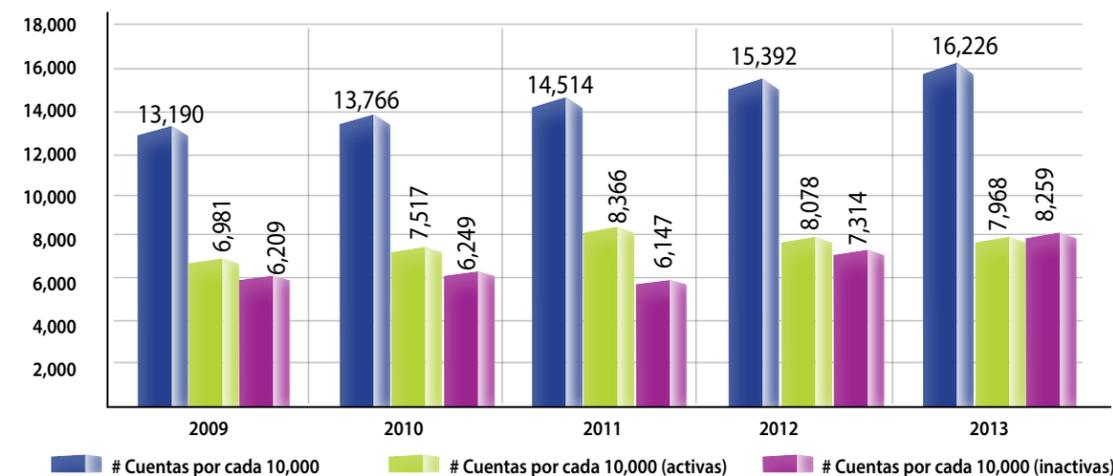


Fuente: CIFIN, SFC (Formato 398) y BdO.

En la medición de las cuentas de ahorro por cada 10,000 adultos, se tiene que esta relación era de 16,226, lo cual indica que, en promedio, por cada adulto hay cerca de 1.6 cuentas de ahorros y presenta un comportamiento creciente durante el periodo analizado.

Sin embargo, si se tiene en cuenta sólo aquellas cuentas que están activas en el sistema financiero, este indicador disminuye en cerca del 50% hasta 7,968, mostrando una desmejora con respecto a los dos últimos años.

**GRÁFICA 51. CUENTAS DE AHORRO TOTAL Y ACTIVAS POR CADA 10,000 ADULTOS**



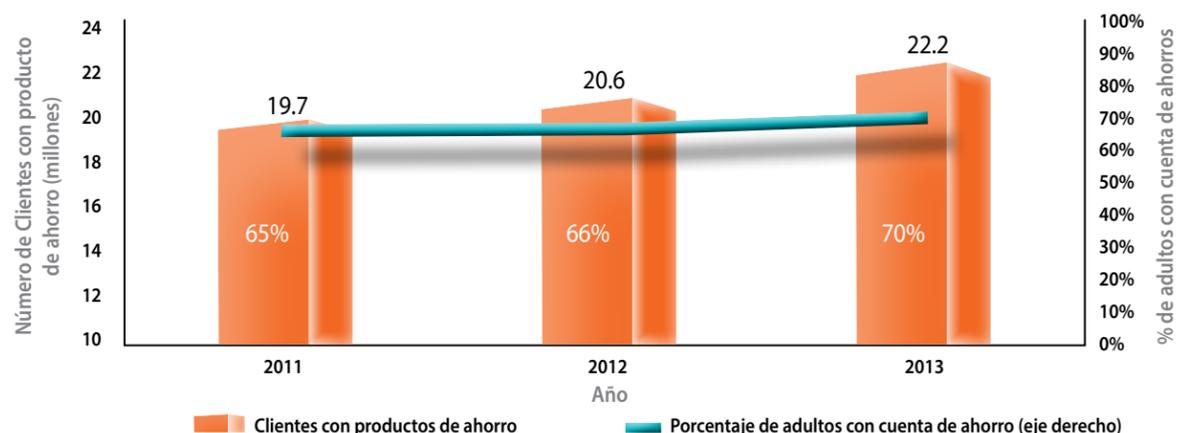
Fuente: SFC (Formato 398 y 459), BdO y DANE. Incluye CAE y SES

Adicionalmente, 22.2 millones de adultos tienen al menos una cuenta de ahorros en Colombia, lo cual significa una cobertura de la población adulta con este producto de 70%, lo que representó un incremento de 1.6 millones frente a 2012.

No obstante lo anterior, al revisar la actividad de las cuentas de los adultos se encuentra que 14.1 millones tenían una cuenta de ahorro activa. De lo anterior se desprende que cerca de 8 millones de personas (36% de los adultos) que en algún momento abrieron una cuenta de ahorro no la han utilizado en los últimos seis meses.

En consecuencia, el reto sigue siendo lograr que la inclusión financiera genere relaciones de largo plazo para lo cual se deberán implementar los mecanismos e incentivos necesarios para que las personas no sólo accedan sino que usen los productos de ahorro provistos por los establecimientos de crédito.

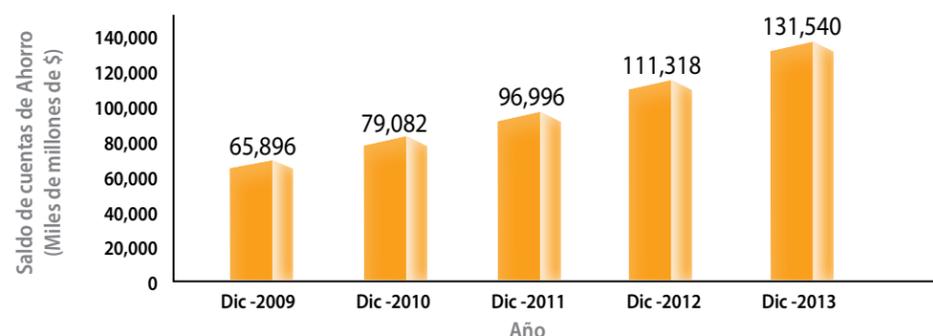
**GRÁFICA 52A. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES CON PRODUCTOS DE AHORRO**



Fuente: CIFIN

En cuanto al saldo de las cuentas de ahorro, al cierre de 2013 éste ascendió a 131.5 billones de pesos, presentando un aumento de 15.9% real durante el último año. Al analizar el crecimiento de las cuentas activas se encuentra que también fue superado por el crecimiento del saldo, lo que sugiere que hay un mayor movimiento de recursos en términos de saldos en las cuentas existentes y que las personas que ya tienen cuenta están ahorrando más en ellas.

**GRÁFICA 52B. EVOLUCIÓN DEL SALDO EN CUENTAS**



Fuente: SFC (Formato 398 y 459) y BdO. Incluye CAE y SES

Los bancos continuaron siendo los intermediarios más importantes en la captación a través de las cuentas de ahorro con 94% de participación, seguido por las cooperativas SES que concentraron el 3.8%. El mayor incremento del último año en número de cuentas se dio en los bancos que aumentaron en más de 3.2 millones de cuentas, número similar al registrado en 2012. Al desagregar esta última cifra se encuentra que las CAE tuvieron un crecimiento anual de 18% lo que se tradujo en un incremento de más de 484 mil cuentas nuevas.

**CUADRO 23. EVOLUCIÓN NÚMERO DE CUENTAS DE AHORRO POR TIPO DE ENTIDAD**

Año	Bancos	CAES	Bancos (Incluye CAES)	Compañías de Financiamiento	Corporaciones Financieras	Cooperativas SES	Cooperativas SFC	TOTAL
Dic-2009	36,248,621	0	36,248,621	119,221	88	1,389,478	780,751	38,538,159
Dic-2010	35,811,662	2,798,461	38,610,123	199,335	105	1,433,698	792,432	41,035,693
Dic-2011	38,741,193	2,787,252	41,528,445	263,519	148	1,636,909	688,423	44,117,444
Dic-2012	42,100,624	2,696,161	44,796,785	379,353	174	1,803,032	713,482	47,692,826
Dic-2013	44,871,098	3,180,284	48,051,382	515,654	347	1,951,527	703,698	51,222,608
Participación 2013	87.6%	6.2%	93.8%	1.0%	0.0%	3.8%	1.4%	

Fuente: SFC (Formato 398 y 459) y BdO. Incluye CAE y SES

Al analizar el comportamiento de los saldos registrados por tipo de entidad financiera, se evidencia que el 98% estaba concentrado en los bancos y el 1.2%, en cooperativas SES. Es importante mencionar que el incremento registrado en los saldos de las cuentas en bancos fue de cerca de 20 billones de pesos, lo que representó un incremento de 8% real en el último año. Adicionalmente, si bien el saldo de las CAE es más pequeño, su variación anual en términos reales fue de 45%.

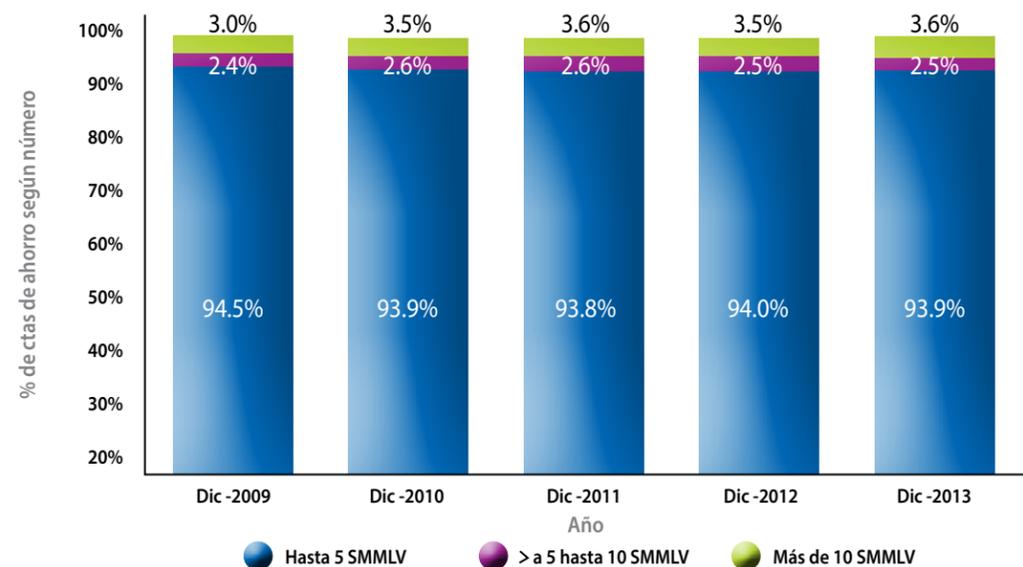
**CUADRO 24. EVOLUCIÓN SALDO DE CUENTAS DE AHORRO**

Año	Bancos	CAES	Bancos (Incluye CAES)	Compañías de Financiamiento	Corporaciones Financieras	Cooperativa SES	Cooperativas SFC	TOTAL (millones de \$)
Dic-2009	64,167,636	0	64,167,636	46,652	168,711	1,001,057	511,780	65,895,836
Dic-2010	77,113,299	34,322	77,147,621	71,124	75,553	1,183,416	604,138	79,081,853
Dic-2011	94,986,267	32,206	95,018,472	105,918	97,820	1,391,837	382,437	96,996,484
Dic-2012	108,892,911	55,147	108,948,058	125,320	373,597	1,438,474	432,835	111,318,284
Dic-2013	128,858,919	81,756	128,940,674	160,802	394,197	1,596,772	447,105	131,539,550
Participación 2013	98.0%	0.1%	98.0%	0.1%	0.3%	1.2%	0.3%	

Fuente: SFC (Formato 398 y 459) y BdO. Incluye CAE y SES

Con el fin de conocer más acerca del perfil de las cuentas de ahorro, se presenta una segmentación en función del saldo al final de cada periodo, en donde se evidencia que cerca del 94% de las cuentas ahorro históricamente han tenido saldo inferior a 5 SMMLV (en promedio \$127,463 como se aprecia en el Cuadro 25 más adelante). Esas cuentas concentraron cerca del 4.2% del total de los recursos captados a través de este producto.

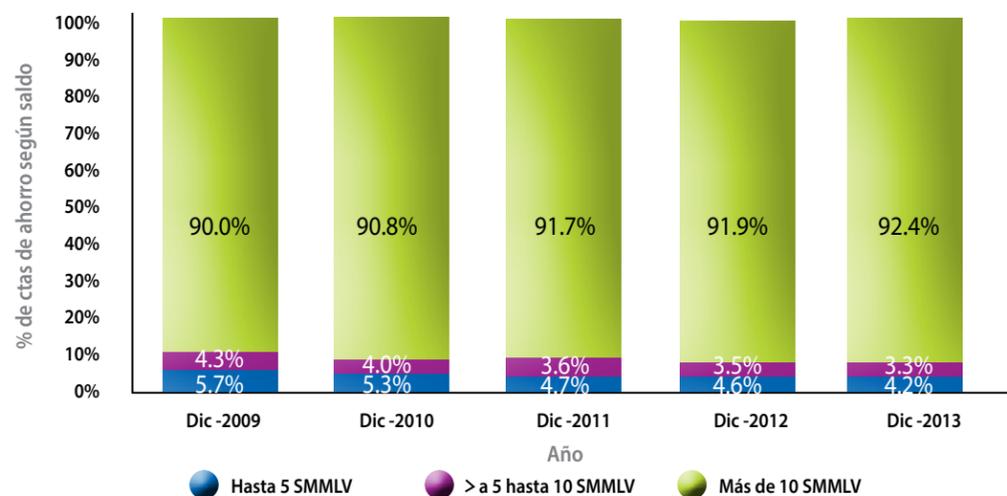
**GRÁFICA 53A. DISTRIBUCIÓN DE NÚMERO DE CUENTAS SEGÚN SALDO**



Fuente: SFC (Formato 459) y BdO. No incluye CAE ni SES

Al analizar cómo se han comportado las cuentas que tenían un saldo superior a 10 SMMLV se encuentra que la participación ascendió a 3.6% del total de cuentas de ahorro, participación que se ha mantenido estable durante los últimos 5 años. A pesar de su baja participación se observó cómo a nivel de saldo ascendió al 92.4% del total registrado en depósitos de ahorro, hecho que denota una evolución creciente a los años previos.

**GRÁFICA 53B. DISTRIBUCIÓN DE SALDO DE CUENTAS POR RANGO**



Fuente: SFC (Formato 459) y BdO. No incluye CAE ni SES

Al evaluar el saldo promedio de las cuentas de ahorro por rango, se encuentra que en aquellas con saldo hasta 5 SMMLV, el saldo promedio ascendió a \$127,463. Sin embargo, al considerar únicamente las cuentas activas en ese mismo rango el saldo promedio aumenta a \$293,965. En los últimos 4 años estos montos promedio han incrementado en \$8,871 y \$48,263, respectivamente.

**CUADRO 25. SALDO PROMEDIO EN CUENTAS DE AHORRO**

Rangos	Saldo Promedio	Saldo promedio cuentas activas
Hasta 5 SMMLV	127,463	293,965
Más de 5 y hasta 10 SMMLV	3,682,039	4,036,552
Más de 10 SMMLV	72,897,311	107,616,577

Fuente: SFC (Formato 459) y BdO. No incluye CAE ni SES

Por tipo de entidad el saldo promedio de las compañías de financiamiento es de \$311,841, mientras que en las cooperativas vigiladas por la SFC era de \$635,365 los bancos es de \$2.7 millones y por su parte las corporaciones financieras tienen saldos de más de \$1,136 millones (vale aclarar que 94% de las cuentas de este tipo de entidad son de personas jurídicas).

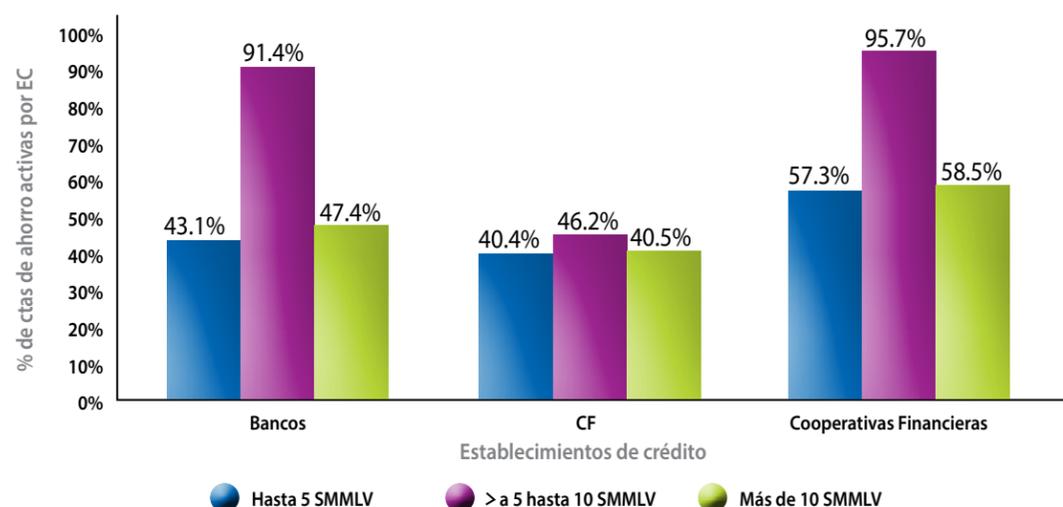
**CUADRO 26. SALDO PROMEDIO EN CUENTAS DE AHORRO POR TIPO DE ENTIDAD**

Tipo de Entidad	Saldo promedio	
	2012	2013
Compañías de Financiamiento	\$ 330,351	\$ 311,841
Cooperativas SFC	\$ 606,652	\$ 635,365
Cooperativas SES	\$ 797,808	\$ 818,217
Bancos	\$ 2,432,051	\$ 2,683,392
Corporaciones Financieras	\$ 2,147,107,718	\$ 1,136,014,983
<b>Total</b>	<b>\$ 2,334,068</b>	<b>\$ 2,567,998</b>

Fuente: SFC (Formato 459) y BdO. No incluye CAE ni SES

Al cierre de 2013, la distribución de las cuentas de ahorro activas por tipo de entidad y rango de saldo demuestra que la mayor actividad se concentró en las cuentas con saldo entre 5 y 10 SMMLV, especialmente en bancos y cooperativas financieras. Sin embargo, al analizar la actividad de las cuentas con saldos menores a 5 SMMLV se encuentra que en los bancos sólo el 43% de las cuentas están activas y en el caso de las cooperativas financieras el 57%. Por lo anterior, considerando la participación mayoritaria de las cuentas en este rango, se hace necesario fomentar e incrementar la actividad de esas cuentas para seguir avanzando efectivamente en el proceso de inclusión y permanencia en el sistema financiero.

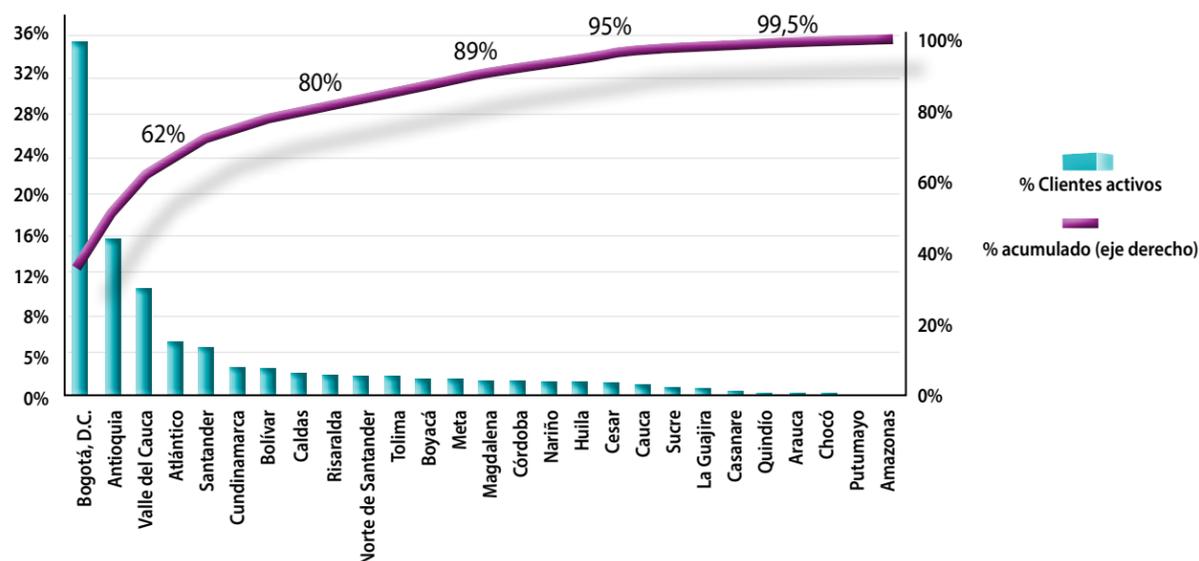
**GRÁFICA 54. PORCENTAJE DE CUENTAS DE AHORRO ACTIVAS POR TIPO DE ENTIDAD SEGÚN SALDOS (DICIEMBRE-2013)**



Fuente: SFC (Formato 459) y Bdo. No incluye CAE ni SES

De acuerdo con información de CIFIN, durante 2013, en Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca se concentró el 62% de los clientes activos y las cuentas activas, lo que es equivalente a 5.9 millones y 7.9 millones, respectivamente. En contraste, en Arauca, Chocó, Putumayo y Amazonas se concentró el 0.5% de los clientes y cuentas activas (49,905 y 69,163, respectivamente)<sup>29</sup>.

**GRÁFICA 55. PORCENTAJE DE CLIENTES ACTIVOS POR DEPARTAMENTO (DICIEMBRE-2013)**



Fuente: CIFIN

29. CIFIN excluye aquellos clientes y cuentas de ahorro que no tienen clasificación de departamento.

Por su parte, al categorizar la distribución de los clientes activos por estrato socioeconómico se observa que el 54% se clasifican como estrato medio seguido por 34% de estrato bajo, lo cual podría explicar el hecho de que el 94.5% de las cuentas tienen saldo promedio inferior a 5 SMMLV<sup>30</sup>. Lo anterior sugiere que el sistema financiero tiene un reto importante para atraer a la población de los estratos más bajos, donde se evidencia una penetración baja.

De acuerdo con el perfil de ingreso estimado por CIFIN de los clientes y cuentas activas al cierre de 2013, se evidencia que la mayor proporción de clientes activos son aquellos que tienen ingresos entre \$500,000 y \$1,000,000 y son precisamente ellos los que tienen la mayor proporción de cuentas activas, 49%<sup>31</sup>.

Resulta especialmente interesante que los clientes de menores ingresos son los que tienen la menor participación y uso de cuentas de ahorro, lo cual es consistente si se tiene en cuenta que la capacidad de ahorro de este segmento es limitada y, en consecuencia, gran parte de las cuentas de ahorro que son abiertas constituyen un mecanismo mediante el cual reciben algún pago, que una vez se registra es retirado de forma inmediata para atender sus necesidades básicas.

Dicho esto, es evidente la necesidad de continuar profundizando en el estudio de estas poblaciones, sus necesidades y en torno a estas en el diseño de los productos adecuados.

**CUADRO 27. PARTICIPACIÓN DE CLIENTES Y CUENTAS ACTIVAS SEGÚN INGRESO ESTIMADO**

Ingreso Estimado	% Clientes activos	% Cuentas activas
1. Menos de \$500,000	1%	0.5%
2. Entre \$500,000 y 1 millón	54%	49%
3. Entre \$1 millón y \$2.5 millones	31%	32%
4. Más de \$2.5 millones	14%	18%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

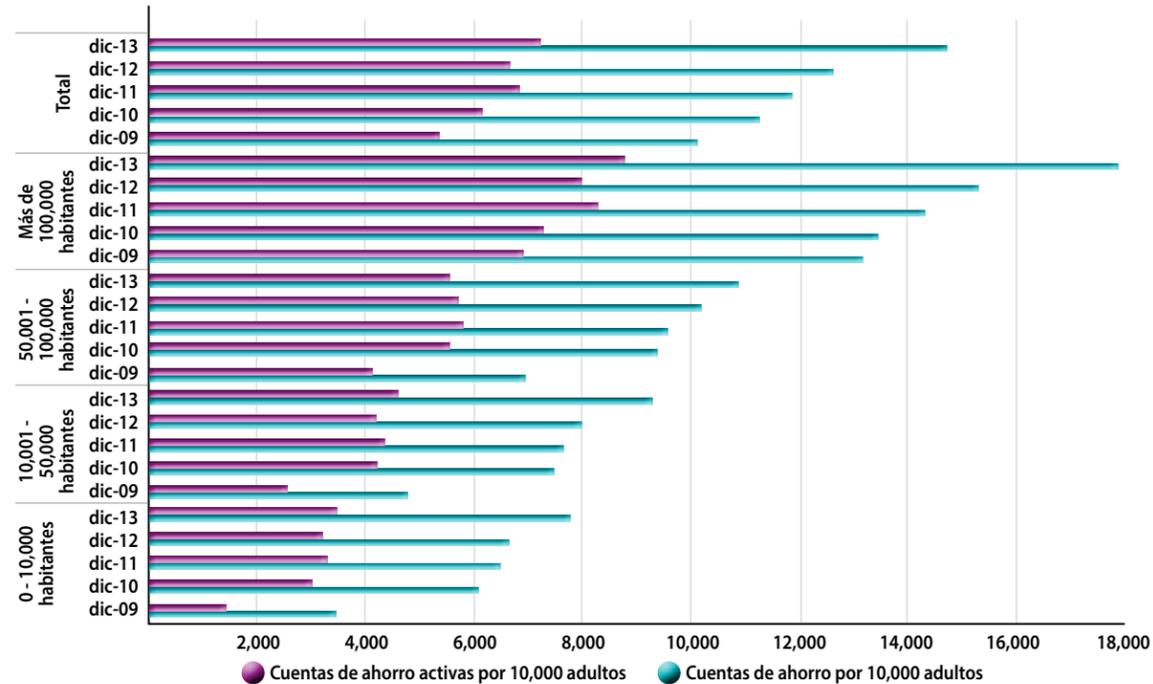
Fuente: CIFIN

Si se hace el análisis en función de la densidad poblacional se evidencia una mejoría significativa a pesar de que continúa presentándose una diferenciación importante en términos de uso entre los habitantes de municipios de mayor tamaño y los más pequeños. Mientras el número de cuentas de ahorro por cada 10,000 adultos es inferior a 8,000 para los municipios pequeños (es decir que 8 de cada 10 adultos tienen una cuenta), el indicador para los municipios de más de 100,000 habitantes es superior a 17,000 (es decir que por cada 10 adultos hay 17 cuentas). La diferencia es aún más marcada si sólo se consideran las cuentas de ahorro activas, escenario en el cual el indicador para los municipios más pequeños es de 3,468 mientras que en las grandes ciudades es de 8,756.

30. CIFIN excluye para este dato aquellos clientes que no tienen clasificación de estrato ni de departamento. De acuerdo con la clasificación de CIFIN como estrato bajo se clasifican los estratos 1 y 2, al estrato medio pertenecen los estratos 3 y 4 y en el estrato alto se incluyen los estratos 5 y 6.

31. Fuente CIFIN, cálculos SFC, Bdo. Se excluyen los datos de los clientes para los cuales CIFIN no tiene estimación de ingreso.

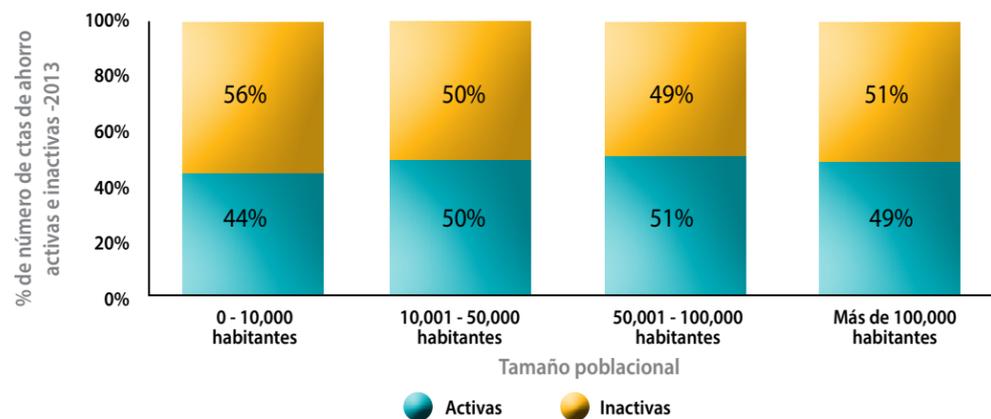
**GRÁFICA 56. PORCENTAJE DE CUENTAS DE AHORRO TOTALES Y ACTIVAS POR CADA 10,000 HABITANTES SEGÚN TAMAÑO DE MUNICIPIO**



Fuente: SFC (Formato 398) y BdO. Incluye CAE y SES

La inactividad de las cuentas de ahorro por tipo de municipio durante el último año no varió significativamente, manteniéndose activas alrededor del 49% para todos los municipios. Sin embargo, en los municipios de menos de 10,000 habitantes la inactividad de las cuentas ascendió al 56% lo que representó un incremento de 4pp frente a 2012 y de 6pp frente a 2010.

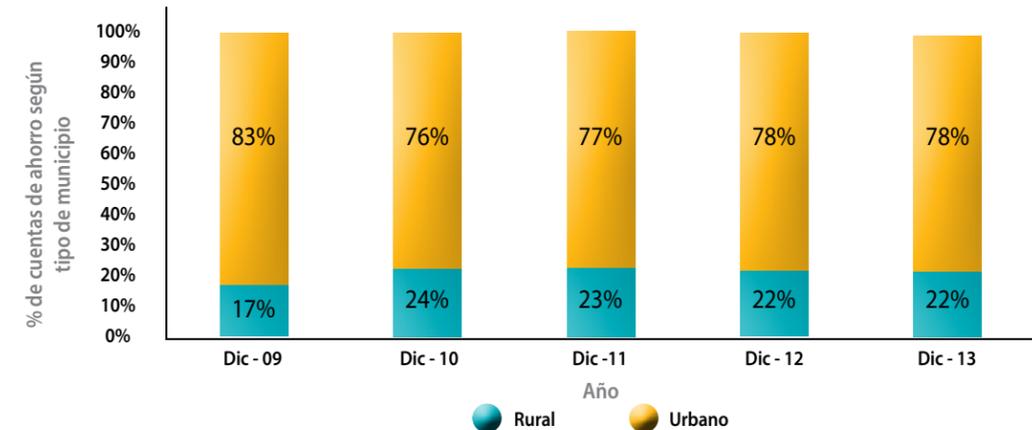
**GRÁFICA 57. ACTIVIDAD EN CUENTAS DE AHORRO POR TAMAÑO POBLACIONAL**



Fuente: SFC (Formato 398) y BdO. Incluye CAE y SES

Al estudiar la distribución de las cuentas por tipo de municipio se encuentra que el 78% corresponde a áreas urbanas, situación que se mantiene estable desde 2010 y responde a la distribución geográfica de la población.

**GRÁFICA 58. PORCENTAJE DE CUENTAS DE AHORRO SEGÚN EL TIPO DE MUNICIPIO**

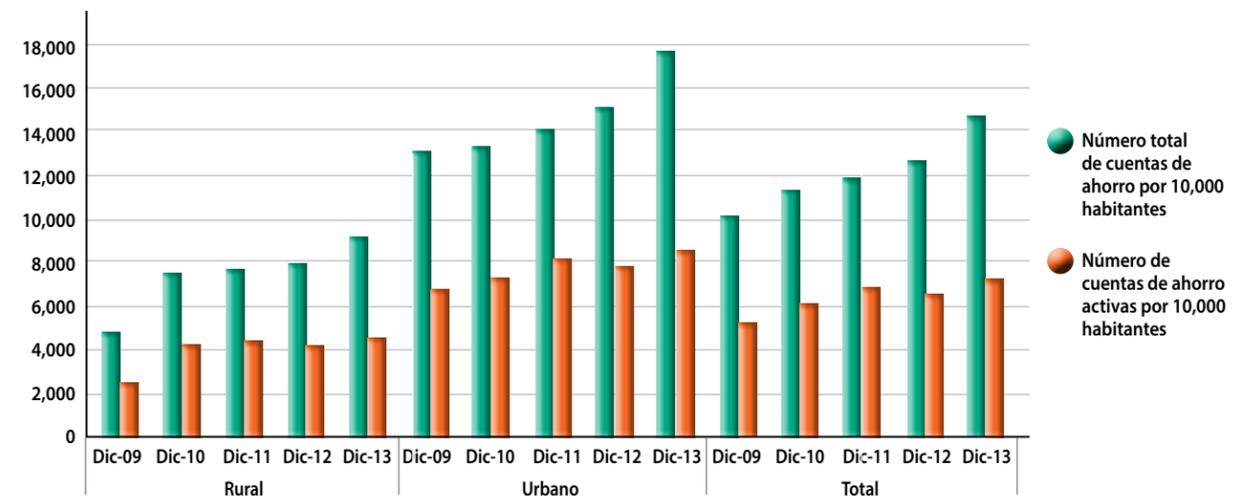


Fuente: SFC (Formato 398) y BdO. Incluye CAE y SES

Con relación a la concentración de cuentas por zonas, se evidencia que por cada 10,000 adultos hay 17,626 cuentas de ahorro en las zonas urbanas y 9,299 en las zonas rurales. Frente a 2012 se registró un incremento en estos valores de 16% y 15%, respectivamente.

No obstante lo anterior, al analizar las mismas cifras pero con respecto al número total de cuentas activas, se encuentra que, a pesar del crecimiento promedio en el número de cuentas de 9% en el último año, su participación descendió al 49% en promedio.

**GRÁFICA 59. NÚMERO DE CUENTAS DE AHORRO POR CADA 10,000 ADULTOS SEGÚN EL TIPO DE MUNICIPIO**



Fuente: SFC (Formato 398) y BdO. Incluye CAE y SES

**Recuadro 3. Grupos de Ahorro y Crédito Local: Promoviendo la construcción y el desarrollo de capacidades locales**

“...El ahorro forma parte de nuestro diario vivir, ya que si no ahorramos difícilmente podremos llegar a obtener cosas que puedan beneficiarnos, bien sea a nivel personal o a nivel familiar o grupal como es el caso en el que estamos ahora.”

**Ángela - ahorradora de Tumaco (Nariño)**

“...Lo mejor de todo esto es que hemos aprendido a ahorrar, que antes no lo sabíamos, no sabíamos ahorrar, sabíamos que existía la posibilidad de ahorrar, pero no habíamos tomado una iniciativa y ustedes saben que la plática en la casa, eso como, tienes la plática ahí, tienes alguna necesidad y en seguida la gastas.”

**María - ahorradora de La Boquilla (Bolívar)**

“...Cuando yo me pongo la camiseta del grupo de ahorro y crédito Las Mercedes, no es igual que ponerme cualquier camiseta, yo me siento Feliz.”

**Helena - ahorradora de Tablón de Gómez (Nariño)**

Banca de las Oportunidades (BdO) ha promovido desde el año 2007 la creación e implementación en Colombia de la metodología de Grupos de Ahorro y Crédito Local (GACL), ampliamente desarrollada en África y Asia desde la década de los noventa, con el objetivo de educar financieramente a la población sin acceso a servicios financieros y promover el ahorro y el crédito.

Esta metodología pretende apoyar a la población pobre y en condiciones de vulnerabilidad, que no cuenta con una oferta adecuada de servicios financieros, en razón de su ubicación y de factores socio-económicos que limitan la presencia de instituciones financieras.

Los GACL se constituyen a partir de la autoselección y organización de sus miembros (en grupos de máximo 19 personas entre jóvenes, niños y/o adultos), los cuales de manera voluntaria se reúnen periódicamente, cada 15 días, para ahorrar dinero por medio de la compra de acciones. El dinero ahorrado se convierte en un fondo, gracias al cual sus miembros tienen acceso a préstamos cuando sea necesario. Gracias a la forma en que operan los grupos, sus miembros pueden obtener pequeños préstamos para emergencias, compras e inversiones en su micro-negocio, estabilizando los ingresos de los hogares más pobres y vulnerables.

Al incentivar una cultura de ahorro y pago, se logra mitigar los riesgos y condiciones de vulnerabilidad y, promover el emprendimiento y desarrollo de las capacidades locales para la autogestión de recursos financieros.

La implementación en Colombia de esta metodología es una experiencia exitosa reconocida a nivel mundial, en virtud que es el único país en el que la iniciativa es desarrollada por el Gobierno Nacional, y por su masificación a nivel nacional. El proceso de implementación se ha desarrollado en las siguientes fases:

**Fase 1 - Adaptación y transferencia de metodología:**

En 2008, Banca de las Oportunidades (BdO) contrató a la firma VSL Associates la cual adaptó la metodología a las características y necesidades de la población colombiana. Cumplido este paso, se realizó el proceso de transferencia de la metodología a través de un asistente técnico encargado de su implementación (Corporación para el Desarrollo de las Microempresas - CDM), cuya labor consistió en apoyar las actividades de promoción, capacitación, coordinación, supervisión,

seguimiento técnico y operativo a Programas Asociados seleccionados por BdO, para el desarrollo de un proyecto piloto en 7 departamentos del país.

La implementación se llevó a cabo a través de tres programas asociados:

1. Fundación Plan Internacional, con apoyo financiero de la Red Unidos a través del Departamento para la Prosperidad Social - DPS
2. CIREC con su programa Semillas de Esperanza, y Programa de Promoción de Derechos y Redes Constructoras de Paz de la Presidencia de la República

Adicionalmente, la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas - CDM, actuó como implementador directo de la metodología en el Corredor Oriental de Pasto (Nariño), en los municipios de Caldas y Barbosa (Antioquia), en Quibdó (Chocó) y en Clemencia, Cartagena y La Boquilla (Cartagena).

El piloto que finalizó en el año 2010, reportó como resultado la conformación de 434 Grupos de Ahorro y Crédito, en los que participaron cerca de 7,000 personas en 7 departamentos del país.

**Fase 2 - Expansión:**

Desde 2011, BdO ha dirigido sus esfuerzos a la masificación de la metodología a través de 4 convocatorias, promoviendo alianzas y apalancando recursos con entidades públicas tales como la Red Unidos, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Alcaldía de Bogotá. En el año 2012 contrató a Iniciativas Empresariales de Desarrollo - IED, para transferir la metodología como mínimo a 12 operadores a nivel nacional, conformar al menos 1,500 grupos y a dejar capacidad técnica instalada en los operadores para la conformación de 3,125 grupos en 4 años.

A diciembre de 2013, se ha logrado presencia en 149 municipios, a partir de la creación de 5,336 grupos y la participación de 72,432 personas. El valor promedio de ahorro es de \$100 mil pesos por persona, el valor de la acción en promedio es de \$2,500 pesos y los 5 mil grupos han ahorrado cerca de mil millones de pesos.

**Fase 3 - Graduación al Sistema Financiero:**

En el año 2013, BdO contrató a la Unión Temporal Total Marketing Group - CEI Consultores Empresariales Internacionales, los cuales han realizado un diagnóstico general de los grupos y han implementado un piloto con diferentes instrumentos de medición, que incluyen la realización de encuestas y entrevistas a profundidad.

Para finales de 2014 se espera que los resultados de este estudio permitan identificar las necesidades, capacidades y preferencias financieras de los participantes de los GACL, su situación en cuanto al acceso a servicios financieros, así como las percepciones sobre los productos financieros formales existentes. El objetivo de esta fase no es solamente bancarizar, sino crear las condiciones para que estas personas encuentren productos adecuados a sus necesidades en el sistema financiero.

Esta metodología ha contribuido a la eliminación de la dependencia a mecanismos financieros informales, costosos y riesgosos como los agiotistas, casas de empeño, captadores ilegales, pirámides, paga diarios y otros sistemas que generan pobreza y miedo entre la población.

### 2.4.2 Seguros

La inclusión financiera se ha convertido en uno de los principales proyectos de políticas públicas para el desarrollo económico y social especialmente de la población de menores ingresos. En la industria aseguradora resulta de vital importancia por una parte la educación financiera para generar conciencia de seguros en la población y por otra, la innovación de productos acorde a las necesidades de toda la población, tanto en temas de accesibilidad económica como en canales de distribución que permitan el fácil acceso al mercado de seguros se aumente la profundización de la industria en el país.

Frente a lo anterior y con el objetivo de realizar un diagnóstico de la evolución y situación actual de la inclusión financiera de seguros, particularmente en su dimensión de uso, localización y valor asegurado, la SFC realizó una encuesta durante el mes de abril de 2014 dirigida a todas las Compañías Aseguradoras, la cual como se aprecia más adelante, permite hacer una caracterización en términos de participaciones y de crecimientos.

Mediante esta encuesta se obtuvo información sobre el uso que han hecho las personas naturales en Colombia a los productos de seguros personales y de seguros de daños y propiedad durante los dos últimos años (2012 y 2013), a través de los siguientes canales: Establecimientos de Crédito vigilados por la SFC, Instituciones Microcrediticias, Cajas de Compensación, Cooperativas y fondos, Empresas de Servicios Públicos, Internet, Grandes Superficies y remesas. Este último canal no se incluyó en la encuesta realizada en 2013. Para los efectos de este estudio, los seguros personales comprenden los seguros de exequias<sup>32</sup>, accidentes personales<sup>33</sup>, vida grupo voluntario<sup>34</sup> y vida grupo deudores y vida individual<sup>35</sup>, mientras que, los seguros de daños y propiedad incluyen los seguros de incendio y/o terremoto<sup>36</sup>, sustracción<sup>37</sup>, desempleo<sup>38</sup> y hogar<sup>39</sup>.

En total participaron 34 entidades, es decir el 76% de toda la industria aseguradora, de las cuales 16 corresponden a compañías de seguros generales y 18 a compañías de seguros de vida (62% y 94.74% respectivamente del total de su grupo).

De otra parte el Gobierno Nacional ha venido realizando esfuerzos en dos campos: (i) En el normativo, a través de un convenio firmado en 2013 y que finaliza en el 2015, entre GIZ (agencia del Gobierno Federal Alemán, especializada en la cooperación técnica para el desarrollo sostenible en todo el mundo), la Superintendencia Financiera y Banca de las Oportunidades que busca promover un marco apropiado que regule al sector privado y permita contar con una oferta eficiente de productos de microseguros y (ii) En acercamiento entre la oferta y la demanda a través de proyectos de aseguramiento a población vulnerable realizados por el Departamento de la Prosperidad Social – DPS y la Banca de las Oportunidades.

32. Indemniza por vía de reembolso los gastos en que se incurre por concepto de honras fúnebres de las personas aseguradas.

33. Cubre los riesgos de muerte o lesiones corporales por causas accidentales.

34. Ampara contra el riesgo de muerte e incapacidad permanente total a un grupo de personas determinado o determinable, bajo una póliza matriz.

35. Ampara a una persona contra el riesgo de muerte, otorgando indemnización a sus beneficiarios o a aquellos a título oneroso.

36. En el seguro de incendio se cubren los daños a las cosas aseguradas por fuego hostil o rayo o de sus efectos inmediatos como el calor, el humo, además daños por agua. En terremoto, se amparan los daños a los bienes asegurados por la ocurrencia de este fenómeno sísmico de la naturaleza.

37. Ampara pérdidas o daños a los bienes asegurados en establecimientos o residencias como consecuencia de la sustracción (hurto) con o sin violencia.

38. Ampara contra el riesgo de pérdida del empleo por despido sin justa causa, generando el pago de una renta con destinación específica (pago de cuotas de créditos, aportes) por un período determinado.

39. Ampara múltiples riesgos para brindar protección integral a inmuebles y a sus contenidos, como muebles y enseres.

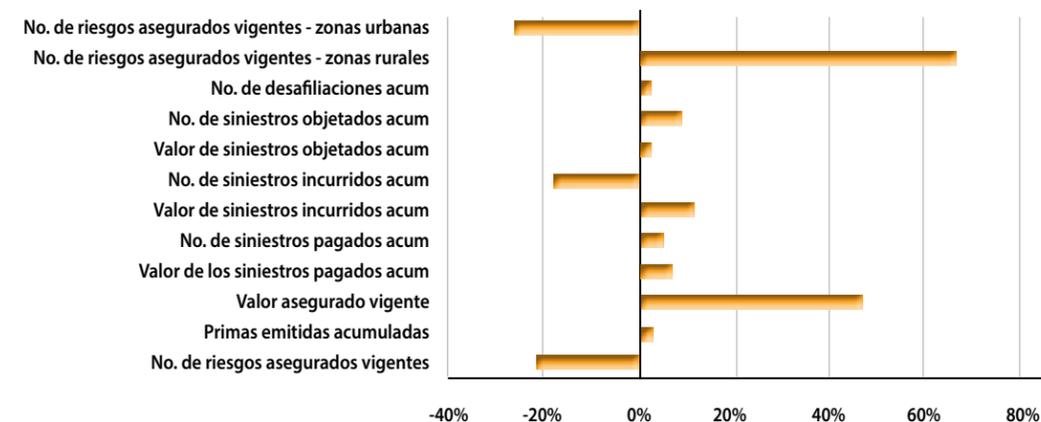
### I. INFORMACIÓN GENERAL

De acuerdo con las cifras reportadas, entre 2012 y 2013 el número de riesgos asegurados<sup>40</sup> vigente pasó de 26 millones de riesgos a 21 millones, correspondiente a una reducción del 18.5% comportamiento explicado principalmente por los riesgos asegurados vigentes en zonas urbanas que en el año de análisis disminuyeron 23.4%. Si bien los riesgos asegurados en zonas rurales aumentaron en el 63%, dado que los vigentes en zonas urbanas concentran el 91.12% del total, su comportamiento demarca el comportamiento del total.

De forma desagregada, los riesgos vigentes de seguros personales presentaron en 2013 una participación de 81.89%, con 17.15 millones de riesgos asegurados vigentes frente a 3.79 millones en daños y propiedad. Los primeros registraron una disminución de 21.72% (4.7 millones de riesgos), variación motivada principalmente por los seguros de accidentes personales y vida grupo deudores que disminuyeron en 33.12% y 27.53%, respectivamente, mientras que en el segmento de daños y propiedad se registró un incremento de 0.15% (5,814 riesgos).

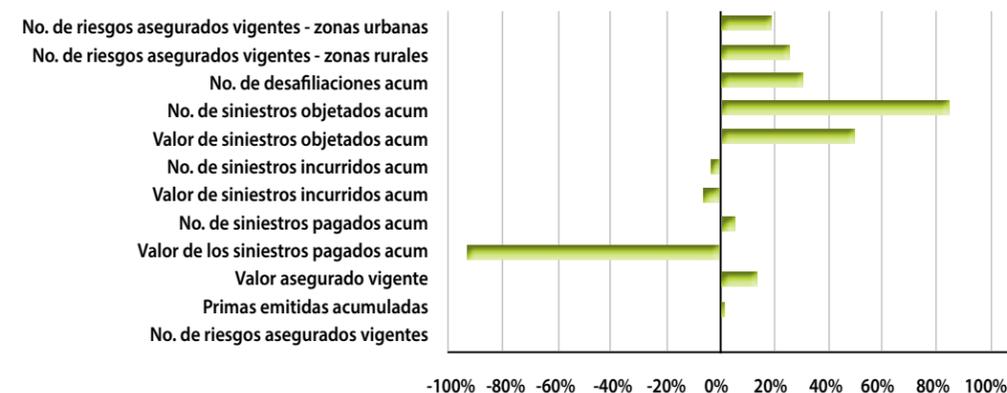
GRÁFICA 60. SEGUROS PERSONALES

VARIACIÓN PORCENTUAL SEGUROS PERSONALES (2012-2013)



GRÁFICA 61. SEGUROS DE DAÑOS Y PROPIEDAD

VARIACIÓN PORCENTUAL DE DAÑOS Y PROPIEDAD (2012-2013)



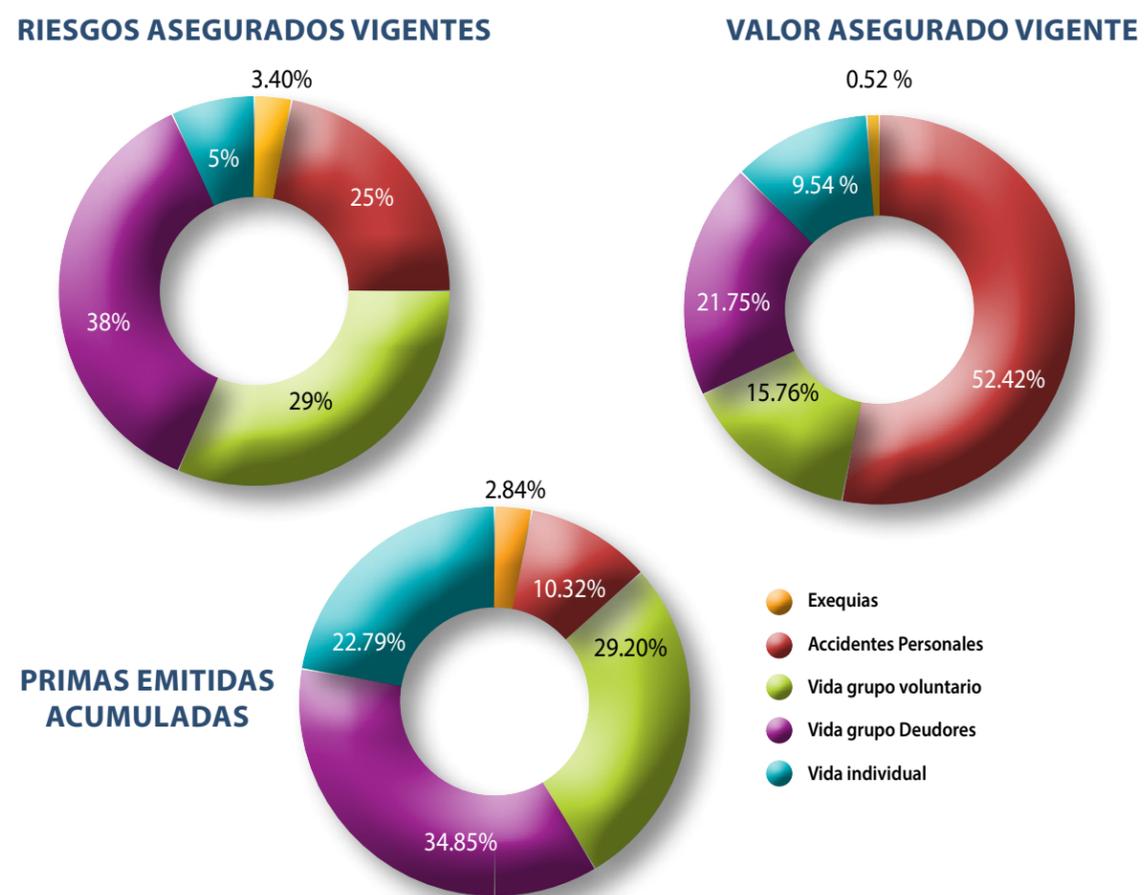
Fuente: SFC

40. Los riesgos asegurados vigentes hacen referencia al número de riesgos (vidas o propiedades) asegurados por la entidad.

En cuanto a la composición, dentro de los seguros personales, los productos de vida grupo<sup>41</sup> concentraron en promedio el 67% de los riesgos asegurados vigentes seguido por accidentes Personales (25%). En cuanto a primas emitidas acumuladas promedio de 2012 y 2013, nuevamente vida grupo concentró el 64.05% de las mismas, pero se observa una menor participación por parte de los seguro de accidentes personales, lo que a su vez se explica por el menor costo de las primas de este ramo frente a los seguros de vida, bien sea grupo o individual.

Por su parte, el valor asegurado vigente en estos dos últimos años señalan a los productos de accidente personales como el ramo con la mayor concentración (52%) frente a las demás líneas de seguros de personas.

**GRÁFICA 62. COMPOSICIÓN POR PRODUCTO EN SEGUROS PERSONALES<sup>42</sup> (PROMEDIO 2012 - 2013)**



Fuente: SFC

De otro lado, en los ramos relacionados con los productos de seguros de daños y propiedad, los seguros de desempleo representaron el 55.09% de los riesgos asegurados vigentes (3.79 millones), seguido por sustracción e incendio y/o terremoto con participaciones de 19.55% y 19.17%, respectivamente.

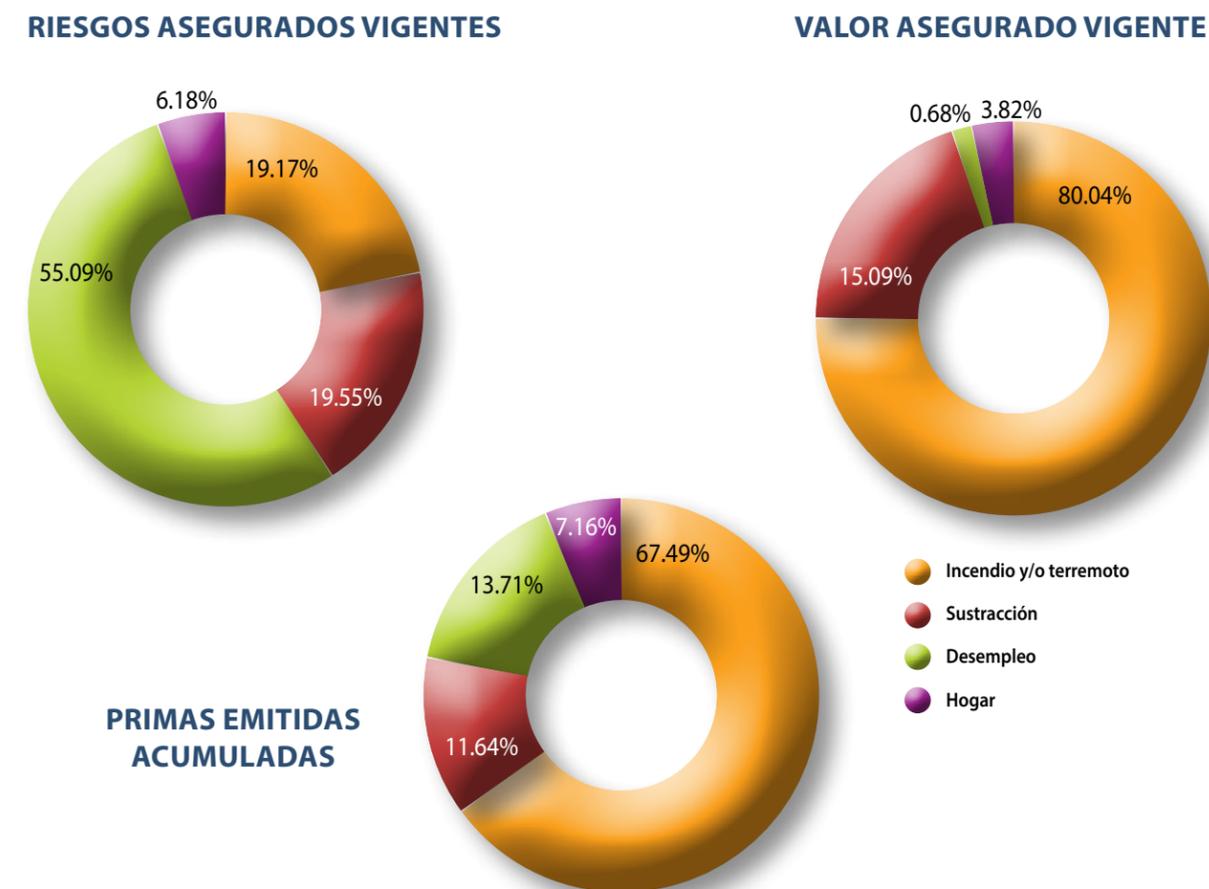
41. Vida grupo voluntario y vida grupo deudores

42. El promedio hace referencia a la suma de riesgos, primas y valores asegurados de los años 2012 y 2013 dividido en el número de años.

Tratándose de primas emitidas acumuladas y valor asegurado vigente, el ramo de incendio y/o terremoto representa el 67.49% y 80.40%, respectivamente. Este comportamiento está atado a las características de los riesgos asegurados, los cuales por ser de poca frecuencia y alta severidad tienen valores de primas altos, proporcional a los valores de los riesgos asegurados, diferente a lo que ocurre en el riesgo de desempleo.

Adicionalmente, mientras el ramo de sustracción mantiene su participación por encima del 10% en términos de primas emitidas y valores asegurados, el ramo de desempleo presentó un participación de 13.71% en la acumulación de primas emitidas promedio de los dos últimos años y sólo el 0.68% del valor asegurado vigente. De esta manera, se podría decir que el seguro de desempleo es un ramo importante en términos de inclusión visto desde la cantidad de riesgos suscritos, lo cual es favorecido por la característica de ser un producto accesible en términos económicos, dado que son seguros que están atados a los a diferentes modalidades crédito<sup>43</sup>, donde el seguro, en caso de ocurrir el riesgo, cubrirá cierto número de cuotas de un crédito.

**GRÁFICA 63. COMPOSICIÓN POR PRODUCTO DE SEGUROS DE DAÑOS Y PROPIEDAD (PROMEDIO 2012 - 2013)**



Fuente: SFC

43 Créditos de consumo, tarjetas de crédito y vivienda.

## II. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Si bien es importante contar con productos asequibles que atienden las necesidades de toda la población, con el fin de facilitar y promover la inclusión financiera a través de los seguros, es necesario contar con los medios apropiados para la comercialización de dichos productos, de forma que se garantice que el portafolio de servicios llegue a las diferentes poblaciones objetivo de forma fácil y sencilla. Por esta razón, los canales de distribución cobran vital importancia a la hora de desarrollar políticas de inclusión financiera.

Por características de facilidad de acceso, comercio masivo, la encuesta consideró dentro de los canales de comercialización de seguros a los establecimientos de crédito, instituciones microcrediticias y cajas de compensación por sus amplias y completas bases de datos, las grandes superficies por facilidad de acceso, las empresas de servicios públicos para focalización de la población, principalmente la más vulnerable, la venta directa como medio personalizado y las remesas como canal que eventualmente podrían tener un potencial considerable en el desarrollo de la inclusión.

Partiendo del análisis de la información reportada, en relación con la comercialización de los diferentes productos de seguros se puede afirmar que los canales a través de los cuales se presenta una mayor comercialización de todos los ramos establecidos en la encuesta son: establecimientos de crédito vigilados por la SFC, ventas por razón propia (puerta a puerta) y empresas de servicios públicos fijos. Por su parte, los canales menos empleados se centraron en medios electrónicos como dispositivos móviles e Internet, cajas de compensación e instituciones microcrediticias.

Los seguros de accidentes personales y vida grupo voluntario fueron en 2012 y 2013 los más comercializados en términos de uso de canales, ya que para su venta se emplean todos los canales señalados en la encuesta. Por su parte, los seguros de vida individual y desempleo son los que menos canales emplean para su venta, concentrándose fundamentalmente en establecimientos de crédito vigilados por la SFC, fuerza propia, tiendas, grandes superficies y otras corresponsalías.

La proporción promedio del número de riesgos asegurados vigente y primas emitidas acumuladas para los dos años de estudio puede resumirse en la Gráfica 64. En ella se puede apreciar que canales como los establecimientos de crédito vigilados por la SFC, la venta a través de fuerza propia y empresas de servicios públicos fijos son los más dominantes en términos generales para la promoción y venta de las diferentes líneas de seguros. Frente al número de riesgos vigentes, el canal de establecimientos de crédito fue en particular más representativo en los seguros de desempleo y vida grupo con participaciones de 85.19% y 77.47%, respectivamente.

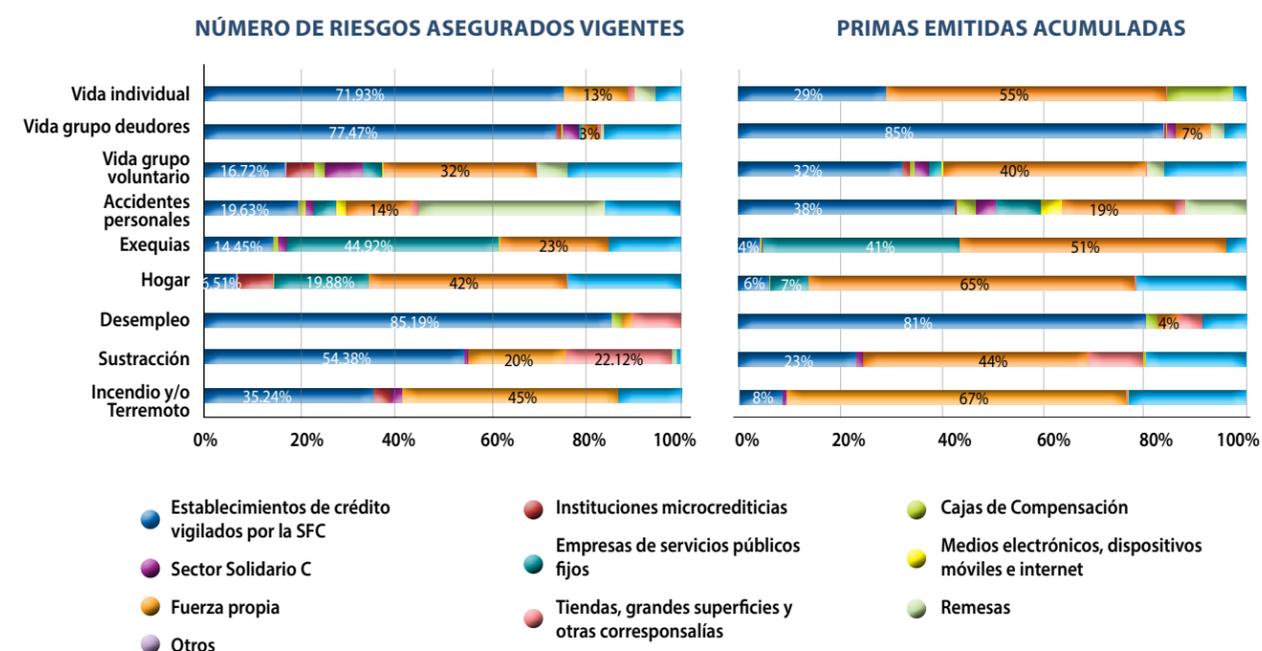
Por su parte, tanto en el número de riesgos asegurados vigentes como en las primas emitidas acumuladas se evidencia que el canal de servicios públicos es un importante medio de comercialización de seguros de exequias y hogar. Del total de riesgos asegurados vigentes de estos dos últimos productos, en promedio el 32.40% se comercializó a través de empresas de servicios públicos, al tiempo que del total de primas emitidas acumuladas por estos dos tipos de seguros, en promedio el 48.10% se canalizó por ese mismo medio.

De igual manera, el canal de fuerza propia fue el medio elegido para la comercialización de seguros como incendio y/o terremoto y hogar, principalmente. Frente al primer ramo, de los riesgos asegurados vigentes totales del producto, el 45.11% se comercializó mediante fuerza propia, correspondiente al 67.16% de las primas emitidas acumuladas y el 68.66% del valor asegurado

vigente. Con relación al seguro de hogar, el 41.54% de los riesgos suscritos se hizo puerta a puerta, con una proporción de primas acumuladas mediante este canal de 64.70%.

Por otra parte, vale la pena mencionar que la implementación de canales alternativos para la comercialización de seguros de uno u otro modo conllevará a la mayor inclusión financiera en la medida en que éstos busquen tener más acceso por parte de la población. En este sentido, seguros de personas como accidentes personales, vida individual y vida grupo presentaron un número importante de riesgos asegurados, primas emitidas acumuladas y valores asegurados en 2013.

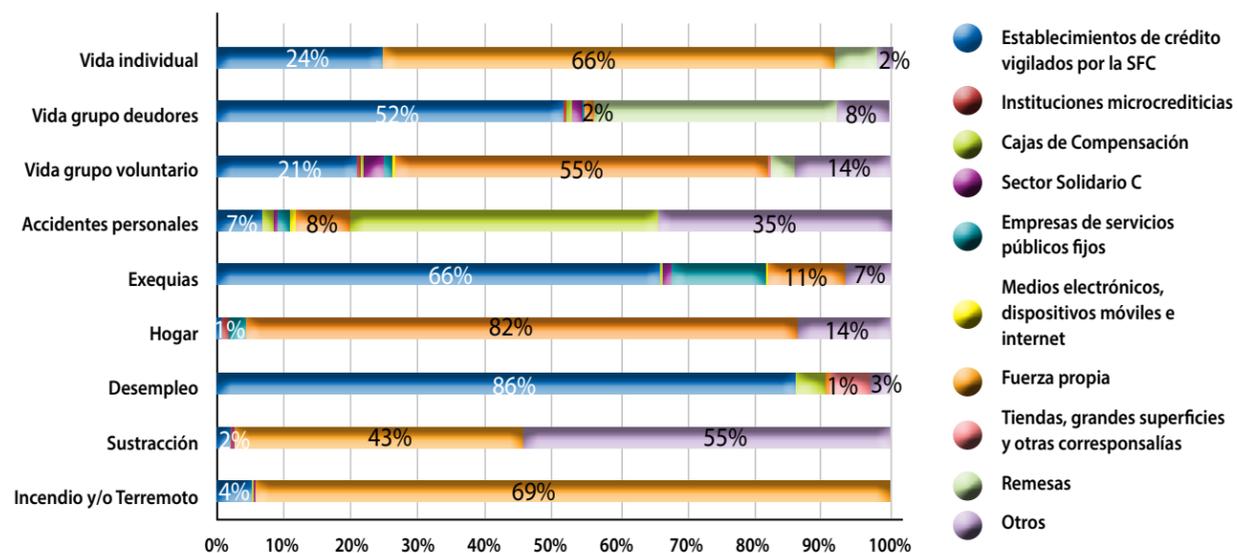
**GRÁFICA 64. COMERCIALIZACIÓN DE RAMOS POR CANALES, RIESGOS ASEGURADOS VIGENTES Y PRIMAS EMITIDAS ACUMULADAS**



Fuente: SFC

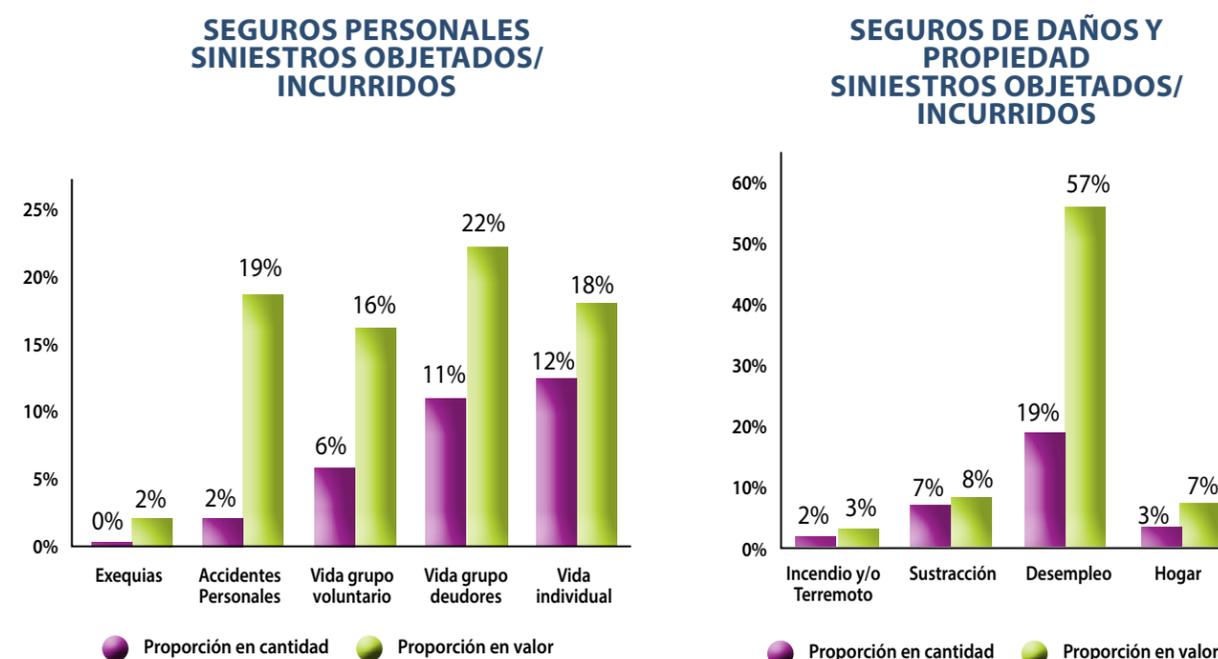
Realizando el anterior análisis desde el punto de vista de valores asegurados vigentes para 2012 y 2013, se concluye que el canal por excelencia por medio del cual se observó mayores valores asegurados correspondió a fuerza propia, comportamiento relacionado en mayor medida con la venta de seguros de terremoto y hogar, seguidos por los seguros de vida individual. En segundo lugar se encontró el canal de establecimientos de crédito vigilados por la SFC, donde se observó la mayor participación para los valores asegurados vigentes de desempleo, exequias y vida grupo deudores.

**GRÁFICA 65. COMERCIALIZACIÓN DE RAMOS POR CANALES, VALOR ASEGURADO VIGENTE**



Fuente: SFC

**GRÁFICA 66. SINIESTROS OBJETADOS DE SEGUROS PERSONALES Y DE DAÑOS Y PROPIEDAD POR RAMO 2013**



Fuente: SFC

### III. OBJECIONES Y SINIESTROS PAGADOS

La confianza de los consumidores en las entidades prestadoras de servicios financieros influye significativamente en el desarrollo de la inclusión financiera. En este contexto, la confianza en el mercado asegurador se traduce en la seguridad que éste le brinda al consumidor frente a su gestión en el pago del siniestro cuando éstos se produzcan.

Con base en la información suministrada por las entidades, todos los ramos de seguros incluidos en el presente capítulo presentaron una tasa de objeción<sup>44</sup> de 5.30% en los dos años de análisis. Por un lado, los ramos de personas registraron una tasa de objeción de 4.56% (en términos de cantidad), siendo los seguros de exequias los que menor tasa de objeción presentaron (0.30%). Por otro, para la categoría de seguros de daños y propiedad, la tasa de objeción promedio en los dos años fue de 6.57%, siendo los seguros de incendio y/o terremoto los que menos objeciones mostraron, con una tasa de 1.44%.

De otra parte, si los datos se analizan en términos monetarios<sup>45</sup>, se concluye que en general los siniestros objetados tanto para los ramos de daños y propiedad como para los de personas registraron niveles similares correspondientes a 17.49% y 17.84%, respectivamente. Si se exceptúa de los ramos de seguros de daños y propiedad el seguro de desempleo<sup>46</sup>, estos productos registraron en conjunto un indicador de 5.95%, señalando un mejor desempeño frente a los ramos de seguros de personas.

44. Tasa de objeción corresponde a la proporción entre la suma de los siniestros objetados acumulados en 2012 y 2013 y la suma de los siniestros incurridos acumulados para los mismos años.

45. En términos monetarios, el indicador se construyó como la proporción entre el valor de los siniestros objetados acumulados y el valor de los siniestros incurridos acumulados.

46. El ramo de desempleo presentó una tasa de objeción de 52.14%.

Desde el punto de vista de los siniestros pagados acumulados, en 2013 se observó una reducción de 77.39% del monto pagado en siniestros y un aumento de 5.49% en el número de siniestros pagados frente a 2012, indicando que en el transcurso del último año se presentó una mayor frecuencia de siniestros pero con menor severidad. Este comportamiento estuvo determinado básicamente por los ramos de daños y propiedad donde se observó una reducción de 93.01% en el monto pagado en siniestros, como resultado del desempeño de los seguros de hogar en el último año. Por su parte y contrario al comportamiento de los demás seguros de daños y propiedad, el ramo de desempleo registró dentro de sus siniestros pagados un incremento anual de 84.85% junto con un aumento de 20.10% en el número de siniestros pagados, indicando mayor severidad en éste último.

Frente al comportamiento de los ramos de seguros de personas, se observó un incremento de 6.49% en el monto de siniestros pagados acumulados y 5.45% en el número de siniestros pagados. En los seguros personales se encontró que las mayores participaciones en valor y número, fueron obtenidas por los seguros de vida individual y exequias con un incremento de 9.94% y 8.45% en el monto total pagado en siniestros durante el 2013.

### IV. INCLUSIÓN AL MERCADO DE SEGUROS POR RANGO SALARIAL

Si bien la inclusión financiera está ligada, por un lado, a la promoción del acceso a los diferentes productos y servicios financieros y, por otro, al bienestar de población principalmente la menos favorecida, se solicitó a las compañías aseguradoras compartir su desempeño en la incursión de los ramos de

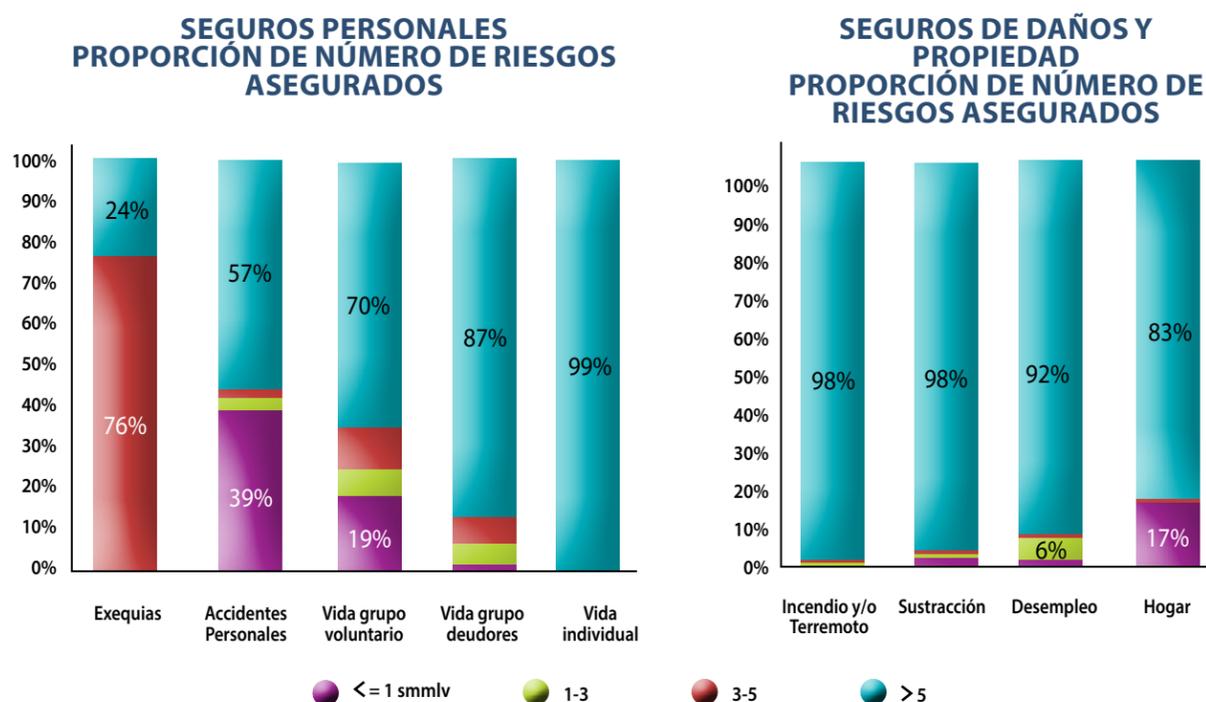
seguros considerando la desagregación por valor asegurado en unos rangos salariales establecidos y la ubicación por zona de los riesgos asegurados vigentes.

De esta forma, el siguiente análisis corresponde a rangos definidos a partir del monto asegurado expresado en salarios mínimos. Así, la información se reportó desagregada en cuatro rangos (menor o igual a 1 SMMLV, entre 1 y 3 SMMLV, ente 3 y 5 y superior a 5 SMMLV). En los seguros de personas se puede observar que para el año 2013 el ramo de accidentes personales concentró la mayor proporción de riesgos asegurados dentro del menor rango de valor asegurado (39.23%), mientras que, los riesgos asegurados de los productos de vida individual y vida grupo, principalmente deudores, concentraron sus valores asegurados en el rango de más de 5, con un 99% y 87%, respectivamente.

Respecto a los seguros de daños y propiedad, el cubrimiento de los riesgos asociados con estos ramos se concentró principalmente en valores asegurados dentro del rango salarial con más de 5 SMMLV. Así, por ejemplo, el 98.46% y 97.70% de los riesgos asegurados de incendio y/o terremoto y sustracción correspondieron a valores asegurados superiores a 5 SMMLV. Particularmente, se resaltó la participación de los riesgos asegurados del ramo de hogar en el rango de valor asegurado menor a 1 SMMLV con 16.75%.

Es consistente que la categoría de seguros de daños y propiedad esté caracterizada por una alta concentración de riesgos en el rango de valores asegurados superiores a 5 SMMLV, teniendo en cuenta que las primas asociadas al tipo de producto de seguros que se incluyen en ésta suelen ser mayores que las correspondientes a los seguros personales.

**GRÁFICA 67. NÚMERO DE RIESGOS ASEGURADOS VIGENTES POR RANGO DE VALOR ASEGURADO 2013**

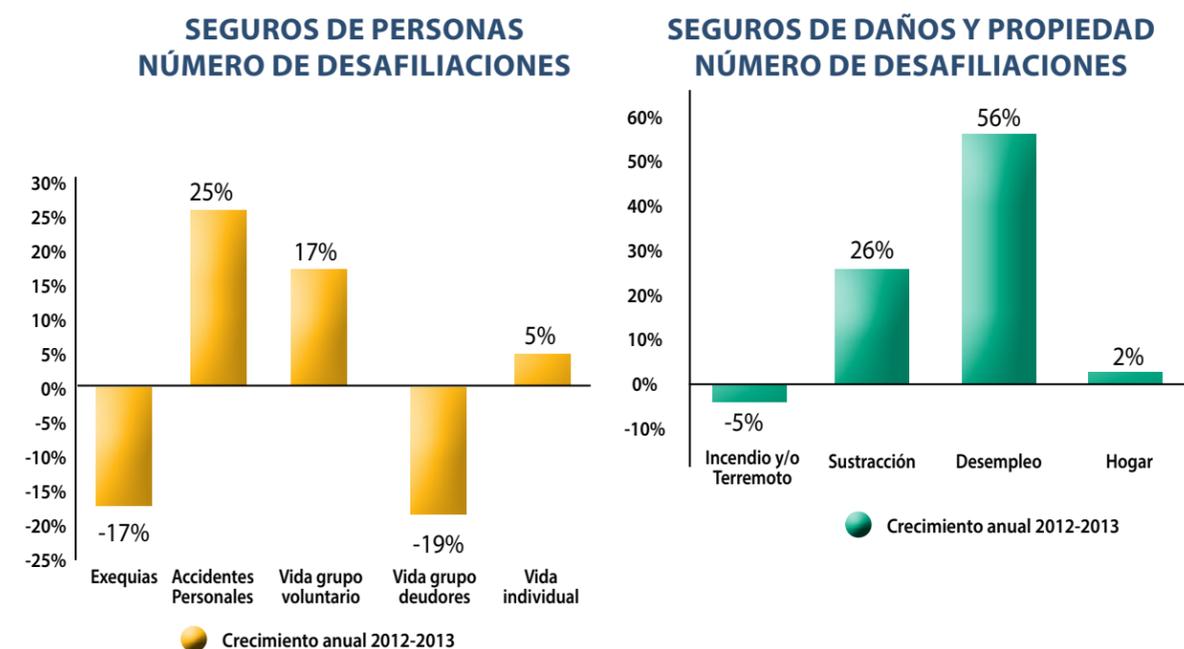


Fuente: SFC

Por otro lado, teniendo en cuenta el comportamiento de las desafiliaciones de asegurados<sup>47</sup>, en 2013 se observó un incremento de 6.26%, pasando de 2,437,136 a 2,589,760 desafiados entre 2012 y 2013. Dentro de seguros personales donde en total se observó un incremento de 2.40% en las desafiliaciones, el ramo en el cual se presentó el mayor crecimiento correspondió a accidentes personales con un incremento de 25.36%, esta salida de asegurados del ramo mencionado se concentró principalmente en el rango salarial de valor asegurado superior a 5 SMMLV con una participación de 95.41%.

El comportamiento de desafiliaciones observado en los seguros de daños durante el 2013 estuvo determinado por los seguros de desempleo. Los seguros de daños registraron un aumento anual de 30.54%, explicado principalmente por la desafiliación en los seguros de desempleo, en los cuales a su vez se observó una deserción de más del 50% frente a la registrada en 2012.

**GRÁFICA 68. CRECIMIENTO DESAFILIACIONES POR RAMO (ACUMULADO 2013)**



Fuente: SFC

**Recuadro 4. Necesidades del mercado de microseguros en América Latina y el Caribe**

El Centro de Microseguros (Microinsurance Centre), junto con el Fondo Multilateral de Inversiones FOMIN del Banco Interamericano de Desarrollo, desarrollaron un estudio en el que de manera comparativa se analiza el estado de conocimiento y acceso a los Microseguros y se identifican los vacíos y oportunidades de expansión de este servicio financiero en diecinueve países de Latinoamérica y el Caribe LAC<sup>48</sup>.

47. Las desafiliaciones de asegurados hace referencia al número de desafiliaciones o caídas acumuladas en el año.

48. Microinsurance Centre y BID-FOMIN (2013). The landscape of Microinsurance in Latin America and the Caribbean

Para el estudio primero se establece una definición para los microseguros, que coincide con lo que se entiende de este producto financiero en los países analizados, y son seguros que son de bajo valor en coberturas y primas, y que además cumplen con las siguientes condiciones:

1. La población objetivo es de bajos ingresos. No son seguros adquiridos también por personas de bajos ingresos, sino que están diseñados para que sean accedidos por personas de bajos ingresos.
2. Los gobiernos no asumen riesgos. Los programas de seguridad social, así estén enfocados en poblaciones de bajos ingresos, no están incluidos dentro de esta definición.
3. El objetivo del producto es la rentabilidad o al menos la sostenibilidad.
4. El producto no debe requerir, o al menos en una mínima cantidad, subsidios directos.

Finalmente, el documento expone algunas conclusiones de manera general del estudio realizado, entre ellas:

1. **Marco legal:** a pesar de que el microseguro ha evolucionado en LAC, es evidente la necesidad de generar marcos regulatorios apropiados para promover el uso del producto y generar claridad sobre sus características. Los únicos países que reportaron tener un marco regulatorio específico para el microseguro fueron Perú, Brasil y México.
2. **Educación del mercado:** es necesario ayudar al mercado a entender los beneficios y el uso del microseguro, con estrategias que se ajusten a las necesidades de la población de cada país.
3. **Estructuras de costos y valoración:** en algunos países se está fijando altas comisiones para atraer a los diferentes canales de comercialización. Es necesario tener un mejor entendimiento de los costos y reducir las tasas de las primas.
4. **Capacidad actuarial:** en LAC la cuantificación del riesgo de los microseguros se basa en la experiencia institucional más que en datos actuariales que cubran el mercado de bajos ingresos. Por lo tanto, se hace necesario elaborar tablas de riesgo que consideren esta población.
5. **Mejoras en la tecnología:** la implementación de tecnologías apropiadas tanto para administrar los microseguros y que faciliten su uso por parte de la población a la vez que se reducen los costos transaccionales se considera fundamental.

## 2.5 USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS ACTIVOS

La adquisición de créditos (productos activos), es el segundo mecanismo mediante el cual los colombianos están accediendo al sistema financiero después de las cuentas de ahorro. Esto guarda relación con el hecho de que mediante la financiación los individuos cuentan con los recursos necesarios para el desarrollo de proyectos productivos, además de la adquisición de bienes y/o servicios.

En esta sección se presenta la evolución de la cartera de créditos, incluyendo la información de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, la Superintendencia de la Economía Solidaria y las ONG microcrediticias.

### 2.5.1 Análisis nacional

En 2013 la cartera de créditos<sup>49</sup> mantuvo un crecimiento alrededor del 15%, en una magnitud similar a la registrada durante el 2012. Este comportamiento se observó en conjunto con una desaceleración de los créditos en mora y un incremento permanente de las provisiones. Al cierre de 2013 el saldo de cartera se incrementó en 38 billones de pesos, ubicándose en 297.4 billones de pesos.

Esta tendencia estuvo marcada por la cartera comercial (que representa el 58% de la cartera total) en donde se resaltan los desembolsos destinados a los sectores de construcción y de transporte. Al cierre de 2013 esta modalidad presentó un crecimiento de 12.6%, similar a la observada durante el 2012, pero inferior a la registrada en 2011 (19.1%), comportamiento que obedeció a la desaceleración registrada por algunos sectores de la economía nacional, como el industrial, el minero y el comercial.

Por su parte, la cartera de consumo (segunda en participación con 30% de la cartera total) moderó su ritmo de crecimiento frente a lo observado entre 2010 y 2012, pasando de crecer 18% al cierre de 2010 a 15% al finalizar el 2013. Este comportamiento se explicó principalmente por la desaceleración registrada en el consumo de los hogares y por las medidas implementadas por la SFC para mantener la calidad de esta cartera, como la constitución de provisiones adicionales en función del crecimiento de la cartera en mora<sup>50</sup>.

En el caso de la cartera de vivienda<sup>51</sup> (tercera en participación con 9%), se registró un crecimiento anual de 31% explicado principalmente por el comportamiento descendente en las tasas de interés, principalmente durante el primer semestre del año, y por el esquema de subsidios del gobierno a través de la cobertura de tasas de interés que se implementó desde abril de 2009 y que a partir de abril de 2013 aplicó para viviendas nuevas con un valor aproximado entre 80 millones de pesos y 200 millones de pesos (135 y 335 SMMLV, respectivamente).

En cuanto al microcrédito (cuarto en participación con 4%), se presentó un incremento de los créditos en mora durante el 2013, principalmente en la primera mitad del año, lo que motivó un robustecimiento en las medidas utilizadas por las entidades para el otorgamiento de estos créditos, además de mejoras en los procesos de recuperación de la cartera vencida. Dado este comportamiento en 2013 se observó una desaceleración en el ritmo de crecimiento de esta modalidad, pasando de 22% en 2012 a 18% al finalizar el 2013.

Con respecto a la composición de la cartera, los créditos comerciales y los de consumo constituyen alrededor del 90% del saldo total (monto de las obligaciones). Sin embargo, cuando se observa esta composición en términos del número de deudores, se encuentra que la cartera de consumo y la de microcrédito son las que presentan la mayor participación.

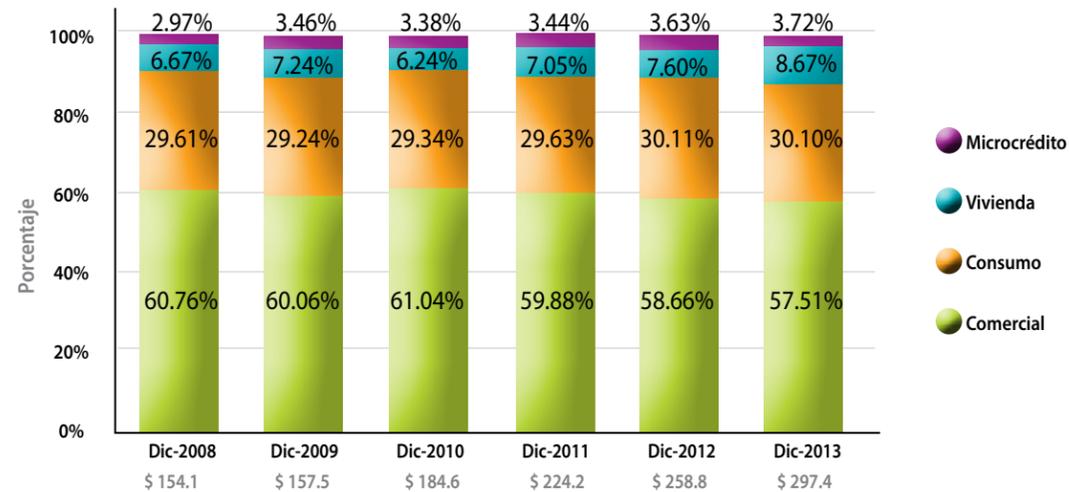
Al desagregar la cartera según el intermediario que otorgó el crédito, se encuentra que en los bancos está el 88% del saldo total de los créditos, seguidos por las Compañías de financiamiento con 5.5%, las Cooperativas SES con 4.6%, las Cooperativas SFC con 0.80% y finalmente las ONG microcrediticias, con 0.62% del total del saldo de cartera. En los años recientes, la participación de los bancos se ha incrementado debido al ingreso de nuevas entidades a este sector, además de las conversiones registradas por otros tipos de establecimientos de crédito a instituciones bancarias. Para 2013 se destacó el incremento registrado en la participación de las Cooperativas SES dentro de la cartera total que pasó de 3.09% a 4.65%

49. Incluyendo Cooperativas SES y ONG microcrediticias / No incluye Titularizaciones.

50. Circular Externa 026 de 2012.

51. No Incluye cartera titularizada.

**GRÁFICA 69. SALDOS DE CARTERA POR MODALIDAD (BILLONES DE PESOS)**

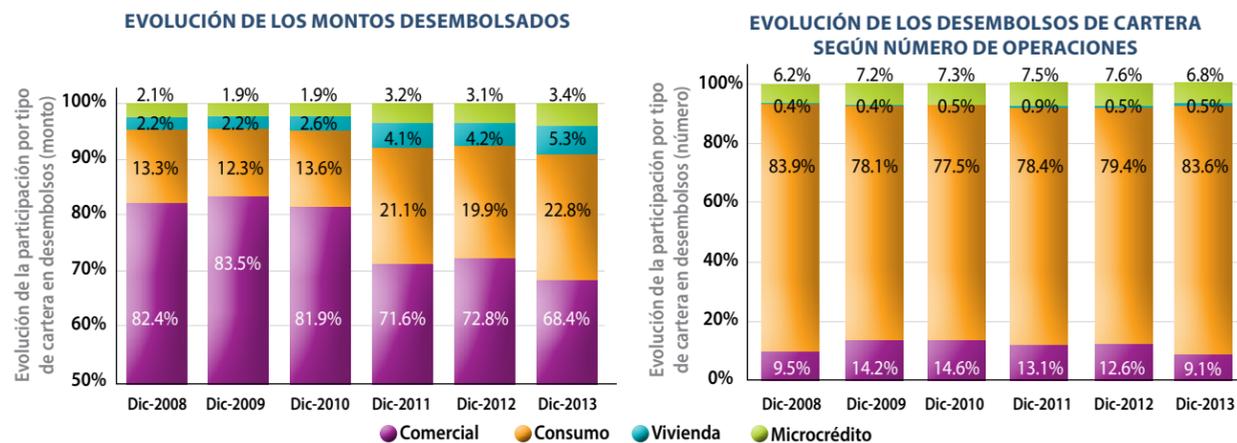


Fuente: SFC y Bdo (estados financieros). Incluye Cooperativas SES y ONG

En términos de desembolsos, con respecto a lo observado en 2012 se destacó el incremento de los montos colocados en consumo y vivienda, lo que le permitió representar el 22.8% y 5.3%, respectivamente, del total de las colocaciones durante 2013. Este comportamiento contrastó con el descenso de 73% a 68% en la participación de los montos desembolsados de la cartera comercial entre diciembre de 2012 e igual mes de 2013, lo cual explica el cambio en la composición que se mencionó en el punto anterior.

En relación con el número de operaciones desembolsadas, y en línea con lo observado en el número de deudores por modalidad, la cartera de consumo concentró el 84% del total (alrededor de 30 millones de operaciones), seguida por el número de colocaciones de créditos comerciales (3.3 millones, el 9.1%), microcréditos (2.4 millones) y vivienda (168 mil). Durante el 2013 se registraron 5.3 millones de desembolsos más con respecto a lo registrado en 2012, constituyéndose en el mayor crecimiento registrado en el número de desembolsos de los últimos 5 años.

**GRÁFICA 70. DESEMBOLSOS POR MODALIDAD DE CARTERA**



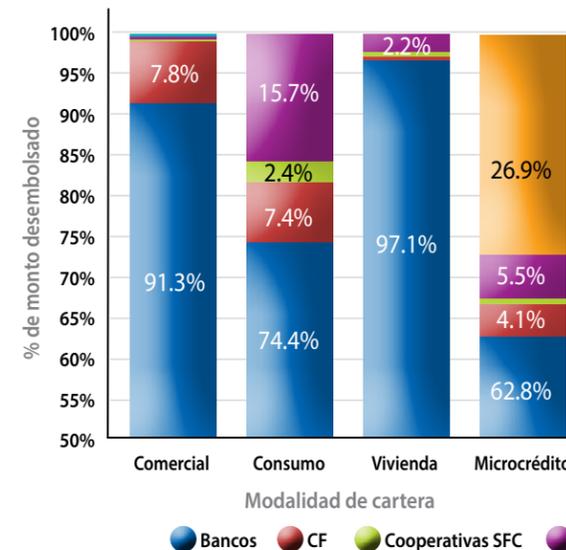
Fuente: SFC (Formato 398) y Bdo (Cooperativas SES y ONG). No Incluye FNA

De otra parte, la participación por intermediario dentro de los montos desembolsados, muestra que los bancos son especialmente representativos en los créditos comerciales y de vivienda, explicando más del 90% de los desembolsos en estas dos modalidades. En cuanto a la cartera de consumo, los bancos registran la mayor participación (74%), destacándose también la representación de las Cooperativas SES y las Compañías de financiamiento (16% y 7%, respectivamente). Para la cartera microcrediticia, las ONG participan activamente representando el 27% de esta modalidad, mientras que los bancos concentran el 63%, las Cooperativas SES el 5.5% y las Compañías de financiamiento el 4.1%.

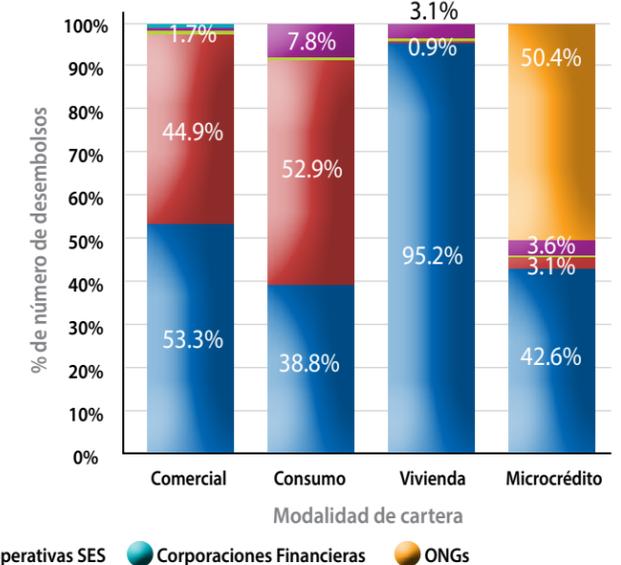
Esta composición de los desembolsos por intermediario se modifica cuando se evalúa el número de colocaciones. En la cartera de consumo, las Compañías de financiamiento son las entidades que concentran el mayor número de desembolsos (53%), lo que se explica por los sistemas de colocación masivos utilizados por estas entidades a través de grandes superficies comerciales. Estos establecimientos también presentan una importante participación en el número de desembolsos de créditos comerciales (45%). Para el microcrédito, se resalta que las ONG son los intermediarios con el mayor número de desembolsos reportados. De otro lado, el número de desembolsos de créditos de vivienda se concentra fundamentalmente en las entidades bancarias.

**GRÁFICA 71. DESEMBOLSOS POR MODALIDAD DE CARTERA Y POR TIPO DE ENTIDAD 2013**

**SEGÚN MONTOS DESEMBOLSADOS**



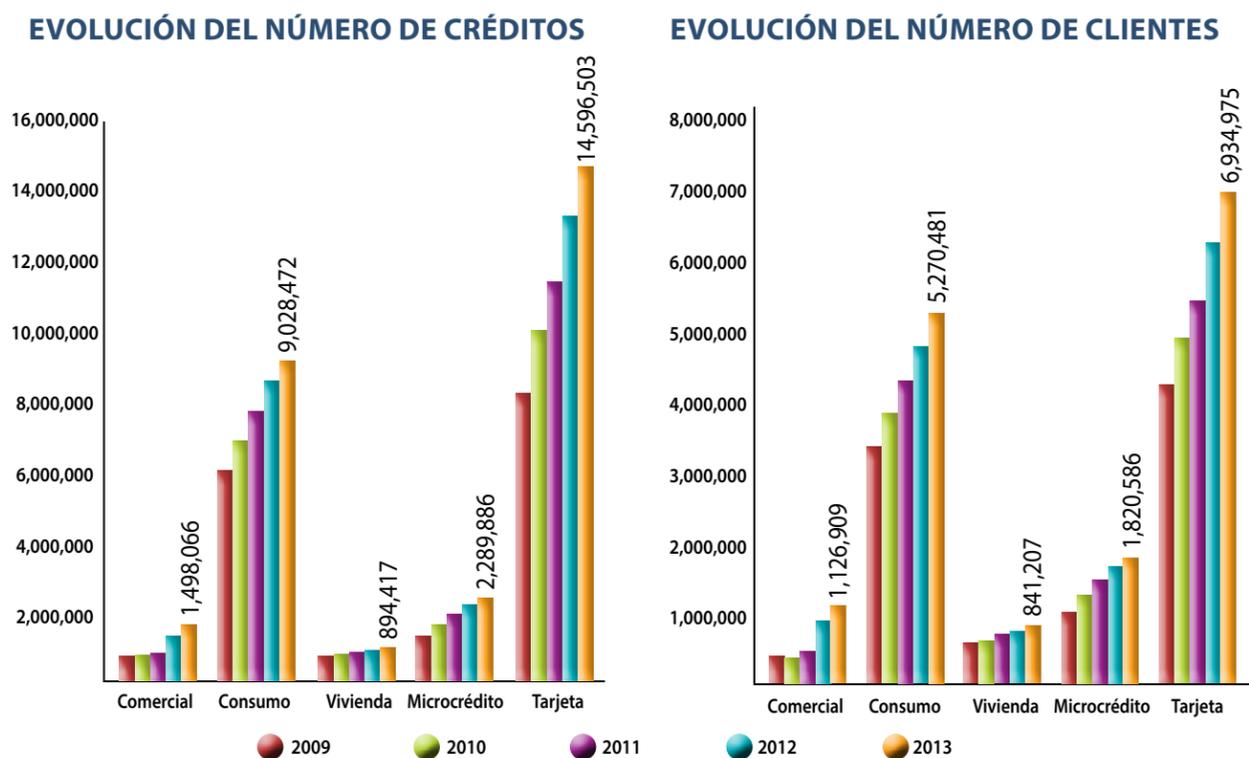
**SEGÚN NÚMERO DE DESEMBOLSOS**



Fuente: SFC (Formato 398) y Bdo (Cooperativas SES y ONG)

En relación con el número de clientes y el número de créditos por modalidad de cartera, en los años recientes se ha registrado una tendencia ascendente en línea con la dinámica creciente de los desembolsos. En particular, las operaciones de consumo y microcrédito concentran más del 90% del total de deudores del sistema. Dentro del portafolio de consumo, debe resaltarse que cada deudor tiene en promedio dos créditos, superior a lo registrado en las demás modalidades. Para el caso de las tarjetas de crédito, al ser un producto masivo y al ser ofrecido en grandes superficies comerciales, se observa que representa el 57% del total de los clientes y el 62% del total de las operaciones de la cartera de consumo.

**GRÁFICA 72. NÚMERO DE CLIENTES Y CRÉDITOS POR MODALIDAD DE CARTERA<sup>52</sup>**



Fuente: CIFI

**Recuadro 5. El papel de las garantías del Fondo Nacional de Garantías (FNG)**

El acceso a financiamiento es un factor determinante para el crecimiento económico sostenible y para el desarrollo empresarial de las Mipymes y se ha convertido en una de las barreras más significativas que enfrentan las empresas en desarrollo de nuestro país. Igualmente, uno de los aspectos que impiden el acceso al financiamiento de estas empresas, así como de las personas en condiciones vulnerables, está dado por no contar con las garantías necesarias.

En este contexto, el Fondo Nacional de Garantías S.A. (FNG), tiene como misión, facilitar el acceso al crédito de la Mipyme Colombiana a través del otorgamiento de garantías. Para esto, el FNG desarrolla productos, dependiendo de la necesidad empresarial de las Mipymes para financiar su negocio.

A través de la Línea de Garantía Empresarial, el FNG brinda respaldo a necesidades de financiación como son la adquisición de activos fijos con crédito o leasing, capital de trabajo, modernización de equipos y transformación productiva, emprendimiento, apoyo al microcrédito, así como apoyo a población vulnerable, víctimas de la violencia o personas afectadas por fenómenos naturales, entre otros.

El FNG también suscribe convenios con diferentes entidades con el objeto de ofrecer programas especiales de garantía. Bajo estos programas se ofrecen productos con un mayor porcentaje de cobertura sobre el valor de la obligación en comparación con los productos tradicionales. Todos estos programas conducen a mitigar fallas de mercado que se presentan en las regiones, incentivar la bancarización de algunas poblaciones especiales, impulsar la formalización al acceder a recursos financieros, apoyar la competitividad de las empresas, entre otros. Como parte de estas alianzas se tienen convenios con el Programa de Banca de las Oportunidades y se han desarrollado los siguientes productos:

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS Y ALCANCE
<p><b>Programa Banca de las Oportunidades:</b></p> <p>Busca potenciar la colocación de recursos de microcrédito y ampliar el acceso de la población vulnerable al crédito. En junio de 2007, BdO firmó un convenio con el FNG, mediante el cual se aportaron \$10,000 millones, para garantizar la colocación de créditos en el sistema financiero hasta por \$164,791 millones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créditos entre 1 y 3 SMMLV .</li> <li>• Cobertura del 70% sobre el saldo del capital.</li> <li>• Hasta 36 meses de plazo.</li> <li>• Para inversión en capital de trabajo e inversión fija .</li> <li>• Comisión de 2.65% más IVA (Anual Anticipada).</li> <li>• Destinado a personas naturales pertenecientes a los estratos 0, 1 y 2, Familias en Acción, mujeres cabeza de familia, población vulnerable, desplazados y reinsertados, microempresarios, pequeña empresa, y familias de Red Unidos.</li> </ul> <p>A diciembre de 2013, se han vinculado 13 intermediarios financieros, se han movilizado colocaciones acumuladas cercanas a \$155 mil millones y se han beneficiado 95,045 personas/empresas.</p>
<p><b>Programa Desastres Naturales:</b></p> <p>Enfocado a población afectada por fenómenos naturales. Se destinaron \$3,020 millones, que permiten garantizar la colocación de créditos en el sistema financiero hasta por \$15,000 millones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créditos entre 1 y 25 SMMLV.</li> <li>• Cobertura de 80% sobre saldo de capital .</li> <li>• 36 meses de plazo, incluido periodo de gracia de hasta 1 año.</li> <li>• Con destino a capital de trabajo e inversión fija.</li> <li>• El beneficiario no paga comisión, debido a que esta es asumida por el mismo convenio Banca de las Oportunidades.</li> </ul> <p>A la fecha no se han desembolsado créditos.</p>
<p><b>Programa Bogotá se Fortalece en convenio con el Distrito:</b></p> <p>Su objetivo es facilitar el acceso a la financiación, con metodologías microcrediticias especialmente, y está dirigido a personas de menores ingresos del Distrito. Emprendedores y microempresarios domiciliados en Bogotá D.C., pueden acceder a créditos respaldados por el FNG.</p> <p>A través de este programa se espera apalancar la colocación de microcréditos hasta por \$31,000 millones, y cerca de 20,500 microcréditos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créditos entre ½ y 25 SMMLV.</li> <li>• 50% de cobertura sobre el saldo del capital.</li> <li>• Hasta 36 meses de plazo con período de gracia hasta un año.</li> <li>• El beneficiario no paga comisión la cual es asumida por Banca de las Oportunidades.</li> </ul> <p>Bajo este programa de garantía el FNG ha logrado garantizar 6,434 operaciones de crédito a 6,388 microempresarios del Distrito por valor de \$25,824 millones.</p>

En conjunto los tres programas anteriores han involucrado a 17 intermediarios financieros, 99,668 beneficiarios y una colocación acumulada de recursos por \$174,000 millones.

52. CIFI desagrega la información de cartera de consumo de las tarjetas de crédito.

**Cartera Comercial**

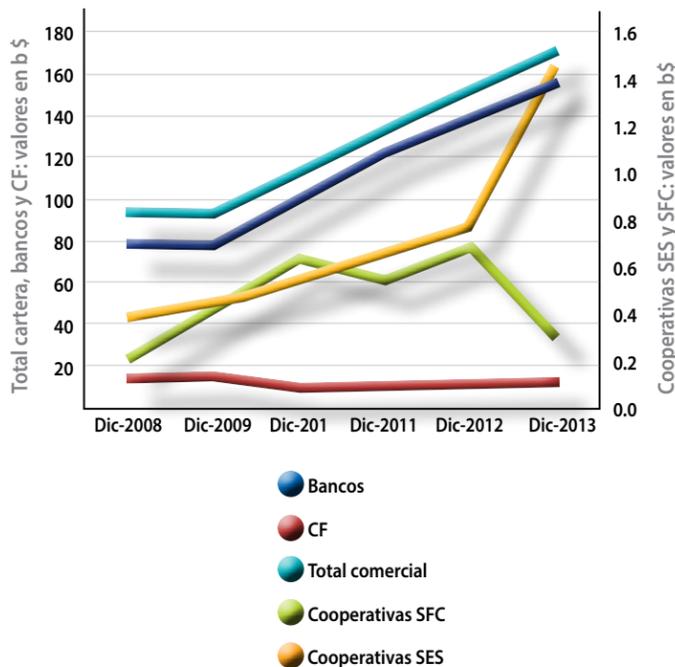
En 2013 la cartera comercial, ubicándose en 171 billones de pesos, presentó un crecimiento nominal anual de 12.6%, en una magnitud similar a la de 2012, pero inferior a la registrada entre 2010 y 2011 (19.1%). Este menor desempeño obedeció en parte a la desaceleración de algunos sectores de la economía nacional como el industrial, el minero, el de comercio y el de servicios.

El crecimiento registrado durante 2013 estuvo influenciado principalmente por la demanda de crédito de los sectores de construcción y de transporte. En particular, los bancos explicaron el 92% del crecimiento registrado durante el año, seguidos por las compañías de financiamiento quienes aportaron el 6% del incremento. Es importante resaltar que las cooperativas SES, con 0.85% de participación en la cartera comercial, presentaron un crecimiento anual del 89% en el saldo total asociado a esta modalidad.

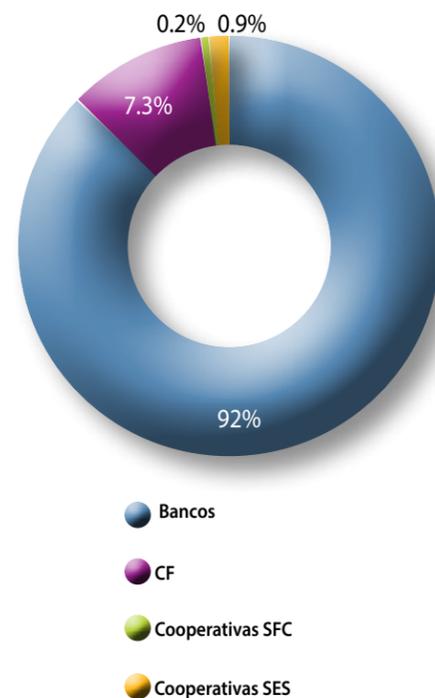
Por otra parte, debe mencionarse que en los bancos se concentra el 92% del saldo total de los créditos comerciales, debido a que estas entidades cuentan con un amplio cupo de crédito acorde con el tamaño de su patrimonio, permitiéndoles efectuar desembolsos de mayor cuantía dirigidos a deudores corporativos.

**GRÁFICA 73. CARTERA COMERCIAL POR TIPO DE ENTIDAD (BILLONES DE PESOS)**

**EVOLUCIÓN DE LA CARTERA COMERCIAL POR TIPO DE ENTIDAD**



**COMPOSICIÓN DE LA CARTERA COMERCIAL POR TIPO DE ENTIDAD (DIC-2013)**



Fuente: SFC y BdO (estados financieros)

**Cartera de consumo**

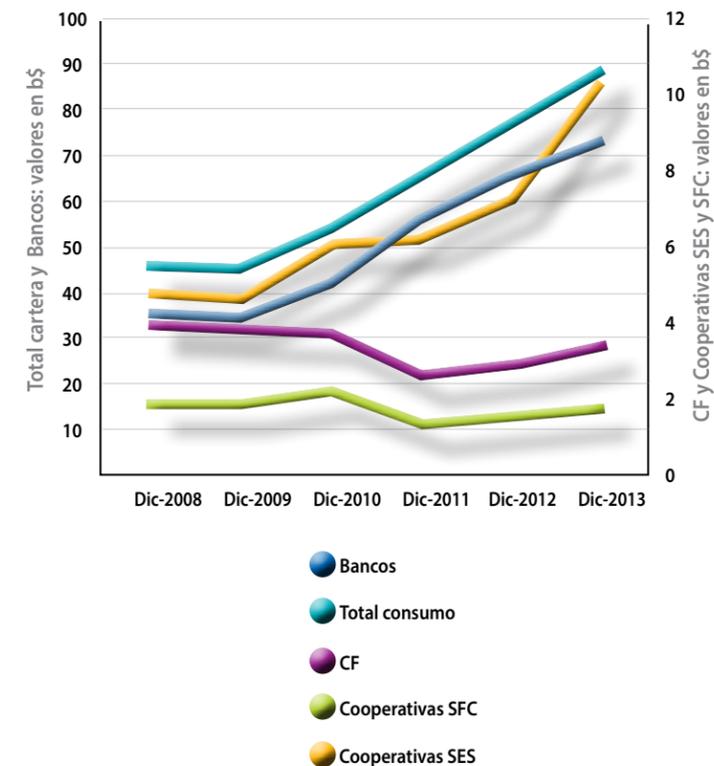
El portafolio de consumo presentó un incremento nominal de 14.8% al cierre de 2013, ubicándose en 90 billones de pesos. Este crecimiento es inferior al registrado en el mismo corte del año anterior (17.3%), comportamiento que se explica en parte por el menor crecimiento del consumo de los hogares y también por las medidas establecidas por la SFC para mantener la calidad en este portafolio, exigiendo provisiones adicionales en virtud del incremento registrado por la cartera en mora.

Durante 2013, las entidades financieras continuaron manteniéndose activas en las compras de cartera. En este año, se efectuaron 103 mil operaciones de compra de cartera de consumo por un monto cercano a 1 billón de pesos, magnitud similar a la registrada en el año inmediatamente anterior.

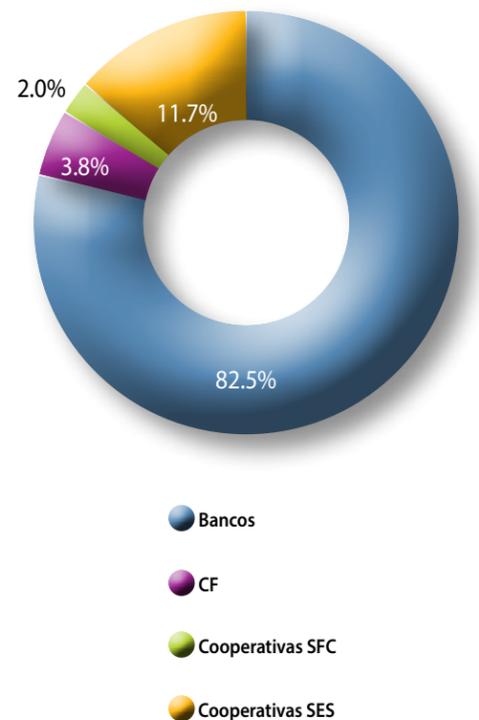
En cuanto a la concentración del saldo de la cartera de consumo por intermediario, durante 2013 se destacó el incremento en la participación de las Cooperativas SES, pasando de 9% a 12%, motivado por el aumento de los créditos de libranza. Este comportamiento contrastó con el descenso en la representación de las entidades bancarias.

**GRÁFICA 74. CARTERA CONSUMO POR TIPO DE ENTIDAD (BILLONES DE PESOS)**

**EVOLUCIÓN DE LA CARTERA DE CONSUMO POR TIPO DE ENTIDAD (BILLONES DE PESOS)**



**COMPOSICIÓN DEL SALDO DE CARTERA DE CONSUMO POR TIPO DE ENTIDAD (DIC-2013)**



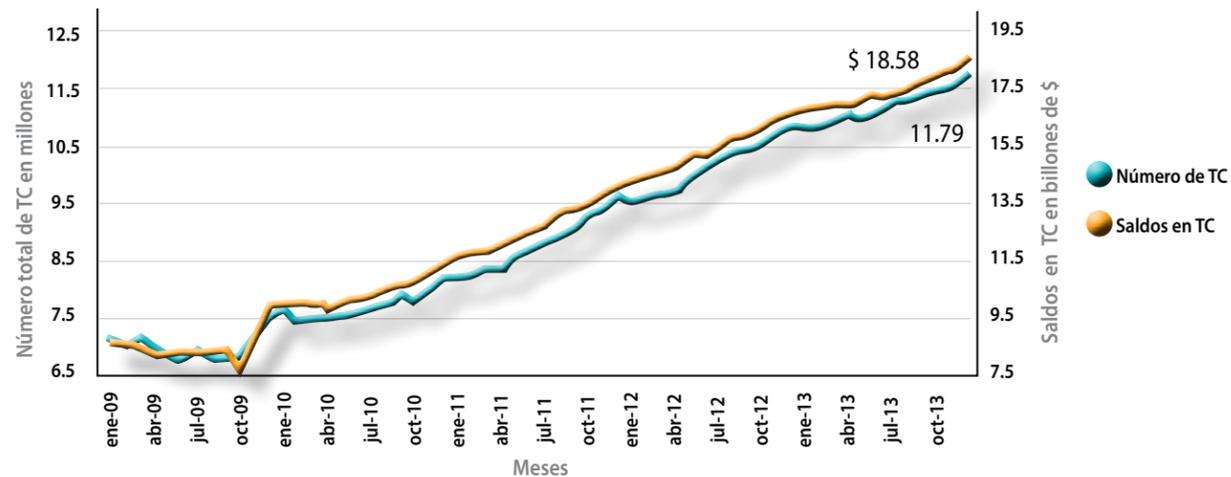
Fuente: SFC y BdO (estados financieros)

**Tarjetas de crédito**

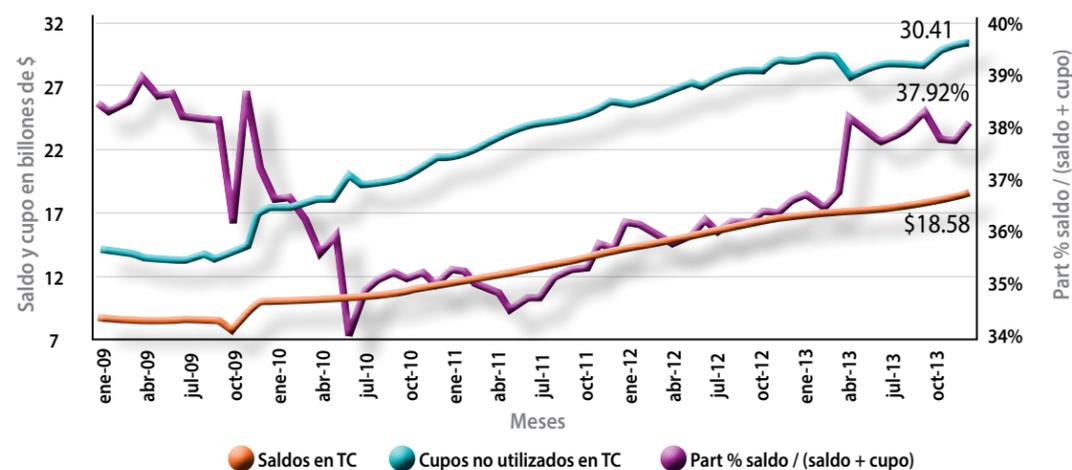
Las tarjetas de crédito son el producto más representativo de la cartera de consumo en términos de número de clientes y de créditos, concentrando el 57% de los clientes y 62% de los créditos en 2013. En los años recientes, este producto ha registrado una dinámica creciente, motivada por los mecanismos de financiación provistos a través de grandes superficies comerciales, mediante el uso de ágiles procesos de verificación de información que facilitan la obtención de este producto en cortos periodos de tiempo. Al cierre de diciembre de 2013 se registraron alrededor de 11.8 millones de plásticos emitidos, con un saldo utilizado de 18.6 billones y un cupo aprobado de 30 billones.

De esta manera, se encuentra que el porcentaje de uso de este producto, entendido como cupo utilizado sobre el total aprobado, se ubicó en 2013 en 38%, aumentando con respecto al registrado en 2012 (36%). Esto indica que el 62% de los cupos aprobados no han sido utilizados por los deudores, lo que puede ser explicado por el uso de otras fuentes de financiación con menores tasas de interés que las registradas por este producto.

**GRÁFICA 75. NÚMERO Y SALDO DE TARJETAS DE CRÉDITO**



**GRÁFICA 76. SALDOS, CUPOS E INDICADOR DE UTILIZACIÓN DE CUPOS DE TARJETAS DE CRÉDITO**

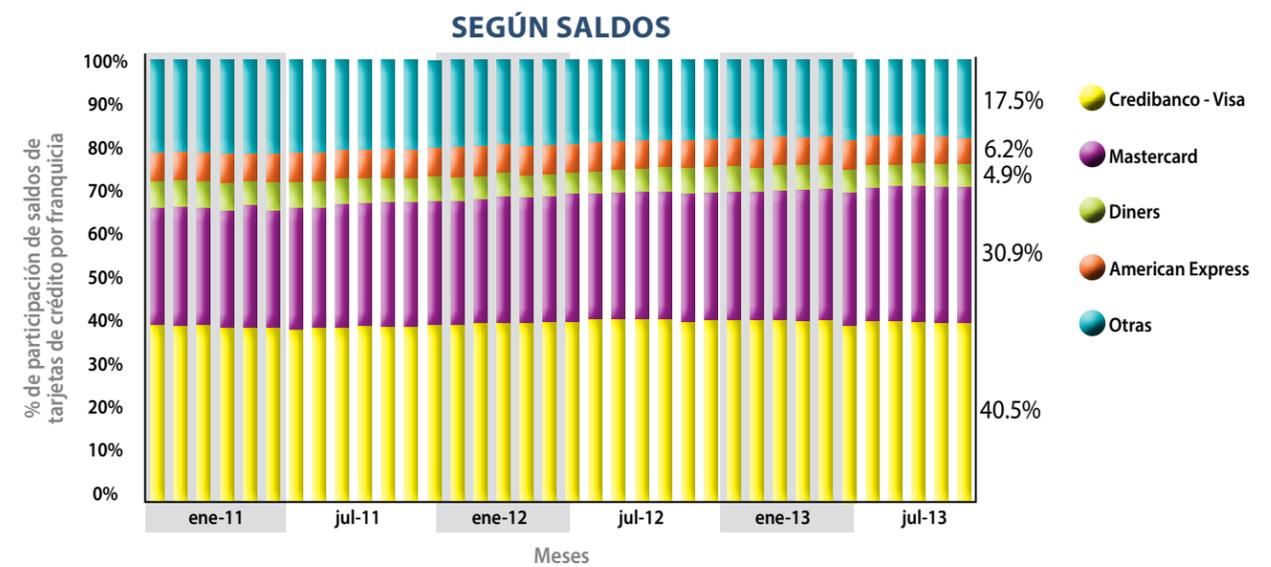
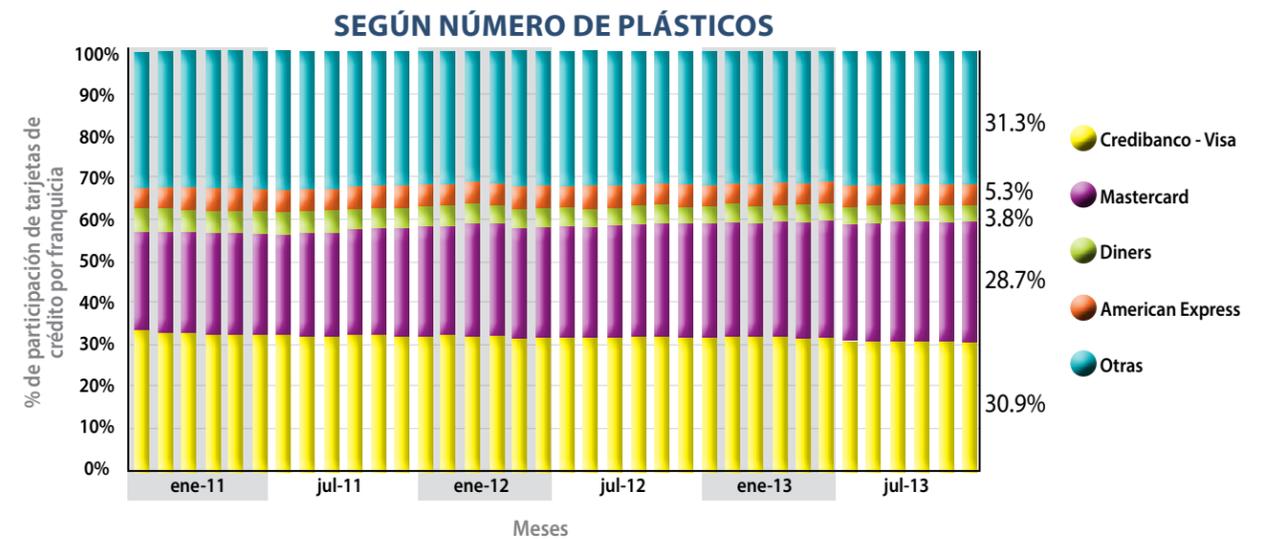


Fuente: SFC (Formato 466). Incluye únicamente entidades vigiladas por la SFC.

Cabe destacar que las tarjetas de marca propia, que generalmente son las provistas mediante las grandes superficies comerciales, han dinamizado de forma importante este producto, registrando una participación similar en número de plásticos a la observada en franquicias internacionales como Visa (31%) y Mastercard (28.7%).

Si se observa la participación por franquicia a través del saldo total registrado por las tarjetas de crédito, la mayor representación la obtiene Visa (40.5%), seguida por Mastercard (31%) y las de marca propia (18%). Este comportamiento obedece a que en las dos primeras franquicias, los cupos aprobados son superiores a los registrados en las tarjetas de marca propia.

**GRÁFICA 77. TARJETAS DE CRÉDITO POR FRANQUICIA**



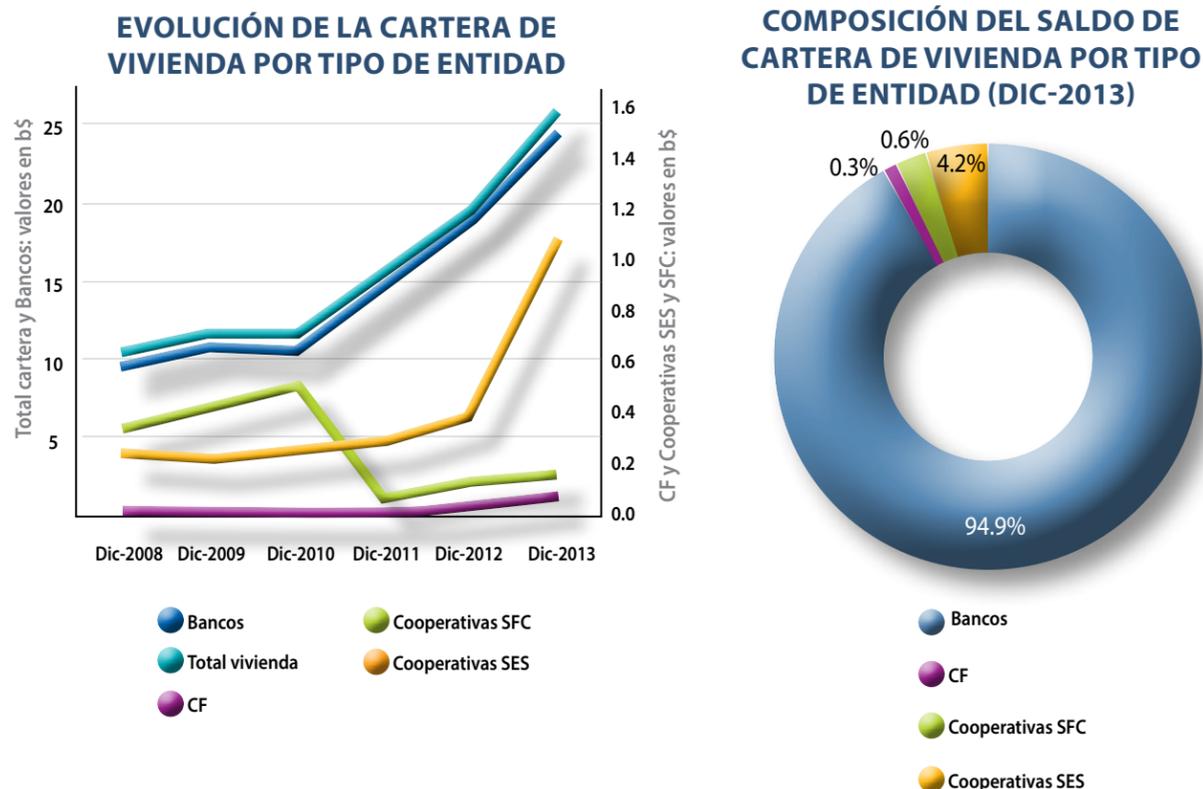
Fuente: SFC (Formato 466). Incluye únicamente entidades vigiladas por la SFC.

**Vivienda**

La cartera de vivienda fue la modalidad con el mayor crecimiento registrado durante el 2013, ubicándose en 26 billones de pesos al finalizar el año. En este periodo, este portafolio mostró un incremento nominal anual de 31.1%, del cual los bancos aportaron el 88%, seguidos de las Cooperativas SES con el 11.2%. Sobre este particular, cabe resaltar que las Cooperativas SES presentaron un crecimiento nominal anual en su cartera de vivienda de 169%, por lo cual su aporte al incremento de esta modalidad durante el último año pasó de 2.7% en 2012 a 11.2% en 2013.

La expansión registrada por esta cartera en los años recientes fue impulsada en gran medida por la creación en 2009, por parte del Gobierno Nacional, del Fondo de Reserva para la Estabilización de la Cartera Hipotecaria (FRECH), mediante el cual se facilitan las condiciones para la financiación de vivienda<sup>53</sup>. El efecto de la implementación de estas medidas ha sido un incremento en la dinámica del mercado inmobiliario, que se refleja en los desembolsos y en el consecuente aumento del saldo total de la cartera de vivienda.

**GRÁFICA 78. CARTERA DE VIVIENDA POR TIPO DE ENTIDAD (BILLONES DE PESOS)**



Fuente: SFC y BdO (estados financieros)

53. La definición del monto de los recursos comprometidos por el Gobierno Nacional en el otorgamiento de las coberturas corresponde al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, quien dependiendo de las condiciones de mercado define el número de coberturas disponibles, es decir el número de créditos que recibirán el beneficio. Este fondo es administrado por el Banco de la República. La cobertura aplica sobre la tasa de interés pactada en créditos nuevos otorgados por establecimientos de crédito a deudores individuales de créditos de vivienda nueva o contratos de leasing habitacional que cumplan las condiciones establecidas en los decretos 1143 de 2009, 1190 de 2012 y 701 de 2013. En este numeral debe resaltarse que si bien el periodo de cobertura será durante los primeros siete años de vida del crédito hipotecario, factores asociados a la competencia entre los establecimientos de crédito, ha motivado que estas entidades hayan decidido extender el beneficio para los años restantes de vida del crédito (en caso de que éste sea de más de 7 años).

**Microcrédito**

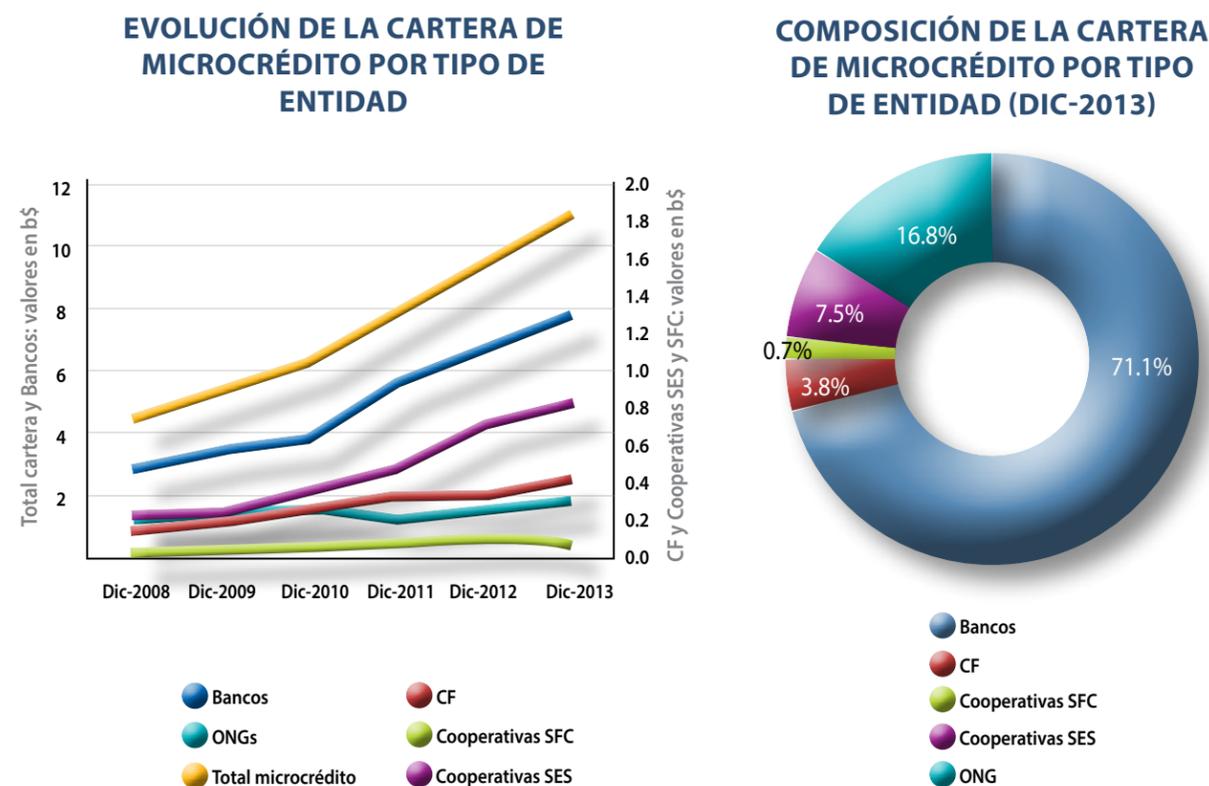
La cartera de microcrédito, con 11 billones de pesos al finalizar 2013, presentó un menor crecimiento durante el 2013 en comparación con lo registrado doce meses atrás, lo que obedeció al incremento de los créditos en mora. Este comportamiento motivó que las entidades efectuaran un robustecimiento en las medidas utilizadas para el otorgamiento de sus créditos, además de implementar mejoras en sus procesos de recuperación de la cartera vencida.

Esta modalidad registró un crecimiento nominal anual de 17.6% en 2013, del cual el 55% fue explicado por el Banco Agrario. La importante participación de esta entidad en la cartera microcrediticia es motivada por las políticas de financiación al pequeño agricultor promovidas por el Gobierno Nacional.

De esta manera, el 71% del crecimiento registrado por el microcrédito en 2013 fue originado en los bancos, seguidos de las ONG con un 17.4% y las Cooperativas SES con un 7.5%.

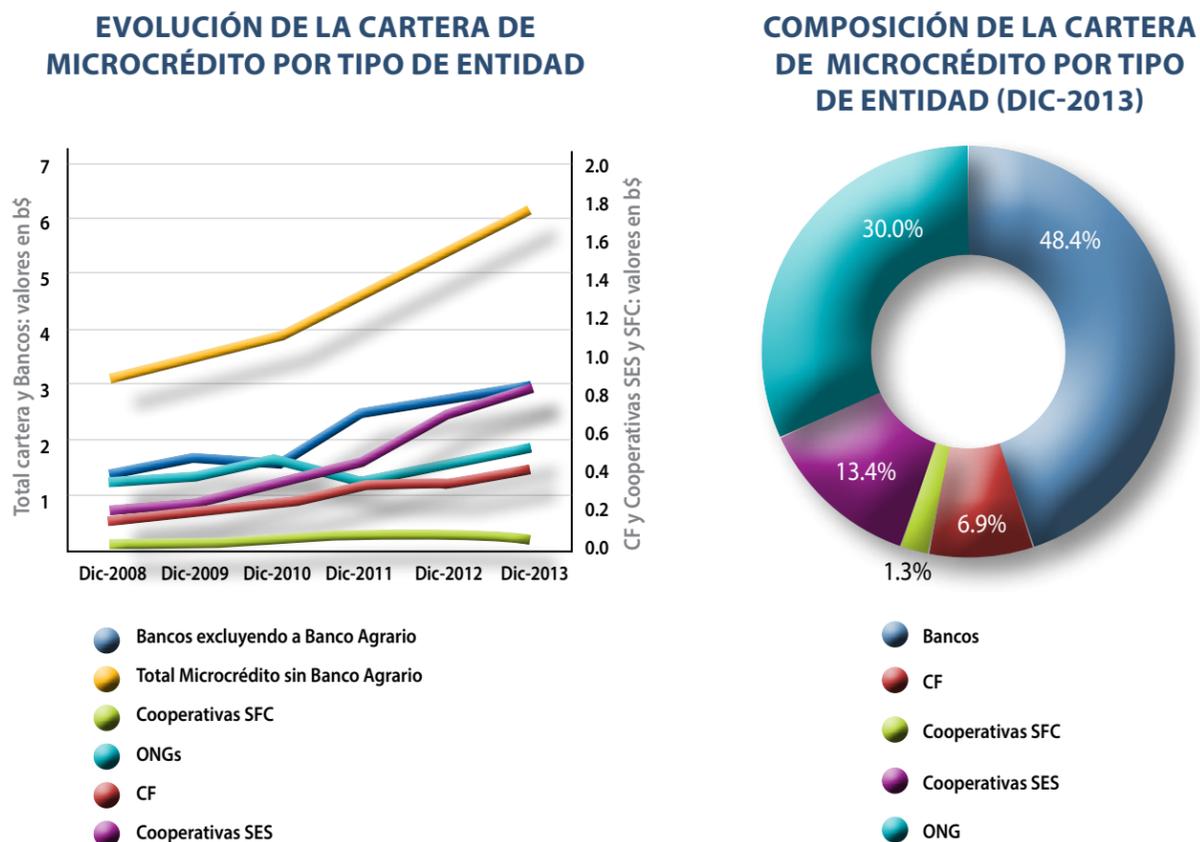
Cuando se evalúa la composición de esta cartera sin tener en cuenta al Banco Agrario, se observa que la participación de los bancos desciende hasta un 48%, mientras que las ONG y las Cooperativas SES aumentan su representación hasta un 30% y 13%, respectivamente.

**GRÁFICA 79. CARTERA DE MICROCRÉDITO POR TIPO DE ENTIDAD (BILLONES DE PESOS)**

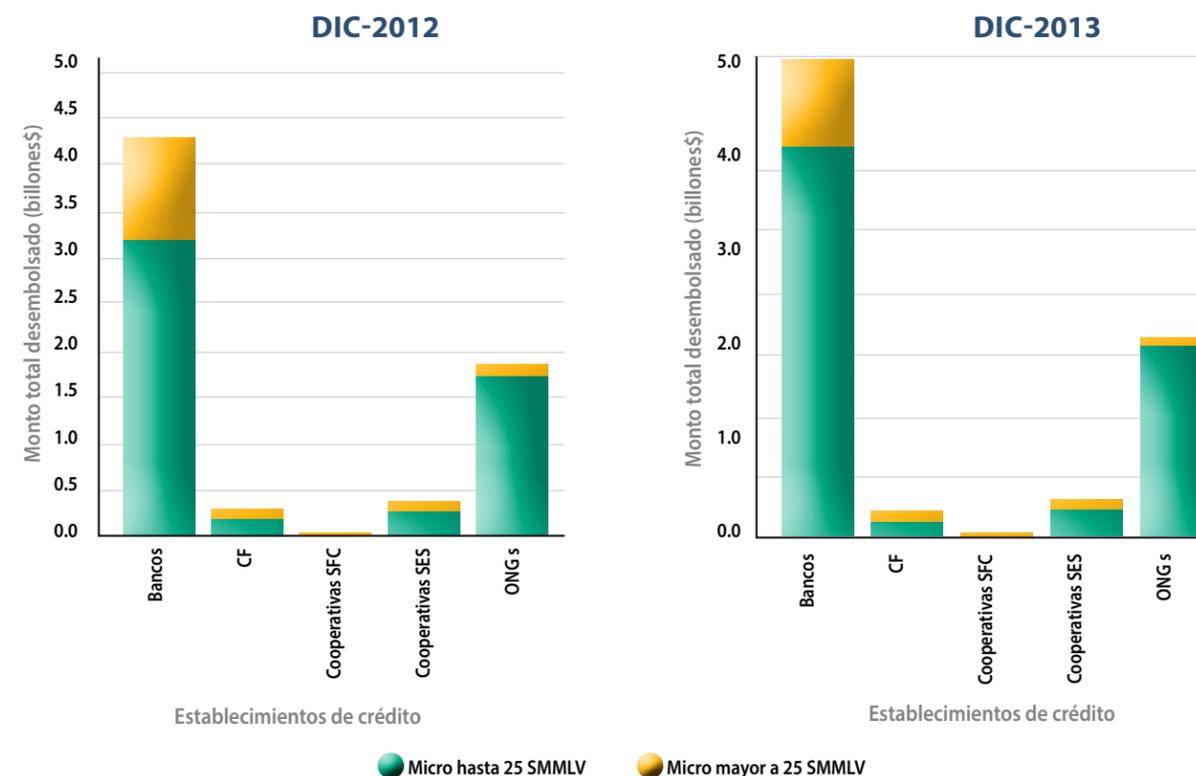


Fuente: SFC (estados financieros) y BdO

**GRÁFICA 80. CARTERA DE MICROCRÉDITO POR TIPO DE ENTIDAD EXCLUYENDO AL BANCO AGRARIO**



**GRÁFICA 81. COMPOSICIÓN DEL MONTO DESEMBOLSOS TOTALES DE MICROCRÉDITO POR TIPO DE ENTIDAD**



Fuente: SFC (estados financieros) y BdO

De los montos desembolsos en 2013, el 97% correspondieron a créditos menores a 25 SMMLV, en línea con el mercado objetivo que atiende esta modalidad y que se enfoca en los microempresarios que requieren financiación para proyectos productivos de pequeña y mediana escala<sup>54</sup>.

En cuanto a la composición del monto total desembolsado en 2013, los bancos efectuaron el 63% del total de las colocaciones microcrediticias, tras desembolsar un total de 5.0 billones de pesos, valor que a 2012 era de 4.3 billones. Este comportamiento fue seguido por las ONG cuyos desembolsos en 2013 ascendieron a 2.1 billones de pesos.

54. Sobre este tipo de créditos el Artículo 39 de la Ley 590 de 2000 autoriza a los intermediarios financieros el cobro de comisiones u honorarios siempre que se adelanten por parte de la entidad las siguientes actividades: i) asesoría técnica especializada al microempresario en relación con la actividad económica que desarrolle; ii) las visitas que deban realizarse para verificar el estado de la actividad empresarial y iii) remuneración del estudio de la operación crediticia, entre otras.

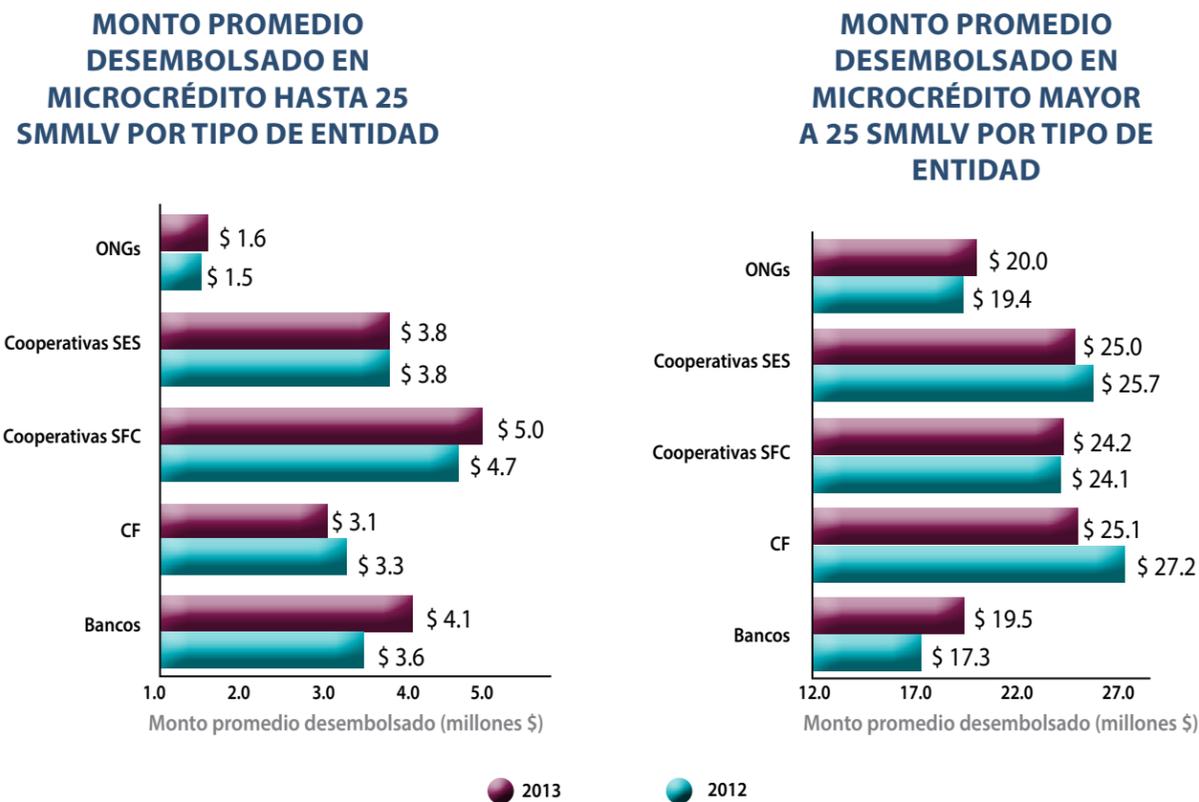
Fuente: SFC (Formato 398) y BdO (Cooperativas SES y ONG)

Por número de desembolsos, los bancos efectuaron el 74% de las colocaciones de los créditos superiores a 25 SMMLV. Por su parte, de los 2.4 millones de créditos menores a 25 SMMLV colocados en 2013, el 52% de los mismos fue desembolsado por las ONG.

Si se evalúa el monto promedio por operación se encuentra que en el segmento de microcréditos mayores a 25 SMMLV, las Cooperativas SES y SFC, al igual que las Compañías de financiamiento registran las colocaciones de mayor cuantía, con desembolsos que oscilan entre los 24 y 26 millones, mientras que los bancos y las ONG muestran un promedio de 19 millones y 20 millones, respectivamente.

De otra parte, en el segmento de menores de 25 SMMLV, el valor más alto en el promedio desembolsado lo presentan las Cooperativas SFC (5.0 millones), al tiempo que los demás tipos de intermediarios muestran montos promedio de alrededor de 3.7 millones, con excepción de las ONG que presentan un promedio desembolsado de 1.6 millones.

**GRÁFICA 82. MONTO PROMEDIO POR OPERACIÓN MICROREDITICIA POR TIPO DE ENTIDAD**



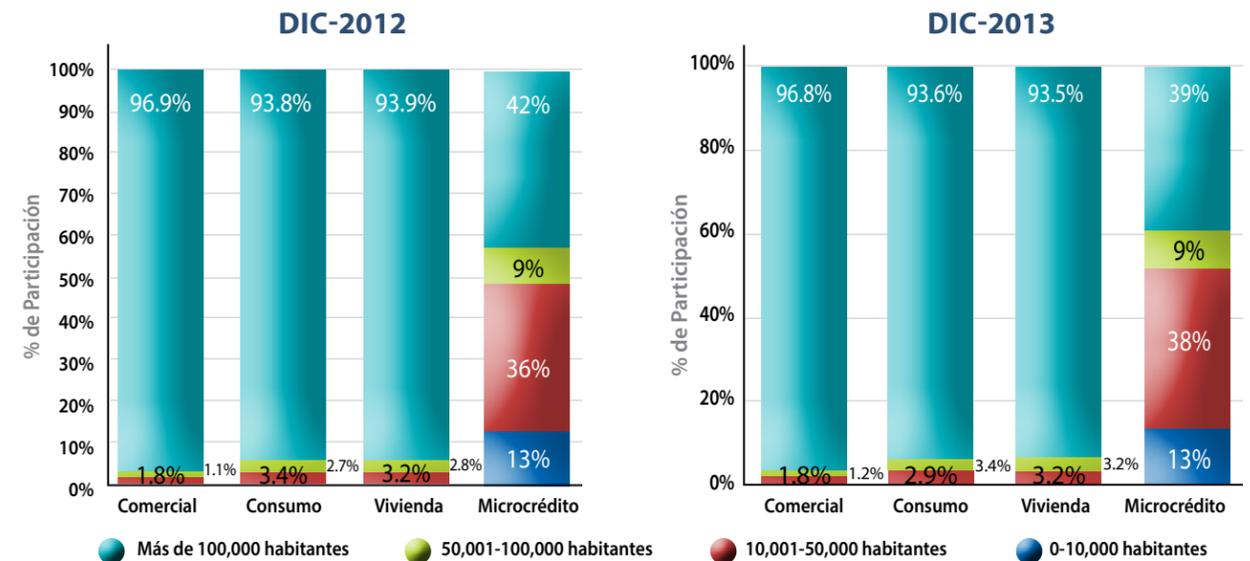
Fuente: SFC (Formato 398) y BdO (Cooperativas SES y ONG)

### 2.5.2 Análisis municipal

Al evaluar las diferentes modalidades de cartera según el tamaño poblacional de los municipios, se encuentra que la cartera comercial, la de consumo y la de vivienda se concentran en más de un 94% en municipios con más de 100 mil habitantes. Esto obedece, en su mayor parte, a que en estas zonas se ubican la mayor parte de las medianas y grandes empresas y también de las áreas urbanas.

La cartera de microcrédito presenta una mayor diversificación en su presencia municipal, registrando una importante participación del 13% en zonas con poblaciones menores a 10 mil habitantes, el 38% en ciudades hasta 50,000 habitantes y solo el 39% en ciudades mayores a 100,000 habitantes, similar a la composición del año 2012. Este comportamiento se explica principalmente por la presencia del Banco Agrario. En particular, durante el último año, se observó un incremento en la participación de los saldos de los microcréditos dirigidos a los municipios que presentan entre 10 mil a 50 mil habitantes, lo que se compensó principalmente con la reducción registrada en la representación de los saldos de las poblaciones de más de 100 mil habitantes.

**GRÁFICA 83. DISTRIBUCIÓN DEL SALDO DE CARTERA POR TAMAÑO POBLACIONAL**

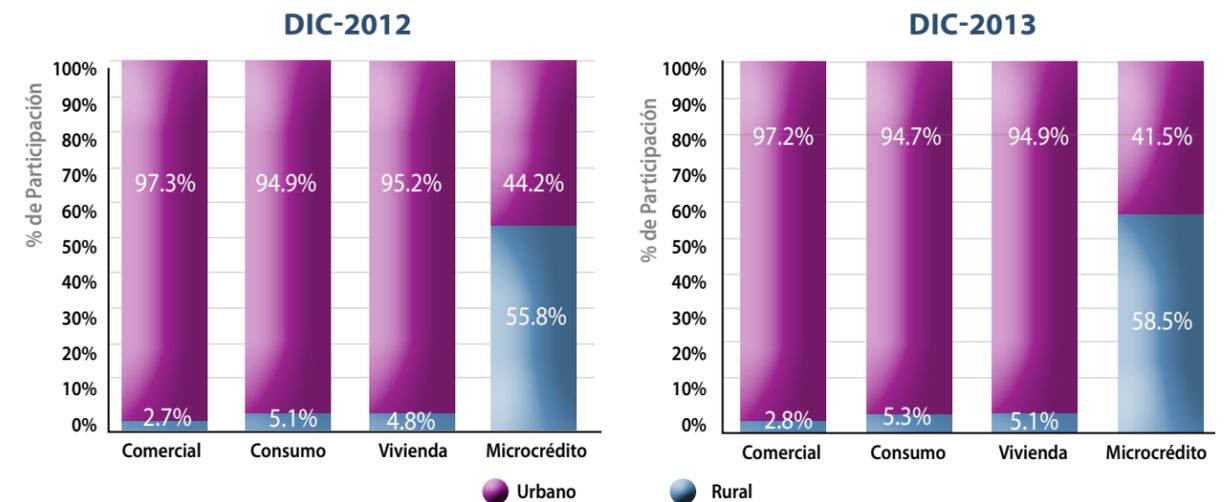


Fuente: SFC (Formato 322). Incluye únicamente entidades vigiladas por la SFC.

Cuando se realiza el análisis según si los municipios son rurales o urbanos, se encuentra que de manera similar a lo registrado a partir del tamaño poblacional, las carteras comercial, consumo y vivienda, se enfocan principalmente en las áreas urbanas, tendencia que se mantuvo en niveles similares con respecto a lo registrado en 2012.

Por su parte, más del 50% del saldo total de la cartera de microcrédito se establece en zonas rurales, participación que se ha incrementado de forma permanente en los años recientes. Esta tendencia obedece a la alta participación del Banco Agrario y a su enfoque en las áreas rurales, primordialmente en el sector agropecuario.

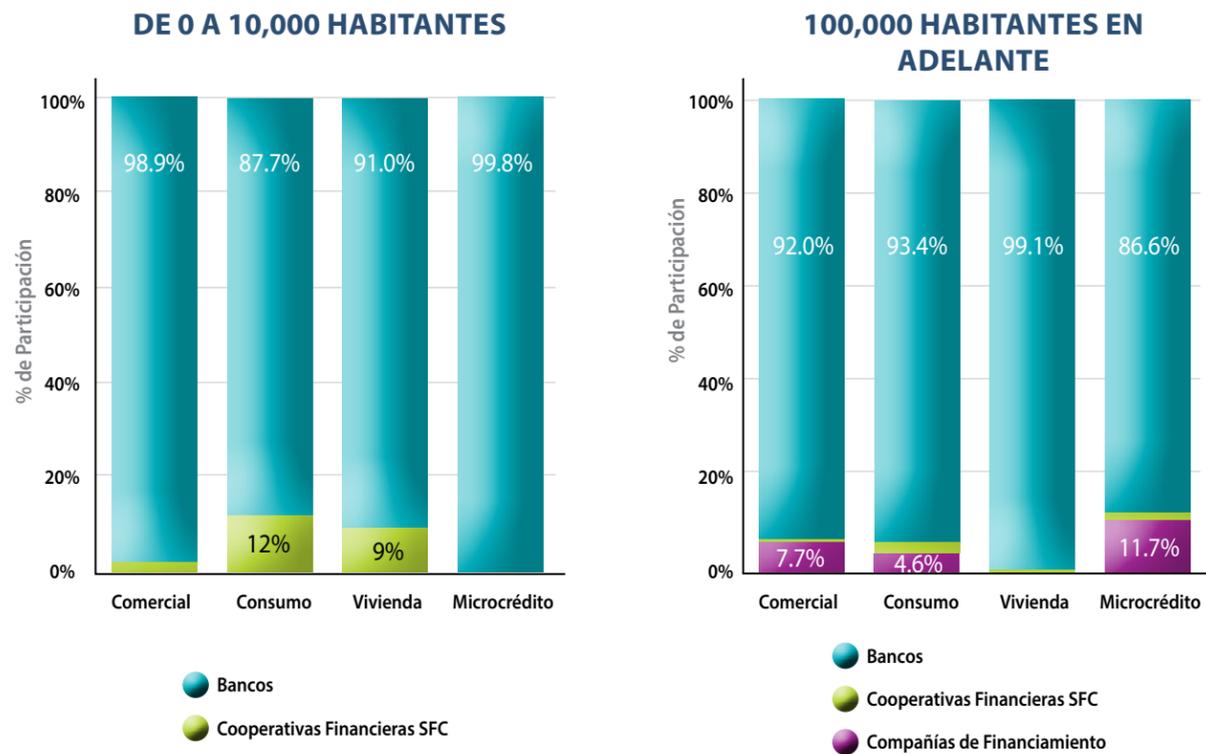
**GRÁFICA 84. DISTRIBUCIÓN DEL SALDO DE CARTERA SEGÚN TIPO DE MUNICIPIO**



Fuente: SFC (Formato 322). Incluye únicamente entidades vigiladas por la SFC.

Al analizar la participación por intermediario en la distribución de la cartera por modalidad según el tamaño poblacional, se encuentra que en todos los segmentos los bancos registran la mayor participación, mientras que las Cooperativas SFC logran una participación marginal en los portafolios de consumo y vivienda en poblaciones con menos de 10 mil habitantes. Por su parte, las Compañías de financiamiento enfocan su participación principalmente en áreas urbanas, principalmente en poblaciones con más de 100 mil habitantes.

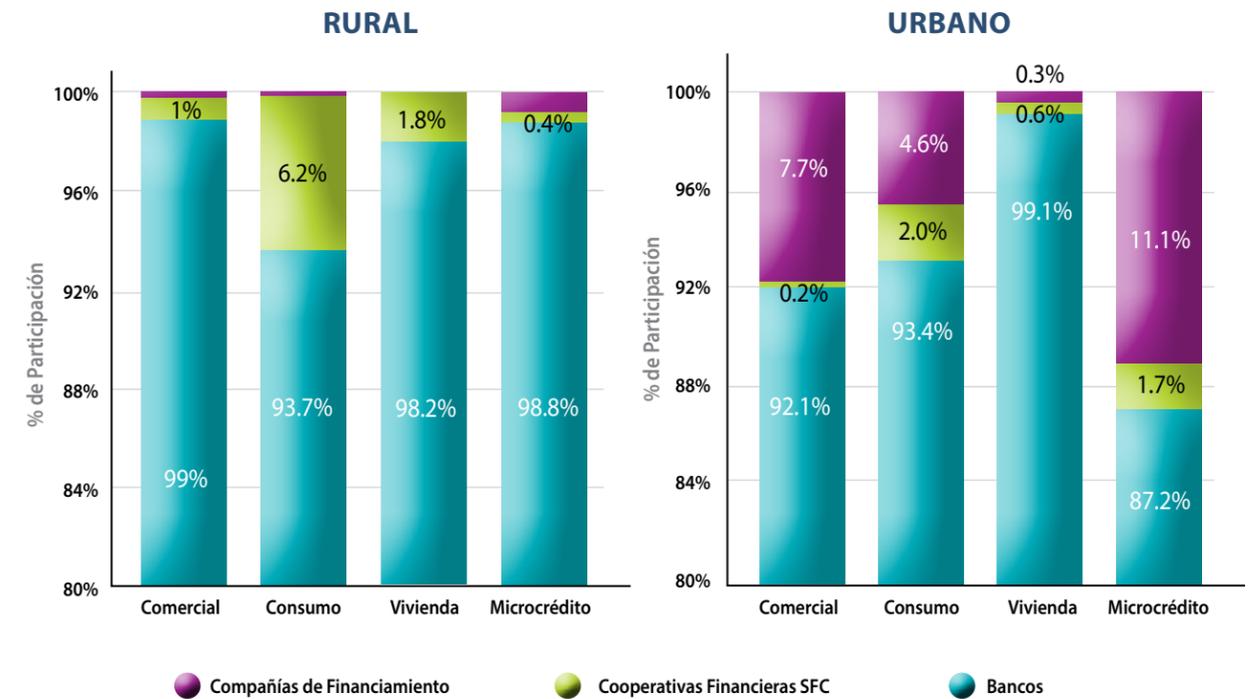
**GRÁFICA 85. PARTICIPACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO EN DISTRIBUCIÓN DE CARTERA POR MODALIDAD SEGÚN TAMAÑO POBLACIONAL**



Fuente: SFC (Formato 322). Incluye únicamente entidades vigiladas por la SFC.

Si se considera la distribución de la cartera por municipios entre zonas rurales y urbanas, de manera consistente se encuentra que los bancos mantienen la mayor participación. Al excluir la información de las entidades bancarias se encuentra que las Cooperativas SFC tienen una alta representación en los municipios rurales, mientras que en las zonas urbanas las Compañías de financiamiento son los intermediarios más activos en la colocación de créditos después de los establecimientos bancarios.

**GRÁFICA 86. PARTICIPACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO EN DISTRIBUCIÓN DE CARTERA POR MODALIDAD SEGÚN TIPO DE MUNICIPIO**



Fuente: SFC (Formato 322). Incluye únicamente entidades vigiladas por la SFC.

## CAPITULO 3:

### CALIDAD Y BIENESTAR PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y EDUCACIÓN FINANCIERA

#### 3.1 PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

La protección al consumidor financiero ha ganado relevancia tanto en la discusión académica como en la praxis adoptada por diversas jurisdicciones, particularmente en los nuevos arreglos institucionales y reformas regulatorias que han apuntado a lograr un mercado financiero más eficiente y competitivo, garantizando los derechos colectivos e individuales de los consumidores financieros.

La preocupación por adelantar reformas que protejan al consumidor pueden rastrearse en la historia moderna a hitos que internacionalizaron la discusión como el mensaje del Presidente de los Estados Unidos John F. Kennedy al Congreso de ese país el 15 de marzo de 1962. En esta intervención Kennedy propuso una serie de derechos de los consumidores entre los que se encontraba el derecho a que le fueran ofrecidos productos seguros, a ser informados, a elegir y a ser oídos, el discurso empezó con su ya célebre frase "consumidores, por definición, somos todos" donde ya se anunciaban medidas para proteger el ahorro de los ciudadanos.

En este sentido, las políticas de protección al consumidor reconocen que los consumidores se encuentran en desequilibrio con los proveedores de bienes y servicios en relación con su capacidad económica, nivel de educación y un menor poder de negociación, que puede tornarse incluso inexistente frente al sector financiero. Estas políticas han pretendido minimizar las asimetrías de información, particularmente aquellas relacionadas con los costos y condiciones contractuales de los servicios financieros de manera que el consumidor pueda tomar las decisiones adecuadas en el momento de usarlos o adquirirlos a su mayor conveniencia, y han procurado que existan instancias que protejan efectivamente sus derechos.

En consecuencia, podríamos convenir que un consumidor sufre un detrimento en sus derechos cuando: i) compra un bien o servicio como producto de malas prácticas de venta que de otra forma no habría comprado, ii) paga más de lo que lo hubiera hecho si hubiera estado mejor informado, iii) está sujeto a cláusulas y/o prácticas abusivas o iv) los bienes o servicios adquiridos no cumplen con su expectativa tanto en los tiempos de entrega como en su calidad<sup>55</sup>.

55. OECD (2014) Recommendation on Consumer Policy Decision Making.

Como se observa, los problemas con los que se enfrentan los consumidores en esencia siguen siendo los mismos, lo que ha cambiado profundamente el mercado de bienes y servicios en razón a los avances tecnológicos en materias de información y comunicación, a las reformas regulatorias, al libre comercio y a la globalización<sup>56</sup>. Esto ha producido el desarrollo vertiginoso de nuevos productos, algunos complejos, que si bien tienen el potencial de beneficiar a los consumidores, también pueden profundizar las asimetrías de información ya existentes.

Por consiguiente, un adecuado sistema de protección al consumidor financiero debería desempeñar un rol importante para proteger a los ciudadanos y educarlos para que asuman niveles de riesgo adecuados según su propio perfil al adquirir un producto financiero y así, desde esta perspectiva, proteger a los mercados de un riesgo sistémico. En esta línea, las políticas de educación complementan estas iniciativas ya que pretenden conseguir que el consumidor comprenda la estructura y los sistemas de un mercado determinado para que pueda participar efectivamente en el mismo.

Con frecuencia, el consumidor va a la deriva y sus hábitos de consumo no hacen relación con sus necesidades personales y con menor razón obedecen a una reflexión ponderada sobre cómo sus comportamientos afectan a la economía, al medio ambiente y en general a la sociedad de la que hace parte. La educación del consumidor debería proporcionar el conocimiento necesario para convertir a los ciudadanos en consumidores responsables que además de satisfacer sus necesidades, contribuyan con la sostenibilidad de su entorno mediante la generación de nuevos patrones culturales de consumo.

Las realidades de los mercados actuales evidenciaron las necesidades de nuevas aproximaciones para ofrecer soluciones a estos recurrentes problemas planteando nuevos retos en materia normativa demandando arreglos institucionales eficientes y la articulación de políticas coherentes en materia de protección y educación al consumidor financiero.

**Recuadro 6. Principios de alto nivel en protección al consumidor financiero de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE**

*En respuesta a la solicitud realizada por los ministros de finanzas y gobernadores de Bancos Centrales de países del G20, en 2011 la OCDE lanzó una serie de principios a ser implementados para promover las mejores prácticas en materia de protección al consumidor financiero en este grupo de países y en otras economías. Estos principios giran alrededor de tres ejes principales: revelación de información y transparencia, conductas de negocio responsables de proveedores de productos y servicios financieros y resolución de quejas y compensación, y deben ser integrados con las políticas de inclusión y educación financiera, y debe fundarse dentro de la regulación y supervisión financiera<sup>57</sup>.*

*Los siguientes son los principios en mención:*

56. OECD (2010), Consumer Policy Toolkit.

57. OCDE (2011), G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection

Principio	Aspectos cubiertos
Marco legal, regulatorio y de supervisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>La protección al consumidor financiero debe ser parte integral de la regulación y supervisión financiera.</li> <li>La regulación debe ser proporcional a las características, tipo y variedad de los servicios y consumidores financieros.</li> <li>Los proveedores de servicios financieros deben estar regulados y supervisados de manera apropiada, considerando los aspectos de diferentes sectores.</li> <li>Otros grupos de interés, como los gremios y comunidades de investigación, deben ser consultados en el momento de desarrollar políticas.</li> </ul>
El rol de los supervisores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deben existir organismos de supervisión (dedicados o no) explícitamente encargados de la protección al consumidor financiero, con responsabilidades y t s claras, independencia operacional, con suficiente poder, recursos y capacidades.</li> <li>Se debe promover la coordinación entre otros organismos de supervisión, nacionales e internacionales, teniendo en cuenta las transacciones transfronterizas.</li> </ul>
Trato equitativo y justo a los consumidores financieros	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los consumidores financieros deben ser tratados por igual y de manera justa, independientemente de la etapa en su relación con los proveedores de servicios financieros. El trato justo debe estar incorporado en la cultura corporativa de los proveedores de servicios financieros.</li> </ul>
Revelación de información y transparencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los proveedores de servicios financieros deben brindar suficiente información a los consumidores sobre los beneficios, riesgos, y términos de los productos en todas las etapas de la contratación.</li> <li>El material promocional debe ser preciso, honesto y claro, y no debe inducir a confusión. Se considera apropiado implementar estándares de pre contratación, como formatos, que faciliten la comparación entre diferentes productos financieros.</li> <li>La asesoría debe ser objetiva y adecuada según el perfil del consumidor financiero y la complejidad del producto financiero, los riesgos asociados, los objetivos y necesidades del consumidor, su experiencia, conocimientos y capacidades.</li> </ul>
Educación financiera y conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los actores deben proveer programas de educación financiera (reguladores, supervisores, bancos centrales, gremios, entre otros) y deben existir mecanismos que permitan a los consumidores acceder a información clara sobre el mercado, los productos que se ofrecen, y sobre sus derechos y deberes para profundizar su conocimiento, haciendo énfasis en la población vulnerable.</li> </ul>
Conductas de negocio responsables por parte de proveedores de servicios financieros y otros agentes autorizados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben tener como objetivo principal, trabajar por los intereses y el beneficio de los consumidores financieros.</li> <li>Deben tener en cuenta las capacidades del consumidor, su situación y necesidades para acceder a ofrecerles algún producto financiero.</li> <li>La remuneración de los empleados del proveedor de servicios debe promover conductas responsables, un trato justo a los consumidores y evitar conflictos de interés.</li> <li>Los proveedores de servicios deben ser responsables por las acciones de los agentes.</li> </ul>
Protección al consumidor contra el fraude y uso inapropiado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se debe proveer suficiente información e implementar mecanismos de seguridad que protejan los ahorros de los consumidores y eviten el fraude.</li> </ul>
Protección de información y datos de los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los datos personales y financieros deben almacenarse y procesarse adecuadamente, definiendo claramente los propósitos bajo los cuales la información será recolectada, procesada, almacenada y revelada. Se deberá informar al consumidor los términos de compartimiento de información.</li> </ul>
Atención de quejas y compensación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los países deben asegurar que existan suficientes instancias a las cuales los consumidores financieros pueden acudir para interponer y resolver quejas de manera asequible, independiente, justa, confiable, oportuna y eficiente.<sup>58</sup></li> </ul>
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se debe promover la competencia en los mercados para ofrecer una mayor diversidad de productos financieros competitivos, asequibles y de calidad.</li> </ul>

58. OECD (2013), Update Report on the work to support the implementation of the G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection.

### 3.1.1 Avances y actualidad de la protección al consumidor financiero en Colombia

Colombia tiene un marco regulatorio sólido en materia de protección al consumidor financiero, cuya expresión inicial fue mediante el artículo 78<sup>59</sup> de la Constitución Nacional y se desarrolla en distintas normas, donde el consumidor es especial protagonista. Este es el caso del Decreto-ley 663 de 1993 o Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, Ley 795 de 2003 mediante la cual se crea la figura del defensor del cliente, la Ley 964 de 2005 que regula el mercado de valores y la Ley 1266 de 2008 que se ocupa de regular el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial y de servicios.

Bajo esta misma línea, la Ley 1328 de 2009 se constituyó en un auténtico estatuto de protección al consumidor financiero, estableciendo obligaciones precisas para la industria articulando principios sólidos y consagrando derechos claros para los consumidores. La estructura normativa que el país ha desarrollado en materia de protección al consumidor financiero hasta el 2011, con la expedición de su estatuto general de protección al consumidor mediante la Ley 1480 de 2009, sigue siendo la misma hoy en día. Particular atención merecen los desarrollos logrados en materia institucional a través de las facultades jurisdiccionales otorgadas por la precitada ley 1480 de 2011 a la SFC, los cuales reflejan una madurez de la estructura normativa y en general del sistema de protección al consumidor que debe resaltarse.

Uno de los cuatro elementos establecidos por la Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas (ASBA)<sup>60</sup> para crear un sistema adecuado de protección al consumidor radica en que el arreglo institucional adoptado por un país sea eficiente en sus cometidos, es decir, que materialice y haga efectivos los derechos de los consumidores. Un ejemplo de eficiencia institucional ha sido la evolución de las facultades jurisdiccionales mediante las cuales la SFC, a solicitud de los consumidores, puede dictar una sentencia con carácter definitivo y con las facultades propias de un juez.

Estos pronunciamientos versan sobre los conflictos contractuales que se presentan entre los consumidores financieros y las entidades vigiladas, donde la SFC decide exclusivamente con fundamento en la ley y lo que se pruebe en el proceso.

#### 3.1.1.1 Facultades jurisdiccionales de la SFC

Desde la puesta en marcha de la Delegatura para Funciones Jurisdiccionales, la SFC ha realizado grandes esfuerzos para dotar al área con la infraestructura, herramientas y medios tecnológicos adecuados que garanticen a todos los consumidores del territorio nacional el acceso a los mecanismos creados por la Ley para la defensa de sus derechos, especialmente en aquellas pequeñas causas para las que fue creada la acción de protección al consumidor financiero a través de la Ley 1480 de 2011, herramientas y mecanismos que garantizaran el real acceso a la administración de justicia, en condiciones de igualdad y con observancia del debido proceso.

Fue por ello que, con apoyo en las disposiciones normativas que regulan su actividad, este área empezó a divulgar material didáctico e informativo sobre las funciones desempeñadas en materia de protección al consumidor, así como adoptar diversos mecanismos de publicidad de las decisiones adoptadas en curso de los procesos, y a emplear nuevas tecnologías de la información con la meta de llegar a todo el territorio nacional.

Con dicho objetivo, se capacitó el personal del Contact-Center, con el fin de brindar de primera mano la información mínima requerida a todos los consumidores financieros del territorio nacional, en igual

59. La ley regula el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

60. ASBA (2012), "Mejores prácticas y recomendaciones en materia de Protección al Consumidor Financiero".

sentido, funcionarios de la Dirección de Protección del Consumidor, adscritos al punto de contacto de la Superintendencia Financiera, recibieron la información, capacitación y material pertinente, para brindar al consumidor el acompañamiento en las pautas y condiciones para el ejercicio del derecho de acceso a la administración de justicia a través de la Delegatura para funciones jurisdiccionales.

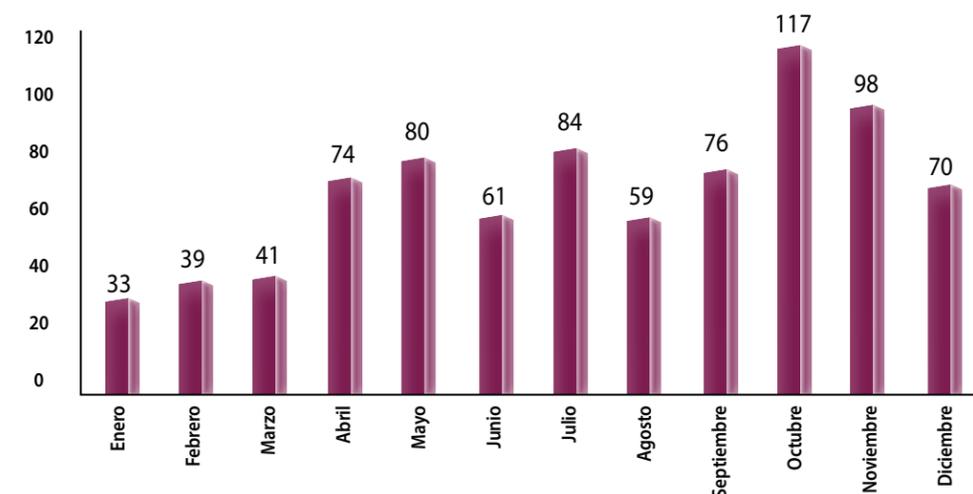
En efecto, y para su masificación, en la página web [www.superfinanciera.gov.co](http://www.superfinanciera.gov.co), se incluyó el material denominado "ABC de las funciones jurisdiccionales," en donde se exponen los elementos básicos que debe reunir una demanda de acción de protección al consumidor y el proceso que la misma surte al interior de la Delegatura para Funciones Jurisdiccionales, con el fin de mostrar de manera clara al consumidor, el paso a paso, del trámite que puede iniciar ante la Superintendencia para buscar el restablecimiento de sus derechos.

En igual sentido, se publicó en la página web de esta entidad un "modelo de demanda," que se constituye en una guía clara y práctica, para aquellos consumidores obrando en causa propia acuden a la Delegatura o sin la asesoría de un profesional del derecho. Sobre este punto, valga la pena señalar, que la información proporcionada al público se ha venido actualizando de manera constante, incluyendo además, la publicación ordenada y clasificada de la jurisprudencia desarrollada por este Despacho.

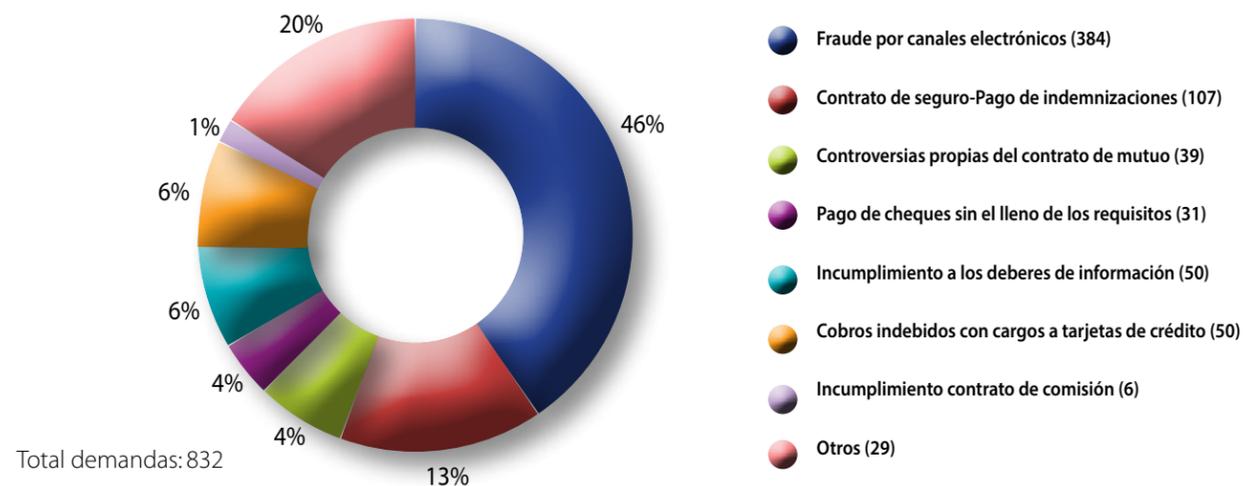
Admitida la demanda y para el adelantamiento de las audiencias propias del proceso judicial bajo el cual se adelanta la acción de protección al consumidor y el deber de comparecencia a las mismas, se implementó el uso de la tecnología, realizando este tipo de diligencias con la presencia virtual del consumidor, desarrollando al tiempo, mecanismos especializados para tal efecto, tal y como lo es el programa denominado "Scopia," a través del cual, con requerimientos tecnológicos mínimos, y de bajo costo, los usuarios pueden comparecer e interactuar como parte, de lo cual, queda un registro en los servidores de la entidad que garantizan la integridad y confidencialidad de la información recabada en las audiencias.

En materia de cifras, desde abril de 2012 hasta diciembre de 2013 se radicaron 1020 demandas. Solo en el 2013 se recibieron 852 demandas de las cuales 266 estaban en trámite y 566 ya se habían finalizado al corte del 31 de diciembre. De estas demandas 688 fueron de mínima cuantía (de menos de 40 SMMLV), lo que significa que las pequeñas causas de los consumidores financieros encontraron un trámite expedito y efectivo para su resolución.

**GRÁFICA 87. EVOLUCIÓN DE LAS DEMANDAS EN 2013 Y PRINCIPALES TEMAS**



Fuente: SFC Formatos 378 y 379



Fuente: SFC Formatos 378 y 379

Del total de demandas presentadas durante el año 2013, el 84.6% se concentró en establecimientos de crédito, aseguradoras e intermediarios de seguros. Por tema de demanda, los principales fueron fraude por canales electrónicos y pago de indemnizaciones de seguros, que representaron el 59%.

La gran mayoría de estas demandas se deben a fraudes de transacciones realizadas por medios de electrónicos (cajeros, internet, datáfonos, audio respuesta), y en 2013 constituyeron el 46.15% de las demandas presentadas. Para resolverlas se elaboran en los fallos líneas decisorias importantes para establecer la responsabilidad de las partes, lo cual ofrece una retroalimentación significativa para la industria cuando por ejemplo, no se toman acciones sobre ciertas transacciones que no se corresponden con los perfiles transaccionales de sus clientes o no se allegan las pruebas pertinentes que deberían estar en su poder frente a estos fraudes.

El efecto de estos fallos va más allá del sentido mismo de la decisión que si bien es el objetivo primario de las partes en una controversia, no es menos importante para éstas que obtener una decisión definitiva, expedita y argumentada por parte de una instancia que tenga el conocimiento técnico requerido para ello. Es decir, que se produzca una adecuada administración de justicia.

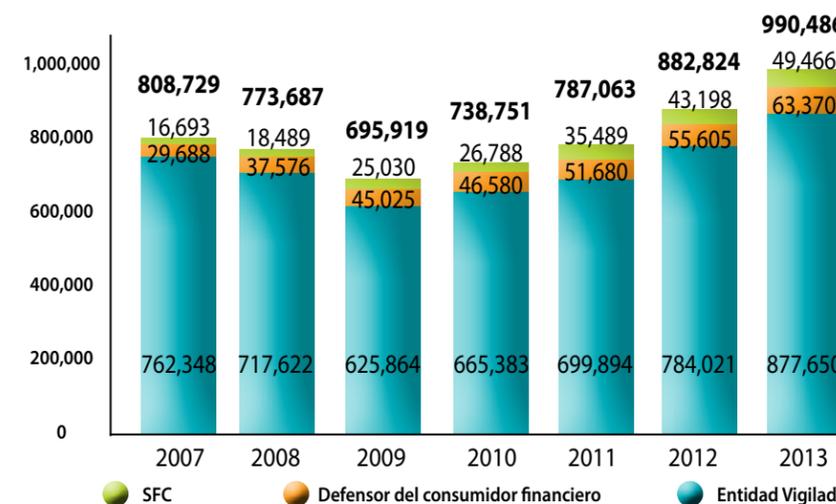
### 3.1.1.2 Atención de quejas y reclamos

Dentro de las instancias establecidas para que los consumidores financieros puedan dirigir sus solicitudes, quejas o reclamos, respecto de los productos o servicios prestados por una entidad vigilada esto es, las áreas de servicio al cliente de las entidades financieras, el Defensor del Consumidor Financiero (DCF), la SFC y los organismos de autorregulación<sup>61</sup>, los consumidores financieros siguen acudiendo prevalentemente ante las entidades vigiladas.

En efecto, si bien los consumidores financieros pueden radicar su queja de forma simultánea ante la entidad financiera y la SFC, el (88.6%) del total de reclamaciones se presentan ante las mismas entidades vigiladas lo cual se explica al considerar que al estar vinculados legal y contractualmente a sus consumidores las entidades financieras son la instancia natural para resolver efectivamente las reclamaciones de sus clientes. Lo anterior, se da no sólo porque cuentan con los antecedentes necesarios para dar una respuesta apropiada sino porque adicionalmente las reclamaciones se constituyen en un indicador importante para determinar sus oportunidades de mejora.

61. Cabe resaltar que el consumidor financiero cuenta con la posibilidad de radicar una misma queja de forma simultánea en los organismos mencionados.

GRÁFICA 88. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO TOTAL DE QUEJAS



En 2013 el total de quejas ascendió a 990,486, de las cuales el 88.6% fueron radicadas directamente en las entidades vigiladas, el 6.3% frente al defensor del consumidor financiero y el restante ante la SFC

Fuente: SFC Formatos 378 y 379

El Defensor del Consumidor Financiero continúa siendo la segunda instancia más usada por los consumidores para presentar sus reclamaciones. Los consumidores tienen a su disposición en la página Web de la SF cuya cartilla<sup>62</sup> donde pueden consultar las funciones, la competencia y el procedimiento establecido por la ley para la resolución de quejas por parte del defensor e igualmente se encuentra actualizada la información de todos los defensores<sup>63</sup>, donde se indica la entidad sobre la que actúa, y los datos de contacto para que los consumidores puedan presentar sus quejas y reclamos, o solicitudes de vocería.

Los consumidores igualmente pueden acudir al "Punto de Contacto" establecido en la SFC donde encontrarán una oficina de atención personalizada administrada por la Dirección de Protección al Consumidor Financiero de la misma entidad. Allí, se ofrece al usuario asesoría técnica y jurídica por parte de profesionales especializados frente a inquietudes y consultas del sistema financiero. En esta oficina, el consumidor financiero puede radicar quejas frente a las entidades vigiladas por la SFC<sup>64</sup> y, en algunos casos, si la naturaleza del asunto lo permite, se atienden eventos que revisten especial urgencia y tienen posibilidad de resolverse por medio del contacto directo con las áreas de servicio de las entidades. De igual manera, el público puede obtener información sobre el estado de su trámite, los datos del defensor del consumidor financiero y recibir diversos materiales informativos de su interés.

Otras formas de presentar una queja ante la SFC es vía fax, al correo electrónico [super@superfinanciera.gov.co](mailto:super@superfinanciera.gov.co) o través de la página de internet de la SFC en la opción "Formule su queja" ubicado en link de Quejas: (<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?!Servicio=Publicaciones&ITipo=publicaciones&IFuncion=loadContenidoPublicacion&id=60830>).

El incremento en las quejas entre 2009 y 2013, y de 12% en el último año, se ha venido dando en paralelo con la mejora de los mecanismos de recepción y atención de quejas en particular la mayor divulgación y acceso a la información por parte de los Consumidores. Es válido colegir que esta tendencia puede explicarse en razón al marco normativo establecido en la Ley 1328 de 2009 que ya se mencionó, y en otras normas como

62. La cartilla se puede descargar en el link: <https://www.superfinanciera.gov.co/descargas?com=institucional&name=pubFile1005970&downloadname=cartilladcf.pps&downloadname=cartilladcf.pps>  
 63. Esta información se encuentra disponible en el link: <http://bi.superfinanciera.gov.co/posiciones/reporte/ListadoDefensores.jsp>  
 64. La evaluación de las quejas por función está a cargo de las distintas Delegaturas Institucionales y de Riesgos de la SFC, según el tema de que se trate.

la Circular Externa 038 de 2011, la cual propició una mejora en la calidad de la información que las entidades deben suministrar a sus futuros clientes o usuarios.

El entorno normativo ha fortalecido características como la comparabilidad, suficiencia y oportunidad mejorando las herramientas para tomar decisiones informadas y hacer exigibles por parte de los consumidores financieros sus derechos. En este sentido, el incremento en la información disponible para los consumidores financieros, los mejores elementos de prevención y seguridad, y las medidas de control, propiciaron que entre 2007 y 2013 las causas más comunes de queja fueran modificándose consecuentemente.

Mientras que en 2008 el principal motivo de queja de los usuarios fue la no remisión de información al cliente, en 2013 la indebida atención al consumidor financiero y los inconvenientes con la liquidación o revisión de intereses y abonos a créditos fueron los que más causaron reclamaciones frente al sistema financiero. Cabe mencionar que la SFC consolida la información desagregándola en 95 motivos diferentes de queja tales como posibles fallas en los reportes de centrales de riesgo, vinculación fraudulenta, consignaciones erróneas, suplantaciones, incumplimientos contractuales, publicidad engañosa, entre otras.

La no remisión de información al cliente pasó de representar el 17.61% del total de quejas en 2007 a un 5% en 2013. De igual forma, un mayor conocimiento de los derechos y deberes por parte de los consumidores financieros puede explicar el aumento observado en las reclamaciones referentes a la indebida atención, que en 2013 llegó a ser el rubro con el mayor número de quejas (15% del total). Asimismo, la reducción progresiva de las quejas concernientes a las fallas en los cajeros automáticos de 12.92% a un bajo histórico del 6% sugiere relación con las medidas adoptadas en la seguridad y calidad para la realización de operaciones, criterios sobre los cuales la SFC ha establecido varias instrucciones como las adoptadas a través de la Circular Externa 022 de 2010.

**CUADRO 28. LOS 5 PRINCIPALES MOTIVOS DE QUEJA Y SU PARTICIPACIÓN EN EL TOTAL DE RECLAMACIONES POR AÑO**

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
No se remite información al cliente (17.61%)	No se remite información al cliente (15.16%)	Revisión y/o Liquidación (11.89%)	Revisión y/o Liquidación (12.55%)	Revisión y/o Liquidación (12.60%)	Revisión y/o Liquidación (13.03%)	Indebida atención al consumidor financiero (15%)
Fallas en cajero automático (12.92%)	Fallas en cajero automático (11.70%)	Cobro servicios y/o comisiones (11.18%)	Cobro servicios y/o comisiones (12.23%)	Indebida atención al consumidor financiero-servicio (12.28%)	Indebida atención al consumidor financiero-servicio (12.54%)	Revisión y/o liquidación (12%)
Revisión y/o Liquidación (11.90%)	Revisión y/o Liquidación (11.42%)	Fallas en cajero automático (10.88%)	Fallas en cajero automático (9.44%)	Cobro servicios y/o comisiones (10.99%)	Cobro servicios y/o comisiones (10.49%)	Cobro servicios y/o comisiones (10%)
Cobro servicios y/o comisiones (10.15%)	Cobro servicios y/o comisiones (10.75%)	No se remite información al cliente (9.60%)	Indebida atención al consumidor financiero-servicio (8.61%)	Fallas en cajero automático (8.58%)	Fallas en cajero automático (8.21%)	Aspectos contractuales (7%)
Indebida atención al consumidor financiero-servicio (8%)	Indebida atención al consumidor financiero-servicio (7.41%)	Indebida atención al consumidor financiero-servicio (8.20%)	No se remite información al cliente (7.71%)	No se remite información al cliente (8.33%)	Descuentos injustificados (7.59%)	Descuentos injustificados (7%)

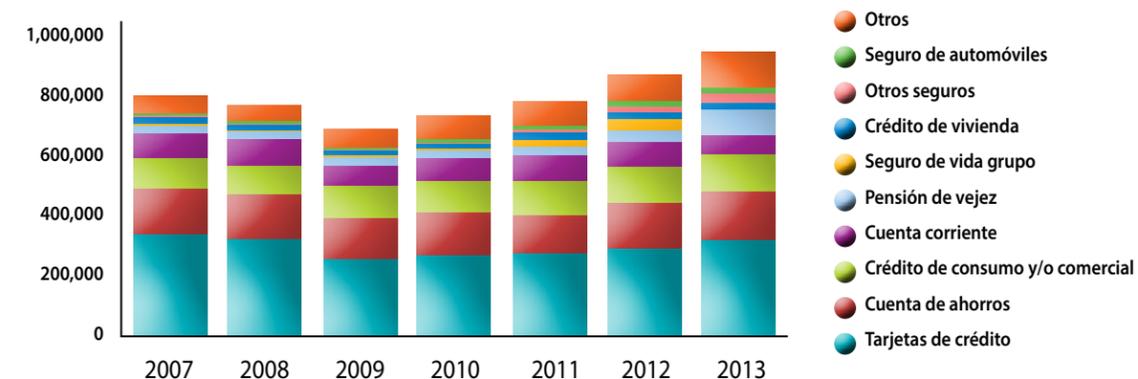
Fuente: SFC Formatos 378 y 379

En cuanto a las quejas por producto, del total de 990,486 consolidadas en 2013, la mayor proporción estuvo relacionada con las tarjetas de crédito (32.82%), seguidas por las cuentas de ahorro (16.61%) y los créditos de consumo y comerciales (12.5%). Las quejas recibidas durante este periodo fueron clasificadas en 61 diferentes tipos de productos, en los que en adición a los anteriormente mencionados se encuentran: las cuentas corrientes, las pensiones de vejez, los seguros de vida, de automóviles y de salud, las acciones, los Certificados de Depósito a Término (CDT) y las fiducias, entre otros.

De las reclamaciones por tarjetas de crédito, que en 2013 ascendieron a 325,165, el 16.7% correspondió a cobro de comisiones, el 15.61% a problemas en la revisión o liquidación en el pago de intereses y abonos, el 9.8% a falta de remisión de información al cliente, y 9.6% a aspectos contractuales (Incumplimiento y/o modificación del contrato). Cabe mencionar que entre 2009 y 2013 el número de quejas para este producto aumentó en 20.89%, mientras que durante el mismo periodo el número total de tarjetas de crédito en el mercado creció en 64.2%, al pasar de 7.58 millones a 11.79 millones.

Por su parte, para las cuentas de ahorro, la mayoría de las reclamaciones estuvieron asociadas a las fallas en los cajeros automáticos (25.01%) y en los descuentos injustificados (19.01%). Para los créditos de consumo y/o comercial y los créditos de vivienda, el principal motivo de queja obedeció a los procesos de revisión o liquidación en el pago de intereses y abonos sobre dichos créditos.

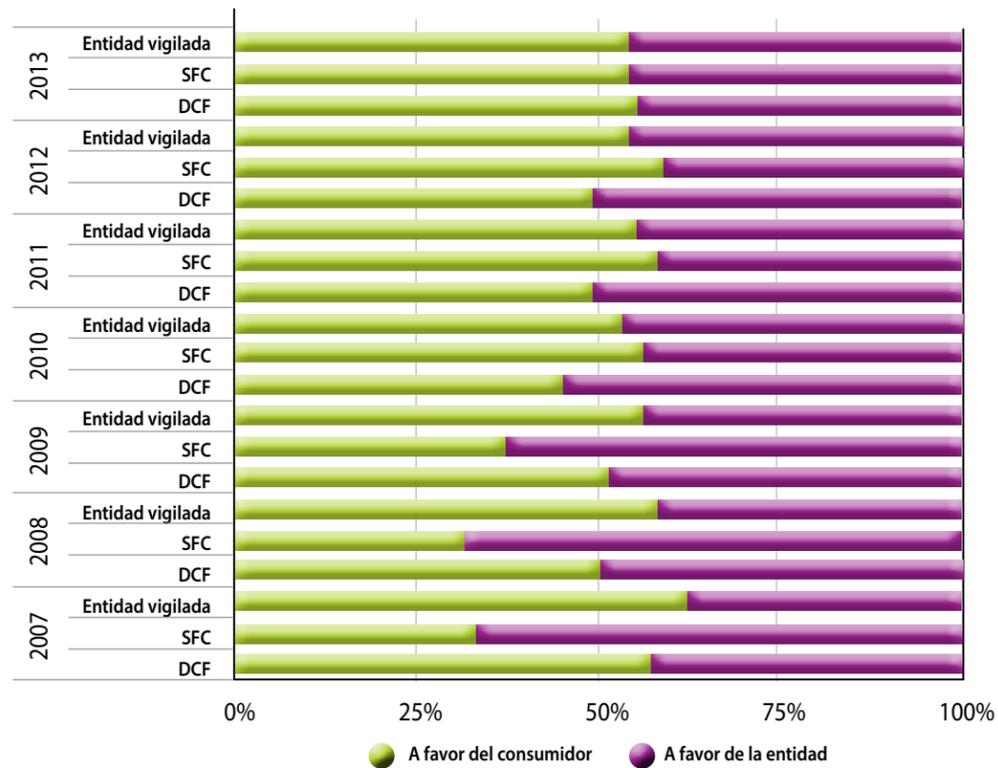
**GRÁFICA 89. NÚMERO TOTAL DE QUEJAS POR PRODUCTO**



Fuente: SFC Formatos 378 y 379

Al analizar la decisión de las quejas (a favor del consumidor o de la entidad vigilada) en cada una de las instancias de interposición de quejas y reclamos, se evidencia que a través de los años, en todas ellas la participación de las quejas resueltas a favor del consumidor o de la entidad vigilada se ha nivelado, obteniendo una participación similar particularmente en los últimos dos años. Frente a 2012, en 2013 los consumidores financieros encontraron una mayor proporción de respuestas favorables en el Defensor del Consumidor Financiero y una menor proporción en la SFC, pero manteniendo la tendencia que marca un poco más del 50% a favor del consumidor.

GRÁFICA 90. RESOLUCIÓN FINAL DE QUEJAS

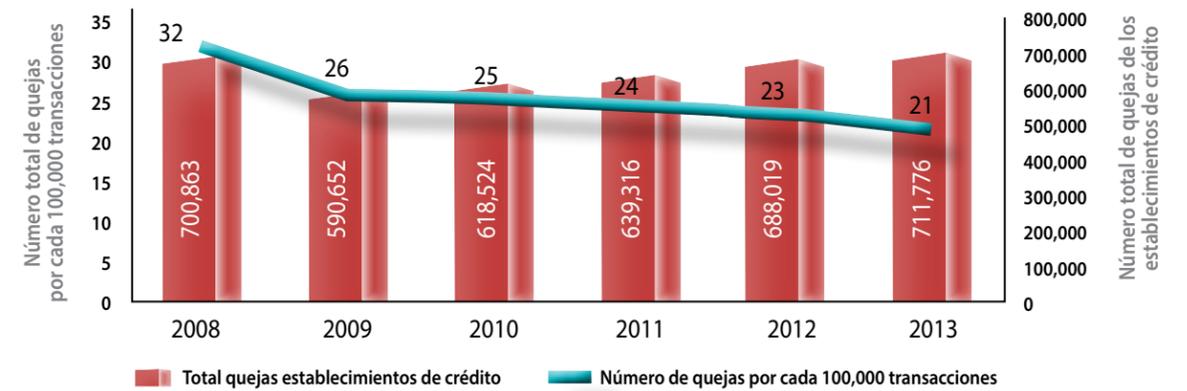


Fuente: SFC Formatos 378 y 379

Cuando se realiza una comparación entre el total de quejas y el número total de operaciones realizadas por los consumidores financieros a través de los distintos canales<sup>65</sup> ofrecidos por los establecimientos de crédito, se tiene que entre 2008 y 2013 la tasa de quejas por cada 100,000 transacciones se redujo. En 2013 se reportaron 21 quejas por cada 100,000 transacciones efectuadas en los establecimientos de crédito, disminuyendo frente a lo registrado en 2008 cuando se reportaron 32 reclamaciones por cada 100,000 operaciones. Durante este periodo, el número de quejas contra los establecimientos de crédito pasó de 700,863 en 2008 a 711,766 en 2013, mientras que el número de transacciones totales realizadas a través de oficinas, cajeros automáticos, puntos de pago, internet, entre otros canales<sup>65</sup>, aumentó en 66.56% al pasar de 2,214 millones a 3,322 millones entre 2008 y 2013.

65. Internet, oficinas, cajeros automáticos, datáfonos, audio respuesta, ACH, pagos automáticos, corresponsales bancarios y telefonía móvil.

GRÁFICA 91. NÚMERO DE QUEJAS POR CADA 100,000 ADULTOS Y NÚMERO DE TRANSACCIONES



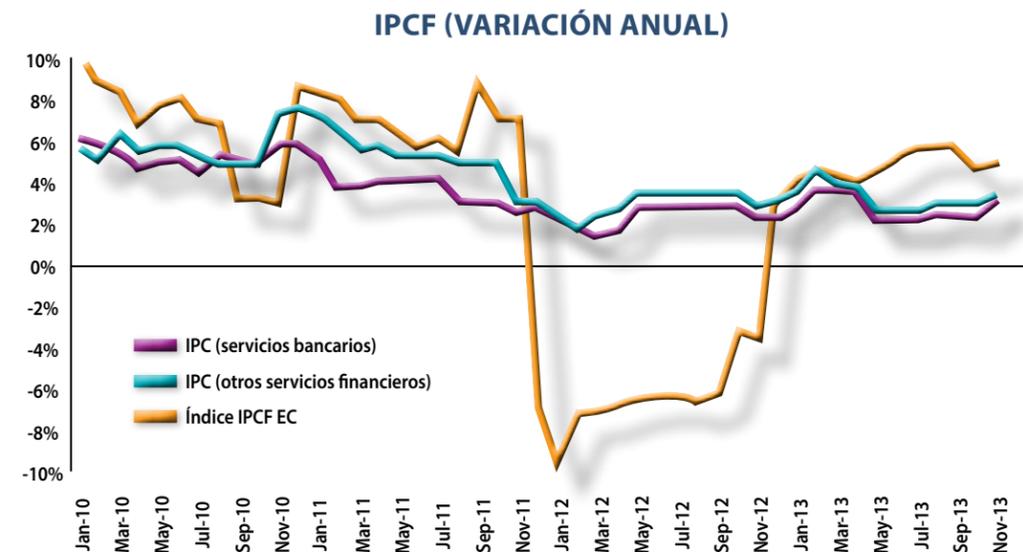
En 2013, los clientes de los establecimientos de crédito realizaron 3,322 millones de transacciones, mientras que en igual periodo se contabilizaron un total de 711,776 mil quejas.

Fuente: SFC Formatos 378 y 379

Tarifas de servicios financieros

A pesar de haber disminuido durante la mitad del 2012, en 2013 el IPCF comenzó nuevamente a mostrar crecimientos positivos, oscilando entre 4% y 6% y ubicándose por encima del crecimiento del Índice de Precios al Consumidor (IPC) de servicios bancarios y de otros servicios financieros.

GRÁFICA 92. ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR FINANCIERO



Después de un marcado descenso a finales de 2011, la tendencia del IPCF para establecimientos de crédito ha sido ascendente, respondiendo a factores de mercado.

Fuente: SFC Formatos 378 y 379

### 3.2 EDUCACIÓN FINANCIERA: EXPERIENCIA DE ENTIDADES PÚBLICAS

El siguiente cuadro resume los esfuerzos que han realizado diversas entidades del sector público en materia de educación financiera. No obstante, se resalta que el sector privado también ha liderado esfuerzos muy importantes en este frente. Es así como instituciones del sector privado (bancos, cooperativas y ONG) y gremios como Asobancaria y Fasesolda han adelantado gestiones y programas dirigidos a mejorar los conocimientos financieros de la población, incluidos usuarios potenciales y reales del sistema financiero.

#### BANCA DE LAS OPORTUNIDADES (BDO)

PAPEL DESEMPEÑADO	PROGRAMAS DESARROLLADOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejecutor de la política de inclusión financiera del Gobierno Nacional.</li> <li>Ha capacitado aproximadamente a 350 mil personas de manera presencial, promoviendo conocimientos, habilidades, actitudes y conductas en la población de menores ingresos.</li> <li>Uno de los objetivos es buscar que las capacidades financieras logren la generación de cultura financiera entre la población de menores ingresos. Esta puede transformar el futuro de los capacitados, el de sus familias y el de sus comunidades.</li> <li>Inició esta labor en 2007 a través de Microfinance Opportunities, para que prestara asistencia técnica e introducir en Colombia la metodología vivencial de aprender haciendo. Esto le ha permitido realizar transferencias de metodología con contenidos especializados a población adulta vulnerable; liderar un programa piloto de promoción de la cultura de ahorro y su correspondiente evaluación de impacto; crear el programa "El Camino a la Prosperidad", implementar una estrategia de educación financiera territorial e incursionar en metodologías no presenciales.</li> </ul>	<p><b>1. Transferencias de metodología con contenidos especializados a población adulta vulnerable:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación para capacitadores, dejando una capacidad instalada aproximadamente a 100 aliados estratégicos en todas las regiones, incluidos los principales actores de la industria microcrediticia.</li> <li>El efecto réplica ha permitido fortalecer los programas de educación financiera de estas entidades, reentrenar a sus formadores y a sus asesores comerciales y a cerca de 170 mil colombianos de menores ingresos.</li> </ul> <p><b>2. Programa piloto de promoción de la cultura de ahorro:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>30 mil capacitados, en su gran mayoría mujeres cabeza de hogar, beneficiarias del Programa "Más Mujeres en Acción"</li> <li>El piloto se ejecutó en 12 municipios de 10 Departamentos.</li> <li>Creación de alianzas con diversas entidades: Departamento para la Prosperidad Social - DPS, Agencia Nacional para la Superación de la pobreza Extrema - ANSPE, SENA, Fasesolda y ASOBANCARIA.</li> </ul> <p><b>3. El Camino a la Prosperidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contó con un equipo de expertos nacionales y extranjeros.</li> <li>A través de talleres de cuatro (4) módulos: i) presupuesto (organice sus cuentas); ii) ahorro (prepárese para el futuro); iii) endeudamiento (maneje su deuda) y iv) seguros (como afrontar situaciones de crisis), más un componente transversal que promueve la redefinición del proyecto de vida de los participantes.</li> <li>Se diseñó la cartilla gráfica para cada uno de los capacitados, con los cuatro módulos mencionados más un módulo básico sobre protección al consumidor financiero.</li> <li>Maneja dos tipos de talleres. Uno dirigido a la población objetivo de Bdo, con una duración de cuatro horas dictadas en una sola sesión. El segundo corresponde a la capacitación para capacitadores dirigido a entrenar a líderes que tengan la vocación de formadores, tienen una duración de dieciocho horas dictadas en dos días consecutivos.</li> <li>Este programa es supervisado y monitoreado por Bdo.</li> </ul> <p><b>4. Estrategia de educación financiera territorial:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>A través del Programa "El Camino a la Prosperidad".</li> <li>A abril de 2014 cerca de 5,000 personas se han capacitado en 14 municipios.</li> <li>El efecto réplica en la estrategia de educación financiera territorial permitirá llegar a más de 10,000 personas adicionales solo en 2014.</li> </ol> <p><b>5. Metodologías no presenciales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Educación financiera a través de medios masivos y alternativos de comunicación:</b> A iniciarse II semestre de 2014. Para beneficiar a cerca de 800 mil personas de 70 municipios de Colombia. Se usarán medios masivos como radio, televisión y medios alternativos como teatro y reuniones de encuentro con la población a intervenir.</li> <li><b>Curso virtual e-Learning - El Desafío a la Prosperidad:</b> A abril 2014 se encuentra en ejecución en Bogotá un piloto para 500 estudiantes de secundaria de colegios de estrato 1, 2 y 3. Es un curso virtual de 8 horas compuesto por cinco módulos: presupuesto, ahorro, endeudamiento, seguros y protección al consumidor financiero.</li> <li><b>Aulas Móviles:</b> Bdo transfirió su metodología y contenidos al SENA para beneficiar a la población vulnerable que asiste al aula móvil (Proyecto conjunto con el SENA y el Banco de Bogotá). En 2013 se capacitaron cerca de 2 mil personas de Red Unidos, y en 2014 se espera capacitar a 4 mil más en 90 municipios.</li> </ul>

#### FOGAFIN

PAPEL DESEMPEÑADO	PROGRAMAS DESARROLLADOS
<p>Desarrolló en febrero de 2013 la página <a href="http://www.pesospensados.com">www.pesospensados.com</a>. En este sitio, los usuarios cuentan con herramientas interactivas y con información clara relacionada con el uso eficiente del dinero y las ventajas del ahorro.</p>	<p><b>1. Pesos pensados:</b> En <a href="http://www.pesospensados.com">www.pesospensados.com</a> los ciudadanos encuentran recomendaciones para iniciar su plan de ahorros, a partir de la creación de un presupuesto personal y del establecimiento de metas financieras. El sitio Web tiene cuatro secciones: i) "Ahorro", donde se encuentran consejos para empezar a ahorrar y se describen los mecanismos formales de ahorro ofrecidos en el sistema financiero; ii) "Seguro de Depósitos", la cual contiene información relacionada con las características y beneficios de este seguro administrado por Fogafin; iii) "Niños", sección dedicada a esta audiencia donde, de manera didáctica, se explican los beneficios del ahorro; y, iv) "Herramientas", donde los usuarios encuentran aplicaciones como el planeador de presupuesto, una plantilla para la definición de metas financieras, una calculadora que indica el rendimiento de los ahorros depositados en un producto financiero y un test de actitud frente al ahorro. De acuerdo con las estadísticas reportadas por la herramienta <i>Google Analytics</i> desde el lanzamiento de esta página Web se han recibido 13.741 visitas.</p>

#### BANCO DE LA REPÚBLICA

PAPEL DESEMPEÑADO	PROGRAMAS DESARROLLADOS
<p>Banrep Educa es el nombre del programa de Educación económica y financiera del Banco de la República el cual tiene el propósito de fortalecer y divulgar las funciones del Banco, así como afianzar a la población en temas de economía y de finanzas básicas en diversas audiencias.</p>	<p><b>1. Exhibición monetaria interactiva (EMI):</b> La EMI es una sala didáctica que permite que sus visitantes aprendan a través del juego sobre temas relacionados con el dinero, la inflación, el sistema económico, la política monetaria, así como la historia, las funciones y las atribuciones del emisor.</p> <p><b>2. Concurso de la banca escolar a la banca central:</b> Es un concurso nacional de ensayo corto dirigido a jóvenes colombianos de los grados 10, 11 y 12. Este concurso que actualmente se encuentra en su octava versión, convoca a los estudiantes, para que desde una perspectiva personal y cotidiana, analicen un tema económico específico que el banco propone.</p> <p><b>3. Taller de ahorro para niños:</b> Desde 2012, el banco ofrece el taller de ahorro denominado: "una alcancía para alcanzar mis sueños", dirigido a niños entre seis y doce años de edad. El objetivo de la actividad es brindar herramientas teóricas y prácticas que les permitan a los niños explorar diferentes formas de ahorro y reflexionar sobre la importancia de realizar un plan de ahorro para alcanzar las metas.</p> <p><b>4. Apoyo a proyectos de otras instituciones:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Finanzas para el cambio:</b> Desde 2008 el banco de la república, ha venido apoyando el desarrollo del programa <i>finanzas para el cambio</i> de la fundación dividiendo por Colombia y financiado por la fundación Citibank. Este proyecto está dirigido a maestros de secundaria en colegios públicos de Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. En estas capacitaciones se explican los conceptos básicos de economía, herramientas de finanzas personales y economía.</li> <li><b>Concurso nacional de ponencias "Jesús Antonio Bejarano" de Fenadeco:</b> Desde el año 2008, el emisor ha venido apoyando a la federación nacional de estudiantes de economía (Fenadeco) con la realización del concurso nacional de ponencias "Jesús Antonio Bejarano", en el que participan las facultades de economía del país.</li> <li><b>Concurso Académico Nacional de Economía (CANE) de la Universidad del Rosario:</b> El CANE es una iniciativa del consejo estudiantil de la facultad de economía de la universidad del rosario, en el cual se invita a participar a un equipo de estudiantes por cada facultad de economía del país a un concurso de preguntas sobre macroeconomía, microeconomía, historia del pensamiento económico y econometría. Desde 2009, el banco apoya esta iniciativa premiando a los tres equipos finalistas.</li> </ol>

**SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA (SFC)**

PAPEL DESEMPEÑADO	PROGRAMAS DESARROLLADOS
<p>Programa de Educación e Información: <b>“Canales de difusión, sembrando cultura para la prevención”</b>. Este programa busca llegar a la población colombiana través de medios de comunicación y alianzas estratégicas entre entidades para brindar información y educación a los consumidores financieros.</p>	<p><b>1. Programas desarrollados en alianza con otras instituciones:</b></p> <p>a. A través de la Dirección de Protección al Consumidor Financiero, la Superintendencia participa en los espacios educativos, en conjunto con otras entidades, para generar y entregar a los consumidores financieros herramientas que fomenten el aprendizaje a través de tales charlas educativas, talleres, cursos virtuales en alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), foros virtuales, distribución de material educativo como afiches, tarjetas, cartillas y volantes e incluso juegos didácticos.</p> <p>b. Actualmente el SENA ofrece el curso virtual cuyos contenidos son desarrollados de manera conjunta bajo el liderazgo de la Superintendencia Financiera de Colombia con el nombre de <b>“Suministro de información y asesoría para el consumidor financiero”</b>. A través de éste se brinda información sobre los productos básicos del sector financiero, los derechos del consumidor financiero y cómo ejercerlos, cómo adquirir un producto financiero, cómo elaborar un presupuesto y cuál es la estructura básica del mercado de valores, todo presentado en un formato amigable y pedagógico.</p> <p>c. Se inició un trabajo conjunto con el Centro de Servicios Financieros del SENA para la formación financiera, dirigido a 108 colegios públicos y privados de Bogotá, utilizando material impreso de la misma SFC. El objetivo es promover la educación financiera desde la primera educación tal y como lo recomienda la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).</p> <p>d. La SFC publica permanentemente en su página de internet información relevante para los consumidores y pone a disposición de los mismos herramientas actualizadas que permiten la comparación entre diferentes productos financieros como el <b>portal de tarifas comparativo</b>, información sobre tasas de interés, conceptos, recomendaciones para evitar que los consumidores sean engañados por captadores ilegales, derechos y deberes de los consumidores financieros e instancias a las cuales los consumidores financieros pueden acudir para interponer quejas o reclamos.</p> <p>e. Finalmente, con el apoyo del Banco de Desarrollo de América Latina – CAF, la SFC contrató una consultoría que hará un diagnóstico de la experiencia de las entidades vigiladas por la SFC en la implementación de programas de educación financiera para adultos, jóvenes y niños, de acuerdo con los productos y/o servicios que ofrecen. Como resultado se pretende diseñar una metodología de supervisión a los programas de educación financiera e información relacionada con tales programas, y se propondrán lineamientos de estándares o guías de mejores prácticas para el desarrollo de las iniciativas de educación financiera implementados por la industria.</p> <p>f. <b>SUPERFINANZAS</b> es un material pedagógico, lúdico y de fácil comprensión, desarrollado por la propia SFC, para brindar educación financiera a niños y adultos. Contiene definiciones, características y temas relacionados con el sector financiero y el mercado público de valores. Ofrece herramientas de planeación, ahorro e inversión, e incluye información sobre derechos y obligaciones del consumidor financiero, deberes de las vigiladas, tarifas, mecanismos de protección y recomendaciones para evitar suplantaciones y engaños. Está disponible en forma física o digital a través de la página web de la SFC: <a href="http://www.superfinanciera.gov.co">www.superfinanciera.gov.co</a>.</p>



## CAPITULO 4:



## PRINCIPALES RETOS DE INCLUSIÓN FINANCIERA

### OPINIÓN DE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS

Superintendencia Financiera  
Gerardo Hernandez Correa  
Superintendente Financiero de Colombia

- Lograr que el crecimiento económico, se traduzca en bienestar social para toda la población.
- Generar un balance entre la innovación y oferta de productos y servicios financieros en el mercado, que no conlleven a la asunción de riesgos que puedan desestabilizar el sistema financiero, y que a la vez satisfagan los intereses y necesidades de los consumidores.
- Entender las verdaderas necesidades de la población a través de la “Encuesta de Demanda” que estamos implementando en conjunto con la Banca de las Oportunidades.
- Acompañar la innovación subsanando las fallas de mercado que los nuevos productos financieros puedan generar. Desde la oferta: i) emitir regulación que dé lugar a la implementación de nuevas tecnologías y que promueva la competencia en el mercado y ii) asegurarse que exista más y mejor información sobre ellos en el mercado. Desde la demanda: i) proteger a los consumidores financieros en la solución de controversias, ii) empoderarlos (incluyendo a la población no bancarizada) con conocimientos suficientes para tomar decisiones al relacionarse o incluirse en el sistema.
- Mantener la confianza del consumidor en el sistema financiero a través de mecanismos efectivos de protección.
- Promover la articulación que facilite, que todos los actores involucrados, participen coordinadamente en el diseño e implementación de integral de la política de inclusión financiera definida por el Estado.
- Impulsar la inclusión sostenible a través de los seguros (microseguros) para lo cual se está trabajando en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo, la Iniciativa de Acceso a Seguros (A2ii) y Banca de las Oportunidades, para la identificación de las necesidades de regulación y supervisión.

**Banca de las Oportunidades**  
*Juliana Álvarez Gallego*  
**Directora**

- Mayor conocimiento de las necesidades y características del consumidor de productos financieros. A fin de promover nuevos mecanismos que fomenten el uso y la calidad de los mismos.
- Promoción del uso: i) fomento a las transacciones electrónicas, banca móvil, corresponsales bancarios y disminución del uso de efectivo; ii) diseño de incentivos para la formalización de los comercios y garantizar las condiciones para impulsar el comercio electrónico.
- Mejorar los niveles de educación financiera: i) Conocimientos sobre el manejo y uso del dinero, ii) conocimiento sobre la oferta de productos y servicios; y sus características, y, iii) Conocimiento de las medidas de protección al consumidor.
- Recuperar la confianza del consumidor en el sector a través de un buen servicio de al cliente, mejores tarifas y servicios; y facilidad en el acceso y la seguridad.
- Evidenciar el potencial del mercado para aseguradoras y otros oferente que permita facilitar el acceso y el uso de microseguros.
- Desarrollo de innovaciones tecnológicas, metodológicas y modelos de negocio que permitan reducir costos.
- Fomento al ahorro: i) dar herramientas a la población para planificar, estimule la disciplina y entender la importancia del ahorro, ii) incluir la promoción del ahorro dentro de los incentivos a la fuerza comercial de las entidades.
- Enfoque rural: i) entender y conocer las necesidades de la población rural y fomentar el desarrollo de nuevos productos, ii) fomentar el microcrédito rural.

**ASOBANCARIA**  
*María Mercedes Cuellar*  
**Presidente**

- Eliminación de las distorsiones estructurales que inhiben el desarrollo óptimo del sistema: i) topes a la tasa de interés, ii) inversiones forzosas para canalizar fondos al sector agropecuario y iii) el gravamen a los movimientos financieros.
- En cuanto a acceso a cuentas y servicios transaccionales el reto es acercar aún más el sistema a las personas ubicadas en zonas alejadas, rurales y urbanas, aprovechando el potencial que ofrecen los CB y la banca móvil.
- Para el caso de los CB, es fundamental llegar a centros poblacionales no municipalizados, permitirles la vinculación directa de clientes a productos del activo, del pasivo y microseguros e impulsar acuerdos entre el Banco Agrario y la banca privada que permitan reducir los costos de transporte de efectivo en las zonas más alejadas.
- Para el caso de banca móvil se destacan las recientes decisiones de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones en busca de generar reglas de juego claras y sostenibles para el desarrollo de estos servicios. No obstante, aún está pendiente avanzar en la interoperabilidad de las plataformas, pactar niveles de servicio entre los operadores móviles, las redes de pago de bajo valor y los bancos. Igualmente explorar condiciones para facilitar el pago revertido de datos, que permita a los bancos pagar a las TELCO por los datos consumidos por sus clientes en las transacciones cuando estos no tengan planes de datos.
- Promover los medios de pago electrónicos. Los bancos: agilizando los procesos de vinculación de nuevos establecimientos y gestionando efectivamente los riesgos de seguridad. El gobierno: diseñando incentivos a los comercios para su formalización y garantizando las condiciones para la reversión de pagos, de manera que se impulse el comercio electrónico.
- Crédito de las personas naturales: i) garantizar que todas las entidades que prestan crédito (vigiladas o no) reporten a las centrales de riesgo; ii) simplificar el trámite para otorgamiento de créditos de bajo monto y certificar una tasa que remunere ese riesgo; y iii) aprovechar la información disponible acerca de los hábitos transaccionales y de consumo de las personas, mediante una autorización para acceder a bases de datos de pagos de seguridad social, compras en canales minoristas, pago de servicios públicos, entre otras.
- Crédito de las Pymes: i) acompañar la regulación de la Ley de garantías mobiliarias (ley 1676 de 2013) y del factoring; ii) fortalecer la información acerca de las Pymes: reglamentación del volumen de ventas brutas anuales y seguimiento a la evolución del crédito a través de la Superfinanciera generando una recolección de información particular sobre este segmento.
- Financiamiento en el sector agropecuario: i) superar las distorsiones causadas por las inversiones forzosas (TDA), ii) los topes a la tasa de interés, iii) los continuos programas de condonación o reestructuración de deudas y iv) crear y masificar seguros e instrumentos de cobertura que permitan gestionar eficientemente los complejos riesgos asociados con el sector.
- Educación financiera: i) implementar el programa de educación económica y financiera en todas las instituciones educativas a nivel nacional y ii) Impulsar el diseño y divulgación de herramientas que contribuyan a la generación de capacidades del consumidor financiero.

**Superintendencia de la Economía Solidaria**  
*Olga Lucía Londoño Herrera*  
**Superintendente de la Economía Solidaria**

- Aumentar la presencia del sector solidario en municipios rurales generalmente desatendidos por el sector financiero tradicional, implementando metodologías apropiadas en microcrédito para proyectos agrícolas e industriales y microahorro.
- Fortalecer institucionalmente a las Cooperativas de Ahorro y Crédito ubicadas en regiones apartadas del País, con el fin diversificar la gama de servicios ofrecidos a sus asociados, a través del fortalecimiento en la gestión contable, sistema de información gerencial, estrategias comerciales y gobernabilidad, todo con el apoyo de Banca de las Oportunidades.
- Fomentar el modelo que promueven algunas cooperativas para llegar a la población de bajos ingresos con niveles significativos de pobreza; implementando atención personalizada de recaudo y asesoría, tasas favorables sobre los ahorros y en muchos casos exención del cobro de 4x1,000, eliminar los costos generados por concepto de extractos, consulta de saldos, consignaciones y retiros, entre otros.

**CIFIN S.A.**  
*Ketty Valbuena Yamhure*  
**Presidente**

- Educación Financiera, esencial para promover la movilidad social y reducir la pobreza a través de un mejor manejo de las finanzas personales. Hasta ahora no se ha evidenciado su impacto sobre el uso generalizado de servicios financieros, sobre la movilidad social y el bienestar de la población.
- Canales de Inclusión, que aluden a los mecanismos requeridos para generar una vinculación efectiva de la población objetivo (en condiciones de pobreza, marginalidad o vulnerabilidad) al proceso de inclusión, entre los que han sobresalido, medios electrónicos de pago, dispositivos móviles, corresponsales no bancarios y algunos procesos basados en redes sociales.
- Entorno entendido como la infraestructura (que integra las instituciones a los productos y canales), regulación (para permitir la creación de un mercado) e incentivos (que conlleven a su consolidación).
- Los productos, canales y entorno que han sido hasta ahora diseñados para promover la inclusión, parecen tener un carácter transitorio y un impacto marginal sobre los hábitos de ahorro, consumo e inversión de la población objetivo. El componente de sostenibilidad (desde la demanda), constituye uno de los retos de la inclusión financiera que deben ser planteados dentro de la política pública.





## CONCLUSIONES

**La evolución reciente de la cobertura de los servicios financieros a nivel geográfico ha sido contundente.** En seis años se pasó de tener 57 municipios sin presencia alguna de instituciones financieras (2008) a tener únicamente un municipio en tales circunstancias (2013), con población de menos de 1,000 adultos. Esto significa que el 99.9% del territorio nacional (medido en número de municipios y número de adultos) cuenta con la presencia de algún tipo de institución financiera.

**En los dos últimos años, el número de PdC prácticamente se duplicó, creciendo a tasas promedio de 33% y 35%, respectivamente,** así las posibilidades de la población colombiana de acceder a los diversos productos y servicios financieros se han fortalecido.

**Del conjunto de PdC analizados, oficinas y ATM, que requieren las mayores inversiones de capital para su montaje, registran los menores crecimientos.** No obstante, el número de oficinas aumentó de forma importante en el último año (1,114), mientras que en el período 2008 – 2011 dicho aumento fue de 297.

**A diciembre de 2013, hay 362,670 puntos de contacto (PdC), concentrados en POS y CB.** Por su mayor número y su dinámico crecimiento, estos dos canales tienen el mayor impacto en la evolución del total de PdC.

**La dinámica reciente de los POS (datáfonos) se explica en parte porque en 2013 se vincularon a la Red Credibanco algunas redes aliadas que implicaron la puesta en operación de 50,000 POS adicionales** al servicio de los bancos. Sin embargo, estos nuevos POS no están habilitados para recibir operaciones con tarjeta, sino que están orientados a ofrecer operaciones como retiros sin tarjetas a través de un OTP (One Time Password) que es un mecanismo de autenticación y que funciona a través de un token.

**La dinámica de los CB ha estado influenciada por su notorio incremento en los bancos Agrario, Davivienda<sup>66</sup>, BCSC y BBVA,** así como de algunas CF, donde sobresale Giros y Finanzas, esta última ha buscado fortalecer su negocio de giros a través de CB. En el caso específico de las CF dicho incremento

66. En estos bancos el comportamiento de los CB ha estado influenciado por la ampliación del Programa del Gobierno de transferencias condicionadas "Más Familias en Acción", así como por los incentivos económicos ofrecidos por el Gobierno a través de Bdo para promover su apertura

implicó un cambio en la forma tradicional de llegada a sus clientes, que antes era fundamentalmente a través de oficina.

**La mayor parte de PdC, incluyendo las oficinas, pertenece a los bancos (97%) y están localizadas en municipios con más de 100,000 habitantes (que agrupan el 62% de la población) y en zonas urbanas.** Sin embargo, el mayor incremento de los bancos privados en CB se realizó en municipios con menos de 10,000 habitantes, lo que compensa en parte su menor presencia en este tipo de municipios.

**En contraste, las oficinas del banco público se concentran en municipios con menos de 100,000 habitantes** por su naturaleza como promotor del financiamiento al sector agropecuario. Por lo anterior, los indicadores por 10,000 habitantes y por 1,000 Km<sup>2</sup> mejoran en el período y guardan la misma tendencia descrita atrás.

**El análisis por municipio permite identificar que aquellos con población entre 10,001 y 50,000 habitantes (que son el 50% del territorio) y tienen el 23% de la población, presentan los más bajos indicadores por cada 10,000 adultos y por cada 1,000 Km<sup>2</sup>,** inferiores incluso al nivel observado en los municipios menos poblados y alrededor de la mitad del nivel observado en los municipios con más de 100,000 habitantes.

**Por otra parte, el 42% de los municipios con presencia exclusiva de oficinas, tienen menos de 10,000 habitantes,** mientras que, el 70% de los municipios con presencia exclusiva de CB pertenecen a este segmento poblacional.

A pesar del dinamismo mostrado por los CB para facilitar el acceso, en el mes de diciembre de 2013, alrededor del 40% del total no registraron transacciones. Esta situación amerita la revisión de la estrategia de negocios de cada entidad y se explica por diferentes factores como: i) La limitada oferta de servicios de algunos CB, los cuales compiten con otros PdC cercanos como oficinas y ATM, en los cuales se puede realizar una mayor diversidad de transacciones. ii) el modelo de negocio y mercado objetivo de cada entidad financiera, y iii) la baja demanda de servicios financieros en algunos municipios, asociada a la baja densidad poblacional y a la falta de conocimiento de la población con respecto a los servicios y beneficios que ofrece este canal.

**Cada institución financiera define el modelo de corresponsalía que desea y en consecuencia el tipo de transacciones permitidas a través de sus CB. No obstante, en algunos casos la baja flexibilidad del CB está condiciona por limitaciones en la infraestructura tecnológica requerida para su operación, así como por el modelo de corresponsalía definido en Colombia** que funciona a través de líneas de crédito concedidas a los agentes que operan como CB, que conlleva a que para prestar sus servicios no se superen los topes definidos por las instituciones financieras. En ocasiones estos cupos de crédito son muy pequeños que obligan al CB a depositar los dineros (una vez alcanzado el límite) en la sucursal más cercana de la entidad que representan. Este último factor introduce una limitación adicional relacionada con el transporte de efectivo y los riesgos asociados que son asumidos por los CB.

**Todas estas limitaciones ameritan una juiciosa revisión por parte de los actores involucrados,** a fin de adoptar los ajustes correspondientes y poder potencializar el uso de los canales de bajo costo ya implementados en Colombia, y de este modo seguir fortaleciendo el proceso de inclusión financiera.

**La cobertura a través de oficinas por cada 10,000 adultos, sitúa a Perú y Brasil como los países líderes, con indicadores de 69.7 y 47.3, respectivamente.** Colombia con 15 oficinas por cada 10,000 adultos, se encuentra dentro del promedio de América Latina y el Caribe y similar a países como México, y por encima del conjunto de países de ingreso medio.

**Brasil es el líder en cobertura a través de CB, con un nivel de 119 CB por cada 10,000 adultos.** Colombia tiene un indicador de 36 CB por cada 10,000 adultos, similar a Perú y América Latina y el Caribe, y nuevamente por encima del conjunto de países de ingreso medio.

**El uso de oficinas está siendo reemplazado por otro tipo de canales no presenciales como el internet y la banca móvil.** En 2013 las oficinas continuaron siendo el canal que moviliza un mayor volumen en términos de monto y el segundo en número de operaciones si se compara con los demás canales.

**El uso del canal internet ha sido uno de los canales de mayor crecimiento durante los últimos años, demostrando la importancia de que los servicios financieros utilicen el desarrollo de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC),** con canales de fácil acceso como el internet y la bancamóvil, que a su vez promuevan el uso de productos y servicios financieros por parte de la población en toda la geografía nacional.

**Los flujos de remesas continúan con valores inferiores a los registrados antes de la crisis de 2009, y los costos de envío han disminuido.** Las remesas no han terminado de recuperarse completamente pese a haber aumentado frente al año 2012, particularmente hacia países latinoamericanos quienes reciben el mayor volumen de remesas de países europeos como España e Italia. De otra parte, los costos de envío de remesas mostraron reducciones en la gran mayoría de destinos estudiados, factor determinante en el uso de servicios transaccionales para el envío y recibo de remesas a través del sistema financiero formal.

**Los recursos de remesas aún no permanecen lo suficiente en el sistema financiero.** El pago de remesas a los receptores en Colombia a través de abono en cuenta sigue siendo bastante inferior (con 23.9% del total de giros) a los que se pagan directamente en ventanilla (76.1% del total de giros). Esto demuestra que todavía hay un camino por recorrer para que los giros canalizados a través de sistema financiero formal permanezcan en el sistema, fomenten el ahorro y el uso de medios transaccionales para realizar pagos según las necesidades de los receptores.

**En la población migrante colombiana hay un gran potencial de inclusión al sistema financiero formal.** Encuestas reportan que 22% de ellos ahorran en efectivo en la casa, 15% en una cuenta corriente, 26% en una cuenta de ahorros, 9% entrega el dinero a un familiar para ahorrar, 4% ahorra invirtiendo en otros productos financieros, 3% adquiere otro tipo de activos y 30% no ahorra. Por su parte, 42% de los migrantes colombianos no ahorran y 35% ahorran en cuentas bancarias. De las razones por las que los migrantes no acceden a cuentas bancarias, 48% es por falta de documentación, 25% por falta de necesidad, 12% por falta de confianza en el sistema financiero, 7% por falta de recursos, 3% porque no sabe cómo, 2% por problemas crediticios o de sobregiro y 2% porque las comisiones son muy altas y las cuentas requieren un balance mínimo.

**La cuenta de ahorro es el producto de entrada al sistema financiero, y el número de incluidos a través de tarjetas de crédito y microcrédito disminuyó.** Durante 2013 se incluyeron en total 1,872,482 colombianos al sistema financiero, de los cuales 1,701,000 (91%), se vincularon a través de cuentas de ahorro. Este valor aumentó en 106% frente a las 825,000 personas que se incluyeron a través

de cuentas de ahorro en 2012. Por el lado del activo, el número de personas que se incluyeron al sistema a través de tarjetas de crédito y microcrédito disminuyó, pasando de 95 mil en 2012 a 60 mil en 2013 en el primer caso y de 70 mil a 53 mil en el segundo. Este comportamiento es consistente con la dinámica de la cartera de crédito que mostró un crecimiento mucho más moderado en 2013 frente al 2011 y 2012, años en donde especialmente la cartera de consumo (incluida tarjeta de crédito) y microcrédito mostró crecimientos elevados.

**La inactividad en las cuentas de ahorro continúa creciendo.** Esto pone de manifiesto la necesidad de que en la estrategia de inclusión financiera se considere tanto la importancia de la vinculación como la permanencia activa en el sistema, con el fin de lograr mayor niveles de bancarización sostenible. Dada la actividad registrada en las cuentas de ahorro, se evidencia la necesidad de que las entidades financieras diseñen productos de ahorro innovadores y acorde con las necesidades de la población de manera tal que se generen incentivos adecuados para que los consumidores financieros optimicen su uso y de esa manera les permitan evidenciar los beneficios que se obtienen al hacer parte del sistema financiero. Al cierre de 2013 de las 51.2 millones de cuentas de ahorro, cerca del 51% estaban inactivas. En el último año las cuentas inactivas crecieron en 3.4 millones.

**Los clientes de menores ingresos son los que tienen la menor participación y uso de cuentas de ahorro.** Al considerar la actividad de las cuentas de acuerdo con el perfil socioeconómico de los clientes, se encuentra que el sistema financiero tiene un reto importante para atraer a la población de los estratos más bajos, donde se evidencia una penetración baja. Durante el año 2013 se observa que el solo el 34% de los clientes que se clasifican como estrato bajo tenían cuenta activa. Lo anterior es consistente con el hecho que la capacidad de ahorro de este segmento es limitada y, en consecuencia, gran parte de las cuentas de ahorro que son abiertas por ellos solamente constituyen un mecanismo mediante el cual reciben algún pago, que una vez se registra es retirado de forma inmediata para atender sus necesidades básicas.

**El uso de las cuentas de ahorro presenta diferencias importantes en el uso que le dan los habitantes de poblaciones medianas y pequeñas frente a los municipios grandes.** Mientras el número de cuentas de ahorro por cada 10,000 adultos es inferior a 8,000 para los municipios pequeños, el indicador para los municipios de más de 100,000 habitantes es superior a 17,000.

**La mayor proporción de cuentas de ahorro registran saldo inferior a 5 SMMLV.** Al cierre de 2013 cerca del 94% de las cuentas ahorro tenían saldo inferior a 5 SMMLV. No obstante lo anterior, esas mismas cuentas concentraron el 4.2% del total de los recursos captados a través de este producto.

**Mediante la encuesta realizada a las entidades del sector asegurador colombiano por la Superintendencia Financiera en abril de 2014, se pudo conocer información acerca del acceso al mercado asegurador por parte de las personas naturales por zonas urbanas y rurales, desagregada por ramo, montos de valor asegurado y canal de distribución utilizado.** A partir de esta información, se identificó un avance entre 2012 y 2013 en la participación de riesgos con valores asegurados menores o iguales a un salario mínimo legal vigente, hecho que revela la posibilidad de aumentar la profundización de los seguros en Colombia a través del cubrimiento de mayor número de riesgos con un menor valor asegurado. Adicionalmente, y una vez analizada la información de la encuesta por canales, se destaca la inclusión financiera que se puede hacer a través de diferentes canales alternativos para llegar a la población a la cual no se llega con canales tradicionales, convirtiendo esta alternativa en un mecanismo potencial de aumento de la penetración del seguro en el país.

**La cartera de créditos continúa con aumentos similares a años anteriores.** Ésta mantuvo un crecimiento alrededor del 15%, en una magnitud similar a la registrada durante el 2012 y se ubicó en 297.4 billones de pesos. La cartera comercial presentó un crecimiento de 12.6%, inferior a la registrada en 2011 (19.1%), comportamiento que obedeció a la desaceleración registrada por algunos sectores de la economía nacional, como el industrial, el minero y el comercial.

**La cartera de consumo moderó su ritmo de crecimiento frente a lo observado entre 2010 y 2012, pasando de crecer 18% al cierre de 2010 a 15% al finalizar el 2013.** Este comportamiento se explicó principalmente por la desaceleración registrada en el consumo de los hogares y por las medidas implementadas por la SFC para mantener la calidad de esta cartera, como la constitución de provisiones adicionales en función del crecimiento de la cartera en mora<sup>67</sup>.

**La cartera de vivienda registró un crecimiento anual de 31% explicado principalmente por el comportamiento descendente en las tasas de interés.** El esquema de subsidios del gobierno a través de la cobertura de tasas de interés que se implementó desde abril de 2009 y que a partir de abril de 2013 aplicó para viviendas nuevas con un valor aproximado entre 80 millones de pesos y 200 millones de pesos (135 y 335 SMMLV, respectivamente) también explica este comportamiento.

**El microcrédito presentó un incremento de los créditos en mora durante el 2013.** Esto motivó un robustecimiento en las medidas utilizadas por las entidades para el otorgamiento de estos créditos, además de mejoras en los procesos de recuperación de la cartera vencida. Dado este comportamiento en 2013 se observó una desaceleración en el ritmo de crecimiento de esta modalidad, pasando de 22% en 2012 a 18% al finalizar el 2013.

**Las mejores prácticas y principios internacionales en protección al consumidor financiero han sido desarrolladas en Colombia durante los últimos años.** Estos principios giran alrededor de tres ejes principales: revelación de información y transparencia, conductas de negocio responsables de proveedores de productos y servicios financieros y resolución de quejas y compensación, deben ser integrados con las políticas de inclusión y educación financiera y debe fundarse dentro de la regulación y supervisión financiera.

**El entorno normativo en Colombia ha procurado mantener un equilibrio entre las necesidades y bienestar de la población y la oferta de productos y servicios financieros.** Ha pretendido minimizar las asimetrías de información, particularmente aquellas relacionadas con los costos y condiciones contractuales de los servicios financieros de manera que el consumidor pueda comparar diferentes productos y hacer exigibles sus derechos. En este sentido, el incremento en la información disponible para los consumidores financieros, los mejores elementos de prevención y seguridad y las medidas de control, propiciaron que entre 2007 y 2013 las causas más comunes de queja fueran modificándose consecuentemente.

**La institucionalidad para la protección al consumidor financiero ha demostrado ser efectiva tanto para la resolución de controversias.** Desde la entrada en funcionamiento de la Delegatura para Funciones Jurisdiccionales de la SFC, desde abril de 2012 hasta diciembre de 2013 se radicaron 1020 demandas. Solo en el 2013 se recibieron 852 demandas de las cuales 266 estaban en trámite y 566 ya se habían finalizado al corte del 31 de diciembre. De estas demandas 688 fueron de mínima cuantía (de menos de 40 SMMLV), lo que significa que las pequeñas causas de los consumidores financieros encontraron un trámite expedito y efectivo para su resolución.

67. Circular Externa 026 de 2012.



## BIBLIOGRAFÍA

- ASBA (2012). Mejores prácticas y recomendaciones en materia de Protección al Consumidor Financiero.
- ASOBANCARIA (2014), Semana Económica, 10 de marzo de 2014; Garantías Mobiliarias: La hora de la verdad.
- Banco Mundial (2014). Global Financial Development Report.
- Banco Mundial (2014). Migration and Development Brief 22.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2014). Sesiones de aprendizaje en micro seguros: Latinoamérica y el Caribe.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2014). Economic Status and Remittance Behavior among Latin American and the Caribbean Migrants in the Post –Recession Period.
- CGAP, Incentives for the introduction of Agents by Banca de las Oportunidades in Colombia, February 2013.
- Foro Económico Mundial (2014). Global Information Technology Report 14, Rewards and Risks of Big Data.
- Fondo Monetario Internacional (2014). Assessing Countries' Financial Inclusion Standing – A new composite index
- OECD (2010), Consumer Policy Toolkit
- OCDE (2011). G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection
- OCDE (2012). High Level Principles on National Strategies for Financial Education.
- OCDE (2013). OECD (2013), Update Report on the work to support the implementation of the G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection.
- OCDE (2013). Promoting Financial Inclusion through Financial Education
- OECD (2014). Recommendation on Consumer Policy Decision Making
- Social Progress Imperative (2014). Social Progress Index 2014.

