

REPORTE DE INCLUSIÓN FINANCIERA 2017

REPORTE DE INCLUSIÓN FINANCIERA

2017

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES

Juliana Álvarez, *Directora*

Carmen Cecilia León, *Coordinadora*

EQUIPO TÉCNICO

Paola Arias, *Jefe de Inteligencia Competitiva*

Daniela Londoño, *Profesional de Inteligencia Competitiva*

Sara Gómez, *Profesional de Inteligencia Competitiva*

Michael Bryan, *Profesional de Inteligencia Competitiva*

Marcela Jiménez, *Analista de Dirección*

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Jorge Castaño, *Superintendente Financiero de Colombia*

Juliana Lagos, *Directora de Investigación y Desarrollo*

EQUIPO TÉCNICO

Ernesto Murillo, *Subdirector de Análisis e Información*

María Fernanda Tenjo, *Asesora*

Mariana Escobar, *Asesora*

Kelly Granados, *Profesional*

Yamile Castro, *Profesional*

Un producto concebido por:

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES

Bancoldex – Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A.

Calle 28 No. 13a - 15, piso 38

Teléfono: 486 30 00

Línea de servicio al cliente: 756 11 72

Otras ciudades: 01 8000 180 720

www.bancadelasoportunidades.gov.co

Bogotá, Colombia

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Calle 7ª No. 4 - 49

Teléfono: 307 80 42

Línea Gratuita Nacional: 018000 120 100

www.superfinanciera.gov.co

Bogotá, Colombia

.Puntoaparte
bookvertising

www.puntoaparte.com.co

Andrés Barragán, *Director Editorial*

Mateo Zúñiga, *Director de Arte*

Lina Martín, *Directora de Arte*

Nicolás Carvajal, *Diseñador*

Santiago Mojica, *Diseñador*

Alejandra Rincón, *Diseñadora*

Ángela Ramírez, *Diseñadora*

Laura Gutiérrez, *Diseñadora*

Lucía Manrique, *Diseñadora*

Juan Mikán, *Editor*

Impreso en Bogotá D.C. por **Zetta Comunicadores**

Aviso legal: El siguiente documento contiene una recopilación y análisis de indicadores de inclusión financiera en Colombia, producido por la Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades. Este reporte es publicado con fines informativos y académicos para conocer el estado actual de inclusión financiera en Colombia, con información de la oferta en términos de acceso y uso. Por lo anterior, y teniendo en cuenta que es una interpretación que se realiza de la información mencionada, Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia no asumen responsabilidad alguna relacionada con el contenido, alcance o sobre el uso que los usuarios le den a la información que se encuentra en el Reporte. Impreso en Bogotá, Colombia. **Julio 2018.**

El contenido de la información de este Reporte de Inclusión Financiera podrá ser reproducido o distribuido sin modificaciones para uso institucional, exclusivamente. Cualquier otra utilización que se haga de su contenido, incluida su distribución, reproducción, modificación, divulgación o transmisión sin el previo consentimiento por escrito de Banca de las Oportunidades y/o Superintendencia Financiera de Colombia se encuentran prohibidos. Las modificaciones que se introduzcan a la información serán responsabilidad del usuario, siempre citando como fuente la información de los autores.

CONTENIDO

1



INTRODUCCIÓN

2



AVANCES Y RETOS

5



ACCESO Y USO
AL CRÉDITO

6



ACCESO Y USO
DE SEGUROS



3



**INFRAESTRUCTURA
FINANCIERA**

4



**ACCESO Y USO DE
LOS DEPÓSITOS**

7



**PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR
FINANCIERO**



RIF 2017

1



1.

INTRODUCCIÓN

El programa Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia tienen el gusto de presentar el séptimo Reporte de Inclusión Financiera con datos a diciembre de 2017. El reporte refleja el esfuerzo del Gobierno Nacional por analizar y hacer seguimiento al estado de la inclusión financiera en el país y se constituye en una herramienta completa y oportuna para seguir poniendo en marcha políticas públicas que harán posible avanzar en un mayor acceso y uso de servicios financieros.

El análisis de información se realizó a partir de los datos consolidados de los establecimientos de crédito por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia, de las cooperativas de ahorro y crédito por la Superintendencia de Economía Solidaria y de las ONG especializadas en microcrédito por Banca de las Oportunidades. Asimismo, los datos

del número de adultos y empresas con productos financieros proviene de la central de información TransUnion y el de los datáfonos de las dos Redes de pagos de bajo valor Credibanco y Redeban. El análisis fue complementado con la información de caracterización municipal del DNP y demográfica del DANE.

La estructura de este reporte está definida alrededor de los seis capítulos: avances y retos de la inclusión financiera, infraestructura financiera, acceso y uso de los depósitos, acceso y uso del crédito, acceso y uso de seguros y protección del consumidor financiero. En particular, en esta séptima versión del reporte, el último que se presenta en el Gobierno de Juan Manuel Santos, queremos resaltar los principales avances y retos en el acceso y uso de los servicios financieros y en materia de protección del consumidor financiero en Colombia.



En ese sentido, durante estos últimos años establecimos metas importantes. Primero, fortalecimos la política nacional de inclusión financiera a través de los planes nacionales de desarrollo. Pasamos de incluir una meta en el Plan 2010-2014 a una serie de metas en el 2014-2018, las cuales estaban orientadas a aumentar el acceso y el uso de productos financieros. Entre las metas a destacar se encuentra que el 84% de la población adulta cuente con al menos un producto financiero y que el 65% de la población adulta tenga una cuenta de ahorros activa.

Segundo, nos propusimos crear una estrategia nacional de inclusión financiera, con una instancia de coordinación entre entidades del Estado y el sector privado. En el marco de esta estrategia, se establecieron cinco prioridades de inclusión financiera y se creó la Comisión Interinstitucional de Inclusión Financiera, CIIF. Esta ha orientado la normativa tendiente a la inclusión financiera, ha establecido lineamientos para el desarrollo de actividades que

impacten la inclusión y creó el Comité Consultivo y las subcomisiones técnicas para el mejor desempeño de la articulación. De acuerdo con The Economist, la creación de la Comisión Intersectorial de Inclusión Financiera fue el evento más importante del 2016, y uno de los pasos positivos más importantes para articular la política del Gobierno sobre el tema.

Tercero, lanzamos una estrategia nacional de educación económica y financiera, orientada a articular todos los proyectos educativos que se realizan desde la administración pública y otros actores del sector privado siguiendo estándares de calidad y objetividad. Su construcción se basó en principios internacionales y se ajustó en concordancia con los retos que presenta la implementación de este tipo de iniciativas en el país. Se espera que con su ejecución la población colombiana tome mejores decisiones frente a sus finanzas personales y conozca la oferta de productos y servicios disponibles para el logro de sus objetivos financieros.

El balance de esta gestión es positivo y nos permite establecer que el Gobierno alcanzó notables hitos hacia la consecución de sus metas de inclusión. Por una parte, no solo logró que existiera la disponibilidad de, por lo menos, un punto de acceso en todos los municipios colombianos sino que también alcanzó una importante reducción en cobertura frágil de 34 a 3 municipios en el último año. Por otra parte, el indicador de inclusión financiera (la proporción de la población con acceso a por lo menos un producto financiero) ascendió a 80,1% al final de 2017, y la meta es de 84% para finales de 2018. Por último, se logró aumentar el número de adultos con cuentas de ahorro activas de 15,3 millones en 2015 a 18,4 millones en 2017. Estos resultados se deben, en gran parte, al seguimiento que se ha realizado a la estrategia de inclusión financiera, que ha permitido identificar proyectos para la reducción de barreras en la adopción de servicios financieros.

Esto no quiere decir que aún no persistan algunos retos. Debemos intensificar los esfuerzos para incluir a los 6,7 millones de adultos que aún hoy no tienen acceso al sistema financiero, especialmente aquellos que se encuentran en las zonas rurales. La brecha de acceso entre las ciudades y las zonas rurales es todavía importante, mientras que en las zonas urbanas el indicador de inclusión es 87,2%, en las zonas rurales y rurales dispersas es de 65,1%

y 54,7%, respectivamente. Asimismo hay que continuar con iniciativas que promuevan el uso de productos financieros pues todavía existe una diferencia de 3,9 millones entre el número de adultos con al menos una cuenta y el número de adultos con al menos una cuenta activa. Estos esfuerzos deben estar alienados a la recién lanzada estrategia de educación económica y financiera, que esperamos sea un gran impulso para la superación de este reto.

Finalmente se encuentran los desafíos relacionados con la innovación. El rápido desarrollo tecnológico aplicado a los servicios financieros toma cada vez más relevancia y Colombia no ha sido ajena a este fenómeno. Desde el Gobierno Nacional nos empezamos a enfrentar con la difícil tarea de balancear los riesgos asociados con la entrada de nuevos jugadores, que, apalancados de nuevas tecnologías, ofrecen productos y servicios innovadores con el potencial de aportar a la inclusión financiera, a través de la optimización de procesos, reducción de costos y mejora en la experiencia del cliente.

Queremos agradecer por su esfuerzo y dedicación en la elaboración de este Reporte al equipo de la Superintendencia Financiera de Colombia: Ernesto Murillo, Maria Fernanda Tenjo, Mariana Escobar, Kelly Granados, Sara Díaz y Yamile Castro; y al equipo de Banca de las Oportunidades: Paola Arias, Daniela Londoño, Michael Bryan, Sara Gómez y Marcela Jiménez.

Juliana Álvarez Gallego

Directora de Banca de las Oportunidades

Jorge Castaño Gutiérrez

Superintendente Financiero de Colombia

RIF 2017

2



2.

AVANCES Y RETOS

La inclusión financiera es un tema de gran relevancia a nivel global, debido a los beneficios que tiene en el desarrollo económico de los países. Diversos estudios han demostrado una correlación positiva entre la inclusión financiera y el crecimiento económico, la reducción de la pobreza y la equidad. En Colombia, el Gobierno Nacional ha promovido políticas públicas tendientes a facilitar el acceso y uso de los servicios financieros para la población¹. Estas acciones, sumadas al esfuerzo del sector privado, han permitido avanzar en la inclusión financiera en los últi-

mos años. Este capítulo resalta los avances en acceso y uso de los servicios financieros y busca identificar las barreras y retos que aún persisten. Este análisis se hace con base en la información de personas y empresas con productos financieros que es reportada a Banca de las Oportunidades por la central de información TransUnion.

1. Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.

<p>1</p>  <p>Desde 2015, se alcanzó el 100% de cobertura en todos los municipios.</p>	<p></p> <p>El número de municipios con cobertura frágil² cayó de 34 a 3 entre 2016 y 2017.</p>	<p>2</p> <p>El indicador de inclusión financiera subió al 80,1 %. 27,1 millones de adultos tenían un producto financiero.</p> 
<p>3</p>  <p>La distribución de adultos con productos financieros fue similar entre mujeres (51%) y hombres (49%).</p>	<p>13,7 millones de mujeres y 13,3 millones de hombres con productos financieros.</p>	<p>4</p> <p>El 75,6% de los adultos tenía al menos un producto de depósito.</p> <p>La cuenta de ahorro fue el producto con mayor penetración (25,2 millones de adultos).</p> 
<p>5</p> <p>El 44% de los adultos tenía al menos un producto de crédito.</p>	<p>La tarjeta de crédito fue el producto de crédito más utilizado, seguido del crédito de consumo.</p> 	<p>6</p>  <p>935.880 empresas tenían al menos un producto financiero. Esto implica un incremento de 24,5% frente a 2016.</p>
<p>7</p> <p>23,2 millones de adultos usaban sus productos, que corresponde al 68,6% de la población adulta y el 85,6% con productos financieros.</p>	<p>675.143 empresas tenían algún producto financiero activo o vigente, es decir, el 72,1% de las empresas con productos.</p>	<p>8</p>  <p>Cerca de la mitad de los colombianos con productos financieros contaba con tres o más productos.</p>
<p>9</p> <p>El indicador de inclusión financiera es mayor en los adultos entre 26 y 40 años (87,8%) y 41 y 65 años (88,3%).</p>	<p>Los adultos mayores a 65 años tenían un indicador del 73,9% y los jóvenes entre 18 y 25 años del 53,9%.</p>	<p>10</p>  <p>El indicador de inclusión financiera cae cuando aumenta el nivel de ruralidad.</p> <p>La diferencia entre las ciudades y los municipios rurales dispersos ascendió a 32,5 puntos porcentuales.</p>

2. Aquellos municipios que contaban con 1 o 2 corresponsales y no tenían presencia de oficinas.

2.1 ACCESOS A PRODUCTOS FINANCIEROS

MÁS COLOMBIANOS EN EL SISTEMA FINANCIERO

A diciembre de 2017, 27,1 millones de adultos tenían al menos un producto financiero. En los últimos años, el incremento en el número de adultos con productos financieros ha sido mayor al crecimiento proyectado para la población adulta en el país, lo cual ha llevado a la consolidación de la tendencia

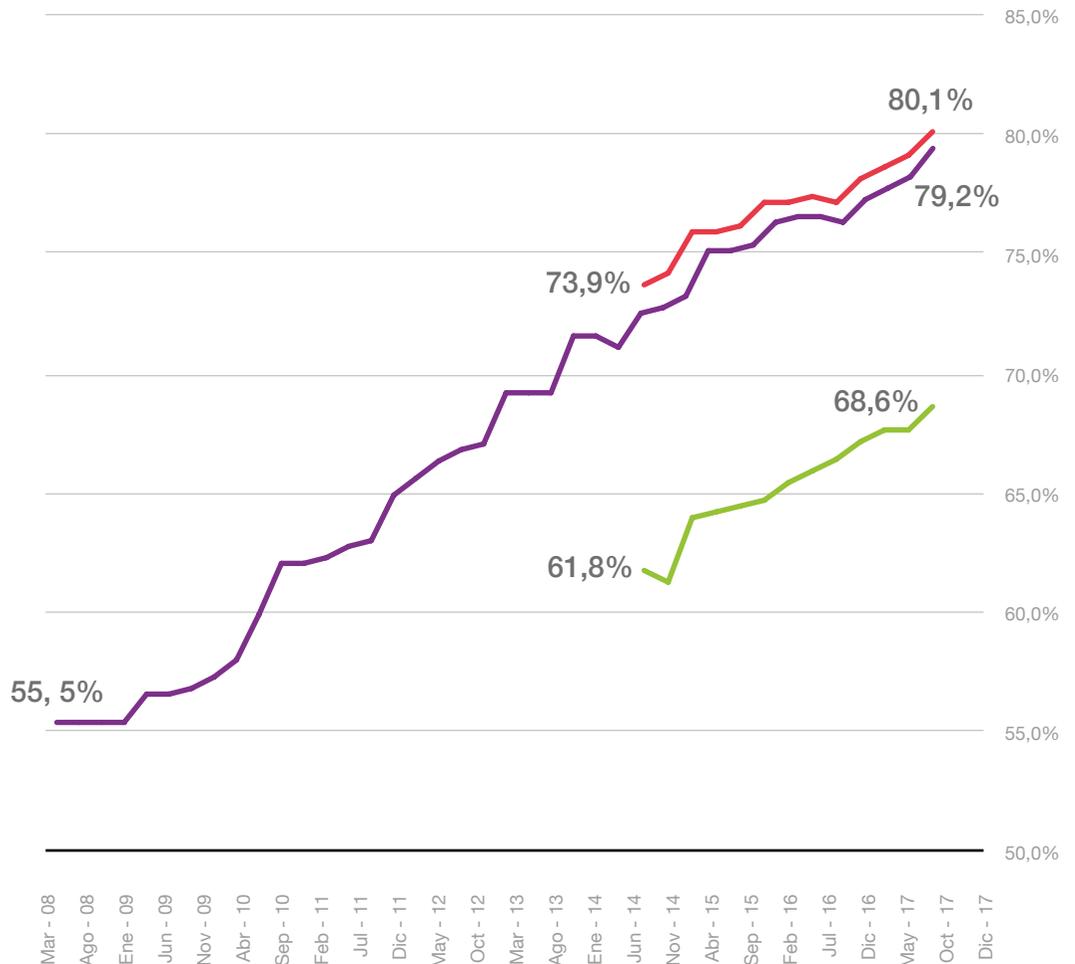
positiva del indicador de inclusión financiera. El país pasó de tener un indicador de inclusión financiera del 73,9% en 2014 a 80,1%³ en 2017, lo que representó un incremento de 6,2 puntos porcentuales (Gráfico 2.1).

- La base de datos de Transunion es dinámica, los datos se procesaron en el mes de mayo de 2018 con corte a diciembre de 2017. Allí, el Banco Davivienda realizó una corrección al reporte entregado a TransUnion en marzo del mismo año de los datos de depósitos electrónicos, lo que incrementó en dos décimas el indicador de inclusión a diciembre de 2017 publicado en marzo.

GRÁFICO 2.1

Evolución del indicador de inclusión financiera

- % de adultos con productos en el total de las entidades
- % de adultos con productos en los establecimientos de crédito
- % de adultos con al menos un producto activo en el total de las entidades



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

Los establecimientos de crédito fueron los que vincularon la mayor parte de población al sistema financiero formal. En 2017, su indicador de inclusión financiera se ubicó en 79,2%, esto es 26,8 millones de adultos. Las cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia Solidaria SES, por su parte, registraron un indicador de inclusión financiera del 4,1%, que corresponde a 1,4 millones de adultos, y las ONG microcrediticias del 3,7%, es decir, 1,3 millones. Frente al año anterior, el número de adultos con algún producto financiero en los establecimientos de crédito creció en 5,5%, en las ONG creció en 2,5% y en las cooperativas en 1,2%.

A nivel departamental, los mayores niveles en el indicador de inclusión financiera se registraron en 2017 en los departamentos de Casanare (96,1%), Bogotá D.C. (96,0%), Santander (89,1%) y Risaralda (88,8%). Por su parte, los departamentos de la Guajira, Vichada y Vaupés presentaron un indicador de inclusión financiera menor al 45%.

EL INDICADOR DE INCLUSIÓN FINANCIERA CAE A MEDIDA QUE AUMENTA EL NIVEL DE RURALIDAD

Al cierre de 2017, la mayor proporción de los adultos con algún producto financiero residía en las ciudades. En efecto, el 87,2% de las personas que vive en las ciudades y aglomeraciones, esto es 19,8 millones, tenía algún producto financiero (Gráfico 2.2). En los municipios intermedios, el indicador de inclusión financie-

ra se ubicó en 70,0%, que corresponde a 3,9 millones de adultos. En los municipios rurales y rurales dispersos, el indicador de inclusión financiera fue 65,1% y 54,7%, respectivamente, que equivalen a 2,2 millones de adultos con productos financieros en los municipios rurales y 1,2 millones en los rurales dispersos.

La diferencia en el indicador de inclusión financiera de las ciudades y de los municipios rurales dispersos ascendió a 32,5 puntos porcentuales, brecha que es similar a la observada en 2016. Entre 2016 y 2017, el indicador de inclusión financiera creció en todos los niveles de ruralidad, a tasas similares. En los municipios intermedios, este indicador subió 2,9 puntos porcentuales, en las ciudades y en los municipios rurales 2,8 puntos y en los municipios rurales dispersos 2,5 puntos.

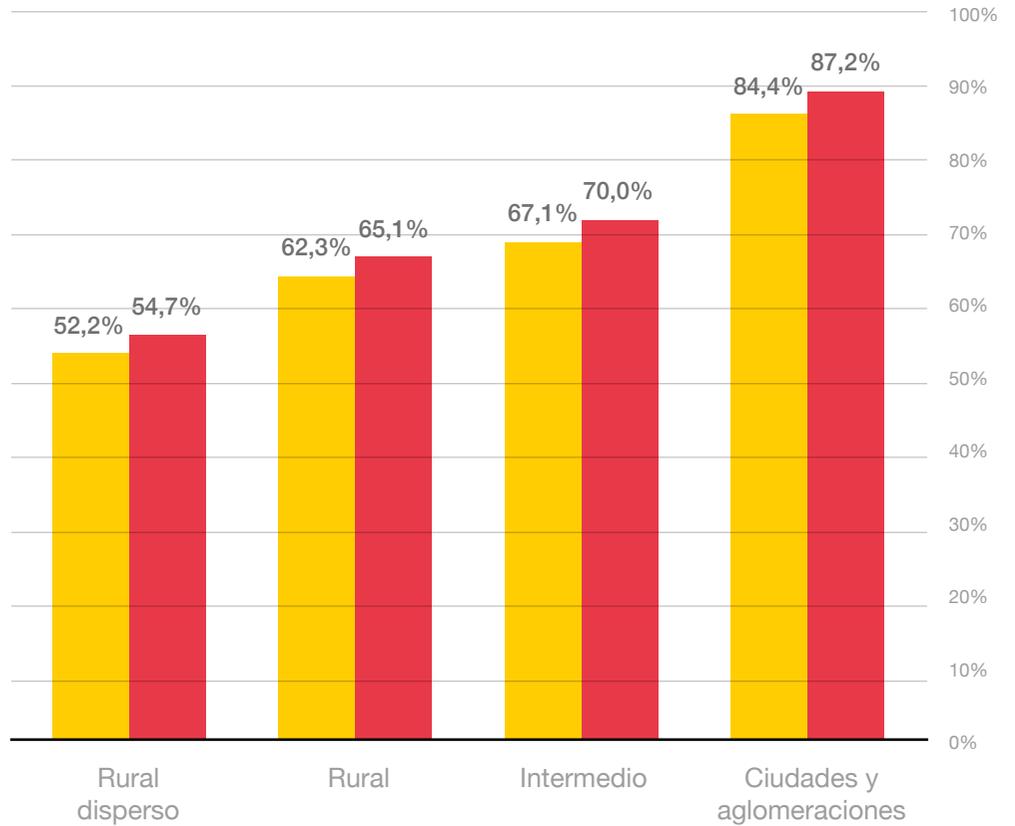
NO EXISTEN DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS DE GÉNERO EN EL ACCESO A PRODUCTOS FINANCIEROS

En relación con la composición por género de los adultos con algún producto financiero, se evidencia que el 50,7% era mujeres, que corresponde a 13,7 millones, y el 49,1% hombres, 13,3 millones⁴ (Gráfico 2.3). Vale la pena resaltar que la distribución por género de los adultos con algún producto y de los adultos en Colombia en 2017 fue igual. Entre 2016 y 2017, la brecha entre la participación de los hombres y mujeres con productos financieros disminuyó en dos puntos porcentuales.

4. 0,2% de los adultos con productos financieros no se pudo clasificar por género. Banca de las Oportunidades y TransUnion han trabajado en mejorar la identificación por género de los adultos con productos financieros y como resultado, a 2017 la proporción de adultos sin identificar cayó considerablemente en comparación con los años anteriores.

GRÁFICO 2.2

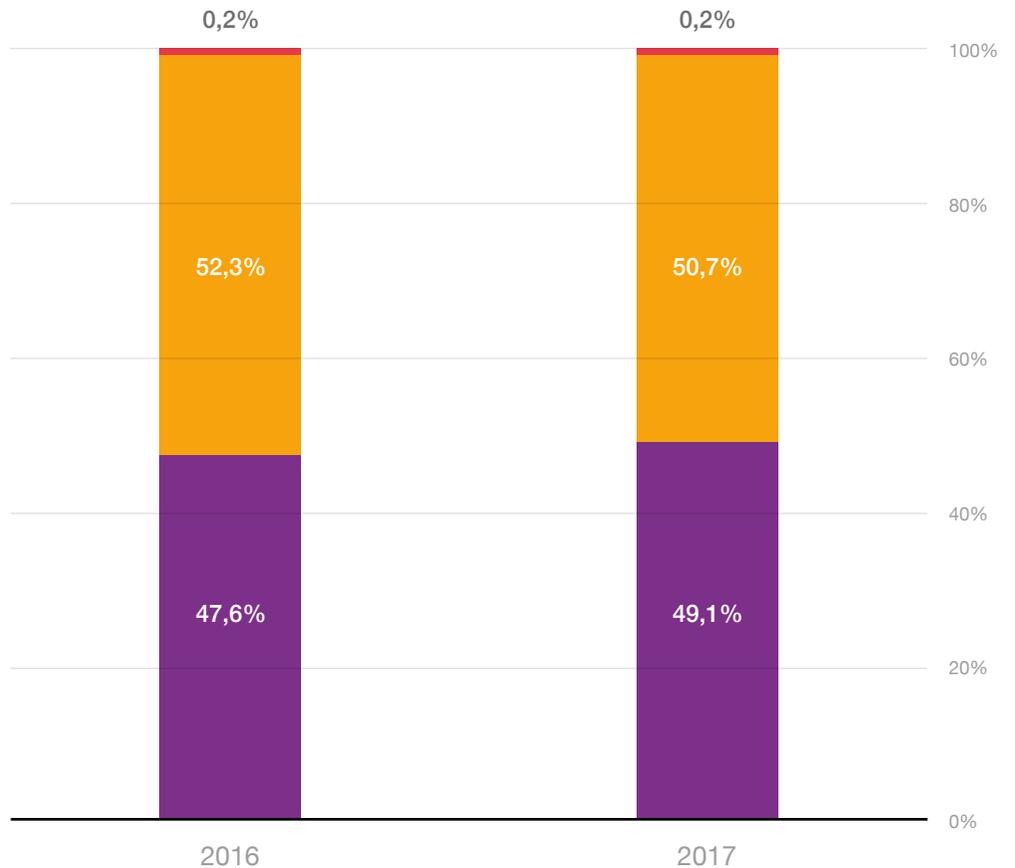
Indicador de inclusión financiera por ruralidad



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

GRÁFICO 2.3

Distribución de adultos con algún producto financiero por género



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

MÁS JÓVENES SE ESTÁN INCLUYENDO FINANCIERAMENTE

La mayoría de adultos con productos financieros, en 2017, tenía entre 41 y 65 años de edad, 11,1 millones. El segundo grupo etario con mayor participación fue los adultos entre los 26 y 40 años, con 9,5 millones, seguido por los adultos jóvenes entre 18 y 25 años, con 3,7 millones, y los de más de 65 años, con 2,6 millones (Gráfico 2.4). El número de adultos con algún producto financiero ha crecido para todos los grupos etarios en los últimos años. Los adultos jóvenes entre 18 a 25 años han tenido el mayor crecimiento porcentual promedio, del 20,8% entre 2014 y 2017. En este período, el número de adultos incluidos financieramente de los demás grupos etarios tam-

bién ha aumentado, aunque levemente, a una tasa cercana al 2,4%⁵.

Al comparar el número de adultos con algún producto financiero, en 2017, por grupo etario con la distribución de los adultos en Colombia, se encontró que los adultos entre 26 y 40 años y 41 y 65 años tenían el indicador de inclusión financiera más alto: 87,8% y 88,3%, respectivamente. Los adultos mayores a 65 años tenían un indicador del 73,9% y los jóvenes entre 18 y 25 años del 53,9%. Es de resaltar que aunque el número de adultos jóvenes entre 18 y 25 años incluidos ha crecido en los últimos años, todavía falta cerca de la mitad por incluir.

5. Entre 2016 y 2017, el crecimiento de los adultos entre 26 a 40 años fue del 3,3%, el de los adultos entre 41 y 65 años del 4,3% y el de los de más de 65 años del 9,4%.

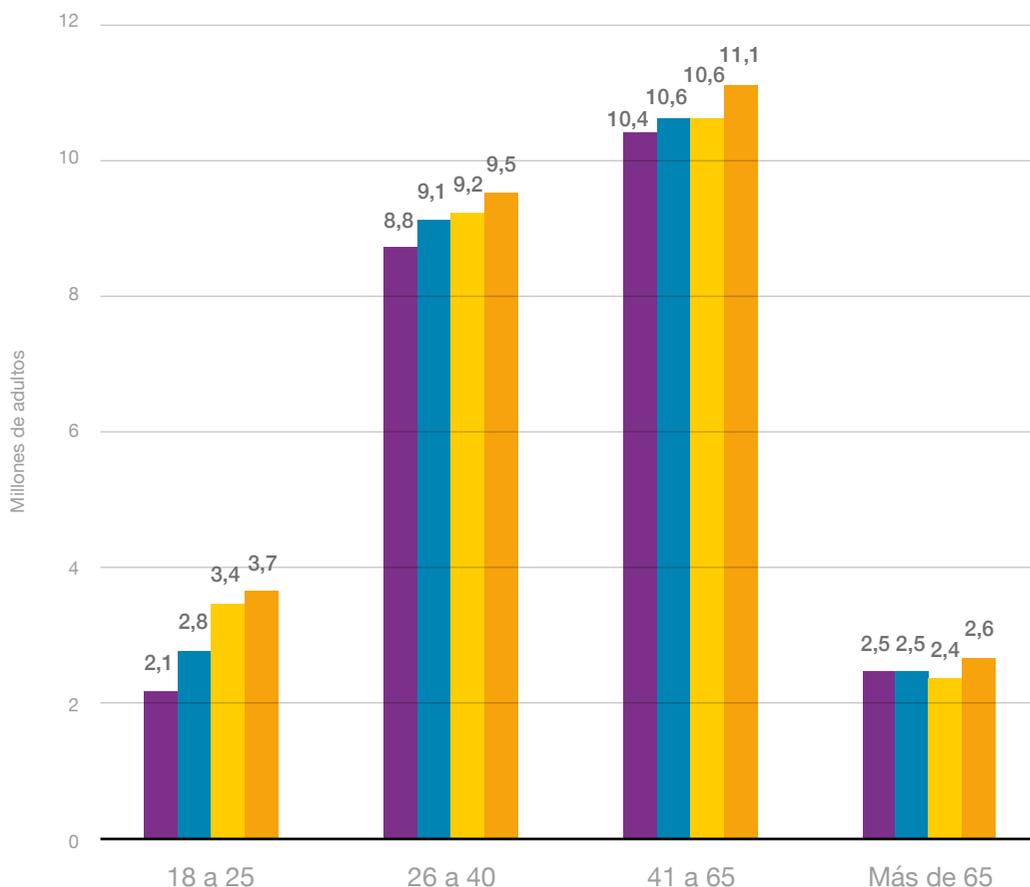


GRÁFICO 2.4
Número de adultos con algún producto financiero por rango de edades



Nota: El 0,5% restante corresponde a los adultos a los cuales no fue posible asignarle su rango de edad.

Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

EL 75,6% DE LOS ADULTOS DEL PAÍS TIENE AL MENOS UN PRODUCTO DE DEPÓSITO⁶

En 2017, cerca de 25,6 millones de colombianos tenían al menos un producto de depósito. De los cuales, el 72,9% vivía en ciudades y aglomeraciones, el 14,3% en municipios intermedios, el 8,1% en rurales y el 4,6% en rurales dispersos.

La cuenta de ahorro fue el producto con mayor penetración entre los colombianos. En 2017, 25,2 millones de adultos tenían al menos una cuenta de ahorro, es decir, 74,6% de la población adulta del país (Gráfico 2.5). El número de adultos con cuenta de ahorro creció en 1,6 millones, o 6,9% entre 2016 y 2017. Por tipo de entidad, se encontró que, en 2017, 25,16 millones de adultos tenían su cuenta de ahorro en los establecimientos de crédito y 254.377 en las cooperativas de ahorro y crédito.

Los depósitos electrónicos fueron el segundo producto de depósitos con más tenencia entre los adultos. En total, cerca de 4,2 millones de adultos tenían a finales de 2017 un depósito electrónico, evidenciando un crecimiento de cerca de dos quintas partes respecto al año anterior.

Por su parte, las cuentas de ahorro electrónicas fueron el tercer producto de depósito con mayor tenencia entre los adultos (aproximadamente 3 millones de personas⁷), seguido por las cuentas corrientes. Aunque estas últimas, evidenciaron un crecimiento de tan solo 0,3% en el último año y han permanecido casi constantes en los últimos años en alrededor de 1,7 millones de personas.

Los otros productos de ahorro como lo son los CDT tuvieron un crecimiento de 0,8% entre 2016 y 2017. A diciembre de este último año, 775.896 adultos contaban con un CDT. Por su parte, las cuentas de ahorro de trámite simplificado⁸ permanecieron casi constantes (103.287 adultos).

6. Medido por cédulas de ciudadanía.

7. El número de cuentas de ahorro electrónicas se encuentra subreportado en las centrales de riesgo.

8. El número de cuentas de ahorro de trámite simplificado está subreportado en las centrales de riesgo.

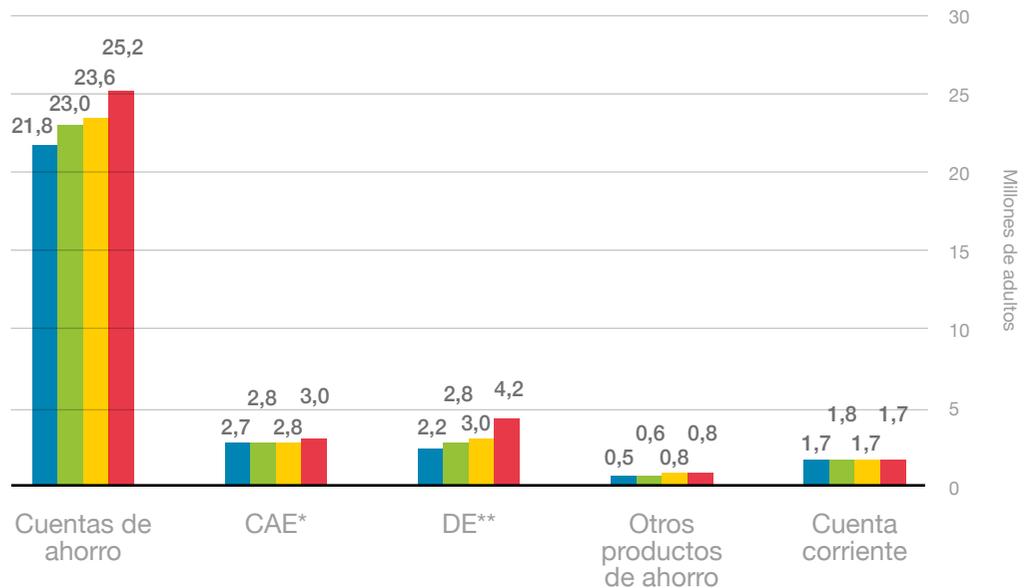
* CAE: Cuenta de Ahorros Electrónicas.

** DE: Depósitos Electrónicos.

GRÁFICO 2.5
Número de adultos con algún producto de ahorro



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.



El número de personas con productos de depósitos ha crecido en los últimos años. Entre 2014 y 2017, el número de personas con cuentas de ahorro tradicionales aumentó en 3,4 millones, esto es un crecimiento del 15,5%, y con depósitos electrónicos en 2,0 millones, que es un crecimiento cercano al 90%. Los adultos con cuentas de ahorro electrónicas tuvieron un crecimiento positivo, pero leve en comparación con las cuentas de ahorro tradicionales y los depósitos electrónicos. Entre 2014 y 2017, el número de adultos con cuentas de ahorro electrónicas creció en cerca de 268.919, esto es 9,9%.

EL 44% DE LOS ADULTOS DEL PAÍS TIENE AL MENOS UN PRODUCTO DE CRÉDITO⁹

A cierre de 2017, cerca de 15 millones de personas contaban con un producto vigente de crédito. El 78,2% se encontraba en ciudades y aglomeraciones, el 11,9% en municipios intermedios, el 6,4% en municipios rurales y el 3,5% en rurales dispersos.

La tarjeta de crédito¹⁰ fue el producto de crédito más utilizado, seguido del crédito de consumo y del microcrédito. A diciembre de 2017, 9,2 millones de adultos tenían al menos una tarjeta de crédito vigente, exhibiendo un crecimiento de 372.048 personas o 4,2% frente a 2016 (Gráfico 2.6). Las tarjetas de crédito son ofrecidas en su totalidad por los establecimientos de crédito.

Adicionalmente, cerca de 8 millones de adultos contaban con un crédito de consumo vigente. Las personas con crédito de consumo aumentaron en 382.792 (5,0%) frente a 2016. Por su parte, aproximadamente 3,3 millones de adultos contaban con algún microcrédito vigente, es decir, 253.564 adicionales (8,4%) en relación con 2016. Los adultos tenían sus

microcréditos mayoritariamente con los establecimientos de crédito (2,6 millones de adultos), seguidos por las ONG microcrediticias (801.311 personas) y las cooperativas vigiladas por la Supersolidaria (154.713 adultos).

Los productos de crédito con más baja penetración fueron el crédito de vivienda y el crédito comercial. A diciembre de 2017, cerca de 1,1 millones de adultos tenían al menos un crédito de vivienda vigente ofrecido por establecimientos de crédito o cooperativas vigiladas por la Supersolidaria, cifra que disminuyó en 21.101 (-1,9%) frente a 2016.

El número de adultos creció para todos los productos de crédito en los últimos años, destacándose el crecimiento de la tarjeta de crédito y el crédito de consumo. Los dos productos de crédito que recurrentemente han tenido la mayor tenencia entre los adultos del país. Entre 2014 y 2017, el número de adultos con tarjeta de crédito creció en 1,8 millones o 24,5%, con crédito de consumo en 1,4 millones o 20,9%, con microcrédito en 280.082 o 9,3% y con crédito de vivienda en 118.135 o 12,1%.

ADULTOS QUE INGRESARON POR PRIMERA VEZ AL SISTEMA FINANCIERO

En 2017, ingresaron por primera vez al sistema financiero 1,1 millones adultos, lo que significó un aumento del 11% frente a 2016, cuando 999.187 personas ingresaron por primera vez. Los productos más importantes como puerta de entrada al sistema financiero en 2017 fueron en su orden: las cuentas

9. Medido por cédulas de ciudadanía.

10. Es un tipo de crédito de consumo.

de ahorro (77,8% del total), el microcrédito (7,2%), la tarjeta de crédito (6,9%), el crédito de consumo (4,1%) y los productos de ahorro a término (2,5%) (Gráfico 2.7). En los últimos

años, la cuenta de ahorro ha sido el principal producto financiero por el que los adultos del país han accedido al sistema financiero formal por primera vez.

GRÁFICO 2.6
Número de adultos con algún producto de crédito vigente



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

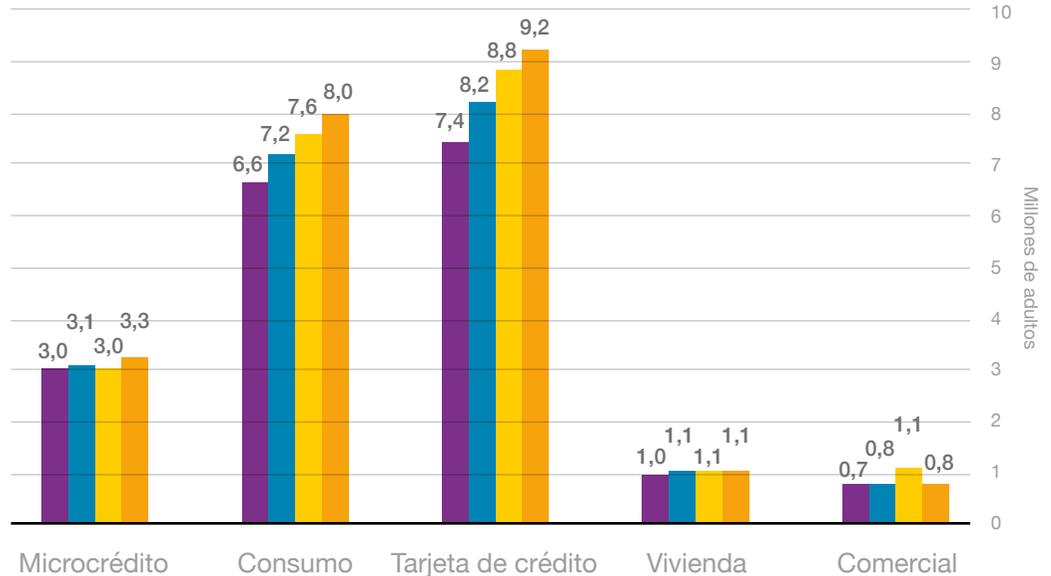
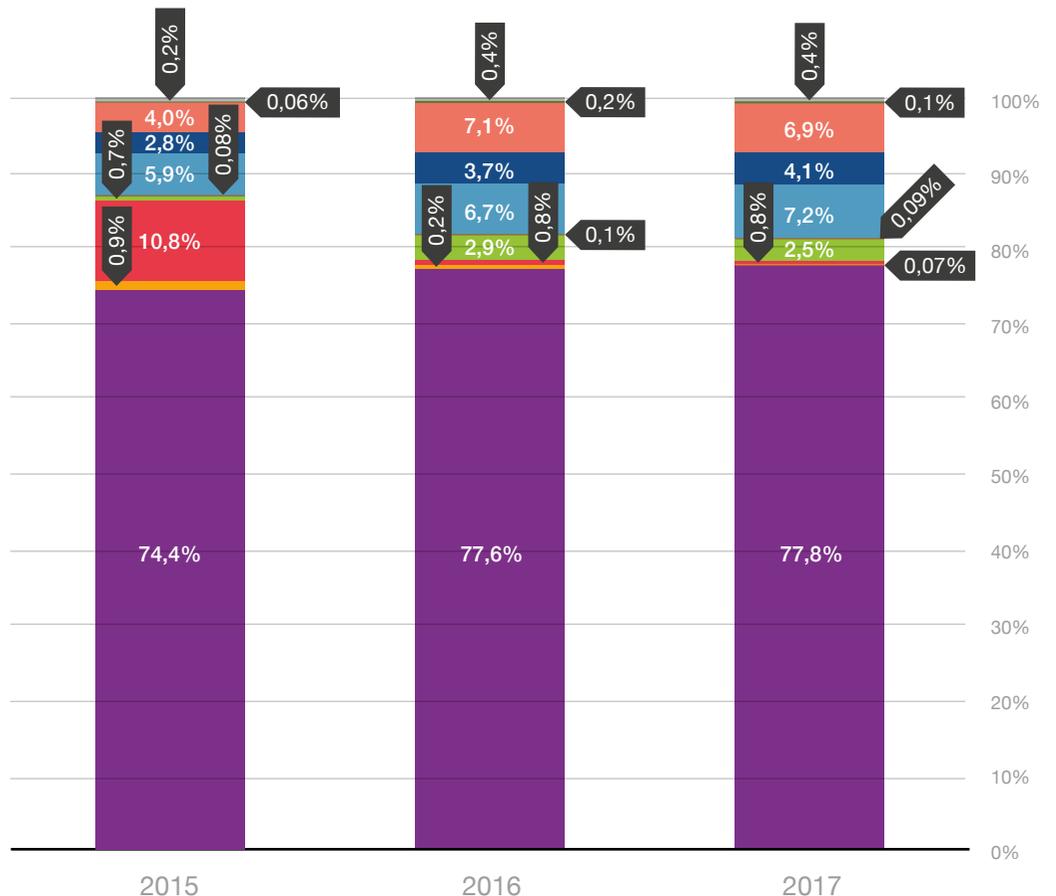


GRÁFICO 2.7
Distribución de los adultos que ingresan por primera vez según producto de entrada



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.





MÁS EMPRESAS EN EL SISTEMA FINANCIERO FORMAL

Al finalizar 2017, 935.880 empresas tenían al menos un producto financiero formal. Esto implica un incremento de 184.029 empresas o 24,5% frente a 2016. La tendencia durante los últimos años ha sido creciente, lo que indica que más empresas¹¹ han accedido al sistema financiero formal.

En diciembre de 2017, la mayoría de las empresas colombianas (934.915) con al menos un producto financiero formal lo tenía en los establecimientos de crédito y en una menor proporción en cooperativas vigiladas por la Supersolidaria (4.265) y ONG microcrediticias (638).

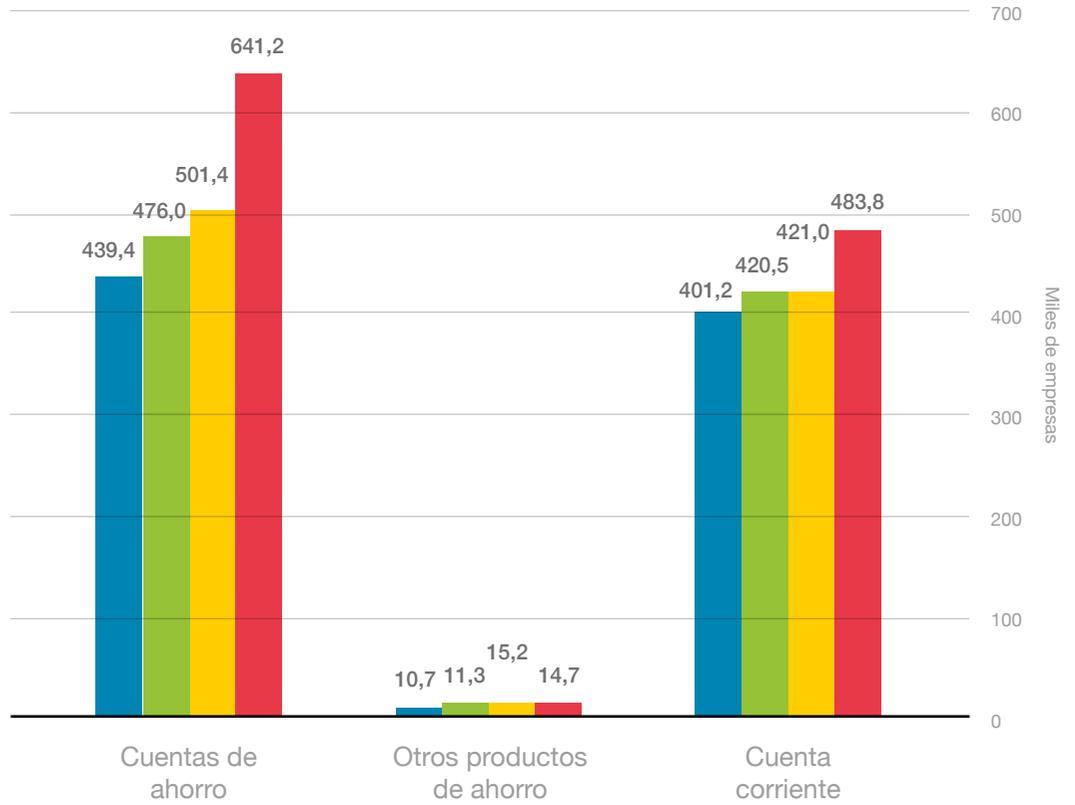
El producto financiero con mayor penetración entre las empresas colombianas fue la cuenta de ahorro. En total, 641.227 empresas tenían este producto con un crecimiento de 27,9% frente a lo observado el año anterior. En productos de depósito, le siguieron la cuenta corriente (483.842) y los otros productos de ahorro (14.698) (Gráfico 2.8).

El crédito comercial fue el producto de crédito con mayor penetración entre las empresas colombianas (231.534), seguido del crédito de consumo (94.576), las tarjetas de crédito (91.101) y el microcrédito (14.639) (Gráfico 2.9). Entre 2016 y 2017, el crédito vigente de consumo creció 12,7% y el microcrédito vigente 10,8%.

11. Corresponde a empresas que tengan NIT.

GRÁFICO 2.8

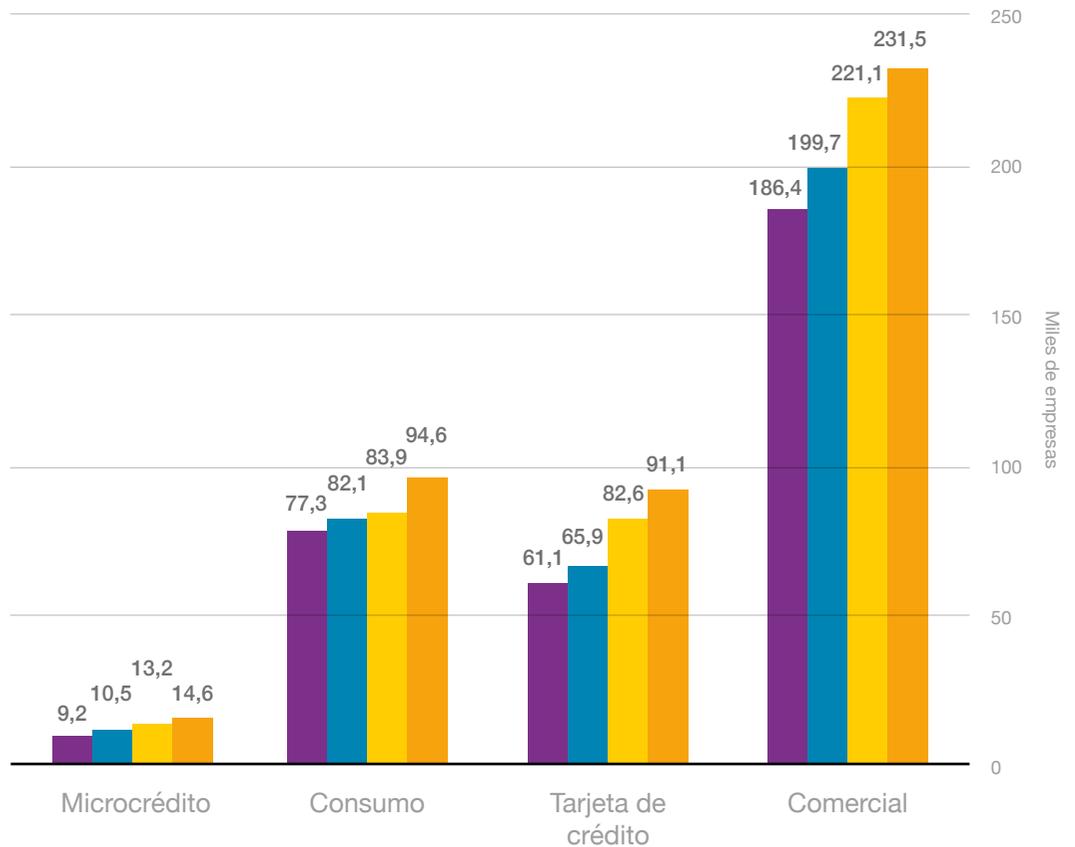
Número de empresas con algún producto de ahorro



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

GRÁFICO 2.9

Número de empresas con algún producto de crédito



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

2.2 USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS

HAY QUE SEGUIR INCENTIVANDO EL USO DE LOS PRODUCTOS FINANCIEROS EN LAS PERSONAS

En 2017, 23,2 millones de adultos usaban o tenían vigente sus productos, esto es el 68,6% de la población adulta del país (Gráfico 2.10). Si bien el número de adultos con productos activos o vigentes¹² creció en 1,1 millones entre 2016 y 2017, el nivel de actividad, medido como el porcentaje de personas con productos financieros que los usan activamente o tienen sus créditos vigentes sobre el total de adultos con productos, se ha mantenido en alrededor del 85%.

El nivel de actividad¹³ de los adultos varía por tipo de entidad. Al respecto, el 85,1% de los adultos con productos financieros en los establecimientos de crédito los utilizaban, mientras que el 63,5% y el 65,4% de los adultos con productos en las cooperativas con sección de ahorro y crédito y ONG, respectivamente, lo hicieron (Gráfico 2.11). El nivel de actividad de los establecimientos de crédito ha permanecido alrededor del 85% desde 2015. Por su parte, el indicador de actividad en las cooperativas SES cayó en un punto porcentual entre 2015 y 2017.

Por departamentos, se observa que en 2017 los que tenían el mayor nivel de actividad fueron Antioquia (88,5%), Bogotá D.C. (88,5%), Huila (87,7%) y Bolívar (85,6%). Por su parte, los departamentos de Arauca, Vichada y Vaupés exhibieron niveles de actividad de menos del 80%.

De los 19,8 millones de adultos incluidos financieramente en las ciudades y aglomeraciones, el 86,3%, esto es 17 millones, usaban o tenían vigentes sus productos. Por su parte, este

porcentaje en los municipios intermedios fue menor que en las ciudades (83,4%) y se asemeja al observado en los municipios rurales y rurales dispersos. Allí, el porcentaje de adultos con algún producto activo o vigente sobre su población con productos se ubicó en 83,8%.

Frente a 2016, el nivel de actividad aumentó en los municipios rurales dispersos en 1,1 puntos porcentuales y en los municipios rurales en 0,5 puntos. Por el contrario, en las ciudades y aglomeraciones la proporción de personas que usaban los productos financieros o los tenían vigentes sobre el total de adultos con productos financieros se redujo en 0,3 puntos.

NO EXISTEN DIFERENCIAS POR GÉNERO EN EL USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS

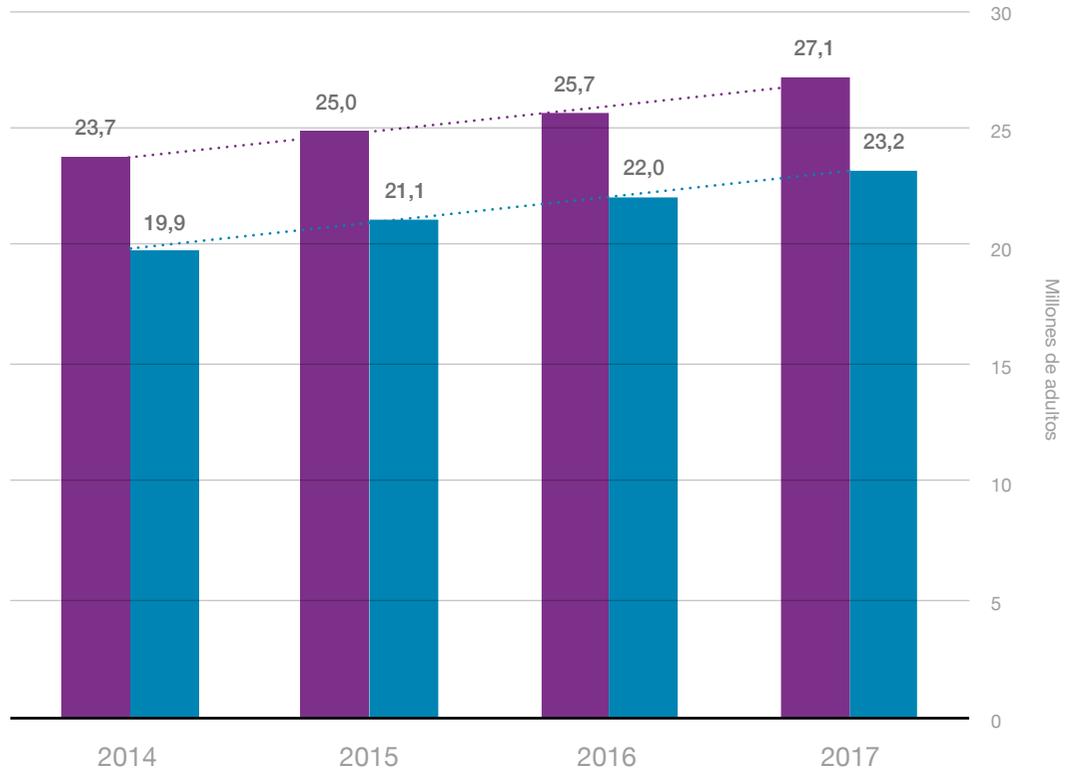
En 2017, 85,6% de las mujeres y de los hombres con productos financieros los tenían activos o vigentes (Gráfico 2.12). En general, en los últimos años, el nivel de actividad para hombres y mujeres ha mantenido una tendencia de crecimiento positiva, aunque es de resaltar, que el de los hombres ha crecido por encima del de las mujeres. Esto ha permitido cerrar la pequeña brecha en el nivel de actividad que existía por género. El nivel de actividad para los hombres pasó de 82,8% de 2014 a 85,6% en 2017, mientras que el de las mujeres de 83,0% a 85,6% en este periodo.

12. Se define adultos activos como aquellos que tienen al menos un producto activo en el sistema financiero. Un producto se considera activo cuando se ha utilizado durante los últimos seis meses.

13. Relación de adultos activos sobre el total de adultos con productos.

GRÁFICO 2.10

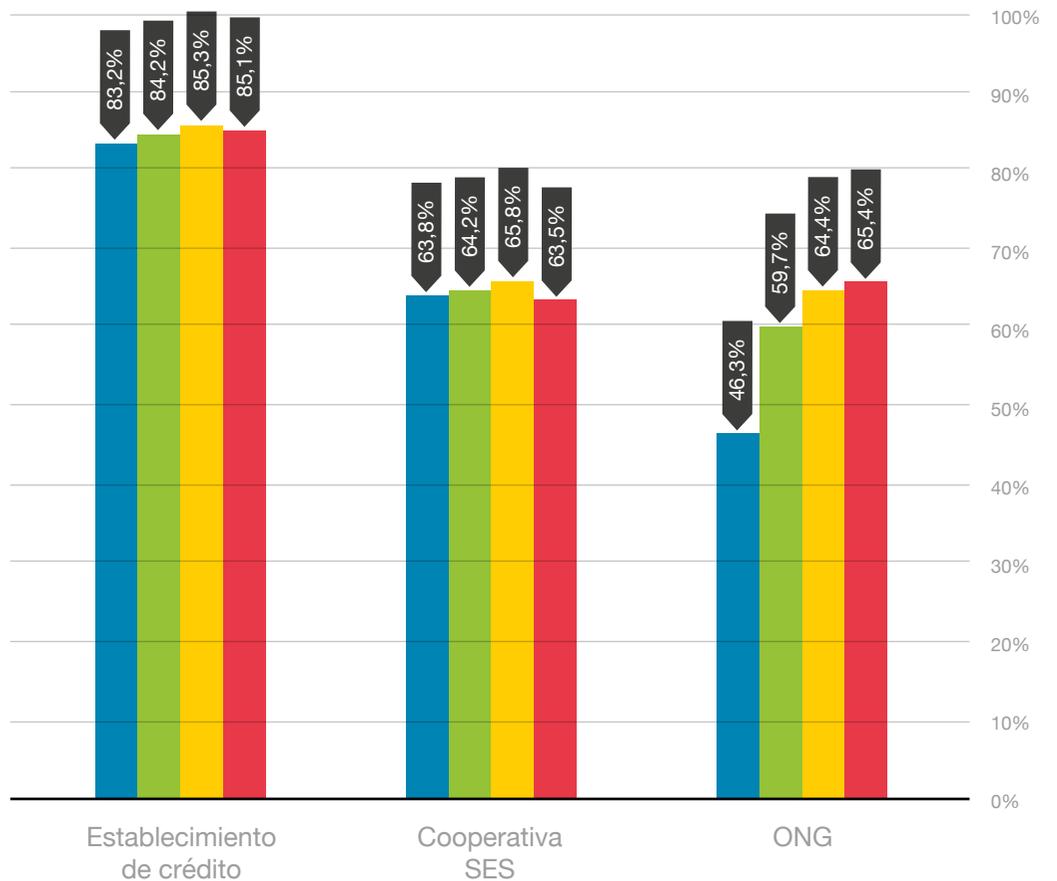
Número de adultos totales y activos o vigentes con al menos un producto financiero



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

GRÁFICO 2.11

Relación del número de adultos con productos activos o vigentes sobre el número de adultos con productos totales por tipo de entidad



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

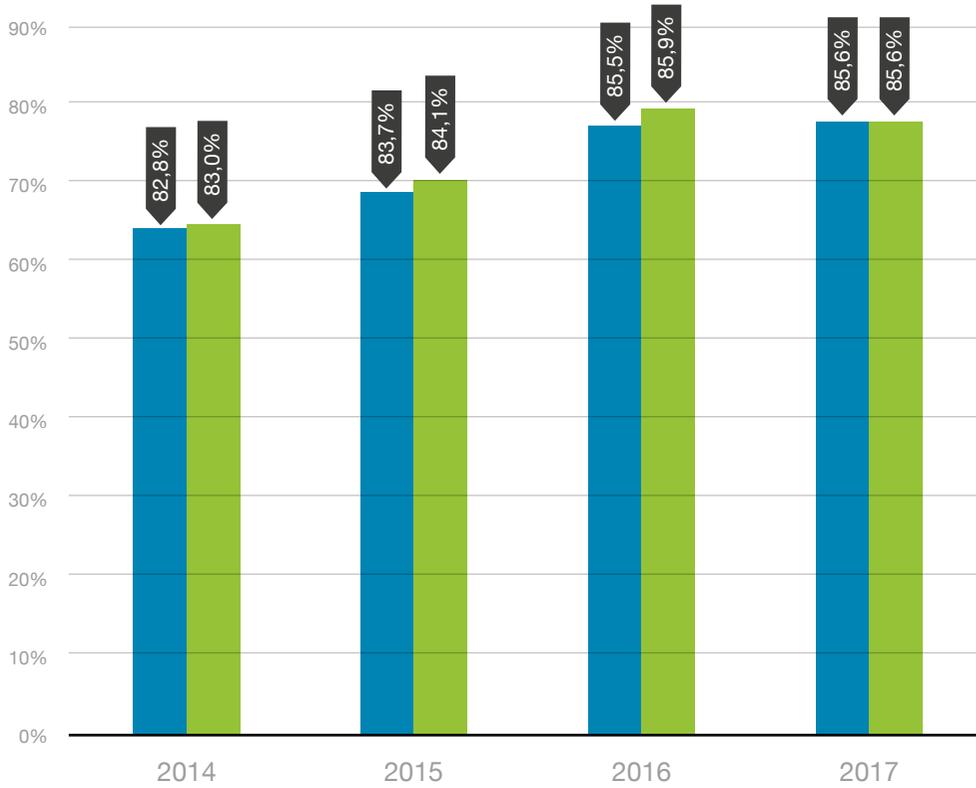


GRÁFICO 2.12
Relación del número de adultos con productos activos o vigentes sobre el número de adultos con productos totales por género

Hombre ■
Mujer ■

Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

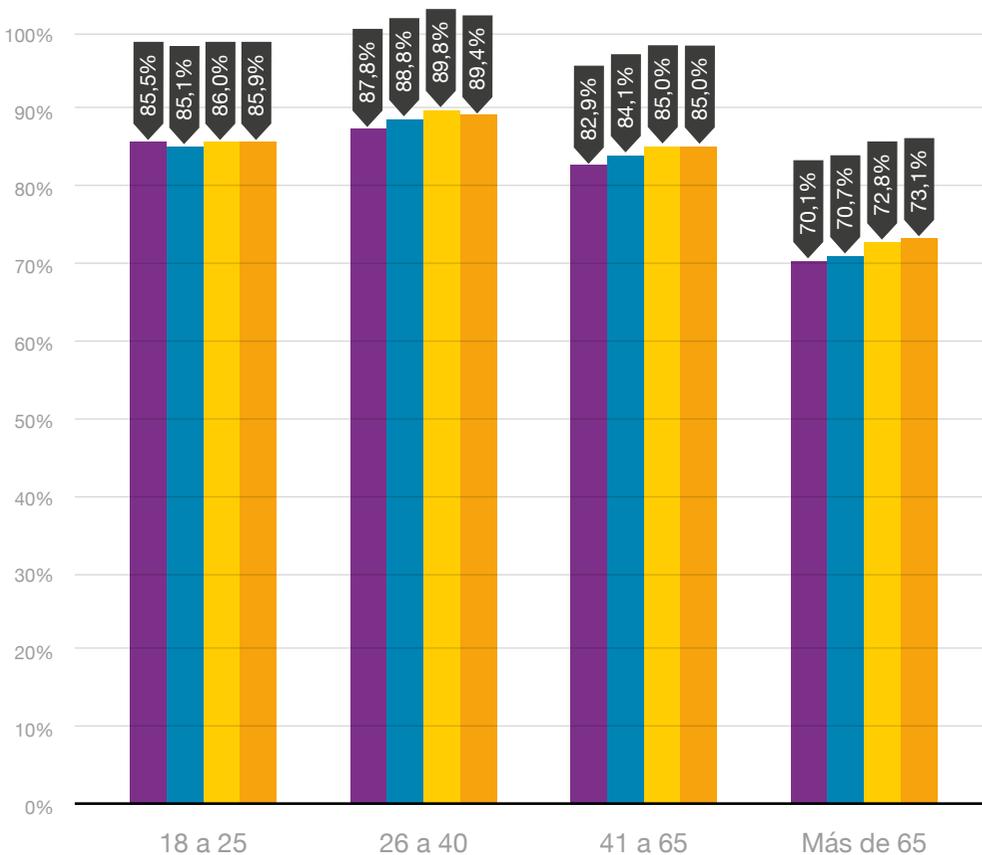


GRÁFICO 2.13
Relación del número de adultos con productos activos o vigentes sobre el número de adultos con productos totales por rango de edad

2014 ■
2015 ■
2016 ■
2017 ■

Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

EL USO DE PRODUCTOS ES MENOR EN LOS ADULTOS MAYORES

Los adultos entre los 26 y 40 años fueron los que registraron el mayor nivel de actividad de sus productos (89,4%) (Gráfico 2.13). A este grupo, le siguieron los adultos con edades entre los 18 y 25 años (85,9%) y aquellos que estaban en un rango de edad entre los 41 y 65 años (85,0%). Los adultos con más de 65 años tuvieron el menor nivel de actividad (73,1%). La relación de adultos activos sobre totales no ha presentado ningún cambio significativo por rango de edades durante los últimos años. Aspecto que evidencia el reto de seguir promoviendo el uso de los diferentes productos financieros, especialmente en los adultos de más de 65 años.

USO DE PRODUCTOS DE DEPÓSITO¹⁴

De los 25,6 millones de adultos con al menos un producto de depósito, cerca de 19,6 millones los tenían activos. Es decir que la proporción de adultos activos sobre adultos totales en los productos de depósito equivalió al 76,6%. En las ciudades el nivel de actividad fue del 77,1%, mientras que en los municipios intermedios, rurales y rurales dispersos fue del 75,3%.

De los 25,2 millones de adultos con cuentas de ahorro, 18,4 millones las usaban activamente (Gráfico 2.14). Esta cifra aumentó

en 1,4 millones, o 8,4% frente a 2016. La relación entre el número de adultos con cuentas de ahorro activas y con cuentas de ahorro totales mejoró entre 2016 y 2017, al pasar de 72,2% a 73,1%.

Al comparar el número total de cuentas de ahorro¹⁵ que tienen las personas con el número de adultos con este producto, se infiere que los colombianos tienen en promedio dos cuentas de ahorro. Ahora bien, si se hace la misma comparación, pero con el número de adultos con cuentas de ahorro activas, se infiere que en promedio los colombianos tienen cerca de tres cuentas.

LA PROFUNDIDAD FINANCIERA HA MEJORADO

La profundidad de la inclusión financiera formal permite medir la diversidad del portafolio de servicios financieros a los que accede la población. Esta diversidad es importante para la promoción del uso de servicios financieros integrales.

Al respecto, aproximadamente la mitad de los colombianos con productos financieros contaba con uno o dos productos a finales de 2017 (el 31,7% de los adultos con productos tenía uno y el 23,4% dos). Un portafolio de tres y cuatro productos lo tuvo el 15,2% y el 9,9% de los adultos. Un portafolio de más de cuatro productos fue manejado por el 19,8% de los adultos (Gráfico 2.16).

14. Medido por cédulas de ciudadanía.

15. Las cuentas de ahorro que tienen las personas naturales.

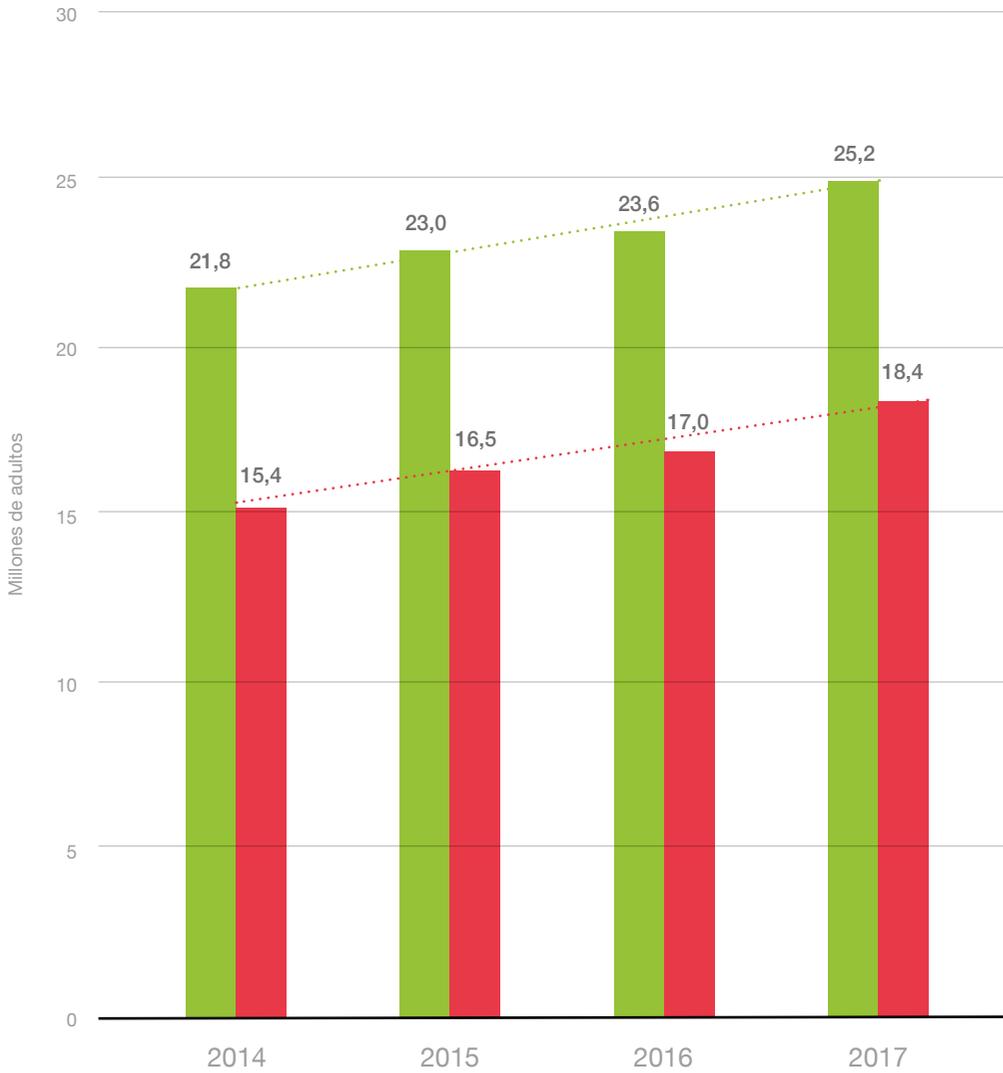


GRÁFICO 2.14
Número de adultos con cuentas de ahorro totales y activas

Totales ■
Activas ■

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

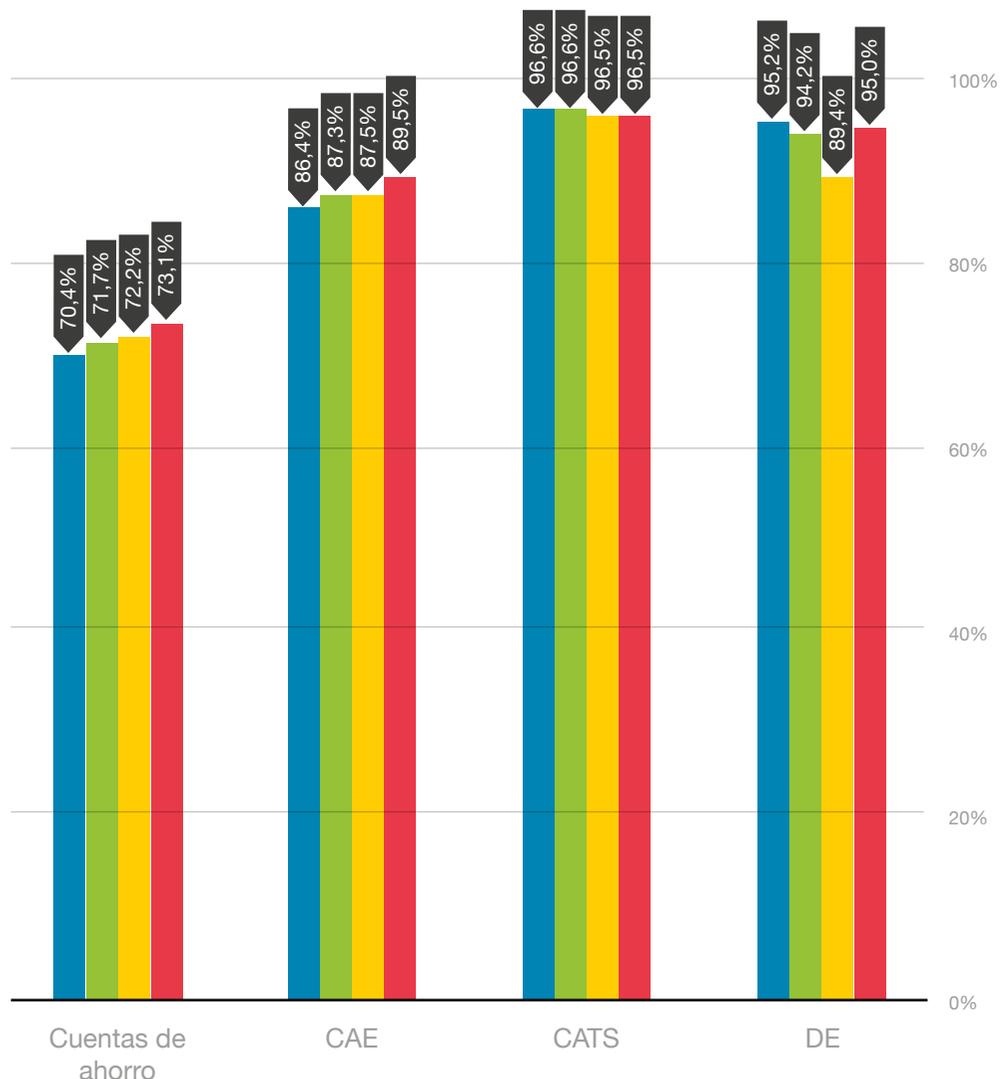
Al comparar con el año anterior, se evidencia que los adultos con un producto financiero tuvieron un crecimiento de 3,9%. Asimismo, las personas que tenían un portafolio de dos productos financieros aumentaron en 1,9%. Sin embargo, se observa que quienes tenían entre tres y más productos financieros presentaron una ligera contracción entre 2016 y 2017. Esto podría estar relacionado con el acceso a nuevos productos que con el tiempo dejan de usarse o se cancelan.

HAY QUE CONTINUAR MEJORANDO EL USO DE LOS PRODUCTOS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS

Del total de empresas con algún producto financiero, el 72,1% tenía algún producto financiero activo o vigente (675.143) (Gráfico 2.17), esto representa un aumento en 20,2% entre 2016 y 2017 (113.463 empresas).

GRÁFICO 2.15

Relación del número de adultos con productos de ahorro activos sobre el número de adultos con productos de ahorro totales



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

Vale la pena resaltar que, si bien el número de empresas con algún producto financiero activo o vigente creció en los últimos años, este crecimiento ha sido menor al del número de empresas con productos financieros. Esto ha hecho que el nivel de actividad de las empresas haya caído en los últimos años, al pasar de 74,7% en 2016 a 72,1% en 2017. El nivel de actividad de las empresas es inferior al registrado por las personas naturales.

De las 934.915 mil empresas con al menos un producto financiero en los establecimientos de crédito, 674.275 mil los tenían activos o vigentes, exhibiendo un nivel de actividad de 72,1%. Por su parte, de las 4.265 empresas que contaban con un producto financiero en las cooperativas vigiladas por la Supersolidaria, 2.568 los tenían activos o vigentes, esto es un nivel de actividad del 60,2%.

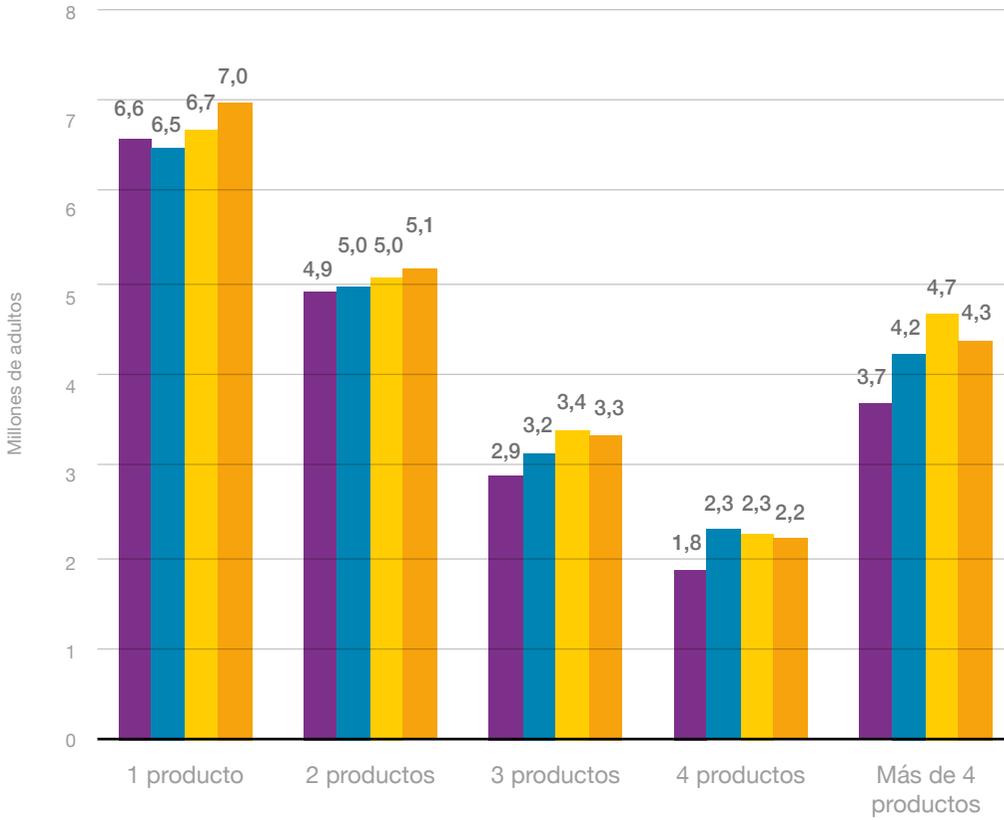


GRÁFICO 2.16
Número de adultos con productos financieros



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

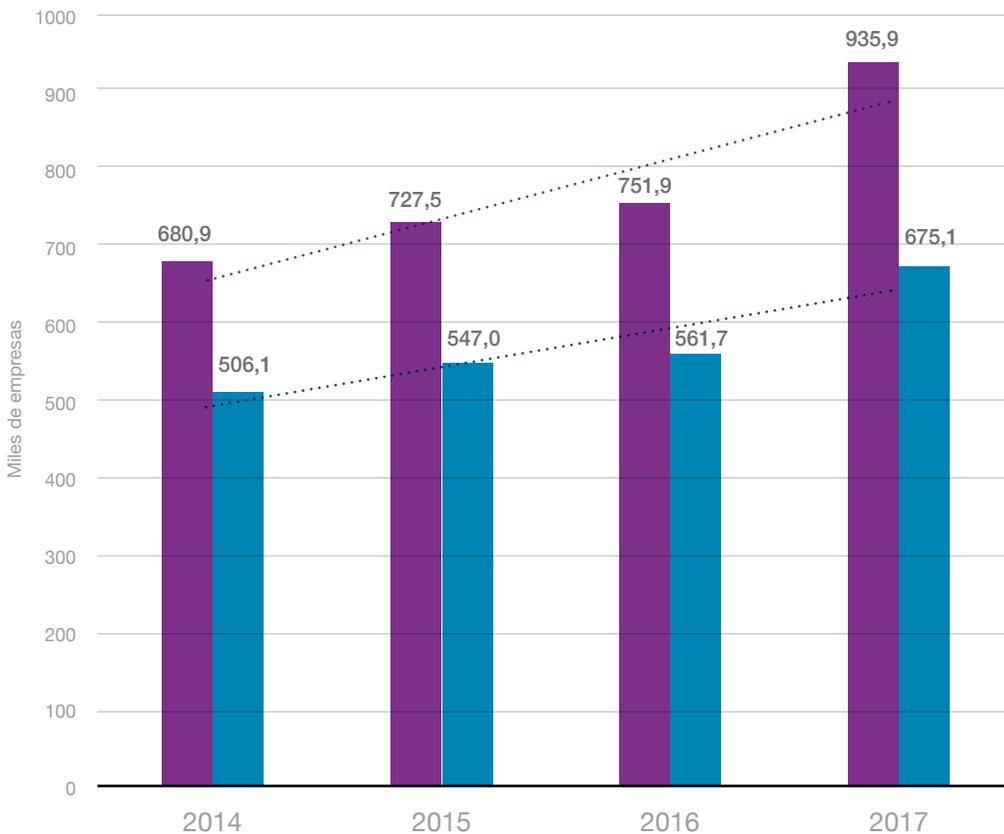


GRÁFICO 2.17
Número de empresas con productos financieros totales y activos o vigentes



Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.



RESULTADOS FINDEX Y ENCUESTAS DE ANIF

RAZONES POR LAS QUE LOS COLOMBIANOS AHORRAN Y SE ENDEUDAN



¿PARA QUÉ AHORRAN LAS PERSONAS?

El 16% de las personas en Colombia encuestadas en el Global Findex 2017 del Banco Mundial señaló que los propósitos para ahorrar eran empezar, operar o expandir el negocio o la finca. Aspectos que fueron más recurrentes en la población que se encontraba en la fuerza laboral y con educación igual o inferior a la secundaria, ambos con un 20% de respuestas.

Por su parte, el 13% de los encuestados señaló que ahorraban para su vejez. Respuestas que fueron más recurrentes en los hombres (16%) que en las mujeres (11%) y en aquellos que encontraban en la fuerza laboral (15%). Asimismo, el 20% de los encuestados indicó que ahorraba para educación. Estas razones de ahorro contribuyen a incrementar el bienestar de las personas que lo hacen al igual que el de sus familias porque son cruciales en la construcción de la resiliencia financiera y ayudan a cumplir con metas propuestas.



¿PARA QUÉ AHORRAN LOS MICROEMPRESARIOS?

Según la Gran Encuesta Microempresarial de Anif (2018), la mayoría de los microempresarios manifestó que el propósito de su ahorro era cubrir los gastos del negocio cuando los ingresos no eran suficientes (40,6% en promedio). Adicionalmente, al ahorro era utilizado para surtir el negocio en temporadas altas (20,0%), ampliar la empresa (20,0%), pagar deudas relacionadas con la compañía (16,3%), gastos personales o del hogar (14,3%) e iniciar otro negocio (6,6%). La mayoría está correlacionada con el concepto operativo del negocio, por lo que podría influir positivamente en la viabilidad financiera de la empresa.



¿PARA QUÉ SE ENDEUDAN LAS PERSONAS?

De acuerdo con el Global Findex 2017, el 41% de la población encuestada tenía un crédito durante el último año (vs. 43% en 2014). El 10% de los encuestados utilizó los préstamos con propósitos relacionados con la salud, al igual que por razones educativas. Por su parte, el 7% de las personas encuestadas manifestó haberse endeudado para operar o expandir su negocio o firma. Las anteriores razones para acceder a crédito, seguramente, podrían tener un impacto positivo en el bienestar de las personas y sus familias, al posibilitar responder a imprevistos relacionados con mejorar la salud, incrementar el capital humano y los recursos productivos.



¿PARA QUÉ SE ENDEUDAN LOS MICROEMPRESARIOS?

Según la Gran Encuesta Microempresarial de ANIF (2017), los créditos que se otorgaron a los microempresarios se destinaron, principalmente, a generar liquidez. En efecto, la compra de materia prima, insumos, inventarios y demás gastos operativos o de funcionamiento (77% industria, 87% comercio y 56% servicios) fue el destino de los préstamos más señalado por los empresarios encuestados. Por otro lado, menos del 30% de los encuestados realizó remodelaciones o adecuaciones para ampliar la capacidad productiva, y menos del 13% de los empresarios lo usó para comprar o arrendar maquinaria.

Es importante hacer énfasis en que los créditos destinados a inversión permiten que las empresas accedan a nuevas oportunidades de crecimiento y obtengan incrementos en productividad a través de tecnologías, innovación, desarrollo de nuevos productos o servicios, ampliación de mercados, etc. Por lo tanto, resulta esencial incentivar este tipo de créditos que lleven a la innovación y transformación productiva de los microempresarios colombianos.

2.3 PRINCIPALES RETOS

INCLUIR LOS FALTANTES AL SISTEMA FINANCIERO

En total, al sistema financiero hace falta incorporar 6,7 millones de adultos colombianos que no tienen ningún producto, esto es, el 19,8% de los adultos del país. De acuerdo con el Global Findex 2017, las principales razones expresadas por los encuestados para no tener una cuenta estuvieron relacionadas con la insuficiencia de fondos (67%), los altos costos financieros (59%), la falta de documentación necesaria (28%) y la lejanía a las entidades financieras (20%). Solo 3% de la muestra señaló que no tenía cuenta porque no necesitaban servicios financieros, aspecto que resalta la relevancia de disminuir las demás barreras que dificultan la inclusión financiera (Gráfico 2.18).

En particular, existe el reto de incluir a quienes viven en zonas rurales y a los jóvenes del país. El indicador de inclusión financiera es significativamente menor en los municipios rurales que en las ciudades. En los municipios rurales y rurales dispersos 2,2 y 1,2 millones de adultos, respectivamente, tenían algún producto financiero. El indicador de inclusión financiera fue 65,1% en los municipios rurales y el 54,7% en los rurales dispersos. La diferencia en el indicador de inclusión entre las ciudades y los municipios rurales dispersos ascendió a 32,5 puntos porcentuales. En consecuencia, persiste el reto de lograr disminuir las barreras de acceso al sistema financiero en los municipios rurales y rurales dispersos, para que sus pobladores puedan aprovechar los beneficios de los productos y servicios del sistema. Esta brecha se ha mantenido constante en los últimos años.

Asimismo, y a pesar del incremento registrado en los últimos años en el número de jóvenes entre 18 y 25 años con algún producto financiero, existe el desafío de incluir a cerca de la mitad de esta población que no tienen acceso al sistema financiero formal. Mientras el indicador de inclusión financiera del país se ubicó en 80,1% en 2017, el de los adultos jóvenes entre 18 y 25 años se ubicó en 53,9%. Es importante indagar las razones por las cuales los jóvenes no están accediendo a productos financieros en lugares donde existe cobertura y una oferta amplia de productos.

INCREMENTAR EL USO DE LOS PRODUCTOS FINANCIEROS

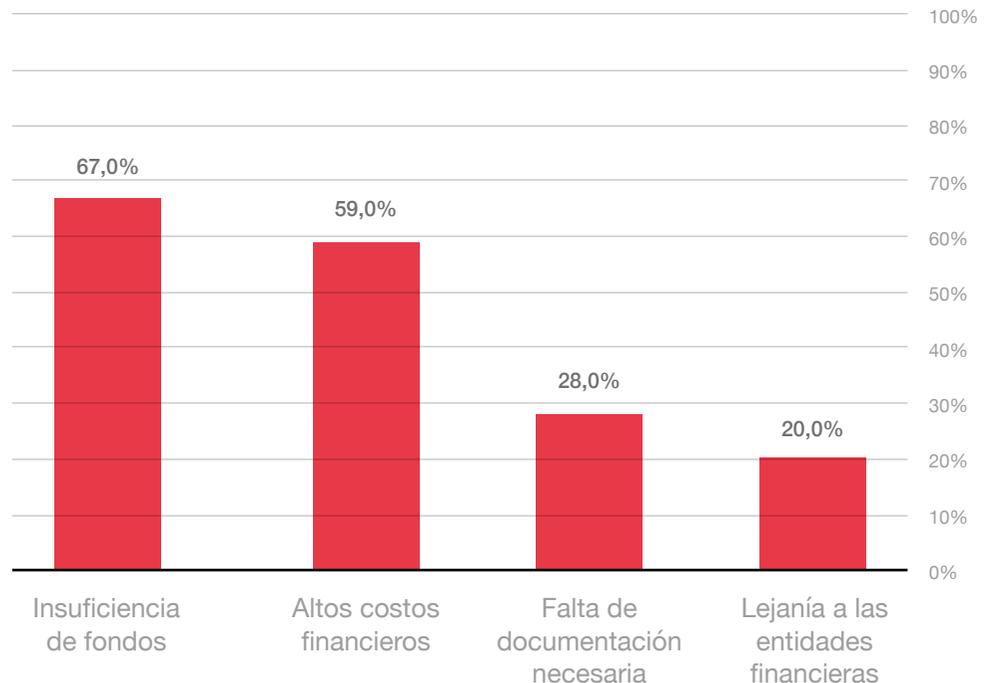
Como se mencionó anteriormente, es relevante seguir incentivando el uso de los productos financieros tanto en las personas como en las empresas. Esto debido a que la proporción de adultos activos sobre el total de adultos con productos financieros fue igual al 85,6%. A nivel de empresas, dicha equivalencia correspondió al 72,1%. Es importante explorar las nuevas barreras¹⁶ que limitan el uso de los productos que hoy ofrece el mercado. Además, de continuar desarrollando estrategias asociadas con la educación financiera y el diseño de productos adecuados con las necesidades de la población y las empresas.

PROMOVER LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL EMPODERAMIENTO DEL CONSUMIDOR

La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera reconoce en sí la relevancia que tiene la educación financiera por lo que la priorizó como uno de sus frentes de trabajo, reco-

GRÁFICO 2.18

Principales barreras para acceder al sistema financiero



Fuente: Global Findex 2017.

mendando la elaboración y puesta en marcha de la Estrategia Nacional de Educación Financiera. En este sentido, uno de los grandes logros del 2017 fue elaborar y lanzar el documento de estrategia, el cual resulta del esfuerzo de diversas entidades que conforman el Sistema Administrativo Nacional para la Educación Económica y Financiera y la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera¹⁷.

Si bien contar con esta hoja de ruta para cada una de las etapas de la vida (educación

formal, etapa activa, población vulnerable y microempresaria y, previsión para la vejez) es un primer paso, el reto continúa siendo ampliar cada vez más la articulación de las entidades y poner en marcha las acciones propuestas para elevar el conocimiento, capacidades y habilidades de los colombianos, de tal manera que logren administrar mejor sus finanzas personales, gestionar los riesgos que enfrentan y tomar decisiones informadas, aspecto que se viene trabajando desde el momento en que la estrategia fue lanzada.

16. La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en Colombia identifica las principales barreras y las líneas de acción e instrumentos que se plantearon.

17. Decreto 457 de 2014, instancia para generar lineamientos, metodologías de trabajo y mecanismos de gestión y coordinación entre las diversas entidades públicas y privadas que tienen que ver con la política pública de educación económica y financiera. Está conformada por ocho subcomisiones a saber: i) técnica, ii) población en educación formal, iii) población en etapa productiva activa, iv) población vulnerable, v) microempresarios, vi) previsión para el retiro y protección para la vejez, vii) medición y evaluación y viii) subcomisión consultiva, esta última como instancia de articulación de la Comisión Intersectorial de Educación Económica y Financiera con el sector privado.

RIF 2017

3



3.

INFRAESTRUCTURA FINANCIERA

En este capítulo se realiza un análisis de la cobertura financiera del país a través de los puntos de acceso de las entidades financieras y de su transaccionalidad. Los puntos de acceso incluidos son las oficinas, corresponsales bancarios, datáfonos, cajeros automáticos y asesores móviles. En cuanto a la cobertura financiera, en este capítulo se describe la evolución en el número de puntos de acceso a nivel

nacional, departamental, municipal y por nivel de ruralidad. Para las transacciones se analizan el número y el monto transado por tipo de canal, asimismo, se destaca el análisis de indicadores de tenencia de servicios transaccionales (como las tarjetas débito y crédito), el número de transacciones financieras por cada 100.000 adultos y el acceso y uso de internet y telefonía móvil en la población.

PRINCIPALES MENSAJES EN MATERIA DE TRANSACCIONES

1 Colombia alcanzó el **100%** de presencia de algún punto de acceso al sistema financiero en todos los municipios desde **2015**.

En **2017**, las entidades financieras en Colombia contaban con **532.138 puntos de acceso**.



Cobertura municipal  **100%** desde 2015.

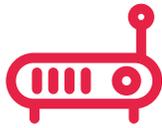
3 Los municipios categorizados como **cobertura frágil**, es decir, aquellos con 1 o 2 corresponsales y sin oficinas, pasaron de **34 en 2016 a 3 municipios al cierre del 2017**.



Municipios con **cobertura frágil**

34 (2016)	3 (2017)
---------------------	--------------------

5 **Internet** fue el canal de **mayor participación** en número de transacciones y las oficinas en monto transado.



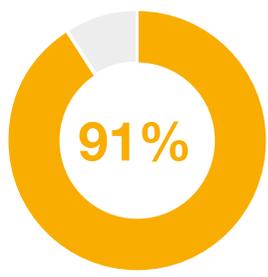
	2017	% monto	2016	2017
 Oficinas	#5.455 millones		47,1%	43,2%
 Internet	\$7.209 billones		32,8%	35,5%

7 La mayoría de transacciones se movilizaron a través de los **bancos**.

 Bancos \$7.166 billones (99,4%)	 Compañías de financiamiento \$32 billones (0,4%)	 Cooperativas financieras \$11 billones (0,2%)
---	--	---

9 El **valor más alto** en el promedio transado correspondió al **canal de ACH**, representando el **42%**, seguido de **internet** con **26%** y **oficinas** con **23%**.

El monto promedio de las **transacciones de ACH, Internet y Oficinas** representan **91%**



ACH	\$10,1 millones
Internet	\$6,4 millones
Oficinas	\$5,6 millones

2

Entre 2016 y 2017, el número de puntos de acceso aumentó en **10,5%**. Los puntos con mayor crecimiento fueron los **corresponsales** (11,5%) y los **datáfonos** (10,7%).



PDA 2016 → **481.667**

PDA 2017 → **532.138**

4

En 2017, Colombia tenía **105.104** corresponsales bancarios, distribuidos así: **99,8%** de los establecimientos de crédito y **0,2%** de las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por la Supersolidaria.



6

Las transacciones en telefonía móvil registraron el mayor crecimiento en 2017, aumentando en número en **67,6%** y en monto **71,0%**.

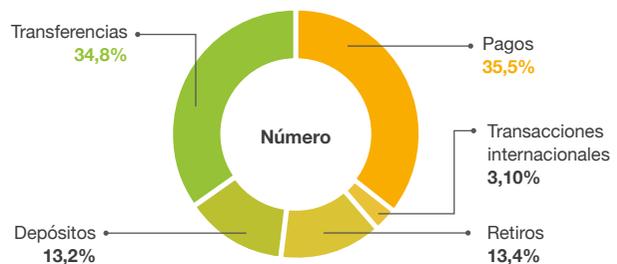


Telefonía móvil

	2016	2017	
Número (millones)	197	331	67,6%
Monto (billones)	\$6	\$11	71,0%

8

Del total de las transacciones realizadas, en términos de monto, las más frecuentes fueron los pagos y las transferencias, que en promedio representan **35,0%** con **\$5.071** billones del total.



10

Existe potencial para continuar avanzando en inclusión financiera a través de herramientas tecnológicas en una oferta más diversa de **productos** y **servicios**. En promedio, cada adulto realizó **86 transacciones** virtuales al año.



3.1. ANÁLISIS DE LA COBERTURA FINANCIERA

Desde que Colombia alcanzó el 100% de cobertura de sus municipios¹ en 2015, la capilaridad de las entidades financieras ha continuado en aumento. El número de puntos de acceso con los que cuentan las entidades en el país ha crecido en los últimos tres años.

En 2017, las entidades financieras en Colombia contaban con 532.138 puntos de acceso, distribuidos de la siguiente manera: 403.512 datáfonos (75,8%), 105.104 corresponsales bancarios (19,8%), 15.709 cajeros automáticos (3,0%) y 7.813 oficinas (1,4%)². La participación de los distintos puntos de acceso se ha mantenido prácticamente igual en los últimos tres años (Gráfico 3.1).

Entre 2016 y 2017, el número de puntos de acceso aumentó en 10,5%, esto es 50.547 puntos adicionales. Este incremento se explica principalmente por el comportamiento de los corresponsales bancarios y los datáfonos, que crecieron 11,5% y 10,7%, respectivamente. Las oficinas y los cajeros automáticos, por su parte, tuvieron un crecimiento modera-

do, 0,9% y 3,2% en el último año, respectivamente. Desde 2015, las oficinas y los cajeros automáticos han registrado el mismo crecimiento anual.

El crecimiento en el número de puntos de acceso ha permitido mejorar la capilaridad de las entidades financieras, alcanzando un mayor cubrimiento en términos de la población y del tamaño del territorio. En 2017, Colombia tenía 1.573,8 puntos de acceso por cada 100.000 adultos y 554,5 puntos por cada 1.000 km². Ambos indicadores han crecido durante los últimos tres años. Específicamente, frente a 2016, el indicador demográfico de cobertura creció en 126 puntos y el de cobertura geográfica en 52 puntos.

A pesar de los avances, la brecha entre la cobertura urbana y rural se mantiene.³ En 2017, las ciudades y aglomeraciones, en donde vive el 67,0% de la población adulta del país, concentraban el 88,5% de los puntos de acceso. Por su parte, los municipios rurales y rurales dispersos, donde vive el 16,6% de la población en Colombia, tenían el 4,1% de los puntos de acceso del país (Gráfico 3.2).

-
1. De acuerdo con lo reportado por el DANE, el total de municipios es de 1102 y 20 Corregimientos Departamentales.
 2. Del consolidado total de puntos de acceso a nivel nacional se excluyen los asesores móviles, por ser una información que se recoge solamente para las 23 ONG microfinancieras.
 3. El análisis por nivel de ruralidad no incluye los cajeros automáticos, dado que es una información que solamente se captura a nivel nacional.
 4. La información por nivel de ruralidad que se presenta para los datáfonos corresponde a la directamente reportada por las Redes de Bajo Valor (CredibanCo y Redeban).

GRÁFICO 3.1
Evolución en el número de puntos de acceso financiero por tipo de punto



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.

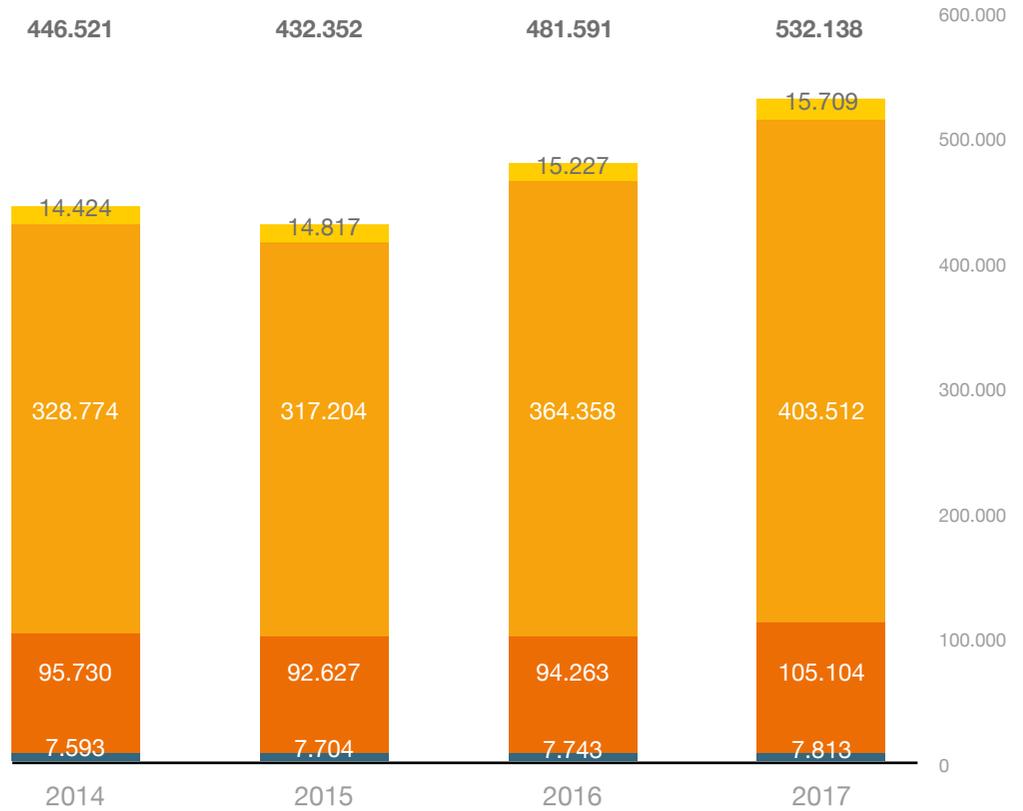
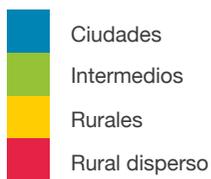
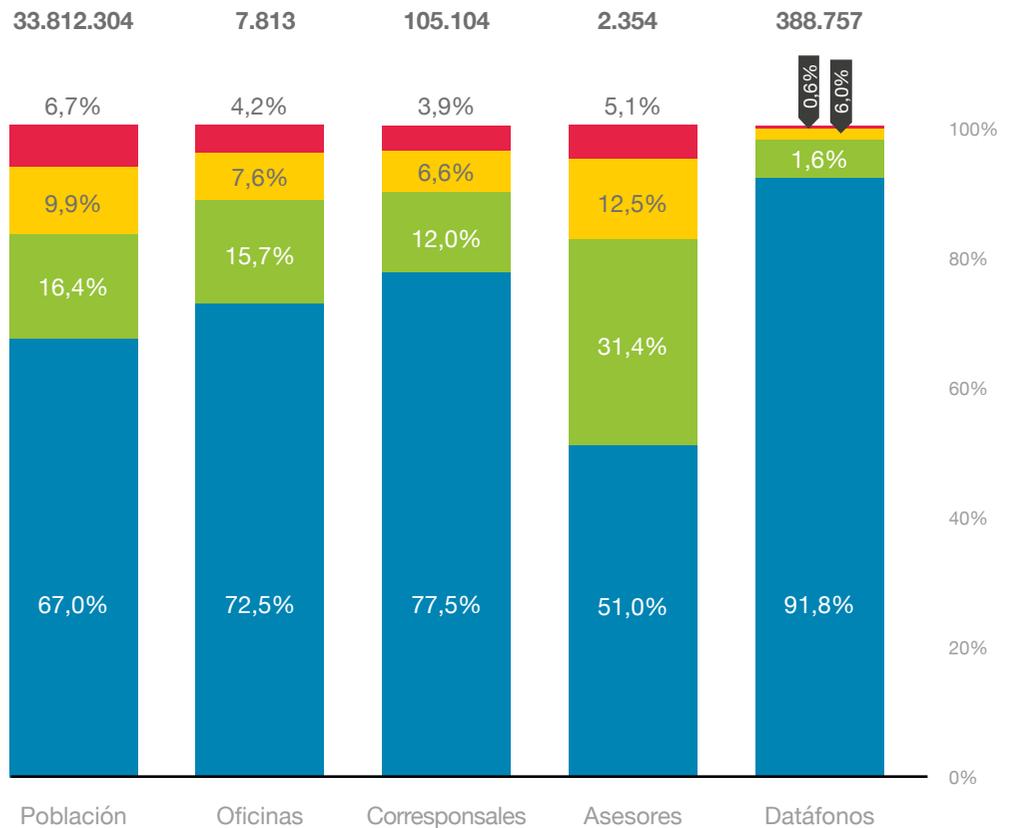


GRÁFICO 3.2
Distribución de los puntos de acceso según nivel de ruralidad⁴ en 2017



Fuente: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.



OFICINAS⁵

Las entidades financieras contaban con 7.813 oficinas en 2017, distribuidas de la siguiente manera: los establecimientos de crédito⁶ con 6.391 (81,8%), las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria con 863 (11,0%) y las ONG microcrediticias con 559 (7,2%) (Gráfico 3.3).

Como se mencionó, el número de oficinas ha tenido un crecimiento moderado en los últimos tres años, alrededor del 0,9% anual. Como consecuencia, la cobertura de las oficinas en términos de la población y el tamaño del territorio se ha mantenido constante, en alrededor de 23 oficinas por 100.000 adultos y 8 por 1.000 km². Vale la pena mencionar que, aunque entre 2016 y 2017 el número total de oficinas de las entidades financieras creció en 80, el de los bancos cayó en 90⁷. El cierre de sucursales bancarias se presentó en los bancos más grandes y estuvo concentrado en las principales ciudades del país.

Las oficinas estaban mayoritariamente concentradas en las ciudades y aglomeraciones y en los municipios intermedios, con 72,5% (5.667) y 15,7% (1.225), respectivamente. Por su parte, los municipios rurales

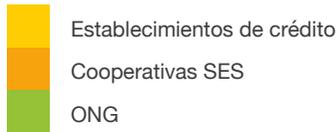
y rurales dispersos tenían 11,8% (921) de las oficinas del país. En este análisis por nivel de ruralidad se destaca que, a pesar de la existencia de la brecha urbana y rural, entre 2016 y 2017, el número de oficinas en los municipios intermedios, rurales y rurales dispersos creció 4,8%, mientras que el número de oficinas en las ciudades y aglomeraciones cayó en 0,4% (Gráfico 3.4). También vale la pena resaltar que de las 921 oficinas que había en los municipios rurales y rurales dispersos, 435, es decir, el 47,2% era del Banco Agrario de Colombia.

En 2017, todos los departamentos del país tenían presencia de oficinas. Los cinco departamentos con mayor número de oficinas eran Bogotá D.C, Antioquia, Valle del Cauca, Santander y Cundinamarca, agrupando aproximadamente 58,9% de las oficinas del país. Sin embargo, los cinco departamentos con el indicador demográfico de cobertura más alto fueron Boyacá, Guainía, Santander, Casanare y Amazonas, todos con más 30 oficinas por cada 100.000 adultos (Anexo 1). Por su parte, 885 municipios de los 1.102 que hay en el país contaban con oficinas. Las 13 ciudades principales del país agrupaban un poco más del 50% de las oficinas (Anexo 2).

-
5. La información de las oficinas proviene del formato 322 de la Superintendencia Financiera de Colombia. Las series históricas se homogeneizaron con este formato. En la versión anterior del RIF se había utilizado el formato 398, el cual ha sido reemplazado por el formato 534. Este último ya no indaga por el número de oficinas.
 6. En 2017, el número de oficinas de los establecimientos de crédito se distribuyó así: bancos 5.722, compañías de financiamiento 453, corporaciones financieras 10 y cooperativas financieras 206.
 7. El número de oficinas de los bancos pasó de 5.812 en 2016 a 5.722 en 2017.

GRÁFICO 3.3

Evolución del número de oficinas por tipo de entidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.

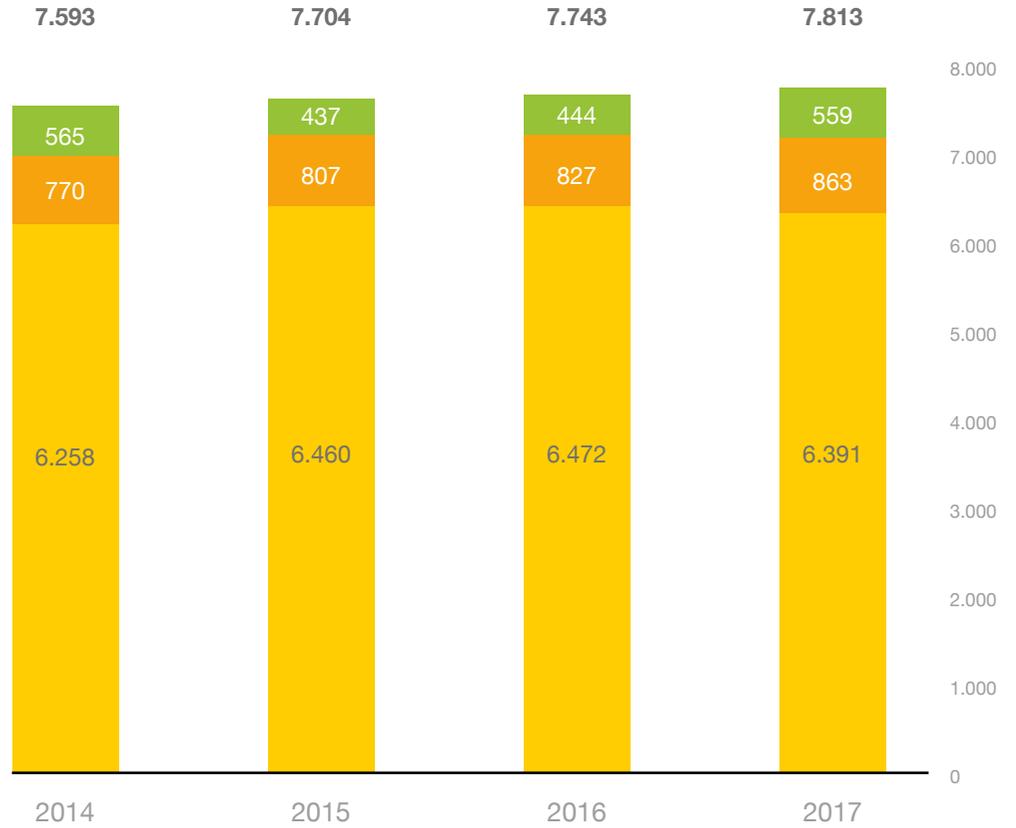
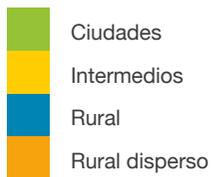
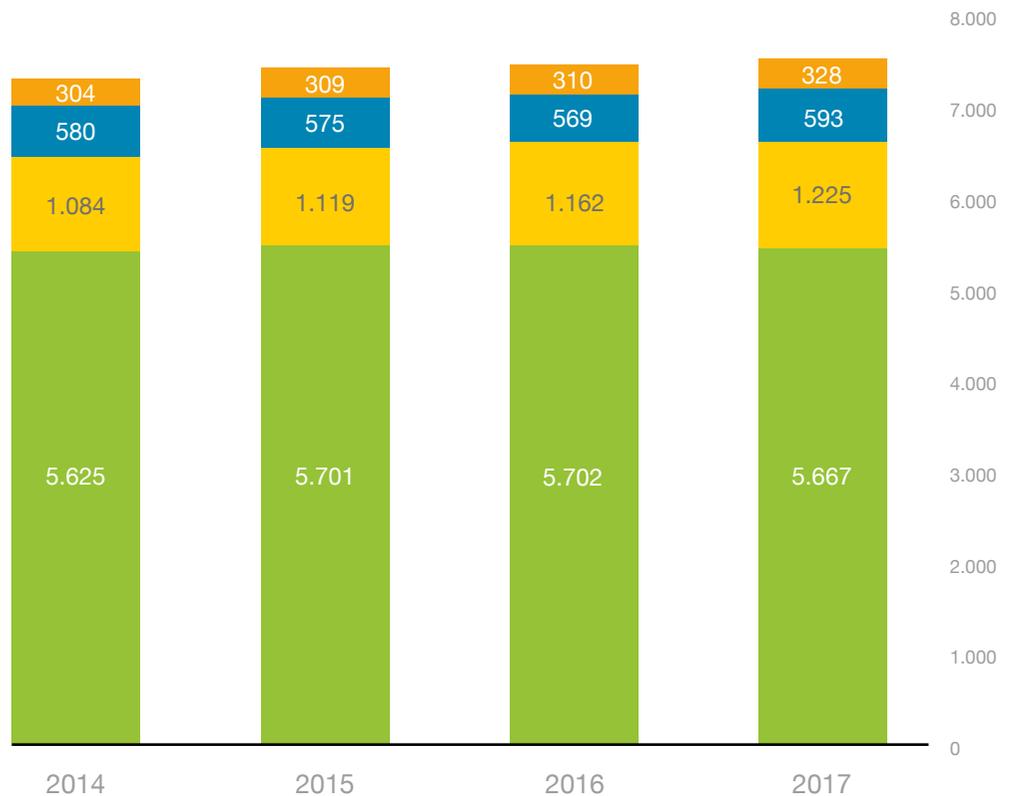


GRÁFICO 3.4

Evolución del número de oficinas por nivel de ruralidad



Fuente: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.



CORRESPONSALES BANCARIOS⁸

En 2017, Colombia tenía 105.104 corresponsales bancarios, distribuidos de la siguiente manera: 99,8% (104.918 puntos) de los establecimientos de crédito⁹ y 0,2% (186) de las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria (Gráfico 3.5). Entre 2016 y 2017 el número de corresponsales creció a una tasa de 11,5%, equivalente a 10.841 puntos adicionales. Este crecimiento permitió que el país mejorara sus indicadores de cobertura en el último año, al pasar de 283,4 a 310,8 corresponsales por 100.000 adultos y de 98,3 a 109,5 corresponsales por 1.000 km².

Al igual que las oficinas, los corresponsales también se concentraban principalmente en las ciudades y aglomeraciones. En 2017, el 77,5% (81.412) de los corresponsales estaban en las ciudades, 12,0% (12.638) en los municipios intermedios y 10,5% (11.054) en los municipios rurales y rurales dispersos (Gráfico 3.6).¹⁰ Los corresponsales de las compañías de financiamiento y las cooperativas de carácter financiero estaban ubi-

cados casi en su totalidad en las ciudades y aglomeraciones.

En 2017, todos los departamentos del país tenían presencia de corresponsales. Los cinco departamentos con mayor número de corresponsales fueron Bogotá D.C. (30.198), Valle del Cauca (11.777), Antioquia (9.897), Cundinamarca (6.790) y Atlántico (5.496), agrupando aproximadamente 61,1% de los corresponsales del país. Sin embargo, los cinco departamentos con el indicador demográfico de cobertura más alto fueron Bogotá D.C., Casanare, Meta, Santander y Cundinamarca todos con más de 350 corresponsales por 100.000 adultos (Anexo 3).

En cuanto a los municipios, en 2017 la totalidad de los 1.102 contaban con corresponsales, de los cuales las 13 ciudades principales agruparon casi el 55,4% de los puntos del país (Anexo 4). Adicionalmente, se destaca la disminución del número de municipios categorizados como de cobertura frágil, es decir con uno o dos corresponsales y sin presencia de oficinas, de 34 en 2016 a tres municipios al cierre del 2017 (Murindó Antioquia; Río Iró Chocó y Jordán Santander).

-
8. Los corresponsales bancarios son establecimientos comerciales que ofrecen sus servicios financieros en nombre de un proveedor de servicios financieros convirtiéndose en puntos de acceso al sistema financiero formal. Los datos que se incluyen en esta sección contienen el número de corresponsales que es reportado por todas las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia y la Superintendencia de Economía Solidaria.
 9. Los corresponsales de los establecimientos de crédito se distribuyen así: 100.533 de los bancos, 4.327 de las compañías de financiamiento y 58 de las cooperativas financieras.
 10. Las entidades con mayor presencia en los municipios rurales en su orden fueron el Banco de Occidente (1.738), Bancolombia (1.516) y el Banco Agrario (957).

GRÁFICO 3.5

Evolución del número de corresponsales por tipo de entidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.

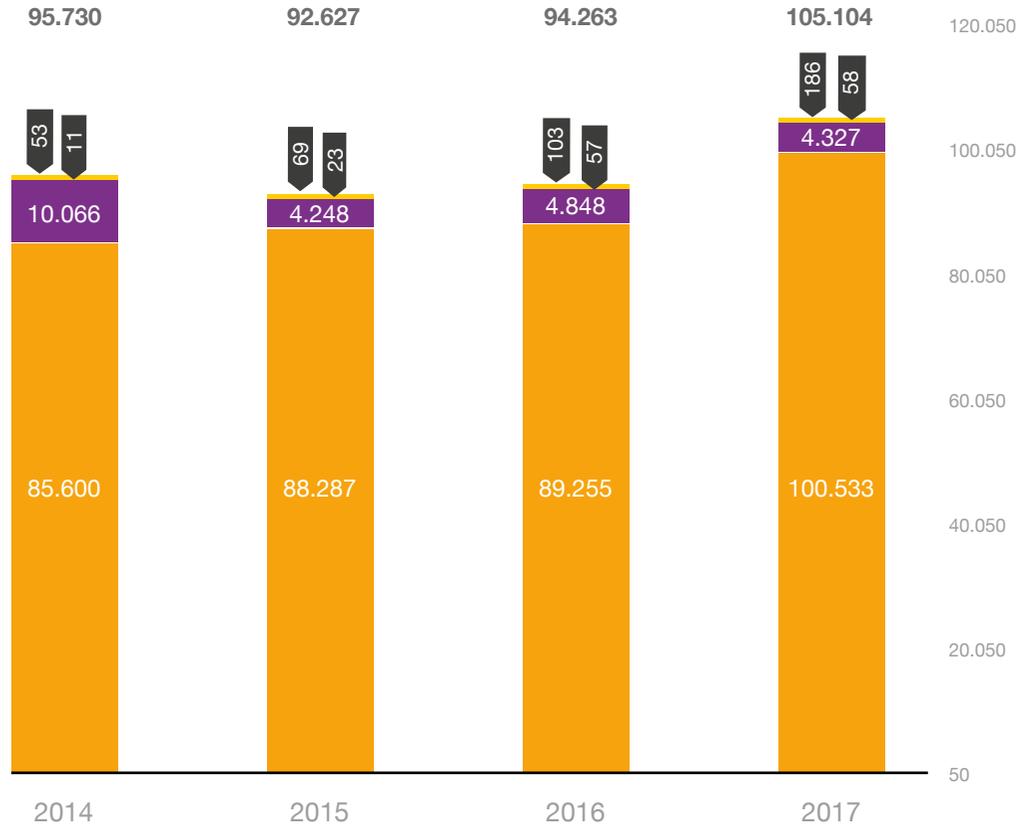
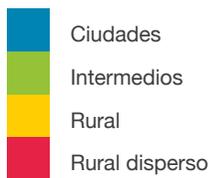


GRÁFICO 3.6

Evolución del número de Corresponsales por nivel de ruralidad



Fuente: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.



CORRESPONSALES PROPIOS, TERCERIZADOS Y ACTIVOS¹¹

En 2017, el 69,0% de los corresponsales de los establecimientos de crédito, 72.406, eran tercerizados y el 31,0% restante, 32.512, propios¹².

Al analizar la distribución de corresponsales propios y tercerizados por tipo de establecimientos, se encontró que casi la totalidad de los corresponsales de las compañías de financiamiento (99,0%) estaba tercerizados, mientras que la totalidad de los corresponsa-

les de las cooperativas de carácter financiero eran propios. Por su parte, 67,7% de los corresponsales de los bancos estaban tercerizados¹³ (Gráfico 3.7).

El 70,5% de los corresponsales de los establecimientos de crédito en el país, esto es 73.966, estaban activos al cierre de 2017. Se destaca que las compañías de financiamiento y las cooperativas de carácter financiero presentaron niveles de actividad del 96,0% y 100,0%, respectivamente, mientras que el 69,4% de los corresponsales de los bancos se encontraba activos.¹⁴

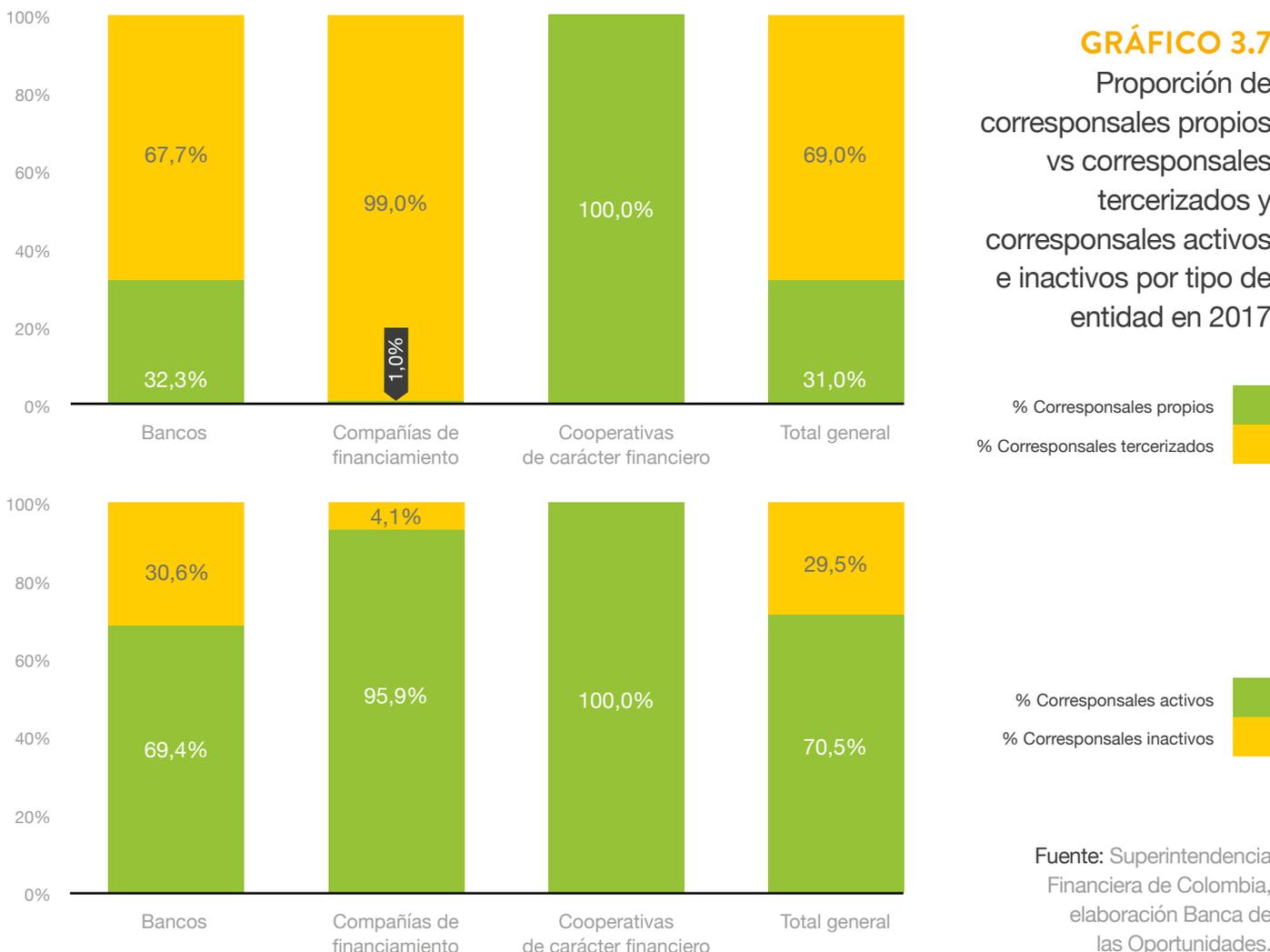
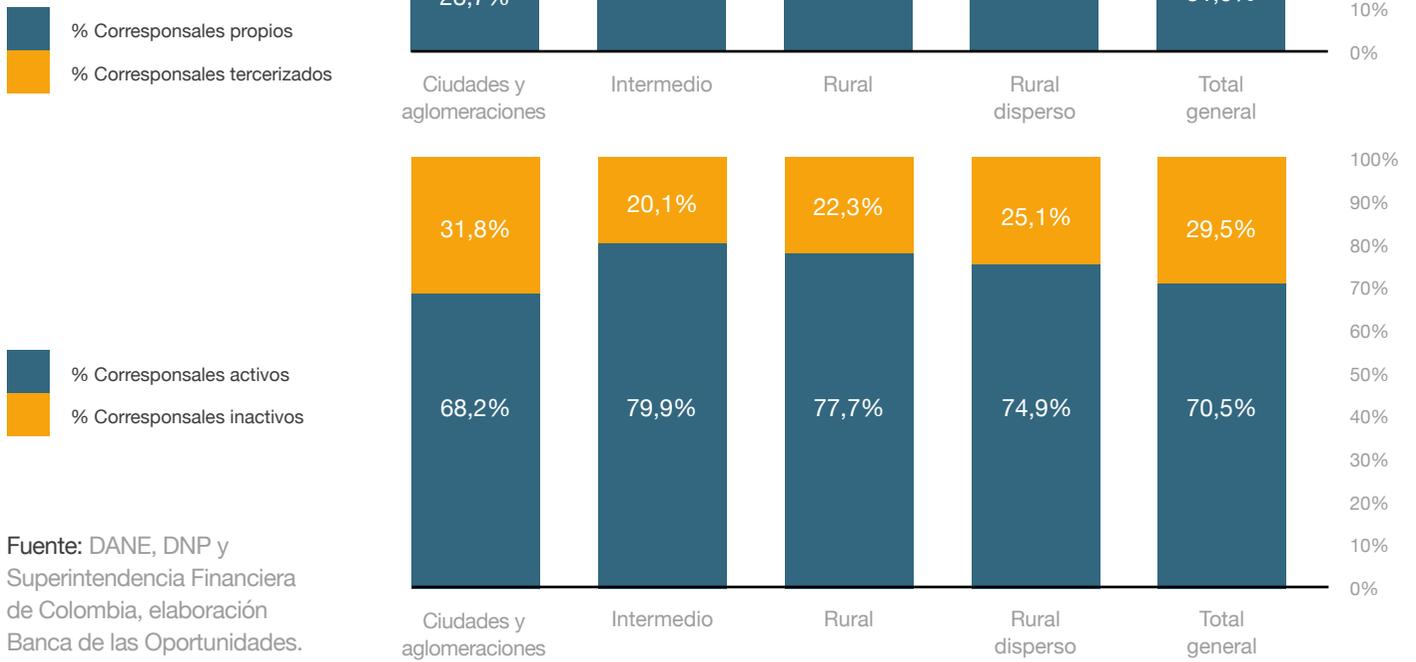


GRÁFICO 3.8
 Proporción de corresponsales propios vs corresponsales tercerizados y activos e inactivos, por nivel de ruralidad en 2017



Fuente: DANE, DNP y Superintendencia Financiera de Colombia, elaboración Banca de las Oportunidades.

11. Las cifras que se presentan para el número de corresponsales activos y tercerizados corresponde a la reportada por las entidades que son vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, que en total suman 104.918 corresponsales bancarios.
12. Los agregadores pueden prestar servicios en un mismo punto físico a varias entidades financieras. Esta realidad ha generado sobre-estimación del número de corresponsales en el país en los reportes estandarizados existentes, pues un solo punto administrado por un agregador, que presta sus servicios a varias entidades, es reportado por todas las entidades.
13. Al hacer la revisión por nivel de ruralidad, se encontró que el porcentaje de corresponsales tercerizados era de 71,3% en las ciudades, 59,5% en los municipios intermedios, 62,3% e municipios rurales y 63,8% en los rurales dispersos.
14. Por nivel de ruralidad sobresale el grado de actividad en los municipios intermedios y rurales los cuales se encuentran por encima del total nacional, con 79,9% y 77,7% respectivamente.



CAJEROS AUTOMÁTICOS

En 2017, el país contaba con 15.709 cajeros automáticos, distribuidos de la siguiente manera: 84,7% (13.312) de los bancos y el 15,3% (2.397) restante eran administrados por Servibanca (Gráfico 3.9). El número de cajeros automáticos ha crecido consistentemente en los últimos tres

años a una tasa promedio de 2,9% anual. En 2017 había 892 cajeros más que 2015 y 482 más que en 2016. Como resultado del moderado crecimiento en el número de cajeros, los indicadores de cobertura geográfica y demográfica se han mantenido inalterados, en alrededor de 46 cajeros automáticos por cada 100.000 adultos y 16 por cada 1.000 km² (Tabla 3.1).

GRÁFICO 3.9

Evolución del número de cajeros automáticos total y por tipo de entidad



Nota: La información de cajeros automáticos solo se tiene a nivel nacional.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, elaboración Banca de las Oportunidades.

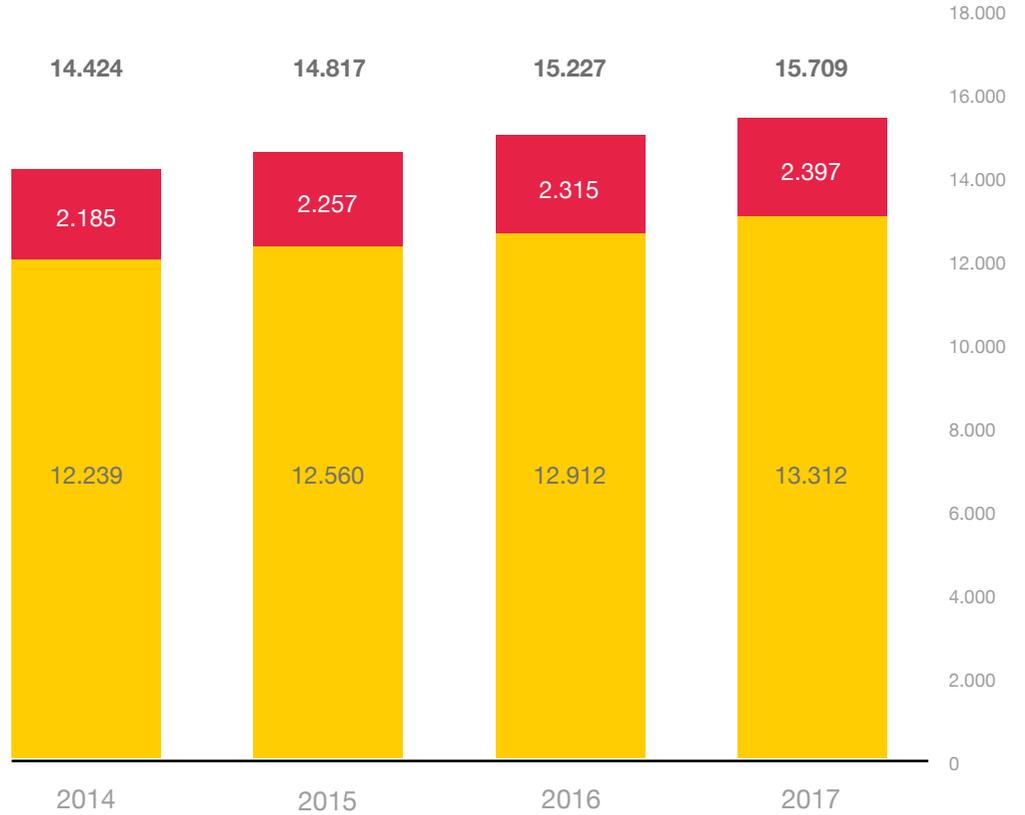


TABLA 3.1. Evolución de los indicadores de los cajeros automáticos por 100 mil adultos y 1.000 km², por nivel de ruralidad

Tipo de entidad	2014		2015		2016		2017	
	100.000 adultos	1.000 km ²						
Bancos	38,1	12,8	38,4	13,1	38,8	13,5	39,4	13,9
Servibanca	6,8	2,3	6,9	2,4	7,0	2,4	7,1	2,5
Total nacional	45,3	15,4	45,3	15,4	45,8	15,9	46,5	16,4

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, DANE y DNP, elaboración Banca de las Oportunidades.

ASESORES MÓVILES¹⁵

En los últimos tres años, los asesores móviles de las ONG microcrediticias crecieron a una tasa de 12,5%, lo que significó un aumento en 261 asesores entre 2015 y 2017. Sin embargo, entre 2016 y 2017 el número total de asesores cayó en 3,8% o 94 asesores.

Al cierre de 2017, las ciudades contaban con una participación de 51,0% de los asesores móviles, seguidas de los municipios intermedios con 31,4%, los rurales con 12,5% y finalmente los rurales dispersos con 5,1% (Gráfico 3.10). En 2017, había 7,0 asesores

por cada 100.000 adultos y 2,5 por cada 1.000 km². El indicador de cobertura demográfica en los municipios intermedios continúa siendo el más alto entre los distintos niveles de ruralidad, ubicándose en 13,3 asesores por cada 100.000 adultos al finalizar el 2017 (Tabla 3.2).

15. La información que se presenta para los asesores móviles corresponde solamente a 23 ONG microfinancieras las cuales reportan directamente el dato a Banca de las Oportunidades. A la fecha, este dato no es reportado por las entidades vigiladas por la Superfinanciera porque no está incluido en ningún formato.

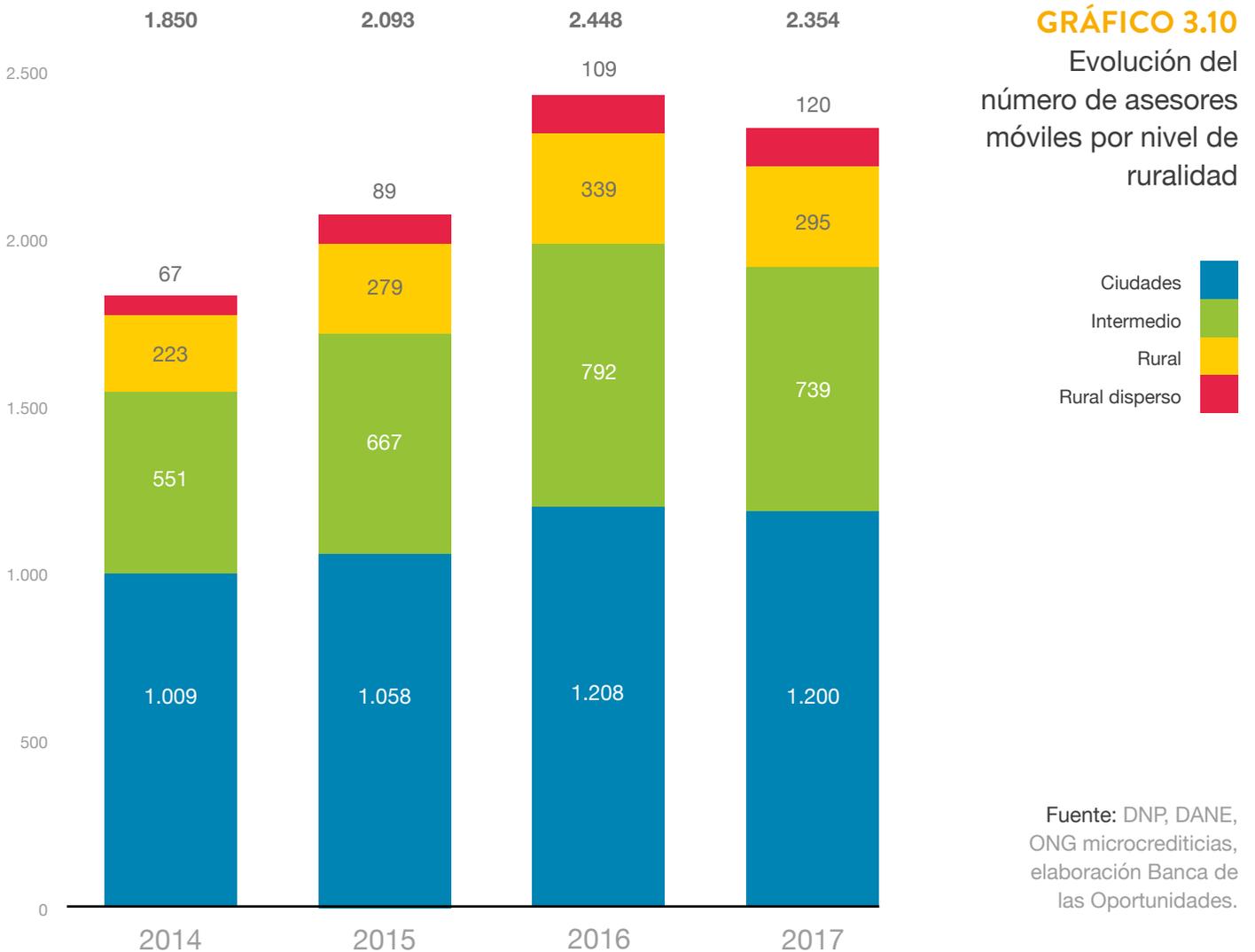


TABLA 3.2. Evolución de los indicadores de los asesores móviles por 100 mil adultos y 1.000 km², por nivel de ruralidad

Nivel de ruralidad	2014		2015		2016		2017	
	100.000 adultos	1.000 km ²						
Ciudades	4,7	13,7	4,8	14,4	5,4	16,4	5,3	16,4
Intermedio	10,4	5,4	12,4	6,5	14,5	7,6	13,3	6,9
Rural	6,9	1,0	8,5	1,2	10,2	1,5	8,8	1,3
Rural disperso	3,1	0,1	4,1	0,2	4,9	0,2	5,3	0,2
Total	5,8	1,9	6,4	2,2	7,4	2,6	7,0	2,5

Fuente: Dane, DNP y ONG microcrediticias, elaboración Banca de Oportunidades.

DATÁFONOS¹⁶

A diciembre de 2017, el número de datáfonos se ubicó en 403.512, lo que significó un crecimiento de 10,7% en el último año (39.154) y del 27,2% con respecto a 2015 (86.308). Por tipo de entidad, CredibanCo y Redeban en su conjunto contaban con una participación del 96,4% del mercado (388.757 puntos), seguido por los bancos con el 2,1% (8.509), Asenda Red con 1,3% (5.287) y la Red Visionamos con 0,2% (959) (Gráfico 3.11).

El indicador por 100.000 adultos se ubicó en 1.149,8 y el indicador por 1.000 km² en 405,1 en 2017 (Tabla 3.3).

Al desagregar por nivel de ruralidad, se encontró que el 91,8% de los datáfonos estaba en las ciudades, el 6,0% en municipios intermedios, el 1,6% en municipios rurales y el 0,6% en municipios rurales dispersos (Gráfico 3.12).

En 2017, todos los departamentos del país tenían presencia de datáfonos. Los cinco departamentos con mayor número de datáfonos eran Bogotá D.C, Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico y Cundinamarca, agrupando aproximadamente 68,3% de los datáfonos del país. Los cinco departamentos con el indicador demográfico de cobertura más alto eran el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Bogotá D.C, Risaralda, Quindío y Valle del Cauca, todos con más de 1.180 datáfonos por cada 100.000 adultos (Anexo 5). Por su parte, las 13 ciudades principales del país agrupaban el 70,9% de los datáfonos de Redeban y CredibanCo (Anexo 6).

16. Los datos municipales de datáfonos se procesaron con la información proporcionada por CredibanCo y Redeban.

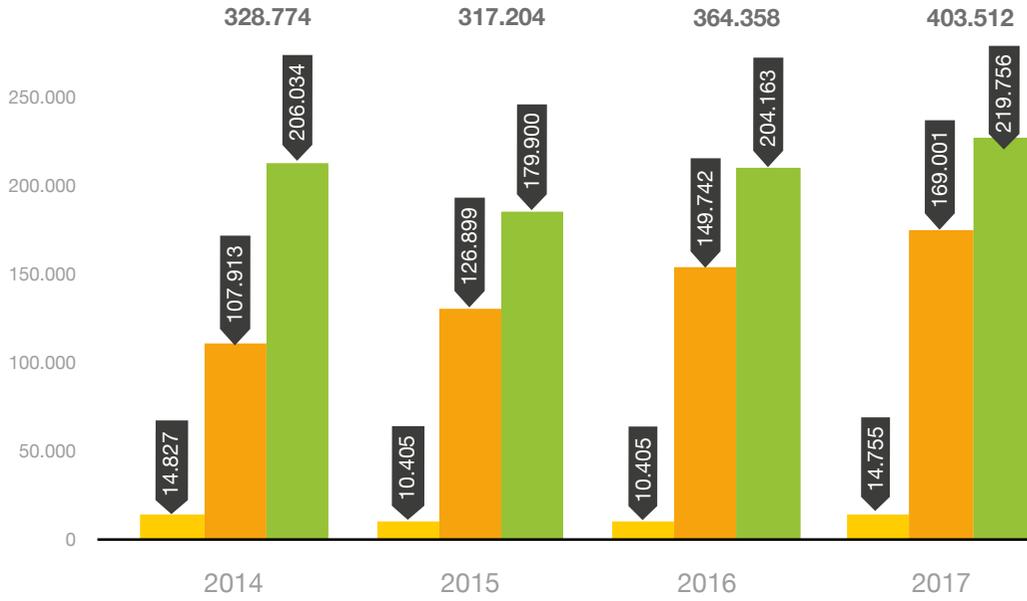


GRÁFICO 3.11
Evolución de los datáfonos por tipo de entidad¹⁷

Otros
Redeban Multicolor
Credibanco

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, elaboración Banca de las Oportunidades.

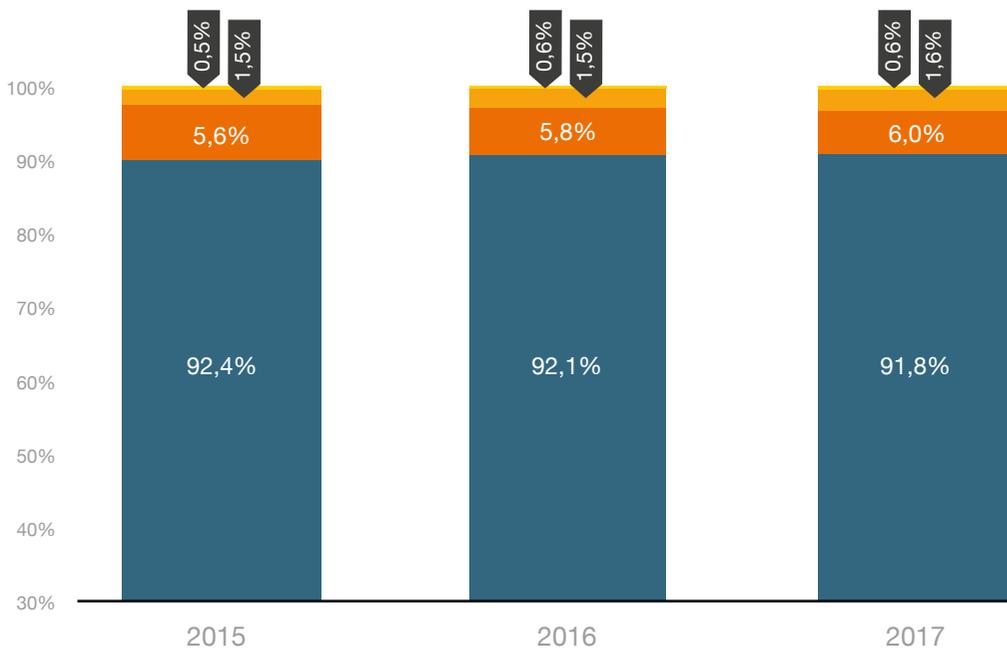


GRÁFICO 3.12
Evolución del número de datáfonos por nivel de ruralidad¹⁸

Ciudades
Intermedios
Rural
Rural disperso

Fuente: DNP, DANE, Redes de bajo valor (CredibanCo y Redeban), elaboración Banca de las Oportunidades.

17. Dentro de la categoría otros se encuentran los Bancos, Red Visionamos y Asenda Red, este último para el año 2017.

18. La información por nivel de ruralidad fue reportada directamente a Banca de las Oportunidades por las Redes de bajo valor (CredibanCo y Redeban).

TABLA 3.3.

Evolución de los indicadores por 100 mil adultos y 1.000 km² de los datáfonos por nivel de ruralidad

Nivel de ruralidad	2015		2016		2017	
	100.000 adultos	1.000 km ²	100.000 adultos	1.000 km ²	100.000 adultos	1.000 km ²
Ciudades	1.300,5	3.873,4	1.464,9	4.433,9	1.574,6	4.882,0
Intermedios	321,1	169,6	376,7	198,1	422,1	219,5
Rural	139,2	19,9	163,1	23,8	180,6	26,6
Rural disperso	72,8	2,9	88,8	3,5	111,0	4,5
Total nacional	941,1	320,9	1.064,5	369,2	1.149,8	405,1

Fuente: DNP, DANE, Redes de bajo valor (CredibanCo y Redeban), elaboración Banca de las Oportunidades.



3.2 ANÁLISIS TRANSACCIONAL¹⁹

En los últimos años, las transacciones en Colombia han venido transformándose y expandiéndose. Los canales virtuales como internet y la telefonía móvil han aumentado participación, lo que demuestra la confianza que está ganando entre los colombianos y especialmente en los consumidores financieros.

De acuerdo con el estudio realizado por CGAP²⁰ sobre el impacto de los teléfonos inteligentes en la inclusión financiera, su penetración está creciendo rápidamente tanto en los países desarrollados como en países en desarrollo, creando oportunidades para los proveedores de servicios financieros para llegar a los clientes de bajos ingresos con servicios financieros digitales. Las aplicaciones están impulsando un mayor uso de los servicios financieros, por lo fácil/cómodo, mayor disponibilidad, comunicación eficiente, entre otros criterios.

NÚMERO TOTAL DE TRANSACCIONES Y MONTO TRANSADO

La evolución positiva 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 colombiana, dentro y fuera del territorio nacional.

Al cierre del 2017, el número total de transacciones ascendió a 5.455 millones y se movilizaron \$7.209 billones. El canal de internet continuó siendo el de mayor participación en número de transacciones, representando

el 47,2% con 2.574 millones, seguido de los cajeros automáticos con 14,8% y 809 millones, las oficinas con 11,3% y 615 millones, los datáfonos con 10,4% y 565 millones y la telefonía móvil, con 6,1% y 331 millones (Gráfico 3.13).

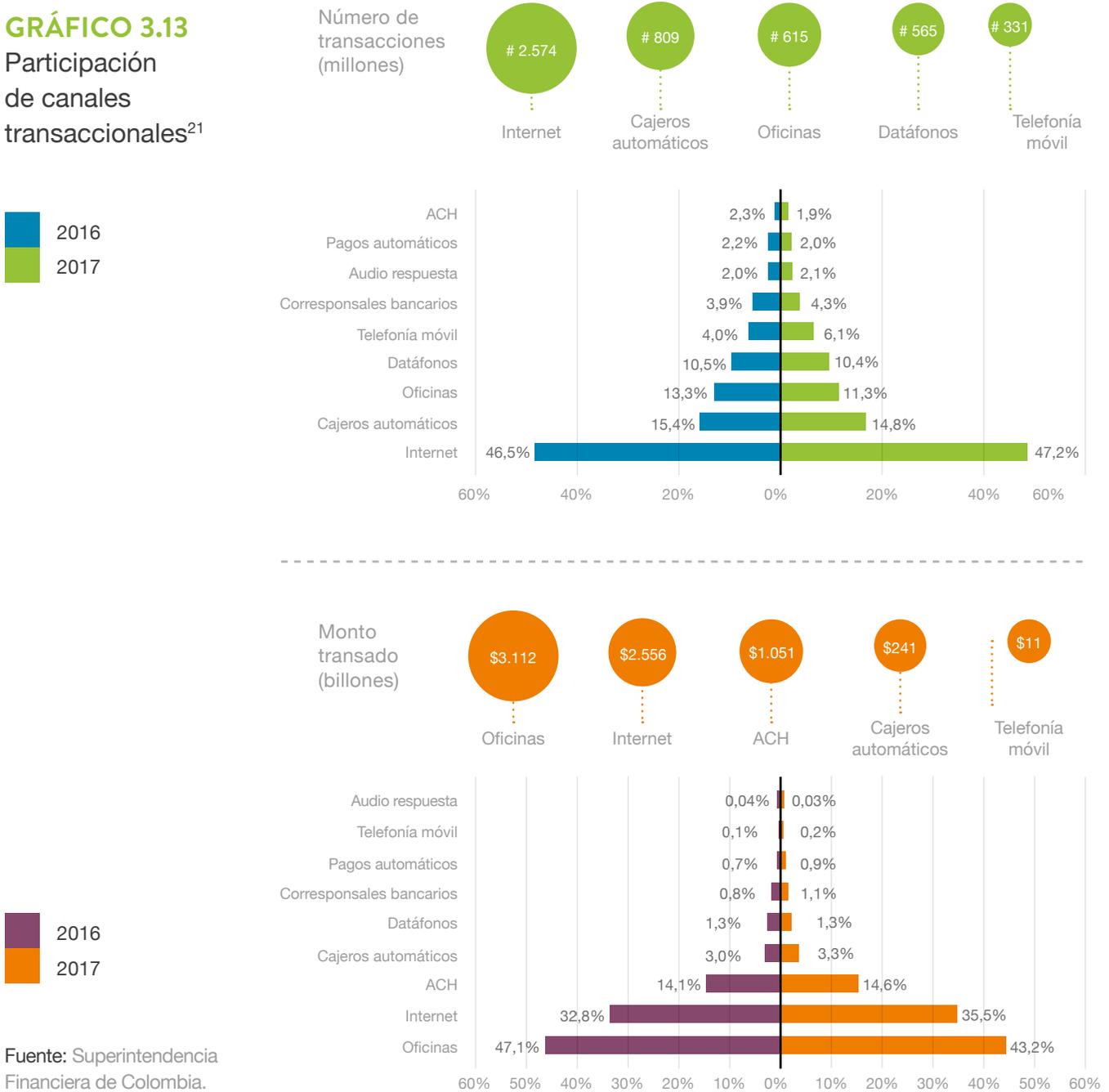
Por su parte, las oficinas continuaron siendo el canal que movilizó el mayor volumen en términos de monto, con 43,2% y \$3.112 billones, seguido por internet con 35,5% y \$2.556 billones y el canal de transferencias electrónicas (ACH), con 14,6% y \$1.051 billones.

Es importante destacar la relevancia que ha venido adquiriendo el canal de internet para realizar transacciones financieras, lo que demuestra el potencial existente para avanzar en una mayor y más diversa oferta de productos y servicios (Gráfico 3.13).

El número total de transacciones financieras mostró un crecimiento anual de 10,6% al finalizar 2017. El canal que presentó la mayor dinámica positiva en número de transacciones realizadas al cierre del año fue la telefonía móvil, con un aumento de 67,6% frente a 2016, seguida por los corresponsales bancarios y audio respuesta con 22,0% y 14,2%, respectivamente. Por su parte, los canales de oficinas y ACH mostraron una reducción con 6,2% y 7,1% frente al año anterior, respectivamente.

Por el contrario, se evidenció que el monto total de las transacciones financieras tuvo un decrecimiento real anual de -1,9%. Por tipo de canal, en las oficinas se evidenció el mayor decrecimiento real anual (-10,0%), seguido de audio respuesta (-7,8%). Por el contrario, el canal de telefonía móvil presentó el mayor crecimiento real anual con 71,0%, seguido por los corresponsales bancarios con 27,8% y pagos automáticos con 15,9% (Gráfico 3.14).

GRÁFICO 3.13
Participación de canales transaccionales²¹



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

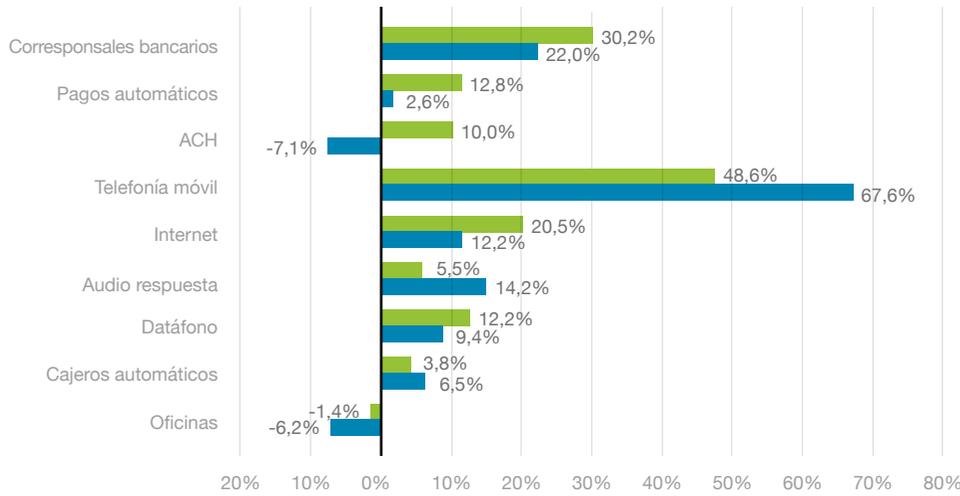
19. Este análisis es solamente para los Establecimientos de Crédito vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia, ya que es la que cuenta con este tipo de información.
20. El Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP, por sus siglas en inglés), <http://www.cgap.org/sites/default/files/Impact-of-Smartphones-on-Financial-Inclusion.pdf?platform=hootsuite>
21. Incluye información sobre las transacciones efectuadas a través de los canales de distribución dispuestos por las entidades vigiladas. Se han definido mediante nueve canales: oficinas, corresponsales bancarios (CB), cajeros automáticos (ATM), datáfonos (POS), transferencias electrónicas (ACH), internet, telefonía móvil, audio respuesta y pagos automáticos.

Crecimiento del número total



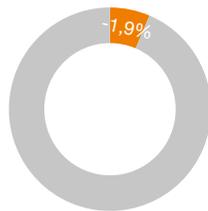
En el último año se incrementó **10,6%** el número de las transacciones

GRÁFICO 3.14
Crecimiento anual de los canales transaccionales

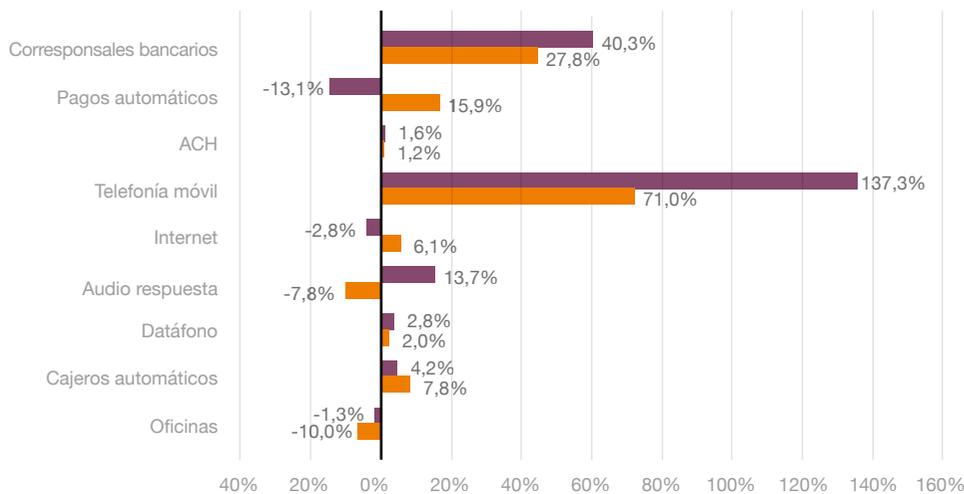


2015 / 2016
2016 / 2017

Crecimiento del monto total



En el último año se presentó un decrecimiento real anual de **-1,9%** en el monto de las transacciones



2015 / 2016
2016 / 2017

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

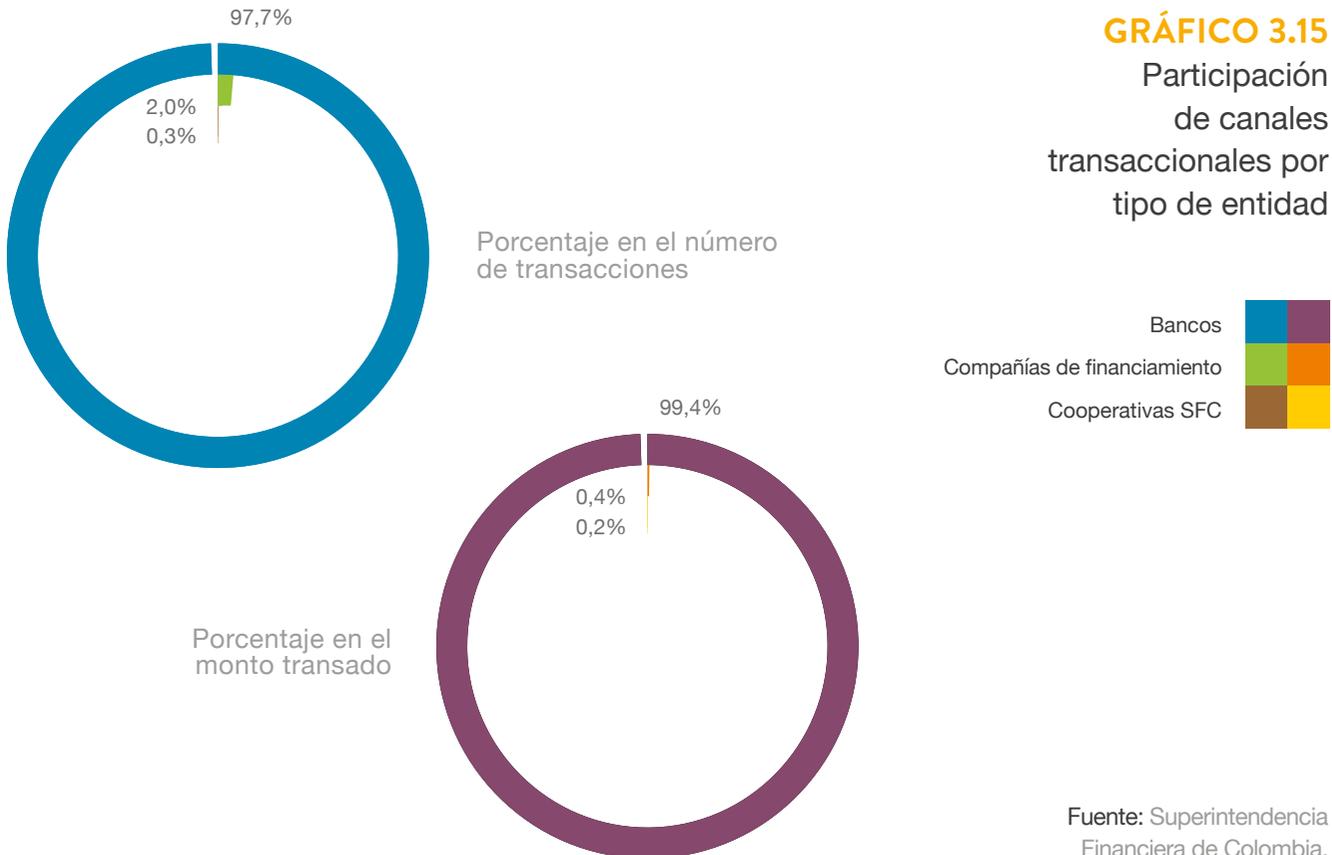
Por tipo de entidad, los bancos realizaron 5.330 millones de transacciones, lo que representó el 97,7% en número total y movilizaron \$7.166 billones, representando el 99,4% del monto total. Las compañías de financiamiento y las cooperativas financieras participaron en menor proporción con 2,0% y 0,3% en número y 0,4% y 0,2% en monto, respectivamente (Gráfico 3.15).

Del total de transacciones realizadas en el sistema financiero, en número de transacciones, la consulta de saldo registró el 48,3% con 2.635 millones de transacciones, los pagos 27,2% con 1.482 millones y los retiros 15,0% con 819 millones de transacciones. En términos de monto, se destacó la participación de las transferencias y pagos, en promedio 35,2% con \$2.510 billones y \$2.560

billones, respectivamente, retiros y depósitos, en promedio 13,3% con \$965 billones y \$948 billones, respectivamente; y transacciones internacionales 3,1% con \$223 billones (Gráfico 3.16).

MONTO PROMEDIO DE LAS TRANSACCIONES POR CANAL

Al evaluar el monto promedio de las transacciones por canal, que resulta del cociente entre el monto total transado y el número de transacciones monetarias, se evidenció que el valor promedio más alto correspondió al canal de ACH con \$10,1 millones, seguido por el canal de internet con \$6,4 millones y oficinas con \$5,6 millones (Gráfico 3.17).



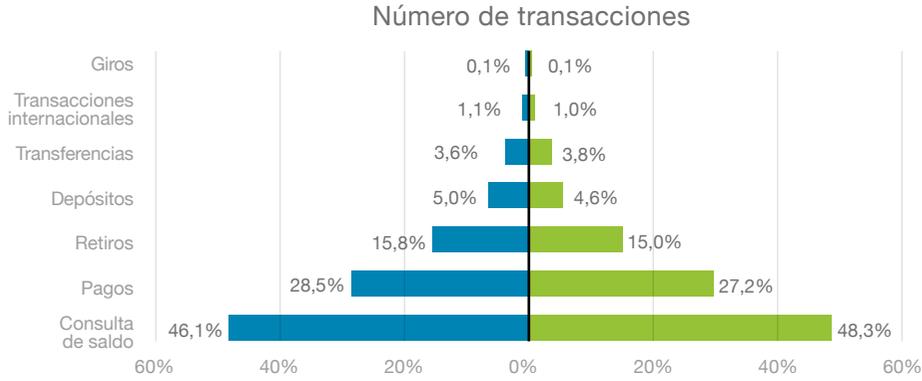
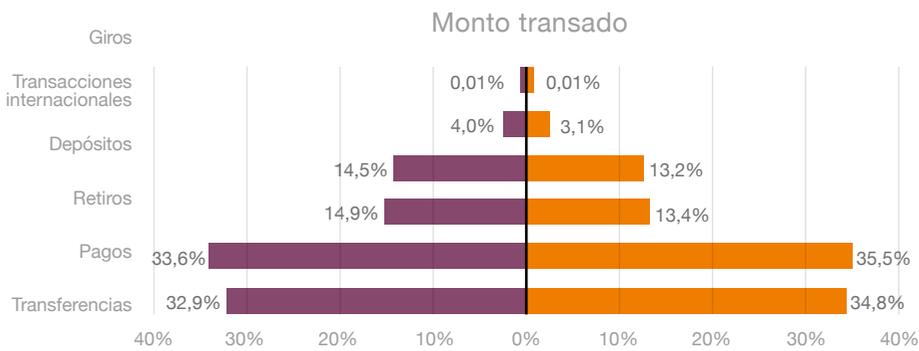


GRÁFICO 3.16
Participación por tipo de transacción



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

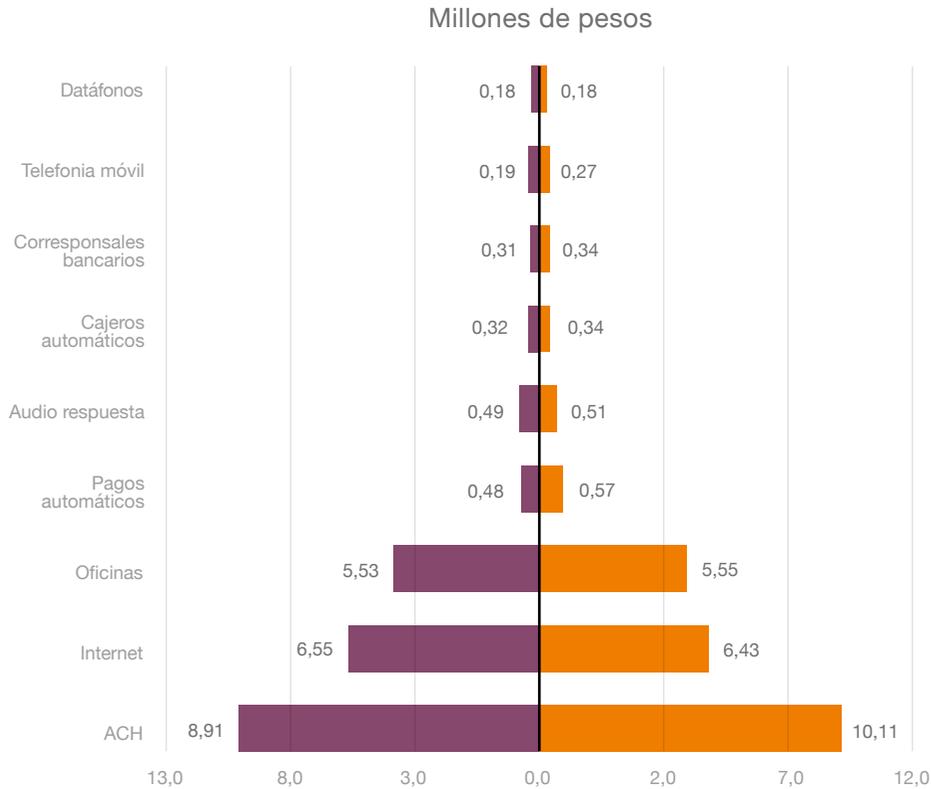


GRÁFICO 3.17
Monto promedio de las transacciones por canal



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

TRANSACCIONALIDAD POR TIPO DE CANAL

Con relación a las transacciones realizadas por los diferentes canales transaccionales, se evidenció el siguiente comportamiento por tipo de entidad y por tipo de transacción realizada.

OFICINAS

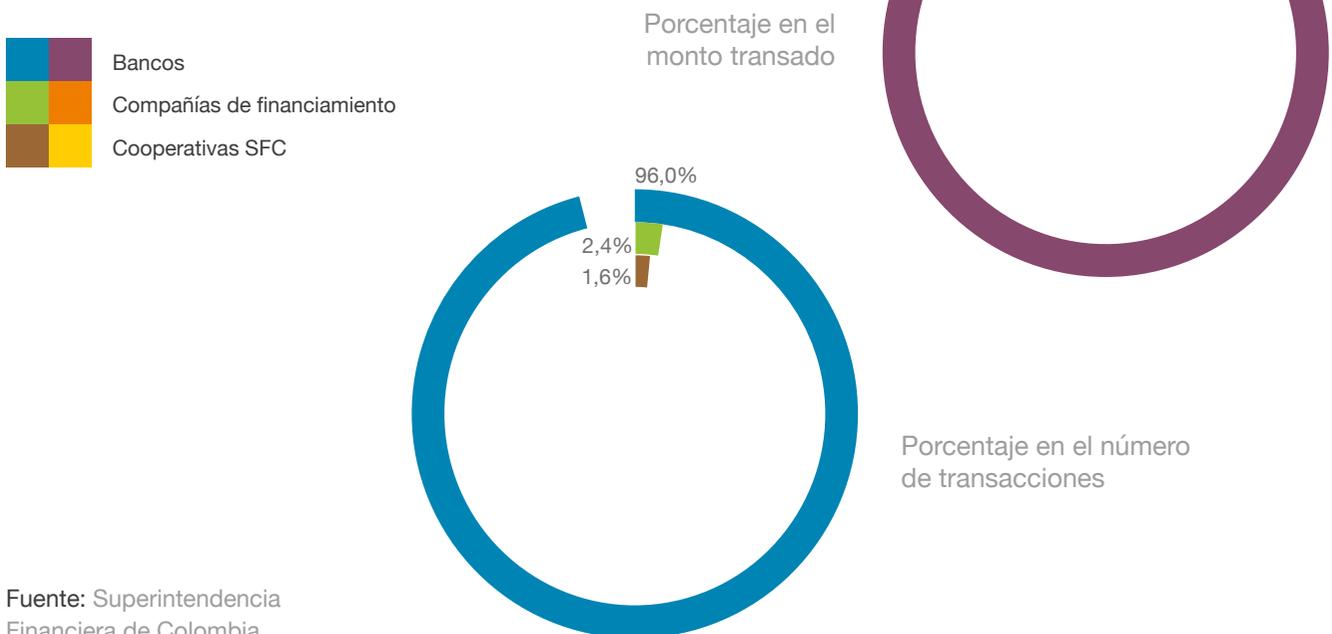
Por tipo de entidad, los bancos son las entidades con mayor participación sobre el total de las transacciones en oficinas con 591 millones, representando el 96,0% en número y movilizándolo \$3.090 billones, 99,3% del total. En el caso de las compañías de financiamiento y cooperativas financieras, éstas representaron en número el 2,4% y 1,6% con 15 y 10

millones de transacciones, respectivamente, y en monto 0,4% y 0,3% con \$13 y \$9 billones (Gráfico 3.18).

Las oficinas fueron el canal que movilizó el mayor volumen en términos de monto (43,2%) con \$3.112 billones y el tercero en número de transacciones (11,3%) con 615 millones de transacciones. Del total de las transacciones realizadas a través del canal de oficinas, los pagos constituyeron la mayor proporción con 40,4% y 249 millones de transacciones, aunque representan el 14,0% del monto con \$434 billones. En contraste, los depósitos representaron el 32,4% en número con 199 millones de transacciones y en monto 29,5% con \$917 billones y las transferencias 3,4% con 21 millones de transacciones y en monto 26,3% con \$820 billones (Gráfico 3.19).

GRÁFICO 3.18

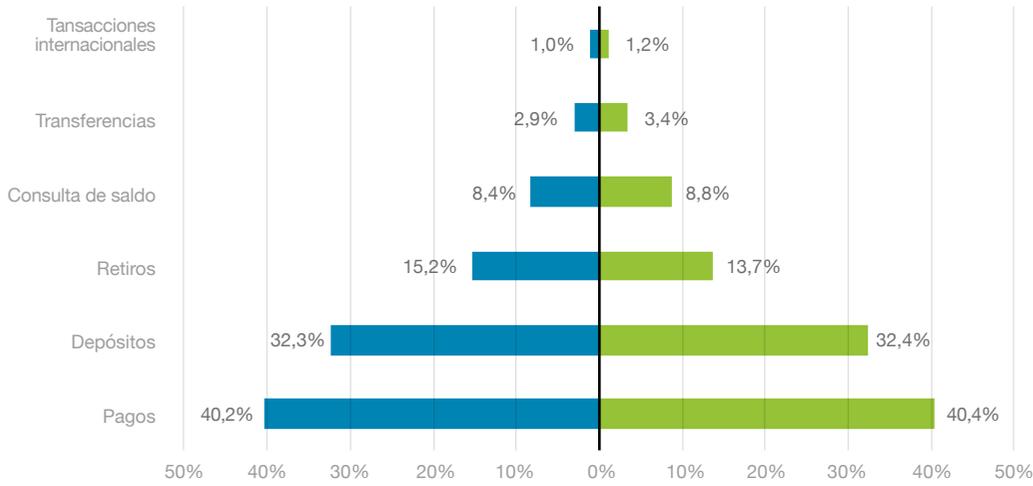
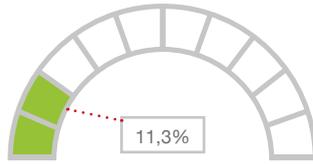
Participación de las transacciones por tipo de entidad en las oficinas



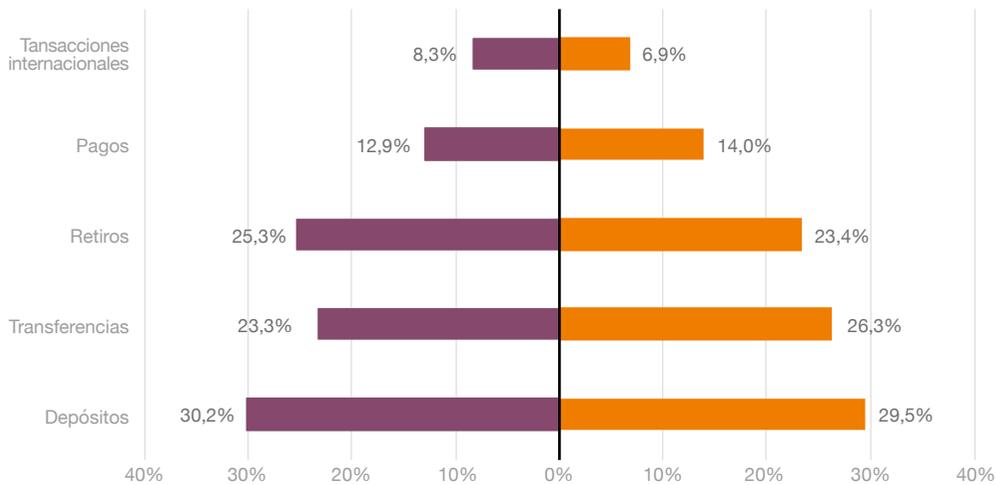
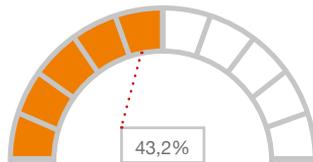
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 3.19
Participación por tipo de transacción en las oficinas

Número de transacciones



Monto transado



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

CORRESPONSALES BANCARIOS

Por tipo de entidad, los bancos representaron el 92,7% en número y 92,6% en monto transado a través de corresponsales bancarios con 217 millones de transacciones y movilizaron \$73 billones, seguido por las compañías de financiamiento que representaron en número 7,2% con 17 millones de transacciones y 7,4% en monto con \$6 billones (Gráfico 3.20).

Los corresponsales representaron el sexto lugar en monto (1,1%) con \$79 billones del total y en número de transacciones (4,3%) con 234 millones de transacciones.

Con relación a las transacciones realizadas a través del canal de corresponsales bancarios, durante 2017, los pagos fueron el tipo de transacción más frecuente con 58,0% de participación en número (137 millones de transacciones) y 40,4% en el monto con \$32 billones. Aunque la participación en el número de los depósitos fue 18,7%, con 44 millones de transacciones, su monto representó el 29,7% con \$23 billones. Lo mismo ocurrió con los retiros, que representaron 20,4% en número y 26,0% en monto con 48 millones de transacciones

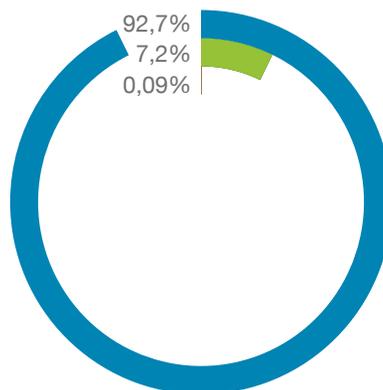
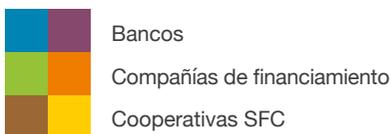
y \$21 billones movilizados, respectivamente (Gráfico 3.21).

Por nivel de ruralidad, se encontró que consecuentemente con la mayor concentración de este punto de acceso en ciudades y aglomeraciones, la mayoría de transacciones se realizó en éstas (74,1%), con 174 millones de transacciones y un crecimiento de 22% frente a 2016, seguido por las transacciones en los municipios intermedios (15,1%) con 35 millones de transacciones y un crecimiento de 22,6%, en municipios rurales (7,4%) con 17 millones de transacciones y un crecimiento de 22,2% y en municipios rurales dispersos (3,4%) con 8 millones de transacciones y un crecimiento de 19,1%.

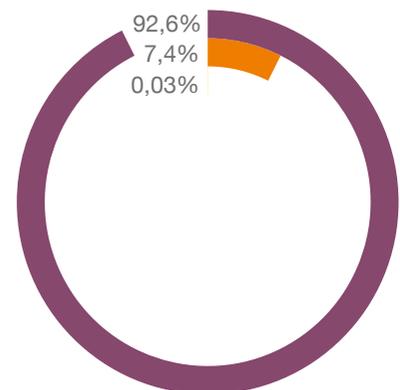
Asimismo, en el monto de las transacciones las ciudades y aglomeraciones movilizaron el 70% con \$55 billones transados, seguido por los municipios intermedios (16,5%) con \$13 billones transados y en municipios rurales y rurales dispersos con 9,5% y 4,0%, respectivamente. En comparación con 2016, el monto de las transacciones mostró un crecimiento de 34,9% en las ciudades y aglomeraciones, 30,9% en municipios intermedios y 26,2% y 26,6% en municipios rurales y rurales dispersos, respectivamente (Gráfico 3.22).

GRÁFICO 3.20

Participación de las transacciones por tipo de entidad en corresponsales bancarios



Porcentaje en el número de transacciones

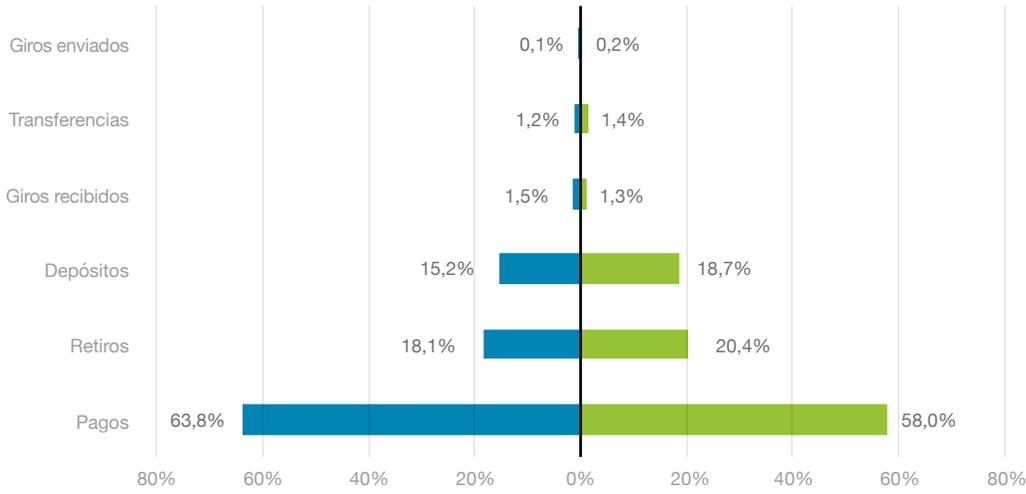
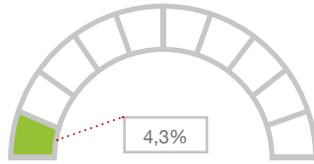


Porcentaje en el monto transado

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

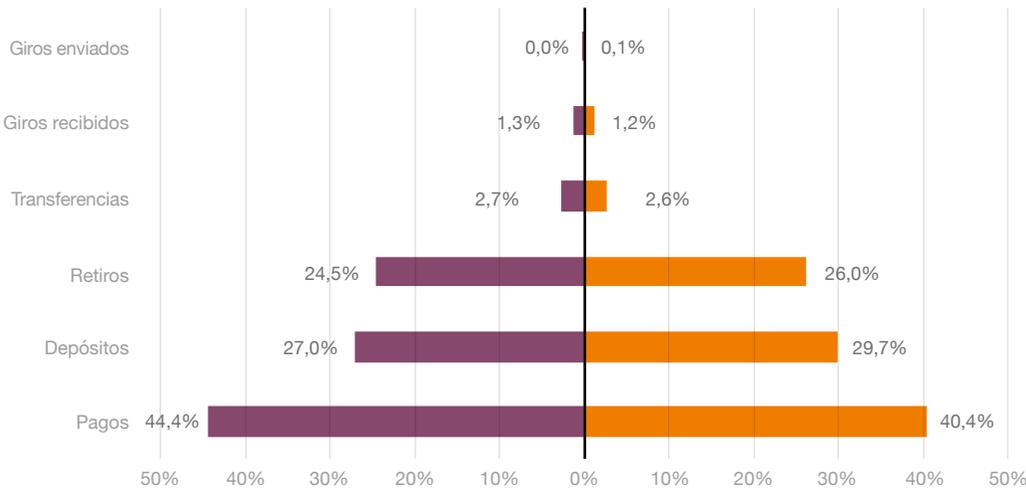
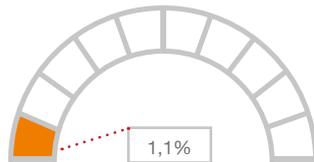
GRÁFICO 3.21
Participación por tipo de transacción en los corresponsales bancarios

Número de transacciones



2016 
2017 

Monto transado

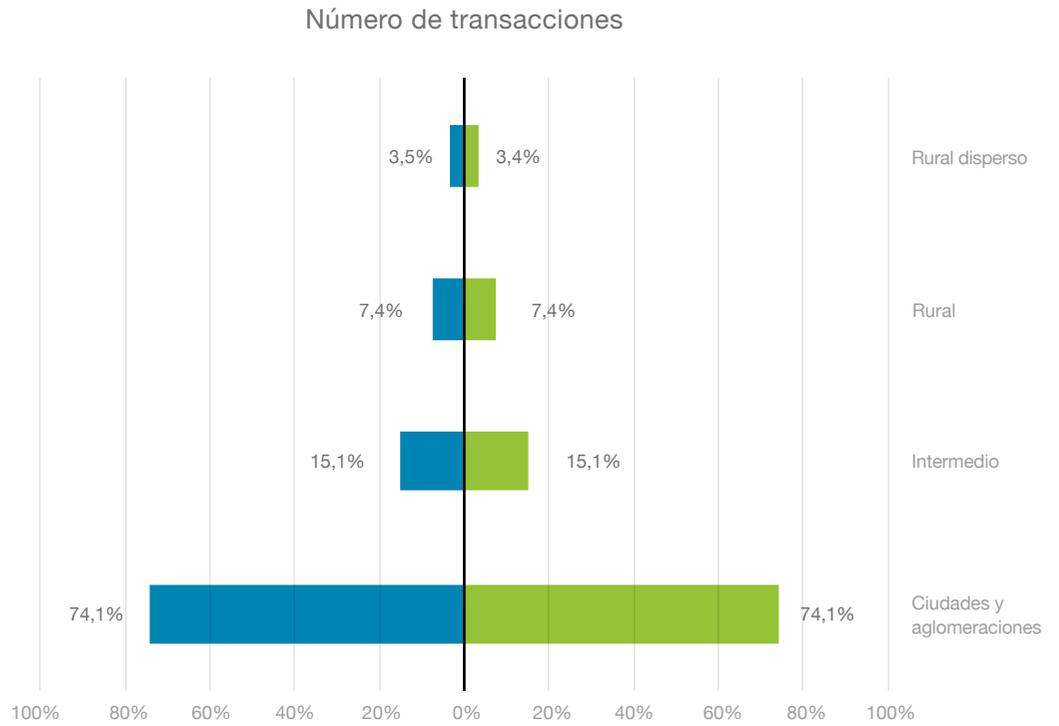


2016 
2017 

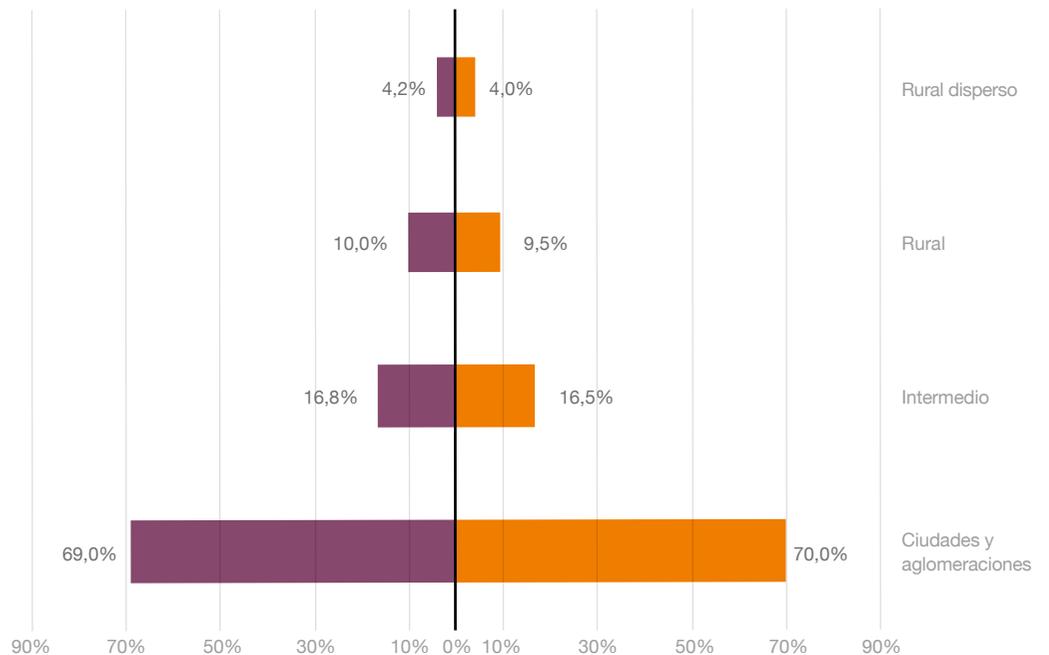
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 3.22

Participación de las transacciones por nivel de ruralidad en los corresponsales bancarios



Monto transado



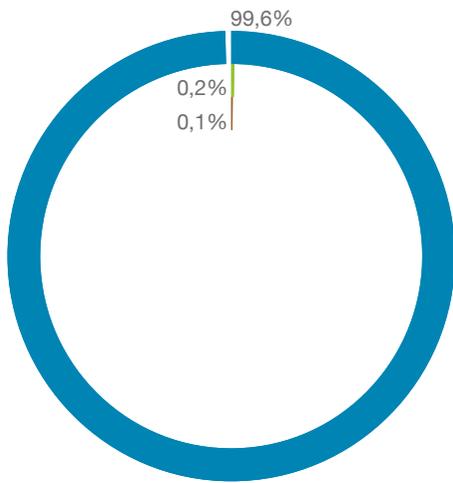
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

CAJEROS AUTOMÁTICOS

Al analizar las transacciones en número y monto en cajeros automáticos, se encontró que los bancos representaron el 99,6% con 806 millones de transacciones y 99,5% con \$240 billones, seguido por las compañías de financiamiento con el 0,3% en número, y 2 millones y 0,4% en monto, con \$1 billón (Gráfico 3.23).

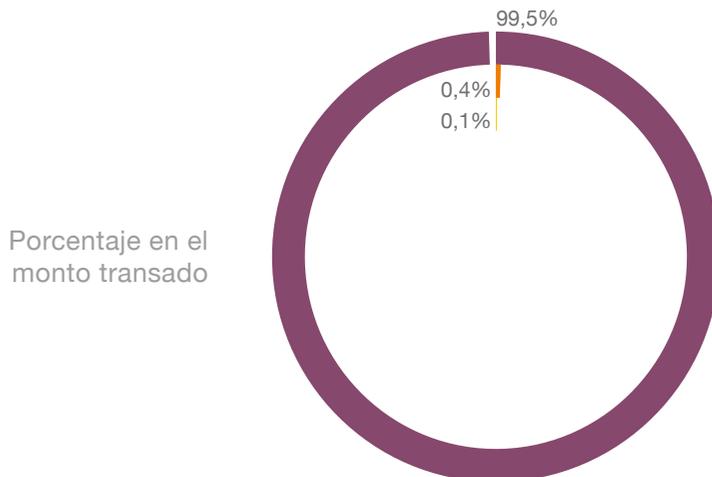
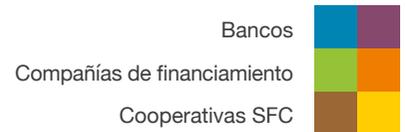
Los cajeros automáticos representaron el cuarto lugar en monto (3,3%) con \$241 billones del total y el segundo en el número de

transacciones (14,8%) con 809 millones de transacciones. Del total de las transacciones realizadas, los retiros constituyeron la mayor proporción con 84,9% y 687 millones de transacciones y 90,4% de los recursos transados con \$218 billones. Las otras transacciones con una menor proporción, pero constante en el tiempo, correspondieron a depósitos con 1% en número y 8 millones de transacciones y 3,4% en monto con \$8 billones y las transferencias 1,1% en número con 9 millones de transacciones y 3,0% en monto transado con \$7 billones (Gráfico 3.24).



Porcentaje en el número de transacciones

GRÁFICO 3.23
Participación de las transacciones por tipo de entidad en cajeros automáticos



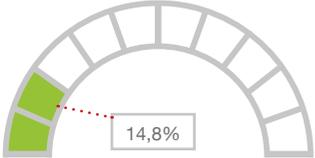
Porcentaje en el monto transado

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

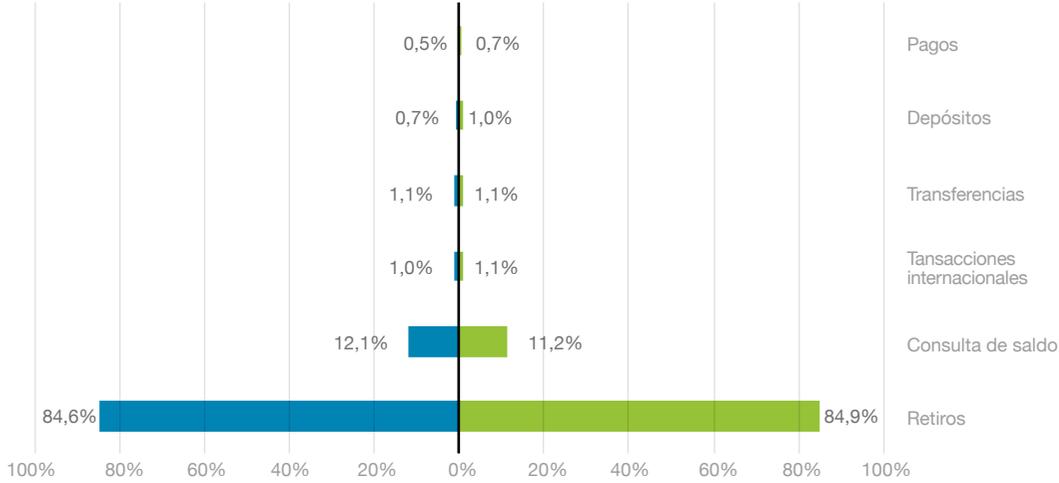
GRÁFICO 3.24

Participación por tipo de transacción en cajeros automáticos

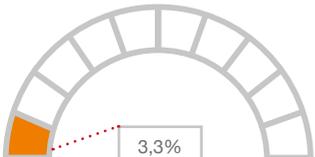
Número de transacciones



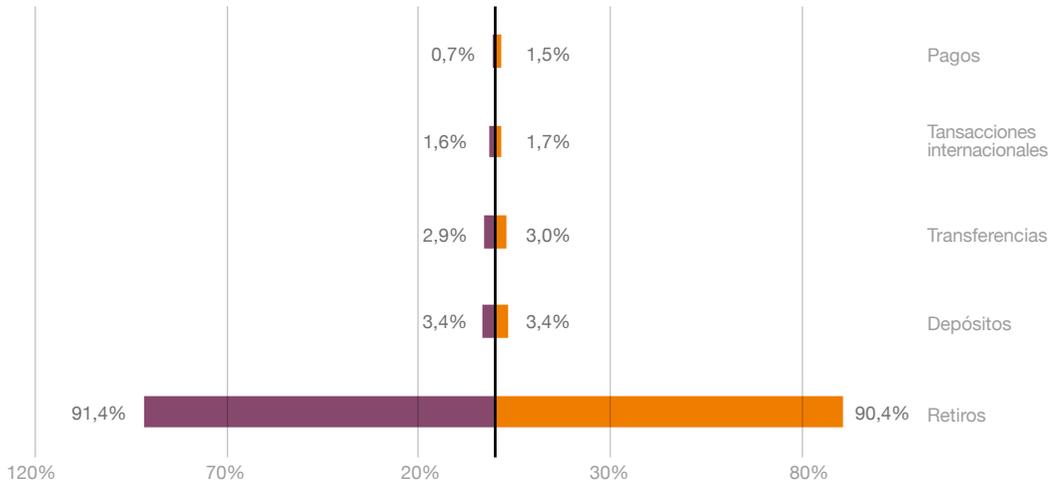
2016
2017



Monto transado



2016
2017



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

DATÁFONOS

En cuanto a la participación de las transacciones en datáfonos por tipo de entidad, los bancos representaron el 93,2% en número con 527 millones de transacciones y 88,2% en monto movilizándolo \$84 billones, seguido por las compañías de financiamiento con el 6,7% en número y 38 millones de transacciones y 11,7% movilizándolo \$11 billones (Gráfico 3.25).

Los datáfonos representaron el quinto lugar en monto (1,3%) con \$95 billones del total y el cuarto en número de transacciones (10,4%) con 565 millones de transacciones.

La transacción más representativa correspondió a pagos con 88,8% y 502 millones de transacciones y en menor proporción las transacciones internacionales con 7,0% y 40 millones de transacciones y consulta de saldo con 4,2% y 24 millones de transacciones. Es de anotar que los pagos presentaron un crecimiento de 10% con respecto a 2016.

En cuanto a la transacción que más recursos movilizó correspondió a los pagos 94,5% con \$90 billones y las transacciones internacionales 5,5% con \$5 billones. En comparación con 2016, los pagos registraron un crecimiento de 7% (Gráfico 3.26).

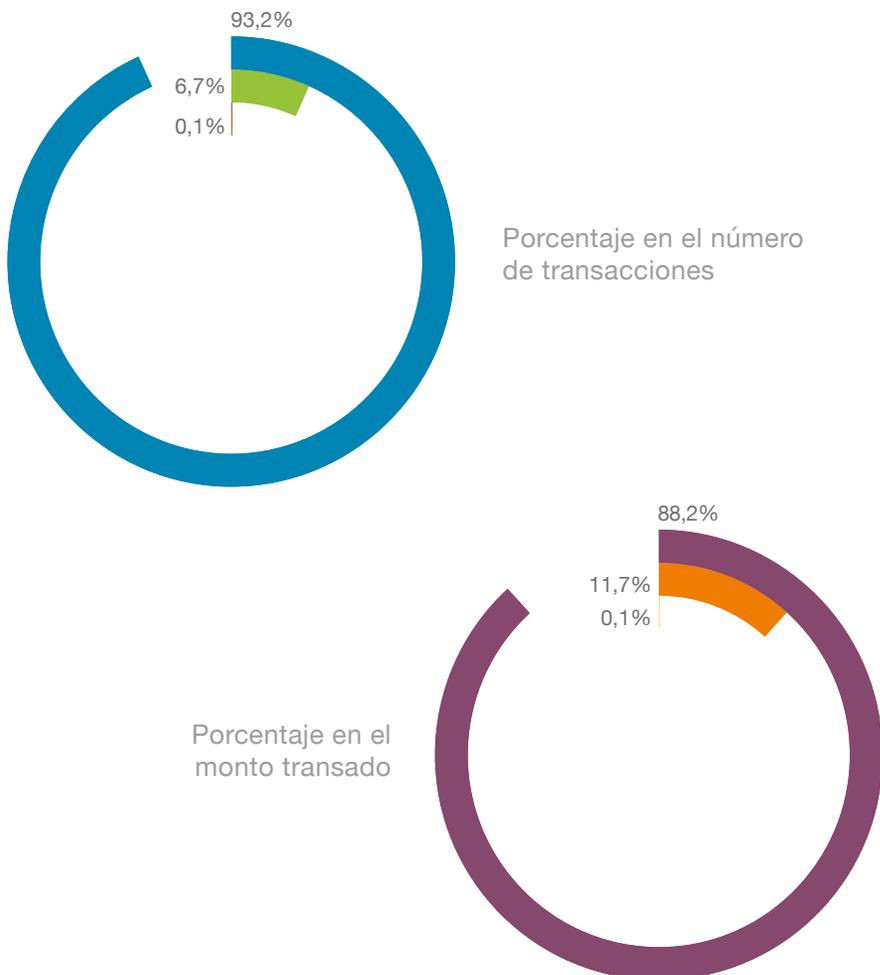
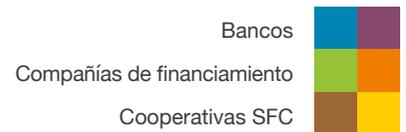


GRÁFICO 3.25

Participación de las transacciones por tipo de entidad en los datáfonos



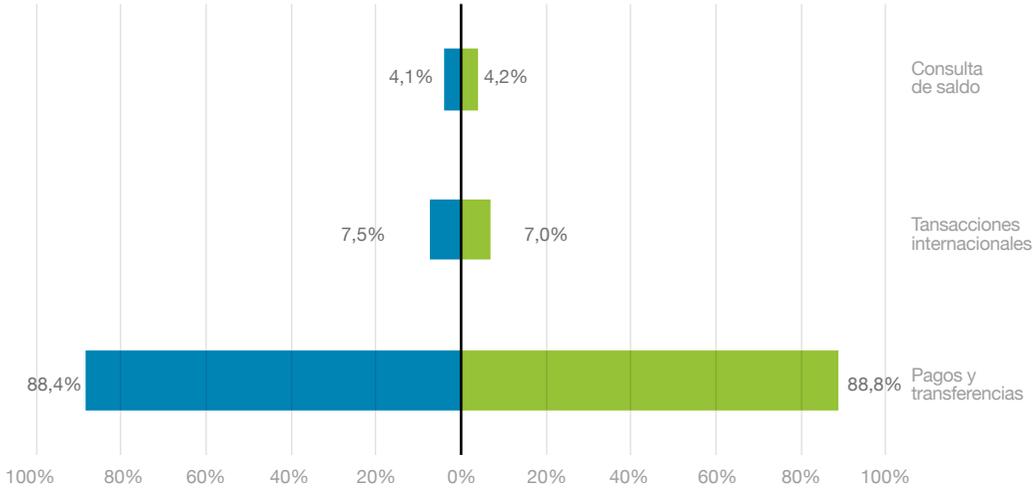
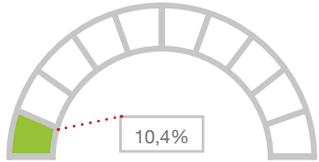
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 3.26

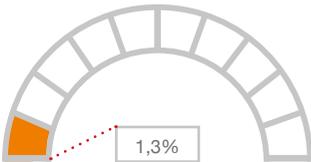
Participación por tipo de transacción en datáfonos

2016
2017

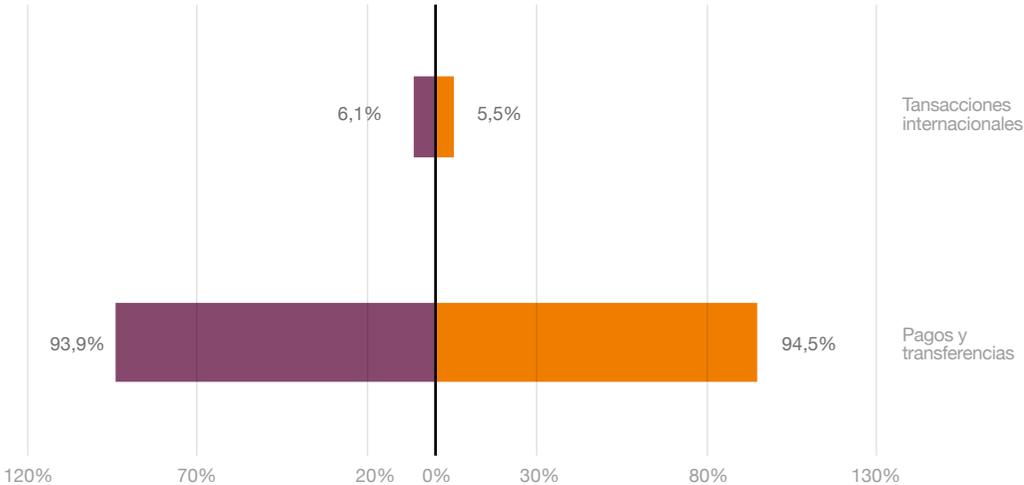
Número de transacciones



Monto transado



2016
2017



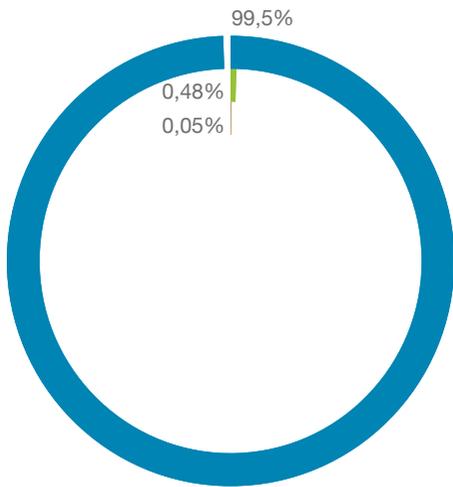
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

INTERNET

Los bancos están impulsando el uso de los canales no presenciales como el internet, estos representaron el 99,5% en número con 2.560 millones de transacciones y en monto 99,97% con \$2.555 billones (Gráfico 3.27).

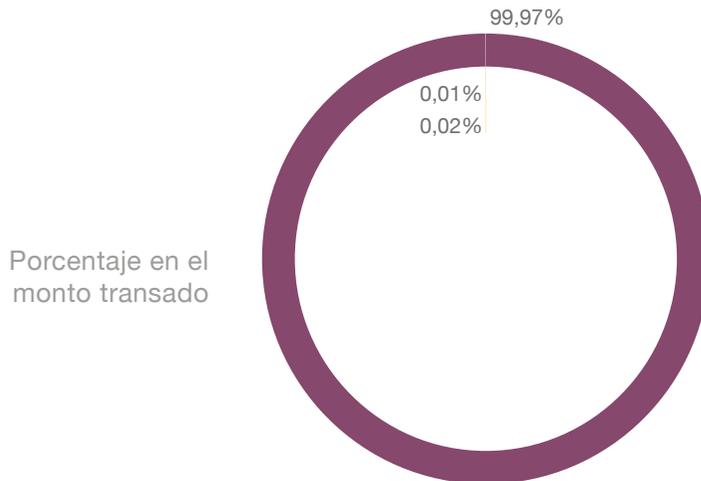
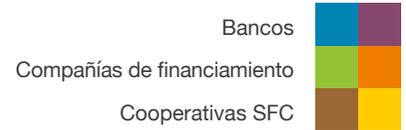
Internet es el segundo canal en términos de monto transado (35,5%) con \$2.556 billones y el primero en número de transacciones

(47,2%) con 2.574 millones de transacciones. Por tipo de transacción, el 84,6% correspondió a transacciones no monetarias (consulta de saldo). Si bien la participación de las transferencias y pagos fue el 6,3% y el 9,2%, respectivamente, en términos de monto, las transferencias registraron el 65,5% con \$1.674 billones del total transado, seguido por los pagos 34,5% con \$882 billones (Gráfico 3.28).



Porcentaje en el número de transacciones

GRÁFICO 3.27
Participación de las transacciones por tipo de entidad en internet



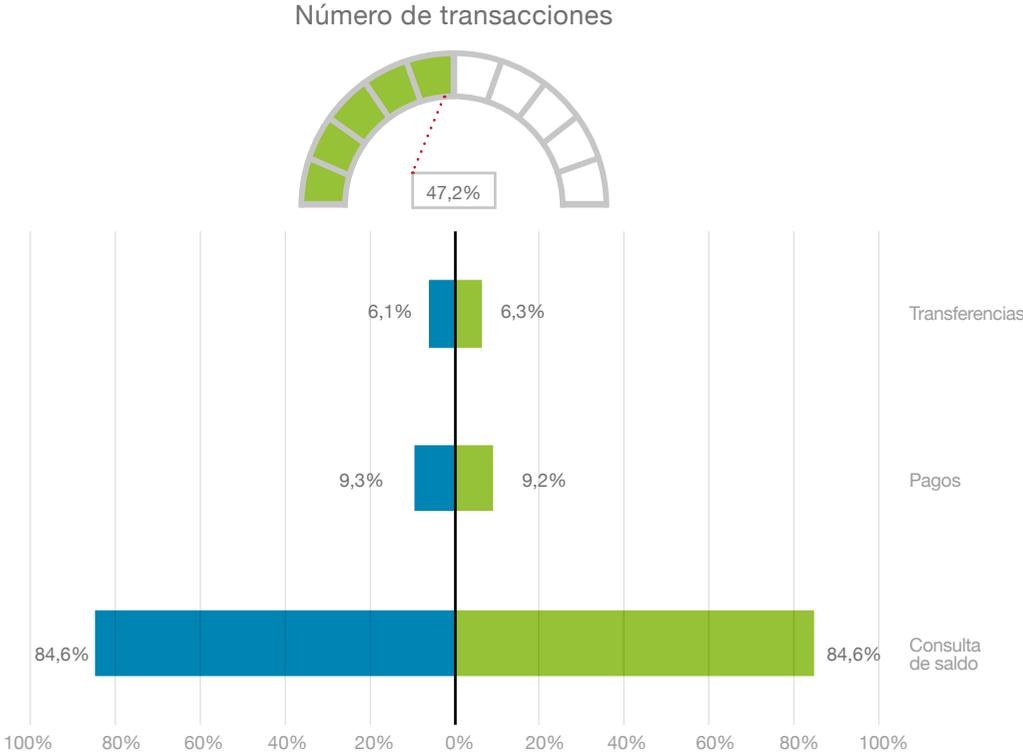
Porcentaje en el monto transado

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 3.28

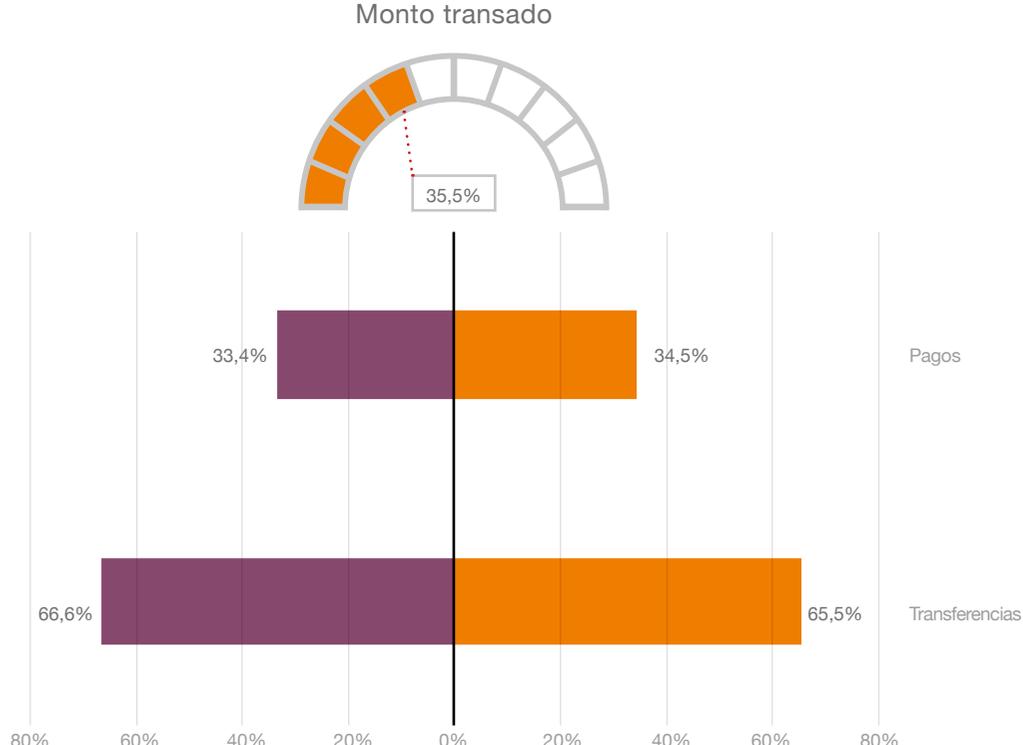
Participación por tipo de transacción en internet

2016
2017



Monto transado

2016
2017



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

TELEFONÍA MÓVIL

En los últimos años, el canal de telefonía móvil se ha destacado por ser el canal que registra el mayor crecimiento tanto en número de transacciones como en monto transado, en los que los bancos participan con 100% del total (Gráfico 3.29).

El canal de telefonía móvil representó el octavo lugar en monto (0,2%) con \$11 billones del total y el quinto en número de

transacciones (6,1%) con 331 millones de transacciones. En número de transacciones, la consulta de saldo registró el 87,6%, los pagos y transferencias el 8,7% y 3,7%, respectivamente. En términos de monto, se destacó la participación de las transferencias con 67,6% (\$7 billones) del total transado, seguido por los pagos 32,4% con \$4 billones. Entre 2016 y 2017 las transferencias crecieron 79,1% y los pagos 75,7% (Gráfico 3.30).

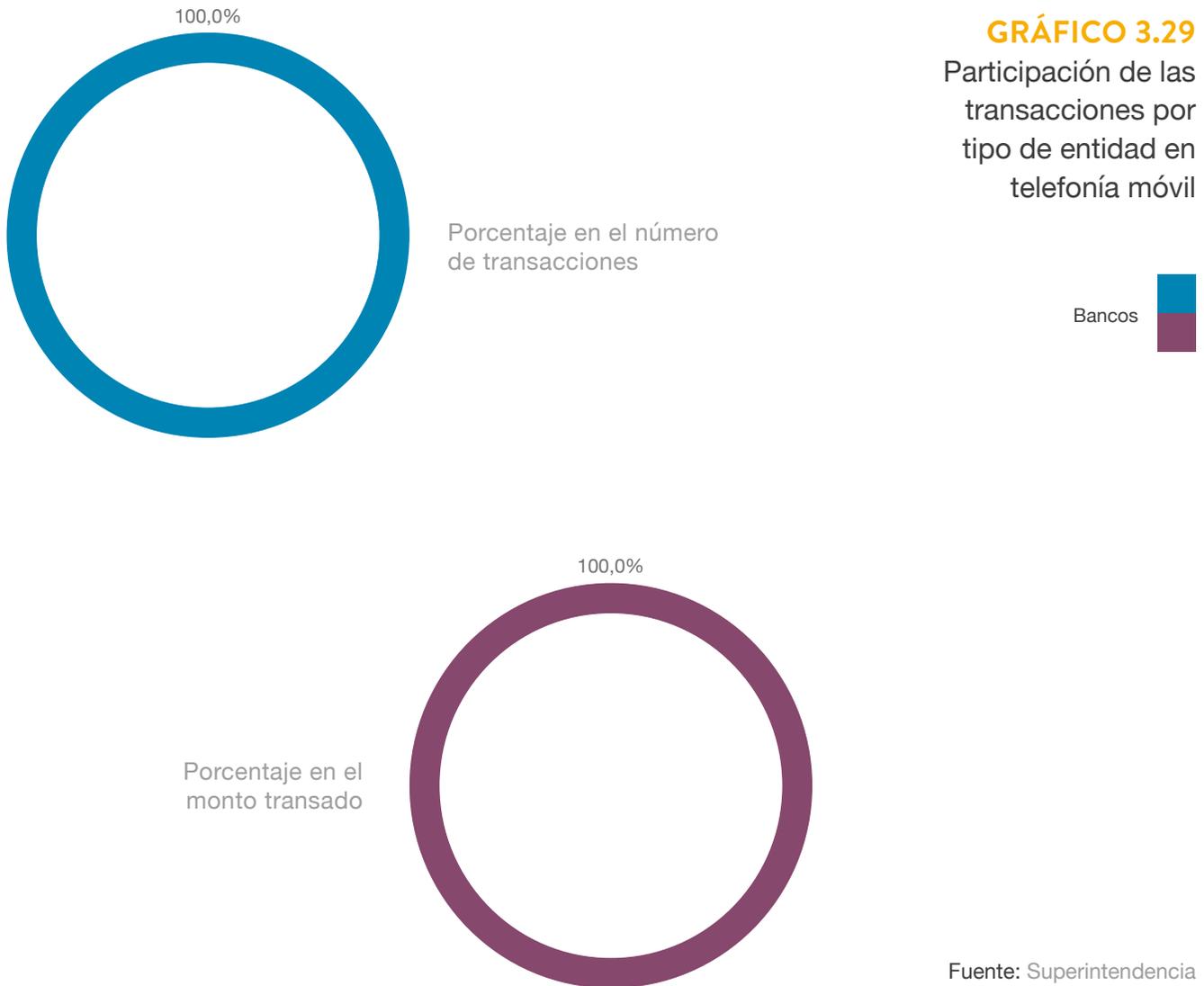


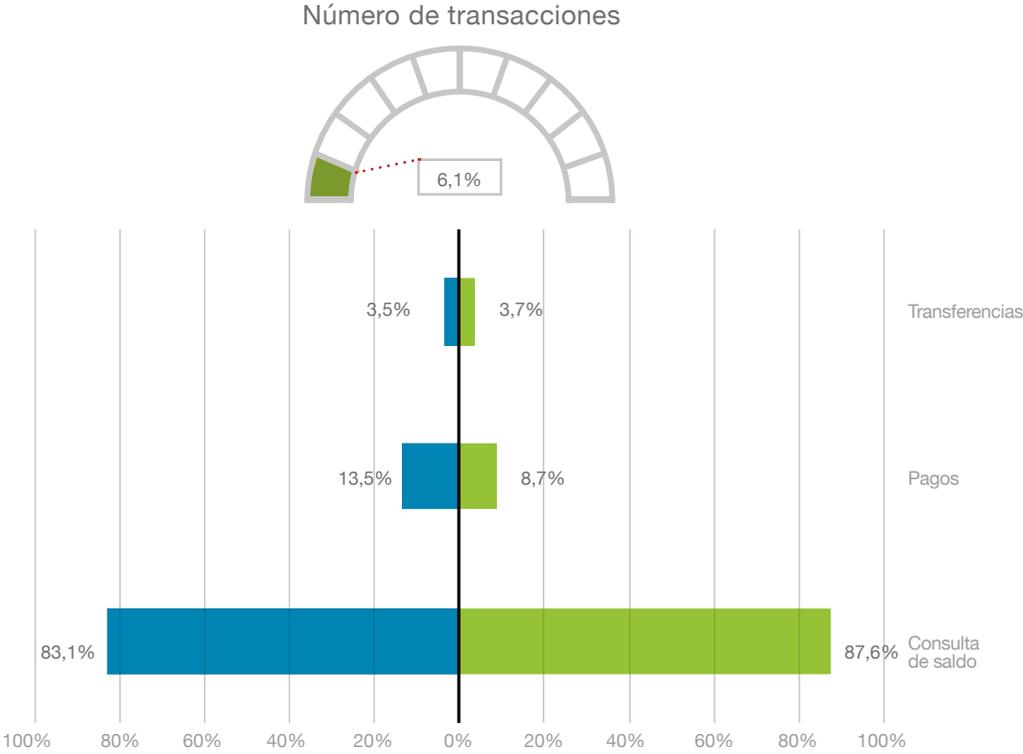
GRÁFICO 3.29
Participación de las transacciones por tipo de entidad en telefonía móvil

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 3.30

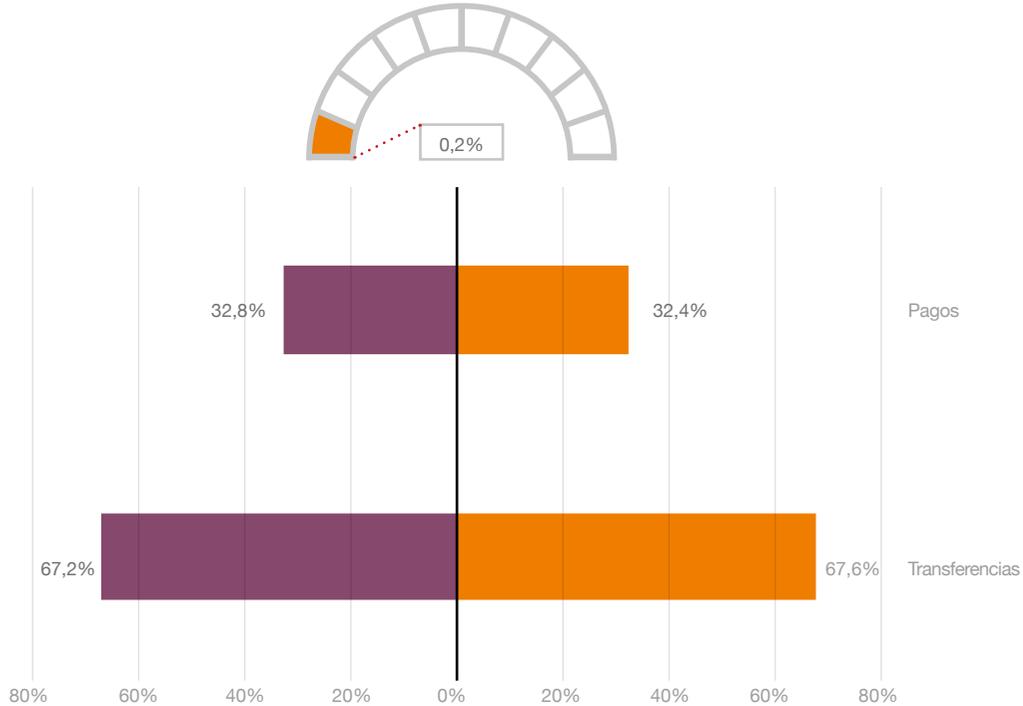
Participación por tipo de transacción en telefonía móvil

2016
2017



Monto transado

2016
2017



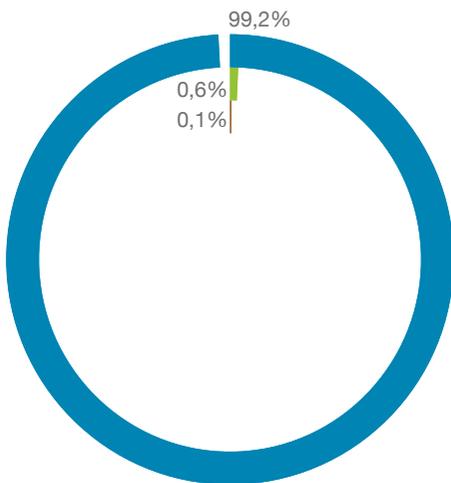
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

TRANSFERENCIAS ELECTRÓNICAS (ACH)

Por tipo de entidad, los bancos fueron las entidades con mayor participación sobre el total de las transacciones con 103 millones de transacciones, representando el 99,2% en número y movilizándolo \$1.049 billones con 99,9% (Gráfico 3.31).

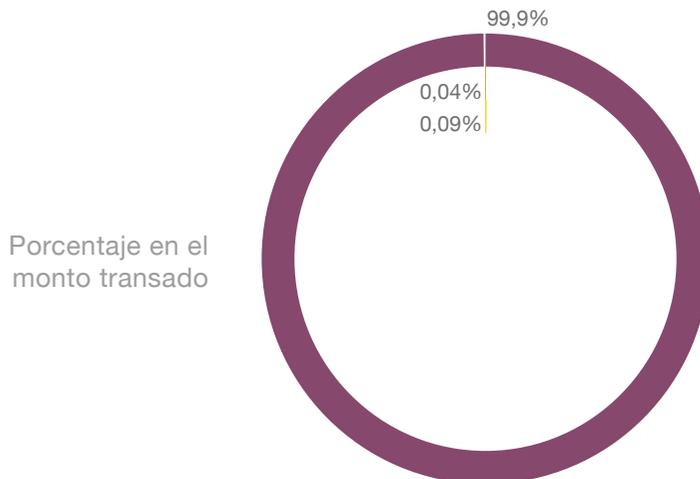
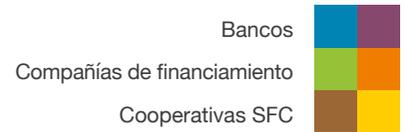
El canal de transacciones electrónicas (ACH) representó el tercer lugar en monto

(14,6%) con \$1.051 billones y el noveno en número de transacciones (1,9%) con 104 millones de transacciones. Por tipo de transacción, el 100% tanto en número como en monto de las transacciones correspondió al pago de obligaciones y/o transferencias de dinero realizadas en el país, que se han realizado de forma segura. En comparación con 2016, registra un crecimiento de 5% en el monto de las transacciones (Gráfico 3.32).



Porcentaje en el número de transacciones

GRÁFICO 3.31
Participación de las transacciones por tipo de entidad en ACH



Porcentaje en el monto transado

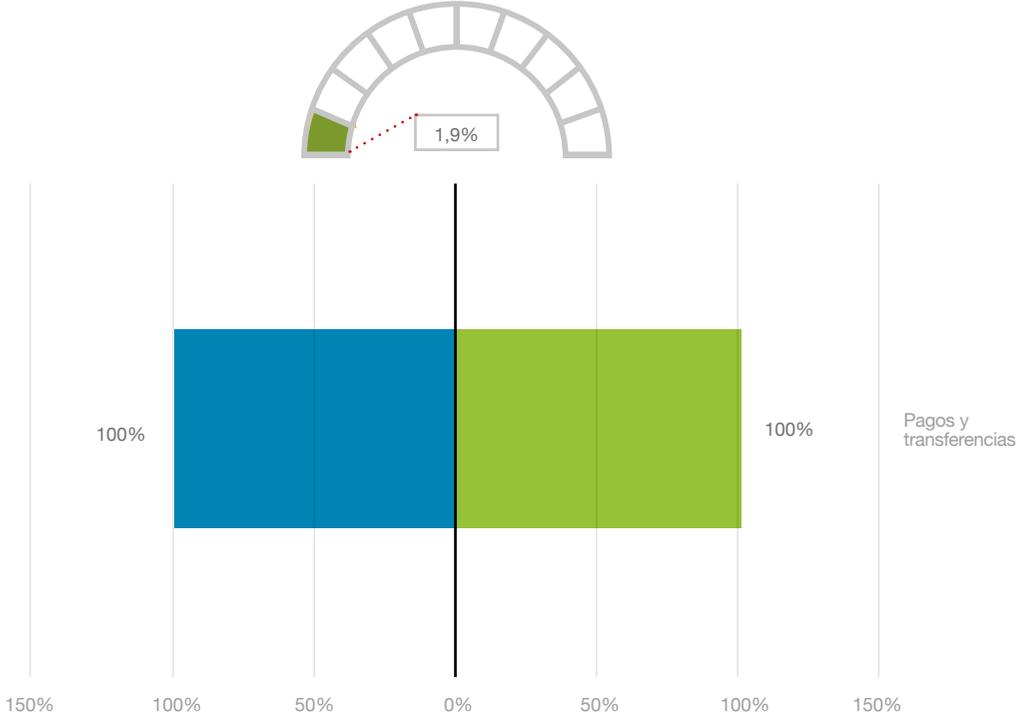
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 3.32

Participación por tipo de transacción en ACH

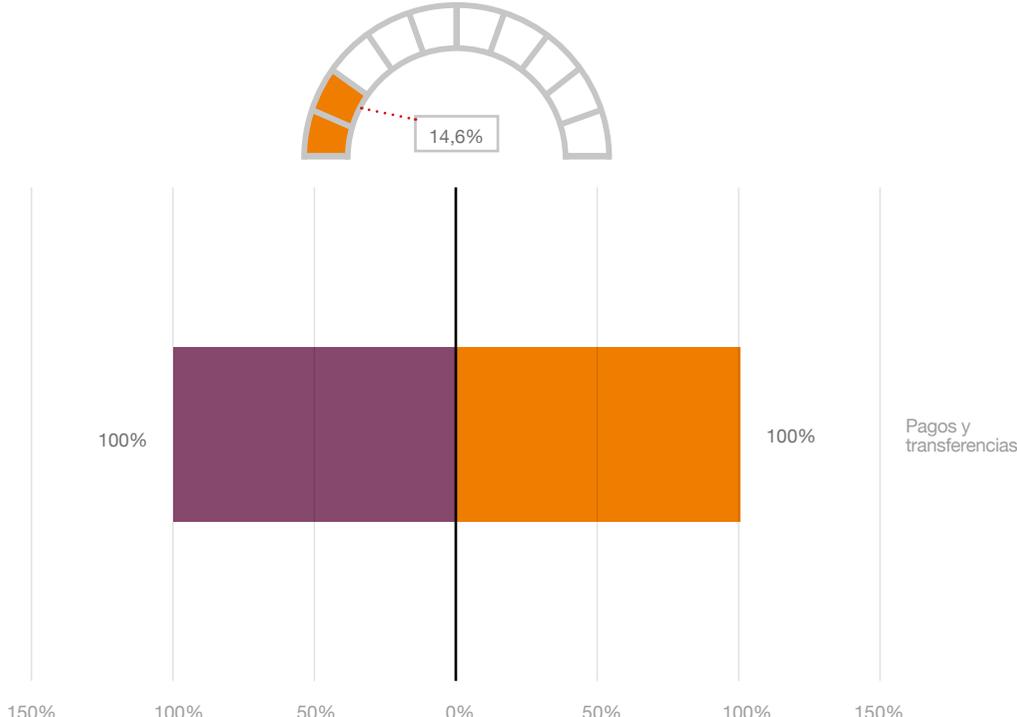
2016
2017

Número de transacciones



Monto transado

2016
2017



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

PRODUCTOS TRANSACCIONALES Y TRANSACCIONES VIRTUALES

La dinámica de transaccionalidad descrita para cada uno de los canales se replica cuando se calculan los indicadores de tenencia de servicios transaccionales (número de tarjetas débito y crédito por cada 100.000 adultos), transacciones virtuales (número de transacciones de internet y telefonía móvil por cada 100.000 adultos) y transacciones sin efectivo (número de transacciones de internet, telefonía móvil, tarjetas débito y crédito por cada 100.000 adultos).

Con respecto al número de tarjetas débito y crédito por cada 100.000 adultos, en 2017 se registraron 81.404 y 33.198 tarjetas respectivamente y un total de 114.602 tarjetas por cada 100.000 adultos. Entre 2016 y 2017

el indicador de tenencia de servicios transaccionales se incrementó en 6% (Gráfico 3.33).

Adicional a esto, el indicador de transacciones virtuales, en 2017 fue de 8,6²² millones de transacciones por cada 100.000 adultos, presentando un crecimiento de 15% con respecto al 2016 (Gráfico 3.34).

El indicador de transacciones sin efectivo, muestra que alrededor de 12,2 millones de transacciones por cada 100.000 adultos se están haciendo por estos canales, presentando un crecimiento anual de 12%, con respecto a 2016 (Gráfico 3.35).

22. Lo que indica que en promedio cada adulto realizó 86 transacciones virtuales al año.

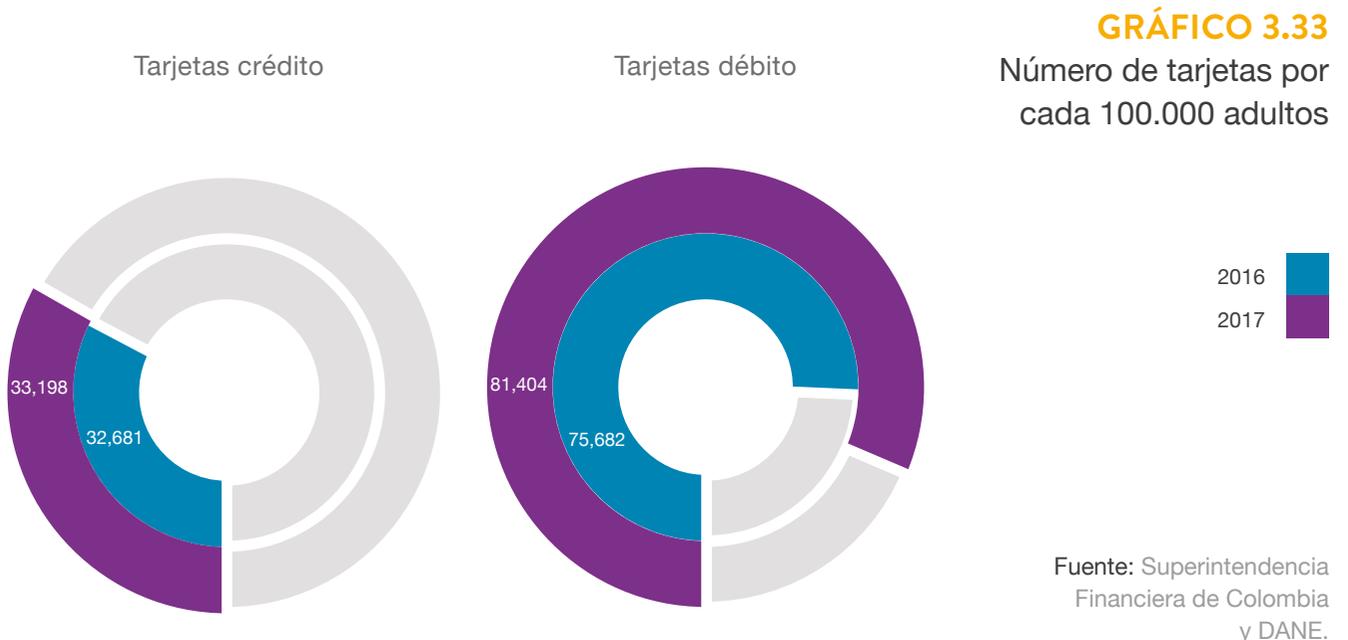
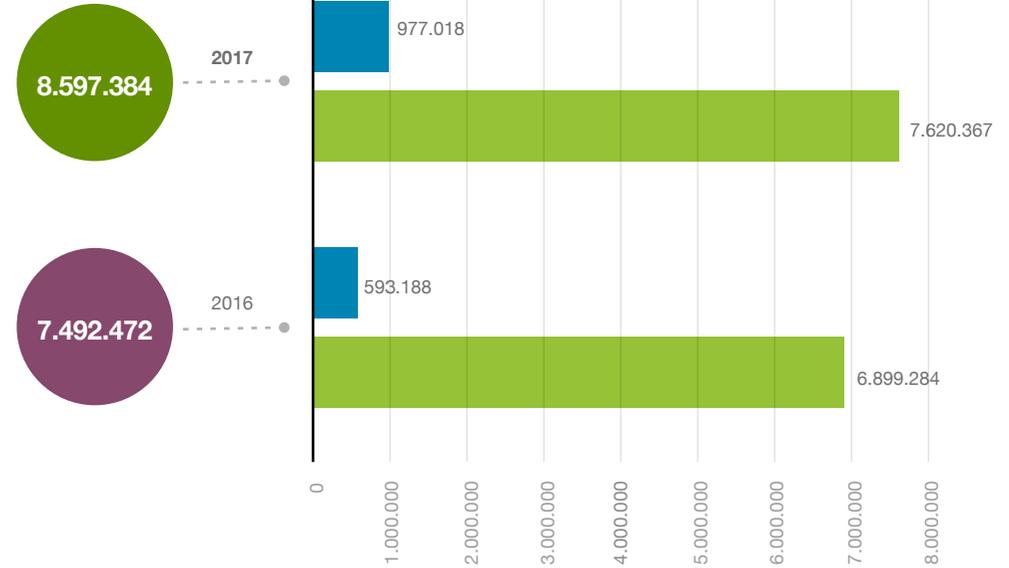


GRÁFICO 3.34

Número de transacciones virtuales por cada 100.000 adultos

- Transacciones telefonía móvil
- Transacciones internet

Transacciones virtuales por cada 100.000 adultos



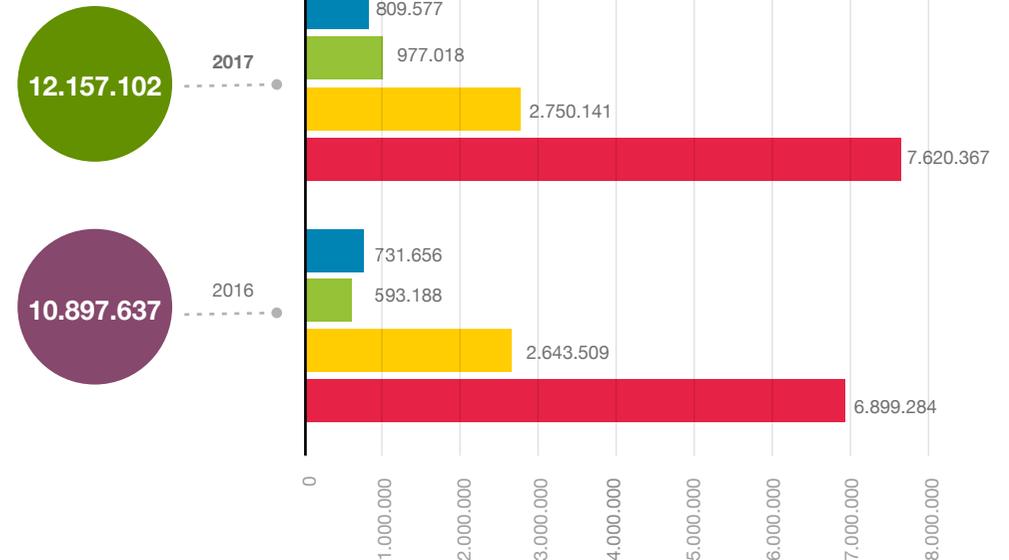
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y DANE.

GRÁFICO 3.35

Número de transacciones sin efectivo por cada 100.000 adultos

- Transacciones tarjeta de crédito
- Transacciones telefonía móvil
- Transacciones tarjeta débito
- Transacciones internet

Transacciones virtuales por cada 100.000 adultos



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y DANE.

ACCESO Y USO DE TECNOLOGÍAS

La presente sección da a conocer la evolución de los medios tecnológicos por los cuales la población se está acercando a los servicios financieros, especialmente desde el lado de internet y telefonía móvil.

A nivel nacional, en 2017, el 96,4% de los hogares manifestaron tener teléfono celular, con 97,5% en las cabeceras municipales²³ y 92,2% en centros poblados y municipios rurales dispersos.²⁴

En cuanto a internet, 50% de los hogares manifestaron tener conexión; si bien la conexión a internet tiene un comportamiento similar al promedio nacional en las cabeceras municipales (58,6%), es diferente en los centros poblados y municipios rurales dispersos donde el porcentaje es de 17%. En comparación con 2016, la participación de los hogares con internet en centros poblados y rural disperso mostró un crecimiento de 37%, pasando de 383 a 527 hogares con conexión a internet (Gráfico 3.36).

En 2017, el 73,2% de las personas mayores de 5 años cuenta con teléfono celular. De

éstas, el 71,2% tiene un teléfono celular inteligente (smartphone), siendo este comportamiento similar en municipios de cabeceras (76,1%) y, en el caso de los centros poblados y rurales dispersos el comportamiento fue inferior llegando a 49,2%. En comparación con 2016, la participación de los teléfonos celulares inteligentes en centros poblados y rural disperso mostraron un crecimiento de 32% (Gráfico 3.37).

En cuanto al uso por edad, la ECV concluyó que 86,3% de la población mayor de 5 años (38,8 millones de colombianos) utilizaba el teléfono celular, siendo este comportamiento similar en municipios de cabeceras (88,3%) y en el caso de los centros poblados y rurales dispersos el comportamiento es inferior llegando a 79,5%.

En el caso del uso de internet, se estima el 62,3% de los colombianos lo utilizó (27,9 millones), presentando un comportamiento similar en las cabeceras municipales (69,4%), por el contrario, con una amplia dispersión en centros poblados y municipios rurales dispersos, donde en promedio lo utilizó con un 37% (Gráfico 3.38).

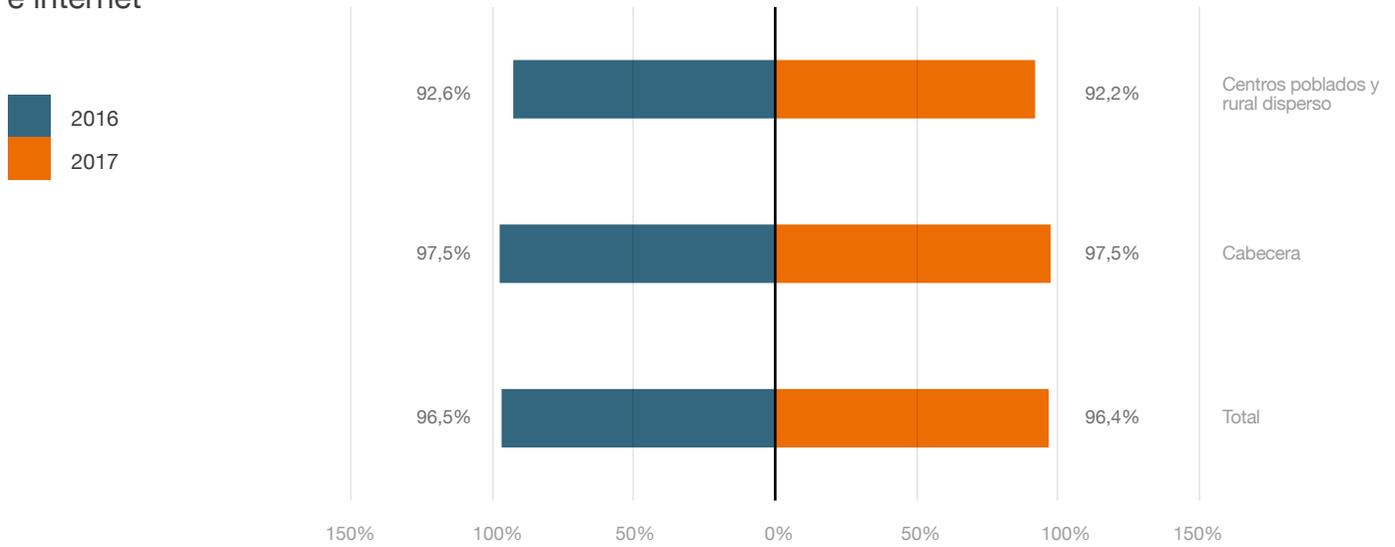
23. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV) del DANE, se define la cabecera municipal como el área geográfica que está definida por un perímetro urbano, cuyos límites se establecen por “Acuerdos”, del Consejo Municipal. Es en donde se localiza la sede de la Alcaldía Municipal.

24. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV) del DANE, se define centros poblados y rural disperso, a los caseríos inspecciones de policía y corregimientos pertenecientes al área rural del municipio y que están conformados por 20 o más viviendas contiguas o adosadas entre sí.

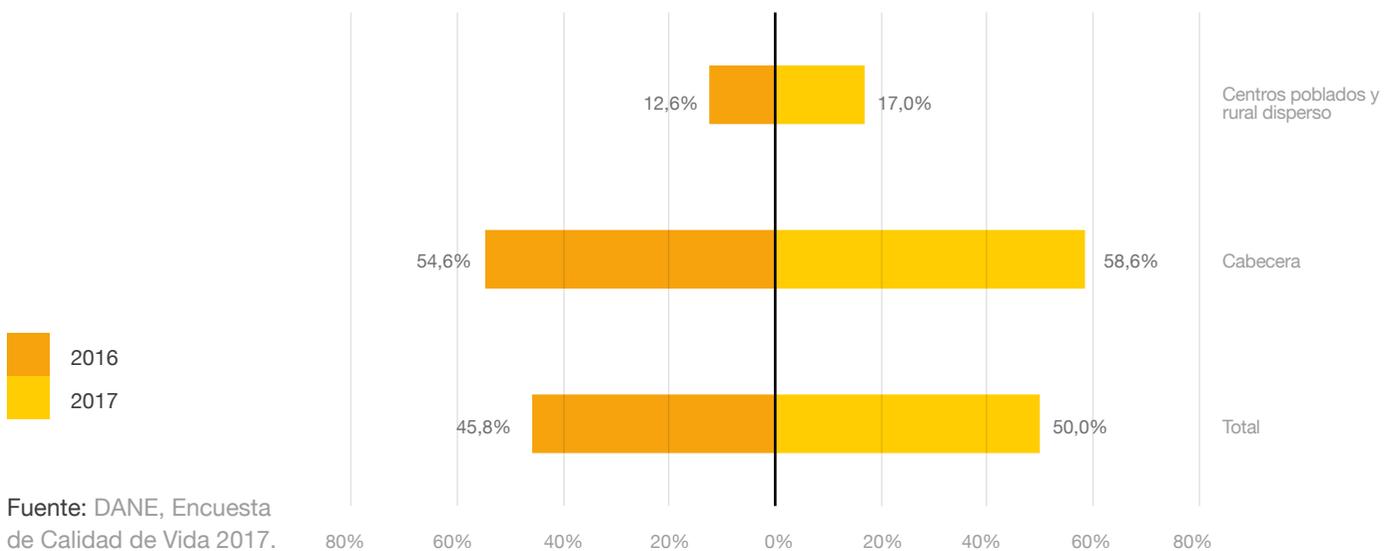
GRÁFICO 3.36

Participación de los hogares con teléfono celular e internet

Porcentaje de hogares con teléfono celular



Porcentaje de hogares con internet



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida 2017.

Porcentaje de personas de 5 años y más según tenencia de celular

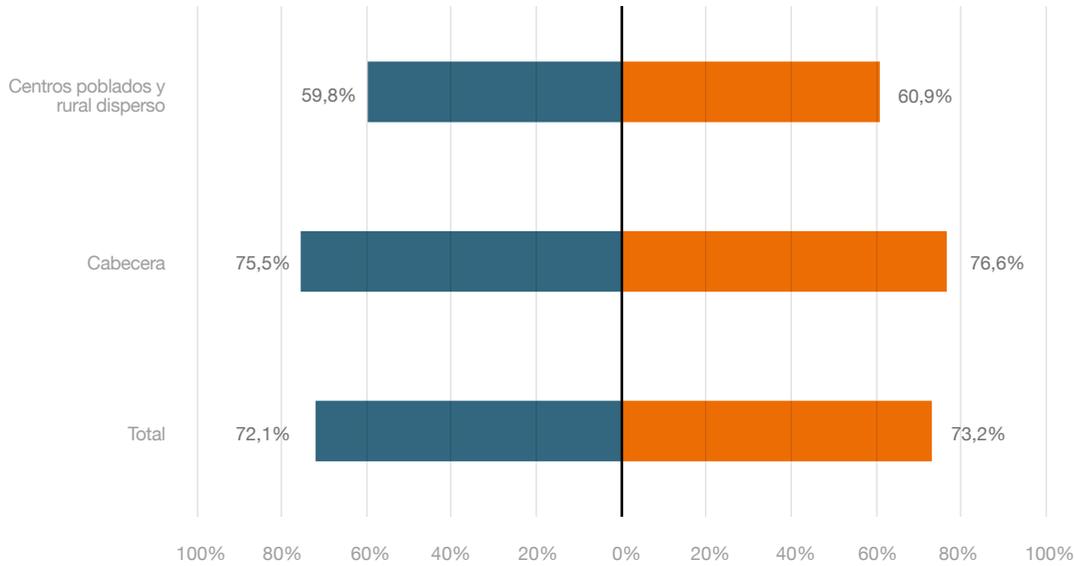
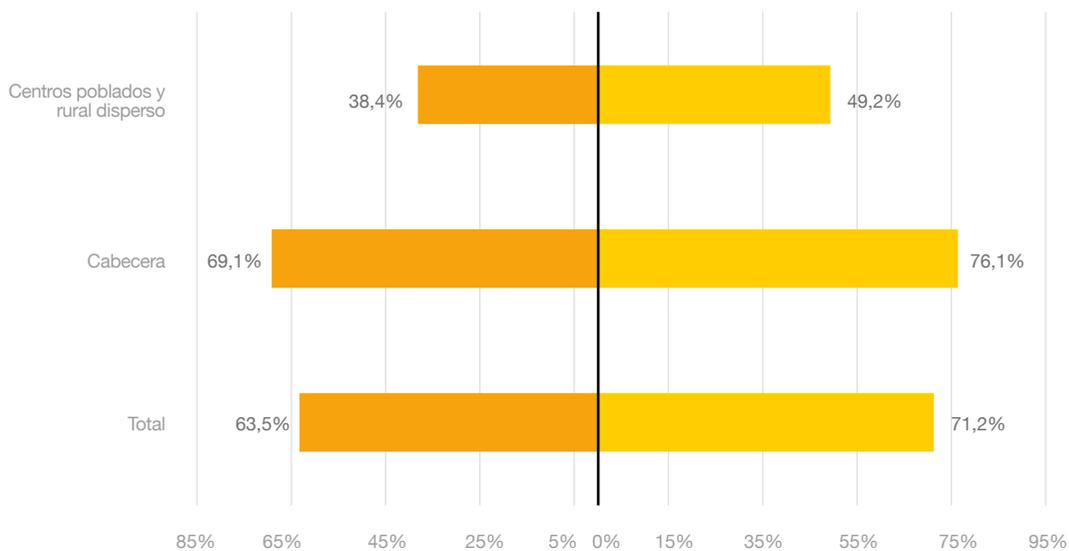


GRÁFICO 3.37

Participación de las personas de 5 años y más que cuentan con teléfono celular



Porcentaje de personas de 5 años y más según tenencia de celular inteligente



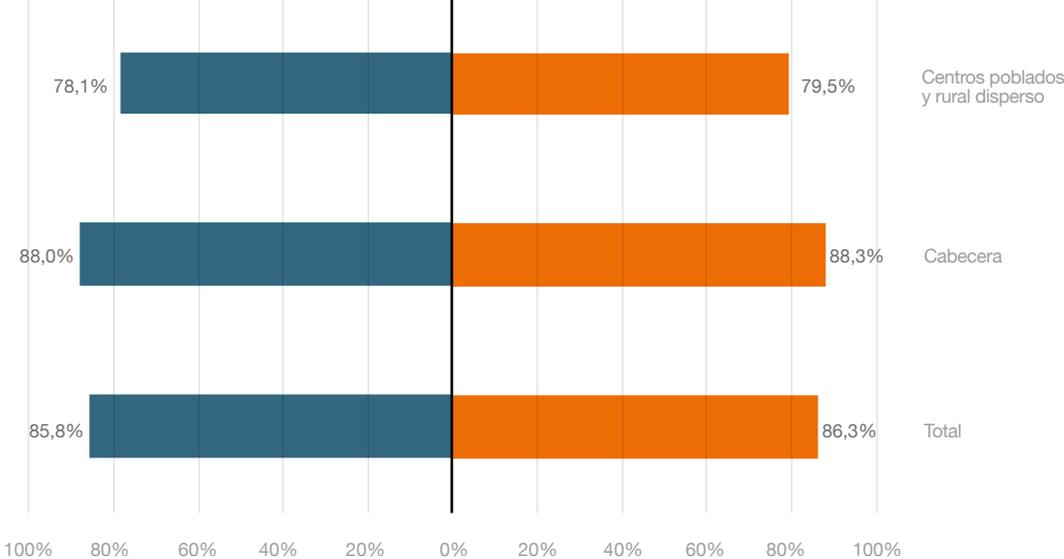
Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida 2017.

GRÁFICO 3.38

Porcentaje de personas mayores de 5 años y más que manifestaron usar internet y teléfono celular

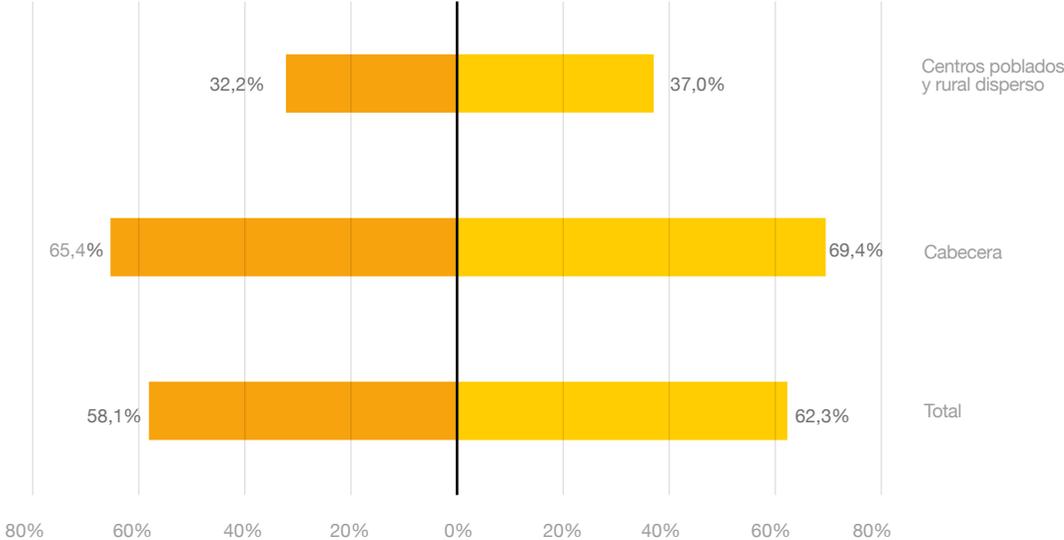
2016
2017

Porcentaje de personas que usan el teléfono en cualquier lugar



Porcentaje de personas que usan internet en cualquier lugar

2016
2017



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida 2017.

ANEXOS

Anexo 1. Número de oficinas e indicador por 100.000 adultos y 1.000 km² por departamento (2017)

Departamento	No. oficinas	Indicador por 100.000 adultos	Indicador por 1.000 km ²
Amazonas	9	30,5	1,2
Antioquia	1.214	25,8	19,3
Arauca	27	17,6	1,1
Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	16	29,1	323,9
Atlántico	331	19,0	99,8
Bogotá, D.C.	1.662	28,2	1024,1
Bolívar	198	14,0	7,4
Boyacá	299	34,1	12,9
Caldas	158	22,4	21,3
Caquetá	51	16,9	0,6
Casanare	75	31,8	1,7
Cauca	125	13,3	4,0
Cesar	139	21,0	6,2
Chocó	33	11,5	0,7
Córdoba	145	12,8	5,8
Cundinamarca	459	24,3	20,5
Guainía	4	33,5	0,3
Guaviare	11	16,8	0,2

Departamento	No. oficinas	Indicador por 100.000 adultos	Indicador por 1.000 km ²
Huila	229	29,5	12,6
La Guajira	63	10,7	3,1
Magdalena	119	15,0	5,1
Meta	163	24,6	1,9
Nariño	199	16,6	6,3
Norte de Santander	161	17,5	7,4
Putumayo	49	22,7	1,9
Quindío	100	24,5	51,7
Risaralda	180	26,1	50,6
Santander	488	32,9	16,0
Sucre	84	14,8	7,9
Tolima	235	24,4	9,7
Valle del Cauca	778	22,9	37,6
Vaupés	2	9,8	0,1
Vichada	7	17,0	0,1
Total nacional	7.813	23,1	8,1

Fuente: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.

Anexo 2. Número de oficinas e indicador por 100.000 adultos y 1.000 km² en las 13 ciudades principales (2017)

Municipio	No. Oficinas	% participación	Indicador por 100.000 adultos	Oficinas por 1.000 km ²
Bogotá, D.C.	1.662	21%	28,2	1.024,1
Medellín	547	7%	27,9	1.459,3
Cali	488	6%	27,7	866,7
Barranquilla	267	3%	30,5	1.731,5
Bucaramanga	176	2%	44,7	1.151,0
Cartagena	143	2%	20,0	241,1
Pereira	125	2%	35,6	205,5
Ibagué	102	1%	25,7	74,1
Villavicencio	91	1%	26,2	70,8
Cúcuta	87	1%	19,2	76,8
Neiva	83	1%	33,5	65,4
Manizales	81	1%	26,8	183,7
Santa Marta	69	1%	21,4	29,4

Fuente: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.

Anexo 3. Indicadores de los corresponsales bancarios: por 100.000 adultos, 1.000 km², número de corresponsales tercerizados vs propios y número de corresponsales activos en los departamentos¹ (2017)

Departamento	No. Corresponsales	Indicador por 100 mil adultos	Indicador por 1.000 km ²	No. Corresponsales Activos	No. Corresponsales Propios	No. Corresponsales Tercerizados
Amazonas	50	169,7	6,5	29	11	39
Antioquia	9.897	210,7	157,2	8.127	3.630	6.267
Arauca	374	243,2	15,7	280	175	199
Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	118	214,7	2.388,6	108	73	45
Atlántico	5.496	315,7	1.657,5	4.317	2.485	3.011

Departamento	No. Corresponsales	Indicador por 100 mil adultos	Indicador por 1.000 km ²	No. Corresponsales Activos	No. Corresponsales Propios	No. Corresponsales Tercerizados
Bogotá, D.C.	30.198	512,3	18.608,0	16.658	4.164	26.034
Bolívar	3.296	233,3	123,4	2.714	1.738	1.558
Boyacá	2.802	319,9	121,1	2.231	1.027	1.775
Caldas	1.951	276,1	262,8	1.592	981	970
Caquetá	897	298,0	10,0	620	222	675
Casanare	1.053	445,8	23,7	825	394	659
Cauca	1.914	203,8	61,3	1.457	712	1.202
Cesar	1.165	175,8	51,6	901	440	725
Chocó	528	183,3	11,0	379	236	292
Córdoba	1.667	147,3	66,5	1.439	803	864
Cundinamarca	6.790	359,5	303,5	5.025	1.747	5.043
Guainía	17	142,3	1,1	13	5	12
Guaviare	178	272,6	3,2	94	68	110
Huila	2.139	275,3	117,9	1.662	723	1.416
La Guajira	597	101,1	28,9	452	191	406
Magdalena	1.472	185,8	63,6	1.168	524	948
Meta	2.773	418,2	32,4	2.223	1.377	1.396
Nariño	2.350	196,6	74,6	1.780	897	1.453
Norte de Santander	2.078	225,5	95,1	1.610	704	1.374
Putumayo	313	145,3	12,0	222	130	183
Quindío	1.089	266,6	563,2	932	611	478
Risaralda	1.987	287,9	558,7	1.395	784	1.203
Santander	5.460	368,1	178,7	3.534	1.127	4.333
Sucre	1.342	235,8	126,7	1.127	758	584
Tolima	3.047	317,0	126,2	2.240	1.032	2.015
Valle del Cauca	11.777	347,1	569,9	8.741	4.698	7.079
Vaupés	23	112,8	0,8	20	15	8
Vichada	80	194,5	0,8	51	30	50
Total nacional	104.918	310,3	109,3	73.966	32.512	72.406

1. Las cifras que se presentan para los indicadores departamentales se calculó a partir del total de corresponsales bancarios reportados a la Superintendencia Financiera, es decir sobre 104.918 puntos.

Fuente: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, elaboración Banca de las Oportunidades.

Anexo 4. Indicadores de los Corresponsales Bancarios: por 100.000 adultos, por 1.000 km², número de corresponsales tercerizados vs. propios y número de corresponsales activos, en las 13 ciudades principales (2017)

Municipio	No. CB	Indicador por 100 mil adultos	Indicador por 1.000 km ²	Nº de corresponsales activos	Nº de corresponsales propios	Nº de corresponsales tercerizados
Bogotá, D.C.	30.198	512,3	18.608,0	16.658	4.164	26.034
Cali	6.763	383,5	12.011,5	4.647	2.157	4.606
Medellín	4.301	219,6	11.474,6	3.559	1.484	2.817
Barranquilla	3.843	439,0	24.921,5	2.986	1.647	2.196
Bucaramanga	2.570	652,8	16.807,8	1.536	427	2.143
Cartagena	2.062	288,8	3.475,8	1.717	1.098	964
Villavicencio	1.713	492,9	1.332,1	1.321	807	906
Ibagué	1.644	413,7	1.193,7	1.202	572	1.072
Pereira	1.335	380,5	2.195,0	847	446	889
Cúcuta	1.150	253,3	1.014,8	885	405	745
Soacha	1.009	280,2	5.382,9	745	184	825
Pasto	953	288,9	866,8	752	377	576
Manizales	929	307,5	2.106,3	739	486	443

Fuente: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, elaboración Banca de las Oportunidades.

Anexo 5. Indicadores de datáfonos: número, por 100.000 adultos, 1.000 km² a nivel departamental (2017)

Departamento	Número de datáfonos	Indicador por 100.000 adultos	Indicador por 1.000 km ²
Amazonas	344	1.167,5	44,7
Antioquia	48.381	1.030,0	768,3
Arauca	852	553,9	35,7
Archipiélago de San Andrés Providencia y Santa Catalina	1.871	3.404,6	37.872,9
Atlántico	19.888	1.142,3	5.998,0

Departamento	Número de datáfonos	Indicador por 100.000 adultos	Indicador por 1.000 km ²
Bogotá, D.C.	137.369	2.330,5	84.646,6
Bolívar	13.093	926,9	490,1
Boyacá	7.002	799,5	302,6
Caldas	5.865	830,0	789,9
Caquetá	1.097	364,4	12,2
Casanare	2.661	1.126,6	59,9
Cauca	3.309	352,4	105,9
Cesar	4.739	715,1	210,0
Chocó	527	183,0	10,9
Córdoba	5.435	480,2	216,7
Cundinamarca	19.664	1.041,0	879,0
Guainía	22	184,2	1,4
Guaviare	102	156,2	1,8
Huila	5.900	759,2	325,2
La Guajira	1.639	277,7	79,5
Magdalena	5.983	755,3	258,6
Meta	7.279	1.097,8	85,1
Nariño	5.700	476,9	181,0
Norte de Santander	6.877	746,1	314,6
Putumayo	896	415,9	34,5
Quindío	5.078	1.243,0	2.626,2
Risaralda	9.102	1.318,7	2.559,1
Santander	16.662	1.123,4	545,2
Sucre	2.762	485,3	260,8

Departamento	Número de datáfonos	Indicador por 100.000 adultos	Indicador por 1.000 km ²
Tolima	8.410	874,8	348,4
Valle del Cauca	40.187	1.184,5	1.944,6
Vaupés	17	83,3	0,6
Vichada	44	107,0	0,4
Total nacional	388.757	1.149,8	405,1

Fuente: Redes de bajo valor (Credibanco y Redeban), elaboración Banca de las Oportunidades.

Anexo 6. Indicadores de datáfonos: número, por 100.000 adultos, 1.000 km² (2017)

Municipio	Nº de datáfonos	Indicador por 100.000 adultos	Indicador por 1.000 km ²
Bogotá, D.C.	137.369	2.330,5	84.646,6
Medellín	31.256	1.595,7	83.387,6
Cali	29.385	1.666,4	52.189,6
Barranquilla	17.220	1.967,2	111.670,3
Cartagena	11.917	1.669,1	20.088,1
Bucaramanga	9.907	2.516,3	64.791,9
Pereira	7.416	2.113,7	12.193,6
Ibagué	6.069	1.527,2	4.406,6
Villavicencio	5.745	1.653,1	4.467,6
Cúcuta	5.715	1.258,6	5.043,2
Santa Marta	5.036	1.560,5	2.145,6
Manizales	4.481	1.483,3	1.0159,9
Neiva	4.189	1.692,6	3.298,9

Fuente: Redes de bajo valor (Credibanco y Redeban), elaboración Banca de las Oportunidades.



4



4.

ACCESO Y USO DE LOS DEPÓSITOS

Los ahorros son cruciales en la construcción de la resiliencia financiera de las personas y las empresas. Ayudan a cumplir con metas propuestas, enfrentar imprevistos y suavizar los niveles máximos y mínimos de ingresos y gastos.

Este capítulo analiza a las personas (naturales y jurídicas) que tienen y usan depósitos y el número de productos totales y activos existentes, los saldos que se manejan y las transacciones que se hacen a través de éstos. El análisis se enfoca en las cuentas de ahorro tradicionales, las cuentas de ahorro electrónicas (CAE), las cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS) y los depósitos electrónicos (DE).

Inicialmente, se hace una descripción sobre el número de personas con productos de depósito totales y activos a nivel nacional con base en la información reportada por las entidades financieras a la central de información Trans-Union¹. El número de adultos con productos activos se presenta desagregado por género y rangos de edad.

-
1. Un producto de depósito se considera activo cuando tuvo al menos un movimiento en los últimos seis meses. Por lo tanto, las cifras que se refieren al total de número de adultos con algún tipo de producto de depósito, incluyen tanto los productos activos como inactivos.



La distribución por género se presenta tanto a nivel de número de adultos con productos como para el número de productos totales en el sistema financiero. La diferencia entre estas dos distribuciones radica en que, en la primera, se contabiliza el número total de hombres y mujeres con productos, por lo que si una persona tiene más de dos productos es registrada una sola vez; mientras que en la segunda se contabiliza el número total de productos en manos de hombres y mujeres.

Se presenta también la evolución del número de cuentas de ahorro, CAE, CATS y DE, su actividad y sus saldos² y transacciones a nivel nacional. Los datos a nivel departamental, por nivel de ruralidad y tipo de entidad se exponen solamente para cuentas de ahorro tradicionales y CAE³. El análisis por nivel de ruralidad se calcula partiendo de los cuatro tipos de municipios: ciudades y aglomeraciones, municipios intermedios, municipios rurales y zonas rurales dispersas⁴. También se

realiza un análisis de saldos de los productos en salarios mínimos legales mensuales vigentes (hasta 1 SMLMV, entre 1 y 3 SMLMV y de 3 a 5 SMLMV⁵).

Por último, y buscando tener otra aproximación al uso además del nivel de actividad, se tomó en cuenta las siguientes transacciones financieras: depósitos, pagos, retiros, transferencias enviadas y transferencias recibidas.

-
2. Los saldos solo se reportan para las cuentas de ahorro y las cuentas de ahorro electrónicas.
 3. Las entidades fueron clasificadas por entidades vigiladas por la SFC: bancos, compañías de financiamiento, corporaciones financieras y cooperativas financieras y por las cooperativas vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria, SES.
 4. Este indicador solo está calculado para las cuentas de ahorro tradicional y las CAE.
 5. En 2017 el SMLMV fue de \$737.717 pesos.

1

25,2 millones de adultos tenían al menos una cuenta de ahorro y **4,1 millones** depósitos electrónicos.

El número de empresas con al menos una cuenta de ahorro fue de **641.227**. Esta cifra creció en 139.802, **27,9%** respecto a 2016.

2

En **2017**, el **73,1%** de los adultos con cuentas de ahorro y el **48,4%** de las empresas las usaban.



3

- El **49,4%** de los adultos con cuenta de ahorro correspondía a hombres y el **50,4%** mujeres.
- Del total de adultos con al menos una CATS, el **50,2%** fueron hombres y **49,6%** fueron mujeres.
- La mayoría de adultos con CAE y DE era **mujeres**.

4



La distribución por rangos de edad para los **distintos productos** se ha mantenido en los últimos años. El uso de los productos de depósito se ha concentrado en adultos entre **26 y 40** y **41 y 65** años.

5

Los saldos más altos se presentaron en las cuentas de ahorro. Los **hombres aportaron el 54%** del saldo reportado en 2017.



En las CAE, las **mujeres aportaron el 86%** del total de los saldos.

6

En relación con el número de cuentas activas, las cuentas de ahorro, las CATS y los DE presentaron un **aumento** entre 2016 y 2017, mientras que las CAE mostraron una **reducción**.



7

El número de cuentas totales por cada **100.000 adultos** aumentó para todos los tipos de cuentas. El tipo de cuenta que más presentó **crecimiento** fueron las **CATS (129,9%)** frente al 2016.



8

- Los **hombres** tuvieron el **52,5%** de las **cuentas de ahorro** mientras que las **mujeres** el **47,4%**.
- En las **CATS**, el **56,7%** de las cuentas pertenecían a mujeres y el **43,3%** a **hombres**.
- El **85,5%** de las **CAE** y el **67,6%** de los **DE** eran de mujeres.

9

Al igual que en los años anteriores, el número de cuentas de ahorro y las CAE se concentraron en **ciudades y aglomeraciones**.



10

Las **transacciones más recurrentes** en 2017 fueron:

- Los **retiros** para las **cuentas de ahorro (37,5%)** y para las **CATS (39,4%)**.
- Los **pagos** para las **CAE (95,1%)**.
- Los **depósitos** para los **DE (40,6%)**.



4.1. CUENTAS DE AHORRO TRADICIONALES

La cuenta de ahorro fue el producto con más penetración entre los colombianos. En 2017, 25,2 millones de adultos tenían al menos una cuenta de ahorro, es decir, 74,6% de la población adulta del país, lo que representó un crecimiento de 1,6 millones de personas o 6,9%.

De los 25,2 millones de adultos con cuentas de ahorro, 18,4 millones las usaban (Gráfico 4.1). El número de adultos con al menos una cuenta activa aumentó en 1,4 millones de personas o 8,4% frente a 2016. La relación entre el número de adultos con cuentas de ahorro activas y con cuentas de ahorro totales mejoró entre 2016 y 2017, al pasar de 72,2% a 73,1%.

En 2017, la distribución por género del número de adultos con al menos una cuenta de ahorro activa fue cercana al 50% entre hombres y mujeres. La mayoría de la población con cuentas de ahorro activas, 76%, tenía entre 26 y 65 años. La participación de los jóvenes entre 18 y 25 años con cuentas de ahorro activas fue 15,3%, el doble que la de la población mayor a 65 años (8,1%).

Adicionalmente, al cierre de 2017, 641.227 empresas tenían al menos una cuenta de aho-

ro (Gráfico 4.2). Esta cifra creció en 139.802 o 27,9% respecto a 2016. El número de empresas que usaban estas cuentas activamente fue 310.057, esto es un crecimiento de 63.845 o 25,9% frente a 2016. La proporción de empresas que usaban sus cuentas de ahorro pasó del 49,1% al 48,4% entre 2016 y 2017.

Ahora bien, al analizar los datos sobre el número de cuentas de ahorro, se encontró que en 2017 había un total de 59,4 millones de cuentas, de las cuales 26,0 millones se encontraban activas (Gráfico 4.3). Frente a 2016, las cuentas totales crecieron 8,2% y las activas 8,7%. Vale la pena resaltar que el crecimiento promedio en los últimos tres años (6,9% para el total y 6,1% para las activas) fue inferior al registrado en el último año. El nivel de actividad de estas cuentas se ha mantenido en 44% durante los últimos tres años.

En 2017, había 175.579 cuentas totales y 76.861 cuentas activas por cada 100.000 adultos. Entre 2016 y 2017, el número de cuentas totales por cada 100.000 adultos creció en 10.600 o 6,4% y el de las activas en 4.986 o 6,9%. Entre 2015 y 2017, el crecimiento promedio de las cuentas activas por cada 100.000 adultos (4,4%) fue inferior al de las cuentas totales (5,2%).

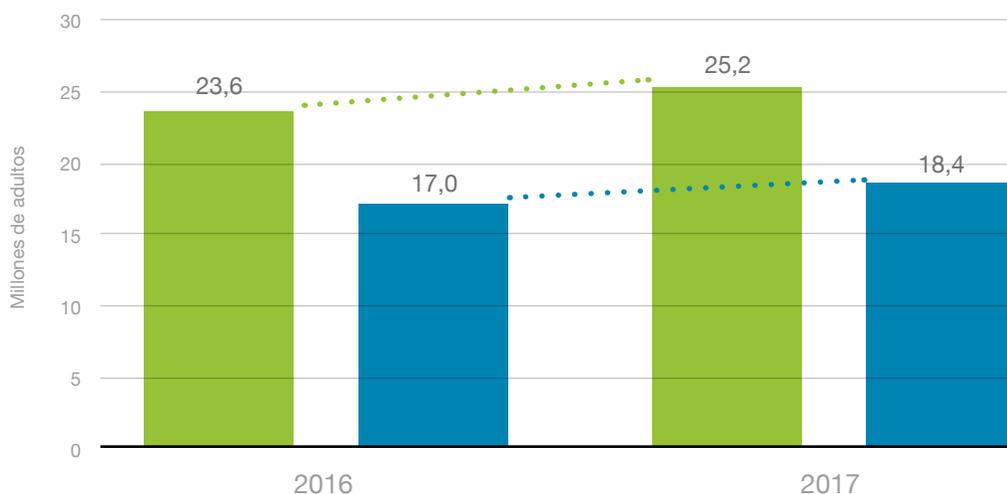


GRÁFICO 4.1
Número de adultos con cuentas de ahorro totales y activas

Total ■
Activas ■

Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

GRÁFICO 4.2
Número de empresas con cuentas de ahorro totales y activas

■ Total
■ Activas

Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

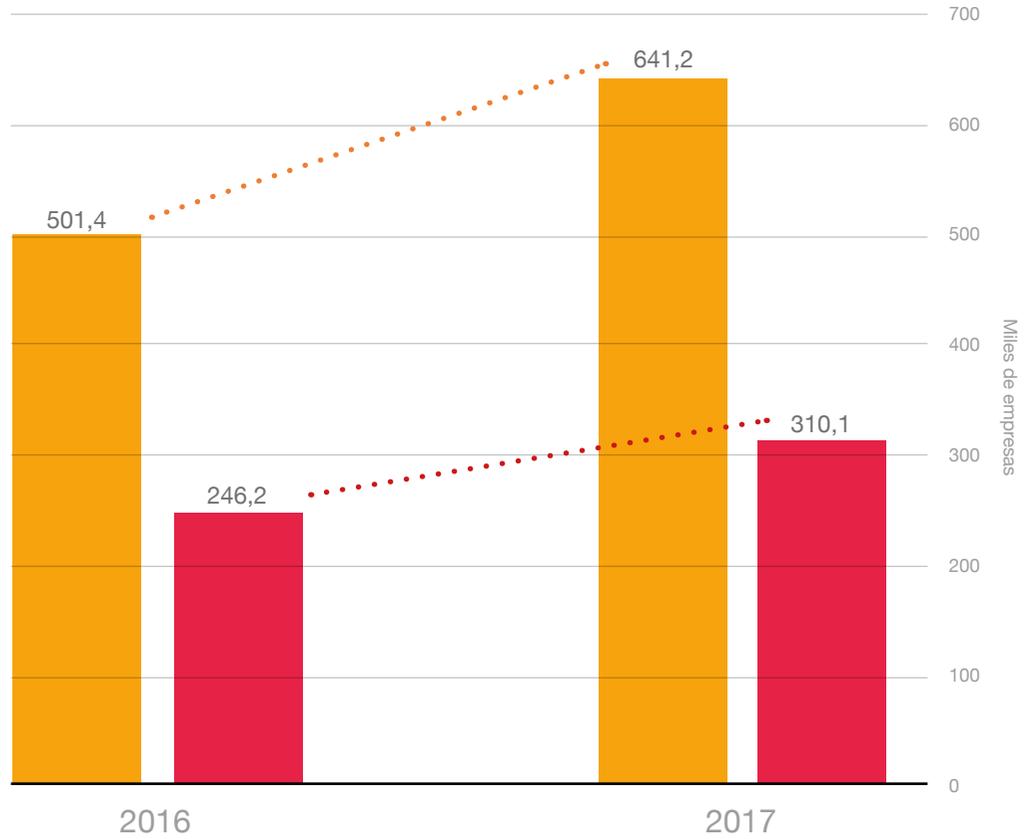
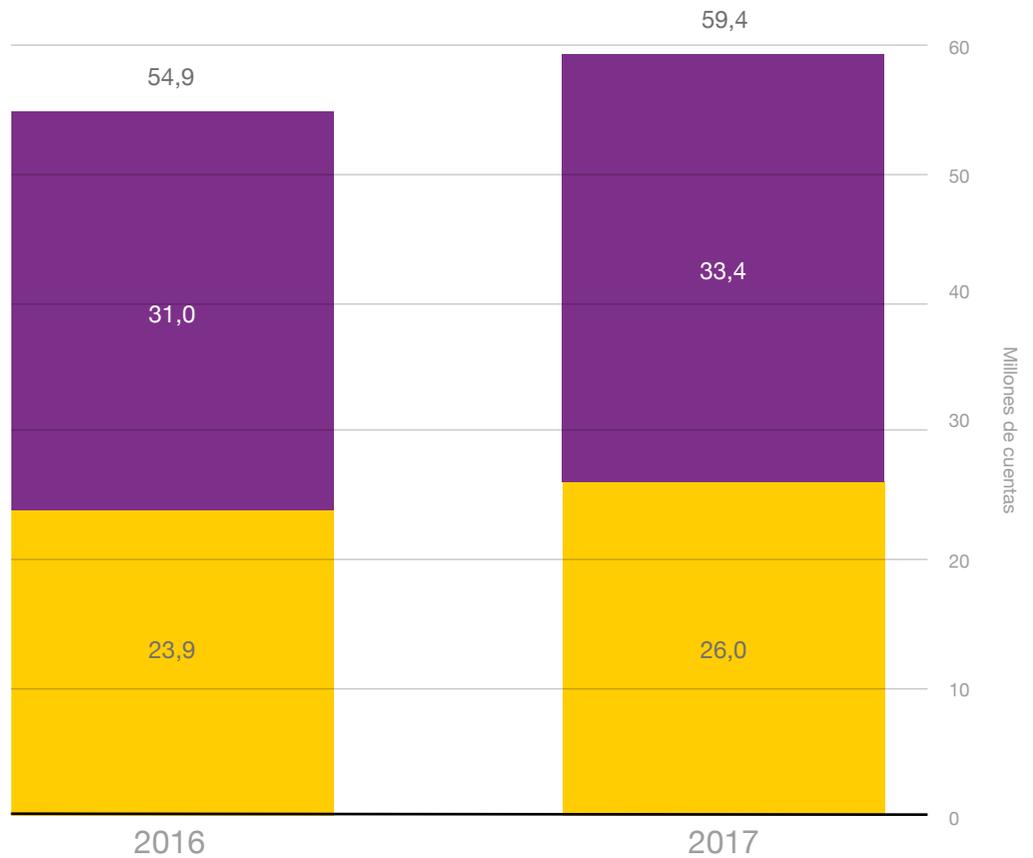


GRÁFICO 4.3
Número de cuentas de ahorro

■ Cuentas de ahorro activas
■ Cuentas de ahorro inactivas

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.



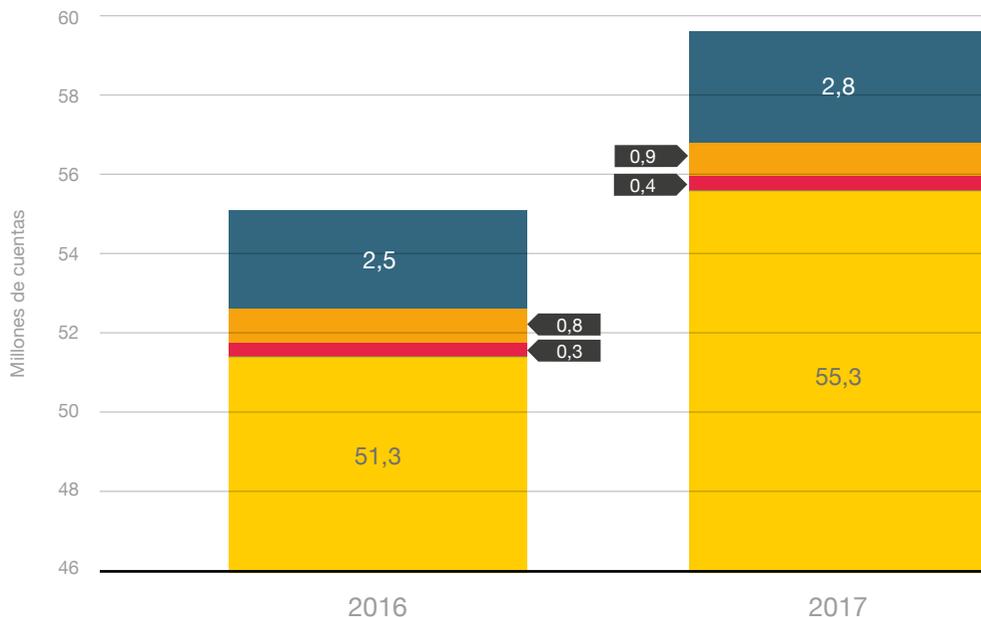


GRÁFICO 4.4
Número de cuentas de ahorro totales por tipo de entidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

En 2017, la mayoría de las cuentas de ahorro y de cuentas de ahorro activas se concentró en los bancos (93,2% y 90,4% respectivamente), resultados que se han mantenido relativamente estables durante los últimos años (Gráfico 4.4). El mayor nivel de actividad de las cuentas se presentó en las cooperativas SES, en donde el 66,7% de las cuentas de ahorro estaban activas, mientras que el menor nivel de actividad lo presentaron las cuentas de las compañías de financiamiento, con un 42,5% de las cuentas activas. Frente a los tres últimos años, se destaca que en todos los tipos de entidades se presentó una reducción en el nivel de actividad de las cuentas, a excepción de las corporaciones financieras, cuya actividad creció y la de los bancos que se mantuvo igual.

En diciembre de 2017, el saldo total en las cuentas de ahorro fue \$165 billones, 3,8%⁶ más que en 2016 (Gráfico 4.5). Las entidades que más aportaron en términos del saldo fueron los bancos, con el 97,8%. En segundo lugar, estaban las cooperativas SES con 1,5%.

Al analizar la distribución de las cuentas de ahorro por rango de salarios mínimos en 2017⁷

(Tabla 4.1), se encontró que la mayoría de las cuentas (77,3%) tenía saldos de hasta 1 SMMLV, 5,6% entre 1 y 3 SMMLV y el 17% más de 3 SMMLV. Las cuentas de ahorro con saldos hasta de 1 SMMLV, aunque representaban la mayoría de las cuentas, solo aportaban el 1,3% de los saldos manejados en todas las cuentas de ahorro, mientras que las cuentas entre 1 y 3 SMMLV aportaron el 2,2% de los saldos. En todos los rangos, los bancos hicieron el mayor aporte. En el rango de hasta 1 SMMLV, los bancos aportaron el 97,4% del número de cuentas y el 96,9% de los saldos y, en el rango entre 1 y 3 SMMLV los bancos aportaron el 98,3% y 98,0%, respectivamente. Las cuentas de ahorro de más de 5 SMMLV representaron el 14,5% del número de cuentas y el 94,7% del saldo.

6. Crecimiento en términos reales.
7. Este nivel de desagregación se aplica para las entidades vigiladas por la SFC, debido a que las Cooperativas vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria aún no reportan por este mismo nivel de desagregación de SMMLV.

GRÁFICO 4.5

Saldos de cuentas de ahorro totales por tipo de entidad (millones)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

TABLA 4.1. Cuentas de ahorro por rango salariales (2017)

Tipo de Entidad	Hasta 1 SMMLV		De >1 SMMLV hasta 3 SMMLV		De >3 SMMLV hasta 5 SMMLV		> 5 SMMLV	
	#	Saldo (millones)	#	Saldo (millones)	#	Saldo (millones)	#	Saldo (millones)
Bancos	42.627.758	\$1.988.856	3.127.491	\$3.577.262	1.392.187	\$2.913.153	8.192.591	\$153.436.894
Corporaciones Financieras	450	\$16	18	\$24	18	\$53	96	\$405.501
Compañías de Financiamiento	355.069	\$19.427	18.822	\$24.742	6.084	\$17.405	12.388	\$190.417
Cooperativas Financieras - SFC	785.214	\$43.514	35.433	\$46.918	11.931	\$34.662	22.927	\$368.578
Total	43.768.491	\$2.051.813	3.181.764	\$3.648.945	1.410.220	\$2.965.273	8.228.002	\$154.401.390

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Al revisar el número de cuentas por género, se observó que el 47,4% de las cuentas de ahorro pertenecía a mujeres (26,2 millones de cuentas) y el 52,5% a hombres (29,0 millones de cuentas). Las demás cuentas de ahorro tradicionales pertenecían a personas jurídicas. Entre 2016 y 2017, las cuentas de ahorro de mujeres y hombres experimentaron un crecimiento de 17,0% y 16,8%, respectivamente (Gráfico 4.6). Es importante tener en cuenta que en 2016 no se contaba con datos de número de cuentas por género de las cooperativas vigiladas por la SES. Al revisar el crecimiento del número de cuentas de ahorro de los establecimientos de crédito vigilados por la SFC, se evidencia un mayor crecimiento en el número de cuentas de ahorro de los hombres (11,6%) que en el de las mujeres (10,5%), por un punto porcentual.

Frente a los saldos totales por género⁸, las cuentas de ahorro de mujeres representaron el 46,4% del saldo total de las cuentas mientras que las cuentas de los hombres el 53,5%. Al calcular la diferencia entre los saldos por género, las cuentas de hombres tuvieron \$3,7 billones más de saldo que las cuentas de mujeres. El saldo promedio de las cuentas de hombres estaba por encima del de las mujeres: \$969.434 fue el de los hombres y \$931.081 el de las mujeres. Frente al 2016, los saldos totales presentaron un crecimiento real de 2,9% en las cuentas de las mujeres y 1,8% en las de los hombres.

El saldo promedio de las cuentas de mujeres en los establecimientos de crédito fue superior por \$152.038 al de las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria, mientras que en los hombres esa diferencia ascendió a \$149.250.

Al cierre de 2017, la distribución de las cuentas de ahorro por nivel de ruralidad se mantuvo igual frente a los últimos tres años. Las ciudades y aglomeraciones concentraron 84,4% del número de las cuentas de ahorro, seguidas por los municipios intermedios con el 10,3% y, los municipios rurales y rurales dispersos con 3,5% y 1,7%, respectivamente. Si bien las ciudades aportaron cerca de 3,5 millones de cuentas adicionales (un aumento del 7,5% frente a 2016) y los municipios intermedios 660.740 (un aumento del 12,1%), es de destacar que los municipios rurales y rurales dispersos presentaron un crecimiento en el número de cuentas de ahorro de 11,9% y 11,3%, respectivamente.

Los departamentos que registraron el mayor número de cuentas activas fueron Bogotá D.C (28,8%), Antioquia (13,5%), y Valle del Cauca (10,4%), mientras que los que concentraron menos cuentas fueron Vaupés, Vichada y Amazonas (con participaciones menores al 0,5%) (Gráfico 4.7). Esta distribución coincide con la participación de la población que tienen estos departamentos, donde Bogotá concentra el 17,4% de la población colombiana, Antioquia el 13,9% y Valle del Cauca el 10,0%. A su vez, Vaupés, Vichada, Amazonas y Guainía tienen menos del 0,1% de la población. Al revisar por el nivel de actividad, se destaca que Guainía ha presentado durante los últimos tres años el mayor nivel de actividad (por encima del 58%).

8. El total de cuentas de ahorro tradicionales y sus saldos tienen en cuenta tanto las personas naturales, como las jurídicas. En consecuencia, el número y saldo de las cuentas de ahorro por género no coinciden con estos totales. La diferencia corresponde a las personas jurídicas.

GRÁFICO 4.6
Distribución del número de cuentas de ahorro por género

■ Hombres
■ Mujeres

Nota: en 2016 no se incluyen las cuentas de ahorro de las cooperativas vigiladas por la SES.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

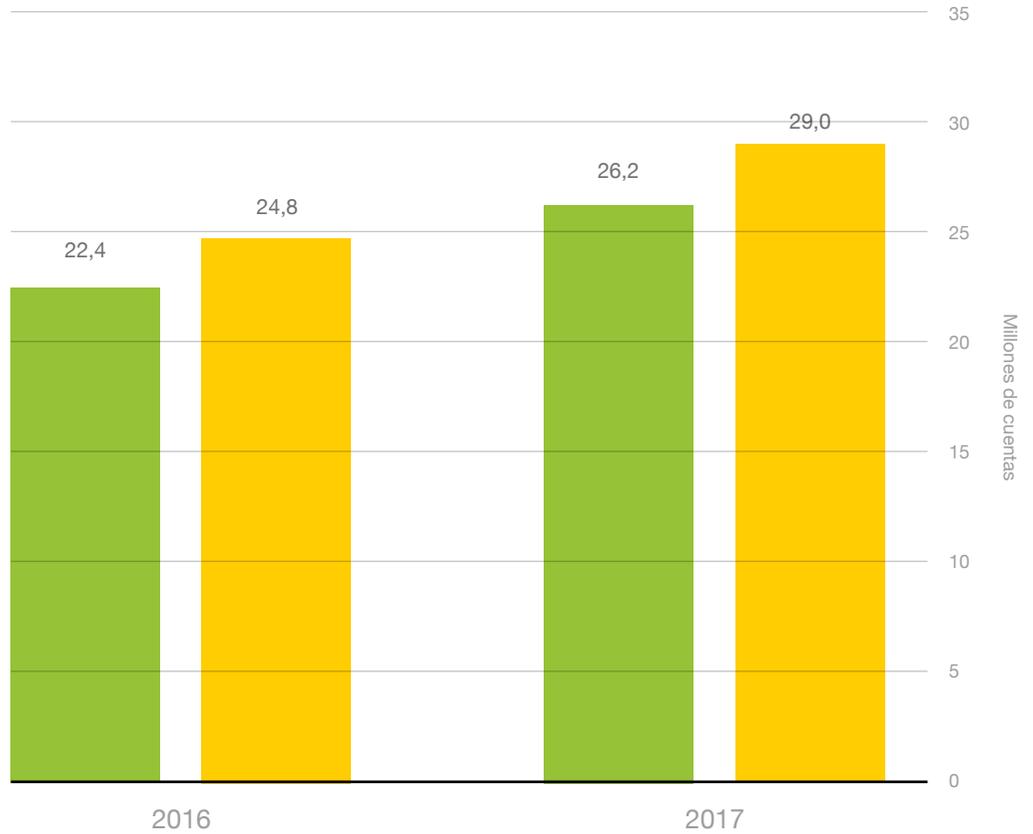
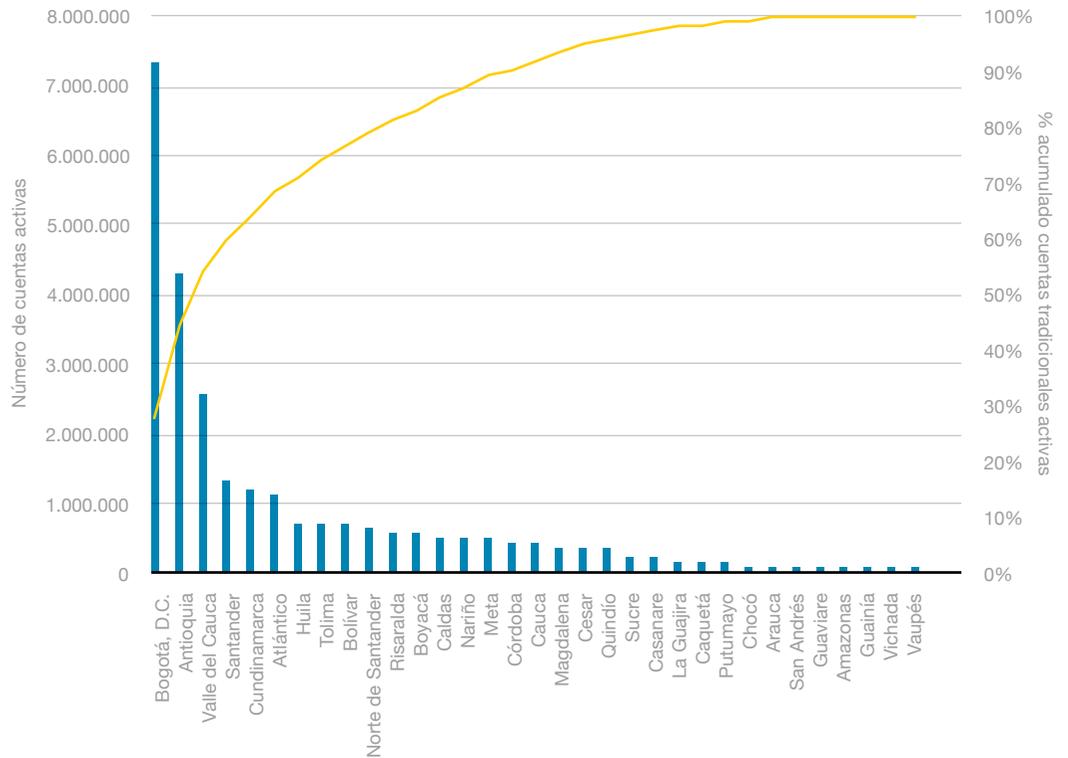


GRÁFICO 4.7
Cuentas de ahorro activas por departamento

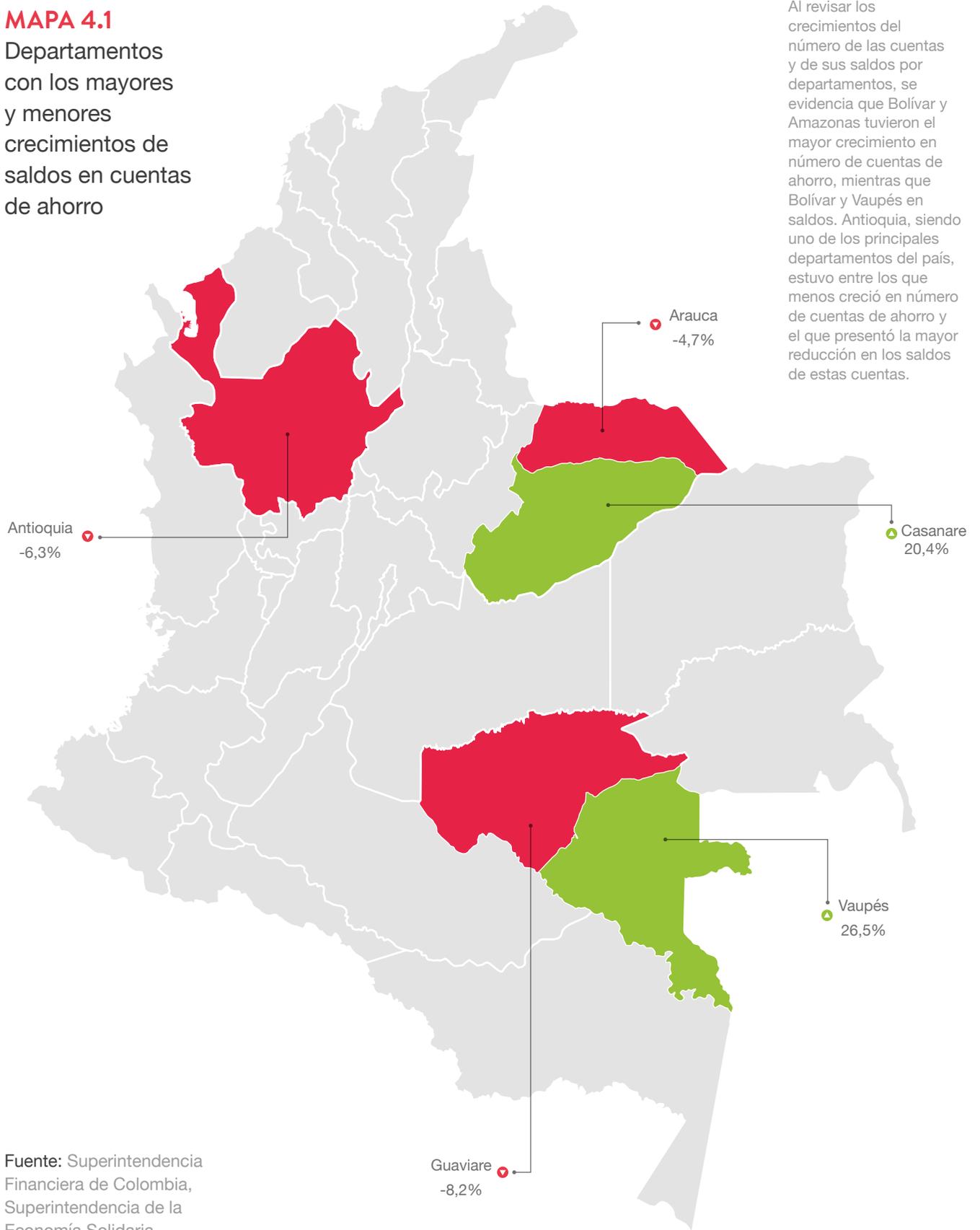
■ Número de cuentas tradicionales activas
■ % acumulado cuentas tradicionales activas

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.



MAPA 4.1

Departamentos con los mayores y menores crecimientos de saldos en cuentas de ahorro

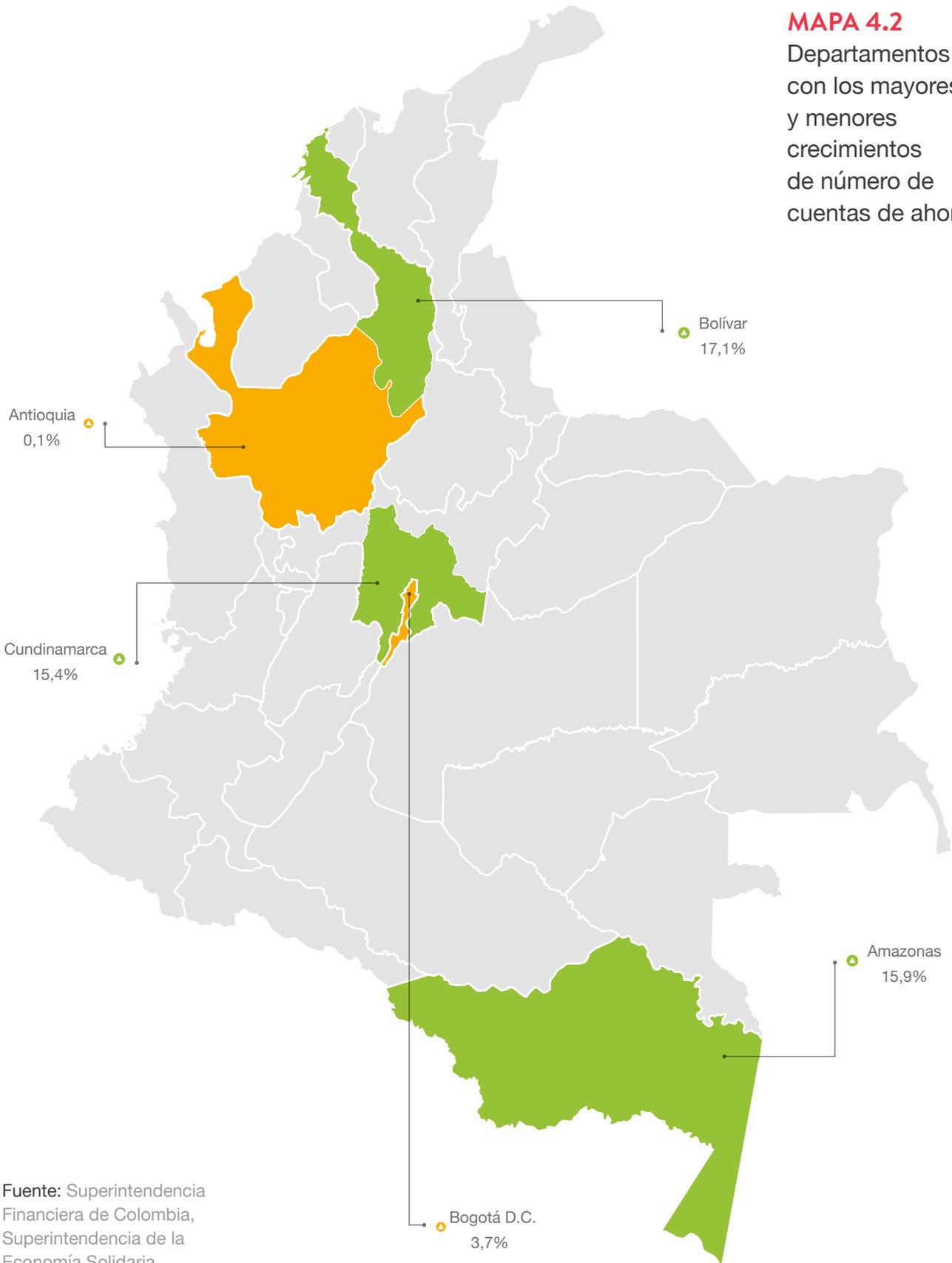


Al revisar los crecimientos del número de las cuentas y de sus saldos por departamentos, se evidencia que Bolívar y Amazonas tuvieron el mayor crecimiento en número de cuentas de ahorro, mientras que Bolívar y Vaupés en saldos. Antioquia, siendo uno de los principales departamentos del país, estuvo entre los que menos creció en número de cuentas de ahorro y el que presentó la mayor reducción en los saldos de estas cuentas.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria.

MAPA 4.2

Departamentos con los mayores y menores crecimientos de número de cuentas de ahorro



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria.

Por último, en el último trimestre de 2017, se realizaron⁹ 436 millones de transacciones a través de las cuentas de ahorro por \$1.287 billones de pesos (Gráfico 4.8). El número de transacciones financieras se redujo en 4,0% y los montos transados 5,3% en términos reales frente al mismo periodo en 2016. El tipo de transacción con mayor participación fue los retiros con 37,5%, más del doble de los depósitos, que representaron el 16,7% del total, seguidos por los pagos, con una participación de 30,3%. El número de transacciones promedio fue 16,7 por cada cuenta de ahorro activa, con una reducción de 2,2 frente al último trimestre de 2016. Se evidencia que los tipos de transacciones que más aportaron al total del monto transado fueron las transferencias enviadas (40,2%) y las recibidas (19,3%).

4.2. CUENTAS DE AHORRO ELECTRÓNICAS

Al finalizar 2017, 2,9 millones de adultos contaban con al menos una CAE. Esta cifra creció en 145 mil adultos o 5,1% frente a 2016. La diferencia entre el número de hombres y mujeres con alguna CAE es amplia. Al cierre del año, el 76,8% de los adultos con al menos una CAE era mujeres. Esto se debe a que es uno de los tipos de cuentas utilizadas para pagar el programa más grande de transferencias monetarias condicionadas, Más Familias en Acción, el cual está dirigido a mujeres principalmente.

La distribución por rango de edad muestra que el 50,0% de los adultos con una CAE activa tenía entre 41 y 65 años y el 46,0% entre 26 y 40 años. La participación de adultos

jóvenes (entre 18 y 25 años) y adultos mayores a 65 años fue del 4,0%.

Al analizar el número de CAE existentes, se encontró que en 2017 había 4,0 millones de cuentas, esto es, 579.838 cuentas adicionales frente al 2016. Teniendo en cuenta que las personas solo pueden tener una CAE en el sistema financiero, el número de adultos con este producto (2,9 millones) debería ser igual al número de cuentas existentes (4,0 millones)¹⁰.

Frente a la actividad de las CAE, se encontró que 1,8 millones de cuentas habían sido usadas en los últimos seis meses, 88.434 cuentas menos que en 2016. El nivel de actividad de estas cuentas, medido como el cociente entre el número de cuentas activas sobre las cuentas totales, fue del 46% (Tabla 4.2). Si bien, el nivel de actividad de las CAE estaba por encima de las cuentas de ahorro tradicionales, éste se redujo 10 puntos porcentuales frente al 2016.

En términos relativos al tamaño de la población adulta, se encontró que, en 2017, por cada 100.000 adultos había 11.898 CAE (14,9% más que en 2016) y 5.473 CAE activas (6,0% menos que en 2016). El número de cuentas activas por cada 100.000 adultos también cayó entre 2015 y 2016 (-9%).

9. Se refiere a la información del último trimestre de 2017.

10. Existe una diferencia de aproximadamente un millón, que se explica porque las entidades financieras no están reportando en su totalidad el número de personas con este producto a las centrales de información.

GRÁFICO 4.8
Transacciones efectuadas con cuentas de ahorro tradicionales

■ Número de transacciones
■ Monto transado



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

TABLA 4.2. Número y saldo de cuentas de ahorro electrónicas

	2016		2017	
	Número	Saldo (millones)	Número	Saldo (millones)
CAE totales	3.443.136	\$ 97.988	4.022.974	\$ 222.095
CAE activas	1.939.084	\$ 50.891	1.850.650	\$ 154.623

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

El saldo de las CAE al finalizar 2017 fue \$222.095 millones y el de las CAE activas \$154.623 millones. El crecimiento real de estos saldos, fue 118% para el total de las cuentas y 192% para las activas frente al 2016.

En 2017, el número de cuentas de mujeres sumaron 3,4 millones y el de hombres 581.798, una diferencia que alcanzaba los 2,8 millones de cuentas (Gráfico 4.9). Las cuentas de mujeres aportaron el 85,5% al saldo total, sumando \$189.975 millones, y las de los hombres 14,5%, con saldo total de \$32.120 millones.

Frente a los años anteriores, se resalta que el número de CAE de hombres creció por encima de las de mujeres (21,2% y 16,1%, respectivamente). En saldos totales, las CAE de mujeres crecieron 133,5%, mientras que la de los hombres 93,2%.

Al igual que en las cuentas de ahorro tradicionales, en 2017 el número de CAE existentes estuvo concentrado en ciudades y aglomera-

ciones (49,6%) seguido por los municipios intermedios (24,9%) (Gráfico 4.10). Los municipios rurales y rurales dispersos, que concentraron el 16,3% y 9,0%, respectivamente de las CAE, tuvieron el mayor crecimiento en el último año (34,6% para municipios rurales y 37,9% para rurales dispersos).

Al analizar la distribución de las CAE por departamento, en el 2017 Antioquia (11,4%), Córdoba (6,5%) y Valle del Cauca (6,3%) fueron los departamentos que registraron el mayor número de CAE (Gráfico 4.11). Antioquia y Córdoba se han mantenido entre los tres primeros lugares de este escalafón durante los últimos 2 años. A su vez, los saldos totales más altos de los últimos 3 años se registraron en Antioquia y Bolívar, que aportaron el 18% del saldo total en 2017. Los departamentos que registraron los niveles de actividad de las CAE más altos en el 2017 fueron Vaupés, Amazonas y Guainía (por encima del 75%).

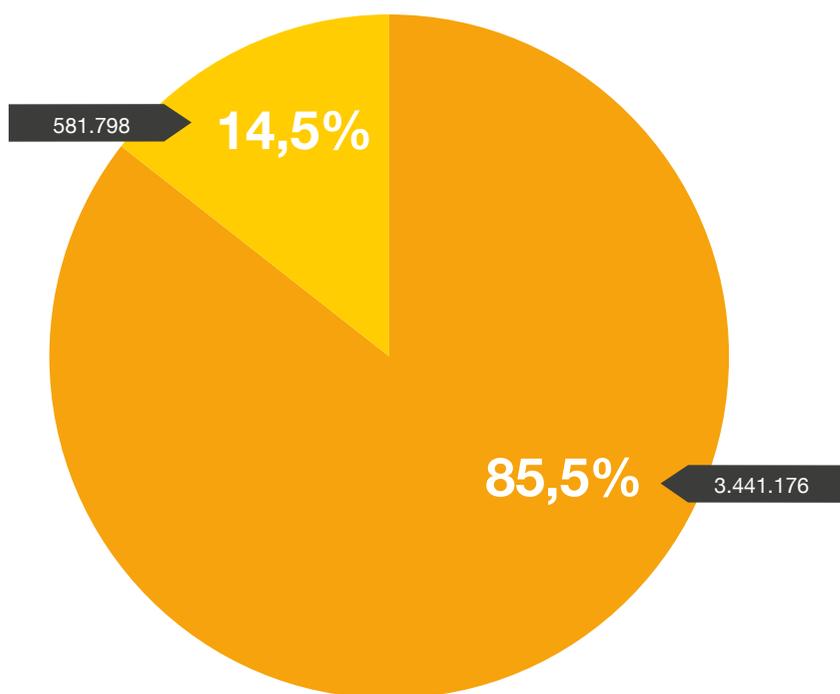


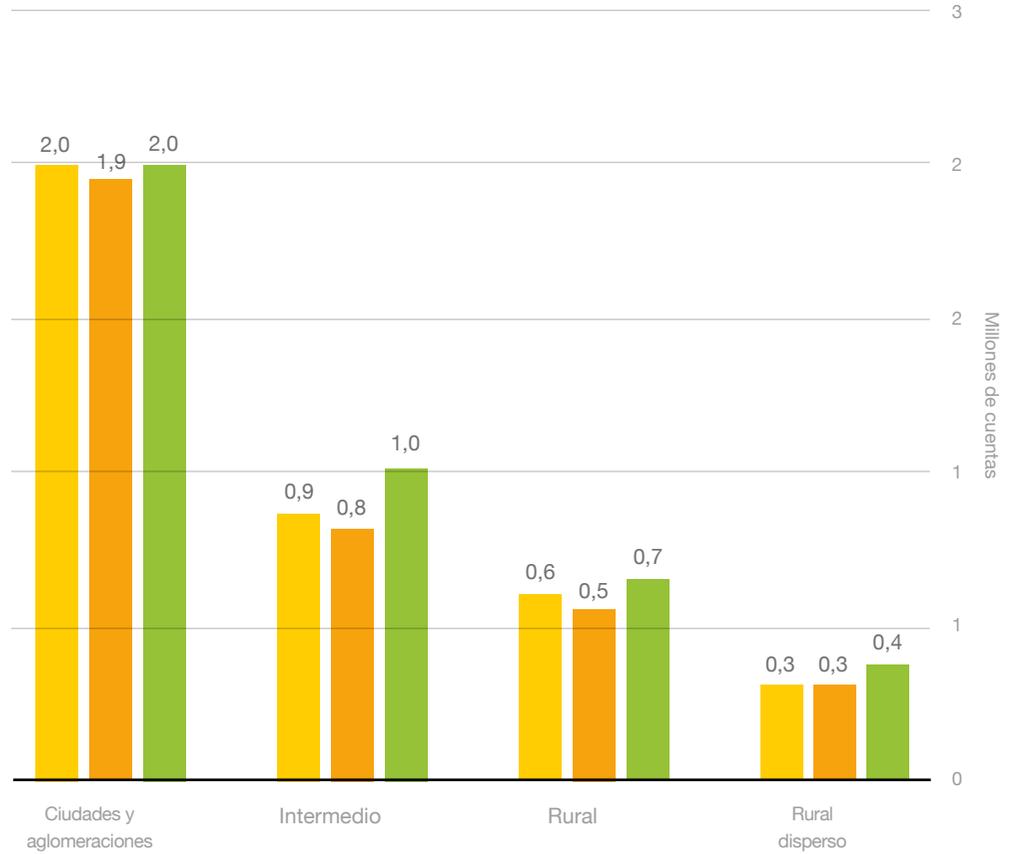
GRÁFICO 4.9
Distribución del número de CAE por género

CAE de mujeres
CAE de hombres

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 4.10

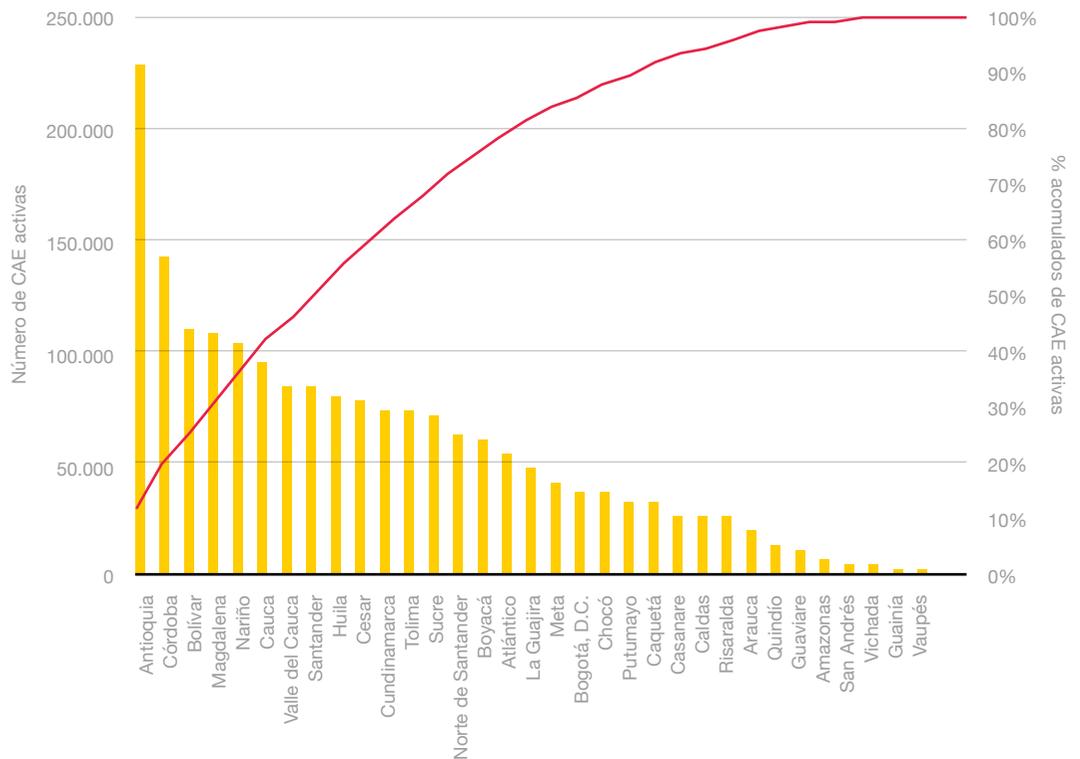
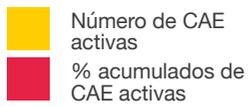
Número de CAE por nivel de ruralidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 4.11

CAE por departamento

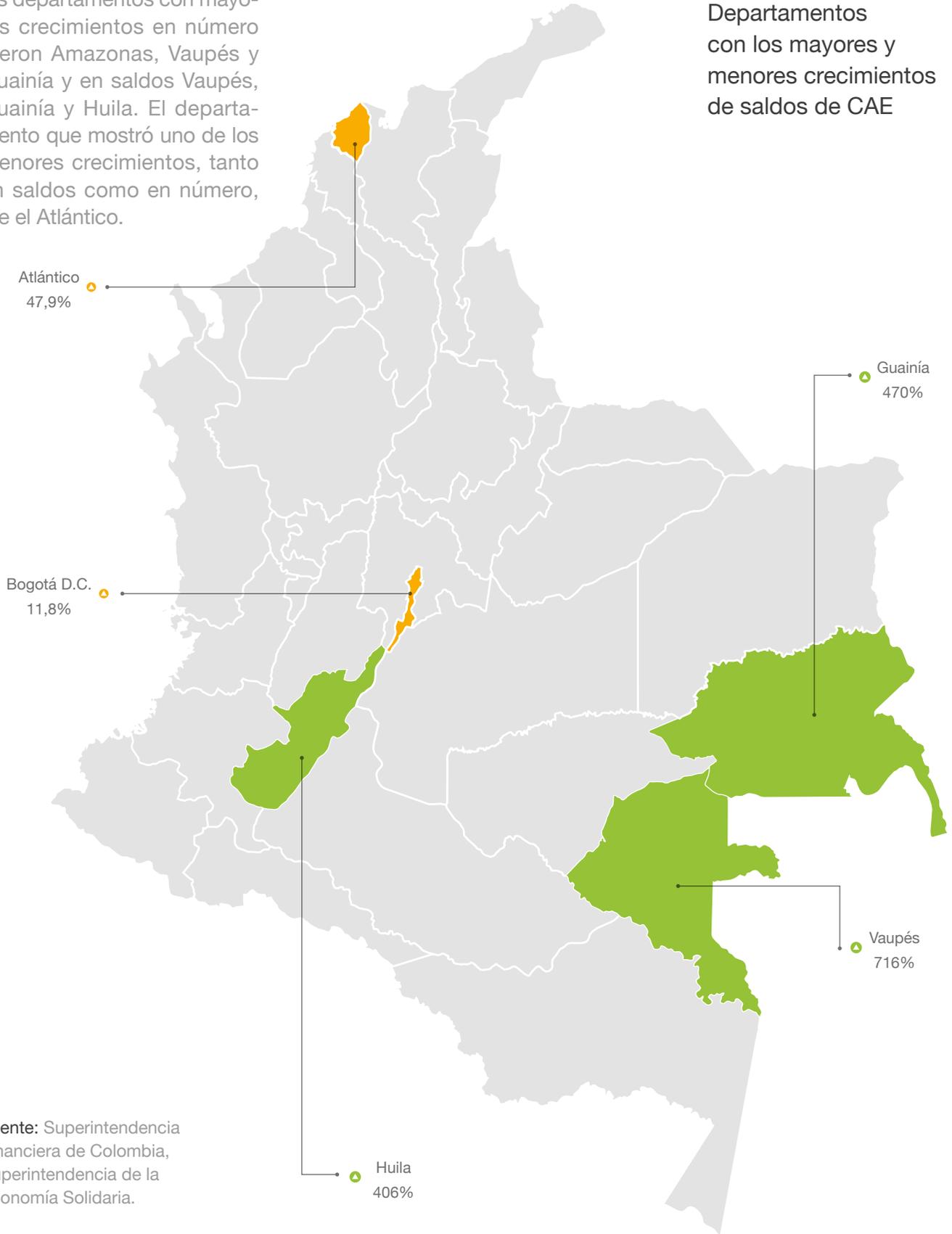


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Frente al 2016, se muestra que los departamentos con mayores crecimientos en número fueron Amazonas, Vaupés y Guainía y en saldos Vaupés, Guainía y Huila. El departamento que mostró uno de los menores crecimientos, tanto en saldos como en número, fue el Atlántico.

MAPA 4.3

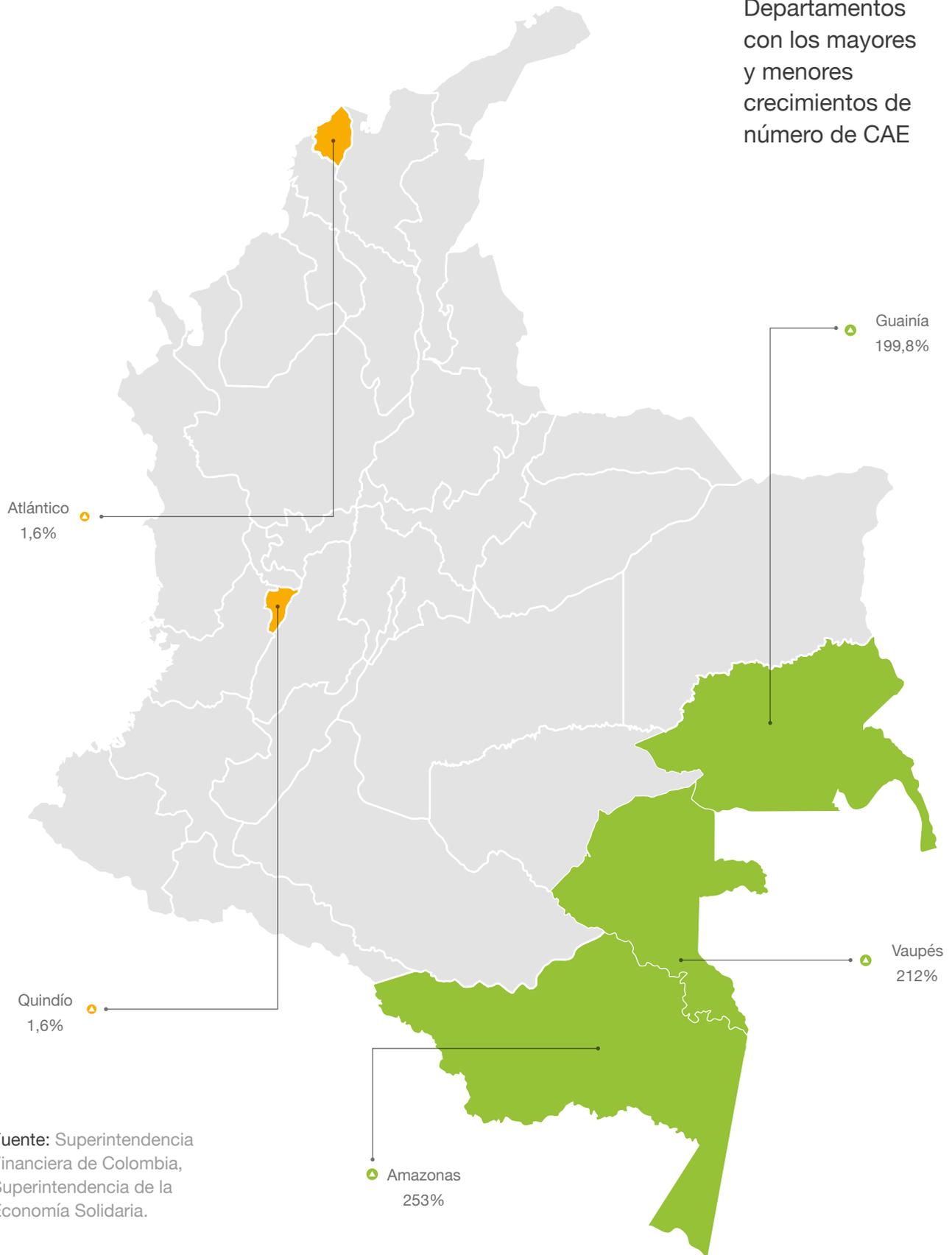
Departamentos con los mayores y menores crecimientos de saldos de CAE



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria.

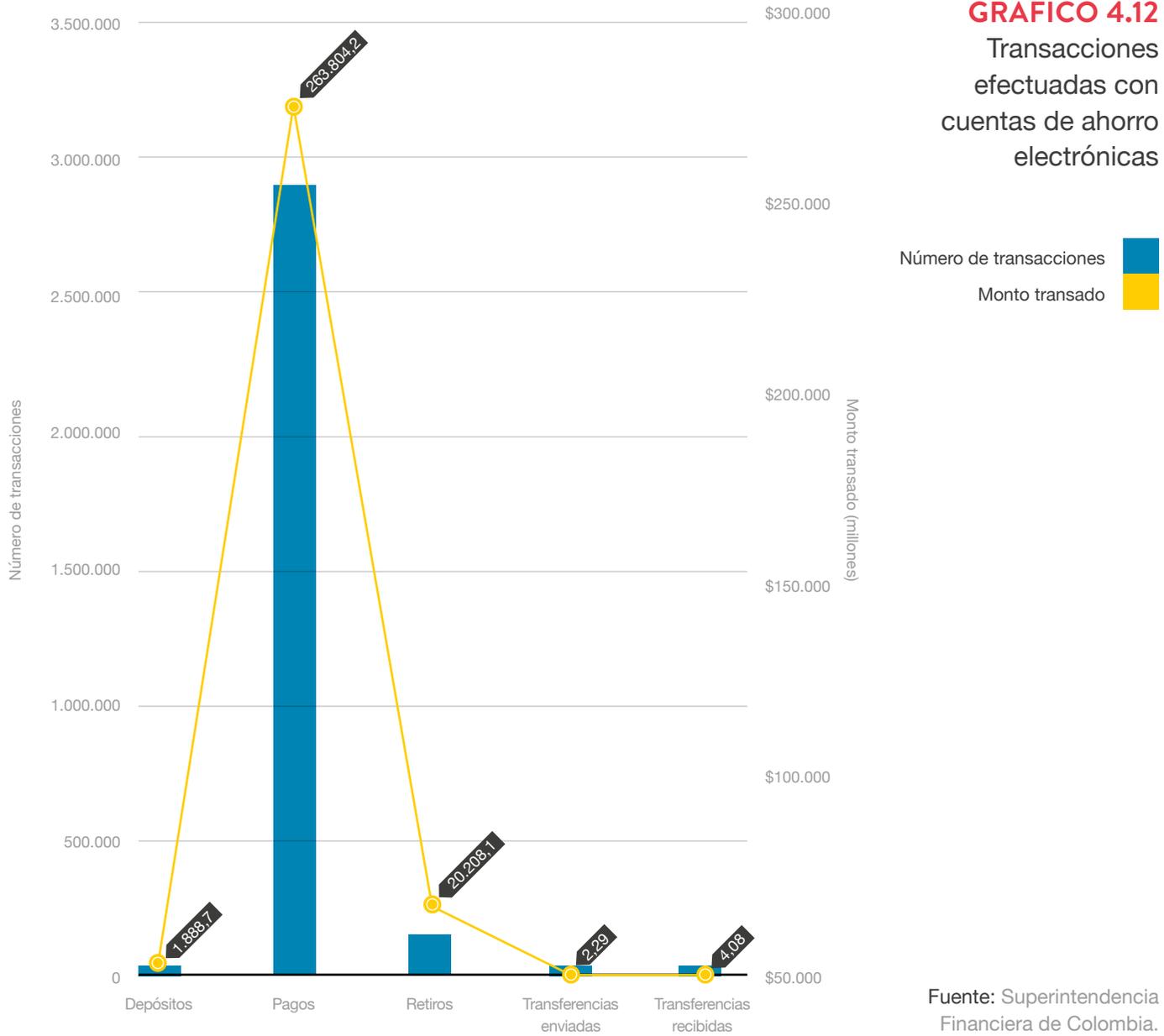
MAPA 4.4

Departamentos con los mayores y menores crecimientos de número de CAE



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria.

GRÁFICO 4.12
Transacciones efectuadas con cuentas de ahorro electrónicas



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Por último, en el cuarto trimestre de 2017 se realizaron 3 millones de transacciones financieras a través de las CAE, por \$285.907 millones. Para los dos casos, se presentó una reducción frente al 2016 (8,0% y 6,6%¹¹, respectivamente). Los pagos continuaron siendo la transacción dominante en este pro-

ducto, representando el 92,3% de todas las transacciones financieras en 2017, cifra similar a la reportada en el 2016, cuando alcanzó el 95,1%.

11. Presentados en términos reales.



4.3. CUENTAS DE AHORRO DE TRÁMITE SIMPLIFICADO (CATS)

Al cierre de 2017, 103 mil adultos contaban con al menos una CATS y tanto los hombres como las mujeres tenían la misma participación porcentual (50%)¹². Adicionalmente, el 55,7% de los adultos con al menos una CATS activa tenía entre 26 y 40 años, seguidos de aquellos con edades entre los 41 y 65 años, cifra que se ubicó en 32,7%.

Al analizar el número de CATS existentes, se encontró que en 2017 había 1,2 millones de estas cuentas, esto es 133,6% más que en el 2016 (Gráfico 4.13). A su vez, las CATS activas fueron 583.411, que significó un crecimiento de 108,9% frente al 2016. Vale la pena resaltar que, si bien, el número de cuentas creció, el nivel de actividad de las CATS disminuyó de 51,0% en 2016 a 45,6% en 2017.

El número total de CATS por cada 100.000 adultos fue 3.786 y de activas 1.725. Frente al

2016, este indicador creció 129,9% para las CATS totales y 105,5% para las activas.

La distribución del número de cuentas por género mostró que 56,8% o 725.922 cuentas pertenecían a mujeres y 43,2% o 554.371 a hombres, lo que representó un incremento del 128,7% para las cuentas de mujeres y 140,4% para la de los hombres frente a 2016 (Gráfico 4.14).

En el cuarto trimestre de 2017, se realizaron 2,5 millones de transacciones por \$498.956 millones. Frente al mismo trimestre del año anterior, el número de transacciones de la CATS creció 4,8% y los montos 13,3% en términos reales (Gráfico 4.15). El tipo de transacción que más aportó al total de transacciones y al monto total transado fue los retiros, con un 39,4% y 45,0% del total, respectivamente. Se destaca que el único tipo de transacción que registró una reducción en número frente al año anterior fue los depósitos, de 386.864 a 280.511.

12. Las entidades financieras con CATS están sub-reportando el número de adultos con este producto a TransUnion.

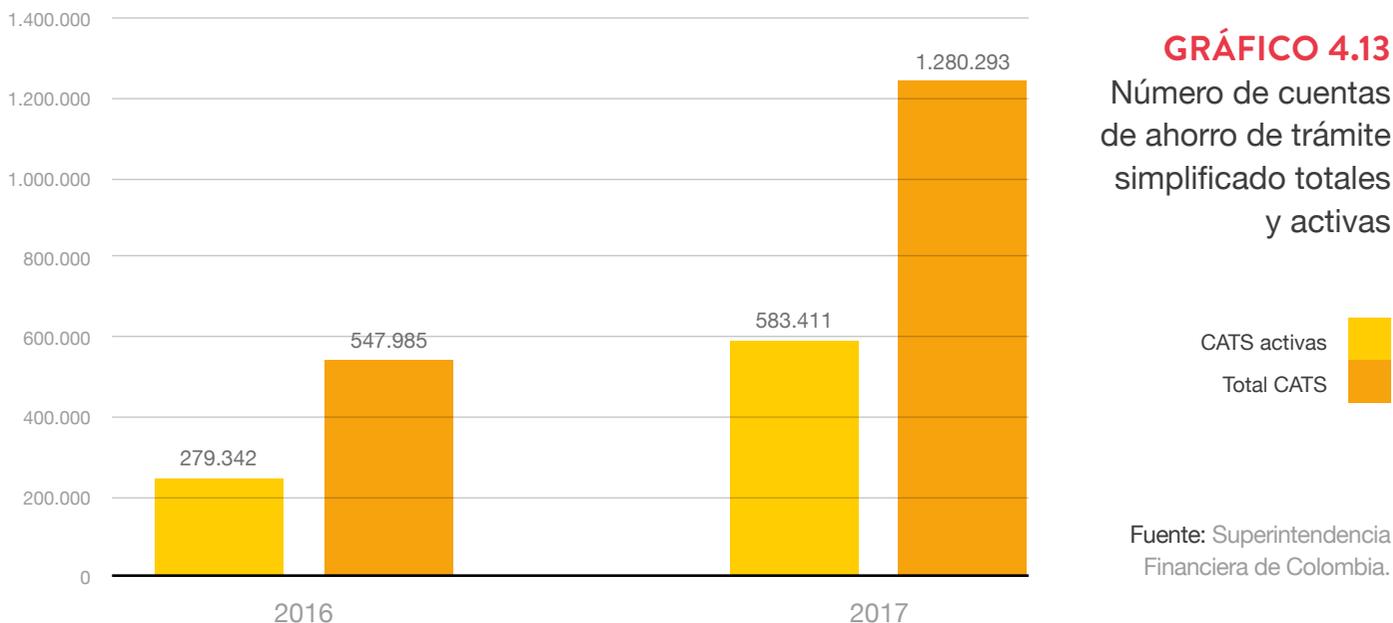
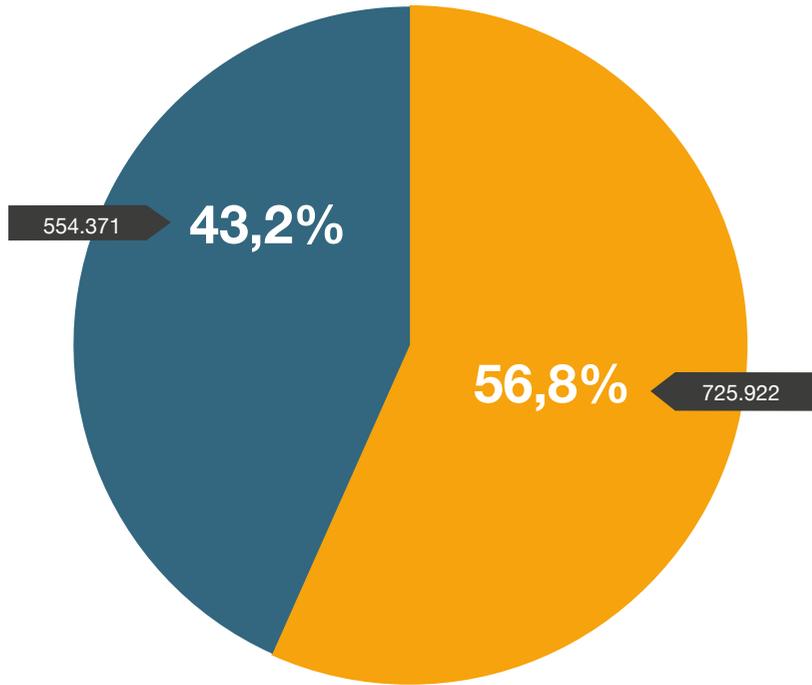
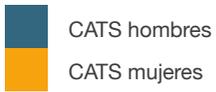


GRÁFICO 4.13
Número de cuentas de ahorro de trámite simplificado totales y activas

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 4.14

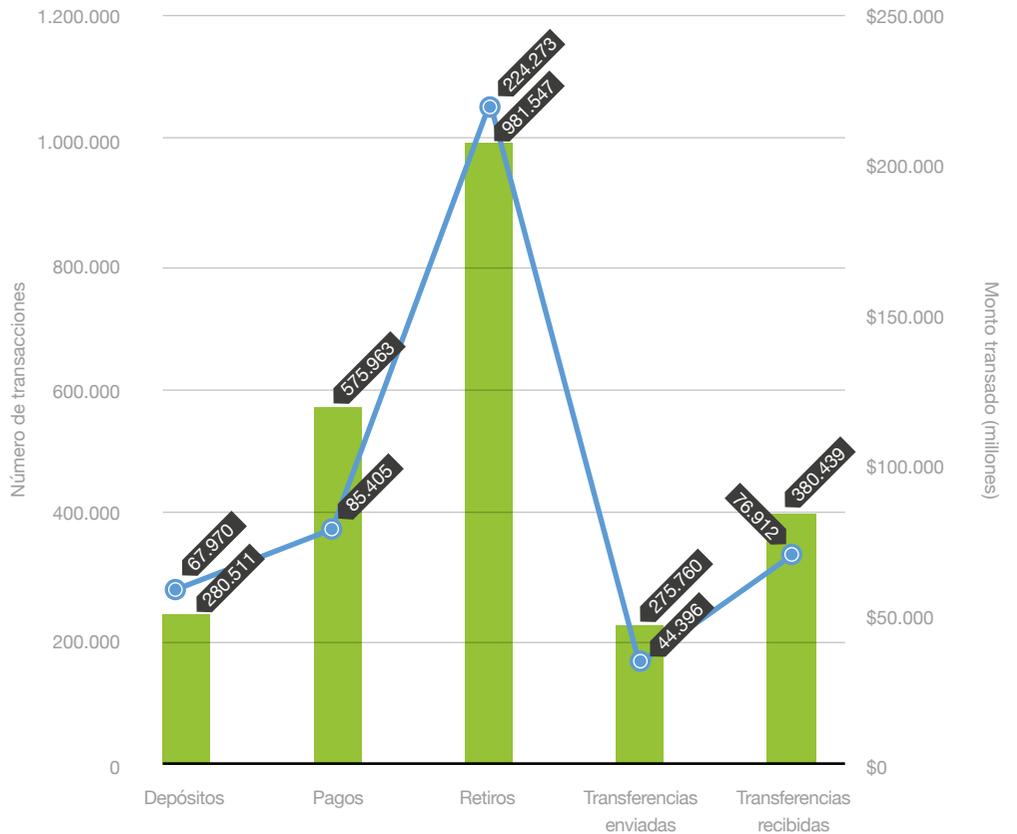
Distribución de las cuentas de ahorro de trámite simplificado por género



Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 4.15

Transacciones efectuadas con cuenta de ahorro de trámite simplificado



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



4.4. DEPÓSITOS DE DINERO ELECTRÓNICO

Al finalizar 2017, 4,1 millones de adultos tenían al menos un depósito electrónico. En cuanto a la distribución por género, el 56,0% de adultos con al menos un depósito activo era mujeres. Por su parte, el 45,9% de los adultos con depósitos activos tenía entre 26 y 40 años (Gráfico 4.16). Los adultos mayores a 40 años tenían una participación del 33,8% en los depósitos activos, mientras que la participación de los jóvenes entre 18 y 25 años fue del 16,9%.

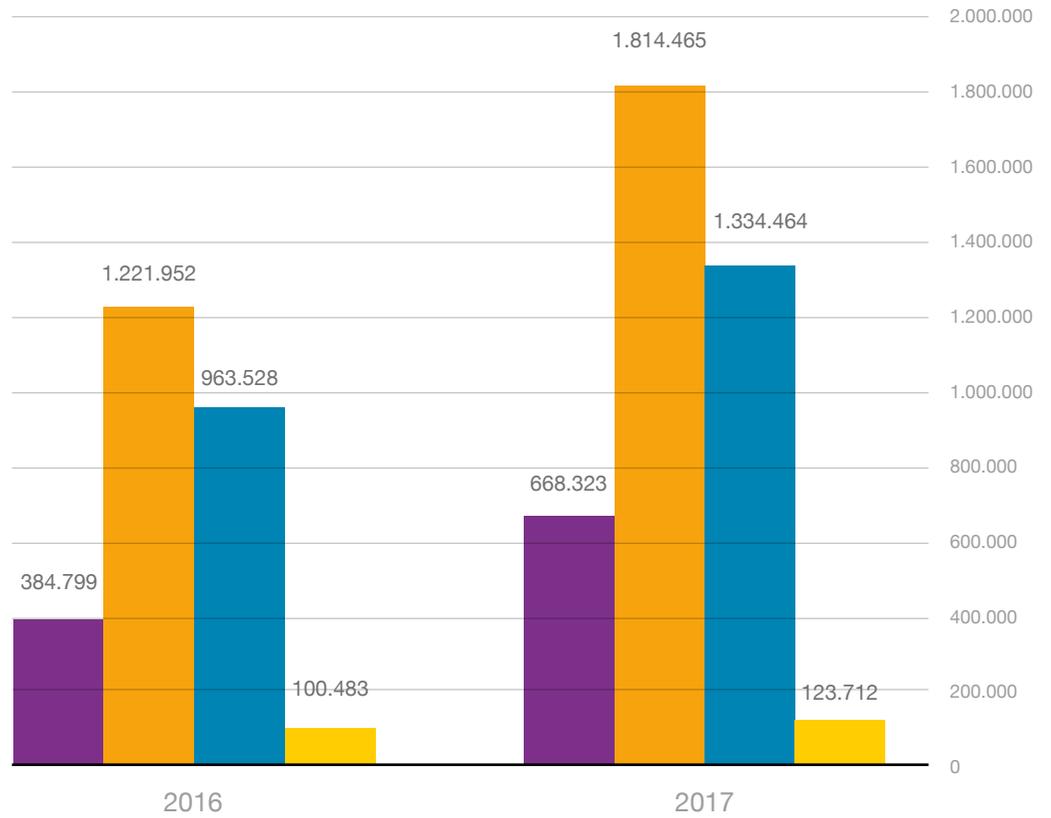
Al igual que el número de adultos, el número de depósitos electrónicos en 2017 fue 4,1 millones (Tabla 4.3) y el número de depósitos activos fue 1,8 millones o 45,0% del total¹³. El incremento en el nivel de actividad de los depósitos electrónicos fue 3,4 puntos porcentuales entre 2016 y 2017, al pasar de 41,6% al 45,0%.

Frente al 2016, el crecimiento en el número de depósitos electrónicos fue 30,1%. Este aumento puede estar parcialmente influenciado por los ajustes en la distribución de participantes de programas de transferencias monetarias condicionadas como Más Familias en Acción.

Se registraron 12.172 depósitos por cada 100.000 adultos y 5.473 depósitos activos. El número de depósitos electrónicos por cada 100.000 adultos creció 28,0% y el de los depósitos electrónicos activos 38,4%.

13. No se realiza un análisis independiente sobre los depósitos electrónicos de trámite simplificado ya que estos equivalen al 98,8% del total.

GRÁFICO 4.16
 Número de personas con depósitos de dinero electrónico por edad



Fuentes: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

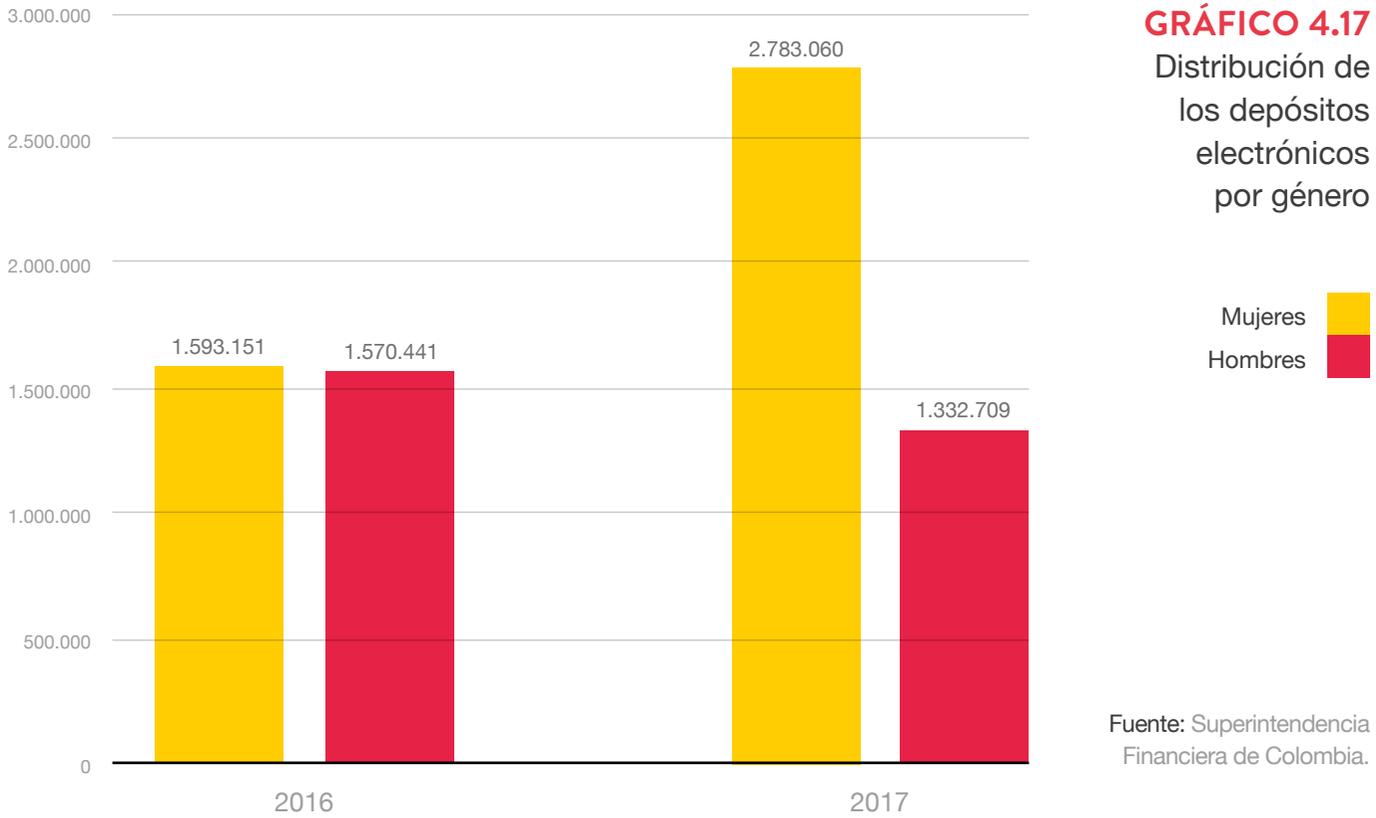
TABLA 4.3. Transacciones efectuadas en el último trimestre con depósitos electrónicos

Rubro	Depósitos Dinero Electrónico		Depósitos Dinero Electrónico Trámites Simplificados	
	2016	2017	2016	2017
Número DE	3.163.592	4.115.769	3.145.029	4.066.271
DE activos	1.315.544	1.850.559	1.300.426	1.813.111
Monto (millones)	\$820.698	\$ 1.322.160	\$ 820.851	\$ 1.316.398

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 4.17

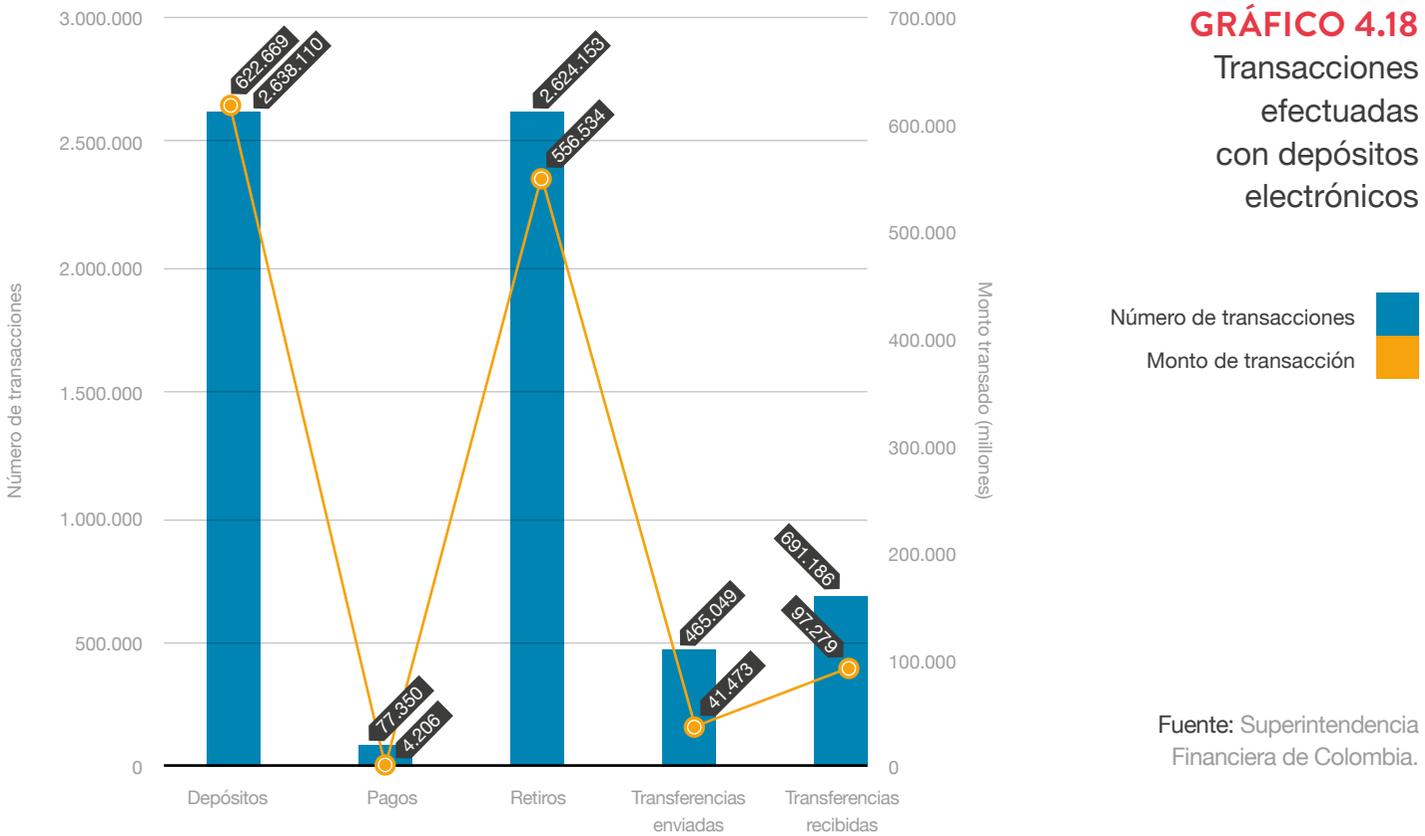
Distribución de los depósitos electrónicos por género



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 4.18

Transacciones efectuadas con depósitos electrónicos

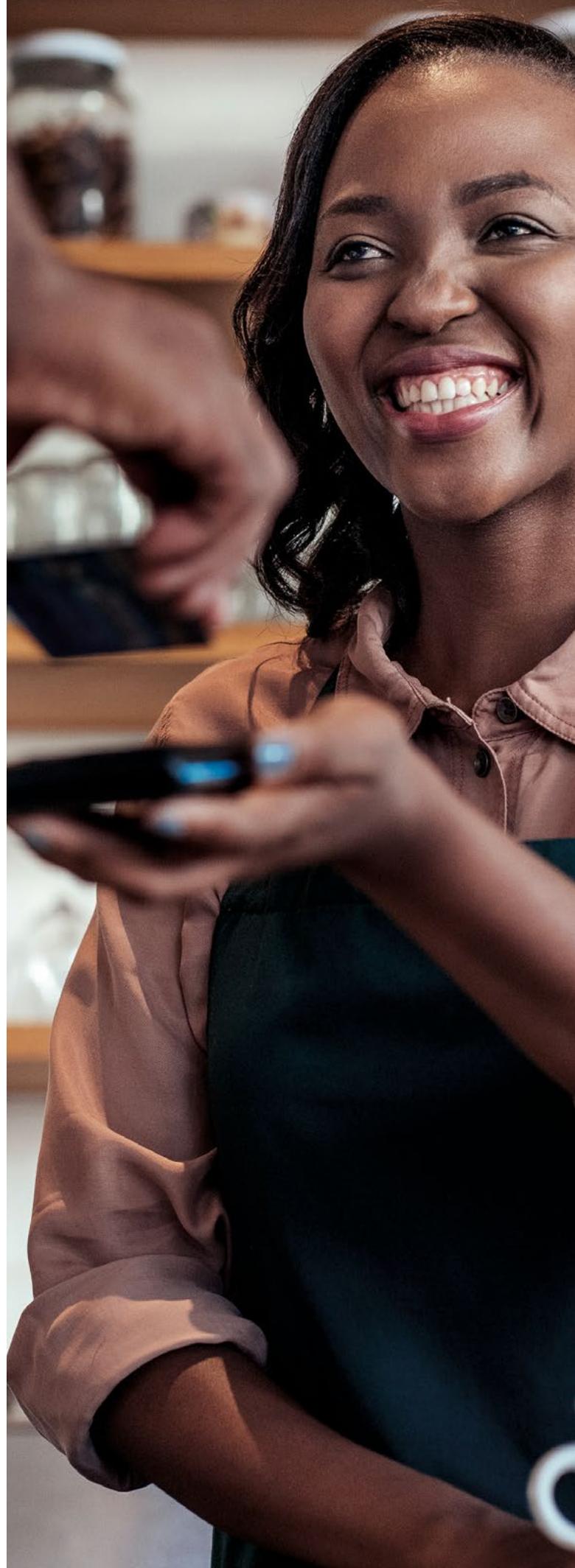


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

En 2017, más de la mitad de los depósitos electrónicos era de mujeres, registrando el 67,6% (2,7 millones) del total de los depósitos (Gráfico 4.17). Al revisar los tres años anteriores, se evidenció que las cuentas de mujeres crecieron en promedio 74,7%, mientras que las de los hombres se redujeron en 15,1%.

Frente al número de transacciones financieras realizadas con depósitos electrónicos, durante el último trimestre de 2017, se registró un aumento en todos los tipos de transacciones frente al mismo periodo de 2016 (Gráfico 4.17). El total de transacciones realizadas en el último trimestre de 2017 con este producto fue de 6,5 millones y los montos transados \$1.322 millones, esto es, un aumento del 70,6% en el número y un crecimiento real de 54,1% en los montos.

Allí, los depósitos representaron la mayoría de las transacciones tanto en número (40,6%) como en monto (47,1%), superando a los retiros, que fue la principal transacción en el último trimestre de 2016. Las transacciones que más crecieron fueron los pagos tanto en monto como en número y, las que menos crecieron en número fueron las transferencias enviadas. En particular, el aumento en el número de retiros (50,0%) y en los montos retirados (48,0%) fue menor que el de los depósitos, los cuales crecieron en número un 95,4% y en montos un 73,7%.



RIF 2017

5



5.

ACCESO Y USO AL CRÉDITO

El acceso a productos de crédito permite que las personas y los hogares tengan los medios para satisfacer sus necesidades, emergencias y cumplir metas, y a las empresas contar con recursos para financiar adecuadamente las actividades en cualquier etapa del ciclo de vida de su negocio.

Este capítulo analiza los principales indicadores relacionados con la tenencia y uso de los productos de crédito por parte de los adultos y empresas en Colombia, así como la evolución reciente de los saldos de cartera y los desembolsos para los esta-

blecimientos de crédito vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia¹, las cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria (en adelante, Cooperativas SES) y las ONG microcrediticias.

1. Los establecimientos de crédito están conformados por bancos, compañías de financiamiento, corporaciones financieras y cooperativas financieras.

1 El número de **adultos con algún crédito** vigente aumentó en **el último año** para todas las modalidades, salvo vivienda.

El **microcrédito** tuvo el mayor crecimiento.

 **Millones de adultos con productos**

	2016	2017
Consumo	7,6	8
Tarjeta de crédito	8,8	9,2
Vivienda	1,11	1,09
Microcrédito	3	3,3 +8,4%

2 La **mayor tenencia** de los distintos créditos se concentró en adultos con edades entre los **41 y 65 años** y se registró una **participación equitativa entre hombres y mujeres**.

 **50%**

Concentración entre 41 y 65 años

Consumo	44%
Tarjeta de crédito	53%
Vivienda	53%
Microcrédito	45%



3 El **alza del saldo** de la cartera y de los desembolsos estuvo motivado por las modalidades de consumo, vivienda y microcrédito.

Saldo de cartera (billones)

423 2016 → 458 2017

Número de desembolsos (millones)

12 2016 → 13,2 2017

4 La cartera de consumo registró **una evolución positiva**, impulsada por los créditos de libranza, de libre inversión y las tarjetas de crédito, que aportaron la **mayoría del saldo**.

Cartera de consumo (billones) 2016 → 2017

121 → 141

 **9% ↑ Libre inversión**

 **6% ↑ Libranza**

 **4% ↑ Tarjeta de crédito**

5 Los desembolsos de créditos de consumo mantuvieron **la tendencia al alza**, impulsados por los bancos, las **compañías de financiamiento** y las **cooperativas SES**.

Estos **desembolsos** se concentraron en **ciudades y aglomeraciones**.

Las **mujeres tuvieron una mayor participación** a nivel nacional en número, a pesar de que hubo más departamentos con una **mayor cantidad de desembolsos para hombres que para mujeres**.

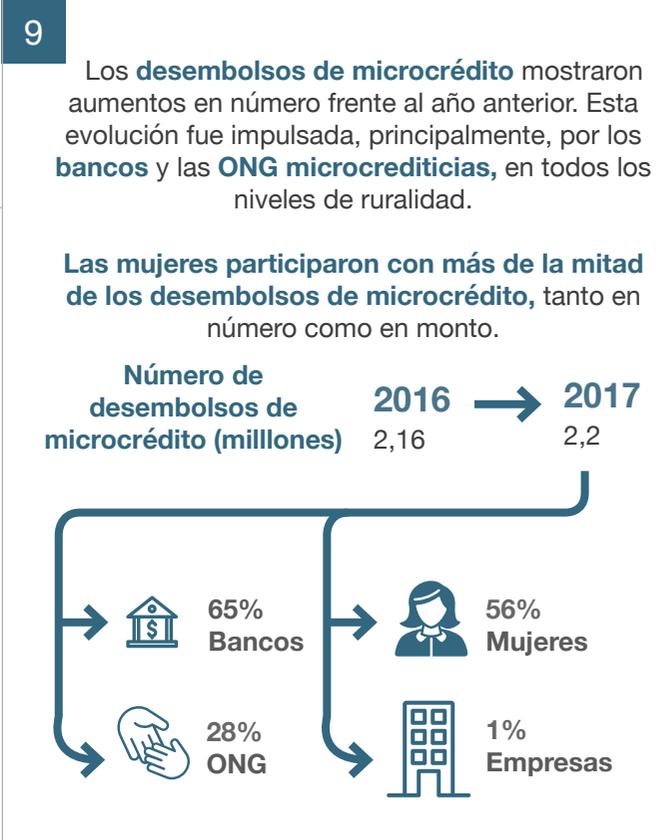
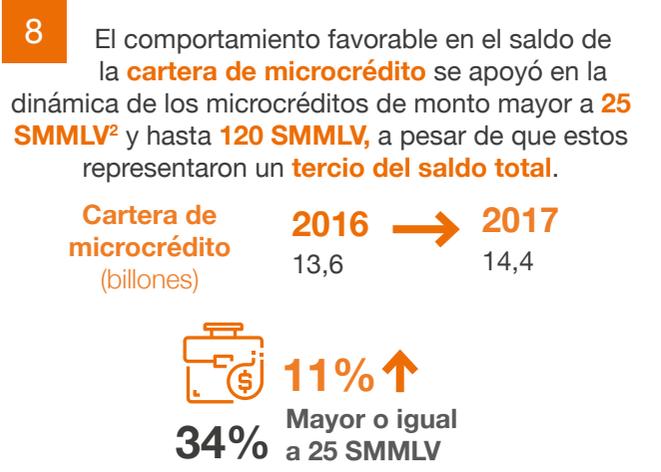
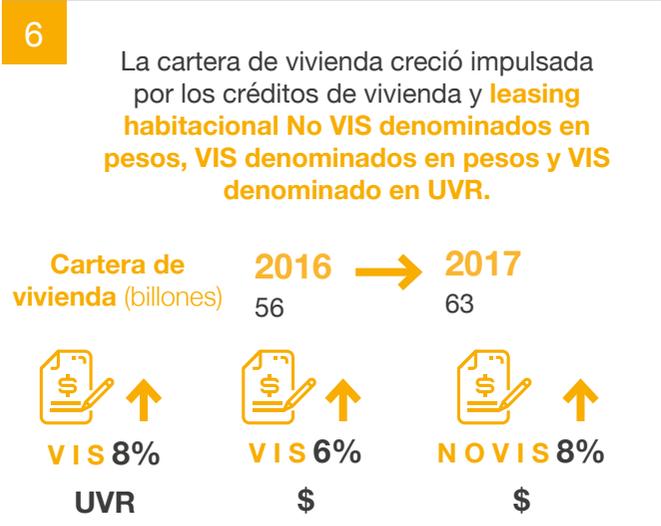
Número de desembolsos de consumo (millones) 2016 → 2017

9,6 → 10,8

 **66% Bancos**

 **97% Ciudades y aglomeraciones**

 **51% Mujeres**



2. En 2017, 1 SMMLV equivalía a \$737.717.

5.1 ANÁLISIS GENERAL

Tenencia

Durante 2017, el número de adultos con productos de crédito vigentes tuvo una evolución positiva en la mayoría de las modalidades, destacándose, entre ellas, el dinamismo del número de adultos con microcrédito, que aumentó 8% entre 2016 y 2017. Por género, la participación de los hombres con productos de crédito es marginalmente superior a la de las mujeres, salvo en microcrédito (Gráfico 5.1).

Por su parte, al finalizar 2017, la distribución etaria de los adultos con créditos vigentes exhibió un comportamiento similar al del año anterior. En particular, se encontró que la mayor tenencia de los distintos créditos se concentró en adultos con edades entre los 41 y 65 años, seguido por aquellos entre 26 y 40 años (Tabla 5.1).

Durante 2017, el número de empresas con productos de crédito vigente creció para todas las modalidades. En particular, se destaca el comportamiento del número de empresas con crédito de consumo, que tuvo un crecimiento de 12,7% entre 2016 y 2017 (Gráfico 5.2).

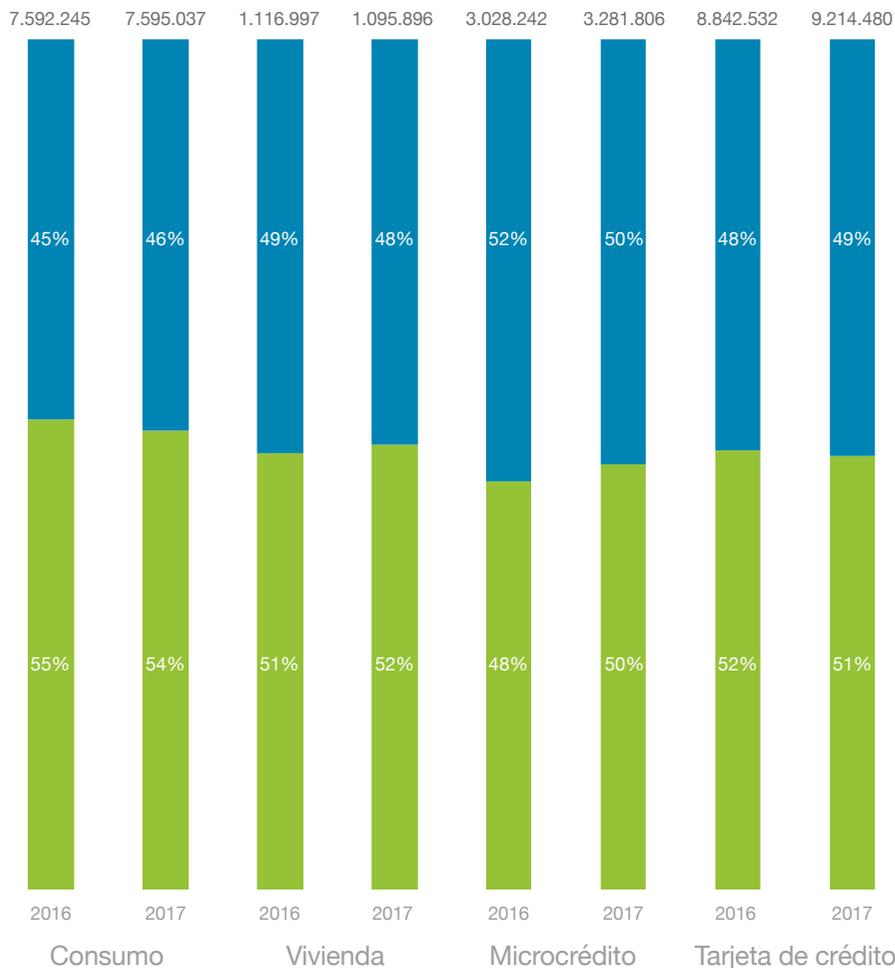


GRÁFICO 5.1
Número de adultos con créditos vigentes por modalidad y género

Mujer
Hombre

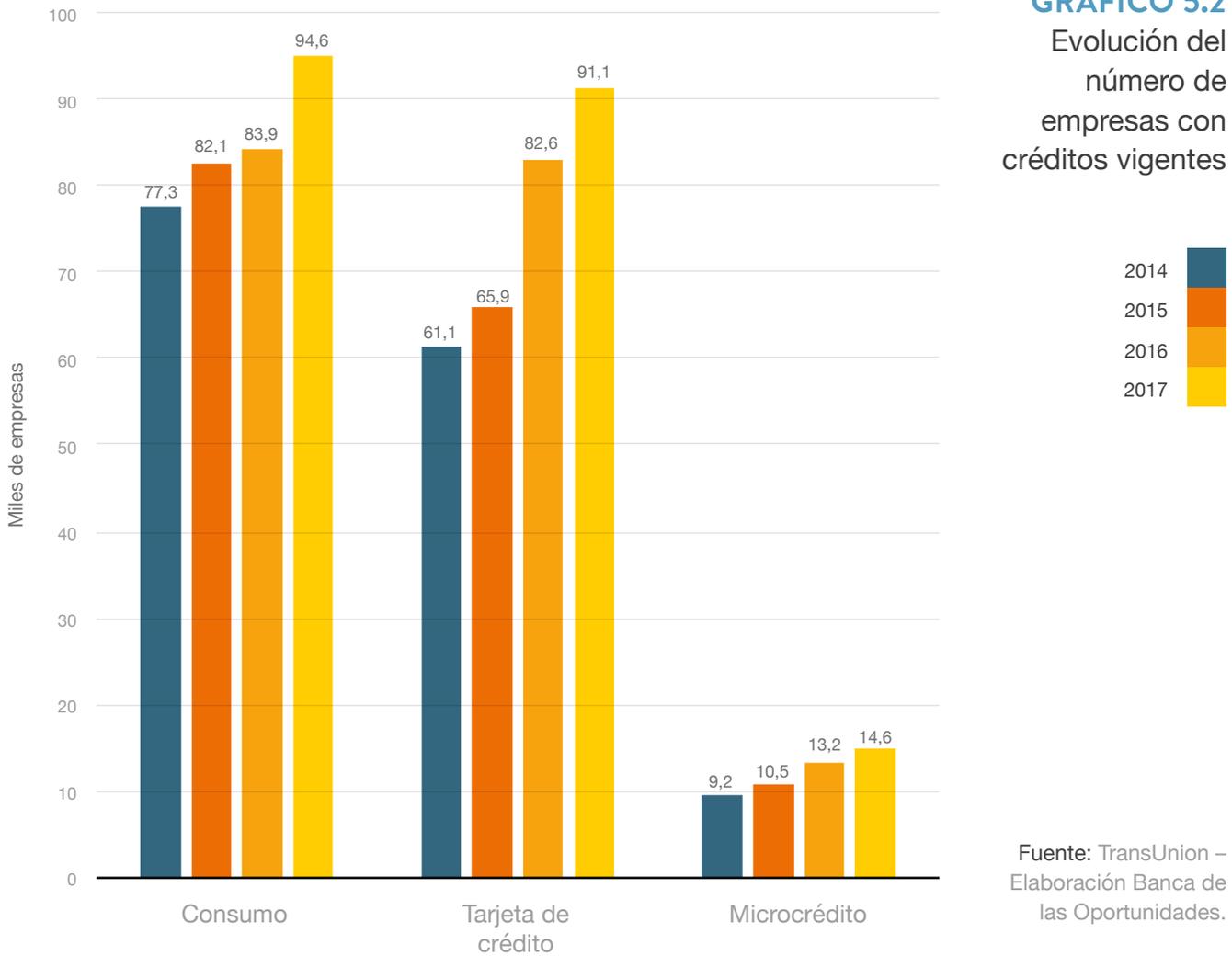
Fuente: TransUnion –
Elaboración Banca de las Oportunidades.

TABLA 5.1. Distribución del número de adultos con productos por edades (2017)

Rangos de Edad	Consumo		Vivienda		Microcrédito		TDC	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
18-25	681.119	699.368	15.219	13.415	207.919	224.171	775.380	813.553
26-30	994.606	965.939	95.786	82.753	309.077	314.406	1.188.598	1.158.714
31-35	993.050	1.076.293	174.914	175.035	341.979	379.186	1.186.862	1.261.957
36-40	968.597	1.026.696	207.186	208.694	374.731	399.670	1.179.465	1.230.316
41-45	820.678	854.482	174.315	171.592	377.792	397.406	1.004.332	1.031.449
46-50	830.983	846.679	160.522	154.571	408.962	429.256	1.011.669	1.017.117
51-55	701.404	757.550	120.807	121.543	357.982	399.327	850.710	909.579
56-60	578.770	608.164	84.814	83.575	283.125	312.933	669.131	705.764
61-65	406.260	440.349	47.397	48.089	184.804	211.515	427.584	466.658
66-70	292.552	318.810	24.461	24.905	113.350	129.875	273.970	301.230
71-75	174.745	197.181	8.275	8.628	47.646	58.544	154.011	175.086
Más de 75	145.436	164.844	3.296	3.083	19.555	22.984	117.629	135.464
NIUP	4.045	18.682	3	13	1.320	2.533	3.081	7.593
Total	7.592.245	7.975.037	1.116.997	1.095.896	3.028.242	3.281.806	8.842.432	9.214.480

Fuente: TransUnion, elaboración Banca de las Oportunidades.

GRÁFICO 5.2
Evolución del número de empresas con créditos vigentes



Fuente: TransUnion –
Elaboración Banca de las Oportunidades.

Saldos de cartera

La cartera bruta se ubicó en \$458 billones en 2017 y registró un crecimiento real anual del 4,1%, impulsado por las carteras de consumo, vivienda y microcrédito. Sobre la cartera bruta total, en 2017 los establecimientos bancarios aportaron la mayoría, con el 91%. Las modalidades de consumo, vivienda y microcrédito conformaron el 48% de la cartera

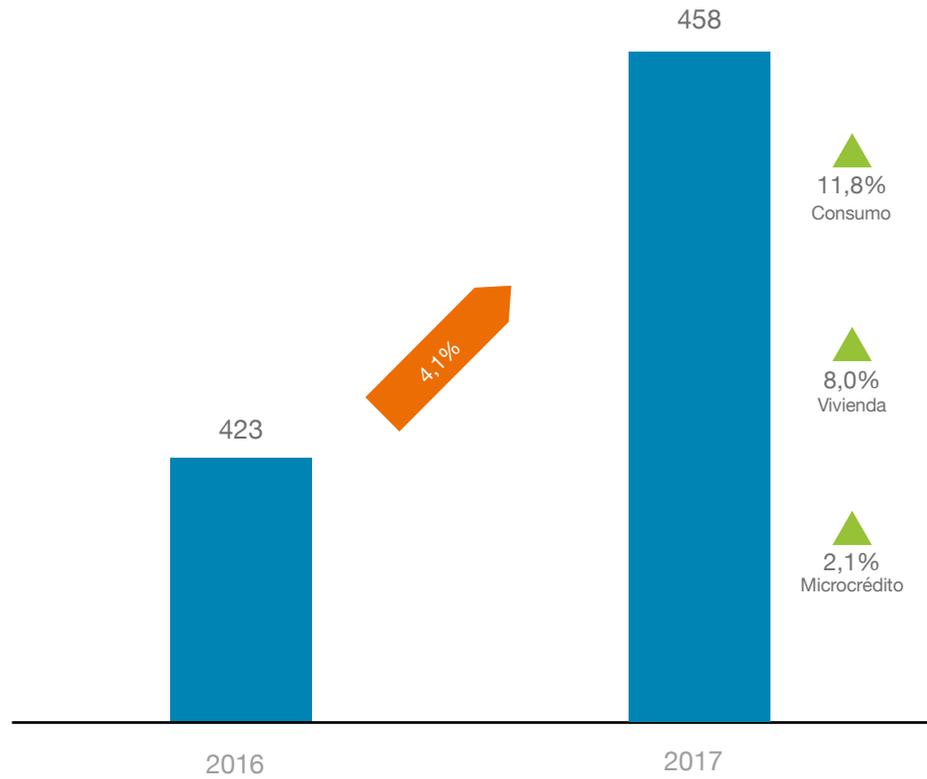
bruta, destacándose, entre ellas, la cartera de consumo, con 31% (Gráfico 5.3).

Desembolsos

La mayor tenencia de productos de crédito es consistente con el aumento en los desembolsos. Para el conjunto de las modalidades de consumo (excluyendo operaciones de tarjeta de crédito), vivienda y

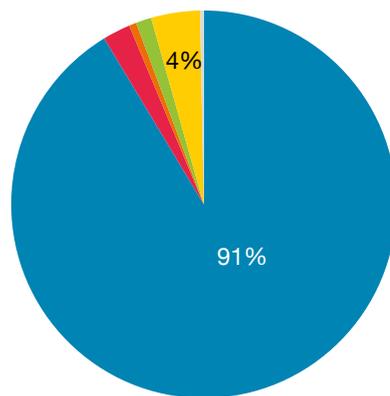
GRÁFICO 5.3

Cartera de establecimientos de crédito vigilados por la SFC, cooperativas vigiladas por la SES y ONG microcrediticias
 Cartera bruta (billones de pesos)

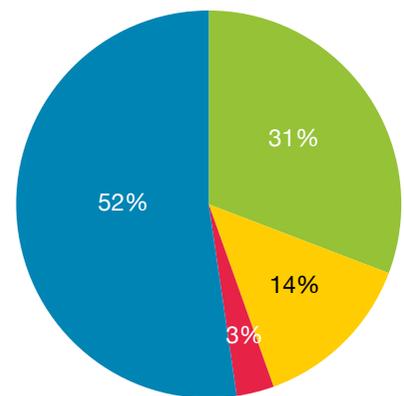


Participación en la cartera bruta por tipo de entidad (2017)

- Bancos
- Cooperativas SFC
- Cooperativas SES
- Compañías de financiamiento
- Fondo Nacional del Ahorro
- ONG microcrediticias



Participación en la cartera bruta por modalidad (2017)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

- Comercial
- Consumo
- Vivienda
- Microcrédito

microcrédito, durante 2017 se desembolsaron 13,2 millones de créditos por un monto total de \$105,7 billones, comportamiento que fue impulsado, principalmente, por las modalidades de consumo y vivienda (Gráfico 5.4).

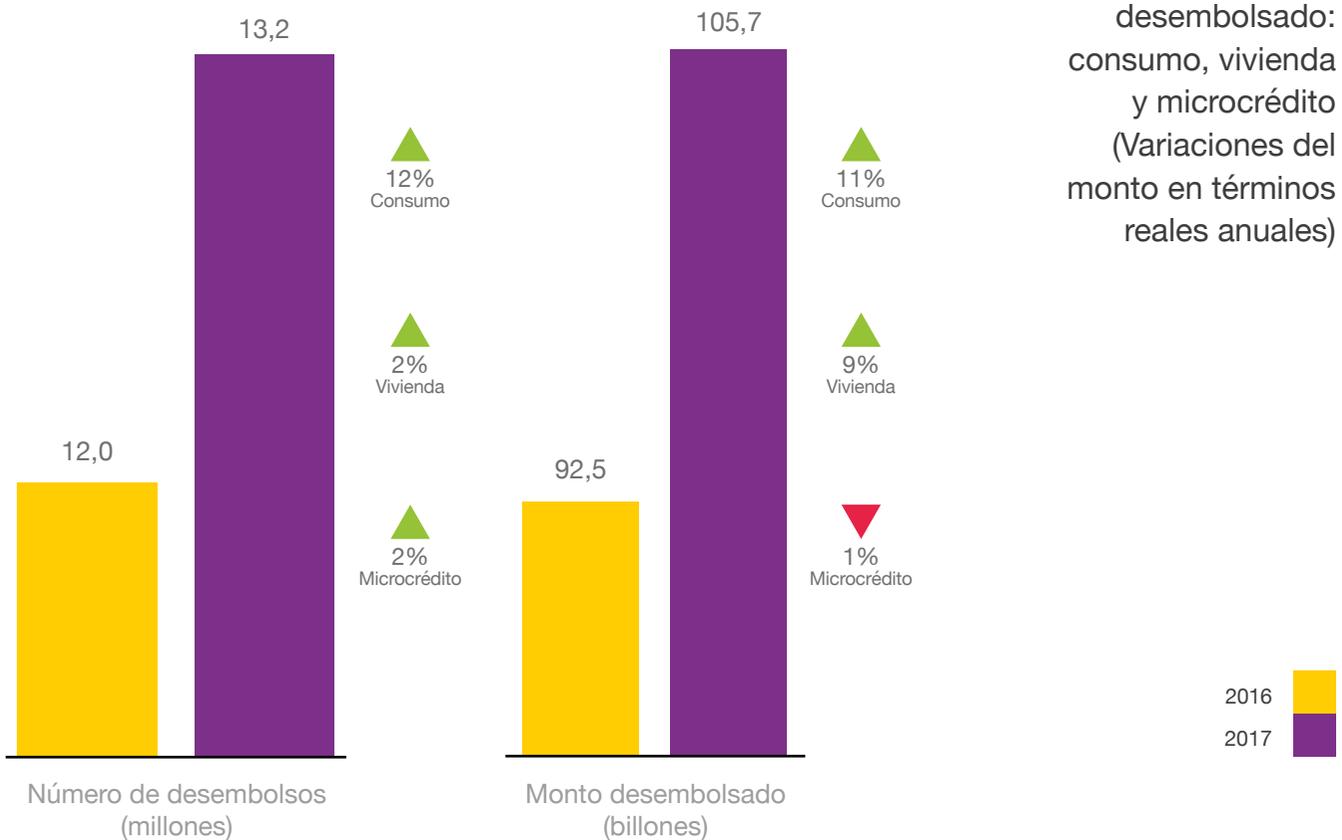
Por modalidad, tanto en el número de desembolsos como en el monto desembolsado, la mayor participación dentro de estas

tres modalidades, la registró la de consumo con 80% del total de desembolsos y 71% del monto total desembolsado.

A continuación, se realiza la caracterización de los resultados de 2017, desagregando las modalidades de consumo, vivienda y microcrédito, que son las que tienen una mayor capacidad de incluir financieramente a los microempresarios.

GRÁFICO 5.4

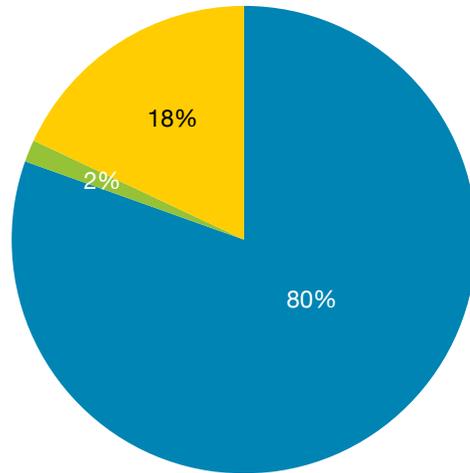
Número de desembolsos y monto desembolsado: consumo, vivienda y microcrédito (Variaciones del monto en términos reales anuales)



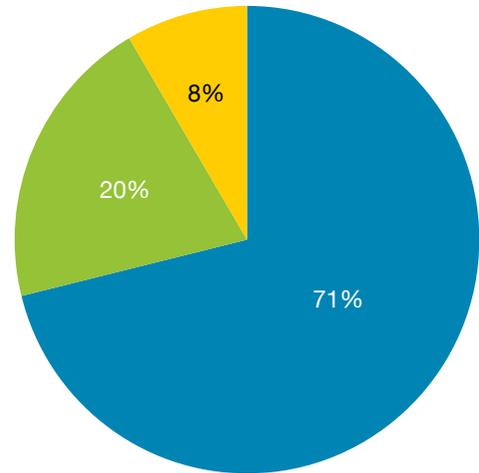
3. La totalidad de los adultos con tarjeta de crédito las tienen en los establecimientos de crédito.



Participación por modalidad en el número de desembolsos (2017)



Participación por modalidad en el monto desembolsado (2017)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

5.2 ANÁLISIS POR MODALIDAD

CRÉDITO DE CONSUMO

Tenencia

Los productos de crédito con mayor penetración entre los colombianos fueron la tarjeta de crédito y el crédito de consumo. Al finalizar 2017, 9,2 millones de adultos contaban con al menos una tarjeta de crédito vigente y 8,0 millones con algún crédito de consumo. Entre 2016 y 2017, el número de adultos con tarjeta de crédito y crédito de consumo aumentó en 372 mil o 4%, y en 383 mil adultos o 5%, respectivamente. La mayoría de adultos con crédito de consumo lo tienen en los establecimientos de crédito (7,6 millones)³.

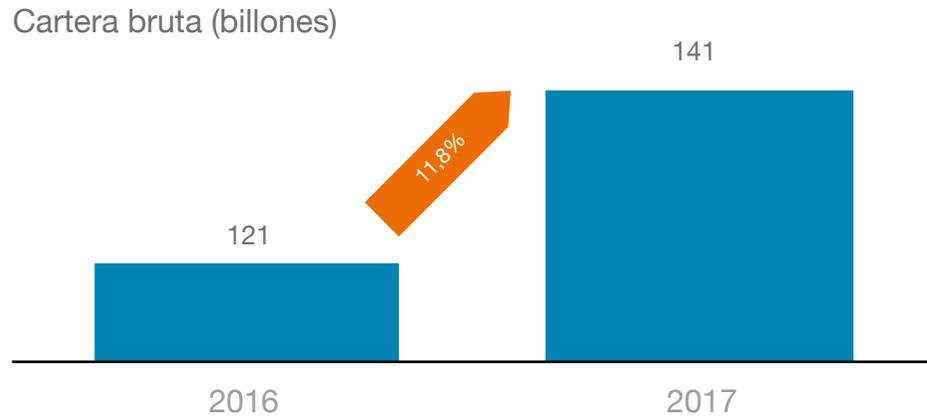
La proporción entre hombres y mujeres con tarjeta de crédito o crédito de consumo fue similar; de los 9,2 millones de adultos con alguna tarjeta de crédito, 51% eran hombres y 49% mujeres, mientras que, de los 8,0 millones de adultos con crédito de consumo, 54% correspondían a hombres y el 46% a mujeres.

En 2017, la distribución por edad de los adultos con tarjeta de crédito o crédito de consumo muestra que la mayoría de adultos con al menos una tarjeta de crédito vigente y un crédito de consumo tenía entre 41 y 65 años, con una participación de 45% y 44% respectivamente, seguidos por aquellos entre 26 y 40 años, que exhibieron una participación del 38% para tarjetas de crédito y 40% para crédito de consumo. Esta distribución se mantuvo entre 2016 y 2017.

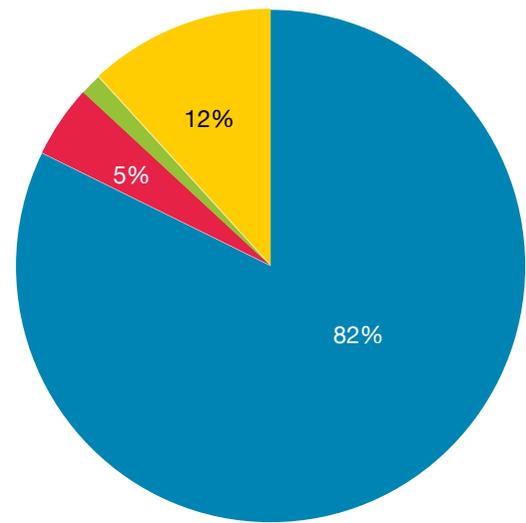
Adicionalmente, al cierre de 2017, 95 mil empresas tenían algún crédito de consumo y 91 mil



GRÁFICO 5.5
Saldo de cartera
de consumo



Participación por
tipo de entidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

al menos una tarjeta de crédito. Esto indica un incremento de 10,6 mil empresas (12%) en crédito de consumo y de 8,5 mil empresas o 10% en tarjeta de crédito entre 2016 y 2017.

Saldo de cartera

Durante 2017, el saldo total de cartera se ubicó en \$141 billones (incluyendo a las cooperativas SES), con un aumento de 11,8% real frente a 2016. De este total, los bancos aportaron la mayoría del saldo, con 82%, seguidos por las cooperativas SES con 12% y las compañías de financiamiento con 5% (Gráfico 5.5).

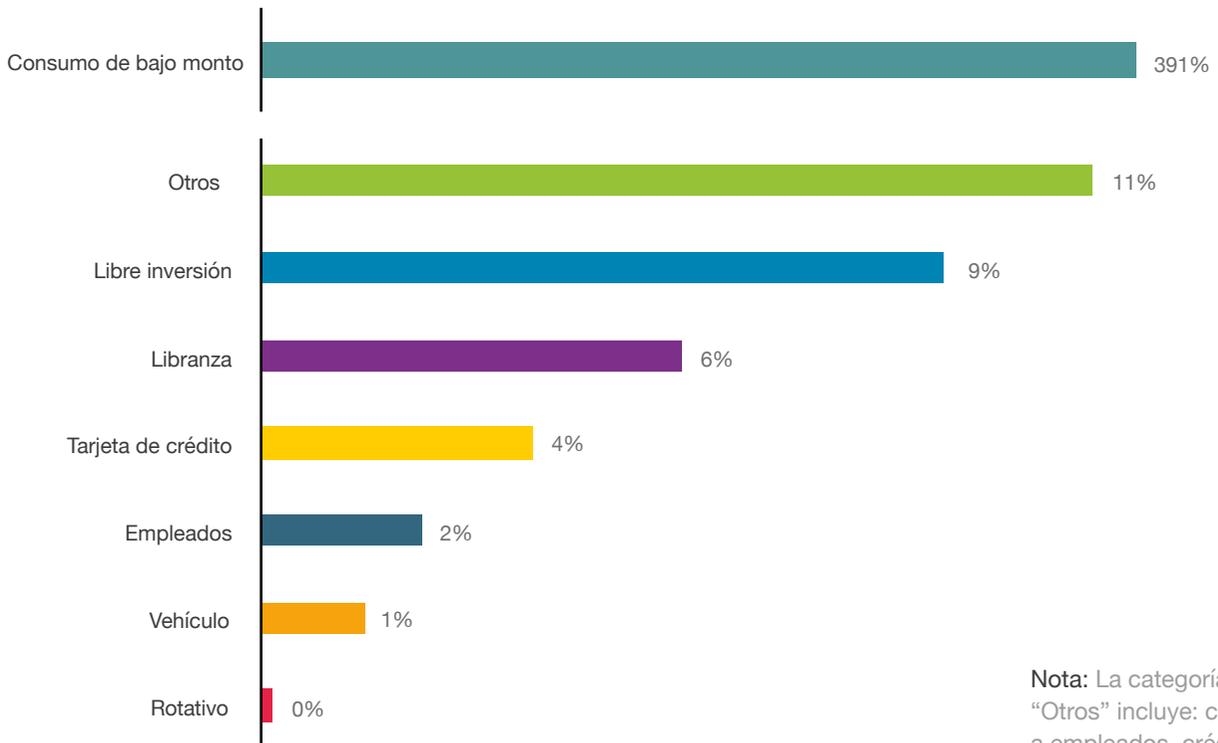
El análisis por producto muestra que, durante 2017, 36% del total del saldo de la cartera de consumo correspondió a créditos de libranza, seguido por los créditos de libre inversión y las tarjetas de crédito, distribución que se mantuvo durante los dos últimos años (Gráfico 5.6). No obstante, estos productos mostraron un crecimiento real del saldo inferior a otros que tuvieron una menor participación dentro del saldo total, como los créditos de consumo de bajo monto. A pesar de que este producto aportó menos del 1% del total de la cartera de consumo, la información de 2017 muestra una dinámica creciente en su uso.

GRÁFICO 5.6
Saldo de cartera de consumo por producto

Participación por producto financiero dentro del saldo de la cartera de consumo



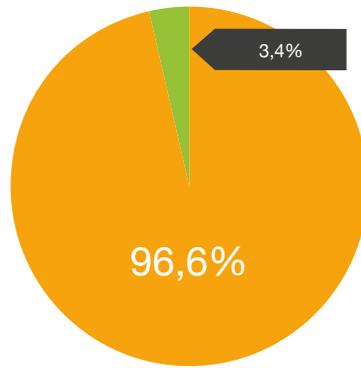
Crecimiento real anual del saldo de cartera de consumo por producto



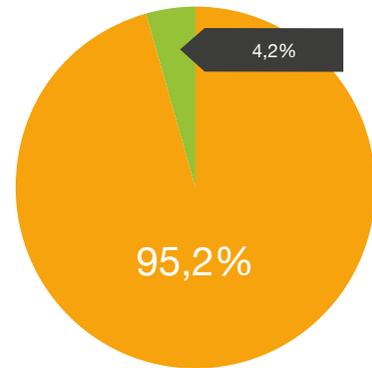
Nota: La categoría "Otros" incluye: créditos a empleados, créditos de consumo de bajo monto y otros consumos.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

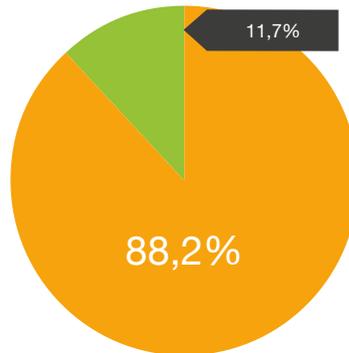
Participación por tipo de entidad en el saldo cartera de consumo por producto



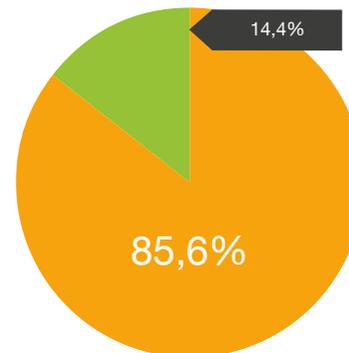
Libranza



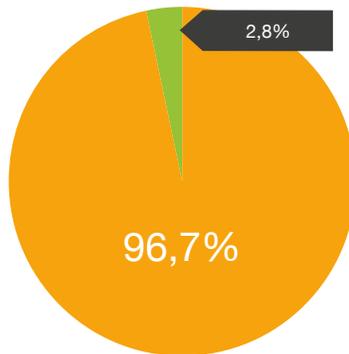
Libre inversión



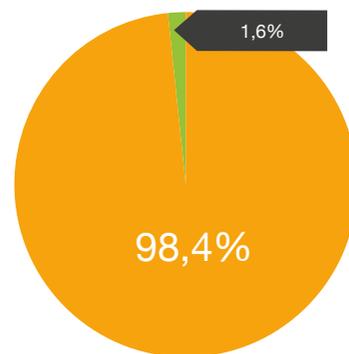
Tarjeta de crédito



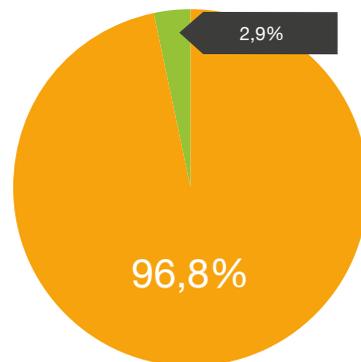
Vehículo



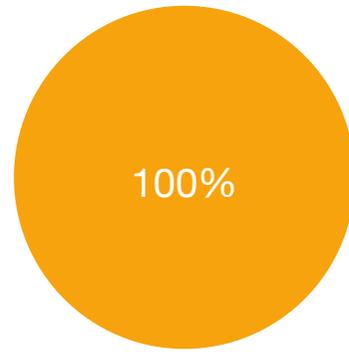
Rotativo



Otros consumos



Empleados



Consumo de bajo monto

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Por tipo de entidad, los bancos aportaron la mayoría del saldo de cartera en todos los productos. Sin embargo, en el saldo de cartera de créditos de vehículos y de tarjetas de crédito, se destacaron también las compañías de financiamiento, con participaciones de 14% y 12%, respectivamente.

Desembolsos

Durante 2017 se realizaron 10,8 millones de desembolsos de consumo por un monto total de \$76,2 billones, que representa un aumento de 12% para el número de desembolsos y 11% real para el monto desembolsado frente a 2016. En cuanto al género, al finalizar 2017, 51% del total de desembolsos de crédito de consumo en el país fueron a mujeres (Gráfico 5.7).

Por tipo de entidad, los bancos aportaron 66% de los desembolsos y 76% del monto total desembolsado, seguidos por las cooperativas SES con 30% del número de desembolsos y 20% de monto desembolsado para esa modalidad. Esta composición varió frente a 2016, año en el que los bancos participaron con 75% del total del número de desembolsos y con 82% del monto desembolsado, debido principalmente a una disminución de 1% en el número de desembolsos de estas entidades y un aumento de los de cooperativas SES en 58% para el número de desembolsos y en 55% real para el monto desembolsado. Adicionalmente, se realizaron 277 millones de operaciones de tarjeta de crédito por

Desembolsos de crédito de consumo por tipo de entidad

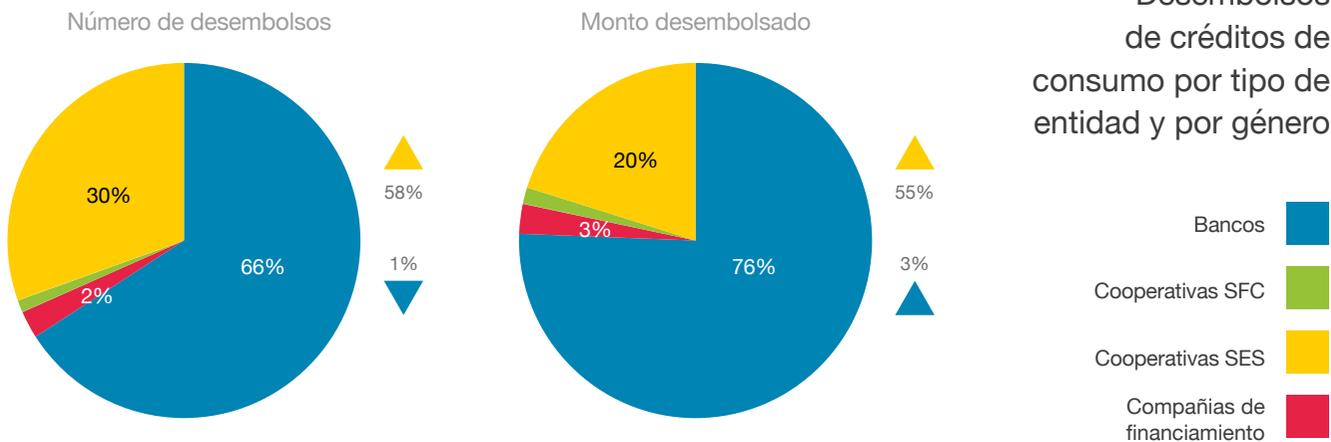


GRÁFICO 5.7

Desembolsos de créditos de consumo por tipo de entidad y por género

Desembolsos de crédito de consumo a nivel nacional y por género

	2016		2017		
Números (millones)	9,6	➤	10,8	👤	51% Mayor participación de mujer
Monto (billones)	65,8	➤	76,3	👤	58% Mayor participación de hombre

Nota: La información de género corresponde únicamente a información del cuarto trimestre de 2017 de las entidades vigiladas por la SFC.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

\$69 billones, valores que representaron aumentos de 9% en número y 6% real en monto frente al 2016 (Gráfico 5.8).

En cuanto a la ruralidad, al igual que en 2016, la mayoría de los desembolsos se concentraron en las ciudades y aglomeraciones, con 97% del número de desembolsos y 94,6% del monto desembolsado. No obstante, se destaca el aumento de la participación

del número de desembolsos en municipios intermedios y rurales y del monto desembolsado en municipios intermedios y rurales dispersos (Gráfico 5.9).

Durante el último año, se presentó un aumento generalizado en el número de desembolsos en todos los niveles de ruralidad, destacándose, entre ellos, los desembolsos en municipios rurales, que aumentaron en 86%.

GRÁFICO 5.8

Operaciones en tarjeta de crédito (incluye avances y compras con tarjetas de crédito de personas naturales y empresariales)

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

	2016		2017
Números (millones)	254		277
Monto (billones)	63		69

GRÁFICO 5.9

Participación de los desembolsos de consumo por nivel de ruralidad

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

	Número		Monto	
	2016	2017	2016	2017
Ciudades y aglomeraciones	98,2%	97,0%	95,2%	94,6%
Intermedios	1,4%	2,4%	3,5%	4,0%
Rurales	0,3%	0,4%	1,1%	1,1%
Rurales dispersos	0,1%	0,1%	0,2%	0,3%

En cuanto al monto desembolsado, se registraron aumentos de 7% y 11% real en municipios intermedios y rurales, respectivamente (Gráfico 5.10).

En 2017, al igual que en 2016, se evidenció una participación mayoritaria de los bancos en todos los niveles de ruralidad frente a los otros tipos de entidades, tanto en el número de

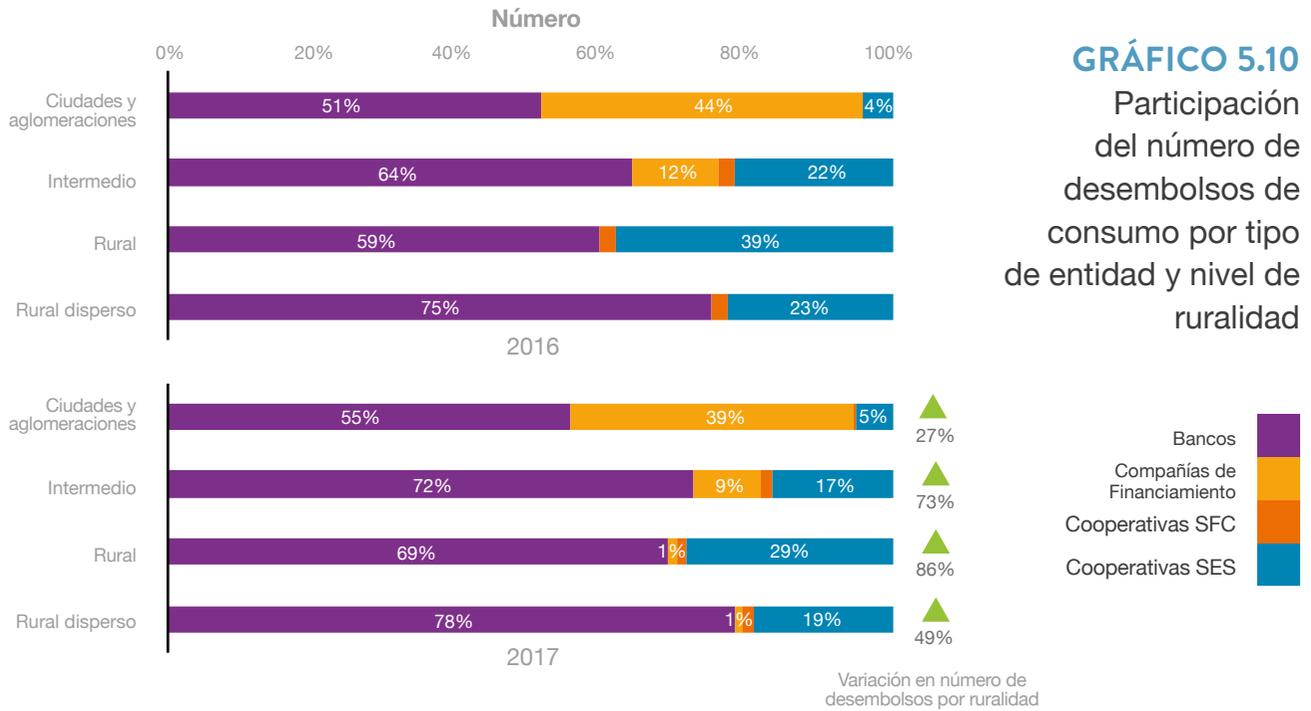
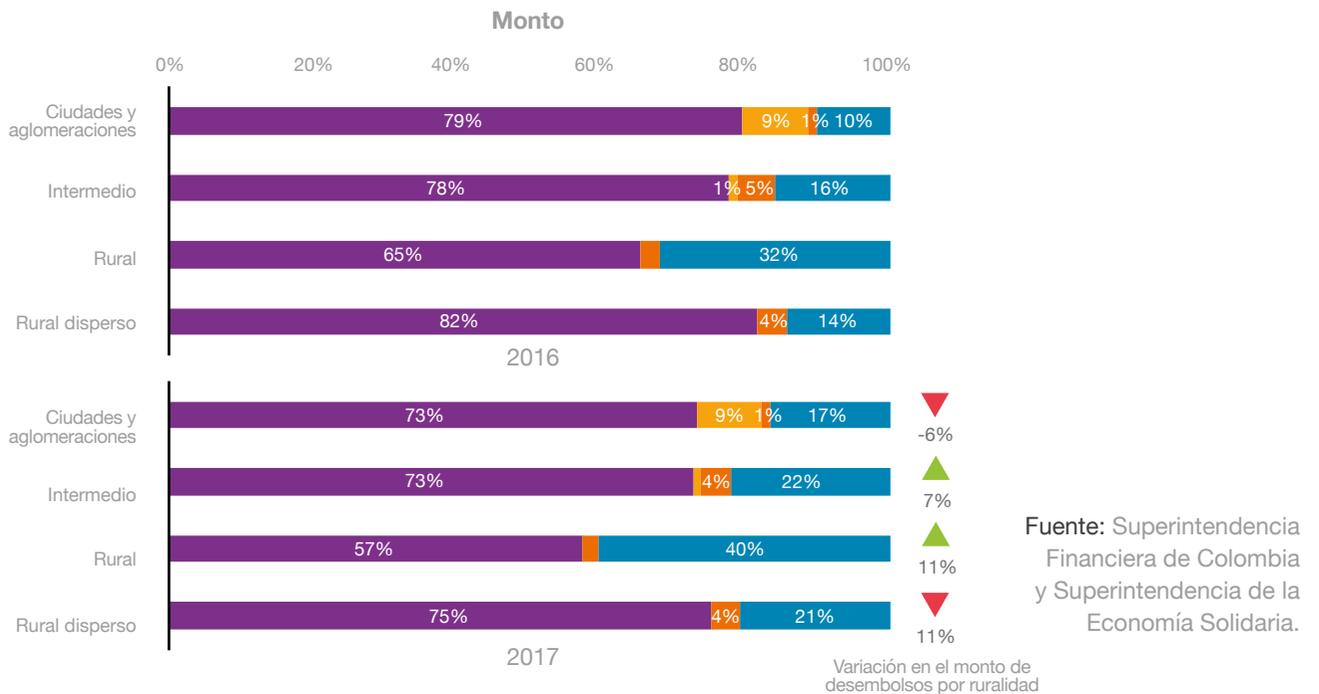


GRÁFICO 5.10
Participación del número de desembolsos de consumo por tipo de entidad y nivel de ruralidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

desembolsos como en el monto desembolsado. No obstante, continúa sobresaliendo la participación de las cooperativas SES en municipios rurales y rurales dispersos, que se manifiesta en el aumento en su participación entre 2016 y 2017 en términos del monto desembolsado.

En cuanto al género de los clientes receptores de desembolsos de créditos de consumo, a finales de 2017, la representatividad de las mujeres fue superior que la de los hombres únicamente para el número de desembolsos en ciudades y aglomeraciones, con 51% del total de desembolsos, contrario a 2016, año en que el 51% de los desembolsos en estas zonas del país era de hombres. Para el resto de niveles de ruralidad, tanto en número como

en monto, los hombres tuvieron participaciones superiores al 55% (Gráfico 5.11).

Por departamento, durante 2017, 67% de los desembolsos de crédito de consumo se concentraron en tres de ellos. Específicamente, 38% se desembolsaron en Bogotá D.C, 20% en Antioquia y 9% en el Valle del Cauca.

A nivel de género, a finales de 2017, en 22 de los 33 de departamentos del país (incluyendo a Bogotá D.C) hubo una mayor participación de desembolsos de créditos de hombres. Vale la pena resaltar que al finalizar 2016, se evidenciaron participaciones diferentes por género a las de 2017 para los departamentos de Bogotá D.C, Cesar, Sucre, Valle del Cauca y Vaupés (Mapa 5.1).

GRÁFICO 5.11
Participación de los desembolsos de consumo por género según nivel de ruralidad



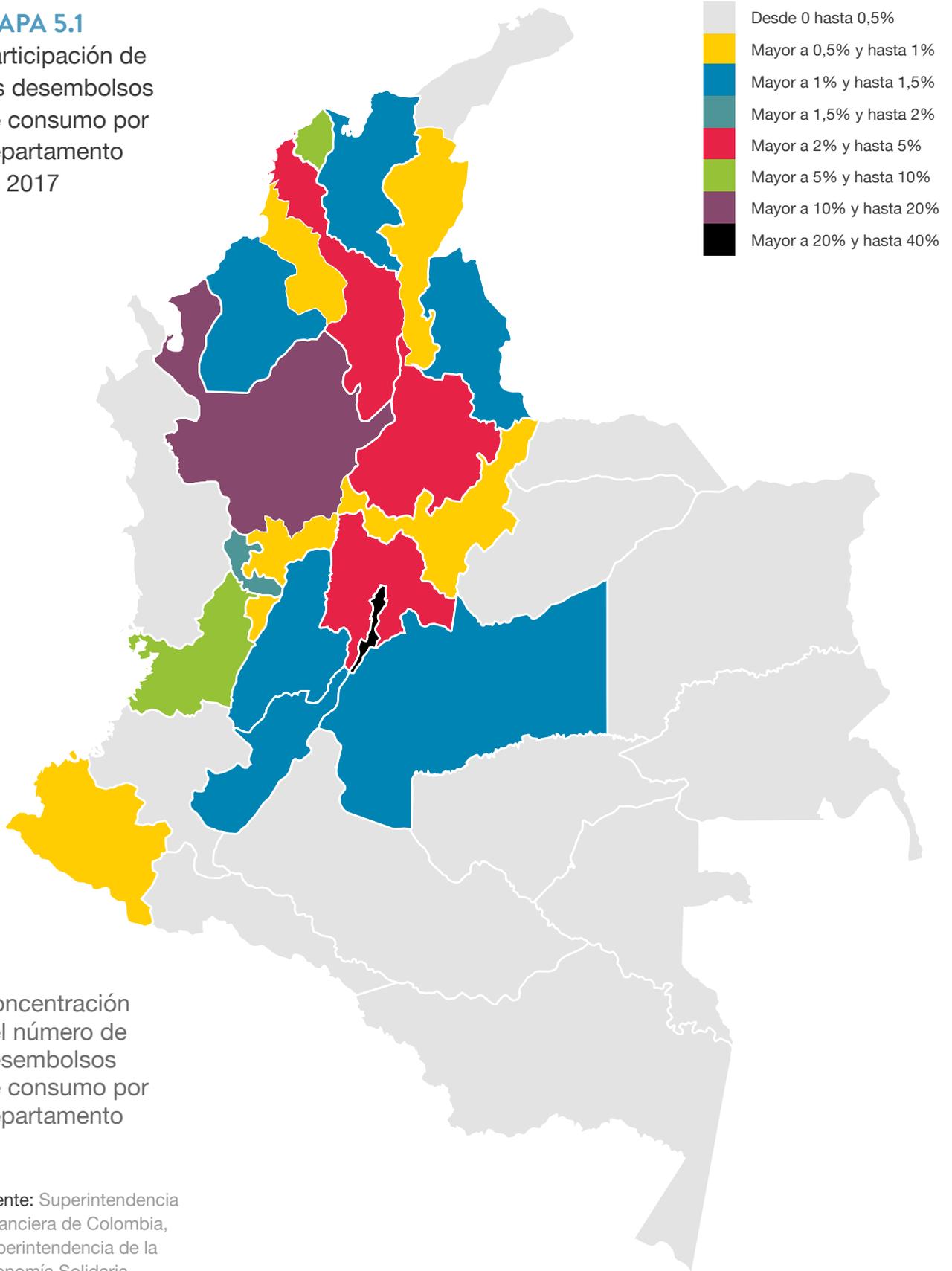
	Número		Monto	
	2016	2017	2016	2017
Ciudades y aglomeraciones	51%	51%	60%	58%
Intermedios	56%	56%	61%	60%
Rurales	58%	59%	61%	60%
Rurales dispersos	54%	55%	60%	63%

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

Nota: La información de género corresponde únicamente a información del cuarto trimestre de 2017 de las entidades vigiladas por la SFC.

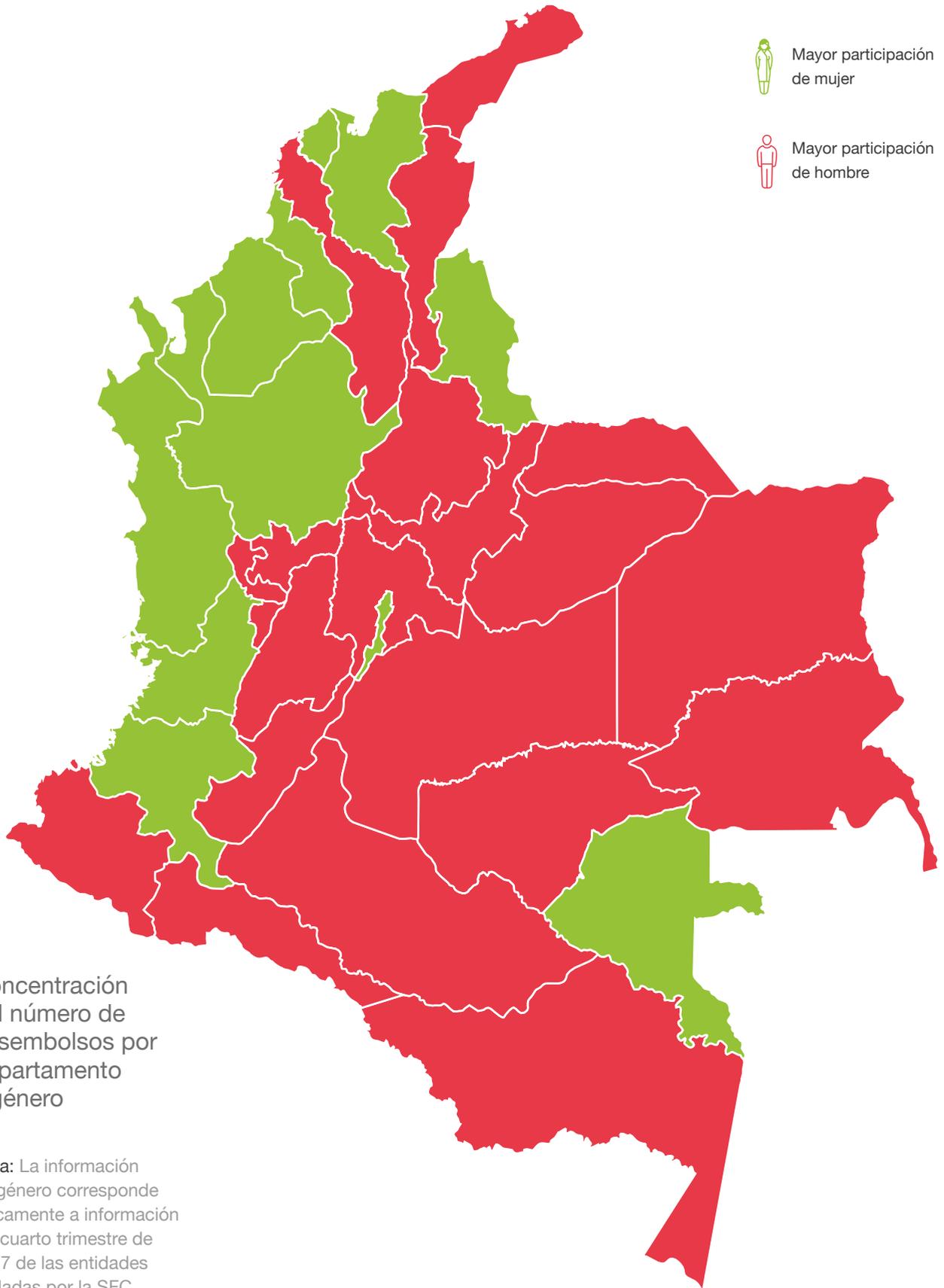
MAPA 5.1

Participación de los desembolsos de consumo por departamento en 2017



Concentración del número de desembolsos de consumo por departamento

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria.



CRÉDITO DE VIVIENDA

Tenencia

Al finalizar 2017, cerca de 1,09 millones de adultos tenían algún crédito de vivienda vigente. Entre 2016 y 2017, esta cifra disminuyó en 21 mil adultos, es decir, en 1,9%. El 52% de los adultos con crédito de vivienda corresponde a hombres. Por rango de edad, se observó que el 95% de los adultos con este producto tenía entre 26 y 65 años. Por

su parte, los jóvenes entre 18 y 25 años solo representan el 1,2% de los adultos con créditos de vivienda vigentes. La mayoría de adultos con crédito de vivienda (1,08 millones) lo adquirió con los establecimientos de crédito.

Saldo de cartera

Para esta modalidad, el saldo total de la cartera bruta, al finalizar 2017, se ubicó en \$63 billones, con un aumento de 8,0% real frente

Cartera bruta de vivienda (billones)

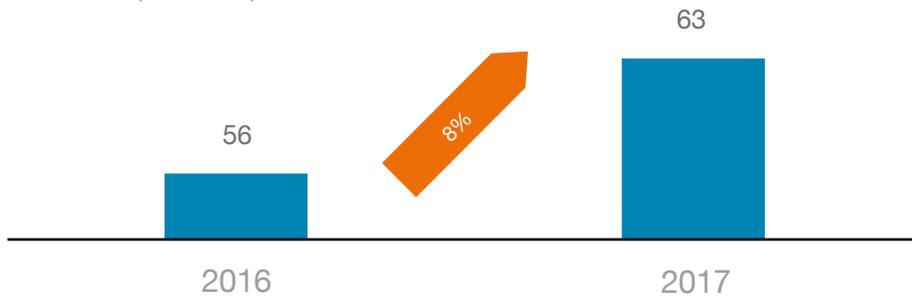
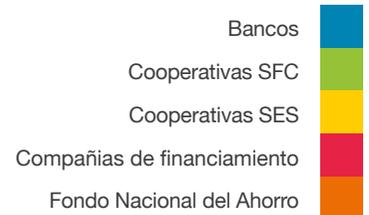
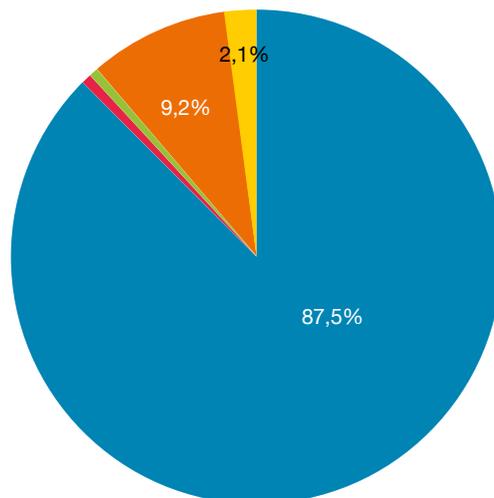


GRÁFICO 5.12
Cartera de vivienda



Participación en el saldo de la cartera de vivienda por entidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

a 2016. Dentro de este total de entidades, los bancos participaron con 87,5% (Gráfico 5.12).

Al analizar los diferentes productos de vivienda, durante 2017 la mayor participación la registró la categoría de créditos de vivienda y leasing habitacional no VIS denominada en pesos, con 65% del saldo, seguidos por la categoría de créditos de vivienda y leasing habitacional VIS denominados en pesos con 15%. (Gráfico 5.13).

En cuanto al comportamiento frente a 2016, durante 2017 se destacó el aumento

en el saldo de los créditos de vivienda de empleados VIS, con 20% real y los créditos de vivienda y leasing habitacional no VIS denominados en pesos y VIS denominados en UVR, con un crecimiento del saldo de 8% real.

Para casi todos los productos de esta modalidad, los bancos aportaron la mayoría del saldo de cartera. No obstante, en el caso de los créditos y leasing habitacional VIS denominados en UVR y no VIS denominados en UVR, el Fondo Nacional del Ahorro participó con 35% y 38%, respectivamente.



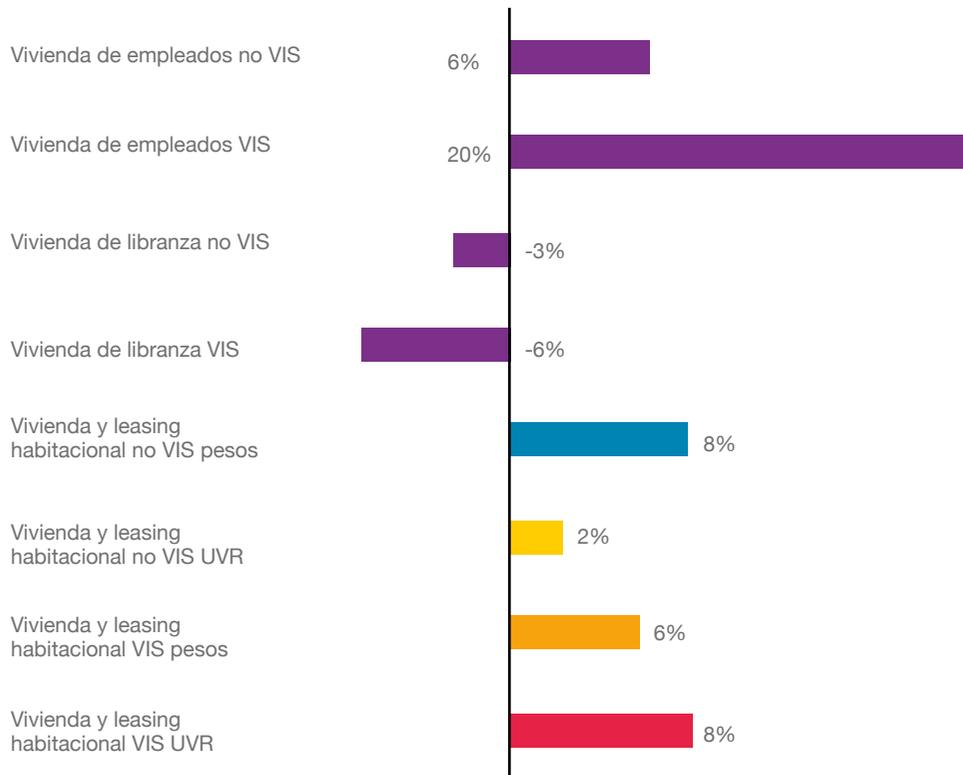
Participación por producto financiero dentro del saldo de la cartera de vivienda

GRÁFICO 5.13
Saldo de cartera de vivienda por producto



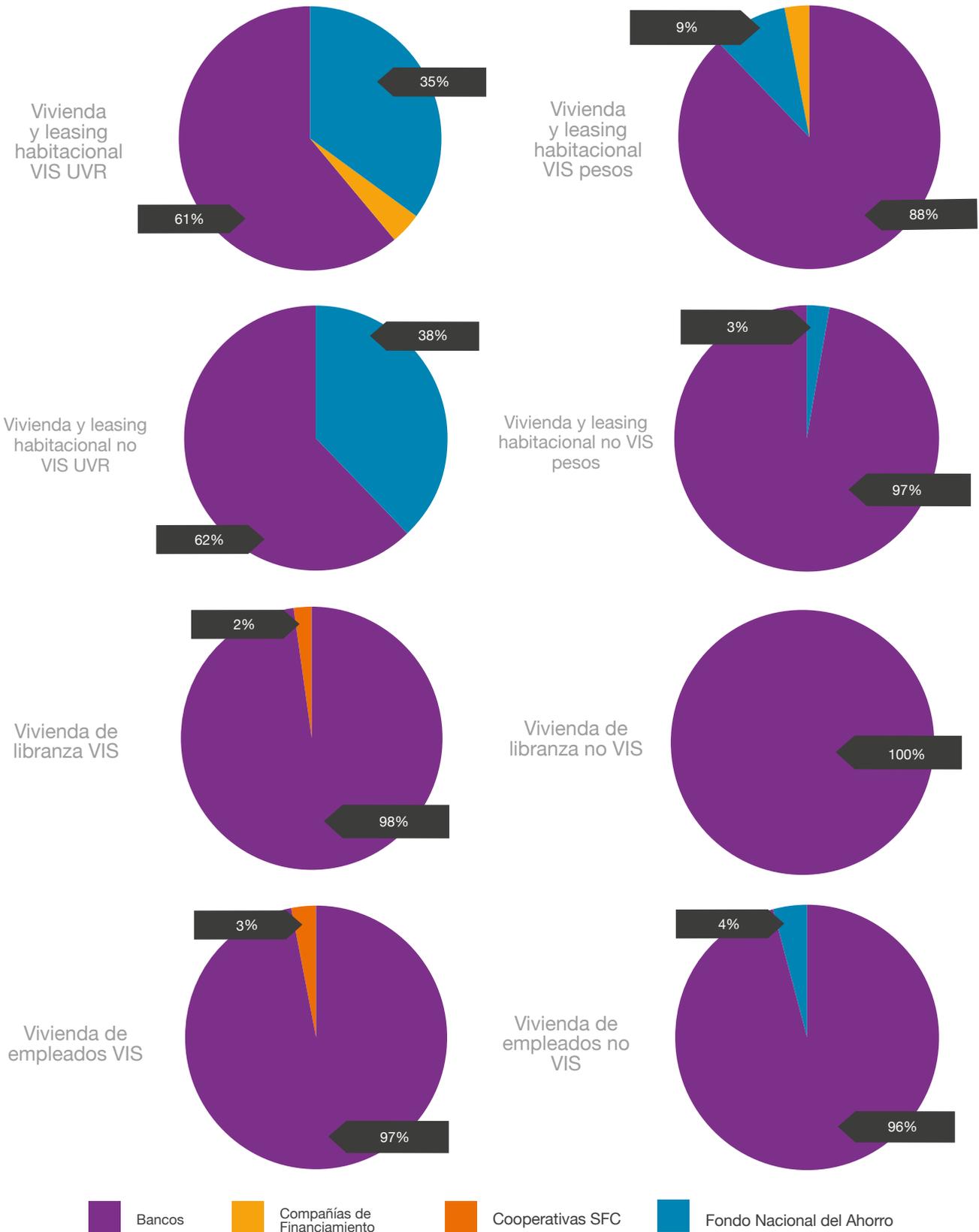
Nota: La categoría “Otros” del gráfico superior incluye: créditos de vivienda de empleados no VIS, de empleados VIS, de libranza no VIS y de libranza VIS.

Crecimiento real anual del saldo de cartera de vivienda por producto



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Participación por tipo de entidad en el saldo cartera de vivienda por producto



Desembolsos

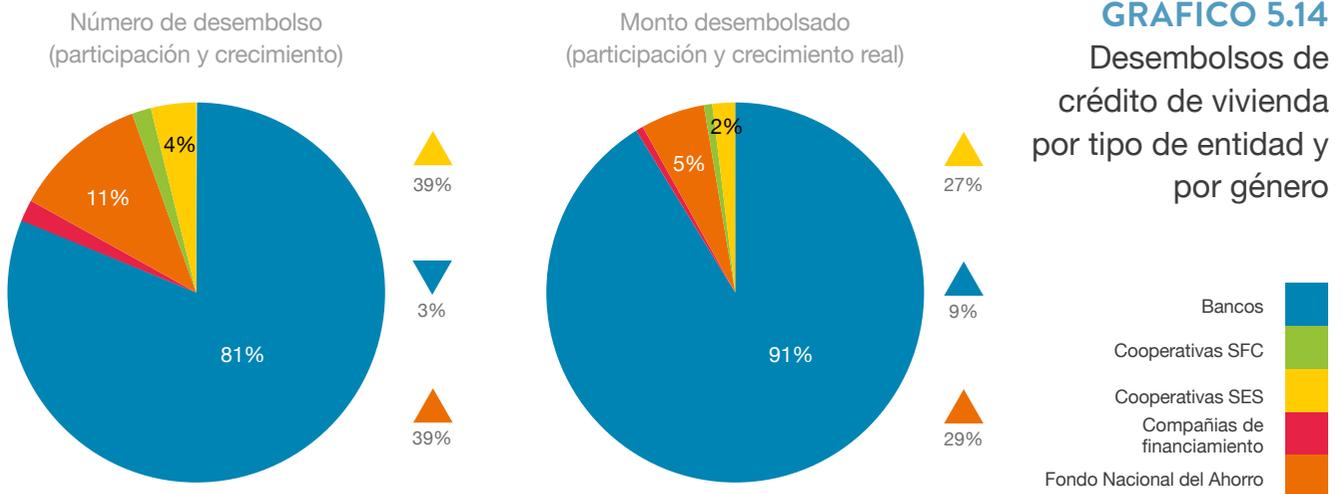
Durante 2017 se registraron 186,3 mil desembolsos, equivalentes a \$21,4 billones, mostrando un aumento de 2% en número y 9% real en monto frente a 2016. A nivel de género, más de la mitad de los desembolsos, tanto en número como en monto, fueron de hombres, con participaciones de 53% y 58%, respectivamente (Gráfico 5.14).

Por tipo de entidad, los bancos aportaron la mayoría del número de desembolsos y del monto desembolsado, con 81% y 91% de participación, respectivamente. También se des-

taó la participación del Fondo Nacional del Ahorro, que contribuyó con 11% del total de desembolsos y 5% del monto desembolsado.

Frente a 2016, a pesar de que los bancos representaron la mayoría de los desembolsos, se registró una disminución de 3% en el número de desembolsos de estas entidades. Por lo contrario, los desembolsos del Fondo Nacional del Ahorro y de las Cooperativas SES registraron una evolución positiva, con un aumento de 39% cada una en número de desembolsos y de 29% y 27% real, respectivamente, para el monto desembolsado.

Desembolsos de crédito de vivienda por tipo de entidad



Desembolsos de créditos de vivienda a nivel nacional y por género

	2016		2017		
Números (miles)	183	➤	186,3	👤	53%
Monto (billones)	18,9	➤	21,4	👤	58%

Mayor participación de hombre

Nota: La información de género corresponde únicamente al cuarto trimestre de 2017 de las entidades vigiladas por la SFC.

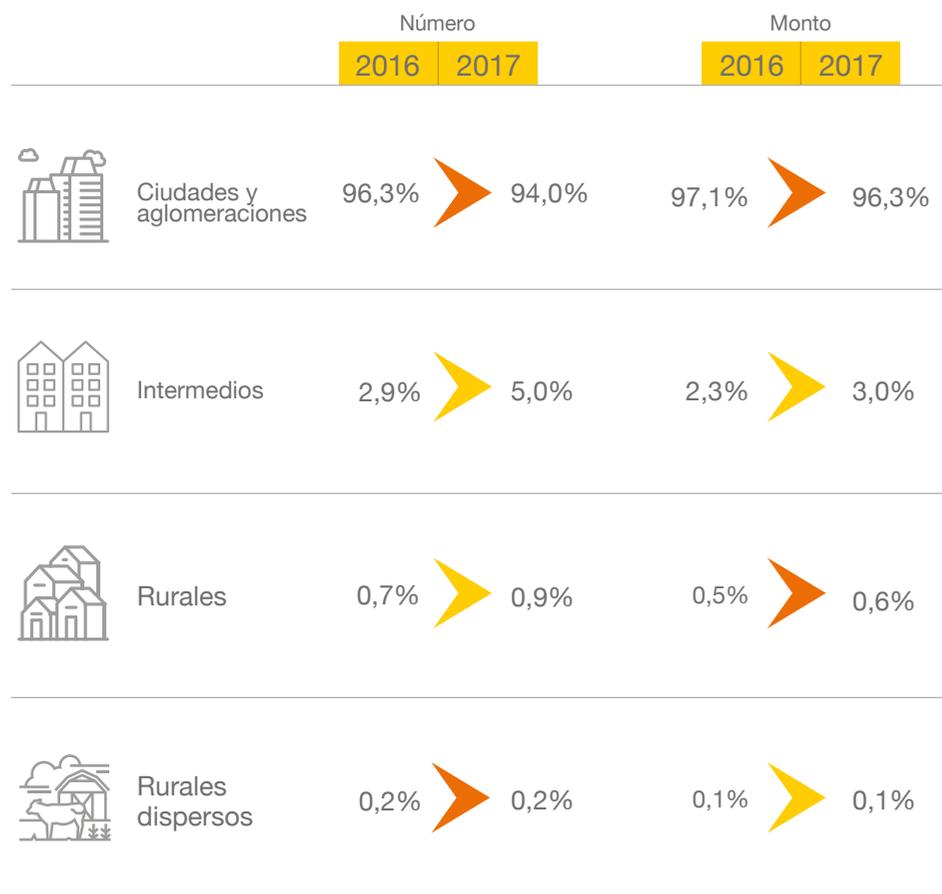
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria.

Sobre la ruralidad de los desembolsos de créditos de vivienda, si bien, la mayoría de los desembolsos se concentraron en ciudades y aglomeraciones, durante 2017 se registró un avance en la participación, tanto en número como en monto, de los municipios intermedios.

Durante 2017, el número de desembolsos de créditos de vivienda aumentó en todos los niveles de ruralidad, destacándose los realizados en municipios intermedios, con 81%. En cuanto al monto desembolsado, se evidenció incremento en ciudades y aglomeraciones, municipios intermedios y rurales dispersos (Gráfico 5.15).

Por tipo de entidad y al igual que en el caso de créditos de consumo, los bancos reportaron una mayor participación frente a los demás tipos de entidades, tanto en el número de desembolsos como en el monto desembolsado. No obstante, en 2017, a medida en que aumenta el nivel de ruralidad, crece la importancia de otros tipos de entidades como las cooperativas SES. Los primeros participaron con 21% en municipios rurales y 12% en rurales dispersos, dentro del número total de desembolsos durante 2017 (Gráfico 5.16).

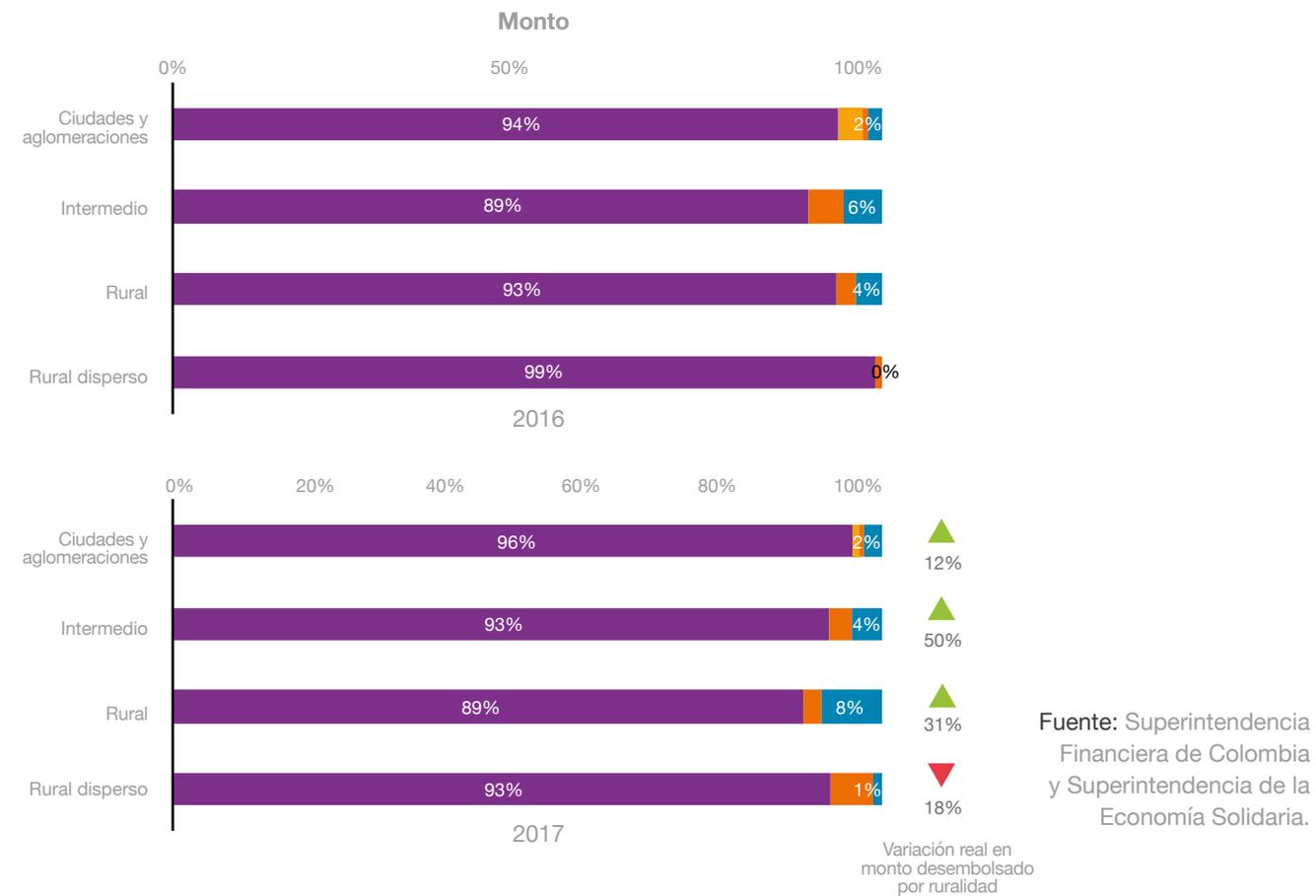
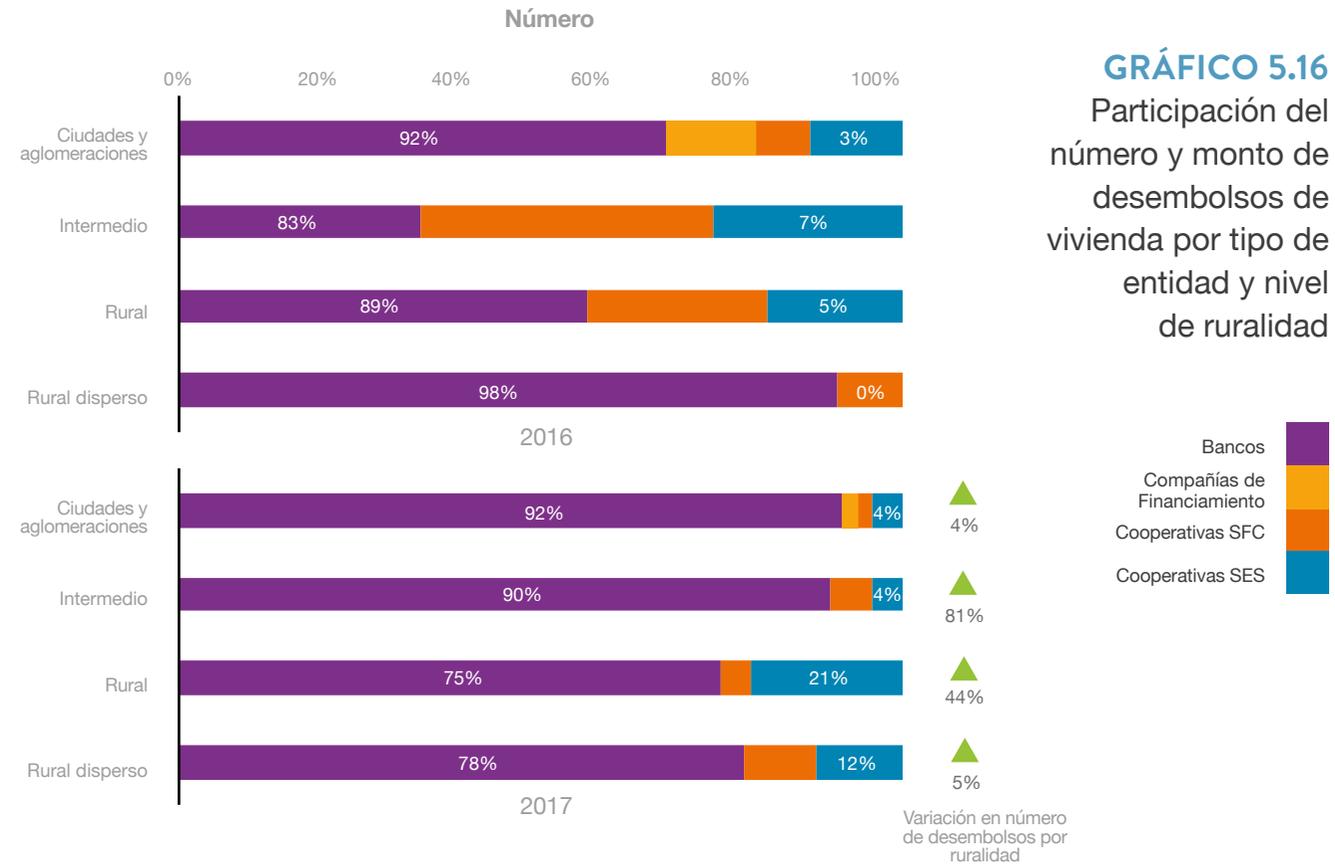
GRÁFICO 5.15
Participación de los desembolsos de vivienda por nivel de ruralidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

GRÁFICO 5.16

Participación del número y monto de desembolsos de vivienda por tipo de entidad y nivel de ruralidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

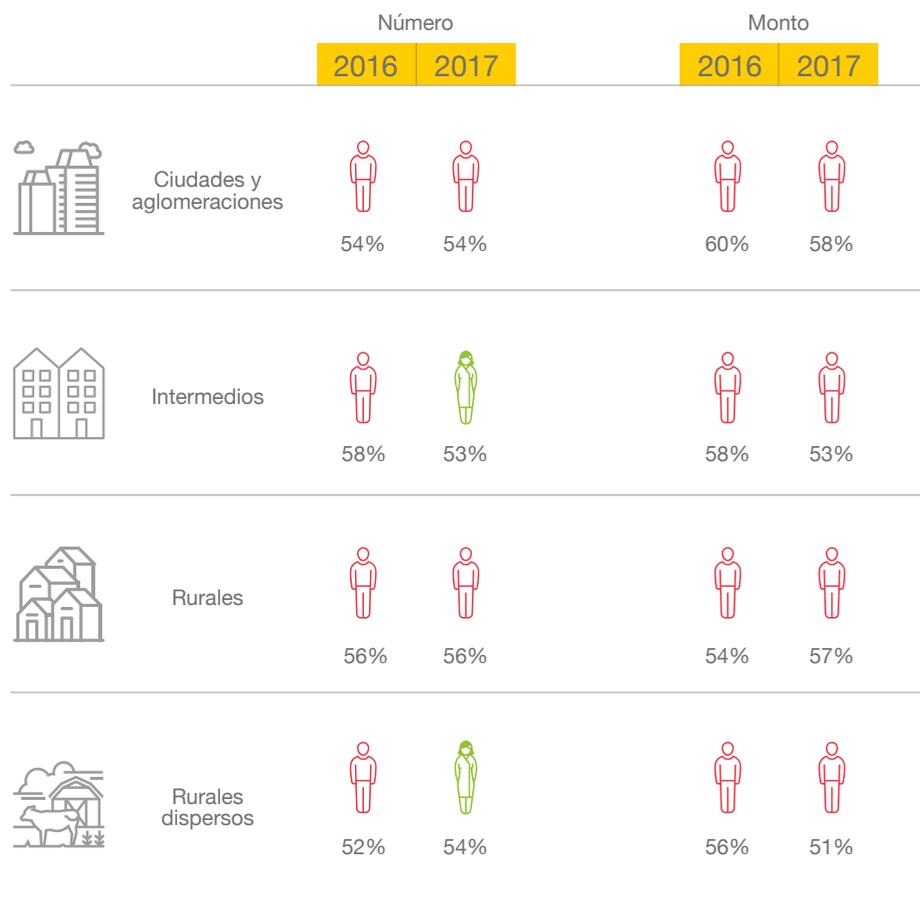
La distribución de los desembolsos de vivienda por género muestra que, al finalizar 2017 y en términos del número de desembolsos, en las ciudades y en municipios rurales predominaron los créditos a hombres, y en los intermedios y en los rurales dispersos a mujeres, mientras que en 2016 la mayor participación, en todos los niveles de ruralidad, era superior para los hombres. No obstante, a nivel de monto desembolsado, en todos los niveles de ruralidad, los créditos a hombres registraron los mayores montos para ambos años (Gráfico 5.17).

La distribución de los desembolsos de créditos de vivienda por departamento muestra que el 60% de ellos se enfocaron en tres departamentos: 35% en Bogotá D.C, 14% en Antioquia y 11% en el Valle del Cauca. Para esta modalidad, se evidenció una mayor representatividad de los créditos dirigidos a hombres en 24 de los 33 departamentos de Colombia (incluyendo a Bogotá D.C). Vale la pena resaltar que al finalizar 2016, se evidenciaron participaciones diferentes por género a las de 2017 para los departamentos de Bolívar, Cauca, La Guajira, Norte de Santander, Sucre, Putumayo y Amazonas (Mapa 5.2).

GRÁFICO 5.17
Participación de los desembolsos de créditos de vivienda por género y nivel de ruralidad

 Mayor participación de mujer

 Mayor participación de hombre

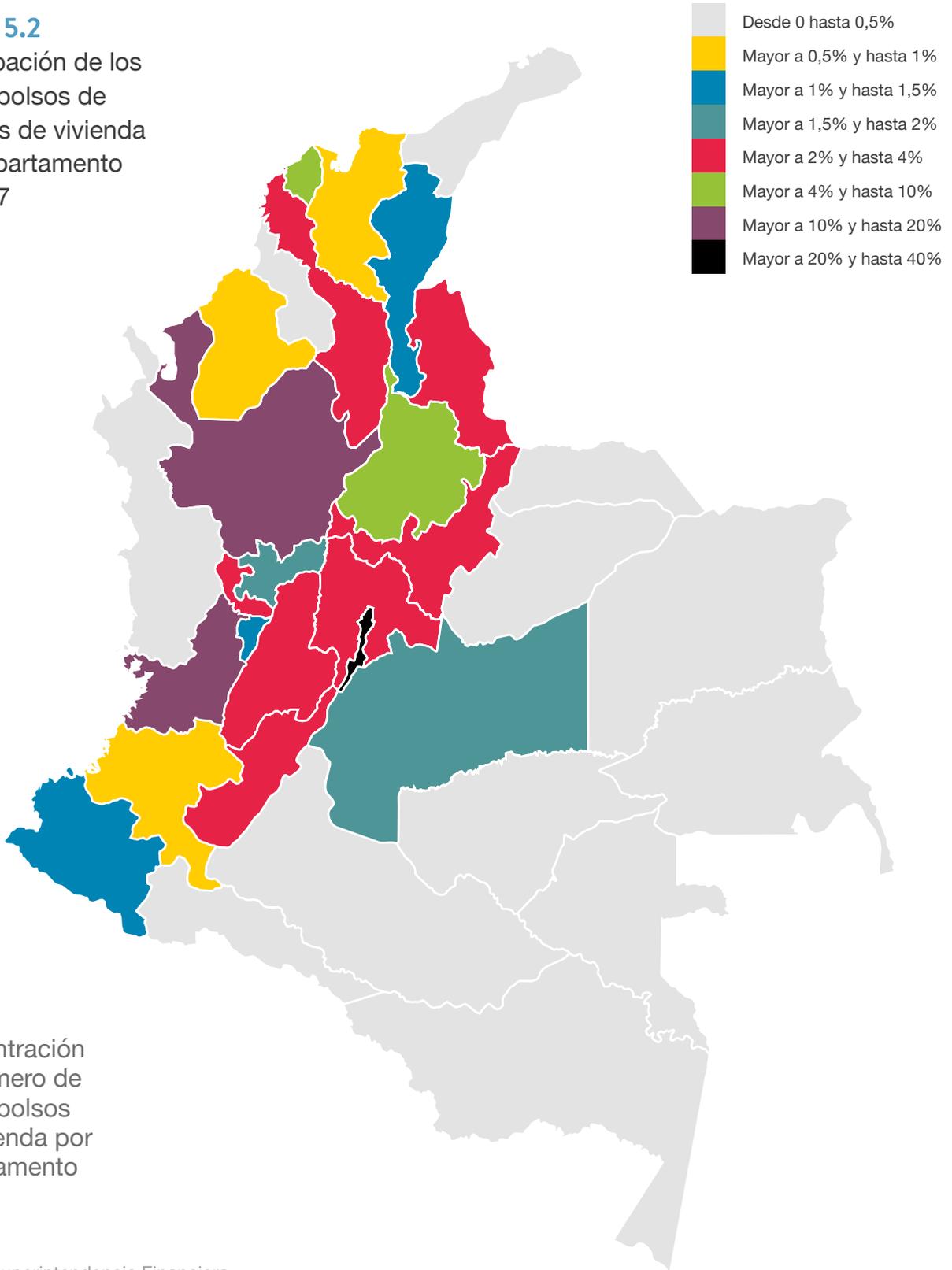


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

Nota: La información de género corresponde únicamente al cuarto trimestre de 2017 de las entidades vigiladas por la SFC.

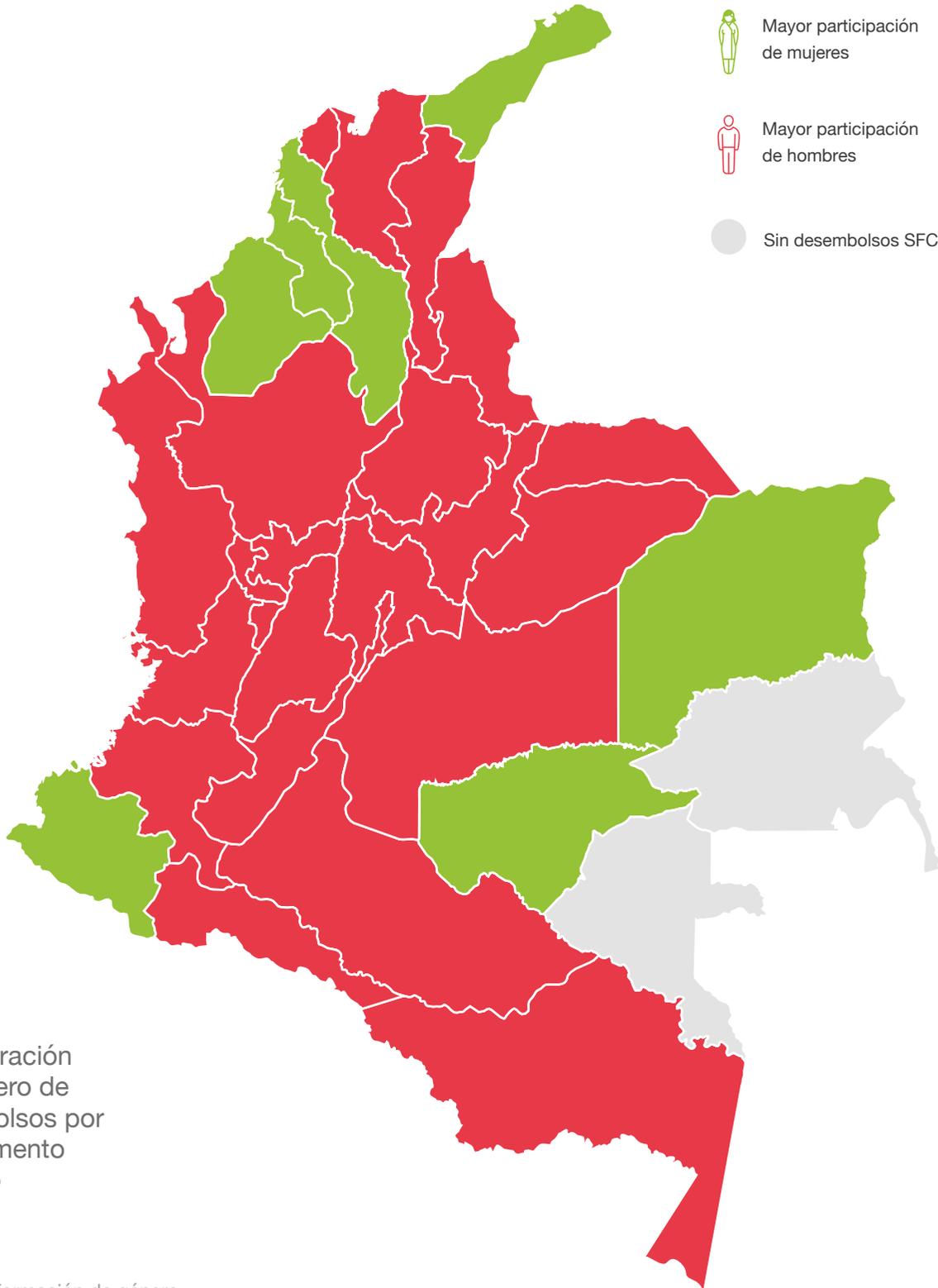
MAPA 5.2

Participación de los desembolsos de créditos de vivienda por departamento en 2017



Concentración del número de desembolsos de vivienda por departamento

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria.



Concentración del número de desembolsos por departamento y género

Nota: La información de género corresponde únicamente al cuarto trimestre de 2017 de las entidades vigiladas por la SFC.

MICROCRÉDITO

Tenencia

Al cierre de 2017, cerca de 3,3 millones de adultos tenían microcrédito. Esta cifra aumentó en 254 mil adultos, es decir, 8% frente a 2016. Por tipo de entidad, se encontró que 2,6 millones de adultos tenían un microcrédito vigente en los establecimientos de crédito, 801 mil en las ONG microcrediticias y 155 mil en las cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por la Supersolidaria⁴.

La distribución de esos 3,3 millones de adultos por género es la misma para hombres y mujeres, con 50% cada uno. Como en los demás tipos de producto de crédito, la mayoría de adultos con algún microcrédito vigente tenía entre 41 y 65 años, con una participación de 60%, seguidos de aquellos con edades entre los 26 y 40 años, con 33%.

Adicionalmente, al finalizar el año, 15 mil empresas contaban con algún microcrédito

vigente. Esto representó un incremento de 1.428 empresas (11%) entre 2016 y 2017.

Saldo de cartera

Para esta modalidad, el saldo total de la cartera se ubicó en 14 billones al final del 2017 (incluyendo a las cooperativas SES y ONG microcrediticias). La cartera conjunta de estos tres tipos de entidades aumentó en 2,1% real entre 2016 y 2017 (Gráfico 5.18).

Del total del saldo de cartera de microcrédito, 82% fue aportada por bancos, 10% por las ONG microcrediticias y 6% por las cooperativas SES. Del total del saldo de los establecimientos de crédito vigilados por la SFC, 66% correspondió a microcréditos de montos inferiores a 25 SMMLV, valor que no aumentó frente al año 2016 en términos reales.

4. Es importante tener en cuenta que en este registro se incluyeron las personas naturales con establecimientos de comercio.

Saldo de la cartera de microcrédito (billones)

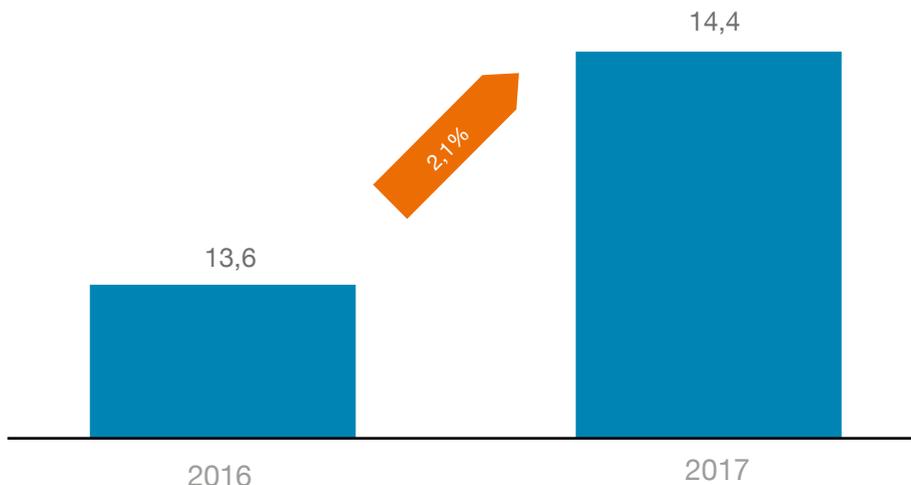
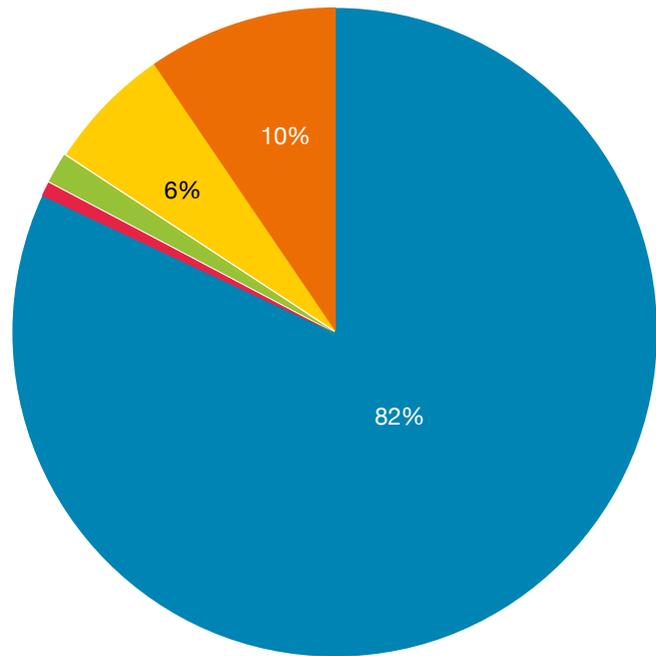
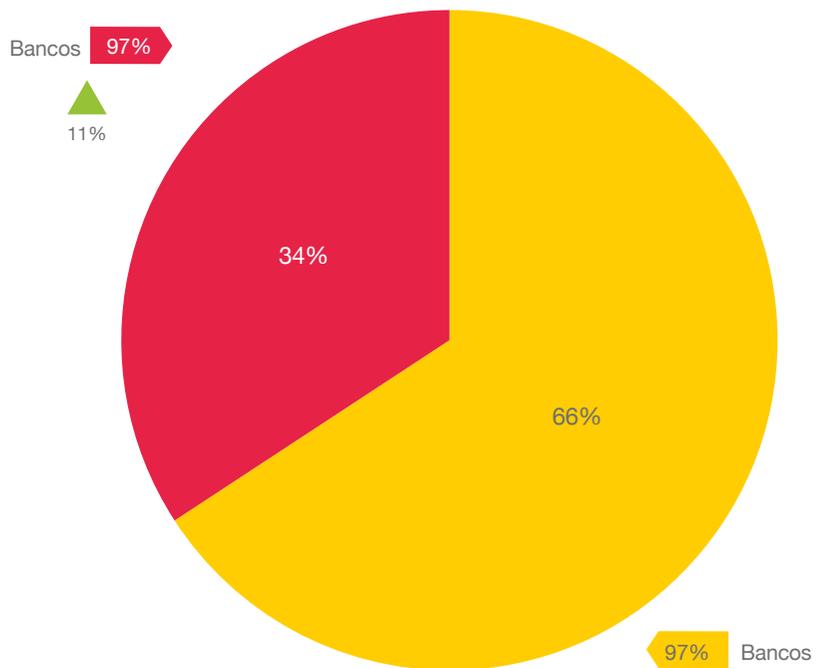
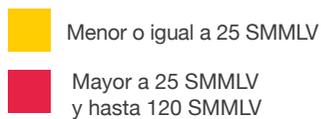


GRÁFICO 5.18
Cartera de microcrédito

Participación por entidad en el saldo de cartera de microcrédito



Participación por saldo en la cartera de microcrédito de entidades vigiladas SFC



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

El porcentaje restante del saldo de cartera correspondió a microcréditos de montos iguales o superiores a 25 SMMLV y de hasta 120 SMMLV, con incremento del 11% real en el último año.

Desembolsos

Durante 2017, se colocaron 2,2 millones de desembolsos de microcrédito, equivalentes a \$8 billones, con un aumento de 2% en número y una reducción de 1% real en monto frente a 2016. A nivel de género, las mujeres tuvieron una mayor representatividad al componer el 56% de los desembolsos, los hombres el 43% y las empresas el 1%. Asimismo, 49%

del monto desembolsado fue de mujeres, 45% de hombres y 6% de empresas (Gráfico 5.19).

Del total de desembolsos, 65% fueron colocados por bancos y 28% por ONG microcrediticias, los primeros registrando un aumento de 11% y las segundas una disminución de 13% en número, frente a lo registrado en 2016. Por monto, estos dos mismos tipos de entidad aportaron la mayoría, con 70% los establecimientos bancarios y 19% las ONG microcrediticias. No obstante, frente a 2016, los montos desembolsados por estas entidades mostraron disminuciones, en términos reales, de 1% y 3%, respectivamente.

Del total de desembolsos de microcréditos otorgados por las entidades vigiladas por

Desembolsos de microcrédito por tipo de entidad

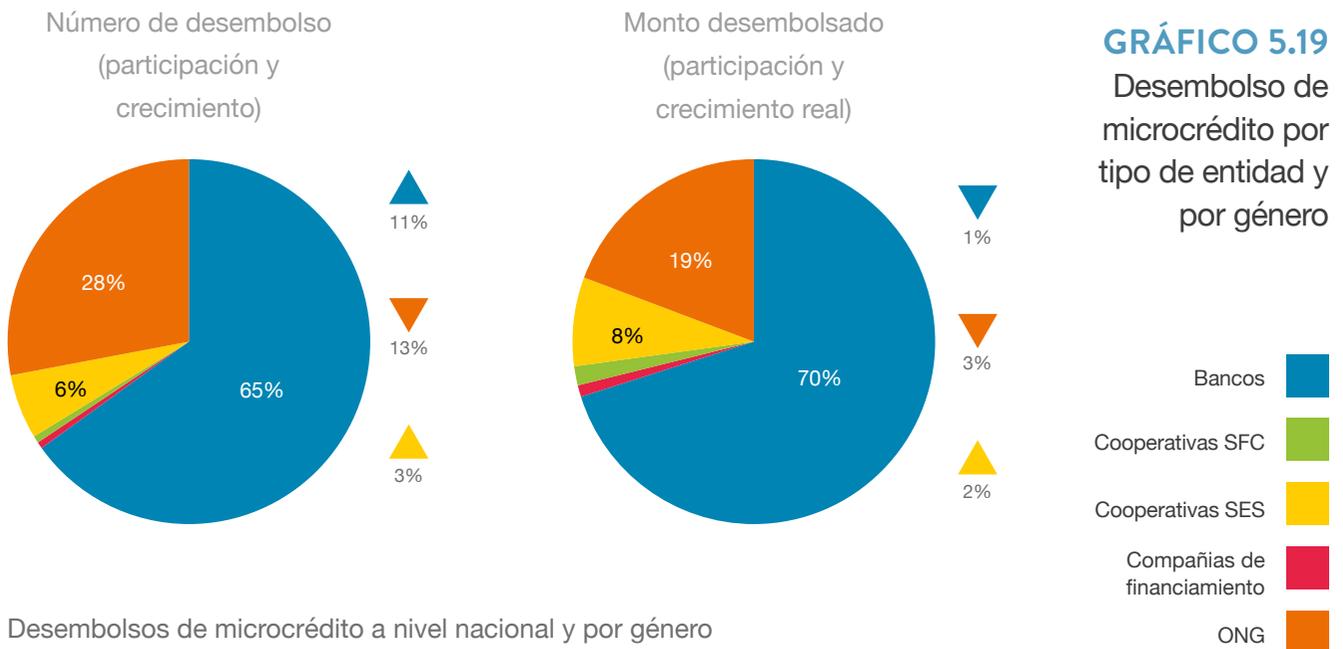


GRÁFICO 5.19
Desembolso de microcrédito por tipo de entidad y por género

Desembolsos de microcrédito a nivel nacional y por género

	2016		2017		
Números (miles)	2,16	➤	2,2	👩	56%
Monto (billones)	7,8	➤	8	🏠	6%

👩 Mayor participación de mujer
🏠 Participación de empresas

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

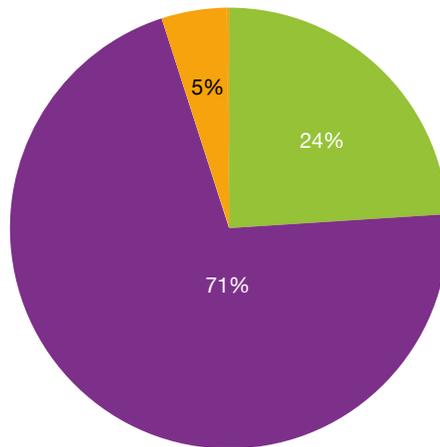
la SFC, 71% correspondió a aquellos cuyos plazos van desde 366 hasta 1.095 días y 24% entre 31 y 365 días. En cuanto al tamaño de los desembolsos y de manera similar al año 2016, 30% se concentraron en montos iguales o mayores a 4 SMMLV e inferiores a 10 SMMLV (Gráfico 5.20).

La distribución por ruralidad de los desembolsos de microcrédito mostró una mayor

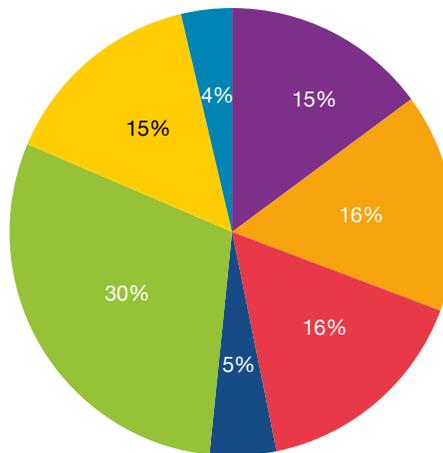
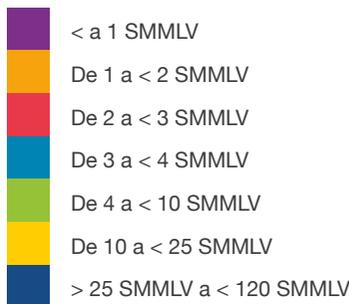
participación de los municipios más rurales frente a otras modalidades, pues si bien 58% del número de desembolsos y del monto desembolsado se concentró en ciudades y aglomeraciones, 16% del número de desembolsos y 20% del monto desembolsado se enfocaban en municipios rurales y rurales dispersos. Frente a 2016, se evidenció un aumento en la participación del número de

GRÁFICO 5.20

Desembolsos de microcrédito por plazo y tamaño del desembolso



Participación del número de desembolsos de microcrédito de las entidades vigiladas SFC por plazo (2017)



Participación del número de desembolsos de microcrédito de las entidades vigiladas SFC por tamaño del desembolso (2017)

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

desembolsos en municipios intermedios y del monto en municipios rurales dispersos (Gráfico 5.21).

La distribución por tipo de entidad de los desembolsos de microcrédito muestra que en 2017 tanto el número como el monto desembolsado de microcréditos aumentaron en todos los niveles de ruralidad. Así como en 2016, la mayoría del número de desembolsos

y del monto desembolsado fue aportado por los bancos y las ONG microcrediticias en todos los niveles de ruralidad. Vale la pena mencionar la participación de ONG microcrediticias en el número de desembolsos en los municipios rurales y rurales dispersos, con el 37% del número total en municipios rurales y 35% en rurales dispersos, valores que han permanecido similares entre 2016 y 2017 (Gráfico 5.22).

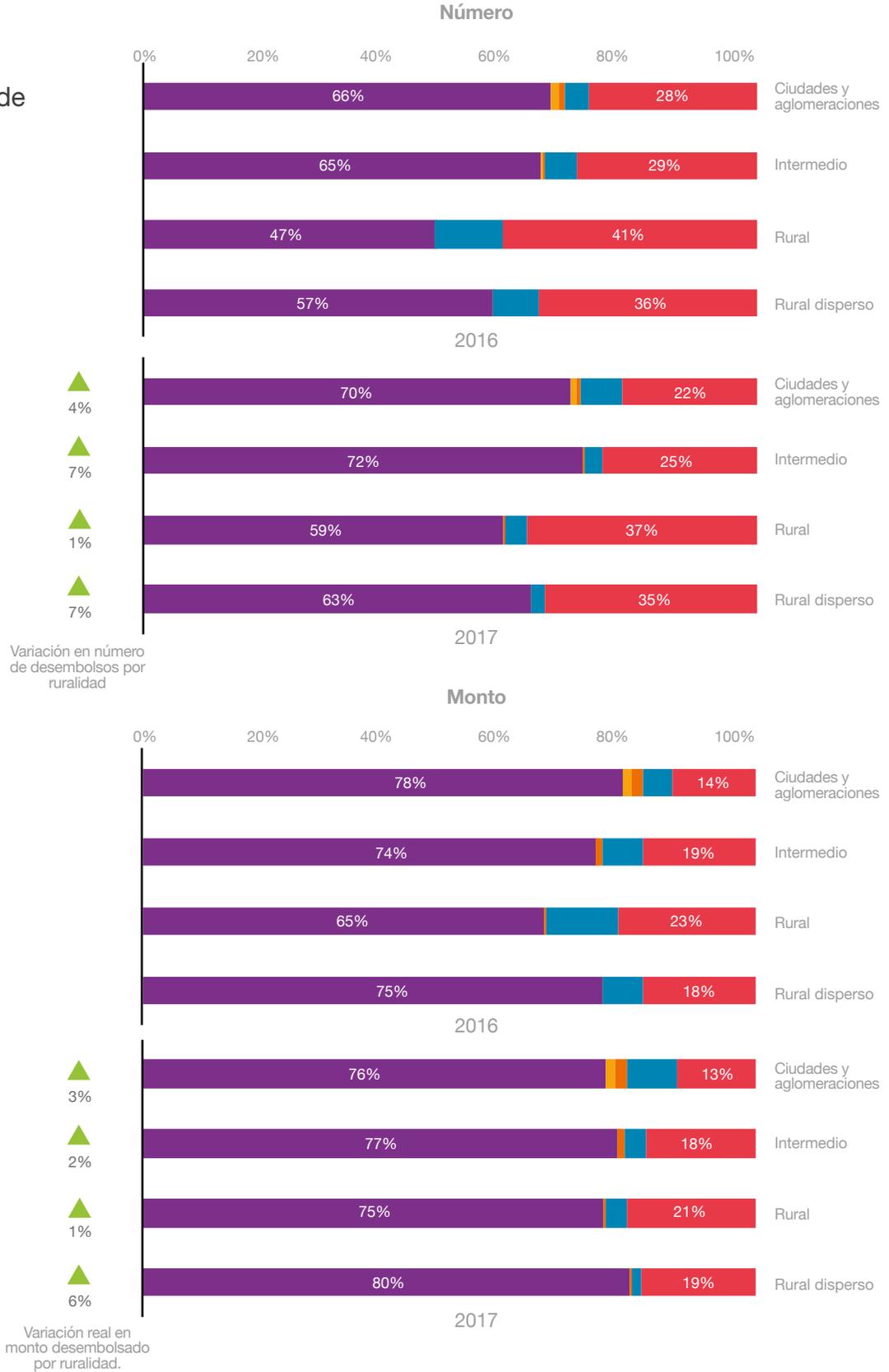


GRÁFICO 5.21
Participación de los desembolsos de microcrédito por nivel de ruralidad

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

GRÁFICO 5.22

Participación del número y monto de desembolsos de microcrédito por tipo de entidad y nivel de ruralidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.



Al igual que en 2016, en 2017 las mujeres registraron una mayor participación que los hombres en las ciudades y aglomeraciones, con 61% de los desembolsos y 53% del monto desembolsado en estas zonas del país. En cuanto a las empresas, si bien aportaron entre el 1% y el 3% del número de desembolsos, se destaca que en los municipios rurales y rurales dispersos éstas aportaron el 10% del monto desembolsado durante los dos últimos años (Gráfico 5.23).

En los diferentes departamentos, la distribución del número de desembolsos de microcrédito mostró un comportamiento más homogéneo frente a las demás modalidades, con 39,3% del total concentrándose en cinco departamentos: 9,8% Antioquia, 8% Valle del

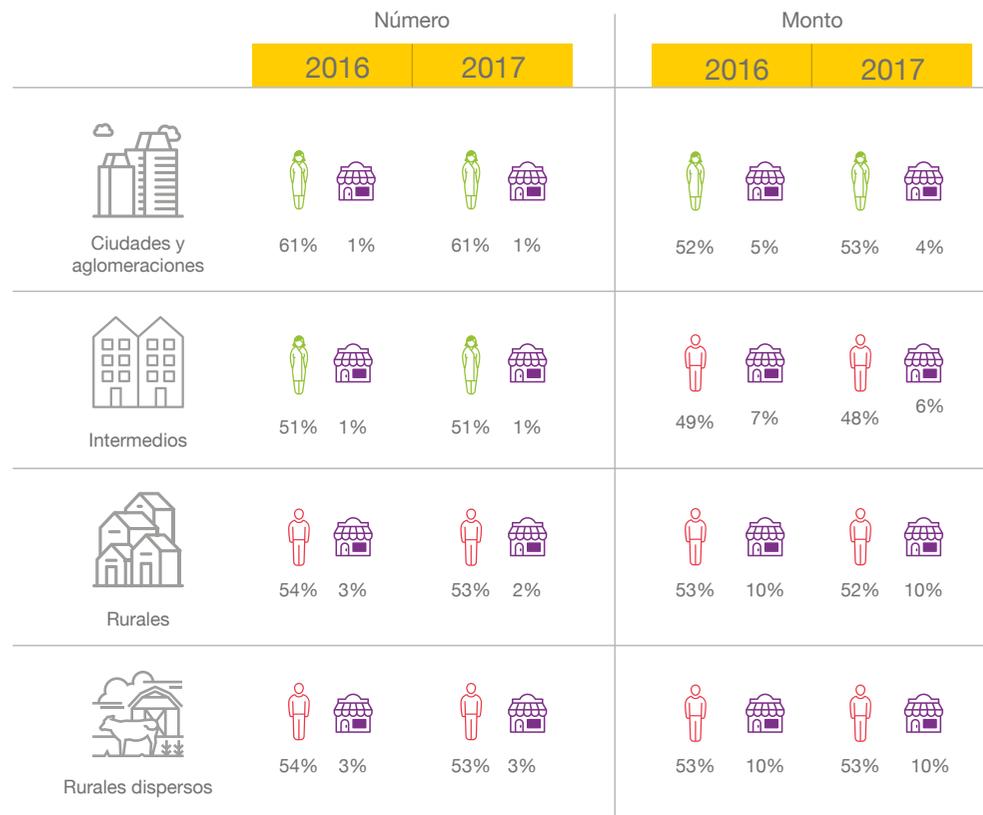
Cauca, 7,8% Santander, 7,2 % Nariño y 6,5% Bogotá D.C (Mapa 5.3).

Así como en 2016, en 2017 se evidenció una mayor concentración de los créditos con montos desembolsados mayores a 4 SMMLV y hasta 10 SMMLV, en 24 de los 33 departamentos del país (incluyendo a Bogotá D.C) presentando una mayor participación frente a los demás rangos (Gráfico 5.4).

Finalmente, durante 2017 los departamentos que registraron una mayor concentración de desembolsos de microcréditos a empresas fueron Antioquia (18,5%), Bogotá D.C (9,6%), Boyacá (9,6%), Cundinamarca (8,2%) y el Valle del Cauca (6%), participaciones que se mantuvieron en los últimos dos años (Gráfico 5.4).

GRÁFICO 5.23
Participación de los desembolsos de microcrédito por género y nivel de ruralidad

-  Mayor participación de mujer
-  Mayor participación de hombre
-  Participación de empresas

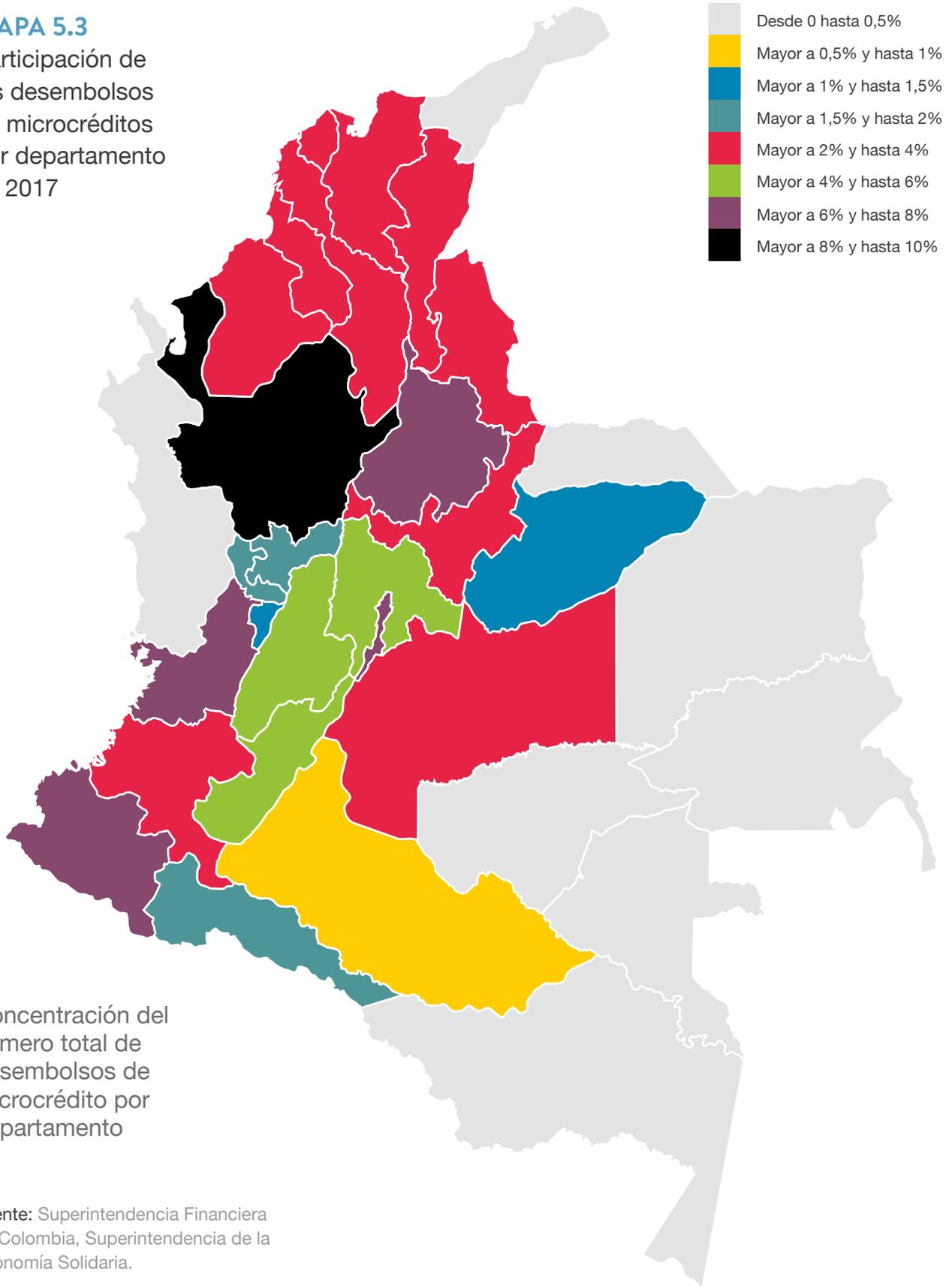


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias.

Nota: La información de género y empresas corresponde únicamente al cuarto trimestre de 2017 de las entidades vigiladas por la SFC.

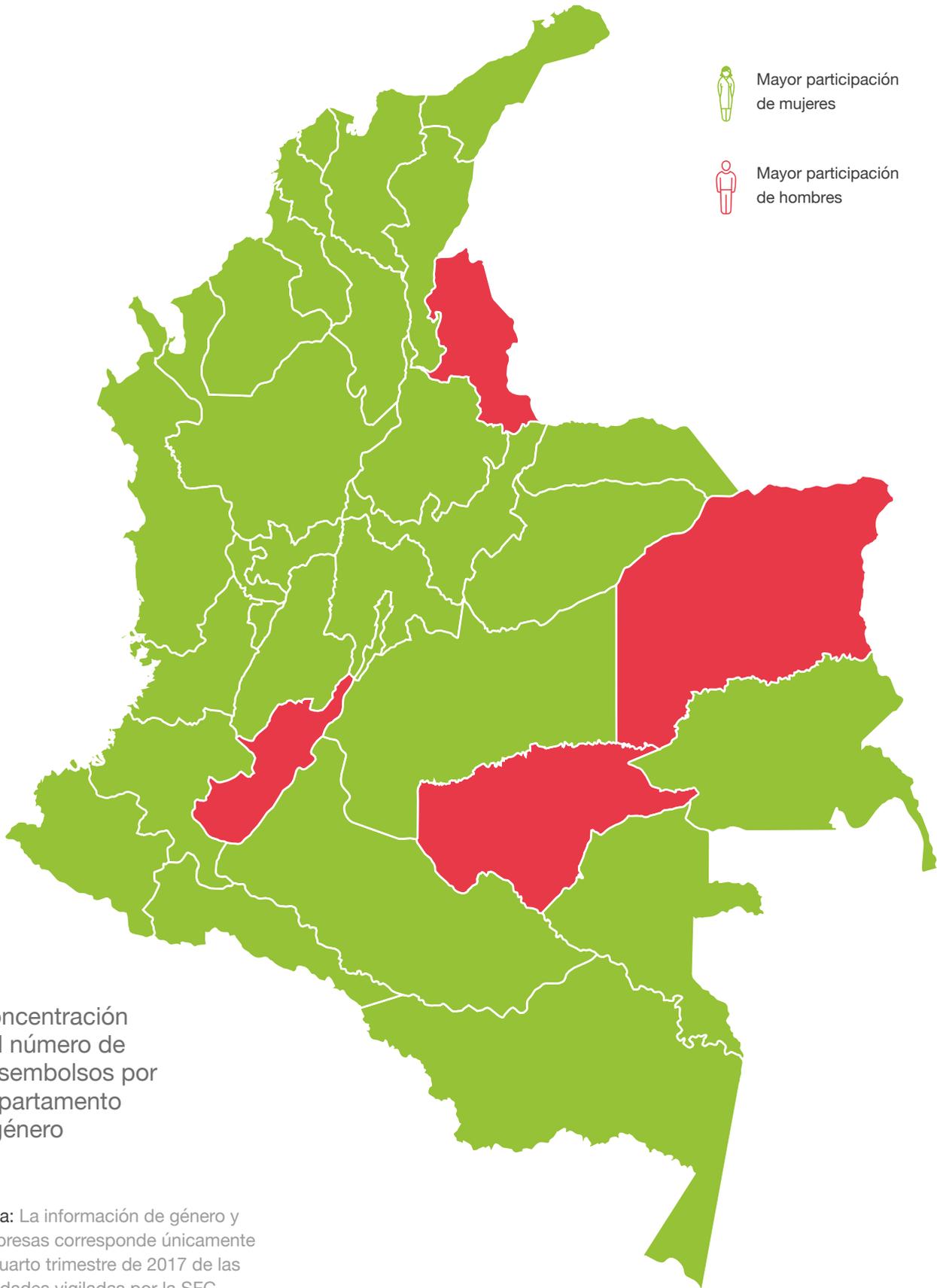
MAPA 5.3

Participación de los desembolsos de microcréditos por departamento en 2017



Concentración del número total de desembolsos de microcrédito por departamento

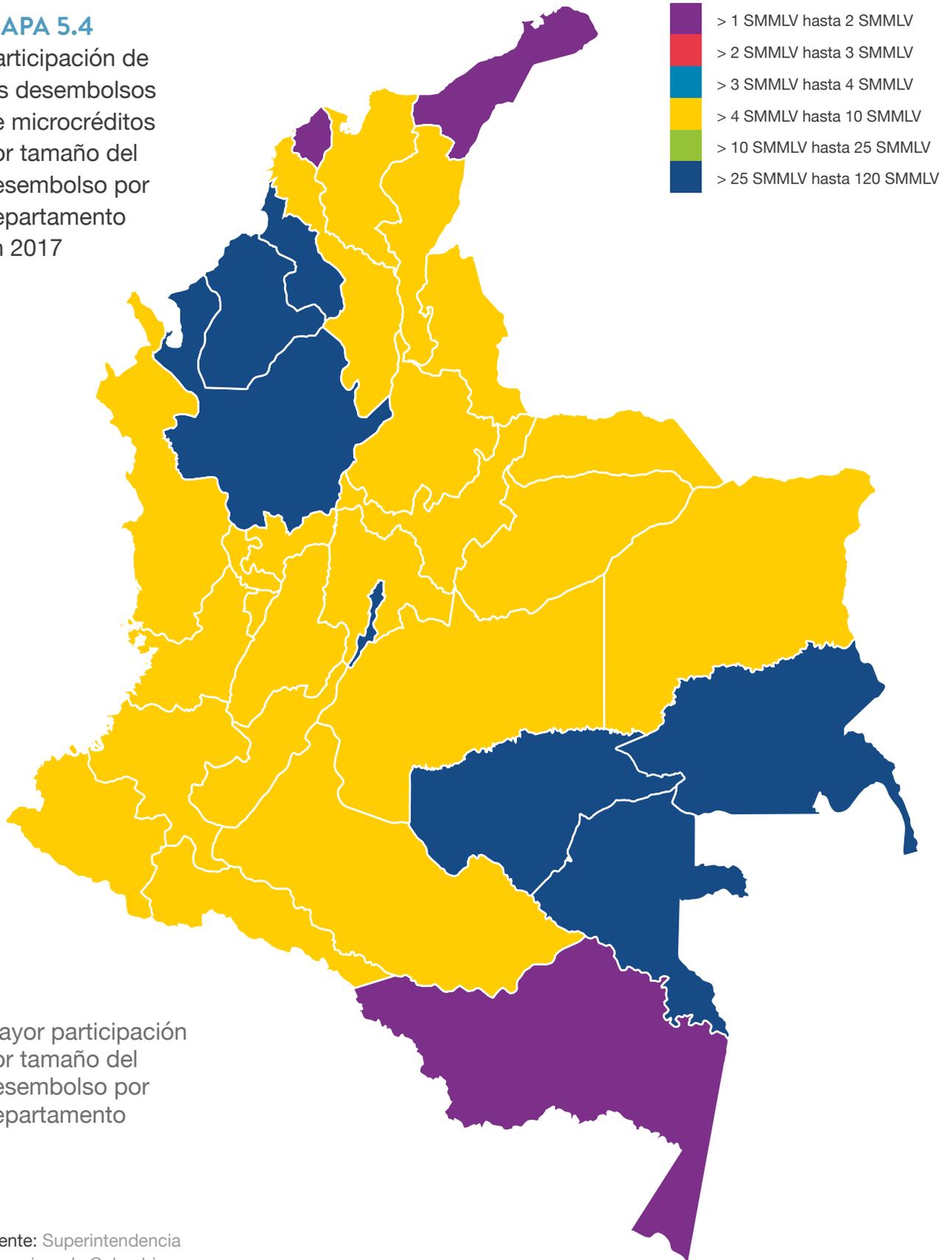
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria.



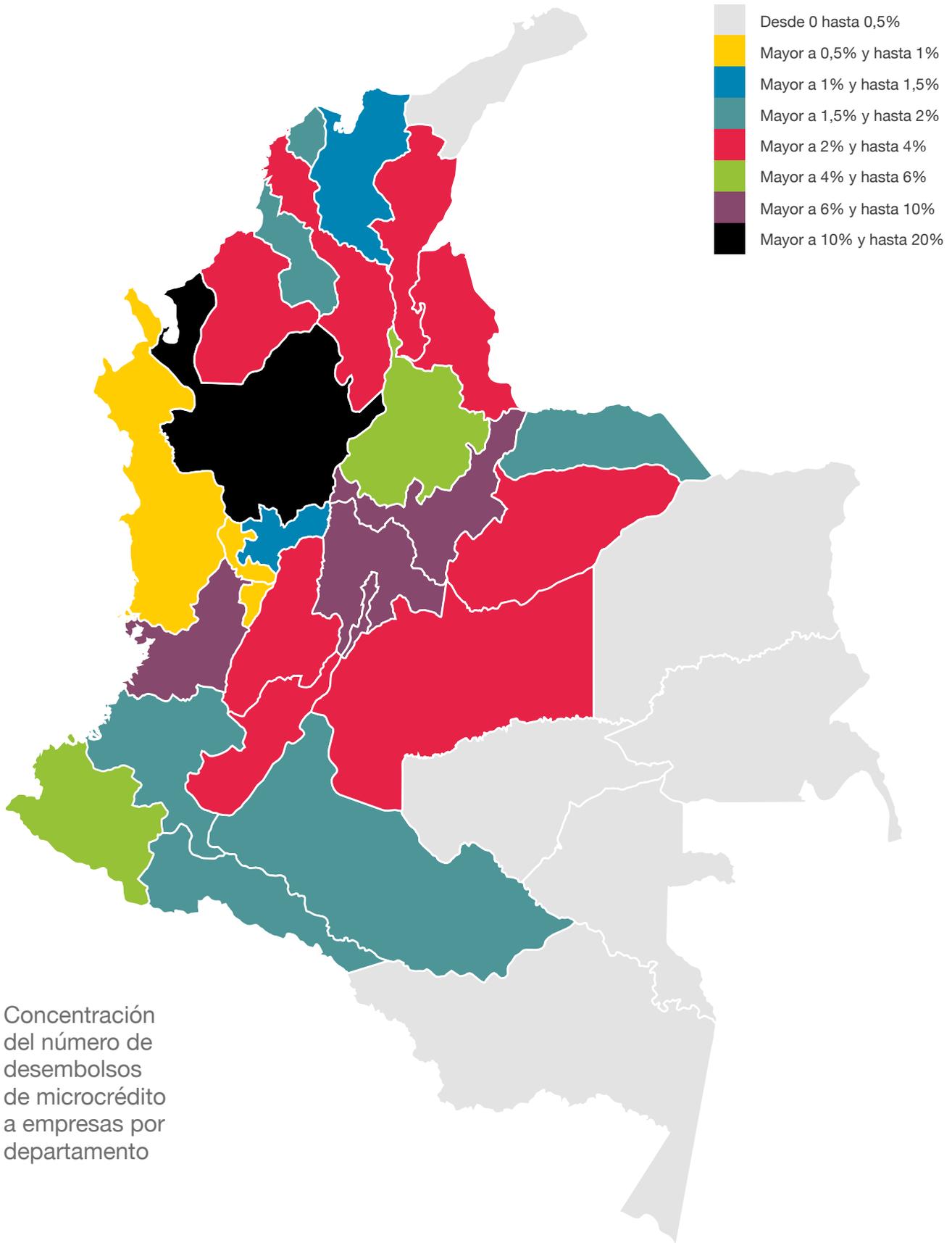
Nota: La información de género y empresas corresponde únicamente al cuarto trimestre de 2017 de las entidades vigiladas por la SFC

MAPA 5.4

Participación de los desembolsos de microcréditos por tamaño del desembolso por departamento en 2017



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



RIF 2017

6



6.

ACCESO Y USO DE SEGUROS

Los seguros son importantes para las estrategias de inclusión financiera dado que permiten que los hogares mitiguen los choques externos, suavicen el consumo, protejan el ahorro y mejoren la gestión de los gastos relacionados con eventos imprevistos como emergencias médicas, una muerte en la familia, robo o desastres naturales. Dada su relevancia, el sector asegurador ha promovido no solo la creación de productos accesibles y asequibles para la población de menores ingresos sino también el diseño de productos innovadores,

que respondan a las necesidades específicas de sus clientes.

Desde la Superintendencia Financiera se desarrolló la Visión 2025, que establece los principios de inclusión, confiabilidad, competitividad y sostenibilidad, con el fin de propender a la consolidación de una oferta integral de seguros. Como una primera medida, se buscó la diversificación de canales de comercialización de seguros masivos y microseguros, para que incluyeran aquellos canales transaccionales simplificados y de bajo costo como lo son el uso de red y los corresponsales de se-

guros. Adicionalmente, promovió el diseño de productos sencillos y rápidos en los procesos de suscripción y pago de siniestros, al permitir que aquellos productos que cumplieran con características de sencillez, universalidad y estandarización pudieran ser comercializados a través de corresponsales. Por último, facilitó la comercialización de productos masivos al excluir de ciertas obligaciones de conocimiento del cliente a seguros cuyo valor asegurado sea menor a 135 SMMLV y el pago máximo bimes-

tral de la prima sea menor o igual a la novena parte de 1 SMMLV¹.

Este capítulo tiene como objetivo analizar el desempeño de la industria aseguradora en Colombia en relación con la inclusión financiera, al identificar avances y oportunidades de mejora por tipo de seguro, ramo y canal de comercialización. Se analizan las principales cifras del sector, el panorama de la industria de seguros en Colombia y la información relevante sobre seguros para la inclusión financiera.

PRINCIPALES CIFRAS 2017

Crecimiento anual de las primas emitidas² **16%**:
Seguros de Personas **30%** y Seguros Generales **4%**

Crecimiento de los ramos asociados a la inclusión financiera³ **14%**:
Seguros de Personas **17%** y Seguros Generales **6%**

Los seguros para la inclusión participan con el **31%** de las primas emitidas:
Seguros de Personas **43%** y Seguros Generales **18%**

1. Estas disposiciones se encuentran publicadas en el Decreto 034 de 2015 y las CE 049, 034 y 050 de 2015 de la SFC.
2. Corresponde a los ingresos por la venta de seguros efectuada por el total de las compañías, descontadas las anulaciones y cancelaciones e incluyendo el coaseguro.
3. Clasificación de ramos para la encuesta de inclusión financiera de la SFC– Carta circular 91 de 2017:
 - Seguros de Personas: Exequias, Accidentes Personales, Vida Grupo Voluntario, Vida Grupo Deudores, Vida Individual, Beneficios Económicos Periódicos y Desempleo.
 - Seguros Generales: Incendio, Terremoto, Sustracción, Hogar y Agropecuario.

Penetración (primas emitidas/PIB) **2,8%**
Seguros de Personas **1,5%** y Seguros Generales **1,3%**

Densidad⁴ del seguro en Colombia (gasto per cápita) **\$530.386**
Seguros de Personas **\$274.854** y Seguros Generales **\$255.533**

En los seguros para la inclusión financiera, las mujeres representan el **44%**:
Seguros de Personas **48%** y Seguros Generales **17%**

Índice de siniestralidad bruta⁵ del sector **50%**:
Seguros de Personas **48%** y Seguros Generales **53%**

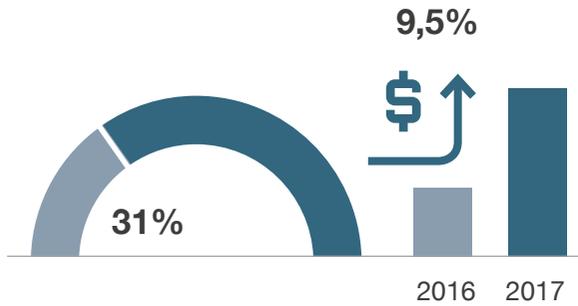
Índice de siniestralidad bruta de los seguros para la inclusión **24%**:
Seguros de Personas **27%** y Seguros Generales **16%**

Tasa de cancelaciones⁶ de los seguros para la inclusión **28%**:
Seguros de Personas **30%** y Seguros Generales **21%**

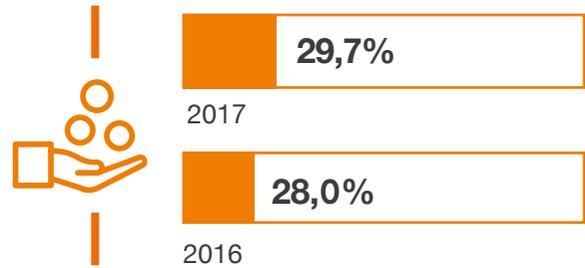
Tasa de objeciones⁷ de los ramos con seguros para la inclusión **24%**:
Seguros de Personas **27%** y Seguros Generales **15%**

-
4. Primas emitidas / Estimación de población total nacional a diciembre 2017. Fuente de los datos: DANE.
 5. El índice de siniestralidad bruta es la relación existente entre el valor de las reclamaciones pagadas y los ingresos por la venta de seguros. Primas emitidas / Siniestros liquidados.
 6. El número de cancelaciones acumuladas sobre el número de pólizas vigentes acumuladas permite dar cuenta del índice de negocios que finalizan coberturas antes de la fecha de fin de vigencia.
 7. La objeción hace referencia al no pago de la indemnización en caso de la reclamación del siniestro por circunstancias que excluyen a la aseguradora de su responsabilidad. La tasa de objeción representa la participación del valor de los siniestros objetados sobre el valor del total de las reclamaciones presentadas, en un tiempo dado.

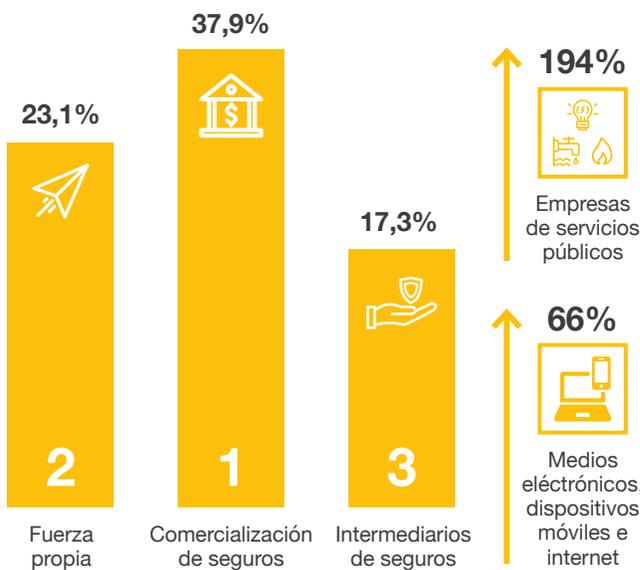
1 El **valor de las primas** emitidas acumuladas de los seguros para la inclusión financiera **ascendió a \$8 billones** participando con el **31,3% de la producción** del sector asegurado y representando un **incremento de 9,5%** real anual y **14% nominal anual**, 2 pp inferior al crecimiento de la industria frente al 2016.



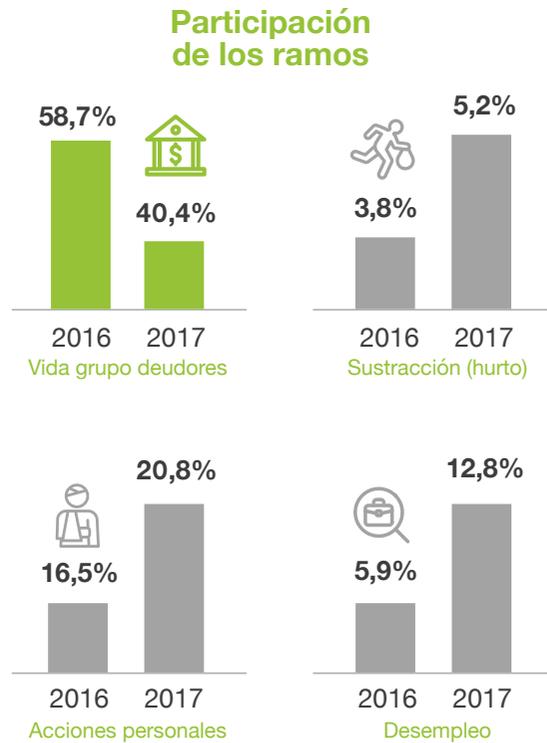
2 En los seguros para la inclusión, el **29,7% de la prima mensual** a pagar por el asegurado fue inferior a **\$20.000**. Los ramos más asequibles fueron **exequias, accidentes personales, beneficios económicos, desempleo, sustracción y vida grupo deudores**.



3 El **uso de red**, esto es, las redes de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, fue **el canal de distribución más representativo** para la comercialización de seguros al tener el **37,9%** del total de asegurados, seguido por **fuerza propia (23,1%)** e **intermediarios de seguros (17,3%)**. Los canales con mayor crecimiento de asegurados fueron las empresas de servicios públicos (**194%**) y los medios electrónicos, dispositivos móviles e internet (**66%**).

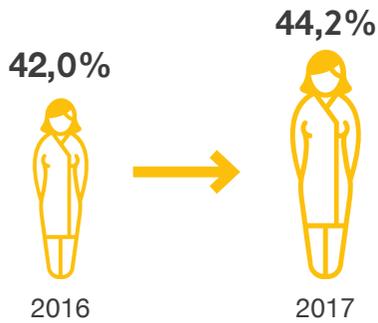


4 Los seguros para la inclusión **incrementaron los nuevos asegurados por seguros diferentes a los colocados a través de créditos**, pólizas obligatorias, es decir, gracias a seguros voluntarios como sustracción, accidentes personales y desempleo.



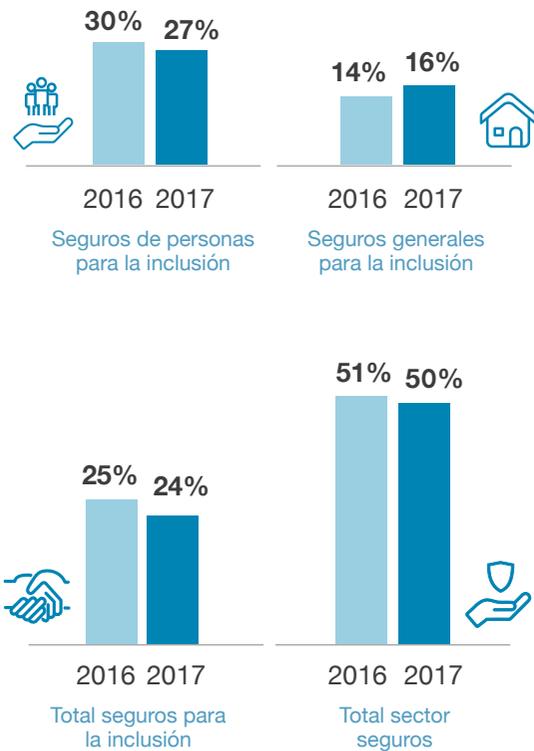
5

Se incrementó en **2,2 pp** la participación de las **mujeres en los seguros** para la **inclusión financiera**, frente al año anterior. Asimismo, se generó un aumento en los canales **instituciones microfinancieras y uso de red**, a través de los ramos **incendio, sustracción, hogar, desempleo** y **vida grupo**.



7

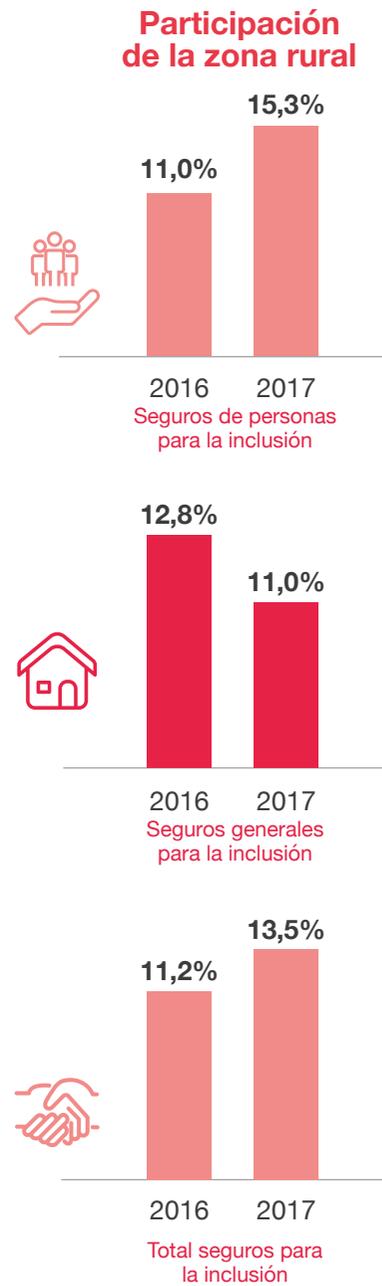
Los seguros para la inclusión financiera presentaron un **índice de siniestralidad bruta de 23,8%, 1,3 pp menos comparado al año anterior** y 26,3 pp por debajo al índice de la industria.



6

El número de personas que utilizaba los servicios financieros formales de seguros aumentó **2,3 pp**.

Estamos avanzando para que los **colombianos de todas las zonas del país** cuenten con mecanismos que les permitan **mantener su bienestar ante la realización del riesgo** e impulsando la prosperidad del territorio rural del país.





6.1. DESEMPEÑO DEL MERCADO DE SEGUROS COLOMBIANO

De acuerdo con la Fundación Mapfre, el índice de penetración⁸ para América Latina, que se ubicó en 3%, es bajo en comparación con el de economías avanzadas, 7%. Esto convierte a América Latina en un mercado clave para la industria de seguros⁹. En 2018, se anticipa un crecimiento para la industria, especialmente en las economías emergentes dado que cuentan con una mayor elasticidad en el crecimiento del sector¹⁰.

En Colombia, todavía se necesita potenciar la penetración de seguros, que sigue siendo baja (índice de penetración del 2,75%), aún cuando el mercado asegurador colombiano ha crecido en los últimos años a través de la innovación en productos y la diversificación en los canales de comercialización.

En los últimos cinco años, el índice de penetración en Colombia pasó de 2,65% a 2,75% (Gráfico 6.1). En este mismo periodo, el crecimiento del sector asegurador fue de 4,7% real anual en las primas emitidas, al llegar a \$26 billones en 2017, impulsado por los ramos asociados a los seguros de vida, con

\$13,5 billones (51,8%), y los seguros generales, con \$12,5 billones (48,2%); y el gasto por persona en seguros aumentó 52,5% real anual, quedando en \$530.386 (Gráfico 6.2).

Por otra parte, el índice de siniestralidad bruta, entendido como la participación de los siniestros pagados a los asegurados y/o beneficiarios frente a los ingresos por venta de seguros, tuvo un comportamiento favorable al pasar de 51% en 2016 a 50,4% en 2017.

De otro lado, los gastos asociados con los costos administrativos y de personal se redujeron en 1,8% real anual y los costos de comercialización en 11,9% real anual, resultando en un factor de gastos de 29,9% a diciembre de 2017.

Por último, el sector presentó ganancias por \$1,9 billones, representando un crecimiento de 2,9% real anual (Gráfico 6.3 y 6.4). La utilidad de la industria se encuentra respaldada, en parte, por los resultados de sus portafolios de inversiones.

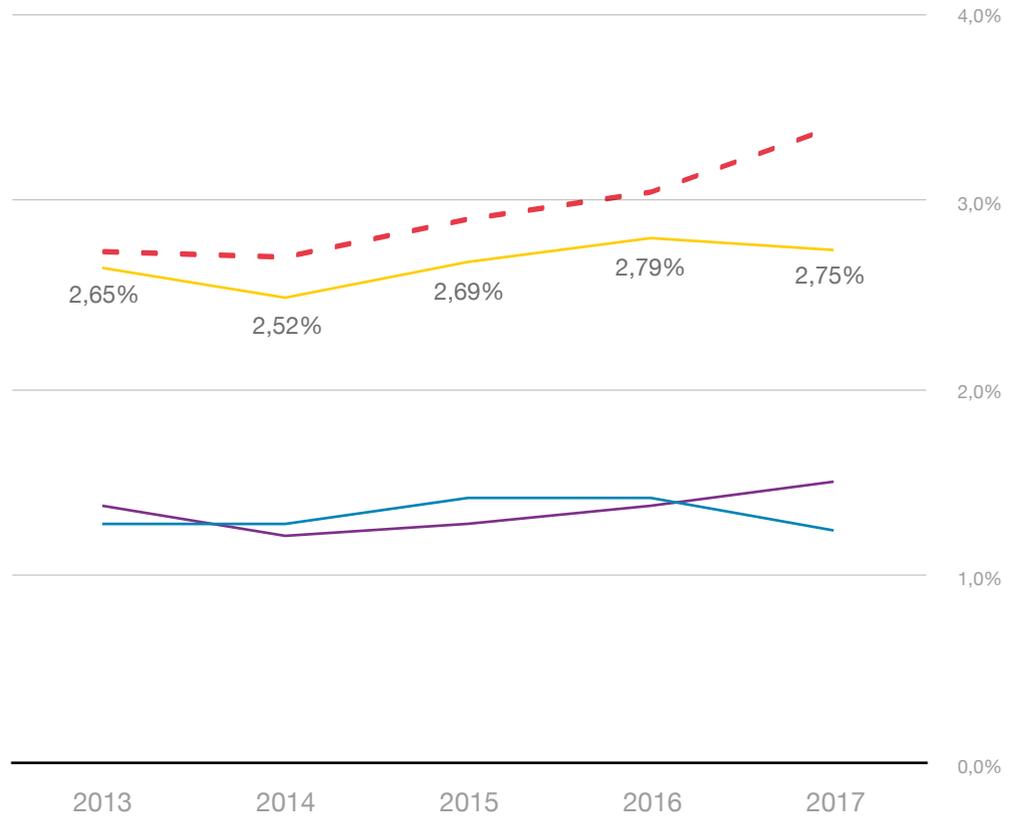
8. Primas emitidas frente al PIB.

9. Fuente: Estudio “El mercado asegurador latinoamericano”. Fundación Mapfre. 2017.

10. Fuente: Servicio de Estudios Mapfre. 2017.

GRÁFICO 6.1
Penetración
histórica

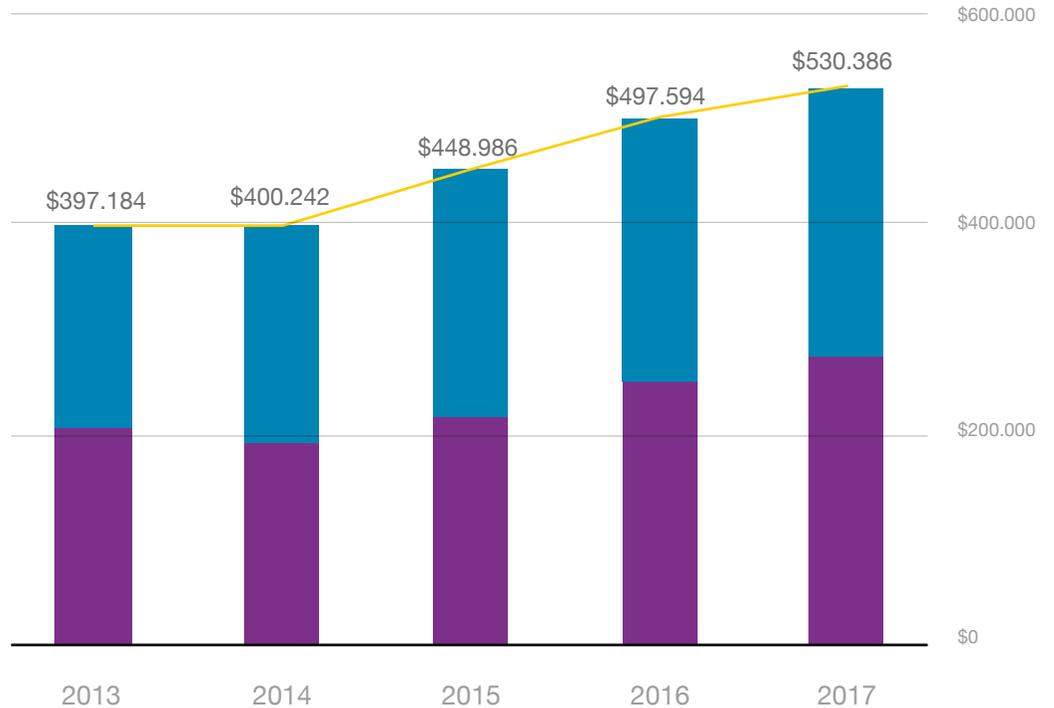
- Personas
- Total sector
- Generales
- - - Promedio América Latina



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 6.2
Densidad¹¹ histórica

- Total sector
- Personas
- Generales



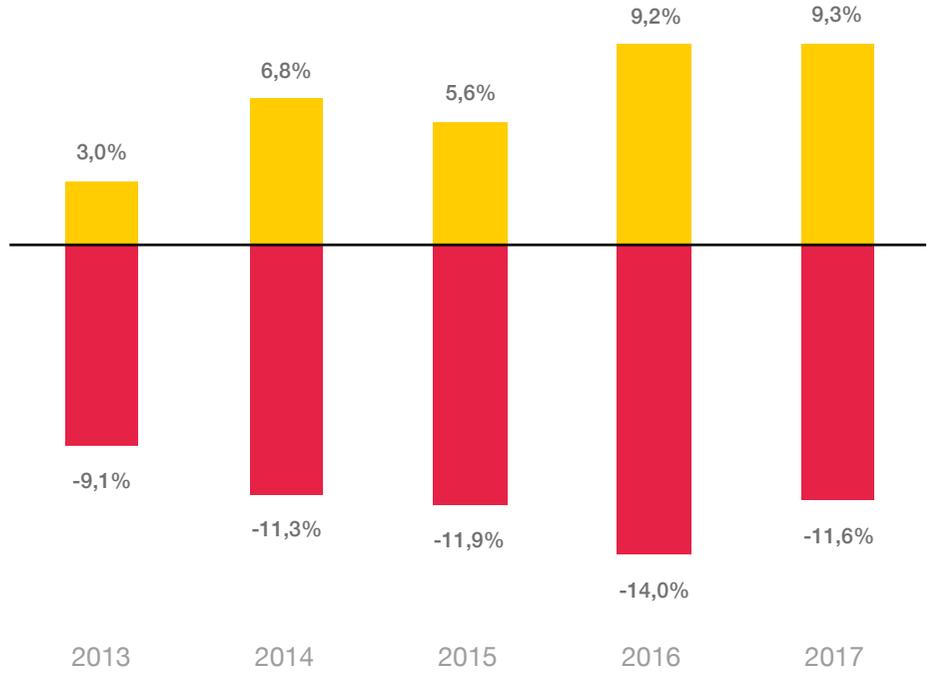
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

11. Primas per cápita, medida en pesos colombianos (COP).

GRÁFICO 6.3

Resultado histórico

■ Resultado del ejercicio/
primas devengadas
■ Resultado técnico/
primas devengadas

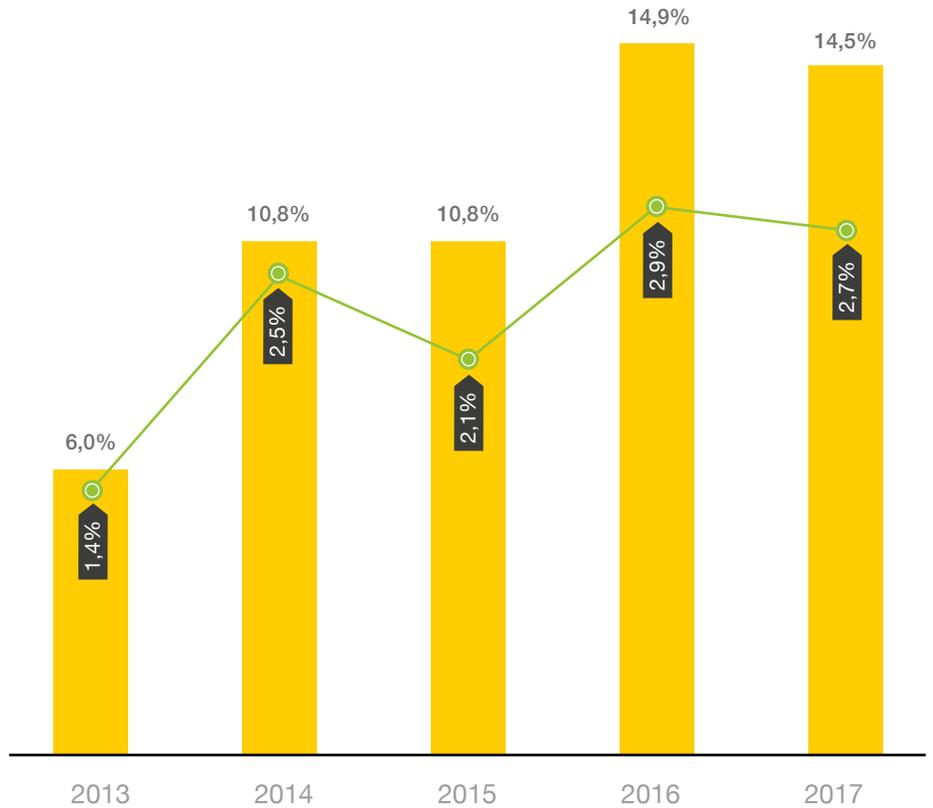


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 6.4

ROE y ROA históricos

■ ROE
— ROA



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

6.2. SEGUROS PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA¹²

Microinsurance Network¹³ lanzó su más reciente publicación sobre el panorama del microseguros en América Latina y el Caribe¹⁴ en la que presenta a Colombia con una cobertura del 12,5%¹⁵ del mercado objetivo para los microseguros, entendido como las personas que viven con ingresos diarios entre US\$1,90 y US\$4. Los países con mayor cobertura fueron Perú y Ecuador (superior al 12,5%), seguidos por México, Colombia y Chile, que cuentan con penetración comprendida entre 10% y 12,5%.

En Colombia, si bien no existe un marco normativo específico que defina seguros inclusivos o microseguros, la Carta Circular 91 de 2017 de la Superintendencia Financiera de Colombia definió los 12 ramos que son considerados importantes para la promoción de la inclusión financiera por características como el riesgo asegurable, el canal de comercialización y el precio del seguro. Los ramos definidos fueron: exequias, accidentes personales, vida grupo voluntario, vida grupo deudores, vida individual, beneficios económicos periódicos, desempleo¹⁶, incendio, terremoto, sustracción, hogar y agropecuario. A través de dicha circular, la Superintendencia Financiera envió una encuesta a las entidades aseguradoras vigiladas buscan-

do obtener información sobre el uso de los productos de seguros de la población, con desagregación por género y por canal de comercialización. Para el propósito de este capítulo, la Superintendencia identificó la información relacionada con estos ramos y la presenta de manera agregada como seguros para la inclusión financiera.

-
12. La información presentada en este capítulo corresponde a cifras suministradas por las aseguradoras según Carta Circular 91 de 2017 – Superintendencia Financiera de Colombia.
 13. Microinsurance Network es la plataforma global para profesionales y organizaciones que se comprometen a hacer que el seguro sea inclusivo. Esta red cuenta con la participación de más de 70 organizaciones y 30 miembros individuales de más de 30 países alrededor del mundo. <https://www.microinsurancenetwerk.org>
 14. Microinsurance Network (2017). The Landscape of Microinsurance in Latin America and the Caribbean 2017. The World Map of Microinsurance. Final report.
 15. Personas que viven con US\$1,90 y US\$4 por día y que tienen microseguro / Personas que viven con US\$1,90 y US\$4 por día.
 16. En la sección de seguros para la inclusión financiera, la clasificación de los seguros de personas incluye el ramo desempleo.

PRIMAS EMITIDAS¹⁷

En 2017, el valor total de las primas emitidas acumuladas asociadas a los seguros para la inclusión financiera ascendió a \$8 billones, lo que equivale a un 31,3% frente a la producción total del sector asegurado y representa un incremento de 9,5% real anual y 14% nominal anual, 2 pp inferior al crecimiento nominal de la industria (Gráfico 6.5). Este crecimiento fue impulsado

principalmente por los seguros de personas, al pasar de 7,3% en 2016 a 17,1% en 2017 (Gráfico 6.6).

Dentro de los seguros de personas, los ramos vida grupo deudores y vida grupo volun-

17. Primas Emitidas: Primas emitidas directas + Primas aceptadas en coaseguro - Cancelaciones y/o anulaciones primas emitidas directas y coaseguro + Primas aceptadas y/o cedidas por Cámara de Compensación SOAT.

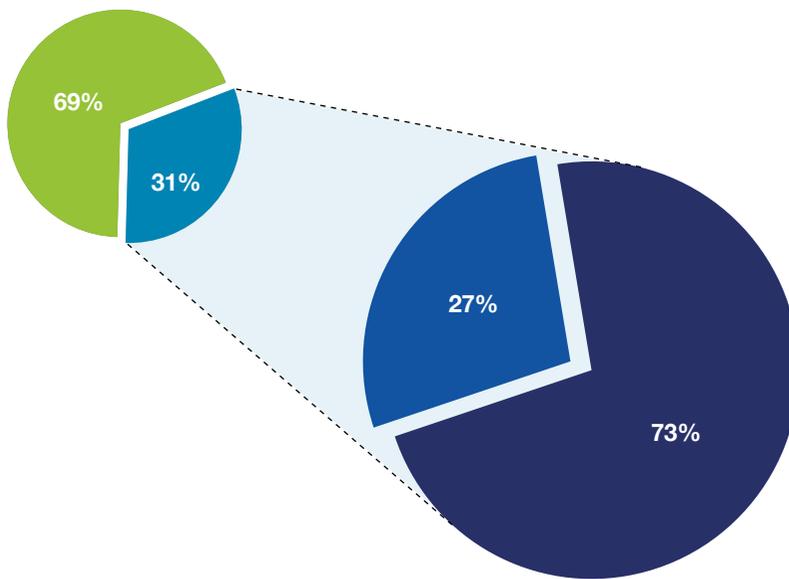
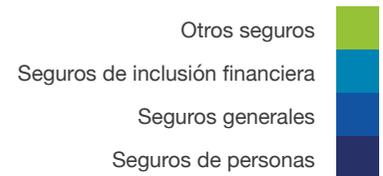


GRÁFICO 6.5

Participación de las primas emitidas de los seguros para la inclusión financiera



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

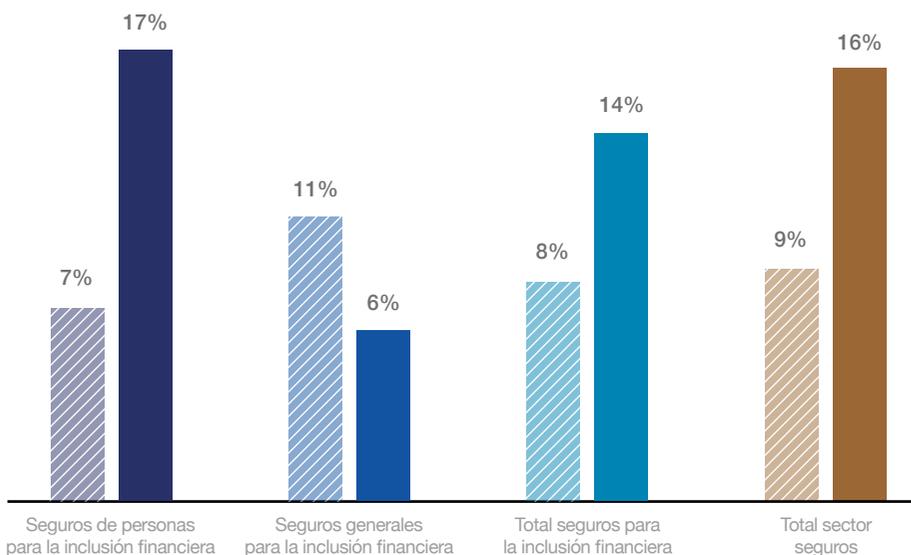
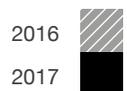


GRÁFICO 6.6

Crecimiento de las primas emitidas de los seguros para la inclusión financiera



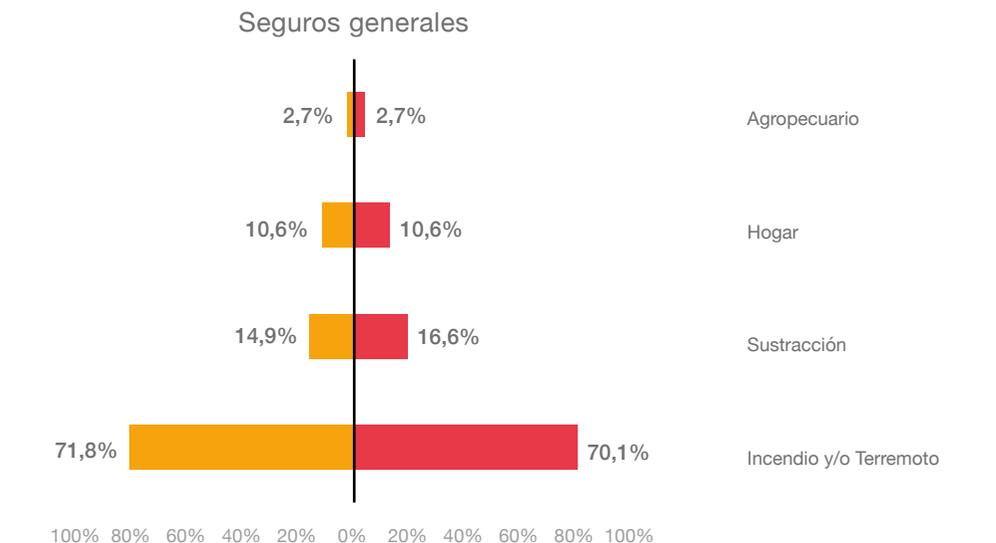
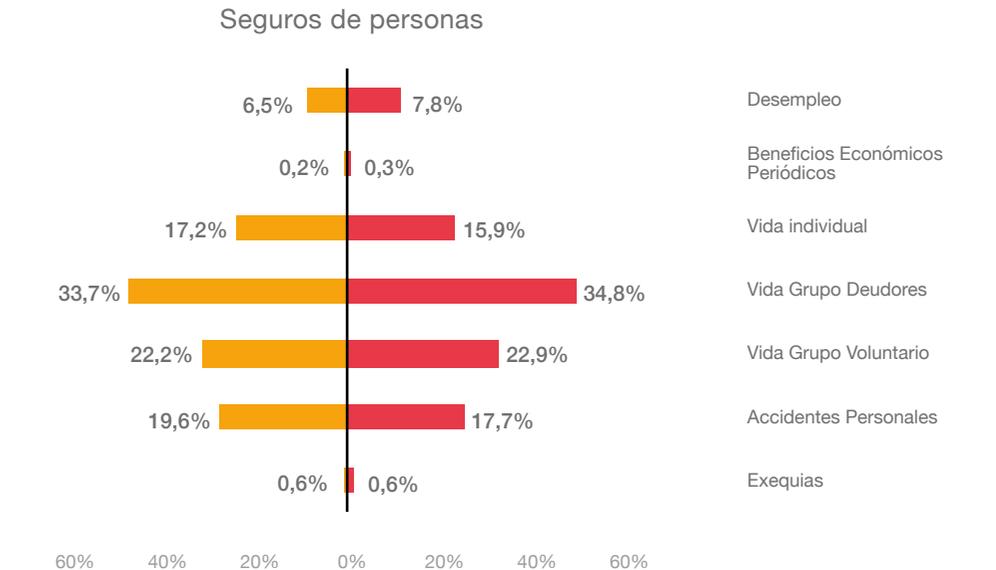
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

tarios representaron el 57,7% del total. El ramo con mayor incremento en su participación fue desempleo, al aumentar 1,3 pp, resultado del crecimiento de las primas en 35,7% real anual, variación importante ya que el ramo fue recientemente aprobado para algunas compañías aseguradoras (Gráfico 6.7).

Para los seguros generales, en 2017 el 70,1% de las primas emitidas correspondió a los ramos incendio y terremoto. El ramo con mayor crecimiento en las primas emitidas frente al 2016 fue sustracción, con un 14,1% real anual (Gráfico 6.7).

El valor de las primas de seguros es uno de los componentes más importantes para incentivar la inclusión al sector, ya que puede ser una barrera para el acceso a servicios financieros. En 2017, el 29,7% del total de primas emitidas en los productos asociados a los seguros para la inclusión tuvo una prima promedio mensual inferior a \$20.000 (28% en el 2016). Los ramos más asequibles fueron exequias, accidentes personales, beneficios económicos periódicos, desempleo, sustracción y vida grupo deudores (Gráfico 6.8).

GRÁFICO 6.7
Distribución de las primas emitidas asociadas a los seguros para la inclusión financiera, por ramo



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

ASEGURADOS

En 2017, el número de asegurados vigentes¹⁸ aumentó 7,7% frente al año anterior.

El uso de Red se posicionó como el canal de distribución más representativo para la comercialización de seguros en Colombia, al tener el 37,9% del total de asegurados, seguido por fuerza propia (23,1%) e intermediarios de seguros (17,3%). Los canales con mayor crecimiento de asegurados fueron las empresas de servicios públicos y los medios electrónicos, dispo-

sitivos móviles e internet, alcanzando aumentos de 193,6% y 66% real anual, respectivamente (Gráfico 6.9).

Aunque para el año 2017 el uso de red continuó siendo el canal que más contribuyó a la colocación de seguros, su participación en el total de nuevos asegurados por año disminuyó en 15,9 pp, al pasar de 76,7% en 2015 a 60,8% en 2017. Este resultado se dio, principalmente, por la reducción en la contribución del ramo vida grupo deudores al número total de riesgos asegurados.

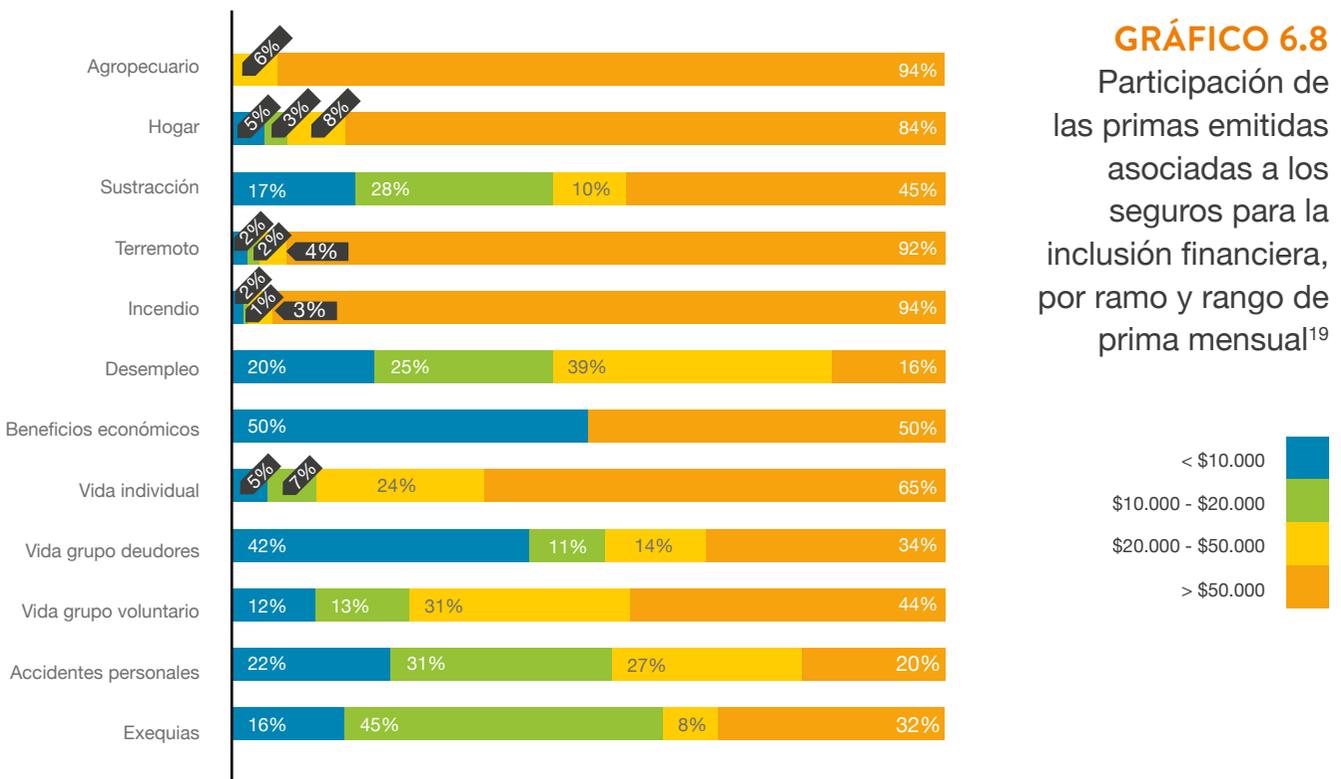


GRÁFICO 6.8
Participación de las primas emitidas asociadas a los seguros para la inclusión financiera, por ramo y rango de prima mensual¹⁹

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

18. El número de asegurados vigentes hace referencia al número de asegurados con pólizas vigentes a diciembre del año en estudio (2015, 2016 y/o 2017).

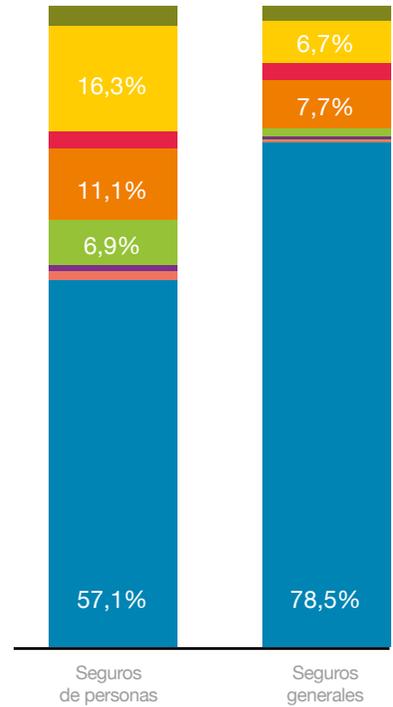
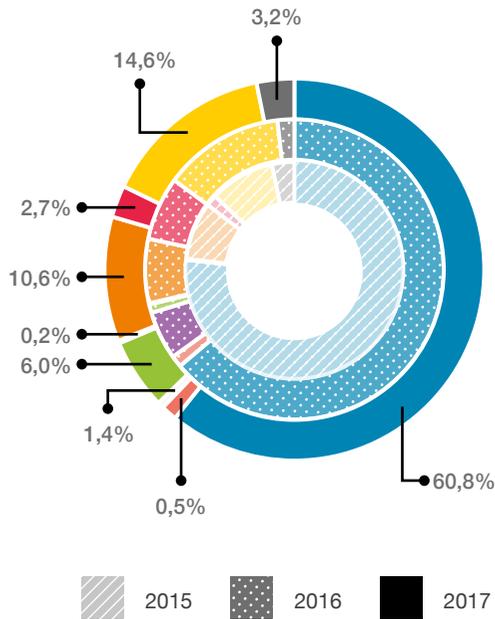
19. La prima mensual hace referencia al valor en pesos de las primas emitidas pagadas mensualmente por el asegurado.

GRÁFICO 6.9

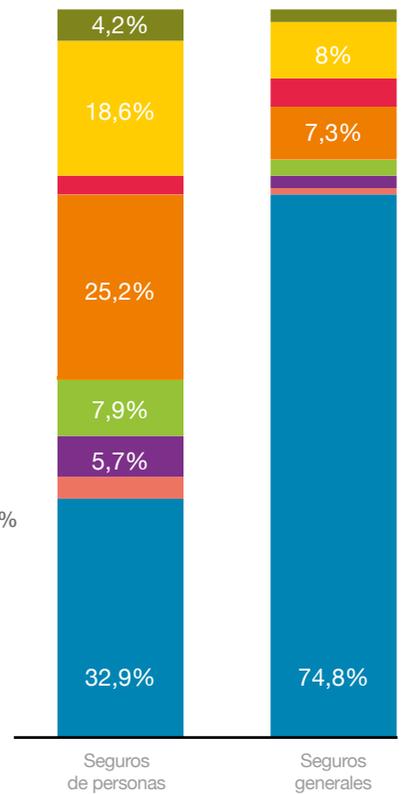
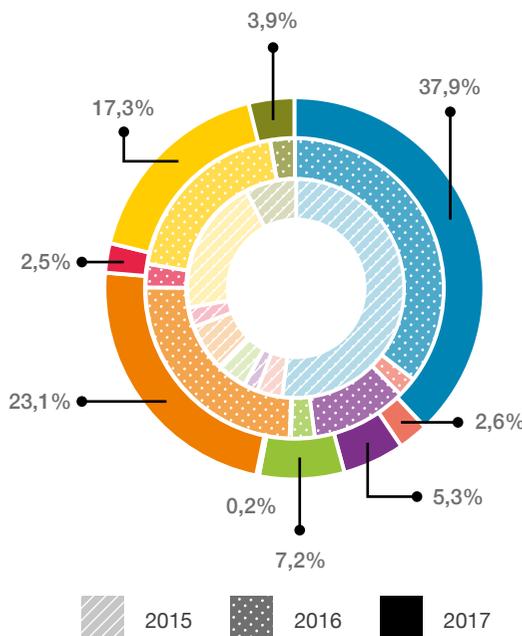
Evolución de la participación de los seguros para la inclusión financiera, por canal de venta

- Uso de Red
- Instituciones microfinancieras
- Sector solidario
- Empresas de servicios públicos
- Medios electrónicos, dispositivos móviles e internet
- Fuerza propia
- Tiedas y grandes superficies
- Intermediarios de seguros
- Otros

Participación del número total de nuevos riesgos asegurados



Participación del número de asegurados vigentes



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Al revisar los datos por tipo de seguro, se evidencia que, si bien el 88% de los asegurados vigentes en los seguros para la inclusión financiera en 2017 fueron clientes de seguros de personas, su participación fue inferior frente al periodo anterior en 3 pp. El número de nuevos riesgos asegurados a través de los seguros generales aumentó su parti-

cipación sobre el total en 10,8 pp, al pasar de 6,4% a 17,2% (Gráfico 6.10).

Los nuevos asegurados con seguros para la inclusión financiera ingresaron principalmente por el ramo vida grupo deudores (40,4%), participación que ha disminuido desde 2015 (Gráfico 6.11). Esta situación puede ser interpretada de manera positiva, ya que

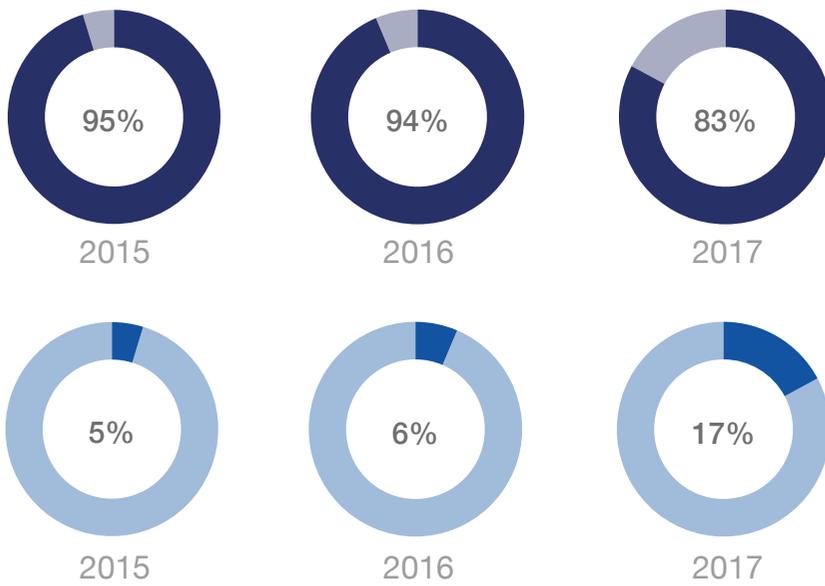
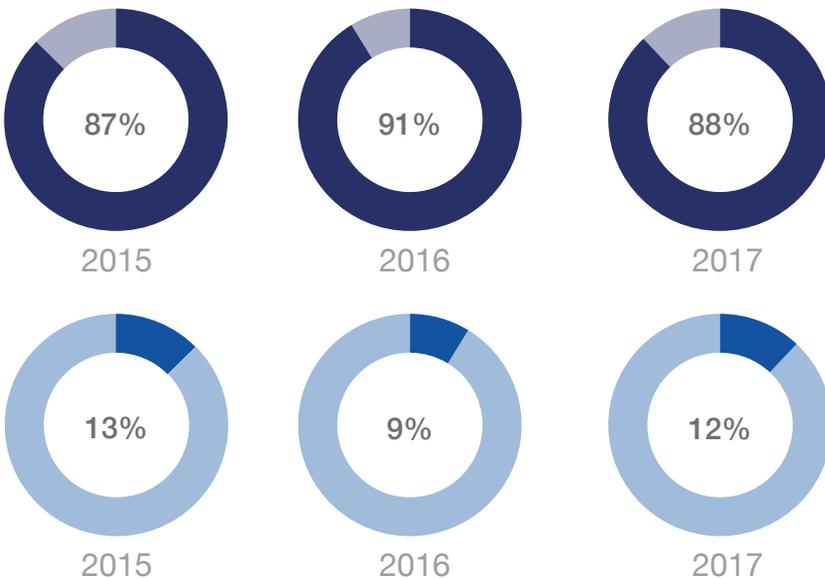


GRÁFICO 6.10

Evolución en la participación de los seguros para la inclusión financiera, por tipo de seguros

Participación del número total de riesgos asegurados en el año

Seguros de personas
Seguros generales



Participación del número de asegurados vigentes

Seguros de personas
Seguros generales

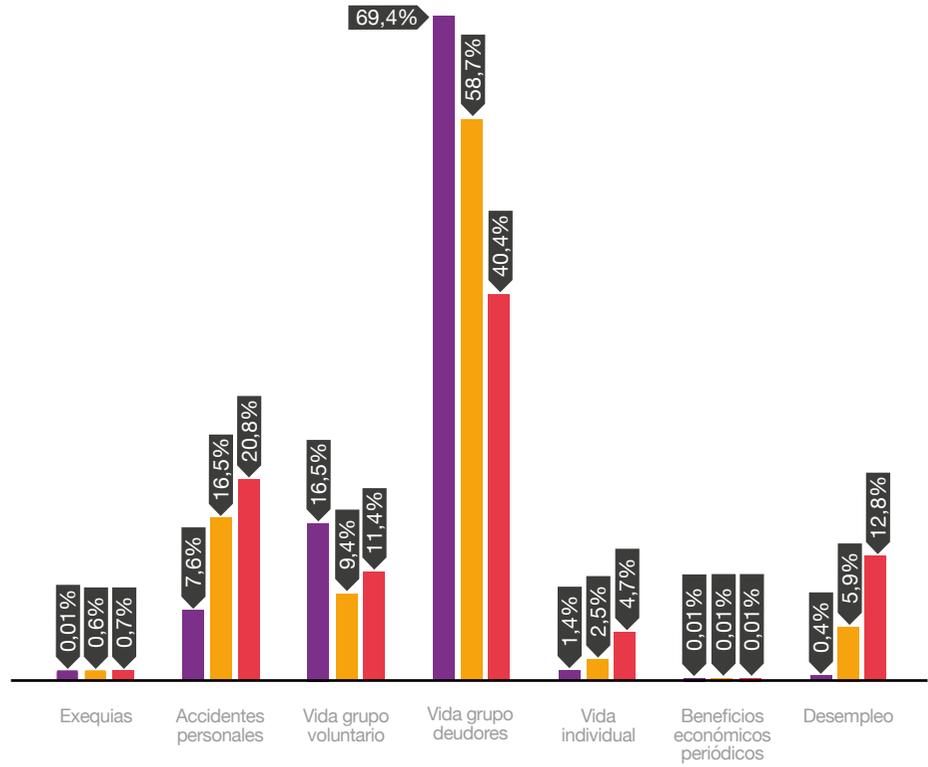
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 6.11

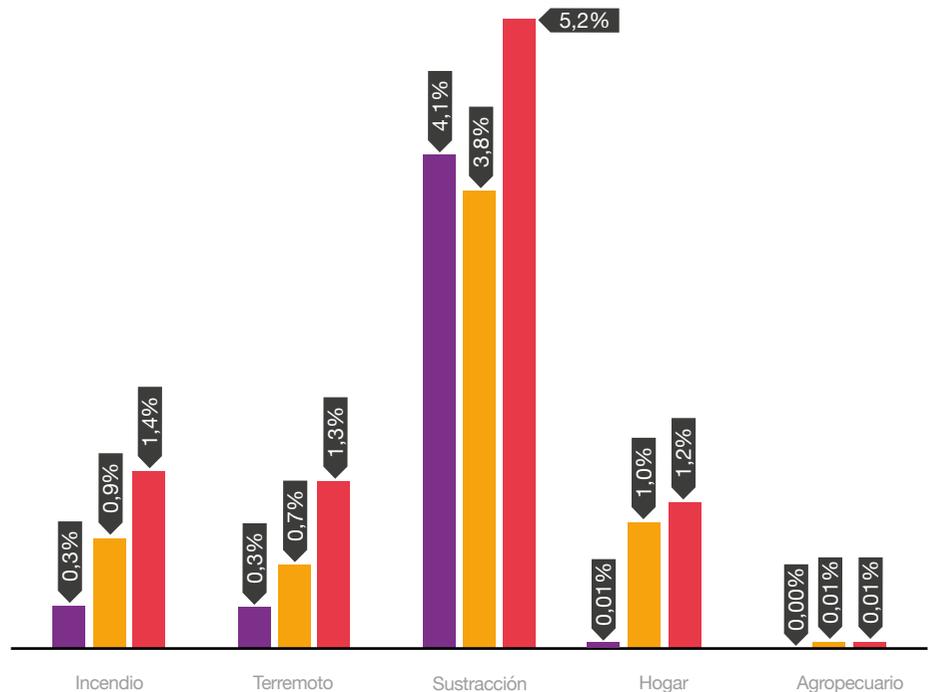
Evolución de la participación del número total de nuevos riesgos asegurados en seguros para la inclusión financiera, según ramo



Seguros de personas



Seguros generales



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



indica que el crecimiento de los seguros para la inclusión está impulsado por seguros diferentes a los colocados a través de créditos y otras pólizas obligatorias, como los seguros voluntarios de sustracción, accidentes personales y desempleo.

En cuanto a los ramos de inclusión financiera, los de accidentes personales y vida grupo deudores registraron el mayor número de asegurados vigentes, con participaciones de 31,2% y 30,1%, respectivamente (Gráfico 6.12). De los ramos asociados a los seguros generales, sustracción fue el que más contribuyó a la evolución de la inclusión financiera, ya que aumentó en 4,8 pp su participación en el número de asegurados.

Al revisar la participación de los nuevos asegurados por canal de distribución y ramos en 2017 se encontró que (Gráfico 6.13):

- Los seguros de exequias se comercializan principalmente a través de tiendas y grandes superficies.
- La fuerza propia y los intermediarios se vieron impulsados con la colocación de pólizas de accidentes personales, vida individual, incendio, terremoto, hogar y agropecuario.
- El canal que menos contribuyó al aumento de asegurados de los seguros para la inclusión financiera fue el sector solidario²⁰.

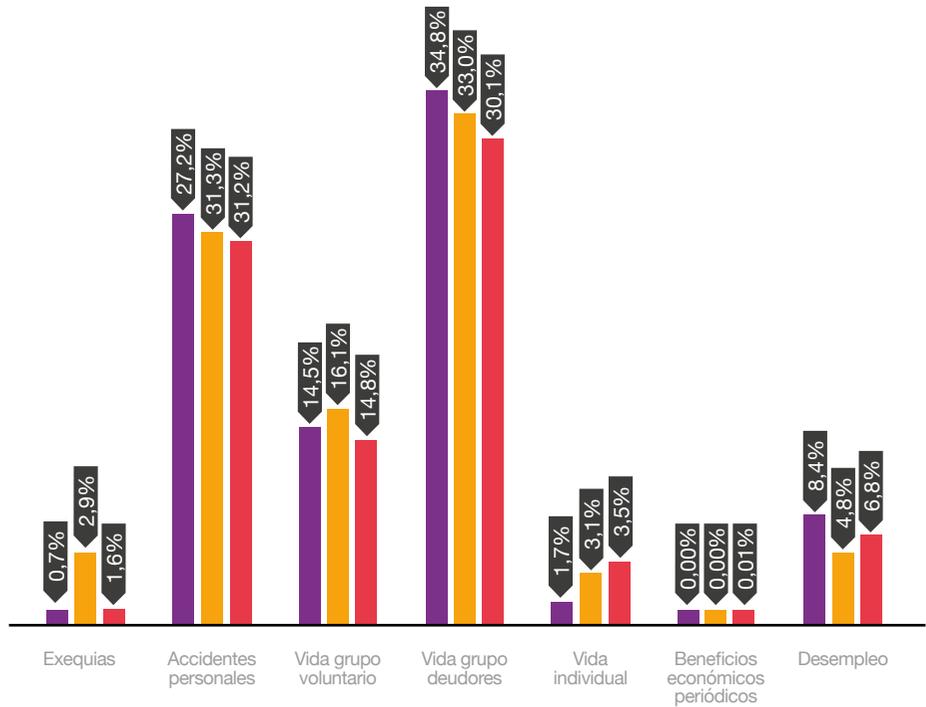
20. Canal de comercialización, correspondiente a cooperativas no vigiladas por la SFC y fondos. De conformidad con la ley, se entienden como cooperativas los fondos de empleados, mutuales, sindicatos y demás entidades del sector solidario.

GRÁFICO 6.12

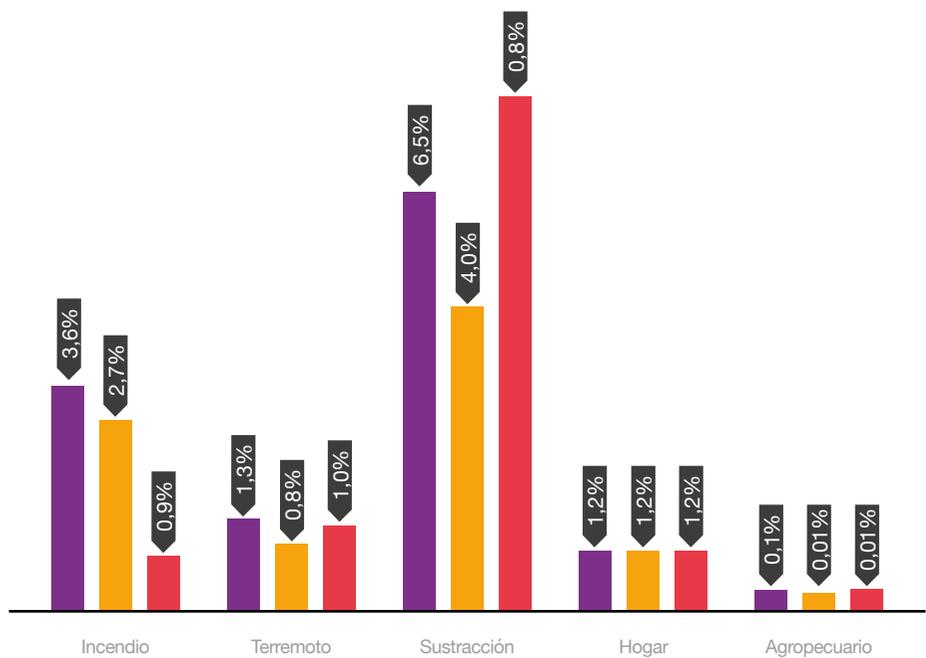
Evolución de la participación del número de asegurados vigentes (seguros de inclusión financiera), según ramo



Seguros de personas

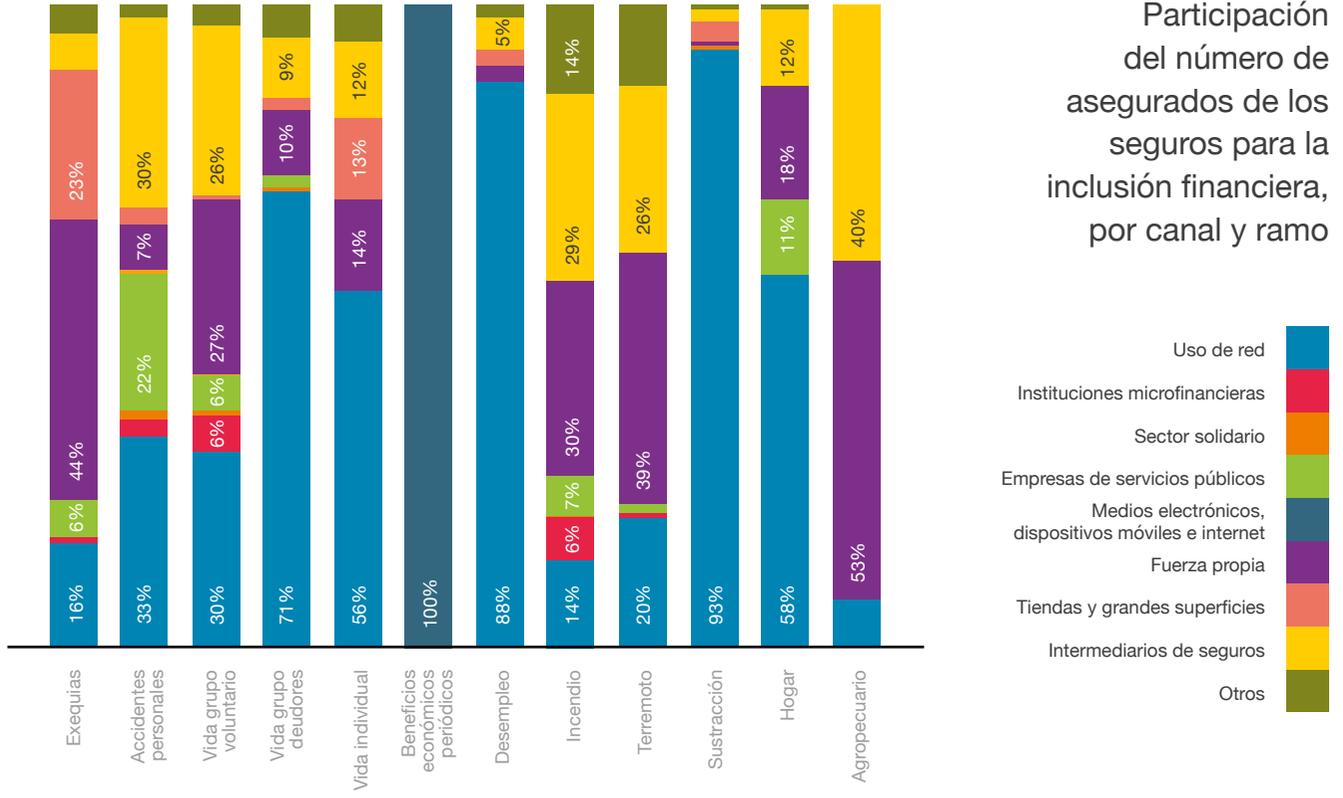


Seguros generales

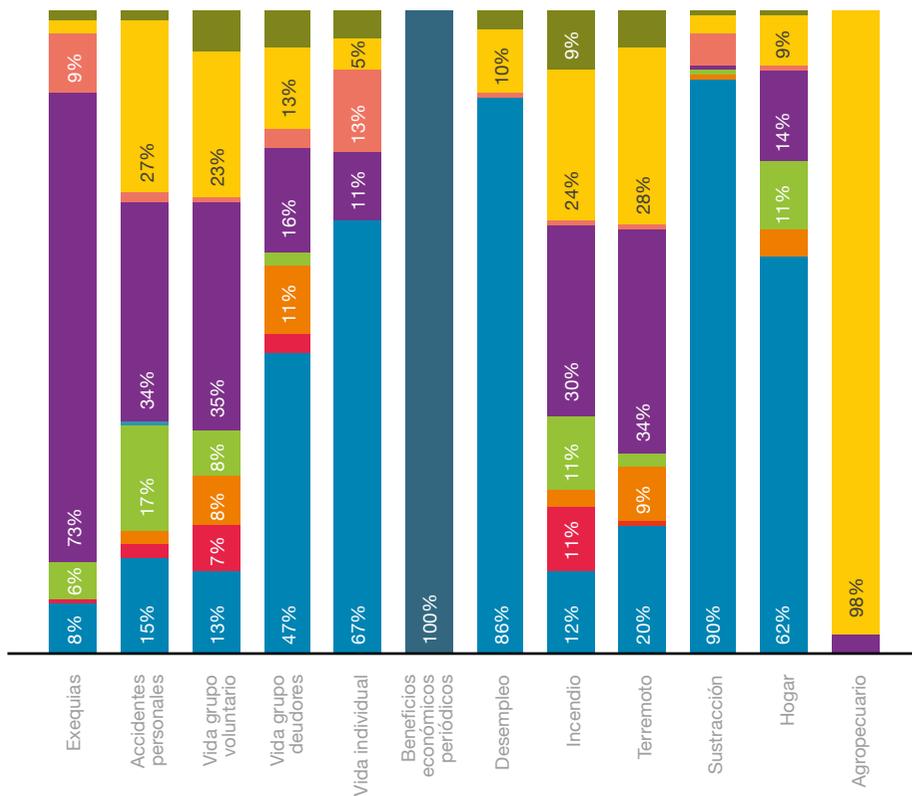


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Participación del número total de nuevos riesgos asegurados en el año



Participación del número de asegurados vigentes



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

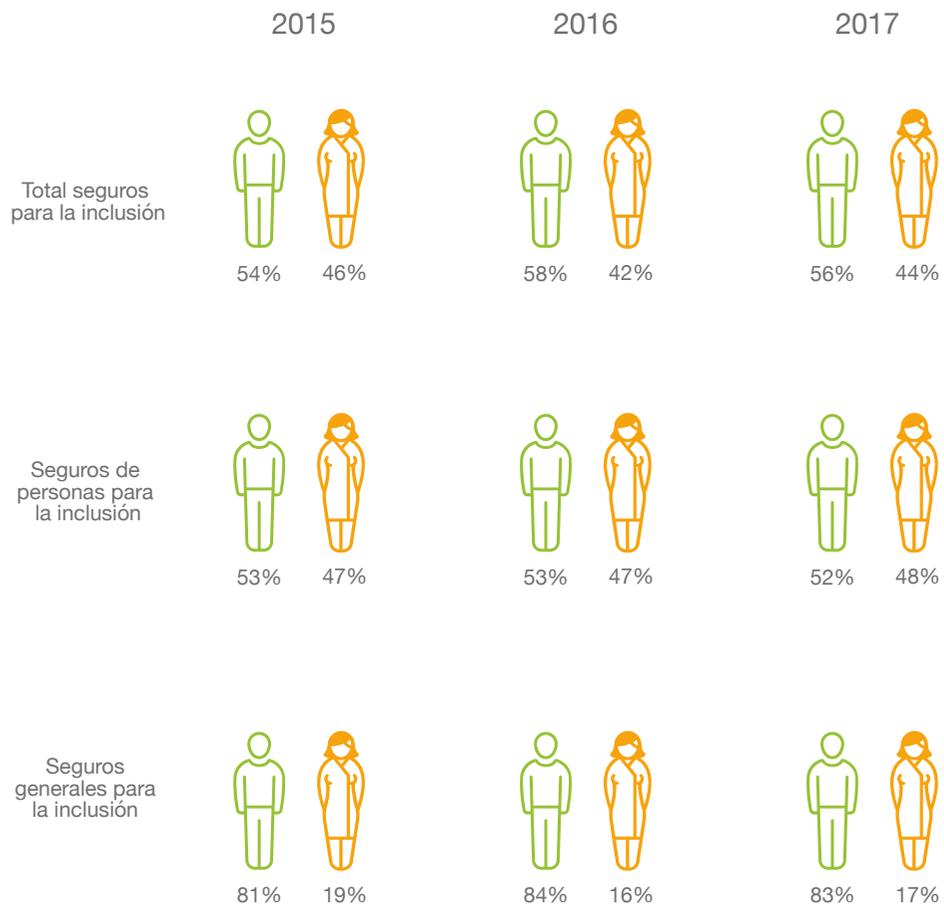
Frente a la distribución por género, en 2017, el 56% de los asegurados en los seguros para la inclusión eran hombres y el 44% mujeres. Entre 2016 y 2017, la participación de las mujeres en los seguros para la inclusión financiera se incrementó en 2 pp, impulsada por el incremento en el número de asegurados mujeres en los seguros de personas y generales. Este resultado puede atribuirse al esfuerzo del sector por diseñar productos diferenciados por género, como lo son las pólizas con co-

berturas de enfermedades propias del hombre y la mujer y/o los que ofrecen coberturas para objetos específicos al género femenino (accesorios, bolsos, entre otros).

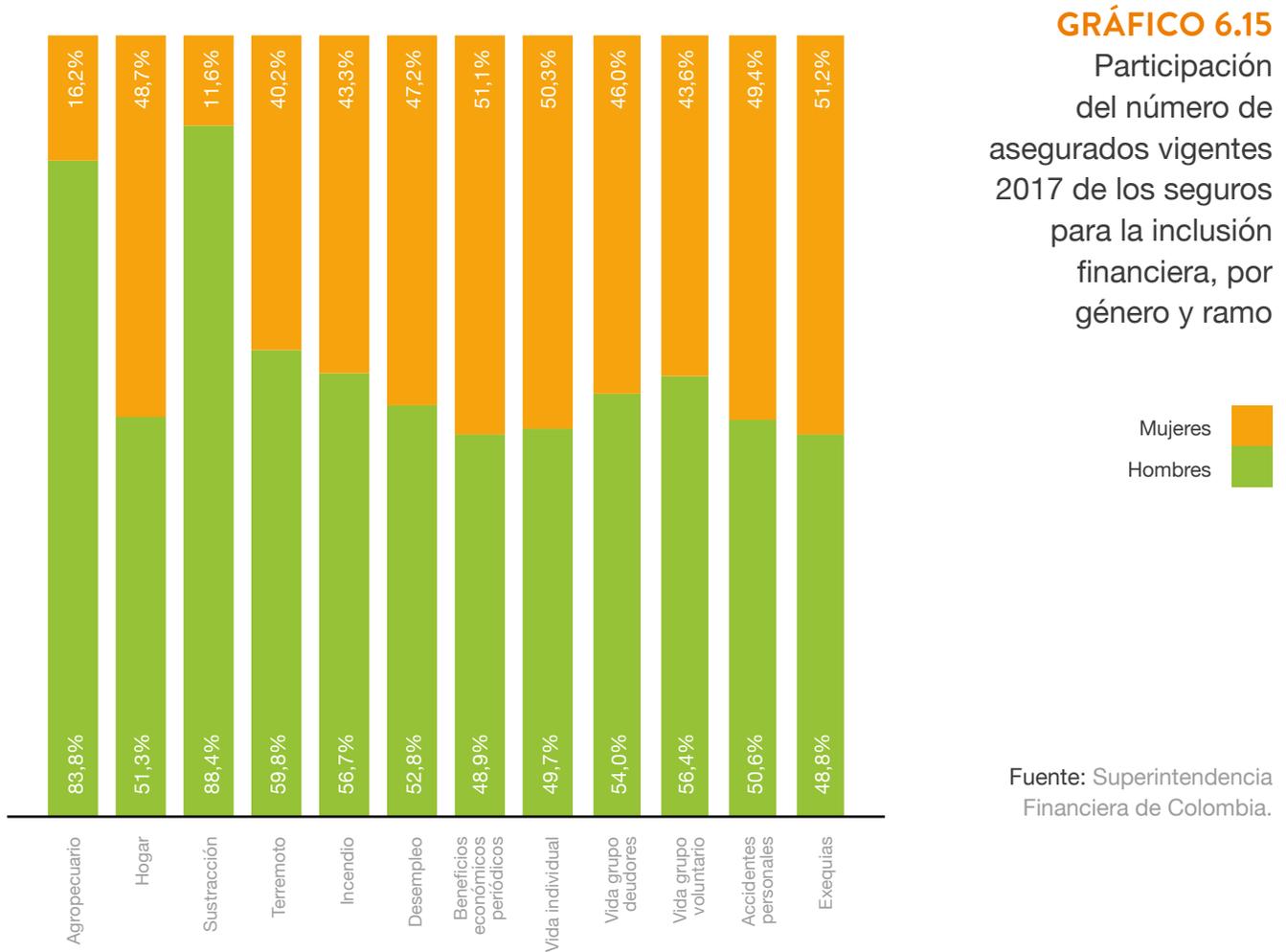
Al revisar los datos por ramo y género, se evidencia una distribución equilibrada a excepción de los ramos de sustracción y agropecuario, que contaban con una mayor participación de hombres, 88% y 84%, respectivamente (Gráfico 6.15). Los ramos que presentaron un mayor crecimiento de asegurados mujeres fue-

GRÁFICO 6.14

Evolución de la participación del número de asegurados vigentes de los seguros para la inclusión financiera, por género



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

ron beneficios económicos periódicos (7 pp), vida grupo voluntario (3 pp) y vida grupo deudores (3 pp) y los ramos que presentaron un mayor crecimiento de número de asegurados hombres fueron sustracción (14 pp) y hogar (9 pp).

El canal de venta con mayor participación de asegurados vigentes hombres fue el de uso de red (61,1%) mientras que las empresas de servicios públicos fueron el canal con mayor representación femenina en sus productos

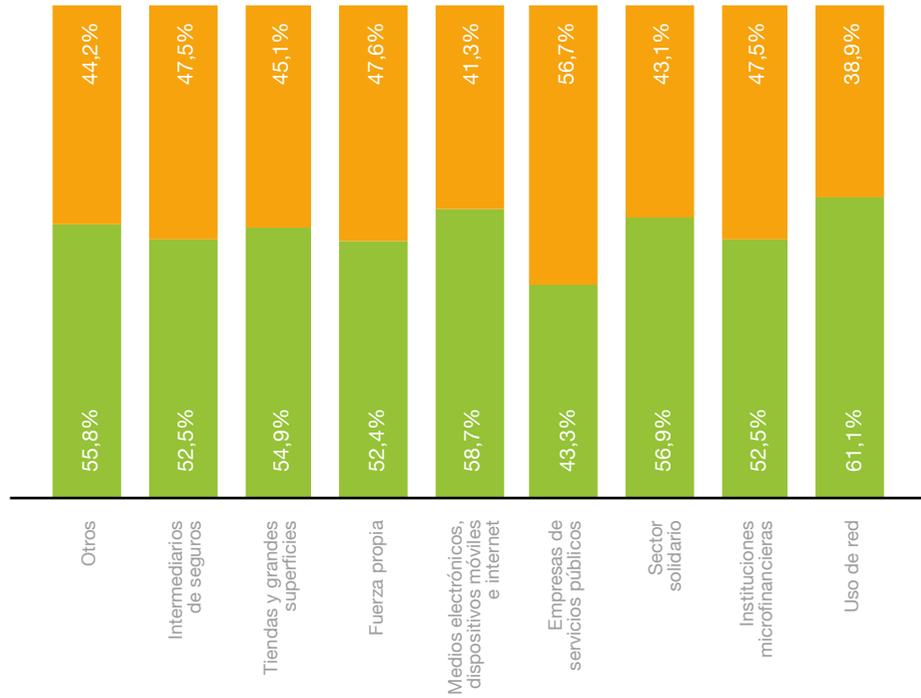
(56,7%). Al revisar la variación de participación femenina por canal y ramo, se observó que los mayores crecimientos se presentaron en las instituciones microfinancieras²¹ y uso de red a través de los ramos incendio, sustracción, hogar, desempleo y vida grupo.

Uno de los propósitos de la inclusión financiera es lograr productos accesibles que garanticen el cubrimiento de las necesidades de la población, sin importar su ubicación geo-

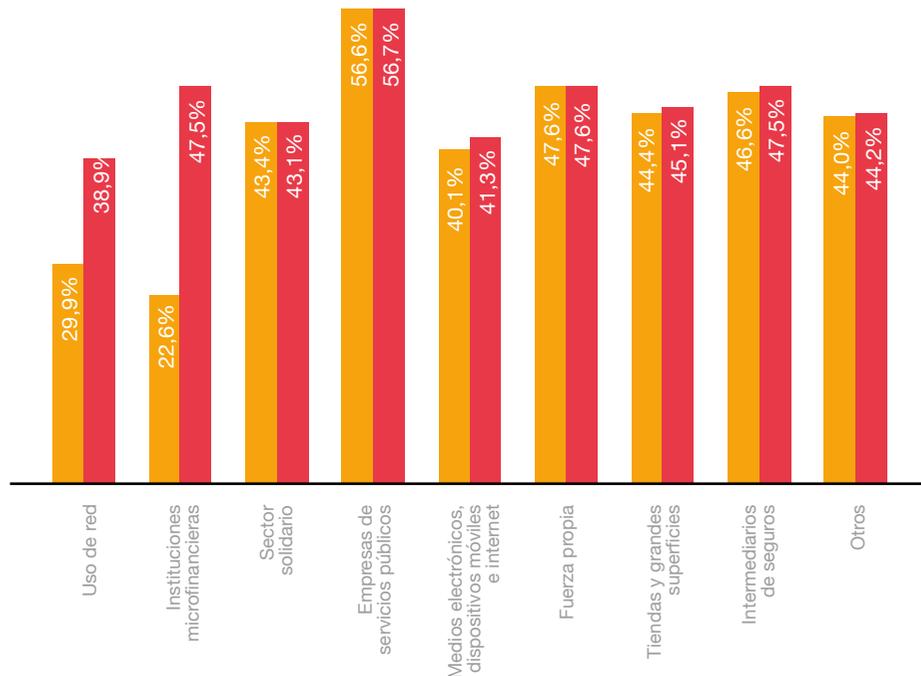
21. Canal de comercialización, correspondiente a las fundaciones y ONG.

GRÁFICO 6.16

Participación del número de asegurados vigentes 2017 de los seguros para la inclusión financiera, por género y canal de venta



Variación en la participación del número de asegurados vigentes mujeres



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

gráfica. En el sector asegurador, se puede observar un crecimiento de 3 pp en el número de asegurados que viven en municipios rurales y rurales dispersos durante 2017 (13,5%). Este crecimiento significa un progreso frente a los objetivos de inclusión financiera a través de seguros, que busca que los colombianos de todas las zonas del país cuenten con mecanismos que les permitan mantener su calidad de vida, garantizar la tranquilidad de sus familias para cumplimiento de los objetivos a largo plazo y soportar crisis financieras ante emergencias inesperadas.

El ramo con mayor crecimiento de clientes ubicados en la zona rural fue incendio, que presentó un incremento del 13,3%, siendo el ramo con más participación de asegurados vigentes en esta zona (24,8%). Las coberturas básicas de esta póliza que son más atractivas para los habitantes de las zonas rurales y rurales dispersos son incendio, explosiones, daños por agua, inundaciones y avalanchas.

El canal de comercialización con mayor concentración de asegurados vigentes ubicados en la zona rural fue intermediarios de seguros (32,4%), seguido de medios electró-

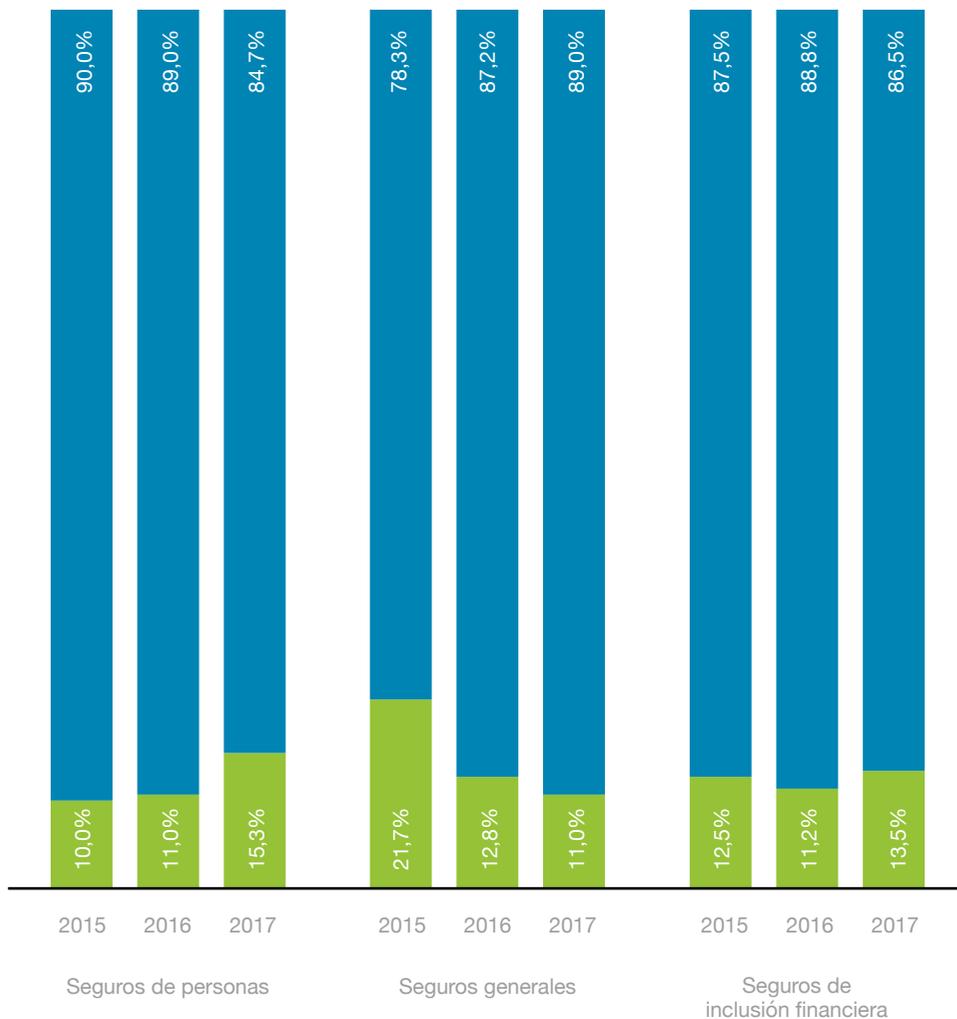


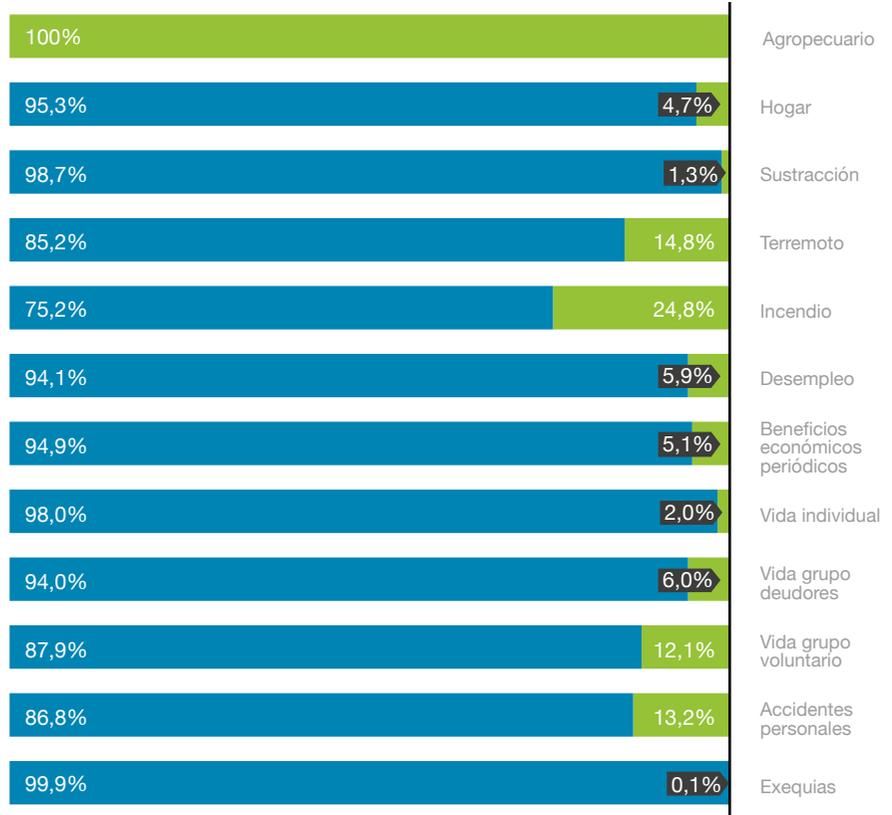
GRÁFICO 6.17

Evolución de la participación del número de asegurados vigentes de los seguros para la inclusión financiera, por tipo de zona

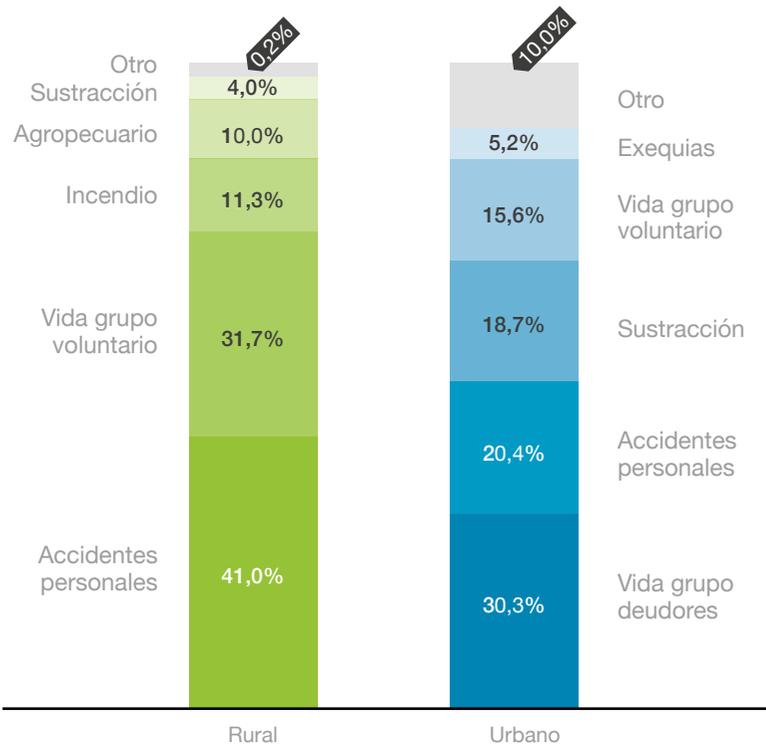
Rural ■
Urbano ■

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 6.18
Participación del número de asegurados vigentes 2017 en los seguros para la inclusión financiera, por tipo de zona y ramo



Top 5 de los ramos por zona

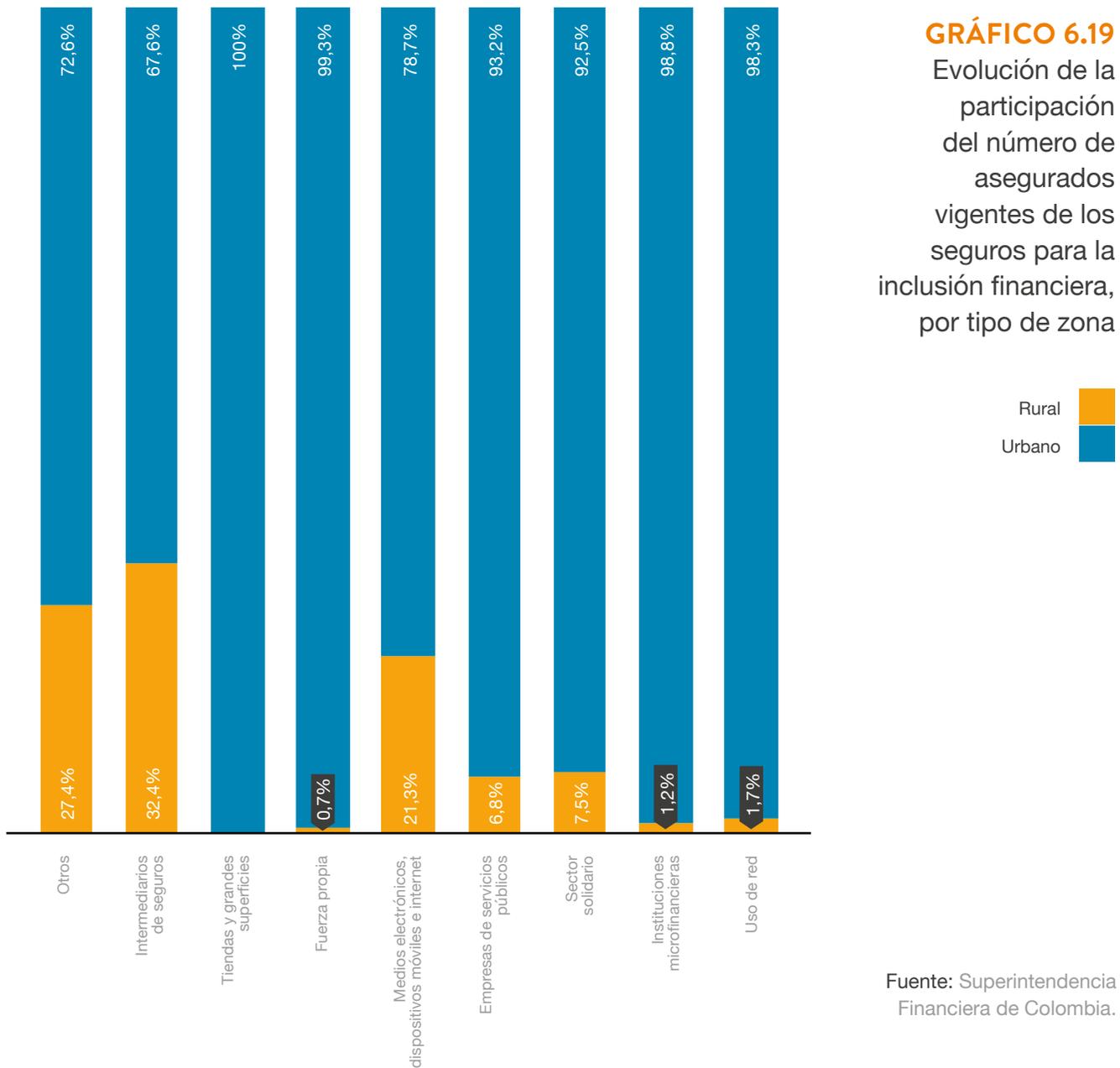


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

nicos, dispositivos móviles e internet (21,3%). Esta última opción está asociada a seguros con valores asegurados bajos, cuyo valor se descuenta del saldo de productos de depósito que permiten manejar el dinero desde el celular. Estas pólizas no necesitan requisitos de asegurabilidad ni le aplica exclusiones.

CANCELACIONES

La cancelación del contrato de seguro antes de su vencimiento se da principalmente por la mora en el pago de la prima, incumplimiento de garantías u obligaciones del tomador o asegurado, no notificación a la aseguradora de



modificaciones que influyan en el estado del riesgo, no existencia del interés asegurable y revocación del asegurado por no satisfacción con el servicio prestado o por modificaciones del precio o las coberturas de la aseguradora.

El número de cancelaciones acumuladas sobre el número de pólizas vigentes acumuladas permite dar cuenta del índice de negocios que finalizan coberturas antes de la fecha de fin de vigencia. En 2017, los ramos asociados a los seguros para la inclusión financiera presentaron un índice de cancelaciones de 28,3%, 2,6 pp mayor al de 2016. Los seguros de personas alcanzaron un índice de 29,6%,

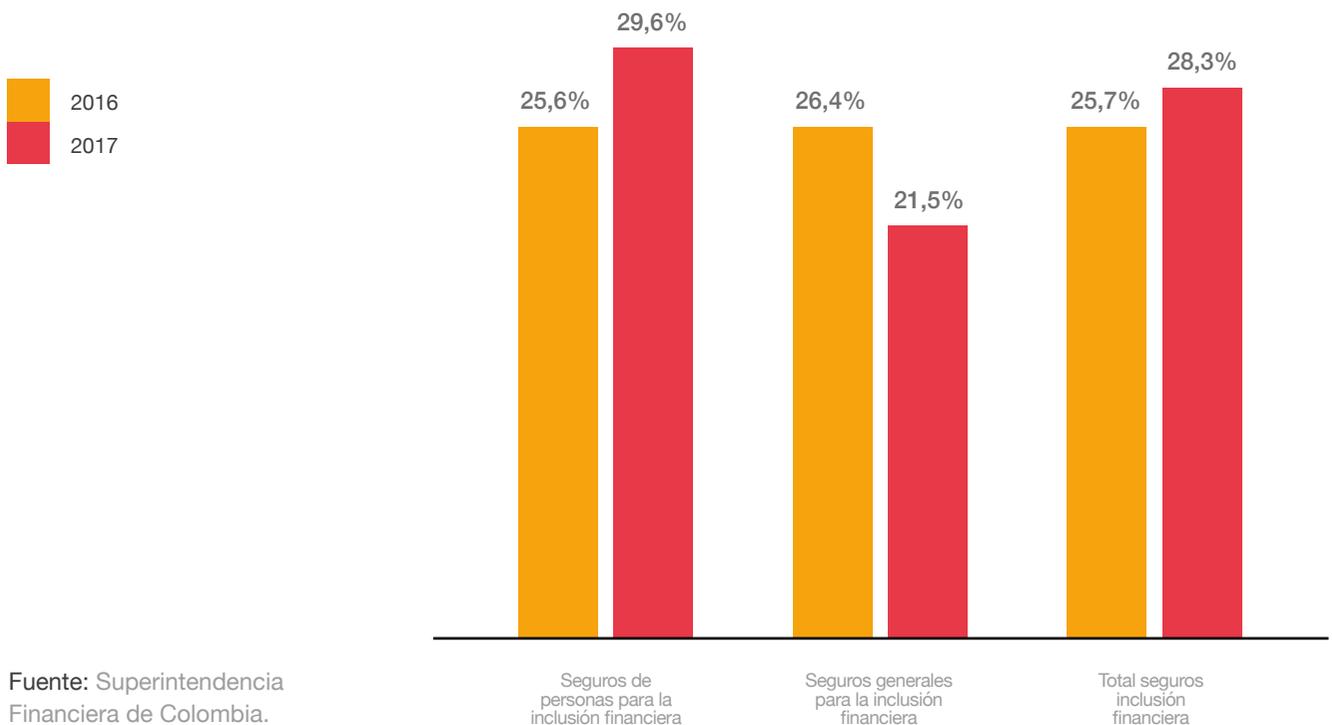
incremento de 4 pp frente al año anterior, y los seguros generales obtuvieron el 21,5% de negocios cancelados, 4,9 pp menos que en 2016.

Los ramos con mayor índice de cancelaciones en 2017 fueron vida grupo deudores (49,6%), seguido de terremoto (34,7%) y vida individual (34,1%). Los ramos con mayor incremento del indicador fueron incendio, vida

22. Número de pólizas acumuladas que finalizan coberturas antes de la fecha de fin de vigencia / número de pólizas vigentes acumuladas

GRÁFICO 6.20

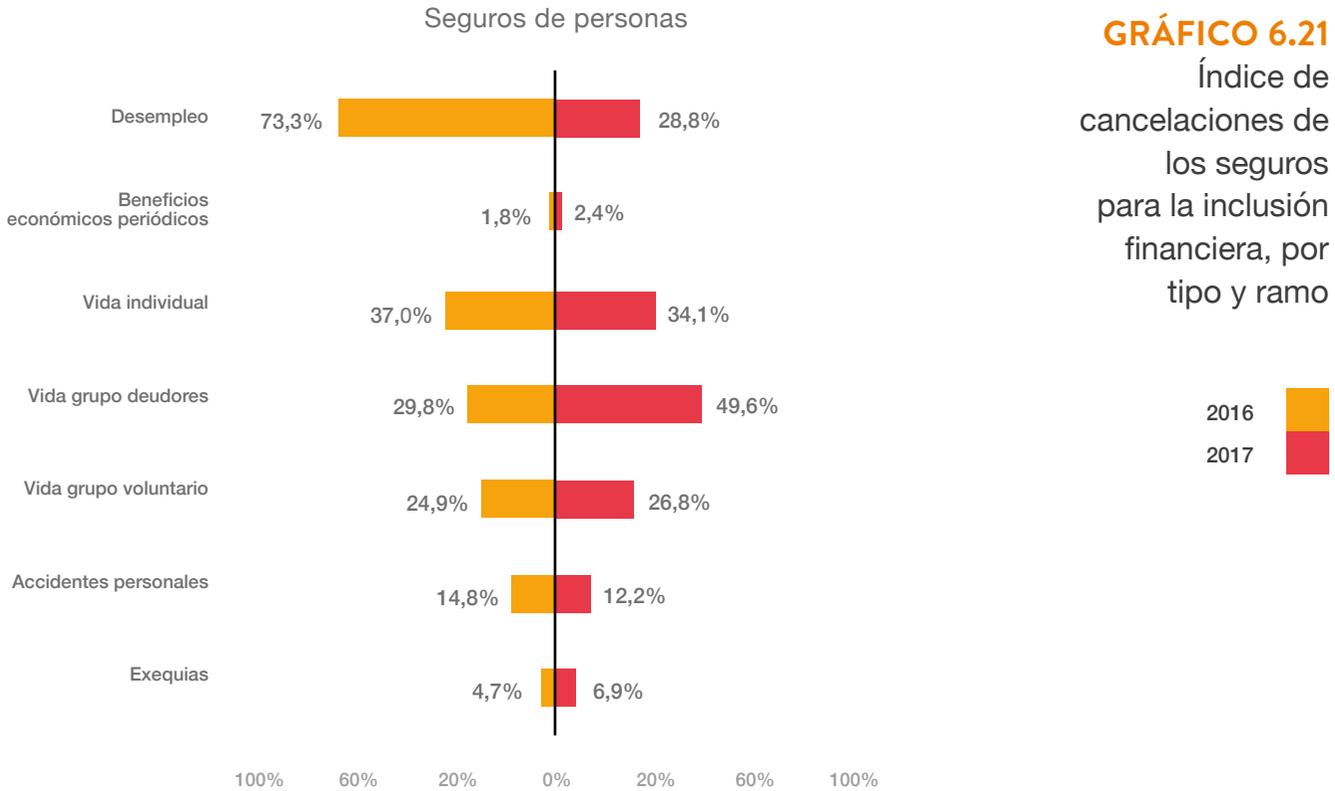
Índice de cancelaciones²² de los seguros para la inclusión financiera, por tipo de seguro



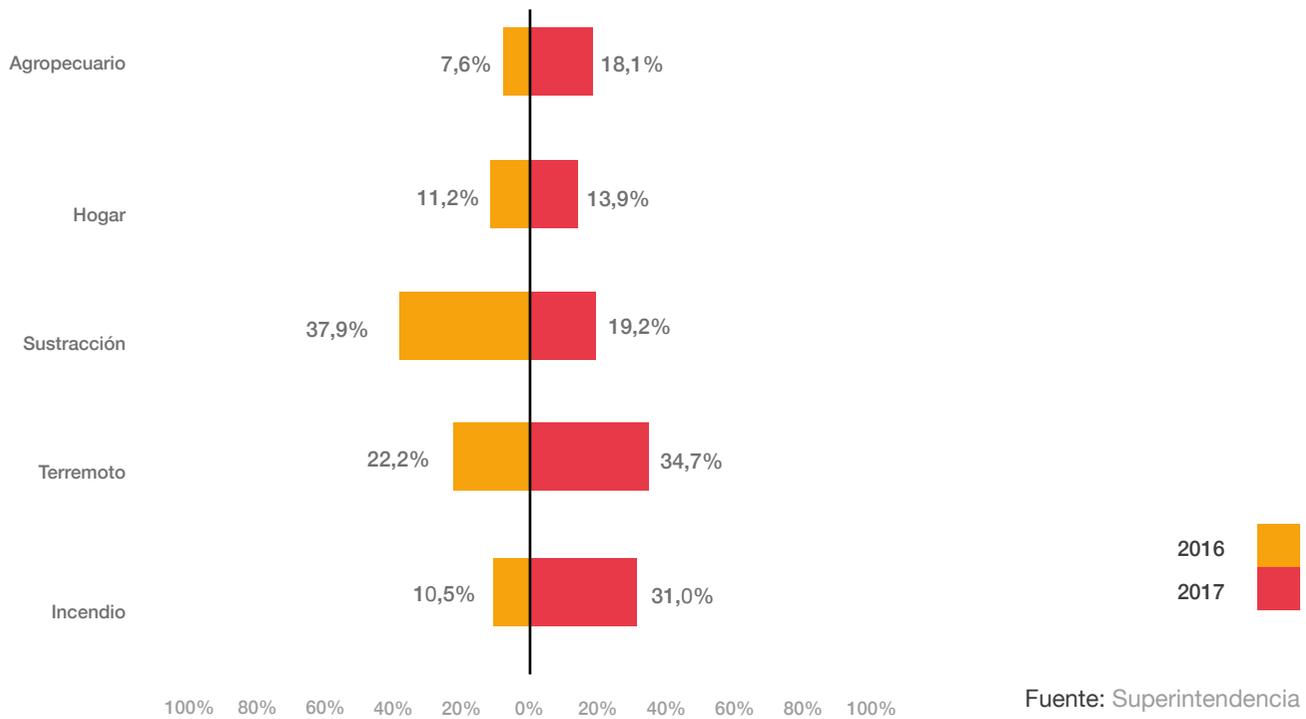
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 6.21

Índice de cancelaciones de los seguros para la inclusión financiera, por tipo y ramo



Seguros generales



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

grupo deudores y terremoto (Gráfico 6.21). Es importante anotar que la cancelación de los productos asociados a esos ramos puede estar relacionada, en parte, al pago del crédito por parte del asegurado al establecimiento de crédito.

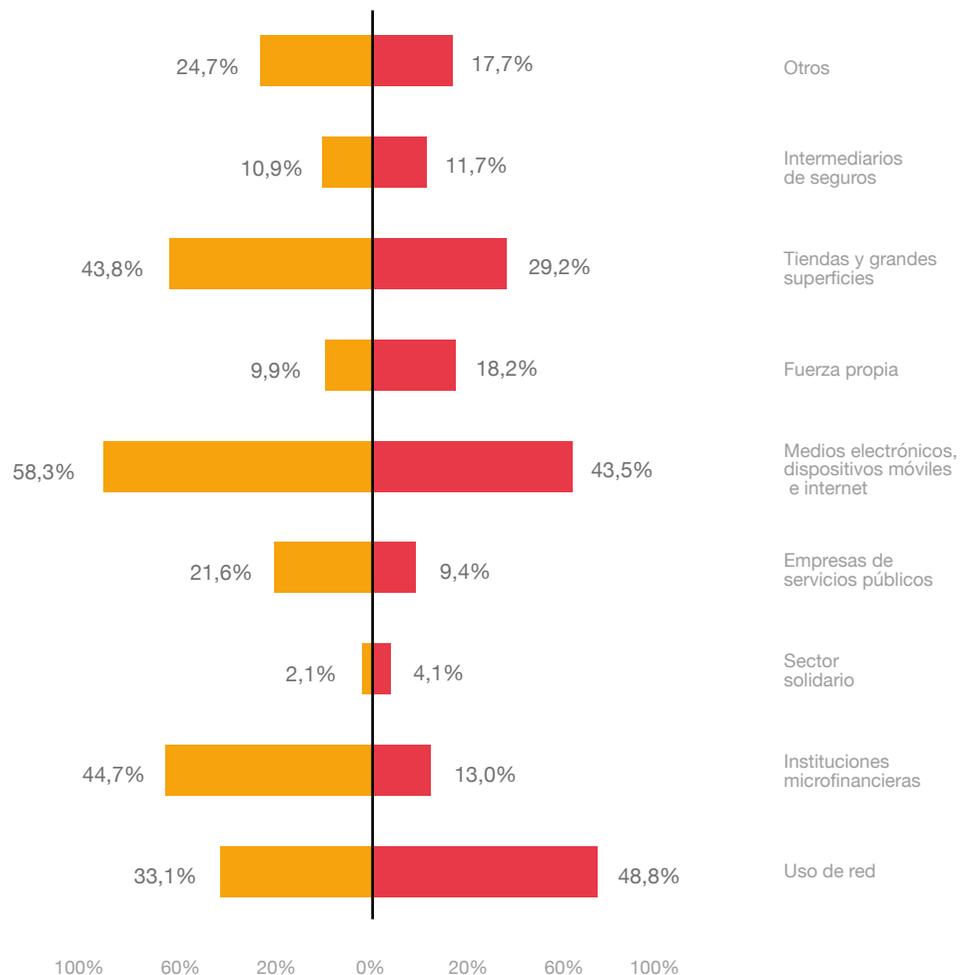
Por lo anterior, y dado que el canal de comercialización de los seguros asociados a créditos es uso de red, el índice de cancelaciones más alto se encontró en este canal (48,8%). En segundo lugar, se ubicaron los medios electrónicos, dispositivos móviles e internet (43,5%) y en tercer lugar estuvie-

ron las tiendas y grandes superficies (29,2%) (Gráfico 6.22). Estos resultados permiten concluir que los canales de colocación masiva de pólizas presentan mayor número de negocios finalizados antes del fin de vigencia.

SINIESTRALIDAD

Como se mencionó anteriormente, el índice de siniestralidad es la relación existente entre el valor de las reclamaciones pagadas y los ingresos por la venta de seguros. Si el índice aumenta,

GRÁFICO 6.22
Índice de cancelaciones de los seguros para la inclusión financiera, por canal de comercialización



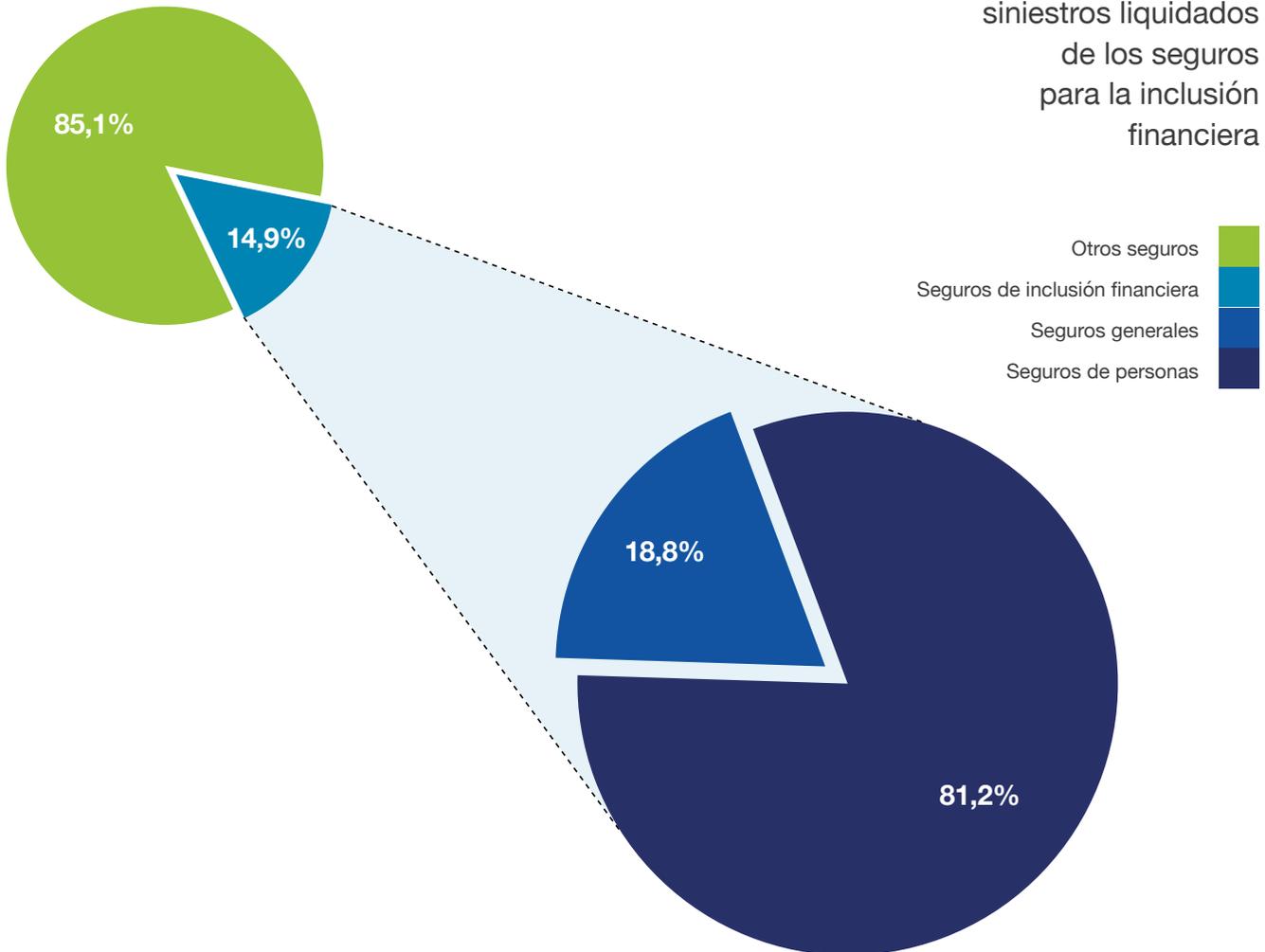
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

la aseguradora tendrá que evaluar la suficiencia de la tarifa a partir de los ingresos y egresos técnicos, por tanto, las compañías de seguros podrían realizar cambios en las condiciones de suscripción y aumentos en el precio del seguro para mantener una solvencia adecuada. Es por esto que un adecuado índice de siniestralidad no solo está en relación con las políticas de gestión de riesgo, sino que también con los esfuerzos para promover la inclusión financiera.

Para el año 2017, los seguros para la inclusión financiera participaron con el 14,9% de los siniestros liquidados, representando un índice de siniestralidad bruta de 23,8%. Esta cifra, que es inferior en 1,3 pp frente al año anterior y 26,3 pp por debajo al índice de la industria, es explicada por la reducción de la siniestralidad de los seguros de personas. Dentro de estos, los ramos vida grupo voluntario, desempleo y vida grupo deudores impulsaron la reduc-

GRÁFICO 6.23

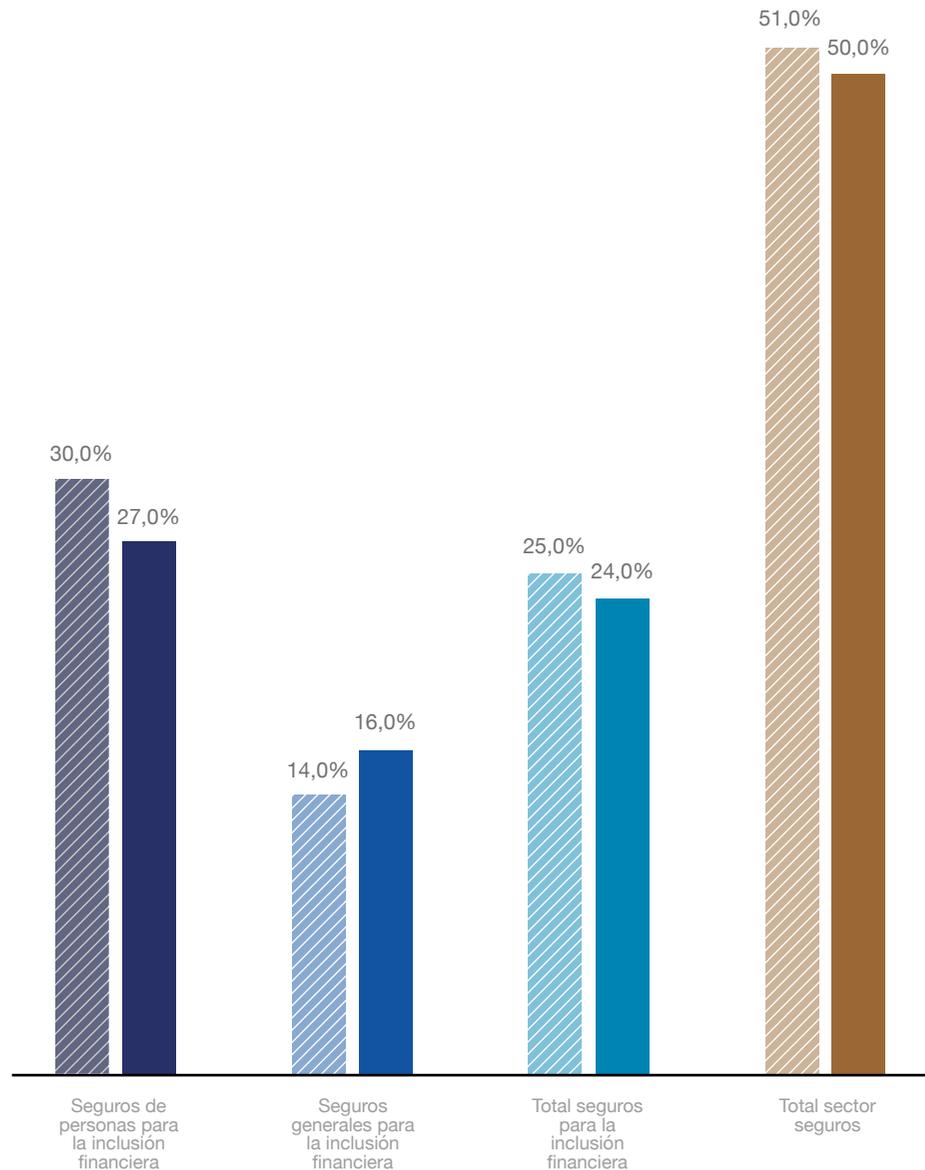
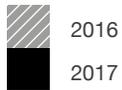
Participación de los siniestros liquidados de los seguros para la inclusión financiera



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

GRÁFICO 6.24

Índice de siniestralidad bruta de los seguros para la inclusión financiera



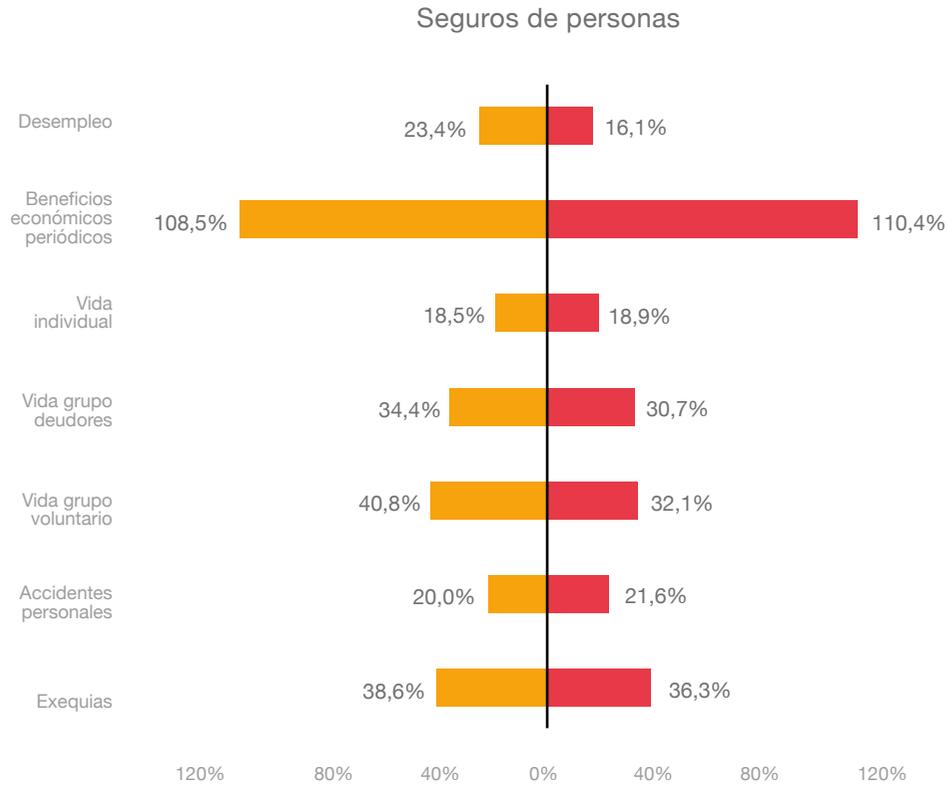
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

ción de siniestralidad de este tipo de seguro al presentar una disminución de 8,7 pp, 7,2 pp y 3,7 pp, respectivamente (Gráfico 6.23).

Entendiendo como objeción, el no pago de la indemnización en caso de la reclamación del siniestro por circunstancias que excluyen a la aseguradora de su responsabilidad, la tasa de

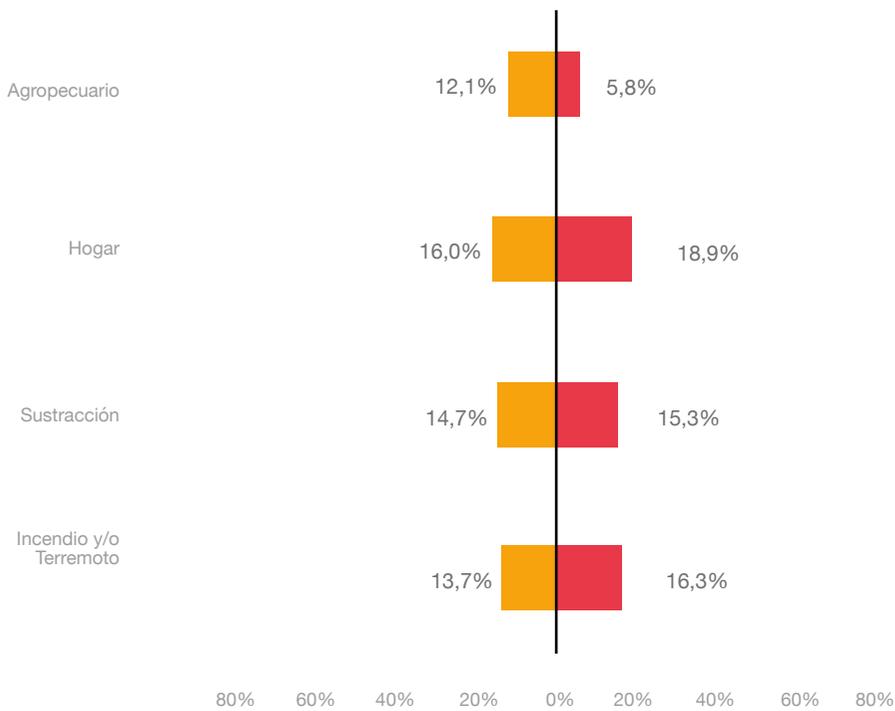
objeción de los seguros para la inclusión financiera en 2017 fue 24,4%, 6,6 pp superior a la del año anterior. En los seguros de personas, el ramo con mayor tasa de objeción fue desempleo (52,4%) y en los seguros generales, sustracción fue el que presentó una mayor tasa (22,6%).

GRÁFICO 6.25
Índice de siniestralidad bruta de los seguros para la inclusión financiera, por ramo



2016 
2017 

Seguros generales



2016 
2017 

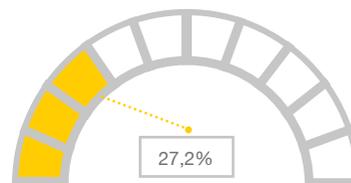
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



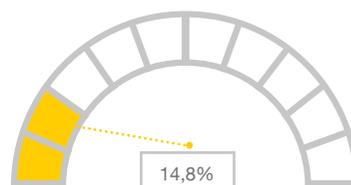
GRÁFICO 6.26

Tasa de objeción de los seguros para la inclusión financiera, por tipo de seguro

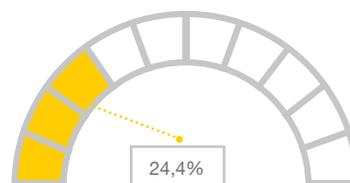
Seguros de personas para la inclusión financiera



Seguros generales para la inclusión financiera



Total seguros para la inclusión financiera



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

RIF 2017

7



7.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO¹

La protección al consumidor financiero facilita la generación de una relación a largo plazo entre los consumidores y las entidades financieras, al permitir que los consumidores tengan una experiencia favorable con el sistema financiero y cuenten con mecanismos para ejercer sus derechos en todos los momentos en que interactúan con él, es decir, cuando buscan y comparan productos y servicios antes de adquirirlos o usarlos, cuando se vinculan contractualmente con una entidad financiera y cuando utilizan activamente los productos financieros adquiridos.

Existen muchos aspectos que conforman un marco de protección al consumidor financiero y que se abordan de diferentes maneras

dentro de la regulación y supervisión. Estos escenarios abarcan desde garantizar la idoneidad de la publicidad de las entidades vigiladas y de la información brindada a los consumidores, limitar el uso de prácticas y conductas que no favorecen los intereses de éstos en la oferta de los productos y servicios, hasta asegurar que en caso en que lleguen a surgir inconvenientes entre consumidores y vigiladas, ellos tengan a su disposición mecanismos eficientes para resolver sus controversias.

1. Este capítulo se construye con información de las entidades financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia.



En este sentido, el Banco Mundial, en la recopilación de Buenas Prácticas de Protección al Consumidor Financiero de 2017, destaca que las jurisdicciones deben garantizar que las entidades vigiladas tengan capacidad suficiente y procesos internos adecuados para atender y gestionar las quejas de sus consumidores y adicionalmente, que éstos tengan instancias de resolución de controversias alternativas a las entidades y a la justicia ordinaria para resolverlas.

Adicionalmente, en 2017, dentro de los procesos y requerimientos internos para la atención y gestión de quejas, 124 jurisdicciones reportaron en una encuesta al Banco Mundial respecto de mantener procedimientos para su atención, establecer límites de tiempos, mantener bases con los registro de información sobre sus características y manejo, contar con un área especializada dentro de las entidades financieras para su atención, tener a disposición del consumidor diferentes canales e informar sobre las diferentes instancias disponibles a través de los cuales pueden interponer quejas y la remisión periódica de información al gobierno sobre su gestión (Gráfico 7.1).

En el caso colombiano, los diferentes avances le han permitido al país estar alineado con la mayoría de las mejores prácticas regulatorias. No obstante, no existen disposiciones explícitas respecto de que las entidades deben contar con un área específica para la atención de quejas de los consumidores financieros. Asimismo, sobre los tiempos de atención de las quejas, la regulación establece que las peticiones por parte de la población, incluyendo las quejas a entidades privadas y públicas, tienen un plazo máximo de respuesta de quince días hábiles después de su interposición².

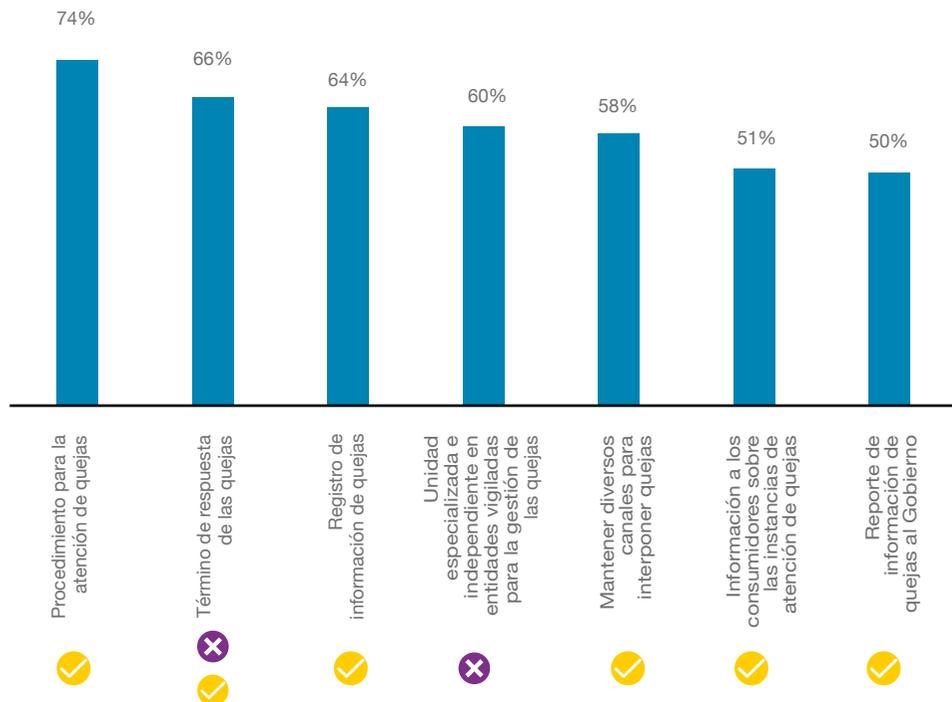
No obstante, la regulación sobre el Sistema de Atención al Consumidor Financiero para las entidades vigiladas por la Superfinanciera, establece que éstas deben dar “...atención eficaz de peticiones, quejas o reclamos que formulen los consumidores financieros, los cuales deben contener: plazos de respuesta razonables...”³, lo que implica que es posible que dentro de los quince días hábiles las entidades den acuso de recibo de la queja pero administren un mayor plazo para dar solución a ella.

Por parte de las quejas interpuestas ante la SFC, la regulación es clara respecto a los tiempos que deben tenerse en cuenta para su atención, estableciendo un máximo de quince días hábiles a partir del día siguiente a la fecha en que se reciben para su respuesta pero, al igual que en el caso de las quejas interpuestas ante las entidades vigiladas, es posible asignar un tiempo mayor tras haber notificado al consumidor del recibo de la queja.

Adicionalmente, en 2015 la SFC estableció la categoría de “quejas exprés”, cuyo procedimiento de atención es más ágil por las características que deben cumplir estas quejas para quedar bajo esta categoría y que son, ya sea, ser recurrentes, ser interpuestas por personas en situación especial de protección, estar bajo la tipología de pequeña causa o de fácil atención, vulnerar el derecho de hábeas data o estar relacionadas con la apertura de la cuenta única para el manejo de los recursos de campañas políticas. El término de atención máximo para las quejas exprés es de cinco días hábiles⁴.

2. Ley 1755 de 2015.
3. Artículo 1.5.2.2 del Capítulo II del Título III de la Parte I de la Circular Básica Jurídica.
4. Artículo 8.5 del Capítulo II del Título IV de la Parte I de la Circular Básica Jurídica.

GRÁFICO 7.1
 Porcentaje de jurisdicciones que afirmaron tener requerimientos específicos sobre procedimientos de atención de quejas



Fuente: Banco Mundial (2017).

Cumplimiento de regulación colombiana

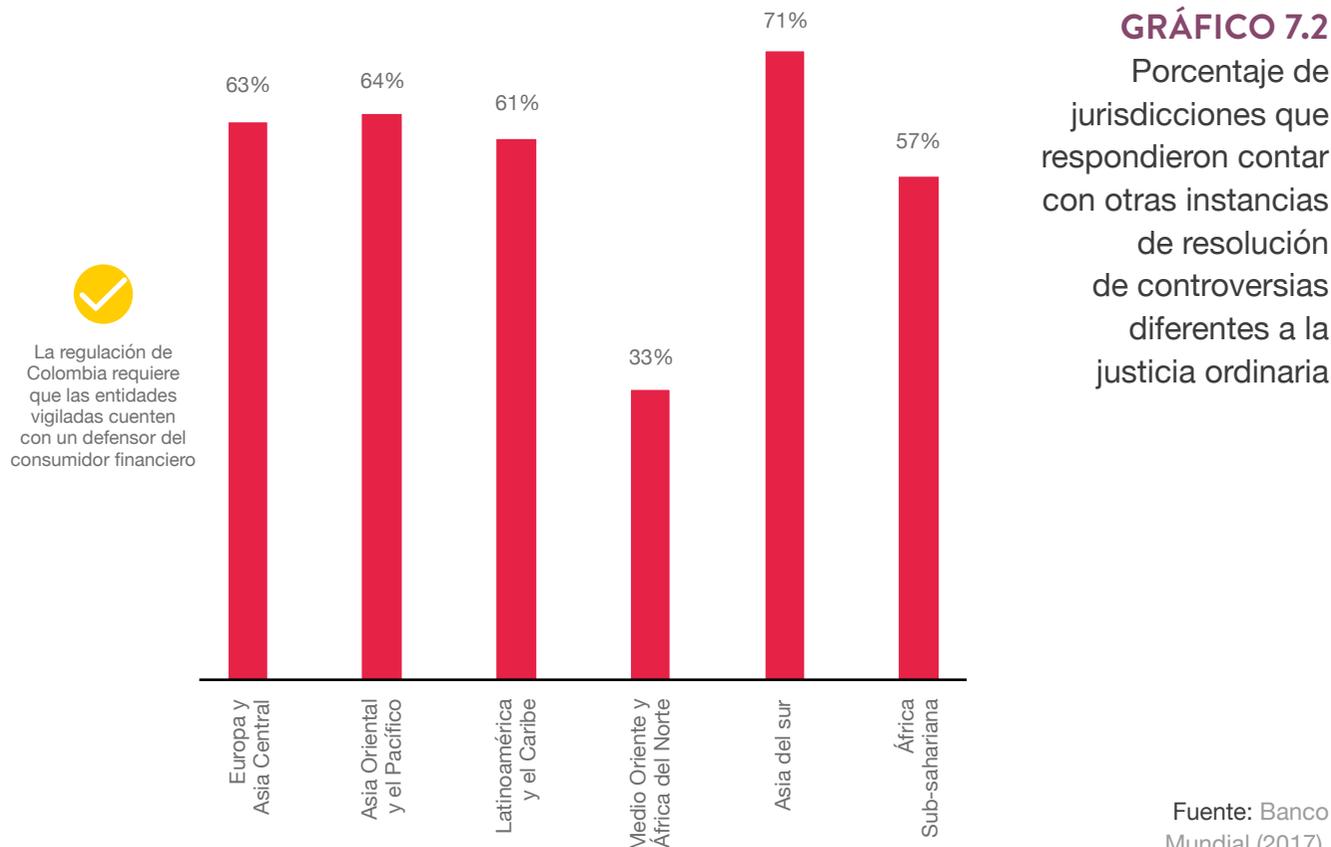
En el estudio realizado por el Banco Mundial sobre Buenas Prácticas de Protección al Consumidor, 61% de los países de Latinoamérica y el Caribe respondieron afirmativamente a la existencia de las instancias alternativas de solución de controversias diferentes a la justicia ordinaria, dentro de las cuales hace parte Colombia, al requerir que las entidades vigiladas cuenten con un defensor del consumidor financiero. Solo el 33% de los países encuestados del Medio Oriente y África del Norte, tuvieron respuesta afirmativa. En el resto de regiones del mundo contestaron afirmativamente el 63% de los países de Europa y Asia Central y 71% en Asia del Sur (Gráfico 7.2).

Vale la pena mencionar que en Colombia, la mayoría de las entidades vigiladas por la SFC debe tener un defensor del consumidor

financiero para la atención de quejas⁵ y además, desde 2012 los consumidores pueden resolver las controversias que tengan con las entidades ante la misma Superintendencia, a través de la interposición de demandas, en ejercicio de las facultades jurisdiccionales que ésta adquirió mediante la Ley 1480 de 2011 y que funciona como una alternativa adicional a la justicia ordinaria.

Este capítulo recoge la información principal sobre la recepción y gestión de quejas interpuestas ante las entidades vigiladas por la SFC y los defensores del consumidor durante 2016 y 2017, así como la atención de demandas por parte de la SFC en este mismo periodo.

5. Artículo 2.34.2.1.1 del Decreto 2555 de 2010.



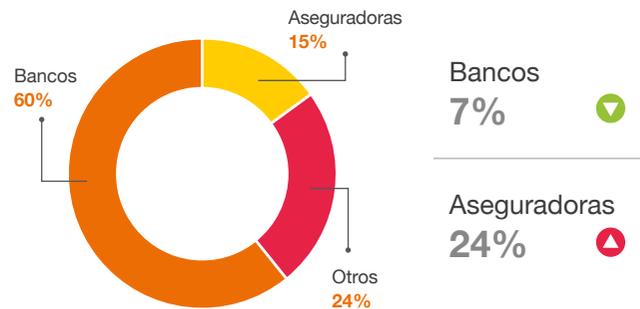


PRINCIPALES MENSAJES EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO



2

La mayoría de quejas recibidas fueron en contra de **bancos**. Sin embargo, las **compañías aseguradoras** fueron las entidades que registraron el mayor crecimiento en quejas recibidas.



4



Si bien la mayoría de quejas frente a productos de crédito se asociaron con tarjetas de crédito, durante **2017** las quejas relacionadas con los **créditos de vivienda y microcréditos se destacaron por su aumento**, impulsadas por motivos como inconvenientes con la revisión y/o liquidación en los costos, tarifas y saldos de los productos.

Crédito de vivienda

29.590 quejas **18%** ▲
Revisión y/o liquidación **20%** ▲

Microcrédito

10.352 quejas **17%** ▲
Revisión y/o liquidación **66%** ▲

6

La SFC continuó ejerciendo las facultades jurisdiccionales, recibiendo demandas por montos cercanos a los de 2016, con una participación de mujeres del **40%** y de hombres del **56%** y de las cuales el **63%** fueron de mínima cuantía.



El 4% restante hace referencia a personas jurídicas.



8



Las demandas en contra de los establecimientos de crédito cayeron en **8%**. La mayoría de las demandas fueron por **controversias derivadas de los plazos, intereses y obligaciones de los contratos**. Las demandas en contra de entidades aseguradoras registraron un aumento de **18%**, motivadas por problemas con la indemnización del contrato de seguros.

Establecimientos de crédito

1.774 demandas **8%** ▼

Aseguradoras

773 demandas **18%** ▲
Indemnización en contrato de seguros **16%** ▲

7.1 QUEJAS EN CONTRA DE ENTIDADES VIGILADAS POR LA SFC

Durante 2017, se recibieron 1.342.120 quejas antes todas las instancias de atención (89% en entidades vigiladas, 5% en defensores del consumidor y 6% ante la SFC). Las entidades vigiladas y los defensores del consumidor financiero recibieron en total 1.261.593 quejas cifra menor en 2% a la registrada en 2016. Estas quejas, junto con las que quedaron pendientes en 2016 (es decir, las que-

jas por resolver durante 2017), ascendieron a 1.336.898 en 2017 (Gráfico 7.3).

Los resultados de la gestión de quejas por parte de entidades vigiladas y defensores del consumidor mostraron un mejor desempeño en 2017 frente al año anterior. Del total de quejas por resolver, 95% (1.273.102) se finalizaron y 4% (57.422) quedaron pendientes por resolver durante el siguiente periodo, 1,3 pp menos que durante 2016.

Del total de quejas finalizadas, 45% se finalizaron a favor del consumidor financiero, valor que fue 5 pp inferior al porcentaje logrado durante 2016. En este punto, es pertinente aclarar que las quejas que no se resuelven a

¿Cómo estuvo la gestión de quejas durante 2017?

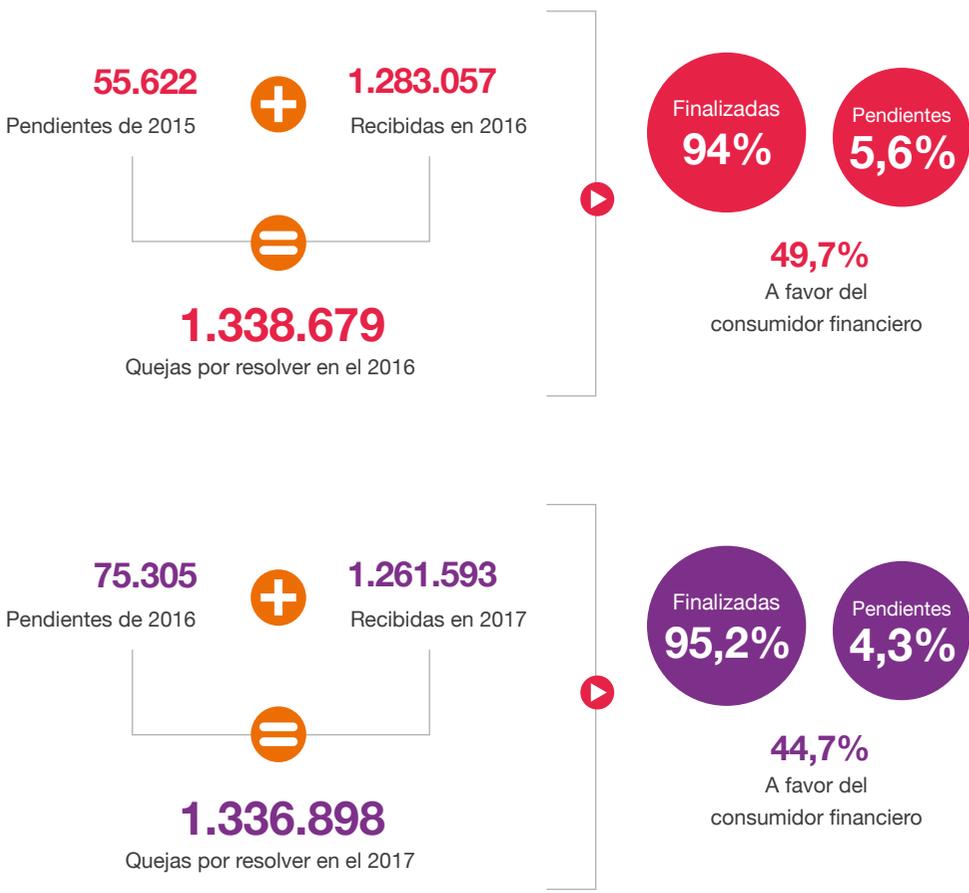


GRÁFICO 7.3

Recepción y gestión de quejas de entidades vigiladas por la SFC y defensores del consumidor financiero

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

favor del consumidor financiero no necesariamente implican que el sentido de la respuesta no se haya dado correctamente.

Al realizar el análisis de gestión de quejas en los cinco tipos de entidades que concentraron la mayoría de las quejas a gestionar durante el año (el 96% de las quejas por resolver), es posible conocer que salvo en el caso de fondos de pensiones y cesantías, los demás tipos de entidad lograron una mayor finalización de las quejas por resolver en 2017 que en 2016 (Gráfico 7.4).

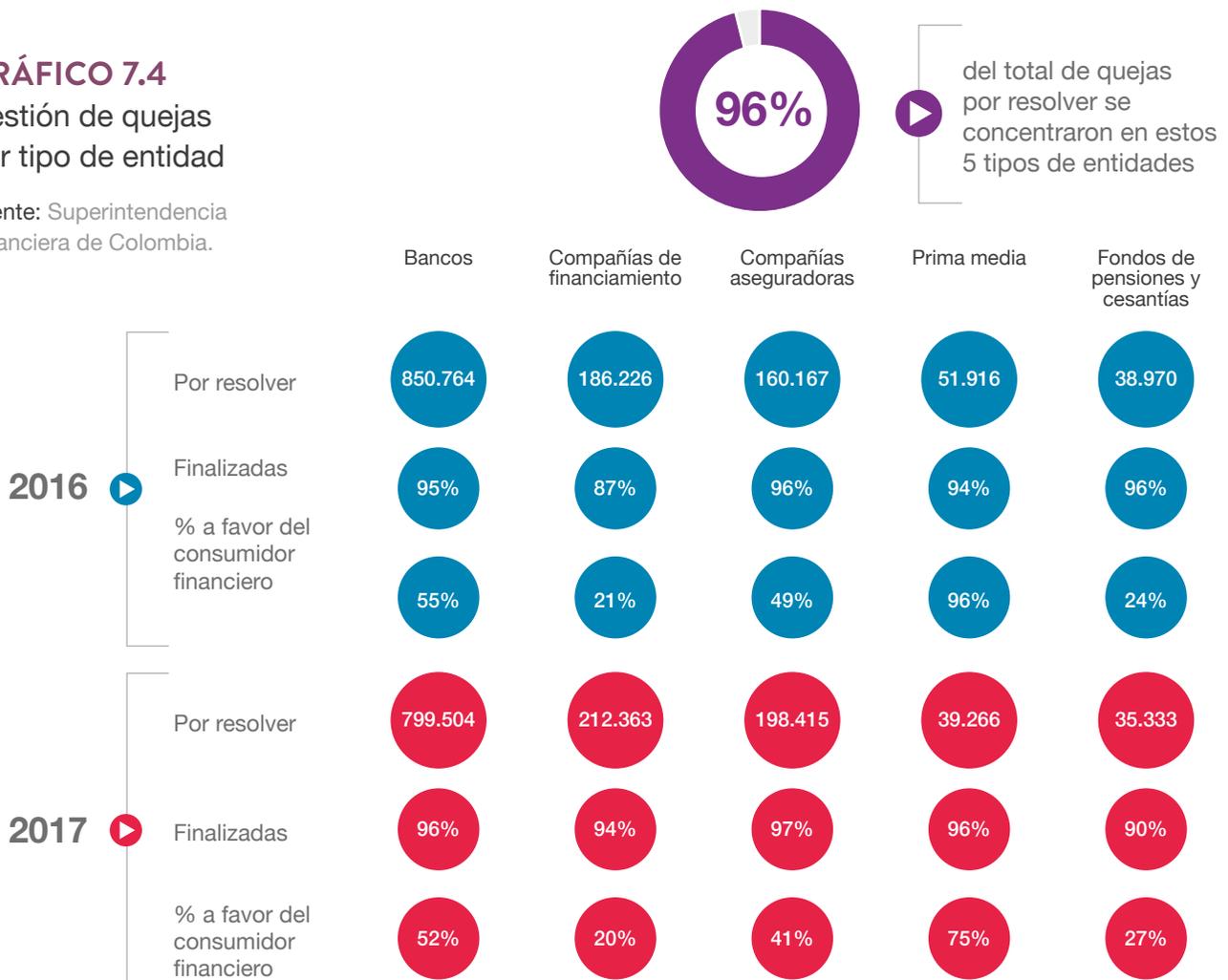
En cuanto a la finalización de las quejas por resolver, se evidencia heterogeneidad en la proporción de quejas finalizadas a favor del

consumidor financiero entre los cinco tipos de instituciones. Durante 2016 y 2017, las entidades administradoras del régimen de prima media fueron las que lograron una mayor finalización a favor del consumidor financiero, a pesar de que esta se redujo durante el último año, pasando del 96% al 75% del total de quejas finalizadas.

De otra parte, las compañías de financiamiento se caracterizaron por obtener una finalización de quejas a favor del consumidor financiero de cerca del 20% durante ambos años, siendo las entidades con una menor finalización de quejas a favor del consumidor financiero entre los cinco tipos analizados.

GRÁFICO 7.4
Gestión de quejas por tipo de entidad

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



CARACTERIZACIÓN DE LAS QUEJAS RECIBIDAS

Como se mencionó, el 96% de las quejas recibidas en 2017 se concentraron en cinco tipos de entidades, y registrando una mayor participación de los bancos (60%), aunque con una disminución del 7% en el último año.

De otra parte, se registró un aumento en las quejas recibidas por las compañías de financiamiento y los fondos, de 3% y 24%, respectivamente, frente a 2016 (Gráfico 7.5). Las tarjetas de crédito, segundo producto con

mayor penetración entre los colombianos después de la cuenta de ahorro, ocupó el primer lugar dentro de los cinco productos de los que los consumidores financieros más se quejan, concentrando 44% del total de quejas recibidas en 2017. En este último año, las quejas de cuentas corrientes dejaron de hacer parte de estos cinco productos por una reducción de 51% en las quejas recibidas, dando paso a que los seguros de automóviles entraran en el listado, a pesar de las quejas de este producto se mantuvieron en niveles similares durante ambos años (Gráfico 7.6).



GRÁFICO 7.5
Principales entidades objeto de quejas



del total de quejas se concentraron en estos cinco tipos de entidades

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

¿De qué entidades se quejan más los consumidores financieros?

	2017	2016	
Bancos	762.006	816.256	▼
Compañías aseguradoras	192.139	155.466	▲
Compañías de financiamiento	188.988	183.276	▲
Prima media	35.934	42.465	▼
Fondos de pensiones y cesantías	34.145	37.194	▼

GRÁFICO 7.6
Principales productos objeto de quejas



del total de quejas se concentraron en estos cinco productos

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

¿De qué productos se quejan más los consumidores financieros?

2016		2017	
Tarjeta de crédito	567.282	Tarjeta de crédito	555.084 ▼
Cuenta de ahorros	173.819	Cuenta de ahorros	177.388 ▲
Credito de consumo y/o comercial	138.816	Credito de consumo y/o comercial	135.689 ▼
Cuenta corriente	80.224	Pensión de vejez	53.164 ▼
Pensión de vejez	61.155	Seguro de automóviles	40.241 ▼

Sobre las razones por las que se quejan los consumidores financieros, la principal de ellas fue por inconvenientes con la revisión y/o liquidación de los costos, tarifas y saldos de productos, con 17% del total de quejas recibidas. En relación con 2016, vale

la pena resaltar el comportamiento de las quejas asociadas al incumplimiento y/o modificación de los contratos, cuyo aumento de 28% las llevó a pasar del cuarto al tercer puesto dentro del top cinco de razones de quejas durante 2017 (Gráfico 7.7).

¿Por qué se quejan los consumidores financieros?



GRÁFICO 7.7
Principales razones de las quejas

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

CARACTERIZACIÓN DE QUEJAS RECIBIDAS POR PRODUCTOS

A continuación se analizan, para diferentes productos financieros categorizados dentro de los depósitos, créditos y seguros, las principales razones de las quejas recibidas durante 2017.

Depósitos

En 2017, las quejas asociadas a los productos de depósito aportaron el 17% del total de quejas recibidas en entidades vigiladas y defensores del consumidor. El 2017 se destacó por el aumento en el número de quejas de

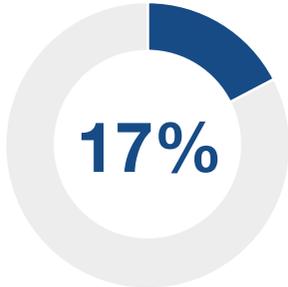
cuentas de ahorro (2%) y de Certificados de Depósito a Término CDT (38%).

El análisis de las quejas por cada 100.000 clientes muestra un panorama diferente para las cuentas de ahorro, que cayeron de 6.732 a 6.667. Por el contrario, este indicador para las quejas de CDT aumentó de 166 a 223.

La principal razón de las quejas en las cuentas de ahorro estuvo relacionada con las fallas en cajeros electrónicos. Estas crecieron en 28% y aportaron el 41% del total para ese producto. En el caso de los CDT, el crecimiento del 38% en el total de quejas fue impulsado por las relacionadas con problemas en la revisión y liquidación de costos, tarifas y saldos de los productos, que aporta el 35% del total para ese producto (Gráfico 7.8).

GRÁFICO 7.8

Quejas recibidas de productos de depósito



del total de quejas recibidas se concentraron en estos tres productos de depósito

Quejas recibidas por cada 100.000 clientes



Número de quejas recibidas por producto y participación por motivo	Concepto de las quejas	Variación frente a 2016
<p>Cuentas de ahorro 177.388 ▲ 2% frente a 2016</p>	41% Fallas en cajeros automáticos	▲ 28%
	19% Descuentos injustificados	▲ 15%
	10% Cobro erróneo de servicios o comisiones	▼ 34%
<p>Cuentas corrientes 39.308 ▼ 51% frente a 2016</p>	31% Fallas de cajero automático	▼ 61%
	15% Cobro erróneo de servicios o comisiones	▼ 28%
	6% Incumplimiento y/o modificación de contratos	▼ 22%
<p>Certificados de depósito a término 2.254 ▲ 38% frente a 2016</p>	35% Revisión y/o liquidación	▲ 58%
	16% Incumplimiento y/o modificación de contratos	▲ 31%
	11% Cobro erróneo de servicios o comisiones	▲ 459%

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



Crédito

Los productos de crédito fueron los que aportaron la mayor cantidad de quejas recibidas por las entidades vigiladas por la SFC y por los defensores del consumidor, representando 58% del total de quejas durante 2017. En el último año, se dio una reducción en el número de quejas de tarjetas de crédito y de créditos de consumo y comerciales, comportamiento que también se evidencia al analizar las quejas recibidas por cada 100.000 deudores de cada uno de estos productos. Por el contrario, si bien los créditos de vivienda y los microcréditos participaron con una menor cantidad de quejas sobre el total, registraron aumentos anuales de más del 15%.

El análisis por motivo de queja muestra que la disminución en las quejas de tarjetas de crédito se explicó porque frente a 2016, se registraron 8% menos quejas asociadas a la revisión y/o liquidación de costos, tarifas y saldos de los productos (que aportaron el

25% del total de quejas), así como 39% menos quejas por el cobro erróneo de servicios o comisiones.

Asimismo, en el caso de créditos de consumo o comercial, el comportamiento obedeció a que el principal motivo de queja asociado a estos productos, revisión y/o liquidación de costos, tarifas y saldos de los productos, que aporta el 25% de su total, se redujo en 20% en el último año.

En el caso de los créditos de vivienda, el aumento en las quejas recibidas se produjo por el incremento en todos los principales motivos de queja, destacándose, entre ellos, la falta de información al consumidor financiero, que se expandió en 81% frente a 2016 y aportó el 8% de total para ese producto. En esta misma línea, la expansión en el número de las quejas recibidas de microcréditos fue impulsado por el incremento de los inconvenientes en la revisión y liquidación de costos, tarifas y saldos (66%) y con el reporte a las centrales de riesgo (39%) (Gráfico 7.9).

GRÁFICO 7.9

Quejas recibidas de productos de crédito



del total de quejas recibidas se concentran en estos cuatro productos

Quejas recibidas por cada 100.000 deudores

	2016		2017
Tarjeta de crédito	9.089	➤	8.638
Crédito de consumo y/o comercial	3.031	➤	2.871
Crédito de vivienda	2.826	➤	3.170
Microcrédito	445	➤	518

Número de quejas recibidas por producto y participación por motivo	Concepto de las quejas	Variación frente a 2016
 Tarjeta de crédito 555.084 ▼ 2% frente a 2016	25% Revisión y/o liquidación	▼ 8%
	15% Cobro erróneo de servicios o comisiones	▼ 39%
 Crédito de consumo y/o comercial 135.689 ▼ 2% frente a 2016	11% Incumplimiento y/o modificación de contratos	▲ 53%
	36% Revisión y/o liquidación	▼ 20%
 Crédito de vivienda 29.590 ▲ 18% frente a 2016	11% Incumplimiento y/o modificación de contratos	▲ 12%
	11% Reporte centrales de riesgo	▲ 1%
 Microcrédito 10.352 ▲ 17% frente a 2016	37% Revisión y/o liquidación	▲ 20%
	13% Incumplimiento y/o modificación de contratos	▲ 34%
	8% No se remite información al cliente	▲ 81%
	20% Revisión y/o liquidación	▲ 66%
	19% Incumplimiento y/o modificación de contratos	▼ 14%
	15% Reporte centrales de riesgo	▲ 39%

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



Seguros⁶

Los principales productos de seguros aportaron el 6% del total de quejas recibidas en entidades vigiladas y defensores del consumidor financiero durante 2017. Ese año se destacó por un aumento de las quejas en la mayoría de los ramos, destacándose entre ellas las asociadas a accidentes personales e incendio, con incrementos en las quejas recibidas de 72% y 230%, respectivamente.

Sobre las razones que impulsaron el aumento en las quejas recibidas, resaltan las asociadas al inadecuado suministro de información al consumidor financiero en el momento de vinculación, cuyas quejas se incrementaron para todos los ramos, excepto para los de vida grupo y hogar, en valores que oscilan entre 76% para seguros de accidentes personales y 275% en el caso de seguros de incendio.

Las quejas por el incumplimiento y/o modificación de los contratos de seguros, también influyeron en el aumento de las quejas recibidas de todos los ramos, con incrementos que varían entre el 25%, en el caso de seguros de vida grupo y 231% en el caso de seguros de incendio (Gráfico 7.10).

6. Se tiene en cuenta la información disponible de las quejas asociadas a los seguros incluidos en el capítulo de seguros inclusivos de este Reporte de Inclusión Financiera.

GRÁFICO 7.10
Quejas recibidas de productos de seguros



del total de quejas recibidas se concentraron en estos seis productos

Número de quejas recibidas por producto y participación por motivo	Concepto de las quejas	Variación frente a 2016
 Vida grupo 18.551 ▼ 1% frente a 2016	48% Inadecuado suministro de información en la vinculación 16% Incumplimiento y/o modificación de contratos 11% Mora en el pago o en el reconocimiento	▼ 12% ▲ 25% ▼ 10%
 Accidentes personales 16.015 ▲ 72% frente a 2016	78% Inadecuado suministro de información en la vinculación 8% Incumplimiento y/o modificación de contratos 4% Objeción o negativa para atender el siniestro	▲ 76% ▲ 52% ▲ 78%
 Vida individual 13.309 ▲ 6% frente a 2016	23% Incumplimiento y/o modificación de contratos 13% Mora en el pago o en el reconocimiento 8% Inadecuado suministro de información en la vinculación	▲ 51% ▼ 23% ▲ 260%
 Incendio 13.020 ▲ 230% frente a 2016	88% Inadecuado suministro de información en la vinculación 6% Incumplimiento y/o modificación de contratos 1% Mora en el pago o en el reconocimiento	▲ 275% ▲ 231% ▲ 53%
 Sustracción 7.107 ▲ 116% frente a 2016	54% Inadecuado suministro de información en la vinculación 22% Incumplimiento y/o modificación de contratos 8% Objeción o negativa para atender el siniestro	▲ 179% ▲ 154% ▲ 93%
 Hogar 5.136 ▲ 17% frente a 2016	12% Mora en el pago o en el reconocimiento 10% Incumplimiento y/o modificación de contratos 5% Objeción o negativa para atender el siniestro	▲ 127% ▲ 22% ▲ 74%

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

7.2 DEMANDAS INTERPUESTAS ANTE LA SFC

Durante 2017 la SFC recibió 2.709 demandas, 1% menos que durante el año anterior. De las demandas recibidas, 40% fueron interpuestas por mujeres y 56% por hombres⁷. Adicionalmente, 63% de las demandas interpuestas fueron de mínima cuantía, con un aumento de 4 pp frente al año anterior. Vale la pena recordar que las demandas de mínima cuantía son

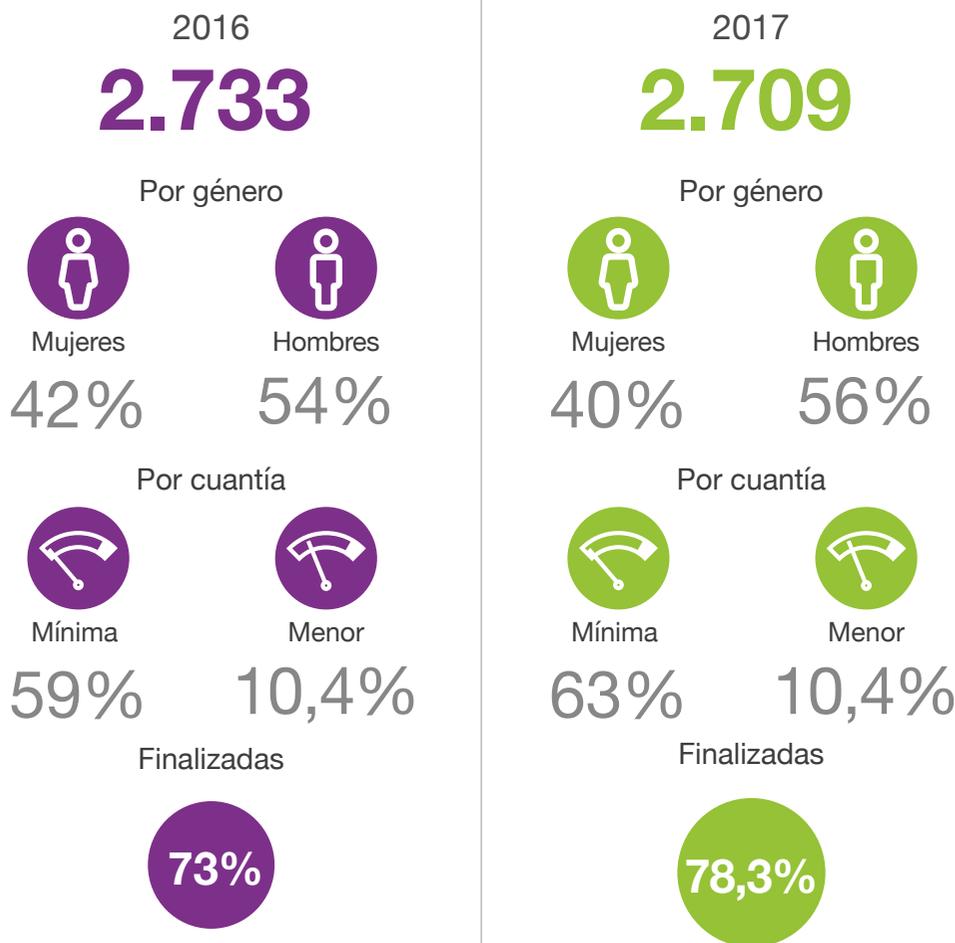
aquellas con un monto inferior a 40 SMMLV (\$29.508.680 para 2017) y que pueden interponerse de manera verbal (las de las demás cuantías deben interponerse por escrito).

Al terminar el año 2017, 78,3% de las demandas recibidas fueron finalizadas, porcentaje que es superior a la finalización lograda en 2016, que fue del 73%. Al cierre del año 2017, 99,8% de las demandas recibidas durante 2016 habían sido finalizadas (Gráfico 7.11).

Las 2.120 demandas finalizadas durante 2017 tenían diferentes causas de finalización, siendo la más significativa las demandas recha-

¿Cuántas demandas se recibieron por género y cuantía y cuántas se finalizaron?

GRÁFICO 7.11
Demandas recibidas y finalizadas



Nota: las demandas de menor cuantía son las que cuya cuantía es de 40 SMMLV (\$29.508.680 para 2017) y hasta 150 SMMLV (\$110.657.550). Las demandas que no están clasificadas por género, corresponden a las que fueron interpuestas por personas jurídicas.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

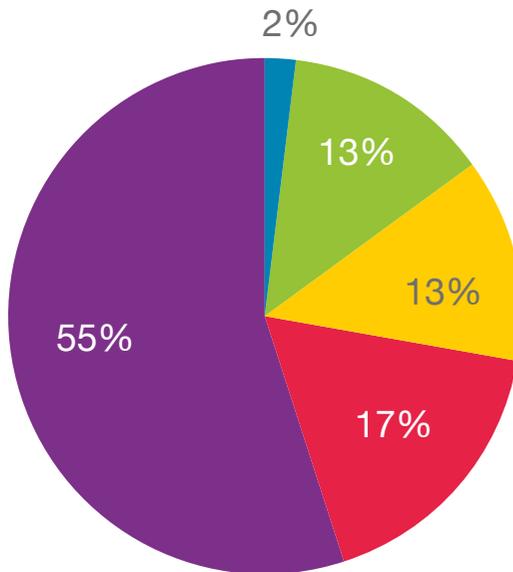
zadas, con 55% del total de las recibidas para ese año, seguidas por las demandas que se finalizaron a partir del fallo emitido por parte de la SFC con 17% y las demandas desistidas por el consumidor financiero y las conciliadas entre la entidad y el consumidor, con 13% cada una.

De las 1.173 demandas rechazadas durante 2017, 65% se debió a la falta de subsanación (documentación y soportes) presentados por el demandante y 35% por falta de competencia de la SFC (Gráfico 7.12).

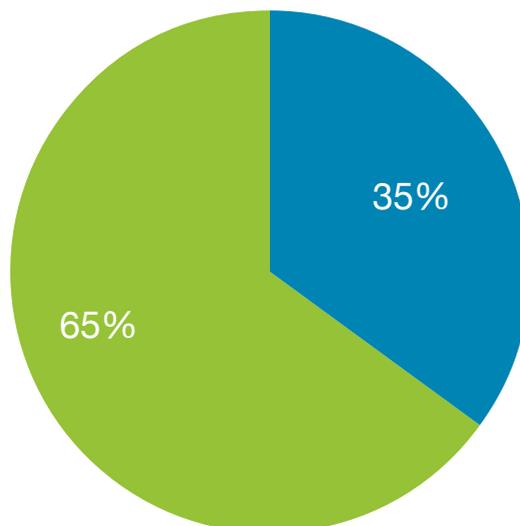
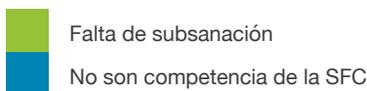
El análisis por departamento muestra que, así como en años anteriores, la mayoría de las demandas recibidas se concentraron en Bogotá D.C con 1.320 demandas, es decir, 49% del total de las recibidas durante el año. No obstante, durante 2017 se registró un aumento en las demandas recibidas de diferentes departamentos, destacándose entre ellos Córdoba, Cundinamarca, Huila, Nariño y Quindío (Mapa 7.1).

7. El 4% restante hace referencia a personas jurídicas.

GRÁFICO 7.12
Finalización de demandas



Causas de la finalización de las demandas en 2017

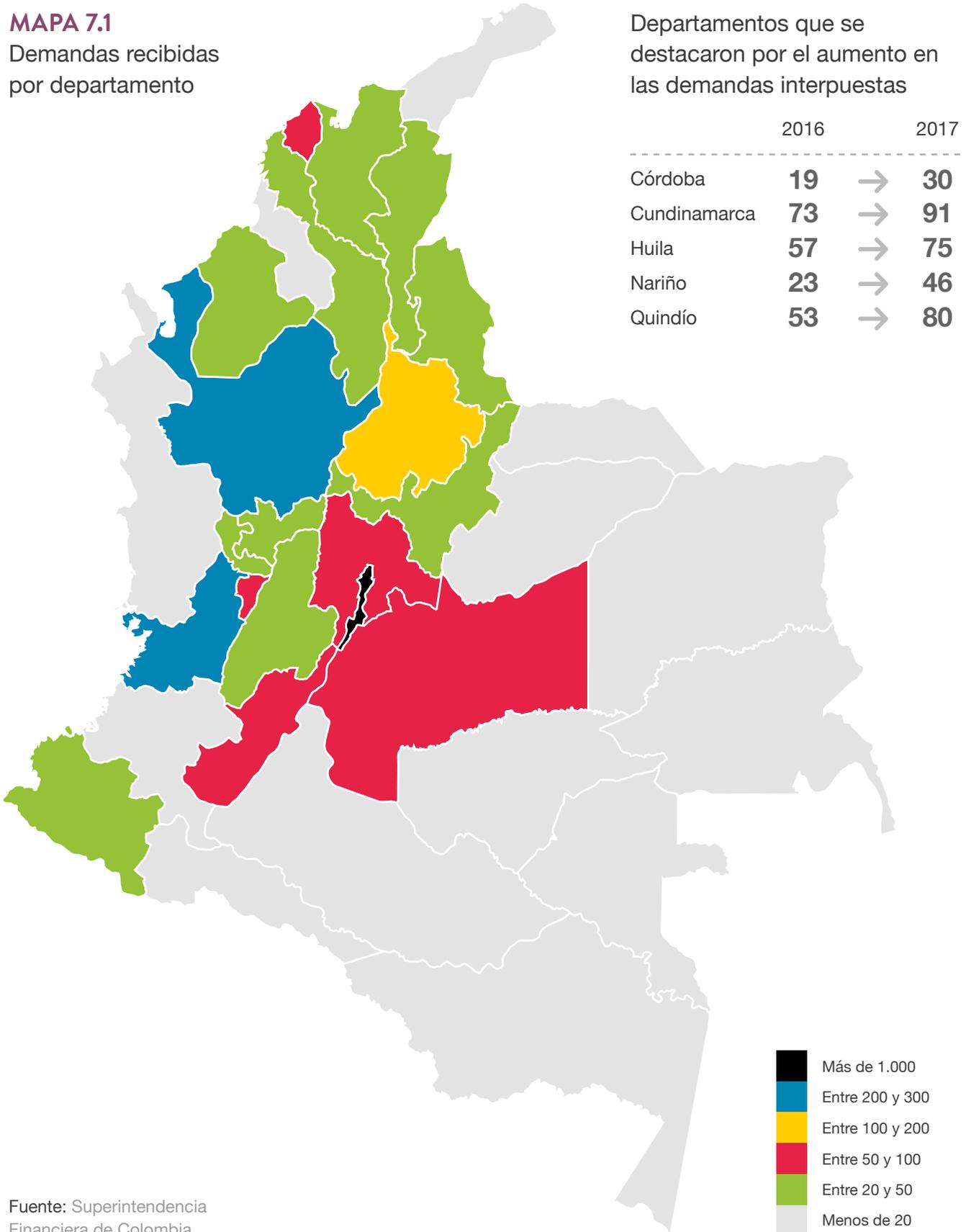


Causas de las demandas rechazadas durante 2017

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

MAPA 7.1
Demandas recibidas
por departamento

Departamentos que se
destacaron por el aumento en
las demandas interpuestas



Fuente: Superintendencia
Financiera de Colombia.

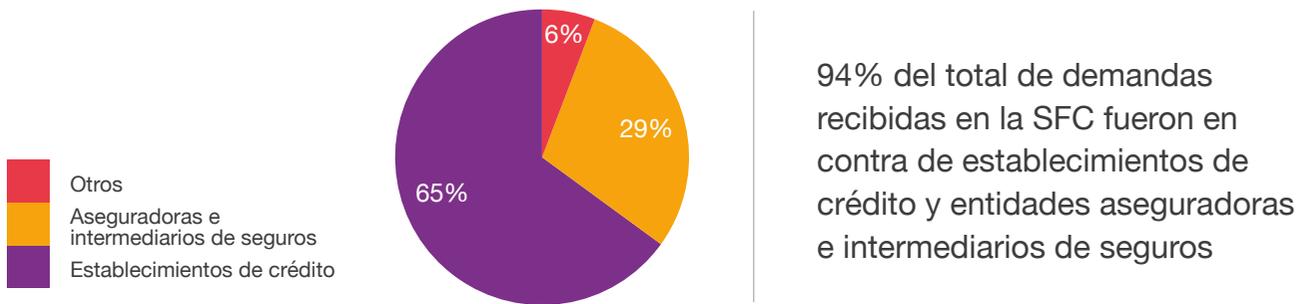
Por tipo de entidad, 94% de las demandas recibidas fueron en contra de establecimientos de crédito (65%) y entidades aseguradoras e intermediarios de seguros (29%). Frente a 2016, las demandas en contra de establecimientos de crédito se redujeron en 8%, impulsadas por una contracción en el número de controversias por plazo, intereses y obligaciones del contrato de 19% y por fraude a través de canales electrónicos, motivos que

componen el 24% y el 19%, respectivamente, de las demandas recibidas en contra de establecimientos de crédito.

Con relación a las demandas contra entidades aseguradoras e intermediarios de seguros, durante 2017 se evidenció un aumento de 18%, motivado, principalmente, por inconvenientes con la indemnización en el contrato de seguros, que representa 83% del total de demandas con un aumento del 16% en el último año (Gráfico 7.14).

GRÁFICO 7.14
Demandas recibidas por tipo de entidad y por motivo

¿A qué entidades y por qué demandaron los consumidores financieros?



94% del total de demandas recibidas en la SFC fueron en contra de establecimientos de crédito y entidades aseguradoras e intermediarios de seguros

Número de quejas recibidas por producto y participación por motivo	Concepto de las quejas	Variación frente a 2016
 Establecimientos de crédito 1.774  8% frente a 2016	24% Controversias por plazo, interés y obligaciones propias del contrato	 19%
	20% Cobros indebidos con cargo a tarjetas de crédito	 36%
	19% Fraude a través de canales electrónicos	 27%
 Aseguradoras e intermediarios de seguros 773  18% frente a 2016	83% Indemnización en contrato de seguros	 16%
	11% Controversias por plazo, interés y obligaciones propias del contrato	 8%

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

