

Edición 1074

La banca digital: estrategia clave para impulsar la inclusión financiera

- Cumplir la meta establecida en el Plan Nacional de Desarrollo de lograr que en 2018 el 84% de la población adulta tenga al menos un producto financiero, requiere incluir financieramente a 3,4 millones de personas en los dos años siguientes. Estas personas, en su mayoría hacen parte de los estratos socioeconómicos 1 (entre 0,3 y 0,9 millones), 2 (entre 0,4 y 1,2 millones) y 3 (entre 1,2 y 2,7 millones), quienes requieren productos y servicios financieros costo-eficientes que las innovaciones tecnológicas prometen.
- La banca digital es un aliado estratégico para lograr una mayor inclusión financiera, al ofrecer acceso omnipresente, bajos costos, altos niveles de seguridad y mejoras en la productividad. Vale la pena decir que la tecnología no solo significa nuevos productos o servicios; también implica el mejoramiento y/o transformación de canales y productos existentes.
- Lograr que se concreten las oportunidades que promete la banca digital plantea retos claves para articular los aportes de los actores involucrados. En primer lugar, es clave que el sector público garantice que la regulación mantenga un balance entre los nuevos requerimientos del mercado, la estabilidad del sistema y la protección a los consumidores. En particular, es fundamental asegurar los principios de internet abierto y de neutralidad de la red para las aplicaciones del sistema. La banca tradicional y los nuevos jugadores, por su parte, se enfrentan al desafío de innovar competitivamente y establecer asociaciones constructivas que permitan la creación de soluciones interoperables que faciliten el uso entre los consumidores. Asimismo, deben prepararse para responder a la nueva demanda de manera eficiente, pues los nuevos nativos digitales serán los consumidores del futuro.
- Llenar los vacíos en materia de educación financiera y superar ciertos miedos respecto al uso de la tecnología en sus productos financieros es también crucial para alcanzar las metas trazadas. Según una investigación de la Comisión de Regulación de las Comunicaciones, en 2015 solo el 12% de los consumidores realizaron transacciones bancarias desde su celular. Avanzar en todos estos frentes luce imperativo si queremos darle celeridad a la inclusión financiera.

23 de Enero de 2017

Director:

Santiago Castro Gómez

ASOBANCARIA:

Santiago Castro Gómez
Presidente

Jonathan Malagón
Vicepresidente Técnico

Germán Montoya
Director Económico

Para suscribirse a Semana Económica, por favor envíe un correo electrónico a semanaeconomica@asobancaria.com

Visite nuestros portales:
www.asobancaria.com
www.yodecidomibanco.com
www.sabermassermas.com
www.abcmicasa.com

Edición 1074

La banca digital: estrategia clave para impulsar la inclusión financiera

Los desarrollos en computación, electrónica y telefonía móvil permiten hoy realizar de manera sencilla tareas que antes eran tediosas, costosas, complejas o imposibles. El manejo de grandes volúmenes de información, comunicación simultánea entre personas, geo localización, seguridad biométrica, entre otras, son hoy tareas mucho más fáciles gracias a la innovación tecnológica.

Una de las consecuencias de esta revolución tecnológica es que el mundo produce hoy más datos en un año que en toda la historia de la humanidad¹. El análisis y procesamiento de estos datos está cambiando por completo el comportamiento futuro de las industrias y sus modelos de negocio. Acceder a información particular de los consumidores permite el diseño personalizado de productos, que impulsa a los mercados a repensar completamente la relación que tienen con sus clientes y la forma en cómo generan y entregan valor.

El mercado financiero no es ajeno a este impacto, pues el mundo digital ha cambiado la dinámica tradicional de la banca, ofreciendo productos enfocados en el consumidor y sus necesidades. Se trata de un consumidor que demanda transacciones en tiempo real, seguras y eficientes, y al que las nuevas tecnologías lo empoderan para: i) administrar sus productos a través de plataformas a las que pueden acceder desde cualquier lugar y en cualquier momento; ii) conocer de primera mano la oferta de productos y servicios, iii) comparar las opciones que le ofrece el mercado y iv) emitir opiniones y defender sus derechos de manera más efectiva. Otra faceta de las nuevas tecnologías consiste en el impacto potencial que tienen para impulsar la inclusión financiera, particularmente en sectores de bajos ingresos.

En este contexto, esta Semana Económica cuantifica el reto de la inclusión financiera para cumplir la meta del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018. Asimismo, presenta algunas de las principales características, oportunidades y opciones que representa la banca digital. De igual forma, plantea algunos de los principales retos del país para la masificación de la banca móvil.

El desafío de cumplir con la meta de inclusión financiera en 2018

Para junio de 2016, el indicador de bancarización en Colombia fue de 77,3%, equivalente a 25,5 millones de adultos con al menos un producto financiero. Teniendo en cuenta la meta establecida en el Plan Nacional de Desarrollo de lograr que en 2018 el 84% de la población adulta tenga al menos un producto financiero, se plantea el reto de incluir financieramente en 2 años y medio a más de 3,3 millones de adultos. La característica fundamental de estas personas consiste en que la mayoría

Editor

Germán Montoya
Director Económico

Participaron en esta edición:

Nicolás Rodríguez
Walden Borja
Lorena García
Andrea Sanchez



19^o Congreso de
tesorería
DESAFIOS
FATASABAN EN EL FENOLABORATORIO

26y27
de enero de 2017
Hotel Hilton - Cartagena

**El primer
gran evento
económico y
financiero del
2017**

INSCRIBIRME A ESTE EVENTO



¹ Skinner, Chris (2014), Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank. Marshall Cavendish Business. Singapore. Pp. 14

pertenecen a los estratos 1, 2 y 3, por quienes requieren los productos y servicios financieros costo-eficientes que las innovaciones tecnológicas prometen.

Según la información de la Encuesta de Demanda de inclusión financiera de la Banca las Oportunidades de 2015, el 24% de la población colombiana perteneciente al estrato uno tiene al menos una cuenta de ahorro, un porcentaje que asciende a 47% en el estrato dos, a 52% en el estrato tres, 66% en el cuatro, a cerca de 74% en el estrato cinco y a un 64% en el estrato seis.

Extrapolando estos resultados de cuentas de ahorro a la tenencia de al menos un producto financiero (teniendo en cuenta que es el producto más masivo en el mercado colombiano), se plantean dos escenarios alternativos que permitirían cumplir con la meta de inclusión financiera para 2018. Un primer escenario plantea incluir financieramente a las personas de todos los estratos, de manera que alcancen el nivel de acceso de las personas pertenecientes al estrato inmediatamente superior. Según esto, para lograr la meta del PND se debería lograr que cerca de 900 mil personas del estrato uno accedan a algún producto financiero, 1,2 millones de personas del estrato dos, un poco menos de 900 mil del estrato tres, aproximadamente 300 mil personas del estrato cuatro, y 63 mil tanto en el estrato cinco como en el seis.

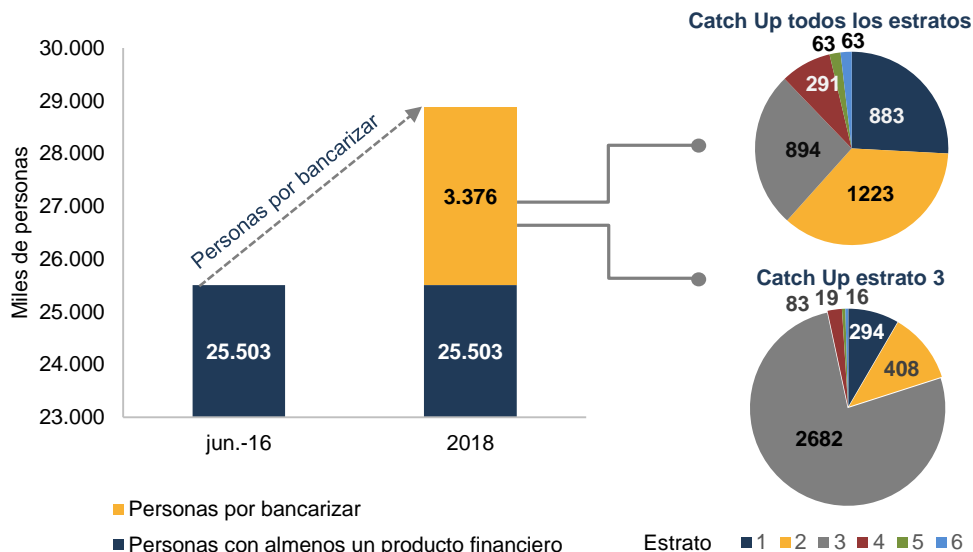
Un escenario alternativo sugiere que el foco de inclusión recaiga en el estrato tres, pasando de un porcentaje de tenencia de cuentas de ahorro de 52% al 82% en 2018. De acuerdo con esto, sería necesario incluir más de 2.6 millones de personas del estrato tres, 294 mil de estrato uno, 407 mil del estrato dos, cerca de 80 mil del estrato cuatro, aproximadamente 20 mil del cinco, y 16 mil del estrato seis (Gráfico 1).

Estas cifras revelan los enormes desafíos que representa avanzar en los niveles de bancarización hacia la meta del 84% propuesta en el PND de cara al 2018, por lo que resulta fundamental diseñar estrategias de inclusión que tomen en consideración las características y necesidades de los estratos medios y bajos, en particular las relacionadas con costos y valor agregado de los productos y servicios financieros, pues allí reside la mayor parte del potencial de la población objetivo.

La oferta de valor de la banca digital

El *Center for Financial Inclusion* afirma que gracias al acceso omnipresente, los bajos costos, altos niveles de seguridad y las mejoras en la productividad, las tecnologías digitales son un aliado estratégico para lograr una mayor inclusión financiera. Vale la pena decir que

Gráfico 1. Reto de inclusión financiera a 2018



Fuente: Dane, Banca de las Oportunidades. Cálculos Asobancaria.

Edición 1074

la tecnología no solo significa nuevos productos o servicios; también implica el mejoramiento y/o transformación de canales y productos existentes.

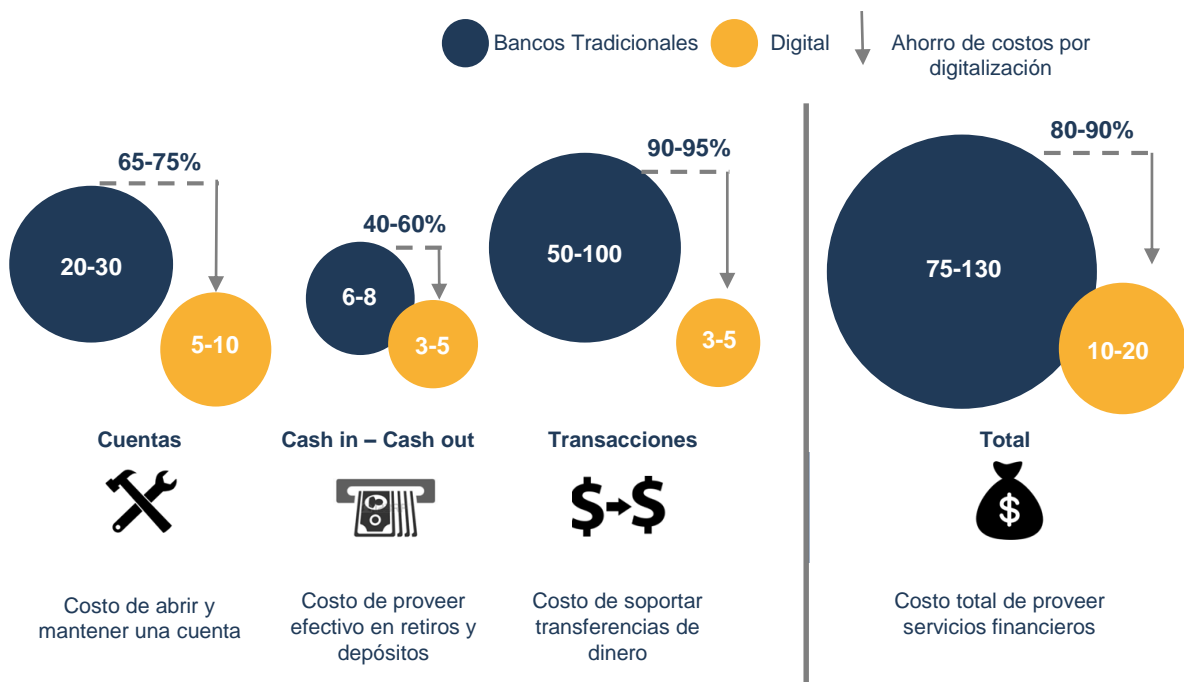
Bajos costos. Reemplazar canales tradicionales como las oficinas por canales digitales, reduce dramáticamente el costo de proveer servicios financieros e incrementa la conveniencia de uso para los consumidores, principalmente porque brinda acceso financiero a población de bajos niveles de ingreso, en especial aquella que se encuentra en áreas rurales. En efecto, según un estudio realizado por Mckinsey², en donde compara los costos de realizar operaciones en el mundo real en comparación con el mundo digital, el ahorro total de costos por la digitalización de servicios financieros puede ser entre el 80% y 90% (Gráfico 2).

Omnipresencia. En las ciudades las personas gastan menos haciendo largas filas en una sucursal bancaria pues tienen acceso a sus productos las 24 horas del día en sus dispositivos móviles. Los consumidores en áreas rurales, quienes invierten más tiempo, podrán evitar hacer largos desplazamientos a los pueblos más cercanos para realizar sus operaciones financieras, lo que genera beneficios en tiempo y dinero.

De hecho, en un estudio en el área rural de Nigeria, Aker *et al* (2015)³ muestran como los pagos hechos vía digital implican un ahorro en promedio de una hora de viaje y más de tres horas de espera por transferencia.

La nueva conectividad digital se ha expandido de manera extraordinariamente rápida y ha cambiado la situación de

Gráfico 2. Costo anual de servicio a consumidores en economías emergentes - 2014



Fuente: Rodger Voorhies, et al. (2013).

² McKinsey & Company (2010), Inclusive Growth and Financial Security: The Benefits of E-payments to Indian Society. Disponible en: http://mckinseysociety.com/downloads/reports/Economic-Development/epayments_benefits_to_indian_society_USD_191110.pdf

³ Jenny C. Aker et al., Payment mechanisms and anti-poverty programs: Evidence from a mobile money cash transfer experiment in Niger, CDG working paper number 268, July 2015.

Edición 1074

inclusión financiera en muchas economías emergentes. Muchas personas en estos países han accedido al sistema financiero a través de un teléfono móvil, pues este le ha proveído acceso fácil a servicios como cuentas, pagos electrónicos y créditos.

Otras características de la banca digital. Una de las leyes del mundo del internet, según Kelly (1997)⁴, es el de un acceso a bajo costo, pues debido a las economías de escala que logran las nuevas tecnologías, los servicios ofrecidos digitalmente terminarán siendo más asequibles. Si bien no es deseable un escenario donde la oferta sea completamente gratuita, lo cierto es que actualmente es posible encontrar diferentes alternativas sin costo en el mundo de las noticias, la música, libros, entre otros. En este sentido, el mundo de la banca digital está dando los primeros pasos en este sentido, siendo las experiencias de Paypal, Zopa⁵ o SmartyPig⁶ un abrebocas de la banca digital del futuro.

De acuerdo con Skinner (2014)⁷, la banca digital del futuro ofrecerá sus servicios transaccionales y administrativos a bajo costo, no cobrará intereses por estar en sobregiro e incluso ofrecerá buenas tasas por los saldos positivos. Los bancos rentabilizarán sus actividades, no con base en estos costos tradicionales, sino en los millones de usuarios a los que podrán ofrecer servicios, publicidad y productos y servicios auxiliares. De acuerdo con este autor, el banco, más que tener clientes, debe buscar seguidores.

En Colombia, en efecto, las entidades ofrecen una amplia canasta de productos de ahorro y transacciones completamente gratuitas para el usuario. Sin embargo, es innegable el espacio de mejora en cuanto a costos que ofrecerá la masificación de la banca electrónica. En el fondo, la banca digital se basa más en ofrecer valor agregado en servicios como los de la administración de finanzas personales (PFM por sus siglas en inglés), en los que fue pionero la plataforma Mint⁸ y que hoy encuentra multitud de oferentes, muchos de los cuales están respaldados por software desarrollado por Yodlee⁹. Este

tipo de programas, que ha venido estando en la primera fila de los servicios bancarios digitales, actualmente ofrecen la posibilidad de vincular los servicios de administración de pagos y transacciones en el teléfono inteligente ofreciendo análisis en tiempo real. Este análisis no solo se realiza sobre el comportamiento individual, sino también sobre otros miembros de la red, personas o empresas con características similares a las del usuario.

En la tercera época de las pantallas que suponen los teléfonos digitales (la primera fue la de la televisión, y la segunda la de los computadores de escritorio), es clave que las entidades bancarias diseñen su estructura de negocios con base en la permanente (24/7) accesibilidad de los productos en tiempo real. Esto implica que el servicio de PFM no solo permita llevar el registro de las compras, sino que en el mismo momento de las compras la aplicación se comporte de una manera proactiva ante el usuario y le ofrezca información sobre si la operación que va a realizar lo mantiene dentro del presupuesto, cuánto ha gastado en un determinado comercio, entre otra información valiosa. El banco digital, más que ser un buen procesador de información, debe ofrecer valor real a sus clientes.

El modelo de la banca digital estará conformado por tres dinámicas propias de acuerdo con Skinner (2014): (i) la banca como servicio, (ii) una banca basada en componentes, de conectar y utilizar (plug and play) y (iii) en la competición colaborativa. La Banca como servicio es un nuevo modelo de banca basada en la estructura de computación en la nube propia de la banca digital. Este nuevo modelo está basado más en una estructura modular que en una integrada, donde los procesos de los bancos son Apps y el procesamiento se basa en API (*Application Programming Interface*).

Construir un banco digital. Skinner (2014) también plantea un conjunto de requisitos para que una entidad financiera pueda lograr un lanzamiento exitoso como banco digital. En primer lugar, debe enfocarse en una oferta de valor basada en ser justo, transparente en los costos y claro en la oferta de servicios, y más que

⁴ Kelly, Kevin (1997), *New Rules for the New Economy: Twelve dependable principles for thriving in a turbulent world*, Wired. Disponible en: <https://www.wired.com/1997/09/newrules/>

⁵ www.zopa.com

⁶ www.smartypig.com

⁷ Skinner, Chris (2014), *Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank*. Marshall Cavendish Business. Singapore. Pp. 14.

⁸ www.mint.com

⁹ www.yodlee.com

enfocarse en atraer clientes debe comprometerse en mantenerlos. Al respecto, pone el ejemplo del banco online *First Direct*¹⁰ que ofrece a sus nuevos clientes GBP100¹¹ si se vincula al banco y otros GBP100 si el mismo consumidor decide retirarse del banco después de los primeros seis (6) meses. Este tipo de propuestas arriesgadas se basa en el supuesto de que a los consumidores les resulte más conveniente permanecer en el banco que en cualquier otra institución.

En segunda instancia, debe esforzarse por ser un banco “cool” con sus usuarios. Para alcanzar esto se requiere lograr una sorprendente experiencia de usuario online, diseñada para teléfonos móviles y tabletas. Entre otras características, estas aplicaciones serían más impactantes si permiten una autenticación que utilice la geolocalización y señal, como actualmente lo ofrece *Smile*¹². A partir de este escenario, existen algunas tecnologías que podrían apoyar el proceso de inclusión financiera (Tabla 1).

Tabla 1. Tecnologías para la inclusión financiera

Tecnología	Definición	Solución de Inclusión Financiera
Big data	Manejo y administración de grandes cantidades de información.	El Big Data rompe barreras de asimetrías de información, pues la recolección de datos a través de fuentes alternas a las tradicionales brinda la posibilidad de conocer mejor al cliente e incluir dicha información en procesos de aprobación de créditos. Sin embargo, estos datos solo son útiles para la inclusión financiera si existe una capacidad mínima para analizar, procesar y convertirlos en mejores productos financieros.
Identificación biométrica	Sistemas de autenticación de identidad a través de medios fisiológicos como las huellas dactilares, lectura del iris, reconocimiento de voz o facial entre otros	En ocasiones, la ausencia de identificación es un desafío para los proveedores de servicios financieros, especialmente en zonas rurales, pobres o de bajos niveles de alfabetismo, en donde los procesos de registro de personas son complicados. Esta tecnología permite probar de forma clara, automática y confiable la identidad de posibles clientes.
Cloud computing	La computación en la nube busca tener todos los archivos e información en Internet.	La habilidad de tener el almacenamiento de datos y servicios en la nube, asegura el procesamiento rápido de transacciones y la completa conectividad entre el <i>front</i> y el <i>back</i> de los servicios financieros. Razón por la cual la implementación de esta herramienta en la prestación de servicios financieros ayudaría a mejorar los indicadores de uso de productos financieros, pues facilita la realización de transacciones garantizando seguridad y eficiencia.
Dispositivos móviles	Dispositivos inteligentes que ofrecen una amplia gama de funciones avanzadas, con conexión a redes de telecomunicaciones.	La alta penetración de teléfonos inteligentes y tabletas permite que los consumidores financieros puedan acceder a sus productos y servicios las 24 horas los 7 días de la semana, traducándose en mejores indicadores de calidad, bienestar y experiencia del cliente.
Internet	Conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas.	Esta plataforma se convierte en un insumo fundamental de inclusión financiera pues permite la creación de canales como la banca móvil en donde cualquier consumidor puede acceder a información de productos adquiridos o a la oferta existente en el mercado para tomar decisiones informadas, que rompen barreras de asimetrías de información.

¹⁰ www.firstdirect.com

¹¹ GBP = Libras esterlinas

¹² www.smile.co.uk

Tecnología	Definición	Solución de Inclusión Financiera
Código QR	Tecnología que permite almacenar información a través de una matriz de puntos o un código de barras bidimensional. Adicional a esto permite leer su contenido a alta velocidad.	El Código <i>Quick Response</i> o “QR” es una herramienta que ofrece al consumidor información más precisa y relevante sobre un producto o servicio financiero a través de contenidos digitales. Esta tecnología es empleada por el sistema financiero para la realización de transferencias de manera ágil y sencilla.
NFC	Tecnología inalámbrica de corto alcance permite una interconexión entre dispositivos electrónicos de una manera intuitiva, sencilla y simple.	Gracias a los altos estándares de seguridad que posee, esta tecnología puede facilitar las transacciones monetarias y con ello masificar los pagos electrónicos incentivando el uso de productos financieros.
Blockchain	Una cadena de bloques (<i>blockchain</i>) es un registro de datos descentralizado que registra bloques de información y los entrelaza para facilitar la recuperación de la información y la verificación de que ésta no ha sido cambiada.	Esta tecnología, que va más allá de las criptomonedas, promete transformar la forma en que se intercambia valor. La facilidad y seguridad con la que permite administrar la identidad de los participantes en la red, rastrear los activos intercambiados y la facilidad con la que se puede llevar a cabo el <i>enforcement</i> de los contratos, plantea una disminución fundamental de costos y una reducción sustancial de la incertidumbre en las transacciones.
Redes sociales	Medio de comunicación social que permite establecer contacto con otras personas por medio de la Web. Sus miembros comparten alguna relación, donde mantienen intereses y actividades en común o se encuentran interesados en explorar los intereses y las actividades de otros usuarios.	Las redes sociales podrían permitir vincular cuentas bancarias a cuentas de usuarios. Los servicios financieros a través de las redes sociales pueden impulsar la inclusión financiera al mejorar los procesos de adquisición de cliente, mejor análisis de datos, aumentar el crédito y las compras grupales; así como nuevos medios de pago (Por ejemplo: PayKey).

Fuente: Elaboración Asobancaria.

Retos para la masificación de la banca digital en Colombia

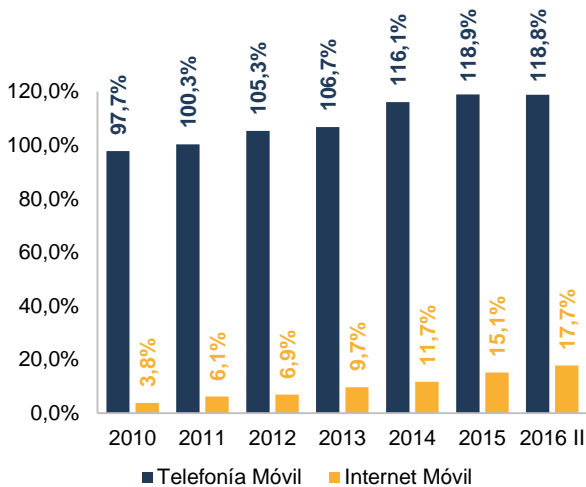
Lograr que se concreten las oportunidades que promete la banca digital plantea varios retos claves para articular las iniciativas de los actores involucrados. En primer lugar, es indispensable que el sector público garantice que la regulación mantenga un balance entre los nuevos requerimientos del mercado, la estabilidad del sistema y la protección a los consumidores. En particular, es fundamental asegurar los principios de internet abierto y de neutralidad de la red para las aplicaciones del sistema, que hacen posible que las aplicaciones bancarias puedan utilizarse con la mayor eficiencia y velocidad.

En segunda instancia, es preciso mejorar la infraestructura digital del país y facilitar el acceso de la población a los teléfonos inteligentes y a las tabletas. Para ello, se debe asegurar el acceso a redes de telecomunicaciones y conectividad móvil, ya que sin esto es muy poco lo que el mercado puede lograr para llegar a toda la población excluida. En el segundo trimestre de 2016, el número de abonados al servicio de telefonía móvil en Colombia ascendió a casi 58 millones, revelando un índice de penetración del 118,8%, lo que representa un crecimiento promedio de 3,5% desde el 2010, año en el que el índice alcanzó el 97,7%. Para el caso del Internet Móvil, al término del segundo trimestre de 2016 se contabilizaron un total de 8.6 millones de suscriptores, presentando un crecimiento de 7,4% con respecto al primer trimestre de

Edición 1074

2015 y revelando un índice de penetración de 17,7% (Gráfico 3).

Gráfico 3. Penetración de Servicios Móviles en la población (2010-2016 II)

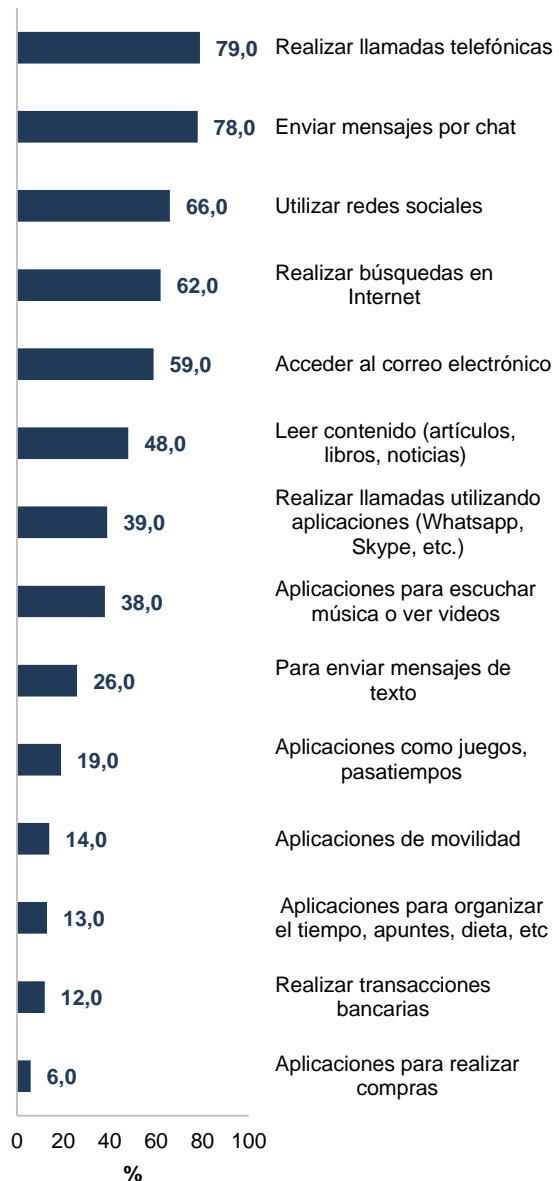


Fuente: Boletín Trimestral de las TIC. Cálculos Asobancaria.

La banca tradicional y los nuevos jugadores se enfrentan al desafío de innovar competitivamente y establecer asociaciones constructivas que permitan la creación de soluciones interoperables que faciliten el uso entre los consumidores. A su vez, la banca tradicional debe prepararse para responder a la nueva demanda de manera eficiente, pues los nuevos nativos digitales serán los consumidores del futuro.

Frente a los consumidores, es clave llenar los vacíos de educación financiera y superar ciertos miedos respecto al uso de la tecnología en sus productos financieros, pues de esta manera se podría reducir la brecha entre el acceso y el uso efectivo de éstos. Según una investigación de la Comisión de Regulación de las comunicaciones (2016)¹³, la realización de llamadas telefónicas es el primer uso que los colombianos mayores de 18 años y usuarios de los servicios móviles dan a su equipo celular, seguido del envío de mensajes por chat y el acceso a redes sociales, con un 79%, 78% y 66% respectivamente (Gráfico 4). Llama la atención que solo el 12% de los consumidores lleven a cabo transacciones bancarias desde su celular.

Gráfico 4. ¿Con qué frecuencia realiza estas acciones en su equipo celular? (Julio 2016)



Fuente: Comisión de Regulación de Comunicaciones (2016), Hábitos y usos de los servicios móviles.

¹³ Comisión de Regulación de Comunicaciones (2016), Hábitos y usos de los servicios móviles.

Edición 1074

Consideraciones finales

Para cumplir con la meta establecida en el Plan Nacional de Desarrollo de lograr que en 2018 el 84% de la población adulta tenga al menos un producto financiero, se requiere incluir financieramente a 3,4 millones de personas en los dos años siguientes. Estas personas en su mayoría hacen parte de los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3, quienes requieren productos y servicios financieros costo-eficientes que las innovaciones tecnológicas prometen.

La banca digital es un aliado estratégico para lograr una mayor inclusión financiera al ofrecer acceso omnipresente, bajos costos, altos niveles de seguridad y mejoras en la productividad. Vale la pena decir que la tecnología no solo significa nuevos productos o servicios, pues también implica el mejoramiento y/o transformación de canales y productos existentes.

Para que las oportunidades que promete la banca digital se materialicen son fundamentales los aportes del gobierno, la banca y de los consumidores. Por un lado, el sector público debe garantizar un balance regulatorio entre nuevos requerimientos del mercado, la estabilidad del sistema y la protección a los consumidores. Es fundamental, además, asegurar los principios de neutralidad de la red para las aplicaciones del sistema.

La banca tradicional y los nuevos jugadores, por su parte, se enfrentan al desafío de innovar competitivamente y establecer asociaciones constructivas que permitan la creación de soluciones interoperables que faciliten el uso entre los consumidores. Asimismo, deben prepararse para responder a la nueva demanda de manera eficiente, pues los nuevos nativos digitales serán los consumidores del futuro.

Frente a los consumidores, es clave llenar los vacíos de educación financiera y superar ciertos miedos respecto al uso de la tecnología en sus productos financieros. Avanzar en todos estos frentes es imperativo si queremos darle celeridad a la inclusión financiera.

Edición 1074

Colombia Principales Indicadores Macroeconómicos

	2013		2014				2015				2016				2017	
	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	Total Proy.	Total Proy.
PIB Nominal (COP Billones)	710,5	186,7	188,0	190,7	192,1	757,5	193,6	198,0	202,6	206,7	800,8	209,1	213,1	213,3	871,3	932,7
PIB Nominal (USD Billones)	368,7	95,0	100,0	94,0	80,3	316,6	75,1	76,6	64,9	65,6	254,3	69,2	73,1	74,0	294,2	295,9
PIB Real (COP Billones)	493,8	127,8	128,2	129,4	130,0	515,5	131,3	132,1	133,6	134,3	531,4	134,5	134,7	135,2	545,4	557,6
Crecimiento Real																
PIB Real (% Var. interanual)	4,9	6,5	4,1	4,2	3,5	4,6	2,8	3,0	3,2	3,3	3,1	2,5	2,0	1,2	1,8	2,3
Precios																
Inflación (IPC, % Var. interanual)	1,9	2,5	2,8	2,9	3,7	3,7	4,6	4,4	5,4	6,8	6,8	8,0	8,6	7,3	5,7	4,8
Inflación básica (% Var. interanual)	2,2	2,5	2,5	2,4	2,8	2,8	3,9	4,5	5,3	5,9	5,9	6,6	6,8	6,7
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	1927	1965	1881	2028	2392	2392	2576	2585	3122	3149	3149	3022	2916	2880	2962	3152
Tipo de cambio (Var. % interanual)	9,0	7,3	-2,5	5,9	24,2	24,2	31,1	37,4	53,9	31,6	31,6	17,3	12,8	-7,8	-5,9	6,4
Sector Externo (% del PIB)																
Cuenta corriente	-3,4	-4,3	-4,3	-4,9	-7,3	-6,2	-7,0	-5,2	-7,6	-6,1	-7,4	-5,4	-3,7	-4,6	-5,9	-4,7
Cuenta corriente (USD Billones)	-12,4	-4,0	-4,2	-4,9	-6,4	-19,5	-6,8	-5,3	-7,6	-6,1	-18,9	-3,5	-2,7	-3,4	17,4	-13,9
Balanza comercial	-0,8	-1,9	-2,0	-2,6	-6,2	-3,7	-6,0	-4,4	-7,8	-7,2	-7,3	-5,9	-4,0	-4,8	-6,3	-3,1
Exportaciones F.O.B.	18,2	16,8	16,9	17,3	16,4	20,2	15,1	15,2	16,2	15,4	17,9	13,8	14,0	14,2	15,6	10,2
Importaciones F.O.B.	19,0	18,7	18,9	19,9	22,4	23,9	21,1	19,6	24,0	22,6	25,1	19,8	18,0	18,9	21,9	13,3
Renta de los factores	-3,9	-3,5	-3,3	-3,5	-2,6	-3,9	-2,3	-2,4	-1,9	-0,8	-2,2	-1,5	-1,6	-1,7	-1,3	-1,8
Transferencias corrientes	1,3	1,1	1,0	1,2	1,5	1,4	1,4	1,5	2,2	2,0	2,0	2,0	1,9	1,8	1,7	1,6
Inversión extranjera directa	4,4	4,1	5,0	3,7	4,3	5,1	4,2	5,1	3,2	3,2	4,6	7,4	4,8	2,7	4,1	4,4
Sector Público (acumulado, % del PIB)																
Bal. primario del Gobierno Central	0,0	0,5	1,1	1,4	-0,2	-0,2	0,0	0,8	1,0	-0,5	-0,5	0,2
Bal. del Gobierno Central	-2,4	0,1	0,1	-0,5	-2,4	-2,4	-0,4	-0,2	-1,0	-3,0	-3,0	-0,9	-1,1	-2,7	-3,9	-3,3
Bal. estructural del Gobierno Central	-2,3	-2,3	-2,2	-2,1	-2,0
Bal. primario del SPNF	1,4	0,9	2,4	2,3	0,2	0,7	0,6	1,8	1,8	-0,6	-0,6	1,0	2,1	1,8	0,9	0,5
Bal. del SPNF	-0,9	0,5	1,4	0,5	-2,0	-1,4	0,2	0,7	-0,4	-3,4	-3,4	0,2	0,5	-0,6	-2,6	-2,3
Indicadores de Deuda (% del PIB)																
Deuda externa bruta	24,2	25,1	25,6	26,1	26,8	26,8	36,4	36,9	37,4	37,9	37,9	40,3	41,0	41,0
Pública	13,7	14,3	15,0	15,4	15,8	15,8	21,7	22,1	22,3	22,7	22,7	24,4	25,0	24,7
Privada	10,5	10,8	10,6	10,7	11,0	11,0	14,7	14,8	15,1	15,2	15,2	16,3	16,5	16,3
Deuda del Gobierno Central	37,2	35,8	35,5	36,9	40,0	40,5	39,8	40,5	39,9	42,3	45,1	41,1	42,1

Fuente: PIB y Crecimiento Real – DANE, proyecciones Asobancaria. Sector Externo – Banco de la República, proyecciones MHCP y Asobancaria. Sector Público – MHCP. Indicadores de deuda – Banco de la República, Departamento Nacional de Planeación y MHCP.

Edición 1074

Colombia Estados Financieros*

	nov-15 (b)	oct-16	nov-16 (a)	Variación real anual entre (a) y (b)
Activo	502.606	542.757	553.752	4,0%
Disponible	34.311	34.781	37.695	3,7%
Inversiones y operaciones con derivados	97.550	93.778	96.378	-6,8%
Cartera de crédito	350.555	390.612	394.617	6,2%
Consumo	93.218	103.696	105.324	6,6%
Comercial	204.616	227.604	229.578	5,9%
Vivienda	42.368	48.433	48.772	8,6%
Microcrédito	10.353	10.878	10.942	-0,3%
Provisiones	15.358	18.371	18.758	15,3%
Consumo	5.684	6.702	6.886	14,3%
Comercial	7.682	9.412	9.558	17,4%
Vivienda	1.253	1.514	1.538	15,8%
Microcrédito	731	739	773	-0,2%
Pasivo	436.730	471.981	482.244	4,2%
Instrumentos financieros a costo amortizado	373.158	407.726	417.531	5,6%
Cuentas de ahorro	158.947	149.716	158.109	-6,1%
CDT	99.440	140.255	136.795	29,8%
Cuentas Corrientes	47.780	45.927	47.934	-5,3%
Otros pasivos	3.437	3.324	3.203	-12,1%
Patrimonio	65.876	70.777	71.508	2,4%
Ganancia / Pérdida del ejercicio (Acumulada)	9.048	9.876	10.319	7,6%
Ingresos financieros de cartera	30.346	34.210	37.913	17,9%
Gastos por intereses	9.708	14.796	16.469	60,1%
Margen neto de Intereses	20.083	19.983	22.027	3,5%
Indicadores				Variación (a) - (b)
Indicador de calidad de cartera	3,00	3,32	3,34	0,34
Consumo	4,62	5,00	5,14	0,52
Comercial	2,29	2,60	2,54	0,25
Vivienda	2,02	2,25	2,30	0,28
Microcrédito	6,63	7,21	7,40	0,77
Cubrimiento**	145,8	141,5	142,3	3,49
Consumo	131,9	129,3	127,2	-4,67
Comercial	164,1	158,9	163,8	-0,28
Vivienda	146,3	138,8	136,8	-9,53
Microcrédito	106,5	94,2	95,4	-11,05
ROA	1,97%	2,19%	2,03%	0,1
ROE	15,07%	16,97%	15,84%	0,8
Solvencia	14,75%	15,46%	15,31%	0,6

* Cifras en miles de millones de pesos.

** No se incluyen otras provisiones. El cálculo del cubrimiento tampoco contempla las otras provisiones.