



23 de abril de 2012

María Mercedes Cuéllar
Presidente

Daniel Castellanos García
Vicepresidente Económico
+57 1 3266600
dcastellanos@asobancaria.com

Proteger y educar financieramente a sus consumidores, un firme compromiso de la banca colombiana

Resumen. Para Asobancaria, la protección del consumidor y la educación financiera, constituyen dos asuntos de particular importancia. Un sistema adecuado de protección al consumidor precisa de tareas en tres frentes: uno, provisión de información clara y oportuna relacionada con las características, costos y funcionamiento de los productos y servicios financieros; dos, efectividad en el ejercicio de los derechos y deberes de los consumidores y de las entidades bancarias, así como de los mecanismos de protección; y tres, desarrollo de habilidades, conocimientos y actitudes de la población, necesarias para comprender de manera adecuada la información disponible, tomar decisiones acertadas y adquirir hábitos financieros saludables.

En cuanto a la educación financiera, para Asobancaria es un hecho que a la hora de la toma de decisiones no basta con garantizar la disponibilidad de información, como sucede en la actualidad, sino que también es indispensable capacitar a la población sobre cómo utilizarla. Para ello, las instituciones bancarias y el gremio han venido trabajando en el diseño de planes y programas que faciliten que sus consumidores desarrollen las habilidades y destrezas necesarias para el uso adecuado del sistema.

No obstante, estas iniciativas no pueden ni deben ser el único camino para aumentar los niveles de alfabetización de los colombianos. Se considera necesario que la educación financiera esté disponible para todos desde la infancia y en las diferentes etapas de la vida. Para ello, es preciso el diseño de programas con enfoques integrales y flexibles, que satisfagan las necesidades en esta materia de niños, jóvenes y adultos, tarea que solo puede ser liderada por el Estado con la participación del sector privado.

Con el objetivo de avanzar en ese sentido, el pasado dos de febrero se firmó un Convenio Marco de largo alcance entre el Ministerio de Educación Nacional y la Asociación. La meta es que para el 2013, todas las instituciones educativas integren el programa de educación económica y financiera a sus proyectos educativos institucionales.

Ahora bien, a pesar del compromiso de la banca, el reto está en que el desarrollo de esta temática se convierta en un propósito nacional, en el que tanto el sector público como el privado desarrollen un rol activo y se generen sinergias, tal como está sucediendo en otros países.

Para suscribirse a Semana Económica por favor envíe un correo electrónico a ameja@asobancaria.com o visítenos en <http://www.asobancaria.com>

Proteger y educar financieramente a sus consumidores, un firme compromiso de la banca colombiana¹

María Mercedes Cuéllar
Presidente

Para Asobancaria, la protección del consumidor y, dentro de este marco, la educación financiera, constituyen dos asuntos de particular relevancia, hacia los cuales el sector financiero colombiano ha dirigido ingentes esfuerzos en los últimos años.

La importancia que se asigna en la actualidad a la protección al consumidor financiero es significativamente mayor que en el pasado, debido a que diversos eventos ocurridos en los mercados financieros internacionales pusieron en evidencia que las economías con insuficientes marcos de protección de sus usuarios están expuestas a riesgos más elevados que aquellos que si los tienen. Por cuenta de ello, se ha venido trabajando en: (i) entender mejor la relación existente entre un régimen fuerte de protección al consumidor y la estabilidad financiera; (ii) fortalecer los vínculos entre protección e inclusión financiera, entendiendo que las experiencias —y necesidad de productos— de los usuarios ubicados en la base de la pirámide de ingresos difieren de aquellos del resto del mercado; y (iii) impulsar técnicas que contribuyan al desarrollo de las capacidades financieras de los consumidores.

Es dentro de este marco que un sistema adecuado de protección al consumidor financiero precisa de tareas en tres frentes: uno, provisión de información clara y oportuna relacionada con las características, costos y funcionamiento de los productos y servicios financieros; dos, efectividad en el ejercicio de los derechos y deberes de los consumidores y de las entidades bancarias, así como de los mecanismos de protección; y tres, desarrollo de habilidades, conocimientos y actitudes de la población, necesarias para comprender de manera adecuada la información disponible, tomar decisiones acertadas y adquirir hábitos financieros saludables.

Avances en materia de protección al consumidor financiero

En Colombia, de tiempo atrás, se ha venido trabajando en los tres frentes, en especial a partir de la expedición de la ley 795 de 2003, que reguló el suministro de información relacionada con los productos que las entidades financieras venían ofreciendo y que elevó a rango legal la figura de la Defensoría del Cliente. Esta figura existía desde 1995, como autorregulación, introducida por iniciativa de las entidades afiliadas a ASOBANCARIA, y su propósito era atender las quejas de los consumidores y ser su vocera.

¹ Palabras de la doctora María Mercedes Cuéllar, Presidente de Asobancaria, en el acto de instalación del II Congreso de Protección al Consumidor y Educación Financiera. Bogotá, 16 de abril de 2012.

En el 2007 con la expedición de la circular 052 de la Superintendencia Financiera, las instituciones vigiladas destinaron importantes recursos al desarrollo de procesos y tecnologías con altos niveles de seguridad para poner a disposición de sus clientes de manera oportuna información relativa al costo de las transacciones, previa a su realización, y en línea y soporte de las operaciones llevadas a cabo con cargo a sus cuentas.

En el 2009, con la expedición de Ley 1328, conocida como “Reforma Financiera”, el país avanzó aún más en la adopción de un régimen especial de protección a los consumidores financieros, convirtiendo a este en el sector que mayores garantías otorga a sus usuarios. Esta experiencia fue extendida al resto de la economía, con la expedición el pasado 12 de abril del “Estatuto del Consumidor” que reguló a todos los sectores que no contaban con un marco legal especial, brindando en consecuencia al resto de los consumidores de una protección similar a la que desde hace casi una década gozaban los usuarios del sistema financiero.

Dentro del régimen de protección al consumidor financiero, uno de los aspectos más relevantes, incorporados en la Reforma Financiera, consiste en la exigencia de estructurar, al interior de las entidades, un Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) destinado a organizar de manera efectiva el proceso de atención de quejas y reclamos. Si bien en la actualidad su puesta en operación se encuentra en proceso de maduración, es preciso evaluar su eficiencia en la resolución de quejas, peticiones y reclamos; en la identificación de los mayores problemas de los usuarios y su motivación y en la proposición de correctivos. De igual manera, es clave trabajar más decididamente en la capacitación de los funcionarios responsables del sistema para garantizar su efectividad en la atención, transmisión de información y educación de los usuarios, así como en la oportuna identificación de las alertas que se generen.

Otro de los avances importantes de la Ley 1328 de 2009, que ha contribuido a la construcción de una cultura de protección al consumidor financiero, fue la adopción de una lista taxativa de derechos y deberes de los consumidores y de las entidades; el fortalecimiento del marco normativo relativo al suministro de información para la selección de servicios, y la debida diligencia de las entidades en su prestación y el estímulo a la búsqueda de mayor autonomía e independencia de parte de la Defensoría del Cliente y en su nuevo rol de ente conciliador.

El cambio en la normativa que se viene señalando, se ha venido traduciendo en resultados satisfactorios. Según la información reportada por las entidades a la Superintendencia Financiera, las quejas relativas a los bancos, entre el segundo semestre de 2008 y el mismo periodo de 2011, disminuyeron en 7%, al haber pasado de 336.321 a 312.972, a pesar del significativo incremento en el número de transacciones. A la fecha tan solo se presentan 2 quejas por cada mil transacciones realizadas.

El consumidor, por su parte, para resolver sus problemas acudió en un 90% a los establecimientos bancarios, en un 6% al Defensor del Consumidor Financiero y en un 4% a la SFC. Estos resultados claramente evidencian que los usuarios del sistema, en busca de solución a sus problemas, prefieren acudir a las oficinas de las entidades y confían en que este es un camino expedito para encontrarlas. Sin embargo, la reducida proporción de usuarios que recurren al Defensor del Cliente, sugiere un reto para las entidades, en el sentido de que deben buscar una mayor consolidación de esta figura para sacar mayor provecho de su funcionalidad, experiencia y conocimiento de los usuarios.

En 2011, nuevas disposiciones entran a reforzar el régimen de protección al consumidor financiero desde diversos puntos de vista. En cuanto a la provisión de información, el decreto 4809 de 2011, expedido por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, señala que anualmente, los establecimientos de crédito deberán suministrar a cada uno de sus clientes un reporte especial, diferente de los extractos mensuales, en el que se informe la suma total de costos asociados a los servicios pagados durante el año, discriminado entre cuotas de administración y manejo, tarifas por operaciones en cajeros, internet y consultas telefónicas. Este reporte deberá también diferenciar aquellos cobros asumidos por el cliente, a favor de terceros, e incluir las retenciones tributarias que la entidad hubiese realizado.

El decreto, además, prohíbe el cobro de operaciones fallidas, cuando la causa no sea atribuible al consumidor, fija un techo para la tarifa asociada a las operaciones realizadas a través de cajeros electrónicos y establece el Internet como el canal transaccional a ser ofrecido a menor costo.

Asimismo, las Circulares Externas 038 y 039 de 2011, impartieron instrucciones precisas sobre provisión de información cierta, suficiente, clara y oportuna previa a la celebración de un contrato, durante su ejecución y con posterioridad a su terminación. Dichas circulares impulsaron también, la revisión de los contratos de adhesión, con el propósito de evitar prácticas o cláusulas que pudiesen afectar el equilibrio contractual o dar lugar al abuso de posición dominante.

Como consecuencia de estos desarrollos, en la actualidad el consumidor financiero dispone de información comparable del precio de los productos y servicios ofrecidos por las entidades vigiladas —cuentas de ahorro y tarjetas de crédito—, la cual es publicada por la Superintendencia Financiera de Colombia de manera trimestral en periódicos de amplia circulación nacional y regional.

Además, a través de los sitios Web de las entidades, cajeros de su red y oficinas, los usuarios tienen acceso a información sobre: (i) el defensor del cliente; (ii) el funcionamiento y precio detallado de cada uno de los productos y servicios que ofrecen, incluyendo tarifas y comisiones por uso de servicios y consultas; (iii) modelos de contratos y sus reglamentos y (iv) cualquier información adicional relevante para

facilitar la comparación de opciones ofrecidas en el mercado, y el conocimiento de los derechos y obligaciones pactadas.

Frente a este panorama, se vuelve necesario indagar si los consumidores están utilizando o no las herramientas puestas a su disposición, y si ello está contribuyendo a la mejor toma de decisiones, o si es preciso ahondar en una mayor educación financiera para habilitarlos en este sentido.

Finalmente, resulta importante mencionar la asignación reciente de facultades jurisdiccionales a la Superintendencia Financiera que sugiere otros retos. Estas facultades habilitan a la Superintendencia para reemplazar al juez de primera o única instancia, otorgándole al consumidor la posibilidad de interponer demandas ante el juez o directamente ante esta entidad. Ello implica un cambio de gran envergadura, tanto para los consumidores financieros como para las entidades vigiladas por la SFC, quienes a partir de la fecha podrán contar con la posibilidad de resolver sus diferencias ante una instancia especializada en asuntos financieros, lo cual sin duda redundará en beneficio de las partes.

Más educación financiera para los colombianos

Para ASOBANCARIA es un hecho que a la hora de la toma de decisiones no basta con garantizar la disponibilidad de información, como sucede en la actualidad, sino que también es indispensable capacitar a la población sobre cómo utilizarla.

Para ello, la Asociación y sus entidades afiliadas vienen trabajando de manera decidida en el terreno de la educación financiera. Este compromiso resulta de comprender que un consumidor bien informado y educado es la mejor garantía para el desarrollo de mercados financieros competitivos que contribuyan al crecimiento económico.

En el caso concreto del acceso al sistema financiero, es evidente que las personas que utilizan el sistema formal obtienen créditos a tasas más baratas que aquellos que recurren al sector informal y también tienen mayores posibilidades de acceder a múltiples servicios que prestan las distintas entidades financieras. No obstante, resulta necesario que el consumidor cuente, para la utilización de esos servicios, no solo con información, sino también con un nivel de alfabetización apropiado para poder utilizarlas de manera adecuada.

Es por ello que en los últimos años, a pesar de la falta de claridad respecto de la manera que el sector debe proveer educación financiera, los niveles de alfabetización y necesidades de los colombianos en esta materia, las instituciones bancarias y el gremio han venido trabajando en el diseño de planes y programas que faciliten que sus consumidores adquieran conocimientos y desarrollen las habilidades y destrezas necesarias tanto para el uso adecuado del sistema como para entender los riesgos que derivan de su utilización.

No obstante, estas iniciativas no pueden ni deben ser el único camino para aumentar los niveles de alfabetización de los colombianos. Se considera necesario que la educación financiera esté disponible para todos desde la infancia y en las diferentes etapas de la vida. Para ello, es preciso el diseño de programas con enfoques integrales y flexibles, que satisfagan las necesidades en esta materia de niños, jóvenes y adultos, tarea que solo puede ser promovida y liderada por el Estado con la participación del sector privado.

Si bien en este sentido se dieron los primeros pasos en el Plan Nacional de Desarrollo del Presidente Santos, al incorporar la obligación de crear una Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera, que contará con la secretaría técnica del Banco de la República, es preciso que esta sea puesta en marcha y que la articulación público-privada, que ella precisa, garantice su sostenibilidad.

Dentro de este marco, con el objetivo de avanzar en ese sentido y entendiendo que entre más temprano se de inició a la formación educativa de los colombianos en temas relativos a finanzas y economía más fácil será inculcarles hábitos financieros sanos a los ciudadanos, ASOBANCARIA propuso al Congreso de la República y al Gobierno Nacional, en 2011, que el Ministerio de Educación Nacional incluyera dentro del portafolio de proyectos que ofrece a las secretarías de educación el componente de educación económica y financiera.

Muchos pueden pensar que las generaciones actuales de jóvenes, que son más globalizadas e informadas, conocen sobre asuntos financieros. Sin embargo, estudios realizados por la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo señalan que ello no es así. Por el contrario, de esas investigaciones se desprende que las generaciones más jóvenes conocen menos que las generaciones anteriores sobre cuestiones financieras y piensan que es un tema aburrido e irrelevante. Lo preocupante es que, de acuerdo con las tendencias tecnológicas del mercado, ellos serán quienes tendrán que ser financieramente más hábiles.

De ahí que como muestra del compromiso de la banca con este proceso, el pasado dos de febrero se firmó un Convenio Marco de largo alcance entre el Ministerio de Educación Nacional y la ASOBANCARIA, cuyo objeto, en una primera fase, es elaborar un documento base técnico y operativo que ofrezca los lineamientos de acción del programa; aporte los materiales educativos requeridos para el desarrollo de competencias en diferentes contextos; y estructure una estrategia de seguimiento, monitoreo y evaluación que garantice la medición del impacto de las acciones adelantadas. La meta es que para el 2013, todas las instituciones educativas integren el programa de educación económica y financiera a sus proyectos educativos institucionales.

Con la firma de este Convenio, ASOBANCARIA se comprometió a facilitar los recursos y asistencia técnica requerida por el Ministerio de Educación. Adicionalmente, como resultado de las gestiones realizadas por la Asociación, este

proceso cuenta con el apoyo técnico y financiero de la Corporación Andina de Fomento, que esperamos sea la primera de varias alianzas que será preciso realizar en los años que vienen.

Sin duda, este es un primer paso para que la educación financiera se reconozca como una prioridad social, económica y política en Colombia.

En el entretanto, no se puede descuidar la capacitación de la población adulta. Es un hecho que los patrones culturales, el desconocimiento y dinámica poblacional precisan de una acción decidida en este frente. En 2010, de acuerdo con la Encuesta de Calidad de Vida del DANE, solo el 4,1% de los jefes de hogares o sus cónyuges opinan que los ingresos del hogar son suficientes para cubrir sus gastos mínimos, lo cual señala deficiencias a la hora de gestionar el dinero.

Es por ello que la ASOBANCARIA ha venido trabajando también exitosamente en este sentido. En la actualidad, la banca colombiana cuenta con un programa de educación financiera de amplio alcance que hemos llamado “Saber más, ser más”.

En el marco de este programa se han desarrollado herramientas informativas y educativas para los consumidores financieros, que van más allá de lo previsto en la ley 1328 de 2009, para las cuales el sector destinó en 2011 alrededor de 10 mil millones de pesos. El objetivo en el corto plazo ha sido sensibilizar a la población sobre la importancia de educarse financieramente a través de herramientas de comunicación masiva que permitan maximizar el alcance, efectividad y recursos del programa y evitando la duplicidad de esfuerzos. Algunos de los instrumentos que se encuentran disponibles para el consumidor son:

- Una sección de finanzas personales en el noticiero del medio día de Caracol Televisión. Desde que salió al aire en septiembre de 2011, cada cápsula ha sido vista por más de 1.900.000 personas.
- Los fascículos coleccionables “Cuadre su bolsillo” que circulan todos los martes y jueves con el periódico El Espectador. La obra está compuesta por 24 capítulos que abordan temas desde el historial crediticio y la elaboración del presupuesto, hasta la compra de vivienda y el uso de la tarjeta de crédito.
- La campaña en medios masivos de comunicación “No seas cabeza dura”, que refuerza mensajes de seguridad bancaria con recomendaciones como “tapar la clave cuando usa la tarjetas” y “no recibir ayuda de extraños cuando hace transacciones”.
- La página web www.cuadresubolsillo.com cuenta con nueve calculadoras, ochenta videos, cuarenta cápsulas de audio, pruebas y cursos virtuales.
- La página web www.abcmicasa.com, promovida por la Asociación y la Titularizadora Colombiana, ofrece información y herramientas para facilitar la compra de vivienda y aprender a ser propietario.
- Más de cuarenta artículos que se han sido publicados en los principales periódicos de circulación nacional.

Ahora bien, a pesar del compromiso de la banca con la educación financiera, el reto está en que el desarrollo de esta temática se convierta en un propósito nacional, en el que tanto el sector público como el privado desarrollen un rol activo y se generen sinergias, tal como está sucediendo en otros países. Ni este programa de la banca ni el que impulsan otros actores, podrán resolver las necesidades de alfabetización de los colombianos, mientras la educación financiera no haga parte de las políticas públicas, empezando por la de inclusión financiera y la de formalización.

Es momento de generar espacios de encuentro y diálogo entre el sector público y privado, evaluar los avances logrados y revisar los desafíos vigentes tanto en lo relacionado con el régimen de protección al consumidor, como en cuanto a la educación financiera. También, de analizar las experiencias nacionales e internacionales existentes en estas materias, esperando que sirvan de estímulo para que las entidades públicas, las entidades bancarias y aseguradoras y los demás actores privados trabajen de manera conjunta, aprovechando las lecciones y recomendaciones de procesos similares puestos en marcha en otras latitudes para proteger y educar financieramente a los ciudadanos.

Colombia. Principales Indicadores Macroeconómicos

	2008	2009	2010					2011				2012	
			T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Proy.	Proy.
PIB Nominal (COP MM)	481.0	508.5	133	137	136	142	548	146.5	152.3	155.4	161.6	615.8	760.7
PIB Nominal (USD B)	214	249	69	71	75	74	286	77.9	85.5	81.1	83.2	317.0	416.4
Crecimiento Real													
PIB real (% Var. Interanual)	3.5	1.7	3.9	4.4	3.0	4.7	4.0	5.0	5.1	7.5	6.1	5.9	4.9
Precios													
Inflación (IPC, % Var. Interanual)	7.7	2.0	1.8	2.3	2.3	3.2	3.2	3.2	3.2	3.7	3.7	3.7	3.5
Inflación básica (% Var. Interanual)	5.9	2.7	2.3	2.3	2.3	2.6	2.6	2.8	3.1	3.0	3.2	3.2	3.2
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	2244	2044	1929	1916	1800	1914	1914	1879	1780	1915	1943	1943	1827
Tipo de cambio (Var. % interanual)	11.4	-8.9	(24.7)	-11.2	-6.4	-6.4	-6.4	-2.5	-7.1	6.4	1.5	1.5	-6.0
Sector Externo													
Cuenta corriente (% del PIB)	-3.2	-2.0	-1.8	-2.0	-4.5	-3.8	-3.1	-2.3	-2.5	-3.5	-3.1	-3.0	-2.4
Cuenta corriente (USD mmM)	-6.8	-5.0	-1.2	-1.4	-3.4	-2.8	-8.9	-1.8	-2.2	-2.8	-2.5	-9.4	-10.0
Balanza comercial (USD mmM)	0.8	2.1	0.9	1.2	-0.4	0.2	2.0	1.2	1.7	0.9
Exportaciones F.O.B. (USD mmM)	37.1	32.6	9.1	10.0	9.7	10.8	39.5	12.5	14.5	14.2
Importaciones F.O.B. (USD mmM)	36.3	30.5	8.1	8.8	10.1	10.5	37.5	11.3	12.7	13.3
Servicios (neto)	-3.1	-2.8	-0.6	-0.8	-0.9	-1.1	-3.5	-0.9	-1.0	-1.0	-1.2	-4.2	-2.4
Renta de los factores	-10.2	-9.3	-2.6	-3.0	-3.2	-3.2	-11.9	-3.2	-4.0	-4.2	-3.7	-15.1	-15.2
Transferencias corrientes (neto)	5.5	4.6	0.9	1.1	1.1	1.3	4.5	1.1	1.1	1.4	1.4	5.0	4.5
Inversión extranjera directa (USD mmM)	10.6	7.1	1.7	1.9	2.1	1.2	6.9	3.4	3.5	3.9	4.2	15.0	16.3
Sector Público (acumulado)													
Bal. primario del Gobierno Central (% del PIB)	0.9	-1.1	-1.1	-0.7	-0.3
Bal. del Gobierno Central (% del PIB)	-1.3	-4.1	0.1	-0.8	-1.1	-3.8	-3.8	0.6	1.3	0.9	...	-3.6	-3.2
Bal. primario del SPNF (% del PIB)	3.5	0.9	-0.1	0.1	1.3
Bal. del SPNF (% del PIB)	0.9	-2.4	0.2	0.2	-0.1	-3.1	-3.1	1.2	2.5	2.3	...	-3.1	-1.9
Indicadores de Deuda													
Deuda externa bruta (% del PIB)	19.0	22.7	18.7	19.3	21.4	22.4	22.4	20.6	20.9	21.9	...	21.9	24.2
Pública (% del PIB)	12.0	15.7	12.6	13.1	13.4	13.7	13.7	12.1	12.0	12.6	...	12.6	13.9
Privada (% del PIB)	6.9	7.0	6.0	6.2	8.1	8.7	8.7	8.5	8.9	9.3	...	9.3	10.2
Deuda del Gobierno (% del PIB, Gob. Central)	36.2	37.7	36.3	36.4	35.9	38.4	38.4	36.3	34.2	35.1	...	37.6	37.5

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

Colombia. Estados financieros*

Activo	feb-12 (a) 298.516	ene-12 294.631	feb-11 (b) 249.780	Var real anual entre (a) y (b) 15,4%
Disponible	19.842	18.364	15.054	27,3%
Inversiones	56.497	57.237	56.872	-4,1%
Cartera Neta	192.383	190.610	155.120	19,8%
Consumo Bruta	57.569	56.702	43.294	28,4%
Comercial Bruta	122.382	121.460	103.803	13,8%
Vivienda Bruta	15.774	15.769	11.492	32,5%
Microcrédito Bruta	5.641	5.582	4.059	34,2%
Provisiones**	8.984	8.902	7.529	15,2%
Consumo	3.576	3.533	2.623	31,7%
Comercial	4.718	4.679	4.373	4,2%
Vivienda	424	427	343	19,3%
Microcrédito	266	263	190	35,2%
Otros	29.794	28.420	22.735	26,5%
Pasivo	256.179	254.308	218.058	13,4%
Depósitos y Exigibilidades	193.481	188.077	160.928	16,1%
Cuentas de Ahorro	100.050	96.661	81.886	18,0%
CDT	54.074	52.475	42.742	22,2%
Cuentas Corrientes	32.938	32.250	30.422	4,6%
Otros	6.419	6.691	5.877	5,5%
Otros pasivos	62.698	66.231	57.130	6,0%
Patrimonio	42.337	40.322	31.722	28,9%
Ganancia/Pérdida del ejercicio	961	440	575	61,3%
Ingresos por intereses	4.062	2.036	2.482	58,0%
Gastos por intereses	1.531	767	902	63,9%
Margen neto de Intereses	2.528	1.267	1.576	54,9%
Ingresos netos diferentes de Intereses	1.395	626	1.057	27,4%
Margen Financiero Bruto	3.923	1.893	2.633	43,9%
Costos Administrativos	1.873	909	1.660	9,0%
Provisiones Netas de Recuperación	456	230	182	141,9%
Margen Operacional	1.594	754	792	94,4%
Indicadores				Variación (a) - (b)
Indicador de calidad de cartera	2,80	2,69	2,99	-0,18
Consumo	4,72	4,50	4,72	0,00
Comercial	1,86	1,79	2,11	-0,25
Vivienda	2,61	2,64	3,71	-1,10
Microcrédito	4,36	4,01	4,94	-0,59
Cubrimiento**	162,93	169,76	159,01	3,92
Consumo	131,76	138,44	128,44	3,32
Comercial	207,51	214,87	199,75	7,77
Vivienda	102,86	102,53	80,33	22,53
Microcrédito	108,30	117,50	94,70	13,59
ROA	2,21%	2,16%	2,09%	0,1%
ROE	16,60%	16,32%	16,04%	0,6%
Solvencia	16,10%	15,55%	14,66%	n.d.

1/ Calculado como la diferencia entre ingresos y gastos por intereses menos Prima amortizada de cartera - cuenta PUC 510406

2/ Indicador de calidad de cartera en mora = Cartera Vencida / Cartera Bruta.

*Datos mensuales a febrero de 2012 del sistema bancario. Cifras en miles de millones de pesos. Fuentes y cálculos Asobancaria.

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