

6 de agosto de 2012

María Mercedes Cuéllar  
Presidente

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

## Bancos, mucho más que intermediarios financieros

**Resumen.** Los desarrollos tecnológicos de los últimos años han cambiado la forma de trabajar de las empresas así como el comportamiento social y económico de los países, a la vez que están condicionando, de manera significativa e inmediata, la vida de las personas.

En pocos años, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y, en particular el internet se tornaron imprescindibles para cualquier empresa independientemente de su tamaño, y cambió la visión tradicional de trabajo y el desarrollo de las estrategias de mercadeo.

En este contexto en el que se está transformando la forma de realizar negocios, no resulta concebible que el sistema financiero se sustraiga de esa realidad. La banca está aprovechando las nuevas tecnologías para mejorar la atención de sus usuarios en esencia en cuatro frentes: en el desarrollo de *nuevos productos y servicios*; en su *promoción*; en la *comunicación e información a los clientes* y en la *seguridad de los servicios y transacciones que presta*.

Las nuevas tecnologías han facilitado el acceso a la información y la comunicación con los clientes. Los bancos han realizado grandes inversiones, que les permite poner a disposición de los usuarios información clara y oportuna, relacionada con las características, costos y funcionamiento de los productos y servicios financieros que ofrecen. A diferencia de otros sectores, en el financiero, los ciudadanos pueden conocer su información contable y financiera, identificar el costo de las tarifas máximas de los principales servicios de cada entidad y el valor de cada transacción antes de ejecutarla.

La utilización de las TIC y el manejo innovador de ellas por parte de los bancos se ha traducido en una variada y creciente oferta de servicios por parte de las entidades financieras. Si bien es cierto que la tecnología requerida para desarrollar productos innovadores conlleva costos marginales reducidos, también es cierto que los costos fijos para hacer posibles esas operaciones son grandes, por lo que se requiere que su uso sea masivo para así poderlos poner a disposición del público a costos mínimos. De hecho, esto ya viene ocurriendo en Colombia. las comisiones que cobran los bancos por los servicios que prestan, cayeron 6 por ciento en el último año, al tiempo que la inflación creció 3.4 por ciento, lo que implica una reducción de 9.6 por ciento en términos reales.

Todos estos desarrollos e innovaciones permiten que hoy en día la actividad de los bancos trascienda la mera intermediación financiera de captar recursos para colocarlos. Los bancos son hoy, mucho más que antes, plataformas de pago, de recaudo y de transacciones, que aceitan la actividad económica y que facilitan la vida de personas, empresas y del Estado.

Para suscribirse a Semana Económica por favor envíe un correo electrónico a [ameija@asobancaria.com](mailto:ameija@asobancaria.com) o visítenos en <http://www.asobancaria.com>

# Bancos, mucho más que intermediarios financieros<sup>1</sup>

**María Mercedes Cuéllar**

**Presidenta**

La importancia del estrecho y novedoso vínculo entre tecnología y mercadeo se ha hecho evidente en los últimos años. Los desarrollos tecnológicos en comunicaciones móviles, internet, banda ancha y aplicaciones disponibles, entre otros, han cambiado la forma de trabajo de las distintas organizaciones y están induciendo variaciones significativas en el comportamiento social y económico. Hoy en día, el mayor acceso a la información, facilitado por la expansión de internet y de las redes de telecomunicaciones, se constituye en eje fundamental de los cambios sociales, económicos y culturales. A diario, por dichos canales se transmite información política, social, militar, económica, financiera, empresarial y del entretenimiento, que está condicionando de manera significativa e inmediata nuestras vidas a eventos que suceden a gran distancia del lugar donde nos encontramos. *Marshall McLuhan*, teórico canadiense de la comunicación, denominó a este fenómeno la “aldea global”.

En pocos años, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y, en particular el internet se tornaron imprescindibles para cualquier empresa independientemente de su tamaño, y cambió la visión tradicional de trabajo y el desarrollo de las estrategias de mercadeo. A través de este cambio permanente se han alterado las definiciones de producto, mercado y cliente. Incluso hoy en día muchas empresas no tienen un lugar físico determinado de atención a sus clientes, siendo este un claro ejemplo de lo que sucede si la tecnología y el mercadeo trabajan de la mano.

En un mundo en el que se está transformando la forma de realizar negocios, no resulta concebible que el sistema financiero se sustraiga de esa realidad.

La banca está aprovechando las nuevas tecnologías para mejorar la atención de sus usuarios en esencia en cuatro frentes: en el desarrollo de *nuevos productos y servicios*; en su *promoción*; en la *comunicación e información a los clientes* y en la *seguridad de los servicios y transacciones que presta*.

En cuanto a la oferta de **nuevos productos y servicios financieros**, se destaca la potencialidad que tiene la banca en términos del internet, la banca móvil y los mecanismos alternativos de pago. Con respecto a la banca por *internet*, la firma ComScore, especializada en investigación de mercado, señala que para abril de 2012 más de 420 millones de personas en el mundo accedieron a servicios bancarios a través de la red, cifra que representa el 29 por ciento del total de utilización de ese medio. Según este estudio, América Latina se ubica en el tercer lugar en el mundo en cuanto al uso de servicios bancarios a través de internet, con un 25 por ciento del total. América del Norte y Europa ocupan la primera y segunda posición, respectivamente.

En la actualidad, cualquier persona vinculada al sistema financiero puede encender su computador, desde la comodidad de su casa o trabajo, y acceder a la sucursal virtual de un banco en el momento en que lo necesite. De esta forma la banca ha facilitado la disponibilidad de los servicios financieros a sus usuarios.

Entre las operaciones que es posible realizar a través de internet se destacan los pagos,

---

<sup>1</sup> Discurso pronunciado por la Presidenta de Asobancaria, María Mercedes Cuéllar, en el Primer Congreso de Mercadeo y Tecnología, celebrado en Bogotá, los días 2 y 3 de agosto de 2012.

las transferencias de recursos e incluso la adquisición de productos como CDT, créditos o apertura de cuentas de ahorro. En este último caso, la persona solicitante se informa de los requisitos para abrir el producto, hace una preinscripción, diligencia un formulario vía *web*, y luego la entidad envía un emisario que recoge los documentos necesarios y las huellas. Esto puede evolucionar aún más en la medida en que la regulación permita promover la firma digital y la autenticación por medios electrónicos.

A través de internet también se han desarrollado portales especializados para la atención de clientes VIP o empresariales, con lo que se consolida la migración hacia el mundo virtual. En un futuro no muy lejano es bien posible que la interacción física con el banco se reduzca a niveles mínimos, y que la apertura de todo tipo de productos y servicios se logre vía virtual. No es descartable, por ejemplo, que el otorgamiento de créditos sea realizado usando la información de las redes sociales para determinar la capacidad de pago. Ya de hecho existen iniciativas en este sentido por parte de entidades no financieras.

En materia de *banca móvil*, se han venido desarrollando servicios que convierten al teléfono celular en una forma de interactuar con el banco y de realizar transacciones. A través de este canal ya es posible, en la actualidad, realizar consultas, transferencias de recursos, pagos e, incluso, retirar dinero de cajeros automáticos mediante clave entregada a través de un celular. En algunos casos, esto se puede hacer aun si la persona que recibe el dinero no posee una cuenta en una entidad financiera. Adicionalmente, existe la posibilidad de abrir monederos electrónicos a través del celular y ya hay pilotos para cuentas de ahorro electrónico y cuentas de trámite simplificado a través de móviles. El poder de este canal radica en que la penetración de la telefonía móvil en Colombia es grande, puesto que, en este momento, existen más celulares que personas, lo que abre la posibilidad de que quienes no tengan contacto con la banca formal se relacionen de manera ágil con ella.

Como *medios transaccionales* el internet y la banca móvil han tenido un desarrollo significativo en los últimos cuatro años. En ese período, el número de transacciones realizadas por internet aumentó 80 por ciento y el realizado a través de la banca móvil lo hizo en 311 por ciento. Por su parte, los montos transados crecieron 140 por ciento en el primer caso y 280 por ciento en el segundo. Como resultado de esta dinámica, aumentó la participación de estos canales tanto en el número de transacciones, que pasó de 6 a 10 por ciento, como en el monto transado, que pasó de 14 a 27 por ciento. Esto ha dinamizado los pagos, las transferencias y las consultas de saldo, que son las operaciones más comunes en los canales virtuales.

Otro producto novedoso es el relacionado con las nuevas *tecnologías de pago*. Por ejemplo, hoy es posible hacer compras a través de códigos QR por medio del celular, o pagar el transporte masivo con tecnologías sin contacto, las cuales permiten cancelar pasando una tarjeta por un sensor, sin tocarlo.

Estas nuevas tecnologías de pago han facilitado alianzas entre el sector financiero y el comercio para desarrollar canales de distribución, que benefician a los consumidores en términos de menores necesidades de desplazamiento así como de menores riesgos, ya que las personas no necesitan tener dinero efectivo disponible para hacer sus transacciones.

Como resultado de estos desarrollos, el ahorro en tiempo y costos para los usuarios es incalculable, a la vez que han permitido un mayor nivel de seguridad. Antes, pagar un

servicio público implicaba hacer cada mes largas filas en la respectiva empresa prestadora para cancelar la factura. Hoy en día, esos pagos se realizan desde diversas plataformas y a costos realmente bajos, o inclusive sin costo alguno para el usuario.

En materia de **promoción**, las nuevas tecnologías facilitan el lanzamiento de nuevos productos financieros, así como divulgar ofertas atractivas para los consumidores.

En la actualidad es casi imprescindible que las campañas de publicidad incluyan medios digitales dentro de los planes de mercadeo. Según un estudio elaborado por la firma *IAB Colombia*, en 2011 la inversión en publicidad online en el país se aproxima a los 126 mil millones de pesos, con un incremento de 33 por ciento frente al 2010, (94 mil millones de pesos). Estas cifras confirman el auge que viene teniendo este medio, que se explica en esencia porque, a través de él, se puede llegar al *target* de forma más efectiva y a costos significativamente más bajos.

Las nuevas tecnologías también han facilitado el **acceso a la información y la comunicación con los clientes**. Los bancos han realizado grandes inversiones, que les permite poner a disposición de los usuarios información clara y oportuna, relacionada con las características, costos y funcionamiento de los productos y servicios financieros que ofrecen. A diferencia de otros sectores, en el financiero, los ciudadanos pueden conocer su información contable y financiera, identificar el costo de las tarifas máximas de los principales servicios de cada entidad y el valor de cada transacción antes de ejecutarla. Asimismo los usuarios pueden recibir por internet sus extractos y, a través del teléfono celular, informes relativos a sus pagos, ya sea de recordación o de ejecución.

Un ejemplo interesante que ofrece la comunicación entre bancos y usuarios es el que tiene que ver con desarrollos que permiten conocer mejor los hábitos de los consumidores en temas tales como la propensión de compra, la deserción de clientes, la segmentación y la cobranza. El desarrollo de esta labor precisa de grandes inversiones en inteligencia de negocios, tales como *hardware* y *software* de comunicaciones, marcación predictiva, *software* especializado, motores de bases de datos, *call centers* y, adicionalmente, jornadas de capacitación, formación y entrenamiento en negociación para el cierre de compromisos con el cliente, todo esto con costos significativos para las entidades financieras.

En particular llamo la atención sobre el nuevo modelo de *cobro prejurídico*, que implica tanto mejor trato y menos perjuicios para el usuario, como costos sustancialmente menores para los deudores, si se los compara con los derivados de la cobranza judicial. Este esquema ha contribuido a que Colombia cuente con una de las carteras vencidas más bajas del mundo y, por tanto, con uno de los sistemas financieros más saludables.

En general, la tecnología ha transformado el relacionamiento banco-cliente. Hoy en día, el usuario dispone de múltiples canales para comunicarse con su banco y, en caso tal, radicar peticiones, quejas y reclamos. Dentro de estos canales se cuentan las líneas telefónicas, los correos electrónicos, los *chats*, los *blogs* y las redes sociales.

Uno de los fenómenos recientes más interesantes es el de las redes sociales, las cuales, en lo fundamental, son usadas por las empresas para establecer relaciones más cercanas con sus clientes, tales como realizar pruebas de concepto de producto, investigaciones de mercado, servir como canales de recomendación entre unos y otros e incrementar la

viralidad en la relación de las entidades con sus clientes.

Sobre esta materia, Randi Zuckerberg, creadora del plan de mercadeo de Facebook, quien cuenta con amplio conocimiento en redes sociales y servicios financieros, así como Carlos de la Ossa, experto en *marketing* digital, hablarán en este auditorio. Esperamos que sus exposiciones nos muestren los retos que tenemos.

Todas estas innovaciones se han traducido en una variada y creciente oferta de servicios por parte de los bancos. Si bien es cierto que la tecnología requerida para estos desarrollos conlleva costos marginales reducidos, también es cierto que los costos fijos para hacer posibles esas operaciones son grandes, por lo que se requiere que su uso sea masivo para así poderlos poner a disposición del público a costos mínimos. De hecho, esto ya viene ocurriendo en Colombia. En los últimos seis años el costo de las tarjetas de crédito para el comercio cayó 42 por ciento, al pasar de 3,3 por ciento en 2006 a 1,9 por ciento en 2012. Adicionalmente, de acuerdo con lo señalado el día de ayer por el Superintendente Financiero, las comisiones que cobran los bancos por los servicios que prestan, cayeron 6 por ciento en el último año, al tiempo que la inflación creció 3.4 por ciento, lo que implica una reducción de 9.6 por ciento en términos reales.

Tal vez uno de los pecados de la banca ha sido no haber sabido explicar con suficiente amplitud y alcance las ventajas de los servicios que presta, lo cual ayudaría a entender por qué tienen costos.

Cuestionar las tarifas de los bancos sin considerar la globalidad del negocio no resulta acertado. De tiempo atrás, las tasas de interés que cobran las entidades financieras están reguladas, y muchos opinan que lo mismo debería suceder con las comisiones que cobran por sus servicios pasivos. De hecho, algunas de esas tarifas ya están también reguladas. La pregunta es si esa regulación es la forma más adecuada para incentivar la competencia y la oferta y el desarrollo de nuevos productos y servicios financieros. La respuesta es un no rotundo.

Las entidades financieras ofrecen una variedad de servicios, de los cuales si bien el principal es el otorgamiento de crédito, por el cual cobran justificadamente una tasa de interés, también brindan servicios adicionales a todos aquellos que guardan sus recursos en un banco. Este último servicio está relacionado con la custodia segura del dinero, con su disponibilidad en diversos momentos y lugares y con la posibilidad de realizar pagos y transferencias. En efecto, la actividad de los bancos trasciende hoy la mera intermediación financiera de captar recursos para colocarlos. Los bancos son hoy, mucho más que antes, plataformas de pago, de recaudo y de transacciones, que aceitan la actividad económica y que facilitan la vida de personas, empresas y del Estado.

La eficiencia que se ha alcanzado en estas materias subestima la complejidad de los servicios y los recursos invertidos en esos logros. Por ejemplo, considere un padre que consigna algún dinero en la cuenta de su hijo, que vive en otra ciudad. Si no existieran los bancos, el padre tendría que hacer uso de un canal alternativo, por el cual tendría que pagar una comisión no despreciable. En cambio, si utiliza el sistema financiero para consignar o transferir recursos a la cuenta de su hijo, es posible que el padre, o el hijo, o ambos, se quejen por el costo de la cuota de manejo de la cuenta, sin percatarse de que la consignación nacional o la transferencia son un servicio eficiente y barato, y que adicionalmente la cuenta ofrece un sinnúmero de servicios.

Hay quienes creen que una alternativa al pago de los servicios bancarios es la de guardar la plata debajo del colchón. No obstante, ahí no está segura, no obtiene rendimientos y no sirve para realizar transacciones. En cambio, en una entidad financiera la plata está protegida, no solo por la solidez de la entidad, sino también por la existencia de garantías estatales. Tal es el caso del Fondo de Garantía de Instituciones Financieras (FOGAFIN), cuya labor, encaminada a la protección de la confianza de los depositantes y acreedores en los establecimientos de crédito, ha permitido que se conserve el equilibrio y la equidad económica en la actividad financiera. Con la provisión del seguro de depósitos, FOGAFIN cumple con el objetivo de garantizar los ahorros del público, mediante la disposición de instrumentos para atender los problemas de solvencia de las instituciones financieras.

Este tópico nos conduce al cuarto tema: la **seguridad en las operaciones bancarias**. Así como los desarrollos tecnológicos han permitido a los bancos prestar servicios, también los ha obligado a asumir el reto de garantizar su seguridad mediante la inversión de recursos en el fortalecimiento de diversos mecanismos para realizar transacciones no presenciales.

Desde la expedición de la Ley 527 de 1999, los operadores de comercio electrónico han procurado el afianzamiento de la confianza de los consumidores mediante el desarrollo de las cuatro premisas que esa norma propone:

1. La autenticación de los elementos integrantes de la transacción electrónica, para establecer con certeza la identidad del ordenante de la operación.
2. La integridad de la transacción, para asegurar que el mensaje (o transacción) no sea modificado, alterado o manipulado.
3. La confidencialidad de la transacción, para que solo tengan acceso a la lectura del mensaje aquellos que han sido previamente autorizados, y
4. El no-rechazo de la transacción, con lo que se pretende asegurar que el mensaje, una vez aceptado, permita la culminación exitosa de la operación.

Si bien los establecimientos bancarios no obran como operadores de comercio electrónico, sí hacen parte del mismo ya que financian la adquisición de bienes y servicios, y ponen a disposición de los consumidores y de los proveedores sus medios transaccionales, lo que implica que deban promover y observar el cumplimiento de estas premisas.

Adicionalmente, la Superintendencia Financiera expidió en 2007 la Circular 052, denominada “Requerimientos mínimos de seguridad y calidad en el manejo de información a través de medios y canales de distribución de productos y servicios”, con la cual se busca establecer un referente básico para la seguridad informática.

Por su parte, la Ley 1480 de 2011 propone reglas específicas tendientes a la “protección al consumidor de comercio electrónico”. Esta norma aborda elementos de significativa importancia para la consolidación de la confianza de los consumidores a través de medios electrónicos e internet, tales como la seguridad de la información del cliente y de los medios de pago.

No quisiera terminar sin referirme a otro esfuerzo gubernamental, orientado a promover el acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y la transaccionalidad financiera mediante el uso de nuevas tecnologías.

A través del plan *Vive Digital*, el Gobierno viene trabajando con el fin de conectar las zonas del país que aún carecen de acceso a las TIC, en razón a que estos servicios son considerados motores para impulsar la prosperidad y disminuir la pobreza. Este plan está orientado a fomentar la regionalización de la tecnología y adoptar las mejores prácticas en el continente. *Vive Digital*, en su primer año de gestión, logró pasar de 200 a 325 municipios conectados con fibra óptica llegando, entre otros, a 2.865 instituciones educativas que antes no habían tenido acceso a ningún computador en sus instalaciones. Adicionalmente, 400 municipios tienen hoy conectividad de banda ancha gracias al aporte de 1.3 billones de pesos por parte de inversionistas nacionales y extranjeros. También, gracias a la gestión del Gobierno Nacional, el 34 por ciento de los colombianos cuenta con cubrimiento de televisión digital terrestre.

Por los argumentos expuestos, considero que no existe un mejor escenario y momento que el presente para hablar de temas que están transformando nuestro diario quehacer y el futuro de nuestras empresas.

# Colombia. Principales Indicadores Macroeconómicos

	2009 2010		2011					2012				2013	
			T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Proy.	Proy.
PIB Nominal (COP MM)	<b>504,6</b>	<b>543,7</b>	147	152	155	161	<b>616</b>	161,2	164,3	166,3	174,0	<b>665,8</b>	<b>713,7</b>
PIB Nominal (USD B)	<b>247</b>	<b>284</b>	78	85	81	83	<b>317</b>	90,0	92,0	92,0	96,1	<b>367,6</b>	<b>397,4</b>
<b>Crecimiento Real</b>													
PIB real (% Var. Interanual)	<b>1,7</b>	<b>4,0</b>	5,0	5,1	7,5	6,1	<b>5,9</b>	4,7	4,9	4,0	4,9	<b>4,6</b>	<b>4,4</b>
<b>Precios</b>													
Inflación (IPC, % Var. Interanual)	<b>2,0</b>	<b>3,2</b>	3,2	3,2	3,7	3,7	<b>3,7</b>	3,4	3,2	3,0	3,0	<b>3,0</b>	<b>2,71.</b>
Inflación básica (% Var. Interanual)	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	2,8	3,1	3,0	3,2	<b>3,2</b>	3,0	1,9	2,0	2,8	<b>2,8</b>	...
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	<b>2044</b>	<b>1914</b>	1879	1780	1915	1943	<b>1943</b>	1792	1785	1808	1811	<b>1811</b>	<b>1796</b>
Tipo de cambio (Var. % interanual)	<b>-8,9</b>	<b>-6,4</b>	(2,5)	-7,1	6,4	1,5	<b>1,5</b>	-4,7	0,2	1,6	-5,4	<b>-6,8</b>	<b>-0,8</b>
<b>Sector Externo</b>													
Cuenta corriente (% del PIB)	<b>-2,0</b>	<b>-3,1</b>	-2,3	-2,5	-3,5	-3,1	<b>-3,0</b>	-2,0	...	...	...	<b>-2,9</b>	...
Cuenta corriente (USD mmM)	<b>-5,0</b>	<b>-8,9</b>	-1,8	-2,2	-2,8	-2,5	<b>-9,4</b>	-1,8	...	...	...	<b>-9,4</b>	...
Balanza comercial (USD mmM)	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	1,2	1,7	0,9	-0,6	<b>3,2</b>	1,3	...	...	...	...	...
Exportaciones F.O.B. (USD mmM)	<b>32,6</b>	<b>39,5</b>	12,5	14,5	14,2	0,3	<b>41,5</b>	15,2	...	...	...	...	...
Importaciones F.O.B. (USD mmM)	<b>30,5</b>	<b>37,5</b>	11,3	12,7	13,3	0,9	<b>38,3</b>	12,7	...	...	...	...	...
Servicios (neto)	<b>-2,8</b>	<b>-3,5</b>	-0,9	-1,0	-1,0	-1,2	<b>-4,2</b>	-1,1	...	...	...	...	...
Renta de los factores	<b>-9,3</b>	<b>-11,9</b>	-3,2	-4,0	-4,2	-3,7	<b>-15,1</b>	-4,2	...	...	...	...	...
Transferencias corrientes (neto)	<b>4,6</b>	<b>4,5</b>	1,1	1,1	1,4	1,4	<b>5,0</b>	1,1	...	...	...	...	...
Inversión extranjera directa (USD mmM)	<b>7,1</b>	<b>6,7</b>	3,5	3,0	3,8	2,9	<b>13,3</b>	3,7	...	...	...	...	...
<b>Sector Público (acumulado)</b>													
Bal. primario del Gobierno Central (% del PIB)	<b>-1,1</b>	<b>-1,1</b>	...	...	...	...	<b>-0,1</b>	...	...	...	...	<b>0,2</b>	...
Bal. del Gobierno Central (% del PIB)	<b>-4,1</b>	<b>-3,9</b>	0,6	1,3	0,9	-2,8	<b>-2,8</b>	...	...	...	...	<b>-2,4</b>	<b>-2,2</b>
Bal. primario del SPNF (% del PIB)	<b>0,9</b>	<b>-0,1</b>	...	...	...	...	<b>1,1</b>	...	...	...	...	<b>0,1</b>	...
Bal. del SPNF (% del PIB)	<b>-2,4</b>	<b>-3,1</b>	1,2	2,5	2,3	-1,8	<b>-1,8</b>	...	...	...	...	<b>-1,2</b>	<b>-1,0</b>
<b>Indicadores de Deuda</b>													
Deuda externa bruta (% del PIB)	<b>22,7</b>	<b>22,4</b>	20,4	20,7	21,7	22,8	<b>22,8</b>	20,6	...	...	...	...	...
Pública (% del PIB)	<b>15,7</b>	<b>13,7</b>	12,0	11,9	12,5	12,9	<b>12,9</b>	11,9	...	...	...	...	...
Privada (% del PIB)	<b>7,0</b>	<b>8,7</b>	8,4	8,8	9,2	10,0	<b>10,0</b>	8,8	...	...	...	...	...
Deuda del Gobierno (% del PIB, Gob. Central)	<b>37,7</b>	<b>38,4</b>	36,3	34,2	35,1	...	<b>35,4</b>	...	...	...	...	<b>35,1</b>	<b>33,9</b>

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 Asobancaria.



## Colombia. Estados financieros\*

	jun-12 (a)	may-12	jun-11 (b)	Var real anual entre (a) y (b)
<b>Activo</b>	<b>311.730</b>	<b>304.554</b>	<b>269.327</b>	<b>12,2%</b>
Disponible	22.244	19.396	17.388	24,0%
Inversiones	58.806	57.809	55.403	2,9%
Cartera Neta	202.643	200.089	172.116	14,1%
Consumo Bruta	61.102	60.300	50.533	17,2%
Comercial Bruta	128.095	126.676	111.252	11,6%
Vivienda Bruta	16.890	16.553	13.504	21,2%
Microcrédito Bruta	5.938	5.841	4.923	16,9%
Provisiones**	9.382	9.282	8.096	12,3%
Consumo	3.810	3.780	2.926	26,2%
Comercial	4.871	4.796	4.538	4,0%
Vivienda	409	413	398	-0,4%
Microcrédito	292	292	234	20,8%
Otros	28.036	27.260	24.421	11,2%
<b>Pasivo</b>	<b>268.852</b>	<b>262.090</b>	<b>233.712</b>	<b>11,5%</b>
Depósitos y Exigibilidades	197.455	197.227	170.874	12,0%
Cuentas de Ahorro	96.010	98.081	86.825	7,2%
CDT	60.156	59.419	46.238	26,1%
Cuentas Corrientes	34.236	33.028	31.460	5,5%
Otros	7.053	6.699	6.351	7,6%
Otros pasivos	71.397	64.863	62.838	10,1%
<b>Patrimonio</b>	<b>42.878</b>	<b>42.464</b>	<b>35.616</b>	<b>16,7%</b>
<b>Ganancia/Pérdida del ejercicio</b>	<b>3.416</b>	<b>2.939</b>	<b>2.924</b>	<b>13,2%</b>
Ingresos por intereses	12.656	10.481	9.275	32,2%
Gastos por intereses	4.890	4.040	1.950	143,1%
Margen neto de Intereses	7.757	6.434	6.330	18,7%
Ingresos netos diferentes de Intereses	4.954	4.110	4.414	8,8%
Margen Financiero Bruto	12.712	10.543	10.745	14,6%
Costos Administrativos	5.786	4.786	5.193	8,0%
Provisiones Netas de Recuperación	1.606	1.280	965	61,3%
Margen Operacional	5.320	4.477	4.586	12,4%
<b>Indicadores</b>				Variación (a) - (b)
Indicador de calidad de cartera	<b>2,82</b>	<b>2,87</b>	<b>2,73</b>	<b>0,10</b>
Consumo	4,77	4,83	4,39	0,38
Comercial	1,86	1,90	1,84	0,02
Vivienda	2,49	2,53	3,07	-0,59
Microcrédito	4,57	4,50	4,64	-0,07
Cubrimiento**	<b>160,49</b>	<b>158,33</b>	<b>169,27</b>	<b>-8,78</b>
Consumo	130,70	129,77	131,99	-1,29
Comercial	204,51	199,13	221,32	-16,81
Vivienda	97,50	98,44	96,00	1,50
Microcrédito	107,42	111,14	102,37	5,06
ROA	2,15%	2,16%	2,12%	0,0%
ROE	15,83%	16,02%	16,17%	-0,3%
Solvencia	n.d	15,16%	14,23%	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 junio 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.