



Edición 987

## Ley de precios transparentes: un vistazo desde la Banca

• El pasado 26 de Diciembre de 2014 fue expedida la ley 1748, “Ley de Precios Transparentes”, que crea la obligación para las entidades financieras de ofrecer a sus clientes actuales y potenciales acerca del valor total unificado de los conceptos efectivamente recibidos y pagados en relación con sus productos financieros. De acuerdo con la exposición de motivos, esta ley busca mejorar la información que reciben los usuarios del sistema financiero y evitar asimetrías de información frente a las entidades financieras, que podrían distorsionar sus decisiones económicas.

• La banca colombiana está comprometida con todos los esfuerzos por brindar mayor información a sus consumidores financieros, en tanto que se considera que las políticas de información hacen parte de las estrategias de educación financiera y de protección al consumidor financiero, que son una de las bases de la sostenibilidad del sistema financiero y de la inclusión financiera integral.

• La mejor información le permite a los consumidores sacar provecho de la amplia oferta de productos financieros que ha creado el alto grado de competencia dentro del sector. La mejor información, entonces, estimulará mayor competencia, que mantendrá los bajos niveles de inflación financiera y la dinámica innovación tecnológica, motores de la inclusión financiera.

• Para garantizar la mayor efectividad de esta nueva ley, es importante que la regulación tome en cuenta los principios de información óptima, pues la calidad de la información pesa tanto o más que la cantidad en el caso del consumidor financiero típico, que tiene recursos limitados en cuanto a tiempo y capacidad para asimilar los enormes volúmenes de información.

16 de marzo de 2015

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](mailto:semanaeconomica@asobancaria.com) o visítenos en <http://www.asobancaria.com>

Visite nuestros portales:  
[www.asobancaria.com](http://www.asobancaria.com)  
[www.cuadresubolsillo.com](http://www.cuadresubolsillo.com)  
[www.abcmicasa.com](http://www.abcmicasa.com)



Edición 987

## Ley de precios transparentes: un vistazo desde la Banca

La Ley 1748 de 2014 ó “Ley de Precios Transparentes” es una iniciativa del Congreso de la República que busca reunir en un solo valor todos los conceptos efectivamente pagados y recibidos en los productos financieros, tales como los seguros obligatorios, erogaciones, tasas de interés o descuentos, entre otros. El objetivo de esta iniciativa es calcular un “Valor Total Unificado” que sirva como referencia no sólo para que los clientes puedan conocer el verdadero costo de sus productos de una manera simple y fácil sino comparar entre las distintas opciones que le ofrece el mercado.

Legislaciones de alcance similar ya existen en países como México y Perú, tanto para las cuentas activas (costo anual total y tasa de costo efectivo anual en México y Perú, respectivamente) como en las pasivas (ganancia anual total y tasa de rendimiento efectivo anual en México y Perú, respectivamente).

El gremio comparte plenamente este interés del legislador en dotar a los consumidores de más información a la hora de decidir sobre la adquisición de un producto financiero, un asunto central cuando se tienen en cuenta los niveles de masificación que la banca ha logrado en los últimos años. Hoy en día el 72.6% de los adultos colombianos tienen por lo menos un producto financiero y la banca hace presencia en el 99% de los municipios del país.

En esta semana económica analizamos el alcance de la iniciativa a la luz de un marco institucional que garantiza la información transparente a los consumidores financieros. Señalamos que la banca colombiana está comprometida con todos los esfuerzos por brindar mayor información a sus consumidores financieros y de esta manera evitar asimetrías de información frente a las entidades financieras. Concluimos que la regulación de esta nueva Ley debe integrar como principio fundamental el de simplicidad y utilidad de la información suministrada, al tiempo que se debe acompañar con una importante campaña de educación financiera.

### La información es fundamento de la sostenibilidad y de la inclusión financiera

Las entidades bancarias en Colombia se encuentran comprometidas con el desarrollo de un sistema financiero sostenible y respetuoso de las necesidades económicas y sociales de sus consumidores y que elimine las barreras de acceso y uso de los productos y servicios financieros. Para el logro de este objetivo, la transparencia, impulsada por iniciativas como la ley de precios transparentes, es fundamento de la educación financiera, de la protección al consumidor y de la competencia dentro del sector, todos estos soportes fundamentales del proceso de inclusión financiera integral (Gráfico 1).

#### Editor

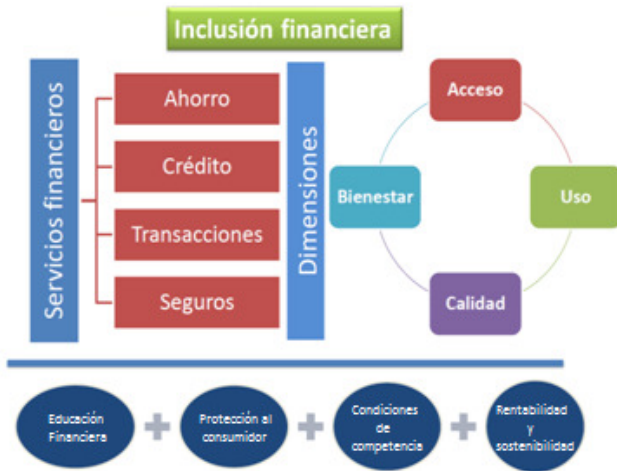
Germán Montoya  
Director Económico

#### Participaron en esta edición:

Juan Camilo Berrio  
Walden Borja  
Guido Fernando Zuñiga



**Gráfico 1. Indicadores de rentabilidad**

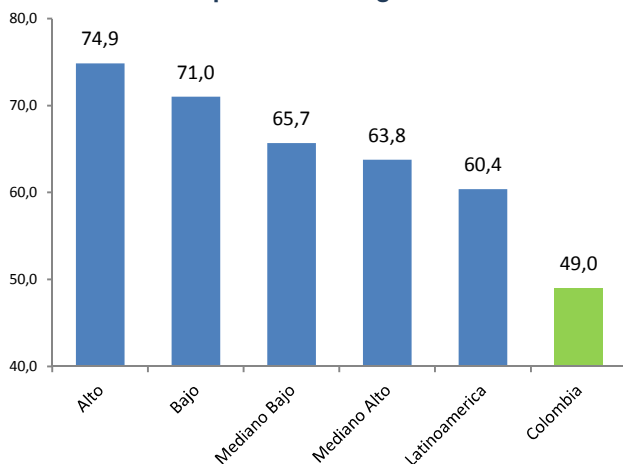


Fuente: Elaboración Asobancaria

Además, la mejor información le permite a los consumidores sacar provecho de la amplia oferta de productos financieros que ha creado el alto grado de competencia dentro del sector, con lo cual se estimulará un círculo virtuoso de mayor competencia que mantendrá los bajos niveles de inflación financiera, como motor de la inclusión y la bancarización.

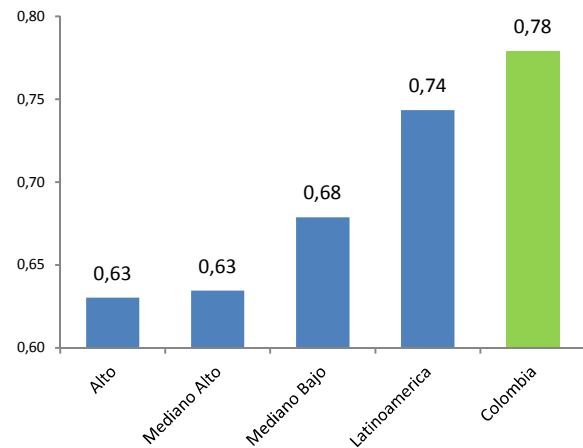
**Gráfico 2. Indicadores de competencia**

**a. Indicador C3 por nivel de Ingresos**



Fuente: Asobancaria – Datos Banco Mundial (2011). La clasificación del nivel de ingreso de los países es tomada de Banco Mundial (2013), World Development Indicators.

**b. Indicador H por nivel de Ingresos**



Fuente: Asobancaria – Datos Banco Mundial (2011). La clasificación del nivel de ingreso de los países es tomada de Banco Mundial (2013), World Development Indicators.

El país goza de un importante ambiente competitivo en su sector financiero, tal como lo reflejan las cifras del indicador C3 que mide la concentración de los activos en los tres bancos más grandes de cada país, y que en el caso colombiano tiene niveles muy inferiores (48,9%) frente a lo observado en América Latina y los países de alto ingreso (64% y 76,1%, respectivamente).

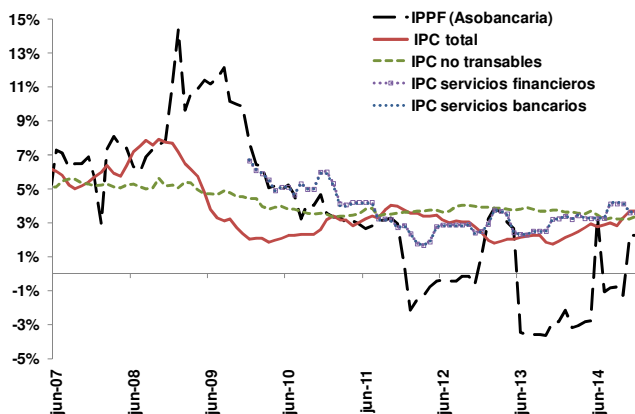
El estadístico H, otro indicador de la competitividad que toma el valor de uno (1) cuando el mercado funciona en competencia perfecta y de cero (0) cuando existe un monopolio, también indica que la banca colombiana (0,78) está por encima del promedio de América Latina (0,74).

Este ambiente competitivo también se refleja en una baja inflación financiera. En 2014 la inflación de servicios financieros fue de 3,25% y la inflación de servicios bancarios se ubicó en 3,68%, en línea con el índice de precios al consumidor en 2014 (3,66%), lo cual se lee de manera favorable de cara al acceso y a la dinamización de la inclusión financiera.

De otra parte, la mejor información al alcance de los consumidores permite tomar mejores decisiones acerca de los productos financieros, buscando aquel que se ajuste a sus necesidades. Al respecto, conviene evidenciar que las tasas de interés o costos de categorías tales como las cuotas de manejo, son características relevantes de los



**Gráfico 3. Inflación Anual Financiera y total al Consumidor – Asobancaria**



Fuente: Asobancaria

productos financieros y que se complementan, por ejemplo, con información relacionada con la disponibilidad de canales transacciones, seguridad, niveles de asistencia y promesa de servicio, entre otros.

La banca en Colombia, impulsada por el ambiente competitivo, ha venido desarrollando una amplia oferta de productos financieros, bastante diversos en cuanto a sus características. Solo entre los 23 bancos afiliados a Asobancaria se cuentan 2.818 tipos distintos de productos masivos del activo (entre tarjetas de crédito y créditos de consumo, inmobiliario y de libre inversión) y del pasivo (entre cuentas de ahorro, corriente, de tramite simplificado y depósitos electrónicos). Esta variedad de productos refleja la oferta de productos diferenciados, siempre orientada a captar la atención de los clientes potenciales.

**Tabla 1. Número de algunos productos financieros por categoría entre los afiliados a Asobancaria**

Categoría	
Tarjeta de Crédito	353
Hipotecario	175
Depósitos a la vista	890
Depósitos de Inversión	1068
Microcrédito	41
Consumo	291
<b>Total</b>	<b>2818</b>

Fuente: Portal de Productos y Servicios Financieros de Asobancaria (en preparación).

## El país goza de un marco institucional que garantiza la información transparente a los consumidores financieros

Por la amplia oferta de productos y sus variadas características, para el sector financiero es tan importante el relacionamiento directo con sus clientes, pues sólo después de una explicación integral de las características del producto, el cliente podrá determinar la pertinencia de un nuevo producto financiero. En este sentido, y en aras de proveer información transparente, varias entidades ponen a disposición de sus clientes simuladores detallados del comportamiento de productos con horizonte de vida es determinado y cuando las características mismas lo permiten, como es el caso de los Depósitos a Terminio Fijo – CDT y los créditos hipotecarios.

Estos esfuerzos por brindar mayor información son complementados con un esfuerzo por mejorar la capacidad de procesamiento de la información disponible a través de la estrategia de educación financiera “Saber más, Ser más”, desarrollado por la Banca desde 2012 y que ha venido acompañando los esfuerzos en materia de inclusión financiera. Entendiendo, además, que estas iniciativas mejoran significativamente la administración cotidiana de las finanzas, reducen los costos asociados con los canales informales de crédito y facilita la asignación eficiente de recursos productivos, con lo cual se contribuye al aumento de la inversión y a la formación de capital humano, impulsando el crecimiento económico y la reducción de las desigualdades.

Este compromiso de la banca con ofrecer información transparentes se refuerza con la legislación vigente, que dentro del estatuto orgánico del sistema financiero y de la circular básica jurídica, obliga a las entidades vigiladas a suministrar a los usuarios la información necesaria para lograr la mayor transparencia en las operaciones que realicen, de suerte que les permita, a través de elementos de juicio claros y objetivos, escoger las mejores opciones del mercado y poder tomar decisiones informadas. Las entidades cumplen con esta obligación publicando en todas sus sucursales y agencias toda la información relativa a las tasas efectivas anuales de todas las operaciones activas y pasivas y las comisiones de todos los productos.

La política de información transparente no sólo se aplica para el cliente potencial, sino que hoy en día la banca suministra información precisa sobre el comportamiento de



los productos financieros para sus clientes actuales. Los estados de cuenta que las entidades generan contienen todos los movimientos e información de interés sobre la dinámica de los productos para periodos de tiempo determinados.

Adicionalmente, y siguiendo lo dispuesto en el decreto 2555 de 2010, anualmente todos los usuarios del sistema financieros reciben el “Reporte Anual de Costos Totales” – RAC- un documento que consolida la información correspondiente a todos los productos que el cliente tiene contratados con la entidad e incluye los cobros efectuados por todos los conceptos, tales como cuotas de administración y/o manejo de los productos y las tarifas por operaciones realizadas a través de los diferentes canales, cobros realizados a favor de terceros y retenciones tributarias.

El RAC podrá ser remitido por medios físicos o electrónicos a elección de cada cliente. En todo caso, si el cliente no se pronuncia, el reporte se podrá remitir por los canales habitualmente usados por la entidad para reportar los extractos mensuales. El RAC contiene la información para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de cada año y deberá ser suministrado a más tardar el 31 de marzo del año siguiente.

En el marco de estas disposiciones para ofrecer información transparente a los consumidores financieros, la recientemente expedida ley 1748 de 2014 creó la obligación de las entidades financieras de calcular el Valor Total Unificado (VTU), tanto a clientes actuales como potenciales. El VTU expresará, tanto en términos nominales como porcentuales, la suma total de conceptos efectivamente pagados y recibidos por el consumidor financiero y que incluye, entre otros, las tasas, comisiones, impuestos y demás conceptos inherentes a los productos financieros. Teniendo en cuenta que la ley definió un plazo perentorio de 90 días al gobierno colombiano para la reglamentación de esta ley, se considera pertinente hacer algunas recomendaciones en este proceso.

## La Ley de Precios Transparentes y la información óptima

La teoría de la elección racional, fundamento de la teoría económica neoclásica, plantea que los consumidores adquieren, utilizan y tienen una capacidad ilimitada para procesar toda la información disponible para obtener el

mayor beneficio posible de acuerdo con su restricción presupuestal. Sin embargo, los hallazgos recientes de la economía experimental y la economía del comportamiento contradicen este principio y de hecho han acuñado el término de “confusión por exceso de información”.

El exceso de información sobre los productos y servicios disponibles para las personas, y considerando que los recursos de cálculo y de tiempo para su procesamiento están más allá del alcance de un consumidor promedio, contribuye a crear confusión para el consumidor, lo que disuade a los clientes de adquirir un bien o servicio. Debido a la confusión sobre el valor real de un producto, el consumidor típico muchas veces se ve influido por variables que no son las realmente importantes y en consecuencia no puede elegir la oferta óptima o la mejor relación calidad-precio, lo que resulta ser fuente de insatisfacción más adelante.

Por esta razón, es fundamental que la regulación de esta nueva “Ley de precios transparentes” respete otro principio fundamental en la consolidación de una estrategia de mayor información, como es el de la “simplicidad”. En virtud de este principio, el objetivo es dotar al consumidor de una herramienta que lo ayude a tomar una decisión financieramente informada.

En esta línea, es claro que el deseo del legislativo con esta regulación es proteger al cliente “no profesional”, es decir, a aquel que se vincula a las entidades mediante contratos de adhesión y no tienen ningún poder de negociación a nivel contractual, por lo que incluir a clientes “profesionales”, es decir, aquellos que pactan condiciones a la medida con las entidades financieras, va contra el espíritu mismo de la ley y representa una carga innecesaria para el sistema.

La banca además considera que para la reglamentación de esta ley se debe tener en cuenta la abundante cantidad de información que se les entrega a los clientes potenciales y actuales financieros, tales como, los extractos mensuales, las simulaciones detalladas para el caso de créditos hipotecarios (Ley 546 de 1999), la publicación de tasas y tarifas en las sucursales y el Reporte Anual de Costos Totales, todo ello respetando los principios de transparencia y sin causar saturación de información.

Finalmente, en el caso de clientes potenciales, es un verdadero desafío el comunicar que estas simulaciones que se realizan para el cálculo de la VTU son en realidad una proyección con base en escenarios hipotéticos y que por tal



razón muy probablemente no se ajustarán exactamente al manejo efectivo de su producto en particular. Teniendo en cuenta que en Colombia existe una regulación que pone límites administrativos a las tasas de interés, incluso con consecuencias penales, comunicar con total transparencia que los cálculos del VTU no constituyen una tasa de interés se convierte en un desafío importante de la reglamentación de la ley y de las campañas de sensibilización que la acompañan.

## Consideraciones finales

A finales de 2014, el Presidente de la República sancionó la ley 1748, conocida como “Ley de Precios Transparentes”. Esta nueva ley creó la obligación para las entidades vigiladas de ofrecer a sus clientes actuales y potenciales el valor total unificado por los conceptos efectivamente recibidos y pagados en relación con sus productos financieros.

La banca colombiana está comprometida con todos los esfuerzos por brindar mayor información a sus consumidores financieros y de esta manera evitar asimetrías de información frente a las entidades financieras, lo que podría distorsionar sus decisiones económicas y a la postre crear insatisfacción de los consumidores, poniendo en riesgo los esfuerzos realizados para garantizar la sostenibilidad del sistema financiero y la inclusión financiera.

La mejor información les permite a los consumidores sacar provecho de la amplia oferta de productos financieros, lo que, entre otras razones, ha contribuido al alto grado de competencia dentro del sector. Sin embargo, para garantizar la mayor efectividad de esta nueva ley, es importante que la regulación tome en cuenta los principios de información óptima, pues la calidad de la información tiene tanta o más importancia como la cantidad, en el caso del consumidor financiero típico, que tiene recursos limitados en cuanto a tiempo y capacidad para asimilar los enormes volúmenes de información.

Para Asobancaria es fundamental que la regulación de esta nueva Ley integre como principio fundamental el de simplicidad y utilidad de la información suministrada. En virtud de este principio, el objetivo es dotar al consumidor de una herramienta que lo ayude a tomar una decisión financieramente informada.

Así mismo, garantizar que la reglamentación de la Ley se enfoque hacia la protección del cliente “no profesional”, es decir, a aquel que se vincula a las entidades mediante contratos de adhesión en productos masivos. Incluir a clientes “profesionales”, es decir, aquellos que pactan condiciones a la medida con las entidades financieras, va contra el espíritu mismo de la ley y representa una carga innecesaria para el sistema.

La banca considera, además, que para la reglamentación de esta ley se debe tener en cuenta la abundante cantidad de información que se les entrega a los clientes potenciales y actuales financieros, tales como los extractos mensuales, las simulaciones detalladas para el caso de créditos hipotecarios (Ley 546/99), la publicación de tasas y tarifas en las sucursales y el reporte anual de costos totales, todo ello respetando los principios de transparencia y sin causar saturación de información.

Finalmente, es un verdadero desafío acompañar la implementación de la nueva ley con una importante campaña de educación financiera, que facilite la comprensión por parte de los consumidores de que el cálculo de la VTU para clientes potenciales se trata de una proyección con base en escenarios hipotéticos, y que por tal razón no necesariamente reflejará el manejo efectivo del producto.



## Colombia Principales Indicadores Macroeconómicos

	2011	2012	2013					2014				2015	
			T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Proy.	Proy.
PIB Nominal (COP MM)	621,6	664,5	172	175	179	181	707	187	187	189	...	767,5	822,0
PIB Nominal (USD B)	328	366	94	91	93	94	367	95	96	93	...	320,8	349,1
<b>Crecimiento Real</b>													
PIB real (% Var. Interanual)	6,6	4,0	2,9	4,6	5,8	5,3	4,7	6,4	4,3	4,2	...	4,8	3,8
<b>Precios</b>													
Inflación (IPC, % Var. Interanual)	3,7	2,4	1,9	2,2	2,3	1,9	1,9	2,5	2,8	2,9	3,7	3,7	3,3
Inflación básica (% Var. Interanual)	3,9	3,2	2,5	2,1	2,2	2,2	2,2	2,5	2,5	2,4	2,8	2,8	...
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	1943	1768	1832	1929	1915	1927	1927	1965	1881	2028	2392	2392	2355
Tipo de cambio (Var. % interanual)	1,5	-9,0	2,2	8,1	6,3	9,0	9,0	7,3	-2,5	5,9	24,2	24,2	-1,6
<b>Sector Externo</b>													
Cuenta corriente (% del PIB)	-3,0	-3,3	-3,4	-2,6	-4,1	-3,6	-3,5	-3,8	-4,3	-5,3	...	...	...
Cuenta corriente (USD B)	-9,4	-12,1	-3,3	-2,3	-3,7	-3,3	-12,4	-3,8	-4,1	-5,0	...	...	...
Balanza comercial (USD mmM)	6,2	5,2	0,7	1,4	0,1	0,6	2,8	-0,6	-0,5	...	...	-1,8	...
Exportaciones F.O.B. (USD mmM)	56,9	60,1	14,4	15,5	14,7	15,3	58,8	13,5	14,5	15,0	...	37,9	...
Importaciones F.O.B. (USD mmM)	51,6	56,1	13,7	14,1	14,6	14,7	56,6	14,3	15,1	...	...	39,6	...
Servicios (neto)	-4,6	-5,5	-1,4	-1,4	-1,5	-1,4	-5,6	-1,4	-1,6	-1,7	...	...	...
Renta de los factores	-16,0	-15,9	-3,6	-3,4	-3,5	-3,6	-14,1	-3,0	-3,2	-3,6	...	...	...
Transferencias corrientes (neto)	4,9	4,6	1,0	1,2	1,2	1,1	4,6	1,0	1,0	1,0	...	...	...
Inversión extranjera directa (USD mM)	13,4	15,8	3,7	4,0	4,8	3,9	16,4	3,4	4,9	3,6	...	...	...
<b>Sector Público (acumulado)</b>													
Bal. primario del Gobierno Central (% del PIB)	-0,1	0,2	0,8	2,4	2,4	0,3	0,1	0,5	...	...	...	0,2	...
Bal. del Gobierno Central (% del PIB)	-2,8	-2,3	0,4	1,3	0,7	-2,4	-2,4	0,1	0,1	...	...	-2,3	...
Bal. primario del SPNF (% del PIB)	0,1	1,8	1,9	3,6	4,0	1,5	1,5	...	2,4	...	...	1,8	...
Bal. del SPNF (% del PIB)	-1,8	0,4	1,5	2,5	2,1	-0,9	-0,9	0,6	1,3	...	...	-1,0	...
<b>Indicadores de Deuda</b>													
Deuda externa bruta (% del PIB)	22,9	21,6	21,7	22,2	24,0	24,4	24,4	23,9	24,4	24,9	...	24,9	...
Pública - SNPF (% del PIB)	12,9	12,7	12,4	12,3	13,6	13,8	13,8	13,6	14,3	14,7	...	14,7	...
Privada (% del PIB)	10,0	8,8	9,3	10,0	10,4	10,6	10,6	10,3	10,1	10,2	...	10,2	...
Deuda del Gobierno Central (% del PIB)	35,4	34,5	35,1	34,5	35,9	37,3	37,3	35,5	35,2	...	...	33,6	...

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\*

	dic-14 (a)	nov-14	dic-13 (b)	Var real anual entre (a) y (b)
<b>Activo</b>	<b>442.117</b>	<b>437.989</b>	<b>388.646</b>	<b>9,7%</b>
Disponible	28.212	29.696	27.719	-1,8%
Inversiones	79.528	78.098	74.060	3,6%
Cartera Neta	291.022	286.687	251.500	11,6%
Consumo Bruta	83.552	82.925	73.845	9,2%
Comercial Bruta	182.959	179.081	156.800	12,6%
Vivienda Bruta	28.895	28.840	24.458	14,0%
Microcrédito Bruta	8.569	8.582	7.859	5,2%
Provisiones**	12.954	12.741	11.463	9,0%
Consumo	5.005	4.971	4.586	5,3%
Comercial	6.735	6.549	5.810	11,8%
Vivienda	650	641	524	19,7%
Microcrédito	564	579	543	0,2%
Otros	43.356	43.509	35.366	18,3%
<b>Pasivo</b>	<b>380.025</b>	<b>376.569</b>	<b>334.192</b>	<b>9,7%</b>
Depósitos y Exigibilidades	284.365	283.938	258.191	6,3%
Cuentas de Ahorro	136.104	139.373	128.653	2,1%
CDT	88.299	88.605	74.226	14,8%
Cuentas Corrientes	49.734	47.185	46.725	2,7%
Otros	10.227	8.775	8.588	14,9%
Otros pasivos	95.661	92.631	76.001	21,4%
<b>Patrimonio</b>	<b>62.092</b>	<b>61.421</b>	<b>54.454</b>	<b>10,0%</b>
<b>Ganancia/Pérdida del ejercicio</b>	<b>7.928</b>	<b>6.606</b>	<b>6.492</b>	<b>17,8%</b>
Ingresos por intereses	30.579	27.770	28.204	4,6%
Gastos por intereses	10.621	9.622	10.039	2,1%
Margen neto de Intereses	19.908	18.102	18.148	5,8%
Ingresos netos diferentes de Intereses	11.126	9.399	9.757	10,0%
Margen Financiero Bruto	31.035	27.501	27.906	7,3%
Costos Administrativos	13.493	12.081	12.938	0,6%
Provisiones Netas de Recuperación	4.606	4.158	4.340	2,4%
Margen Operacional	12.936	11.262	10.628	17,4%
<b>Indicadores</b>				Variación (a) - (b)
Indicador de calidad de cartera	<b>2,91</b>	<b>3,06</b>	<b>2,79</b>	<b>0,12</b>
Consumo	4,31	4,63	4,39	-0,08
Comercial	2,18	2,27	1,99	0,20
Vivienda	2,16	2,17	2,03	0,13
Microcrédito	7,40	7,50	6,22	1,18
Cubrimiento**	<b>150,46</b>	<b>143,15</b>	<b>160,58</b>	<b>-10,12</b>
Consumo	138,90	129,58	141,44	-2,54
Comercial	168,48	161,43	186,65	-18,17
Vivienda	104,22	102,65	105,68	-1,46
Microcrédito	88,97	89,95	111,13	-22,16
ROA	1,92%	1,75%	1,78%	0,1%
ROE	13,68%	12,49%	13,09%	0,6%
Solvencia	N/A	15,27%	14,68%	N/A

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 diciembre de 2014 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.