



El *compliance* y la libre competencia

- La libre competencia económica es un derecho de interés colectivo. El Estado debe velar por el correcto funcionamiento de los mercados, y garantizar que no se presenten prácticas anticompetitivas, capaces de vulnerarlo.
- Para garantizar el derecho colectivo, existen leyes y normativa general y especial que cada uno de los actores debe conocer, así como a sus competidores y al mercado en el que participa, con el fin de evitar que sus acciones puedan contrariar la libre y leal competencia, lo que podría conllevar sanciones y perjuicios a su empresa y negocio.
- Una de las acciones positivas para evitar vulnerar la libre competencia es implementar un programa de cumplimiento o *compliance* en materia de competencia, que permita prever los riesgos, contingencias legales y económicas que, en desarrollo de sus actividades, puedan generar una conducta anticompetitiva, con lo cual se afectarían las relaciones de confianza en el mercado.

16 de noviembre de 2021

Director:

Hernando José Gómez

ASOBANCARIA:

Hernando José Gómez
Presidente

Alejandro Vera Sandoval
Vicepresidente Técnico

Germán Montoya Moreno
Director Económico

Para suscribirse a nuestra publicación semanal Banca & Economía, por favor envíe un correo electrónico a bancayeconomia@asobancaria.com

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

El *compliance* y la libre competencia

Sin lugar a duda, la libre competencia en la mayoría de los casos es el factor más importante en el desarrollo de los mercados, pues permite a todos los empresarios nacionales y extranjeros desarrollar su actividad productiva de acuerdo con sus habilidades y fortalezas, y a los consumidores escoger, dentro de las múltiples alternativas, la mejor propuesta.

Son innumerables los competidores y mercados en los que los empresarios desarrollan su actividad y en los que el Estado colombiano sirve de garante manteniendo unas reglas mínimas que permitan el normal funcionamiento, lo cual realiza a través de normas, algunas de carácter general y otras de tipo particular para algunos sectores económicos específicos. Velando por el cumplimiento de las normas preestablecidas, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) se encarga de investigar y sancionar a quienes se apartan de esta normativa.

Sin perjuicio de las sanciones de la Autoridad de Competencia, la eficiencia de los competidores se da con el conocimiento y la autorregulación de los empresarios, que luego de un auto examen de su empresa y del mercado en el que se desenvuelve, están en capacidad de generar un diagnóstico del marco legal aplicable y de los riesgos que generan sus acciones, para de manera preventiva establecer procedimientos y políticas que les permitan minimizar estos riesgos, evitando incurrir en prácticas que atenten con la libre competencia.

Esta edición de Banca & Economía invita a los empresarios a desarrollar e implementar programas de *compliance*. Explica en qué consisten y cómo se implementan, la importancia que tienen, su contenido mínimo y la remisión a la norma técnica colombiana de buenas prácticas para la protección de la libre competencia (NTC 6378:2020) desarrollada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), cuyo propósito es brindar parámetros mínimos para el diseño de un programa de cumplimiento que se adecúe a la medida de cada empresa. Finaliza con algunas conclusiones en la materia.

Compliance y libre competencia

La libre competencia económica es un derecho de interés colectivo, pues es el factor decisivo para que los consumidores accedan al mejor precio y calidad posibles a los bienes y servicios que desean adquirir. El Estado debe velar por el correcto funcionamiento de los mercados y garantizar que no se presenten prácticas anticompetitivas, capaces de vulnerarlo.

Para garantizar el derecho colectivo existe normativa general y especial que cada uno de los actores debe conocer, así como a sus competidores y al mercado en el que participa, a fin de evitar que sus acciones puedan contrariar la libre y leal competencia, las cuales podrían conllevar sanciones y perjuicios a su empresa y negocio.

Editor

Germán Montoya
Director Económico

Participaron en esta edición:

José Manuel Gomez Sarmiento
Ida María Mestre Ordoñez
Santiago Romero Paez



PROGRAMACIÓN EVENTOS ASOBANCARIA 2021
* VERSIÓN ACTUALIZADA *
¡UN AÑO RECARGADO DE TEMÁTICAS CLAVE PARA IMPULSAR NUESTRA ECONOMÍA!

- Agosto 26 y 27
19° Congreso de Derecho Financiero
Cartagena, Colombia, Hotel Hyatt Regency
- Septiembre 16 y 17
20° Congreso Panamericano de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.
Cartagena, Colombia, Hotel Hyatt Regency
- Septiembre 30 y Octubre 1
14° Congreso de Prevención del Fraude y Seguridad
Cartagena, Colombia, Hotel Hyatt Regency
- Octubre 7 y 8
23° Congreso de Tesorería y 32° Simposio de Mercado de Capitales
Cartagena, Colombia, Hotel Hyatt Regency
- Octubre 21 y 22
11° CAMP – Congreso de Acceso a Servicios Financieros y Medios de pago
Cali, Colombia, Centro de Eventos Valle del Pacifico
- Noviembre 3, 4 y 5
55° Convención Bancaria
Cartagena, Colombia, Centro de Convenciones Cartagena de Indias
- Noviembre 18 y 19
19° Congreso Riesgo Financiero
Cartagena, Colombia, Hotel Hyatt Regency
- Diciembre 1
9° Encuentro Tributario
Bogotá, Colombia, Presencial

f asobancaria.colombia | @asobancaria | www.asobancaria.com

ASOBANCARIA



En el ejercicio empresarial, es de vital importancia ser conscientes que la libre competencia económica puede vulnerarse a través de diferentes acciones que en el día a día el empresario ejecute, y dichas prácticas en un momento dado generarían distorsión del mercado, como por ejemplo i) los acuerdos anticompetitivos que directa o indirectamente tengan por objeto limitar la producción, el abastecimiento, la distribución o el consumo de materias primas, productos, mercancías o servicios nacionales o extranjeros; ii) mediante el abuso de posición dominante pactando precios elevados, o precios artificialmente bajos para afectar a los competidores que no pueden igualarlos; iii) con la realización de acuerdos entre dos o más empresas que prevengan, restrinjan, o distorsionen la competencia, y iv) efectuando integraciones económicas que contraigan sustancialmente la competencia y que no se compensen con eficiencias. Adicionalmente, podrían presentarse otras acciones que afecten o tengan impacto en el mercado, desde el punto de vista de la competencia, negativamente.

De igual manera, se pueden presentar actos de competencia desleal, en contra de los competidores con el ejercicio de conductas que atenten contra la buena fe, tales como actos de engaño, de confusión, de inducción a ruptura contractual, de desviación de clientela, de imitación, de publicidad engañosa, de violación de secretos empresariales, entre otros.

Como acción positiva para evitar incurrir en las prácticas mencionadas y los efectos adversos que conllevan, es recomendable implementar un programa de cumplimiento o *compliance* en materia de competencia que permita prever los riesgos, contingencias legales y económicas que, en desarrollo de sus actividades, puedan generar una conducta anticompetitiva, con lo cual se afectarían las relaciones de confianza en el mercado.

La libre competencia económica, como lo consagra la constitución política (art. 333) “es un derecho de todos que supone responsabilidades”, e impone al Estado ser el árbitro para impedir que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitar cualquier abuso de personas o empresas por su posición dominante en el mercado. En este sentido, la libre competencia se hace necesaria en la medida que genera eficiencia en el aparato productivo del país, y permite a las personas y a las empresas el acceso libre a mercados de bienes y servicios, lo que conlleva a que exista variedad y calidad de bienes y servicios, además de precios competitivos.

El rol de velar por el correcto funcionamiento de los mercados y que no se presente ningún tipo de práctica anticompetitiva ni distorsión, es ejercida por el Gobierno Nacional a través de la Superintendencia de Industria y Comercio, entidad que conoce en

forma privativa de las investigaciones administrativas sobre la materia, con facultad de imponer multas y adoptar las decisiones por infracción a las disposiciones sobre protección de la competencia, además de la vigilancia administrativa del cumplimiento de las disposiciones sobre competencia desleal.

De acuerdo con Barreto, A (2019)¹, el objetivo de una autoridad de competencia no puede quedarse solo en perseguir *ex post* a los infractores y sancionarlos de modo ejemplar, sino que debe tener una visión más amplia que involucre también un enfoque preventivo. Es sabido que la autoridad de competencia es cada vez más exigente y ha fortalecido sus mecanismos institucionales de investigación y sanción, por lo que corresponde a cada empresario informarse de manera suficiente antes de tomar decisiones, directamente o con los órganos de administración, y primordialmente velar por el correcto desarrollo y cumplimiento de las directrices y decisiones adoptadas², a fin de evitar actuar restringiendo la libre competencia, con los efectos negativos que de ello se puedan derivar, y en su lugar garantizar el bienestar para los consumidores, la libertad de acceso a los mercados y la eficiencia económica.

La debida diligencia en los términos mencionados, con la implementación de un programa de cumplimiento en materia de derecho de competencia es una medida de autorregulación y prevención de posibles efectos negativos en esta materia, evitando por ejemplo algunas inhabilidades para contratar, como sería el caso de la colusión en licitaciones públicas. Esta se presenta cuando se realizan acuerdos entre los proponentes para no competir, distribuyéndose las adjudicaciones de los contratos o concursos, o fijando los términos de las propuestas, acuerdo este que es ilícito desde todo punto de vista, y que además contraría la libre competencia. Estas maniobras fraudulentas generan, además, una responsabilidad penal para por corrupción y sanciones de la autoridad de competencia, aunado al daño reputacional de las empresas involucradas en la violación de este interés colectivo, entre otras. Todo lo anterior hace que el *compliance* sea una tarea que implica rigor en su diseño e implementación, así como en el seguimiento y evaluación permanente, a fin de ajustarse a las nuevas normas, al desarrollo del mercado relevante o a los competidores a los que se enfrenta, haciendo los ajustes necesarios.

La implementación del *compliance* o programa de cumplimiento en materia de competencia es un instrumento eficiente que permite a los empresarios prever los riesgos, contingencias legales y económicas que, en desarrollo de sus actividades, conlleven una conducta anticompetitiva, a la vez que permiten entablar relaciones de confianza en el mercado, constituyéndose en una herramienta que aporta a la empresa, a los consumidores y al país. La cultura

1 Barreto, A (2019). Competencia económica: reflexiones sobre los diez años de la ley 1340 de 2009, Capítulo 8 “el *compliance* y el derecho de la competencia”. Universidad Externado de Colombia. Recuperado de: https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/2756/MGA-spa-2019-El_compliance_y_el_derecho_de_la_competencia?sequence=1

2 Superintendencia de Sociedades. Circular Externa N.º 100-006 de 2008, publicada en el Diario Oficial 46.941 del 26 de marzo de 2008.



de la libre competencia económica es una tarea de todos y, por ello, tener una actitud preventiva, insertada en la cultura empresarial, abona el camino para su cumplimiento y logro.

¿Qué son los programas de *compliance* y cuál es su importancia?

Son manuales, guías, políticas y procedimientos para detectar, prevenir y mitigar los riesgos que pueden derivar en la ejecución de prácticas restrictivas de la competencia o delitos relacionados con la misma por los representantes legales o los empleados de las empresas que los adoptan.

La protección de la libre competencia en Colombia, como política pública, está dirigida al sector empresarial, y busca promover en él, que esta haga parte fundamental de las empresas y, por ende, de cada uno de los trabajadores y personas relacionadas directa e indirectamente con las mismas, una tarea de promoción e interiorización que puede desarrollarse a través de programas del *compliance*.

Los conceptos de libre competencia deben interiorizarse y permear a todos y cada uno de los integrantes del equipo humano, en todos los niveles, partiendo por supuesto de los directivos, para que las medidas de autogestión, que permiten prevenir las consecuencias derivadas de la infracción de las normas de libre competencia, puedan comprenderse y ejecutarse. En la medida en que le sean claras las normas y acciones que derivan en sanciones, el equipo estará en capacidad de implementar el programa, logrando gestionar el riesgo.

Un beneficio importante para tener en cuenta, que se convierte a su vez en un incentivo para la adopción de los programas de *compliance*, es que se constituyen en un atenuante de responsabilidad de las empresas y colaboradores ante posibles investigaciones de la autoridad de competencia, o del investigador penal en caso de colusión en licitaciones públicas, al ser una buena práctica adoptada y que evidencia la diligencia y respeto por la ley y el interés colectivo.

¿Qué debe contener un programa de *compliance*?

Como se ha mencionado, no existe un modelo único; cada programa de cumplimiento debe diseñarse teniendo en cuenta que cada empresa es diferente y, por ende, se hace necesario tener en cuenta, además de la legislación aplicable, su operación, cultura corporativa, políticas empresariales, riesgos jurídicos, económicos y reputacionales. Debe tenerse en cuenta, además, el procedimiento disciplinario interno, el procedimiento de contratación de colaboradores, proveedores y distribuidores, los procedimientos de contingencia en caso de evidenciarse una conducta que restrinja la libre competencia económica, y por supuesto campañas de educación a los colaboradores de todos los niveles, desde su Junta Directiva hasta el más pequeño eslabón

de la cadena, así como mecanismos idóneos de seguimiento, evaluación y ajuste del programa.

Con el propósito de contribuir en el desarrollo de buenas prácticas, la SIC impulsó la creación de una Guía General, no vinculante, para fomentar e impulsar en todos los sectores de la economía la autorregulación y el autocontrol a través de políticas organizacionales que promuevan la protección del régimen de libre competencia económica.

La norma técnica colombiana de buenas prácticas para la protección de la libre competencia (NTC 6378:2020)

Como contribución, y ante la ausencia de una norma que establezca los contenidos mínimos, por iniciativa de la SIC, y con la participación de entidades públicas y privadas, el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC, expidió la Norma Técnica Colombiana de buenas prácticas para la protección de la libre competencia (NTC 6378:2020), cuyo propósito, dentro del marco de autorregulación, es brindar parámetros mínimos para el diseño de un programa de cumplimiento de la normativa de libre competencia, también llamado *compliance*, aplicable al sector público y al privado. Este programa, como se ha señalado, debe adecuarse según el objeto de la empresa, las características del entorno del mercado en el que se desenvuelve, la normatividad que rige la actividad económica, analizando cuáles son las conductas prohibidas y creando semáforos de control. Debe evaluarse el programa permanentemente, a fin de validar su eficacia y efectuar los ajustes a que haya lugar.

De conformidad con la guía, le corresponde a la alta dirección gestionar el programa de protección para la libre competencia económica y designar al responsable de darle cumplimiento. Para este efecto, la alta dirección debe analizar el estado inicial de la empresa y su contexto, lo cual le permite tener un mejor conocimiento de la organización, las partes interesadas, el sector en el que se desempeña, información esta que es su base fundamental.

Contenido de la Guía

A continuación, se resaltan algunos aspectos que contiene la guía y que debería incorporar el programa de libre competencia de una empresa:

Principios

La empresa debe guiarse, además de los principios establecidos en la normatividad vigente, por aquellos definidos por cada organización, como elemento que lo diferencia de los demás actores del mercado. Sin perjuicio, la norma técnica trae un conjunto de principios que enmarcan su implementación:



- **Enfoque al consumidor:** Capacidad de velar por los intereses y el bienestar de los consumidores en el marco de las actividades empresariales, de manera que se entienda al consumidor como un actor económico importante en el mercado, el cual debe contar con información verídica, clara y suficiente, así como con productos o servicios seguros y de calidad. Por lo anterior, la empresa debe evitar cualquier tipo de práctica que pudiera afectar los derechos de los consumidores reconocidos en la ley.
- **Protección para la libre competencia económica:** Compromiso de actuar en el mercado de forma que no se genere ninguna distorsión en el mismo como consecuencia de una práctica anticompetitiva. Las decisiones deben ser autónomas, adecuadas a las condiciones de lealtad, y deben propender por el bienestar de los consumidores, la eficiencia económica y la libre participación de las organizaciones en el mercado.
- **Pensamiento basado en riesgo:** Capacidad de identificar las situaciones que puedan permitir la materialización de conductas indebidas frente a la libre competencia económica.
- **Autorregulación:** Capacidad para desarrollar y aplicar métodos y procedimientos que permitan planificar, implementar y fortalecer continuamente un programa para la libre competencia económica, de acuerdo con la normatividad vigente.
- **Autorregulación ética:** Compromiso de construir un marco ético de principios y valores frente a la libre competencia.
- **Responsabilidad legal:** Compromiso de la organización, la alta dirección y los colaboradores de respetar y cumplir la normatividad vigente.
- **Transparencia:** Compromiso de ser abierto y claro respecto a las decisiones y actuaciones en el marco de la libre competencia, y de revelar de forma precisa, objetiva y completa, en un grado razonable y suficiente, la información sobre las políticas, decisiones, acuerdos y actividades de las cuales se es responsable.

Pasos para su adopción

1. Estado inicial y contexto para la implementación del *compliance*.

El punto de partida siempre será la foto inicial de la empresa y su contexto, lo cual permitirá tener un panorama sobre la realidad del negocio y el entorno en el que desarrolla sus actividades. Para el efecto, entre otros, se recomienda:

- Identificar los requisitos legales, reglamentarios y otros relacionados con la libre competencia económica aplicables, de acuerdo con el sector en el que participa.

Entre otros, pueden considerarse las actividades propias de la organización, productos y/o servicios, adquiridos y ofrecidos, y clientes, proveedores y partes interesadas.

- Determinar aspectos internos y externos que puedan afectar positiva o negativamente la empresa, tales como las barreras de entrada y de salida de su mercado; información que maneja la organización, agregada y desagregada; presencia de economías de escala y de alcance; características de homogeneidad de su producto o servicio frente a sus competidores, entre otros.
- Reconocer sus partes interesadas y caracterizarlas, para lo cual es necesario considerar las características de la empresa, el tamaño, el sector y las condiciones del mercado en el que opera, los proveedores (productos y servicios por ellos ofrecidos), los comercializadores y/o distribuidores, los requisitos legales y reglamentarios, entre otros.
- Documentar los resultados del análisis.
- Determinar, implementar y mantener los mecanismos de seguimiento al cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y los otros requisitos identificados.
- Realizar seguimiento y revisión de la información, y dejar evidencia de la actividad.

2. Responsabilidad de la alta dirección

Es responsabilidad de la alta dirección la implementación y mejora continua del programa de *compliance* o de buenas prácticas para la libre competencia, asegurando su integralidad, coherencia y consistencia interna, a través de las siguientes acciones mínimas:

- Definir y comunicar una política frente a la protección de la libre competencia económica y la prevención de conductas anticompetitivas.
- Establecer programas, prácticas, protocolos y/o procedimientos internos que aseguren la implementación y la integración de las buenas prácticas para la libre competencia económica contenidas en esta norma o ajustar los existentes para que así sea.
- Designar a la persona responsable de la gestión del Programa de Protección para la libre competencia económica.
- Designar responsabilidades a otros niveles directivos de la organización para apoyar a la persona responsable de la gestión del Programa relacionado con el desarrollo de las buenas prácticas.



- Comunicar a la organización acerca de la importancia del Programa de Protección para la libre competencia económica.
 - Asegurar la disponibilidad de los recursos necesarios para la implementación, mantenimiento y mejora del Programa.
 - Establecer indicadores de cumplimiento y realizar revisiones periódicas.
3. Identificación, análisis y evaluación de los riesgos

Resulta de vital importancia el identificar y evaluar los riesgos a tener en cuenta en el *compliance*, lo cual constituye la base para la implementación de las buenas prácticas definidas en la norma técnica, y permite planificar la asignación de recursos y de procesos para gestionar los riesgos identificados.

Estos riesgos pueden ser, por ejemplo, los riesgos legales, u otros relacionados con las actividades, productos, servicios y operaciones, y los relacionados con los proveedores, los productos y servicios que ofrecen estos o los comercializadores y/o distribuidores, cuya gestión tiene como objeto el permitir identificar situaciones en las que pueden ocurrir lesiones a la libre competencia económica, precisando las causas y las consecuencias de tales riesgos.

Además, es importante analizar los riesgos considerando las causas y las fuentes de las posibles situaciones y acciones que lesionan la libre competencia y la gravedad de sus consecuencias, así como la probabilidad de que éstas ocurran, con sus consecuencias asociadas.

Conclusiones y consideraciones finales

Sin lugar a dudas, la implementación de un programa de cumplimiento normativo en materia de derecho de libre competencia económica se constituye en una herramienta de autorregulación eficiente que, como se ha mencionado, trae muchos beneficios que le permiten a las organizaciones tener control de sus acciones y la medición de riesgos propios del ejercicio empresarial, dentro de un ambiente de leal y libre competencia entre todos los actores. Adicionalmente, contar con un programa como este es un elemento atenuante de responsabilidad ante un proceso de la autoridad de competencia, pero, ha de ser un programa efectivo, que pueda ser probado, no solo a través de la decisión y establecimiento de políticas y procedimientos apegados a la ley, sino de la permeabilización en la empresa, con una evaluación, seguimiento y mejora constante.

Lograr que se desarrollen y masifiquen efectivos programas de *compliance* por los distintos sectores empresariales que fomenten la cultura de la libre competencia económica no solo es un reto

para la SIC, que, como autoridad de competencia, tiene el deber legal de promover la libre competencia económica sino también un compromiso activo por parte de las empresas para su adopción y cumplimiento. Para esto deberá brindar cada vez más el acompañamiento a todos estos sectores económicos, buscando que sea efectivo este interés colectivo, no como órgano represor, sino como entidad capaz de articular las políticas del Gobierno, generando pautas que contribuyan en la cadena de valor para los consumidores, que consoliden a Colombia como un actor global sólido y maduro en esta materia, que permita atraer capital y nuevos competidores.

Colombia

Principales indicadores macroeconómicos

	2019			2020					2021*		
	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	Total
Producto Interno Bruto**											
PIB Nominal (COP Billones)	270,9	287,7	1061,1	258,7	213,5	249,2	281,4	1002,9	269,1	271,6	1109,2
PIB Nominal (USD Billones)	78,3	88,6	324,0	63,4	57,1	63,8	76,5	271,5	71,9	74,0	314,7
PIB Real (COP Billones)	222,7	238,9	882,0	206,4	181,3	204,1	230,3	822,0	208,8	213,1	874,7
PIB Real (% Var. interanual)	3,2	3,2	3,3	0,7	-15,8	-8,5	-3,6	-6,8	1,1	17,6	8,2
Precios											
Inflación (IPC, % Var. interanual)	3,8	3,8	3,8	3,7	2,9	1,9	1,6	1,6	2,0	3,3	4,7
Inflación sin alimentos (% Var. interanual)	3,3	3,4	3,4	3,3	2,0	1,5	1,2	1,0	1,6	2,7	3,2
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	3462	3277	3277	4065	3759	3879	3432	3432	3736	3757	3600
Tipo de cambio (Var. % interanual)	16,5	3,6	3,6	28,0	17,3	12,0	4,7	4,7	-8,1	-3,6	4,9
Sector Externo (% del PIB)											
Cuenta corriente	-5,1	-3,7	-4,3	-3,6	-3,0	-2,7	...	-3,4	-4,4	-6,3	-4,9
Cuenta corriente (USD Billones)	-4,2	-3,2	-14,5	-2,6	-1,7	-1,8	-3,2	-9,3	-3,3	-4,6	-15,2
Balanza comercial	-5,0	-3,7	-3,8	-3,9	-4,3	-4,6	...	-3	-5,1	-7,4	-3,6
Exportaciones F.O.B.	12,8	12,9	52,3	11,7	7,8	8,9	...	12,3	14,2	14,9	13,3
Importaciones F.O.B.	16,9	16,1	64,7	14,5	10,2	12,0	...	15,2	19,3	22,3	16,9
Renta de los factores	-3,0	-2,9	-3,1	-2,6	-1,8	-1,7	...	-2,1	-2,6	-2,4	-2,9
Transferencias corrientes	2,7	2,7	1,9	3,3	0,0	3,2	...	3,2	3,2	3,6	3,1
Inversión extranjera directa (pasivo)	3,9	4,0	4,3	4,5	2,3	1,1	3,0	2,8	3,3	2,8	3,4
Sector Público (acumulado, % del PIB)											
Bal. primario del Gobierno Central	1,4	0,4	0,5	0,3	-3,2	-5,9
Bal. del Gobierno Nacional Central	-1,2	-2,5	-2,5	-0,2	-5,8	-7,8	-8,6
Bal. estructural del Gobierno Central	-1,5
Bal. primario del SPNF	2,3	0,5	0,5	0,4	-3,0	-6,7
Bal. del SPNF	-0,5	-2,4	-2,4	0,4	-5,2	-9,4
Indicadores de Deuda (% del PIB)											
Deuda externa bruta	42,0	42,7	42,0	47,4	49,3
Pública	22,6	22,7	22,8	25,3	26,6
Privada	19,5	20,0	19,2	22,1	22,6
Deuda bruta del Gobierno Central	51,9	50,3	50,0	59,6	61,7	61,4	62,9



Colombia

Estados financieros del sistema bancario

	ago-21 (a)	jul-21	ago-20 (b)	Variación real anual entre (a) y (b)
Activo	769,565	767,919	739,708	-0.4%
Disponible	52,230	52,425	59,689	-16.2%
Inversiones y operaciones con derivados	166,562	169,251	153,117	4.2%
Cartera de crédito	525,178	520,097	502,017	0.2%
Consumo	157,618	155,299	146,035	3.3%
Comercial	275,773	274,254	273,410	-3.4%
Vivienda	78,573	77,543	70,206	7.2%
Microcrédito	13,214	13,002	12,366	2.3%
Provisiones	37,287	37,265	33,809	5.6%
Consumo	12,048	12,082	9,994	15.4%
Comercial	17,623	17,525	16,741	0.8%
Vivienda	2,900	2,884	2,586	7.4%
Microcrédito	1,050	1,093	1,107	-9.1%
Pasivo	671,784	671,560	648,907	-0.9%
Instrumentos financieros a costo amortizado	591,890	590,199	556,054	1.9%
Cuentas de ahorro	263,717	264,694	231,680	9.0%
CDT	142,465	142,044	167,997	-18.8%
Cuentas Corrientes	81,435	80,243	69,454	12.3%
Otros pasivos	9,683	9,701	9,727	-4.7%
Patrimonio	97,781	96,359	90,801	3.1%
Ganancia / Pérdida del ejercicio (Acumulada)	8,186	7,135	3,510	123.3%
Ingresos financieros de cartera	27,584	24,049	31,192	-15.3%
Gastos por intereses	6,251	5,478	10,740	-44.3%
Margen neto de Intereses	21,871	19,157	21,057	-0.6%
Indicadores				Variación (a) - (b)
Indicador de calidad de cartera	4.45	4.56	4.35	0.10
Consumo	5.12	5.28	3.91	1.21
Comercial	4.27	4.34	4.59	-0.33
Vivienda	3.36	3.46	3.76	-0.40
Microcrédito	6.82	7.31	7.36	-0.54
Cubrimiento	159.5	157.0	154.9	-4.59
Consumo	149.3	147.5	174.9	-25.57
Comercial	149.7	147.1	133.3	16.45
Vivienda	109.9	107.4	97.9	11.94
Microcrédito	116.5	115.0	121.6	-5.11
ROA	1.60%	1.60%	0.71%	0.9
ROE	12.82%	13.03%	5.85%	7.0
Solvencia	20.40%	20.29%	15.92%	4.5



Colombia

Principales indicadores de inclusión financiera

	2016	2017	2018	2019				2019	2020				2020
	Total	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total
Profundización financiera - Cartera/PIB (%) EC	50,2	50,1	49,8	49,5	49,6	49,9	49,8	49,8	51,7	54,3
Efectivo/M2 (%)	12,59	12,18	13,09	12,66	12,84	13,20	15,05	15,05	13,35	14,48
Cobertura													
Municipios con al menos una oficina o un corresponsal bancario (%)	99,7	100	99,2	99,7	99,7	...	99,9	99,9	100	100	100	100	100
Municipios con al menos una oficina (%)	73,9	73,9	74,4	74,7	74,6	74,4	74,6	74,6	74,6	74,6	74,6
Municipios con al menos un corresponsal bancario (%)	99,5	100	98,3	100	100	...	100	100	100	100	100	100	100
Acceso													
Productos personas													
Indicador de bancarización (%) SF*	77,30	80,10	81,4	82,3	82,6	83,3	82,5	82,5	83,2	85,9	87,1	87,8	87,8
Indicador de bancarización (%) EC**	76,40	79,20	80,5	81,3	81,6	82,4	81,6	81,6	86,6
Adultos con: (en millones)													
Cuentas de ahorro EC	23,53	25,16	25,75	25,79	25,99	26,3	26,6	26,6	27,5	27,9	27,9
Cuenta corriente EC	1,72	1,73	1,89	1,95	2,00	2,00	1,97	1,97	1,92	1,9	1,9
Cuentas CAES EC	2,83	2,97	3,02	3,03	3,02	3,03	3,03	3,03	3,03
Cuentas CATS EC	0,10	0,10	0,71	2,10	2,32	2,54	3,30	3,30	7,14	8,1	8,1
Otros productos de ahorro EC	0,77	0,78	0,81	0,83	0,84	0,80	0,85	0,85	0,84
Crédito de consumo EC	8,74	9,17	7,65	7,82	8,00	8,16	8,42	8,42
Tarjeta de crédito EC	9,58	10,27	10,05	10,19	10,37	10,47	10,53	10,53	10,59
Microcrédito EC	3,56	3,68	3,51	3,49	3,48	3,50	3,65	3,65
Crédito de vivienda EC	1,39	1,43	1,40	1,41	1,43	1,45	1,45	1,45
Crédito comercial EC	1,23	1,02	0,69	0,70	0,70
Al menos un producto EC	25,40	27,1	27,64	28,03	28,25	28,6	29,1	29,1	32	32
Uso													
Productos personas													
Adultos con: (en porcentaje)													
Algún producto activo SF	66,3	68,6	68,5	69,2	69,8	70,4	66,0	66,0	66,8	71,6	73,0	72,6	72,6
Algún producto activo EC	65,1	66,9	67,2	67,8	68,4	69,2	69,1	65,2	72,4
Cuentas de ahorro activas EC	72,0	71,8	68,3	68,9	70,1	70,2	70,1	70,1	65,4
Cuentas corrientes activas EC	84,5	83,7	85,5	85,8	85,9	85,6	85,6	85,6	82,8
Cuentas CAES activas EC	87,5	89,5	89,7	89,8	89,9	82,2	82,1	82,1	82,1
Cuentas CATS activas EC	96,5	96,5	67,7	58,2	58,3	59,0	58,3	58,3	80,8
Otros pdtos. de ahorro activos EC	66,6	62,7	61,2	61,3	61,8	62,0	62,8	62,8	63,8
Créditos de consumo activos EC	82,0	83,5	82,2	81,7	81,9	81,8	75,7	75,7
Tarjetas de crédito activas EC	92,3	90,1	88,7	88,3	88,6	88,0	79,5	79,5	76,7
Microcrédito activos EC	66,2	71,1	68,9	68,9	69,2	68,9	58,3	58,3



Colombia

Principales indicadores de inclusión financiera

	2016	2017	2018	2019	2020				2020	2021
	Total	Total	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1
Créditos de vivienda activos EC	79,3	78,9	77,8	78,2
Créditos comerciales activos EC	85,3	84,7	...	45,5
Acceso										
Productos empresas										
Empresas con: (en miles)										
Al menos un producto EC	751,0	775,2	946,5	938,8	933,8	925,3	922,3	925,2	925,2	...
Cuenta de ahorro EC	500,8	522,7	649,4	649,1	648,5	637,1	637,1	639,8	639,8	...
Cuenta corriente EC	420,9	430,7	502,9	499,7	492,8	491,6	488,7	491,3	491,3	...
Otros productos de ahorro EC	15,24	14,12	13,9	13,8	15,4	16,0	14,9
Crédito comercial EC	242,5	243,6	277,8	285,9	288,3	291,3
Crédito de consumo EC	98,72	102,5	105,8	104,9	103,9	103,4
Tarjeta de crédito EC	79,96	94,35	106,9	113,0	114,1	113,9
Al menos un producto EC	751,0	775,1
Uso										
Productos empresas										
Empresas con: (en porcentaje)										
Algún producto activo EC	74,7	73,3	71,5	68,34	68,00	68,06	67,63	66,84	66,84	...
Algún producto activo SF	74,7	73,3	71,6	68,36	68,02	68,04	67,65
Cuentas de ahorro activas EC	49,1	47,2	47,6	45,8	44,8	44,7	44,0
Otros ptdos. de ahorro activos EC	57,5	51,2	49,2	52,0	55,0	55,4	57,2
Cuentas corrientes activas EC	89,1	88,5	89,0	89,7	90,7	91,0	91,1
Microcréditos activos EC	63,2	62,0	57,2	50,3	49,9	49,0
Créditos de consumo activos EC	84,9	85,1	83,9	78,2	77,7	77,4
Tarjetas de crédito activas EC	88,6	89,4	90,2	80,3	80,5	79,8
Créditos comerciales activos EC	91,3	90,8	91,6	77,1	77,3	73,0
Operaciones (semestral)										
Total operaciones (millones)	4.926	5.462	6.332	8.194	-	4,685	-	5,220	9,911	-
No monetarias (Participación)	48,0	50,3	54,2	57,9	-	64,0	-	60,0	61,7	-
Monetarias (Participación)	52,0	49,7	45,8	42,0	-	36,0	-	40,0	38,2	-
No monetarias (Crecimiento anual)	22,22	16,01	25,1	38,3	-	31,0	-	27,4	28,9	-
Monetarias (Crecimiento anual)	6,79	6,14	6,7	18,8	-	1,3	-	17,2	10,0	-
Tarjetas										
Crédito vigentes (millones)	14,93	14,89	15,28	16,05	16,33	15,47	14,48	14,67	14,67	14,53
Débito vigentes (millones)	25,17	27,52	29,57	33,09	34,11	34,51	35,42	36,38	36,38	37,37
Ticket promedio compra crédito (\$miles)	205,8	201,8	194,4	203,8	176,2	179,3	188,6	207,8	207,8	195,5
Ticket promedio compra débito (\$miles)	138,3	133,4	131,4	126,0	113,6	126,0	123,6	129,3	129,3	120,6