

Protección Al Consumidor Financiero: Desarrollo Regulatorio

- El marco regulatorio que rodea el régimen de protección al consumidor financiero (en adelante “consumidor”) ha venido cobrando relevancia en los últimos años, gracias a la entrada de nuevos jugadores al mercado, la ampliación de portafolios de servicios, la incorporación de nuevos canales y, en general, a la acelerada transformación digital, que exige cada vez más, mayores estándares de regulación y supervisión.
- El rol que desempeña hoy el consumidor ha supuesto una serie de desafíos de cara a los proveedores de bienes y servicios financieros y a la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), como ente supervisor, en la medida en que se reconoce que este requiere de medidas que generen simetrías en la información y que contribuyan a su protección.
- En Colombia, los esfuerzos por dotar de medidas de protección al consumidor han sido significativos. La facultad de la SFC para establecer cláusulas y control a prácticas abusivas, la figura del Defensor del Consumidor Financiero (DCF), la implementación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) y las facultades jurisdiccionales otorgadas a la SFC, representan apenas una muestra de tales esfuerzos, que se adecúan al dinamismo de las relaciones contractuales.
- Actualmente, los esfuerzos no sólo se centran en la búsqueda de un marco regulatorio más amplio, sino en elevar los niveles de información y educación financiera, a través del desarrollo de programas e iniciativas que proporcionen al consumidor la confianza suficiente para la toma de decisiones que satisfagan sus necesidades.

29 de marzo de 2022

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

Protección Al Consumidor Financiero: Desarrollo Regulatorio

El contexto normativo que enmarca el régimen de protección al consumidor financiero está dado principalmente por las disposiciones de la Ley 1328 de 2009, la cual tiene por objeto establecer los principios y reglas que rigen la protección de los consumidores de las entidades vigiladas por la SFC.

En efecto, esta Ley consagra expresamente, entre otros temas relevantes: i) los principios y reglas de protección que rigen las relaciones entre entidades vigiladas y sus clientes, usuarios o potenciales clientes, ii) las características y contenido mínimo de la información que se debe entregar a estos, iii) las funciones y procedimientos específicos de la Defensoría del Consumidor Financiero como herramienta de protección, iv) la implementación del SAC por parte de las entidades vigiladas y v) la prohibición de prácticas y cláusulas abusivas en los contratos.

Esta edición de Banca & Economía exponen los principales lineamientos de la regulación en Colombia frente a la protección del consumidor financiero, haciendo énfasis en los principios que irradian las relaciones contractuales, sus derechos y el alcance de estos en el apropiado desarrollo de tales relaciones, en aras de servir como una guía que oriente las actuaciones de quienes intervienen.

Principios del régimen de protección a los Consumidores Financieros

La referida Ley contempla los siguientes principios del régimen de protección al consumidor financiero, que orientan las relaciones entre las entidades vigiladas y los consumidores:

- Debida diligencia:** las relaciones entre las vigiladas y los consumidores deben desarrollarse de forma que se propenda por la satisfacción de sus necesidades, de acuerdo con la oferta, compromiso y obligaciones acordadas. En ese sentido, las entidades deben emplear la debida diligencia en el ofrecimiento de sus productos (venta responsable) y en la prestación de sus servicios, a fin de que los consumidores reciban la información y atención debida en desarrollo de las relaciones que establezcan.
- Libertad de elección:** es la libertad que tienen las vigiladas y los consumidores de escoger libremente a sus contrapartes en la celebración de los contratos para el suministro de productos o la prestación de servicios. La negativa en la prestación de servicios o en el ofrecimiento de productos debe fundamentarse en causas objetivas y no puede darse un tratamiento diferente e injustificado a los consumidores.
- Transparencia e información cierta, suficiente y oportuna:** las vigiladas deben suministrar a los consumidores información cierta, suficiente, clara y oportuna, que les

Editor

Germán Montoya
Director Económico

Participaron en esta edición:

José Gómez Sarmiento
Adriana Ovalle Herazo
Laura Martínez Duarte

PROGRAMACIÓN

EVENTOS ASOBANCARIA

¡Un año recargado de temáticas clave para impulsar nuestra economía!

2022

C&E
Capacitaciones y Eventos

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Febrero 17 5º Encuentro Leasing Bogotá | Marzo 11 13º Foro de Vivienda Bogotá |
| Marzo 31 4º Congreso Sostenibilidad Bogotá | Abril 7 10ª Jornada de Libre Competencia Bogotá |
| Mayo 12 y 13 12º CAMP - Congreso de Acceso a Servicios Financieros y Medios de pago Call | Junio 9 y 10 24º Congreso de Tesorería Barranquilla |
| Julio 14 y 15 21º Congreso Panamericano de LAFTPADM Cartagena | Agosto 17, 18 y 19 56ª Convención Bancaria Cartagena |
| Septiembre 22 y 23 20º Congreso de Derecho Financiero Cartagena | Octubre 7 33º Simposio de Mercado de Capitales Bogotá |
| Octubre 27 y 28 15º Congreso de Prevención del Fraude y Seguridad Barranquilla | Noviembre 17 y 18 20º Congreso de Riesgo Financiero Cartagena |
| Diciembre 1 10º Encuentro Tributario Bogotá | |

f asobancaria.co Colombia | @asobancaria | in @asobancaria | www.asobancaria.com

ASOBANCARIA

permita conocer sus derechos, obligaciones y costos, en las relaciones que establezcan.

- d) **Responsabilidad de las entidades vigiladas en el trámite de quejas:** estas deben atender eficiente y debidamente, en los plazos y condiciones previstos, las quejas o reclamos interpuestos por los consumidores y, tras la identificación de las causas que las generan, diseñar e implementar las acciones continuas de mejora necesarias y oportunas.
- e) **Manejo adecuado de los conflictos de interés:** las vigiladas deben administrar los conflictos que surjan en desarrollo de su actividad entre sus propios intereses y los de los consumidores, así como los conflictos que surjan entre los intereses de dos o más consumidores, de manera transparente e imparcial, velando porque prevalezca el interés de los consumidores.
- f) **Educación para el consumidor financiero:** las entidades vigiladas, las asociaciones gremiales, las asociaciones de consumidores, las instituciones públicas que realizan la intervención y supervisión en el sector financiero, así como los organismos de autorregulación, deben procurar una adecuada educación de los consumidores respecto a los productos y servicios que ofrecen las vigiladas, la naturaleza de los mercados en los que actúan, las instituciones autorizadas para prestarlos, así como sobre los diferentes mecanismos establecidos para la defensa de sus derechos.

Derechos de los Consumidores Financieros

Ahora bien, tratándose de los derechos de los consumidores, es clara la mencionada Ley, y el desarrollo de esta que ha realizado la Circular Básica Jurídica (CBJ), que en general, los consumidores financieros tienen en su relación con la vigilada, los siguientes:

Debida diligencia

Consiste en la consolidación de un ambiente de atención, protección, respeto y una adecuada prestación de servicios a los consumidores, que implica para las vigiladas contar con reglas y medidas claras que deben adoptar para proporcionar una atención debida en desarrollo de las relaciones contractuales y en el desenvolvimiento de sus operaciones.

Al respecto, vale la pena mencionar que la Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales de la SFC, en el marco de los distintos productos financieros (cuenta de ahorros, contrato de mutuo, contrato de seguros, etc.) ha expresado en varios pronunciamientos que, dado

el interés público que cobija estas operaciones, se han incorporado regulaciones especiales en materia de protección al consumidor, tales como los deberes de información, atención y debida diligencia. Así mismo, señala que estos principios, orientadores de las relaciones entre los consumidores y las entidades vigiladas, resultan de imperativo cumplimiento para estas y constituyen lineamientos dentro de los cuales se cumplen las obligaciones contractuales pactadas, como quiera que se trata de derechos del consumidor protegidos *“durante todos los momentos de su relación con la entidad vigilada”*¹.

En ese sentido, señala esta Delegatura que la actividad financiera cumple respecto del desarrollo económico una función esencial, que conlleva una especial protección fundada en la confianza pública inmersa en su gestión y que, en virtud de ello, se exige de las entidades que la ejercen, mayor diligencia y profesionalismo en su desarrollo, en la medida que poseen un amplio margen de control de las operaciones y cuentan con sistemas de información y de transacción de carácter técnico, servicios por los cuales reciben una retribución².

Al tratarse de un principio, debe irradiar todas las relaciones generadas entre las vigiladas y los consumidores, así como las operaciones propias de aquellas, en aras de proveer al consumidor de productos y servicios óptimos y, que le permitan consecuentemente satisfacer sus necesidades de acuerdo con su capacidad de pago (venta responsable).

Publicidad e información

La Ley 1328 y el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (EOSF) establecen como una obligación de las entidades vigiladas proveer información cierta, suficiente, clara y oportuna a los consumidores financieros, con el fin de facilitar la adopción de decisiones informadas y permitir que éstos escojan las mejores opciones del mercado de acuerdo con sus necesidades.

Este principio se encuentra reglamentado, entre otras disposiciones, en el Decreto 2555, que establece que las tarifas y los precios de los productos y servicios ofrecidos por las vigiladas deben ser suministrados a los consumidores de manera cierta, suficiente, clara y anticipada, de tal forma que se permita que estos conozcan adecuadamente sus derechos, obligaciones y, especialmente, el precio total que pagarán. En desarrollo de lo anterior, señala, entre otros, que el costo de las tarifas asociadas a las operaciones a través de cajeros electrónicos siempre deberá ser informado al usuario antes de llevar a cabo la operación, dándole la opción de cancelarla sin costo alguno.

En línea con lo anterior, la CBJ define las reglas de suministro de información que deben mantener las vigiladas en desarrollo de su

¹ Superintendencia Financiera de Colombia. Delegatura para Funciones Jurisdiccionales. Fallo 20131111756 de Julio 11 de 2014.

² Superintendencia Financiera de Colombia. Delegatura para Funciones Jurisdiccionales. Fallo 2013047367 de Noviembre 5 de 2013.

objeto social, tanto de manera general como respecto de productos o servicios que, por su especificidad, requieran de mayor detalle. Por ejemplo, en cuanto a la información de los productos y servicios, las entidades financieras deben: i) dotar a los consumidores financieros de elementos y herramientas suficientes para la toma de decisiones, ii) facilitar la adecuada comparación de las distintas opciones ofrecidas en el mercado, y iii) propender porque los consumidores financieros conozcan los derechos y obligaciones pactadas.

Educación financiera

Las vigiladas en la búsqueda de un ambiente de atención, protección y respeto por el consumidor deben, entre otros, procurarle una adecuada educación, lo que conlleva que deban desarrollar programas y campañas de educación financiera adecuadas y suficientes, que faciliten a los consumidores adoptar decisiones informadas, comprender las características de los diferentes productos y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus respectivos costos o tarifas, sus obligaciones y derechos, y los mecanismos que la normatividad otorga para su protección.

Tales programas y campañas pueden adelantarse directamente o a través de las asociaciones gremiales, las asociaciones de consumidores o los organismos de autorregulación y deben ser de fácil entendimiento, independientes y adicionales a la publicidad propia de la entidad, deben contribuir al conocimiento y prevención de los riesgos que se deriven de la utilización de productos y servicios, familiarizar al consumidor con el uso de la tecnología en forma segura y ser accesibles para los consumidores en situación de discapacidad. De esta forma, se les garantizará el acceso a información clara, suficiente y comprensible, para lo cual pueden utilizar herramientas como simbología, señalización, lenguaje de señas, braille y subtítulos de videos institucionales.

Consultas, peticiones, quejas y reclamos

Los consumidores tienen derecho a presentar consultas, peticiones, quejas, reclamos, requerir copias de documentos, solicitudes de información o de otra índole ante la vigilada, el Defensor del Consumidor Financiero (DCF) y/o la SFC. La normativa establece los requisitos que debe tener la petición, su trámite de presentación y radicación, los términos para resolverlas, y los casos en que se dan peticiones incompletas, verbales, reiterativas, análogas, oscuras e irrespetuosas, entre otros.

Adicionalmente, se tiene contemplada por la SFC la figura de las quejas exprés, como un mecanismo de clasificación y atención de quejas, por medio del cual se busca optimizar los tiempos de respuesta hacia los consumidores financieros, en aquellas que por sus características son susceptibles de ser atendidas en un tiempo menor. Ejemplo de ello se presenta cuando se trata de una queja recurrente (versa sobre hechos reiterados respecto de una vigilada), se interponga por personas en situación de especial

protección, o se presente una posible vulneración del derecho constitucional de habeas data del consumidor financiero.

Recibir productos y servicios con estándares de seguridad y calidad

En desarrollo del principio de debida diligencia, los consumidores tienen derecho a recibir de parte de las vigiladas productos y servicios con estándares de seguridad y calidad, de acuerdo con las condiciones ofrecidas y las obligaciones asumidas por estas. Al respecto, la SFC ha establecido en la CBJ una serie de requerimientos y criterios que deben incluir las vigiladas en sus políticas y procedimientos relativos a la administración de la información, con el fin de garantizar estándares de seguridad y la calidad de la información que se maneja a través de los distintos canales e instrumentos para la realización de sus operaciones, tales como oficinas, cajeros automáticos, *call center*, internet, banca móvil, entre otros.

A modo de ejemplo, las entidades que ofrecen la realización de operaciones por internet deben implementar los algoritmos y protocolos necesarios para brindar una comunicación segura; realizar como mínimo 2 veces al año una prueba de vulnerabilidad y penetración a los equipos, dispositivos y medios de comunicación; contar con mecanismos para incrementar la seguridad de los portales; ofrecer a sus clientes mecanismos fuertes de autenticación en caso de operaciones monetarias, entre otros requerimientos.

En observancia de este deber, las entidades vigiladas han intensificado sus esfuerzos por ofrecer y garantizar productos y servicios con altos estándares de seguridad y calidad, lo cual se ve reflejado en la reducción del número de quejas interpuestas ante las entidades a través de los distintos canales habilitados para el efecto, pasando de 1.289.247 quejas en el año 2020 a 1.130.525 en el año 2021, cifra que representa una disminución del 12% de quejas presentadas.

Efectuar prepago

Pagar anticipadamente las operaciones de crédito que no superen 880 salarios mínimos legales mensuales vigentes, sin incurrir en penalización, de lo cual la entidad debe brindar información previamente al otorgamiento del crédito. Por ello, en estas operaciones el riesgo de tasa de interés lo asumen las entidades financieras y facilitan un activo mercado de compraventa de cartera.

Defensor del Consumidor Financiero (DCF)

Esta figura se constituye en un instrumento de protección del consumidor, al cual pueden acudir en defensa de sus derechos, tratándose de una institución que ejerce con autonomía e independencia sus funciones. Las entidades obligadas a tenerlo deben hacer pública su existencia y funciones, los medios para



contactarlo, los derechos que les asisten para presentar sus quejas, la forma de interponerlas y el procedimiento para resolverlas. Por Ley, el DCF debe conocer y resolver en forma objetiva, gratuita y en tiempo las quejas que los consumidores le presenten, actuando además como conciliador entre los consumidores y la respectiva entidad vigilada, entre otras.

Y los mecanismos para divulgar la existencia del DCF y de su suplente serán, por ejemplo, avisos visibles al público, que deben ubicarse en todas las oficinas de la entidad y en las de sus corresponsales, en las comunicaciones y extractos, además de incluirlo con un vínculo de acceso directo en las páginas web de la entidad.

Gráfico 1. Procedimiento para la resolución de quejas por parte de los defensores del consumidor financiero.



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Cláusulas y prácticas abusivas

De acuerdo con lo establecido en la Ley 1328, las entidades vigiladas deben abstenerse de incurrir en conductas que conlleven abusos contractuales o de convenir cláusulas que puedan afectar el equilibrio del contrato o que den lugar a un abuso de posición dominante contractual.

En concordancia con lo anterior, se han establecido algunas cláusulas que se prohíbe expresamente incorporar en los contratos de adhesión que celebren las entidades vigiladas por ser abusivas. Ejemplo de ello serían los que limiten o conlleven la renuncia del ejercicio de los derechos de los consumidores, o las que inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor, o las que incluyan espacios en blanco que no se detalle expresamente la forma de diligenciarlos, y en general cualquiera otra que limite los deberes de las entidades vigiladas derivados del contrato, o las exonere, atenúe o limite injustamente su responsabilidad, y que puedan ocasionar perjuicios al consumidor.

En desarrollo de la Ley, también se han establecido de manera general prácticas o actuaciones que, a pesar de no estar acordadas previamente, se consideran como abusivas. Ejemplo de ellas serían las que afectan el equilibrio contractual o dan lugar a abuso de posición dominante contractual, o iniciar un servicio o un producto sin solicitud o autorización previa y expresa del consumidor, o presentar o poner a disposición del consumidor los contratos con letras ilegibles o difíciles de leer, o cobrar al consumidor por servicios y productos, sin que haya dado su consentimiento previo y expreso, o descontar anticipadamente del valor del crédito desembolsado una o varias cuotas no causadas.

Iniciativas en desarrollo

Smartsupervision

De otro lado, el Decreto 2555 dispone que la SFC debe supervisar la implementación del SAC al interior de las entidades vigiladas y el trámite de las quejas o reclamaciones interpuestas por los consumidores. En función de este deber, recientemente la SFC expidió la Circular Externa 23 de 2021, a través de la cual estandariza la estructura de clasificación de los motivos de quejas o reclamaciones por producto e industria y adopta una nueva estructura en el proceso de atención y reporte de la información relacionada con la gestión de quejas o reclamaciones por parte de las vigiladas, implementando un desarrollo tecnológico denominado Smartsupervision que le permitirá al supervisor contar con información oportuna y actualizada sobre la gestión de las quejas interpuestas por los consumidores ante las vigiladas, el DCF y la SFC.

Así mismo, a través de esta Circular, se pretende fortalecer diferentes aspectos normativos en aras de consolidar una cultura de debida atención, trato justo, protección, respeto y servicio en

las entidades vigiladas, a la vez que armonizar el marco normativo del SAC con las mejores prácticas internacionales, generando una oferta de productos y servicios financieros compatibles con las necesidades y el perfil de los consumidores.

Es así como, de cara al consumidor financiero, este nuevo esquema representa la consolidación de una cultura de debida atención, trato justo, protección, respeto y servicio al interior de las vigiladas con las cuales entabla relaciones contractuales.

Fortalecimiento de la figura del Defensor del Consumidor Financiero

En el transcurso de este año, la SFC ha publicado para comentarios de los interesados, proyectos encaminados a fortalecer el régimen de protección al consumidor. Concretamente, publicó un Proyecto de Circular cuyo propósito es consolidar la institución del DCF como una instancia de protección especial de los consumidores, impartiendo instrucciones relacionadas con su elección y seguimiento, contenido y verificación de su informe de gestión, y obligaciones de los órganos de administración frente a dicha instancia, entre otras medidas.

Este proyecto busca robustecer y brindarle mayor eficacia a la figura del DCF, intensificando el alcance de sus funciones y contribuyendo a que ejerza un rol efectivo de liderazgo en la protección de los consumidores, haciendo especial énfasis, entre otros, en los siguientes aspectos:

- Hacer proactiva la gestión del DCF, mediante la elaboración de un informe anual para presentar a la asamblea general de accionistas de la entidad vigilada, en relación con el desarrollo de sus funciones.
- Profundizar la función de identificación, análisis y monitoreo de las causas raíz de las quejas presentadas por los consumidores, emitiendo para ello recomendaciones que mitiguen esas causas raíz y que contribuyan al hallazgo de oportunidades de mejora.
- Hacer efectivas las recomendaciones que efectúa el DCF en desarrollo de su función de vocería, contemplando como obligación del representante legal de la entidad vigilada, la verificación de la implementación de tales recomendaciones.

Supervisión del riesgo de conductas

El CONPES 4005 de 2020 "Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera" incluyó dentro de sus recomendaciones que "La Superintendencia Financiera de Colombia elevará a estándares internacionales los programas de supervisión de riesgo de conducta del sistema financiero para mejorar la protección al consumidor financiero".



Igualmente, dentro del programa de asistencia técnica del Banco Mundial a Colombia, enfocado en inclusión y protección al consumidor financiero, ese organismo señaló, entre otras, la necesidad de transformar el enfoque de supervisión de la SFC, fomentando el trato justo a los consumidores durante el ciclo del producto.

En consecuencia, la SFC busca incorporar en el Marco Integral de Supervisión (MIS) los riesgos de conductas, con el fin de evaluar la gestión que realizan las entidades frente a la protección de los derechos de los consumidores. Para ello, publicó recientemente para comentarios un Proyecto de White Paper, en el cual expone la necesidad de fortalecer el modelo de supervisión tradicional, migrando hacia una supervisión basada en riesgos, e incorporando la evaluación del riesgo de conductas.

Como lo señala el documento, el enfoque de esta supervisión está fundamentado en: i) el análisis prospectivo de factores generadores de riesgo que puedan ocasionar daños a los consumidores financieros, ii) la evaluación de los daños materializados evidenciados en los ejercicios de supervisión, y iii) la incorporación de nuevos componentes, por parte de las entidades vigiladas por la SFC, para el fortalecimiento de la gestión del riesgo de conductas. Lo anterior se logrará a través del conocimiento y análisis de la conducta de las entidades financieras, sus modelos de negocio, esquemas de incentivos y remuneración, la ética de sus funcionarios y, en general, su cultura corporativa.

Con esta estrategia la SFC espera que las entidades vigiladas continúen fortaleciendo la cultura de debida atención y trato justo hacia los consumidores financieros, ofreciéndoles productos y servicios ajustados a sus necesidades, asesorías transparentes antes y durante la relación comercial, libertad para escoger entre las diferentes opciones que ofrece el mercado, y en general, generar confianza en el sistema financiero colombiano.

Conclusiones y consideraciones finales

De conformidad con lo expuesto, la industria financiera, en el desarrollo de sus actividades y en la implementación de herramientas dirigidas a promover y mejorar el acceso y uso de los productos financieros, debe velar por ser garante y promotora de los principios y derechos que el marco regulatorio establece a favor de los consumidores financieros.

Dado que la protección al consumidor financiero no se agota en el amplio marco normativo existente, brindar a los consumidores la información y el conocimiento necesarios, que les permita tomar decisiones acertadas en la búsqueda de productos y servicios financieros en orden a satisfacer sus necesidades, se constituye

como la principal herramienta de protección con la que cuentan las entidades vigiladas, a la vez que representa para estas un desafío.

La SFC, como ente supervisor, ha venido implementando distintas iniciativas a través de las cuales pretende robustecer figuras como el DCF y afianzar estrategias como la incorporación de la estructura de Smart supervision, adaptándose a un nuevo entorno digital y consolidando un contexto en el que el consumidor no es la parte débil en una relación de consumo, sino que ahora cuenta con todas las herramientas necesarias que lo sitúan en condiciones de conocimiento, garantía, defensa y protección de sus derechos.

En efecto, los consumidores exigen cada vez más productos y servicios que estén a la vanguardia de la transformación digital, lo que implica para las entidades financieras no sólo la incorporación de nuevos desarrollos tecnológicos, sino también medidas que garanticen la seguridad de los recursos captados del público, la confianza de los usuarios en el sistema financiero y, de forma general, la protección de los derechos del consumidor financiero.

Colombia

Principales indicadores macroeconómicos

| | 2019 | 2020 | | | | 2021 | | | | 2022p | | |
|-----------------------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|--------|
| | Total | T1 | T2 | T3 | T4 | Total | T1 | T2 | T3 | T4 | Total | Total |
| Producto Interno Bruto** | | | | | | | | | | | | |
| PIB Nominal (COP Billones) | 1060,0 | 258,5 | 211,8 | 243,9 | 288,8 | 998,7 | 265,3 | 267,4 | 304,7 | 339,3 | 1170,7 | 1280,7 |
| PIB Nominal (USD Billones) | 322,9 | 73,1 | 55,0 | 66,4 | 76,5 | 271,3 | 74,7 | 72,4 | 79,3 | 87,5 | 303,9 | 325,1 |
| PIB Real (COP Billones) | 881,2 | 206,7 | 171,3 | 203,0 | 229,9 | 819,1 | 208,6 | 211,7 | 230,5 | 254,9 | 905,6 | 941,8 |
| PIB Real (% Var. interanual) | 3,2 | 0,8 | -16,5 | -8,8 | -3,6 | -7,0 | 0,9 | 18,1 | 13,5 | 10,8 | 10,6 | 4,0 |
| Precios | | | | | | | | | | | | |
| Inflación (IPC, % Var. interanual) | 3,5 | 3,7 | 2,9 | 1,9 | 1,6 | 2,5 | 1,6 | 2,9 | 4,3 | 5,2 | 3,5 | 6,6 |
| Inflación sin alimentos (% Var. interanual) | 3,3 | 3,3 | 2,2 | 1,5 | 1,2 | 2,0 | 1,0 | 2,1 | 3,0 | 3,1 | 2,3 | 5,5 |
| Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo) | 3281 | 3535 | 3845 | 3729 | 3661 | 3693 | 3552 | 3690 | 3844 | 3878 | 3742 | 3939 |
| Tipo de cambio (Var. % interanual) | 10,9 | 12,7 | 18,6 | 11,7 | 7,5 | 12,5 | 0,4 | -4,0 | 3,1 | 5,9 | 1,3 | ... |
| Sector Externo (% del PIB) | | | | | | | | | | | | |
| Cuenta corriente (USD Billones) | -14807 | -2285 | -1933 | -1999 | -2988 | -9206 | -2937 | -3,966 | -4793 | -6136 | -17833 | -14,4 |
| Cuenta corriente (% PIB) | -4,6 | -3,1 | -3,5 | -3,1 | -3,9 | -3,4 | -3,9 | -5,4 | -6,0 | -7,0 | -5,7 | -4,4 |
| Balanza comercial (% PIB) | -3,1 | -3,1 | -2,8 | -3,3 | -3,7 | -3,3 | -3,5 | -4,9 | -4,7 | -4,7 | -4,4 | -2,9 |
| Exportaciones F.O.B. (% PIB) | 12,6 | 12,4 | 12,4 | 11,9 | 11,1 | 11,9 | 12,4 | 13,2 | 14,0 | 14,7 | 13,6 | 13,2 |
| Importaciones F.O.B. (% PIB) | 15,7 | 15,5 | 15,5 | 15,2 | 14,8 | 15,2 | 15,9 | 18,1 | 18,6 | 19,4 | 18,0 | 16,1 |
| Renta de los factores (% PIB) | -3,0 | -2,8 | -1,8 | -1,7 | -1,8 | -1,8 | -2,2 | -2,0 | -2,6 | -3,3 | -2,6 | -3,0 |
| Transferencias corrientes (% PIB) | 2,8 | 3,0 | 3,1 | 3,6 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,6 | 3,5 | 3,3 | 3,4 | 3,2 |
| Inversión extranjera directa (pasivo) (% PIB) | 4,3 | 4,3 | 2,5 | -1,3 | 2,7 | 2,8 | 3,2 | 2,8 | 3,6 | 2,5 | 3,0 | 3,6 |
| Sector Público (acumulado, % del PIB) | | | | | | | | | | | | |
| Bal. primario del Gobierno Central | 0,5 | 0,3 | -3,2 | ... | ... | -5,9 | ... | ... | ... | ... | -3,7 | -2,6 |
| Bal. del Gobierno Nacional Central | -2,5 | -0,2 | -5,8 | ... | ... | -7,8 | ... | ... | ... | ... | -7,1 | -6,2 |
| Bal. estructural del Gobierno Central | -1,5 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| Bal. primario del SPNF | 0,5 | 0,4 | -3,0 | ... | ... | -6,7 | ... | ... | ... | ... | -4,4 | -4,0 |
| Bal. del SPNF | -2,4 | 0,4 | -5,2 | ... | ... | -9,4 | ... | ... | ... | ... | -7,4 | -7,1 |
| Indicadores de Deuda (% del PIB) | | | | | | | | | | | | |
| Deuda externa bruta | 42,0 | 47,4 | 49,3 | ... | ... | ... | ... | 51,7 | ... | ... | ... | 31,5 |
| Pública | 22,8 | 25,3 | 26,6 | ... | ... | ... | ... | 30,2 | ... | ... | ... | ... |
| Privada | 19,2 | 22,1 | 22,6 | ... | ... | ... | ... | 21,5 | ... | ... | ... | ... |
| Deuda bruta del Gobierno Central | 50,0 | 59,6 | 61,7 | ... | ... | 61,4 | ... | 72,6 | ... | ... | 72,6 | 72,0 |

Colombia

Estados financieros del sistema bancario

| | dic-21 (a) | nov-21 | dic-20 (b) | Variación real anual entre (a) y (b) |
|-----------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|-----------------------------------------|
| Activo | 817,571 | 810,153 | 729,841 | 6.1% |
| Disponible | 63,663 | 63,633 | 53,794 | 12.0% |
| Inversiones y operaciones con derivados | 171,490 | 171,581 | 158,735 | 2.3% |
| Cartera de crédito | 550,204 | 545,730 | 498,838 | 4.4% |
| Consumo | 169,603 | 167,307 | 150,527 | 6.7% |
| Comercial | 283,804 | 282,861 | 263,018 | 2.2% |
| Vivienda | 82,915 | 81,732 | 72,565 | 8.2% |
| Microcrédito | 13,883 | 13,831 | 12,727 | 3.3% |
| Provisiones | 35,616 | 36,329 | 37,960 | -11.2% |
| Consumo | 12,251 | 12,123 | 13,729 | -15.5% |
| Comercial | 17,453 | 17,824 | 17,605 | -6.1% |
| Vivienda | 3,021 | 3,007 | 2,691 | 6.3% |
| Microcrédito | 913 | 954 | 1,133 | -23.7% |
| Pasivo | 713,074 | 709,346 | 640,361 | 5.4% |
| Instrumentos financieros a costo amortizado | 627,000 | 621,686 | 556,917 | 6.6% |
| Cuentas de ahorro | 292,599 | 282,971 | 244,963 | 13.1% |
| CDT | 139,607 | 137,848 | 154,170 | -14.3% |
| Cuentas Corrientes | 84,846 | 86,457 | 75,002 | 7.1% |
| Otros pasivos | 9,898 | 9,810 | 9,089 | 3.1% |
| Patrimonio | 104,497 | 100,807 | 89,480 | 10.6% |
| Ganancia / Pérdida del ejercicio (Acumulada) | 13,923 | 11,715 | 4,160 | 216.9% |
| Ingresos financieros de cartera | 42,422 | 38,509 | 45,481 | -11.7% |
| Gastos por intereses | 9,594 | 8,656 | 14,571 | -37.7% |
| Margen neto de Intereses | 33,279 | 30,364 | 31,675 | -0.5% |
| Indicadores | | | | Variación (a) - (b) |
| Indicador de calidad de cartera | 3.89 | 4.18 | 4.96 | -1.06 |
| Consumo | 4.37 | 4.69 | 6.29 | -1.92 |
| Comercial | 3.71 | 4.03 | 4.55 | -0.84 |
| Vivienda | 3.11 | 3.21 | 3.30 | -0.19 |
| Microcrédito | 6.47 | 6.67 | 7.13 | -0.66 |
| Cubrimiento | 166.2 | 159.3 | 153.5 | -12.74 |
| Consumo | 165.4 | 154.4 | 145.1 | 20.29 |
| Comercial | 165.6 | 156.4 | 147.1 | 18.45 |
| Vivienda | 117.1 | 114.5 | 112.3 | 4.80 |
| Microcrédito | 101.7 | 103.5 | 124.8 | -23.10 |
| ROA | 1.70% | 1.58% | 0.57% | 1.1 |
| ROE | 13.32% | 12.74% | 4.65% | 8.7 |
| Solvencia | 20.48% | 20.20% | 16.28% | 4.2 |



Colombia

Principales indicadores de inclusión financiera

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | | | | 2020 | 2021 | |
|--------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|------|------|
| | Total | Total | Total | Total | T1 | T2 | T3 | T4 | Total | T1 | T2 |
| Profundización financiera - Cartera/PIB (%) EC | 50,2 | 50,1 | 49,8 | 49,8 | 51,7 | 54,3 | ... | ... | ... | | |
| Efectivo/M2 (%) | 12,59 | 12,18 | 13,09 | 15,05 | 13,35 | 14,48 | ... | ... | ... | | |
| Cobertura | | | | | | | | | | | |
| Municipios con al menos una oficina o un corresponsal bancario (%) | 99,7 | 100 | 99,2 | 99,9 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Municipios con al menos una oficina (%) | 73,9 | 73,9 | 74,4 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | ... | 78,6 | | |
| Municipios con al menos un corresponsal bancario (%) | 99,5 | 100 | 98,3 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | | |
| Acceso | | | | | | | | | | | |
| Productos personas | | | | | | | | | | | |
| Indicador de bancarización (%) SF* | 77,30 | 80,10 | 81,4 | 82,5 | 83,2 | 85,9 | 87,1 | 87,8 | 87,8 | 89,4 | 89,4 |
| Indicador de bancarización (%) EC** | 76,40 | 79,20 | 80,5 | 81,6 | ... | ... | 86,6 | ... | ... | 88,9 | ... |
| Adultos con: (en millones) | | | | | | | | | | | |
| Cuentas de ahorro EC | 23,53 | 25,16 | 25,75 | 26,6 | ... | ... | 27,5 | 27,9 | 27,9 | 28,4 | 28,3 |
| Cuenta corriente EC | 1,72 | 1,73 | 1,89 | 1,97 | ... | ... | 1,92 | 1,9 | 1,9 | 1,9 | 1,9 |
| Cuentas CAES EC | 2,83 | 2,97 | 3,02 | 3,03 | ... | ... | 3,03 | ... | 3,0 | 3,0 | 3,0 |
| Cuentas CATS EC | 0,10 | 0,10 | 0,71 | 3,30 | ... | ... | 7,14 | 8,1 | 8,1 | 9,2 | 10,5 |
| Otros productos de ahorro EC | 0,77 | 0,78 | 0,81 | 0,85 | ... | ... | 0,84 | ... | ... | ... | 0,8 |
| Crédito de consumo EC | 8,74 | 9,17 | 7,65 | 8,42 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | 6,9 |
| Tarjeta de crédito EC | 9,58 | 10,27 | 10,05 | 10,53 | ... | ... | 10,59 | ... | ... | ... | 8,1 |
| Microcrédito EC | 3,56 | 3,68 | 3,51 | 3,65 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | 2,4 |
| Crédito de vivienda EC | 1,39 | 1,43 | 1,40 | 1,45 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | 1,1 |
| Crédito comercial EC | 1,23 | 1,02 | ... | 0,70 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | 0,5 |
| Al menos un producto EC | 25,40 | 27,1 | 27,64 | 29,1 | ... | ... | ... | 32 | 32 | 32,7 | 32,9 |
| Uso | | | | | | | | | | | |
| Productos personas | | | | | | | | | | | |
| Adultos con: (en porcentaje) | | | | | | | | | | | |
| Algún producto activo SF | 66,3 | 68,6 | 68,5 | 66,0 | 66,8 | 71,6 | 73,0 | 72,6 | 72,6 | 74,6 | 74,9 |
| Algún producto activo EC | 65,1 | 66,9 | 67,2 | 65,2 | ... | ... | 72,4 | ... | ... | ... | ... |
| Cuentas de ahorro activas EC | 72,0 | 71,8 | 68,3 | 70,1 | ... | ... | 65,4 | ... | 64,2 | 62,2 | 65,3 |
| Cuentas corrientes activas EC | 84,5 | 83,7 | 85,5 | 85,6 | ... | ... | 82,8 | ... | 82,3 | 82,3 | 80,2 |
| Cuentas CAES activas EC | 87,5 | 89,5 | 89,7 | 82,1 | ... | ... | 82,1 | ... | 82,1 | 82,1 | 82,1 |
| Cuentas CATS activas EC | 96,5 | 96,5 | 67,7 | 58,3 | ... | ... | 80,8 | ... | 74,8 | 73,0 | 73,8 |
| Otros pptos. de ahorro activos EC | 66,6 | 62,7 | 61,2 | 62,8 | ... | ... | 63,8 | ... | ... | ... | 64,6 |
| Créditos de consumo activos EC | 82,0 | 83,5 | 82,2 | 75,7 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| Tarjetas de crédito activas EC | 92,3 | 90,1 | 88,7 | 79,5 | ... | ... | 76,7 | ... | ... | ... | ... |
| Microcrédito activos EC | 66,2 | 71,1 | 68,9 | 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 | T2 |
| 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 | 926,4 | 924,3 |
| Cuenta de ahorro EC | 500,8 | 522,7 | 649,4 | 649,1 | 648,5 | 637,1 | 637,1 | 639,8 | 639,8 | 644,0 | 642,2 |
| Cuenta corriente EC | 420,9 | 430,7 | 502,9 | 499,7 | 492,8 | 491,6 | 488,7 | 491,3 | 491,3 | 489,0 | 489,3 |
| Otros productos de ahorro EC | 15,24 | 14,12 | 13,9 | 13,8 | 15,4 | 16,0 | 14,9 | ... | 15,3 | 14,9 | 14,6 |
| Crédito comercial EC | 242,5 | 243,6 | 277,8 | 285,9 | 288,3 | 291,3 | ... | ... | ... | ... | 219,4 |
| Crédito de consumo EC | 98,72 | 102,5 | 105,8 | 104,9 | 103,9 | 103,4 | ... | ... | ... | ... | 78,6 |
| Tarjeta de crédito EC | 79,96 | 94,35 | 106,9 | 113,0 | 114,1 | 113,9 | ... | ... | ... | ... | 92,7 |
| Al menos un producto EC | 751,0 | 775,1 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | 287,4 |
| 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 | 68,04 | ... | ... |
| Algún producto activo SF | 74,7 | 73,3 | 71,6 | 68,36 | 68,02 | 68,04 | 67,65 | ... | 68,07 | 68,3 | 68,1 |
| Cuentas de ahorro activas EC | 49,1 | 47,2 | 47,6 | 45,8 | 44,8 | 44,7 | 44,0 | ... | ... | ... | 44,6 |
| Otros pdtos. 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 | ... | ... | ... | 91,2 |
| 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 | 4.938 | ... |
| No monetarias (Participación) | 48,0 | 50,3 | 54,2 | 57,9 | - | 64,0 | - | 60,0 | 61,7 | 55,4 | ... |
| Monetarias (Participación) | 52,0 | 49,7 | 45,8 | 42,0 | - | 36,0 | - | 40,0 | 38,2 | 44,6 | ... |
| No monetarias (Crecimiento anual) | 22,22 | 16,01 | 25,1 | 38,3 | - | 31,0 | - | 27,4 | 28,9 | -8,7 | ... |
| Monetarias (Crecimiento anual) | 6,79 | 6,14 | 6,7 | 18,8 | - | 1,3 | - | 17,2 | 10,0 | 30,5 | ... |
| Tarjetas | | | | | | | | | | | |
| Crédito vigentes (millones) | 14,93 | 14,89 | 15,28 | 16,05 | 16,33 | 15,47 | 14,48 | 14,67 | 14,67 | 14,86 | 14,59 |
| Débito vigentes (millones) | 25,17 | 27,52 | 29,57 | 33,09 | 34,11 | 34,51 | 35,42 | 36,38 | 36,38 | 39,21 | 38,36 |
| Ticket promedio compra crédito (\$miles) | 205,8 | 201,8 | 194,4 | 203,8 | 176,2 | 179,3 | 188,6 | 207,8 | 207,8 | 197,6 | 208,2 |
| Ticket promedio compra débito (\$miles) | 138,3 | 133,4 | 131,4 | 126,0 | 113,6 | 126,0 | 123,6 | 129,3 | 129,3 | 116,77 | ... |