

INFORME EVOLUCIÓN DE LAS TARIFAS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Superintendencia Financiera de Colombia
Dirección de Investigación y Desarrollo
Julio de 2011

CONTENIDO

RESUMEN.....	7
1 INTRODUCCIÓN.....	8
2 EL PAPEL DEL SISTEMA FINANCIERO EN LA ECONOMÍA	11
2.1 EL DESARROLLO FINANCIERO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO.....	11
2.2 INCLUSIÓN FINANCIERA Y LA IMPORTANCIA DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS	14
3 PROYECTO DE TRANSPARENCIA Y REVELACIÓN DE PRECIOS AL CONSUMIDOR FINANCIERO	28
3.1 MARCO NORMATIVO	28
3.2 SELECCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS MASIVOS.....	32
3.3 DETERMINACIÓN DE LAS TARIFAS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS.....	44
4 EVOLUCIÓN DE LAS TARIFAS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS.....	53
4.1 TARIFAS PUBLICADAS EN DIARIOS DE AMPLIA CIRCULACIÓN NACIONAL CON CORTE A MARZO DE 2011	53
4.2 EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y VARIACIONES SEMESTRALES DE LAS TARIFAS POR PRODUCTO Y/O SERVICIO	56
4.3 ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR FINANCIERO (IPCF).....	88
5 CONCLUSIONES	102
6 REFERENCIAS	104
ANEXO 1: TABLAS DE VARIACIÓN ANUAL Y CORRIDO DEL AÑO DE LAS TARIFAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO	106
ANEXO 2: CARACTERIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO.....	114

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1.	Cartera como porcentaje del Producto Interno Bruto en Colombia.	21
GRÁFICA 2.	Depósitos como porcentaje del Producto Interno Bruto en Colombia.	21
GRÁFICA 3.	Cuota de manejo por la cuenta de ahorros.	56
GRÁFICA 4.	Costo del talonario para el manejo de la cuenta de ahorros.	58
GRÁFICA 5.	Cuota de manejo por la tarjeta débito de la cuenta de ahorros.	59
GRÁFICA 6.	Costo por consignación nacional en oficina diferente a la de radicación de la cuenta.	61
GRÁFICA 7.	Costo fijo consulta de saldo en cajero de la entidad.	62
GRÁFICA 8.	Costo por retiros en cajero de la entidad.	64
GRÁFICA 9.	Costo por transferencia en cajero a diferente titular de la entidad.	65
GRÁFICA 10.	Costo consulta de saldo en cajero de otra entidad.	67
GRÁFICA 11.	Costo por retiros de efectivo en cajero otra entidad.	68
GRÁFICA 12.	Costo de pagos a terceros en cajero otra entidad.	70
GRÁFICA 13.	Costo fijo por acceso a internet.	71
GRÁFICA 14.	Costo por transferencia por internet a cuentas de diferente titular de la entidad.	72
GRÁFICA 15.	Costo por pagos a terceros por internet.	74

GRÁFICA 16.	Tasa efectiva anual (Tarjeta de crédito).	75
GRÁFICA 17.	Cuota de manejo de la tarjeta de crédito VISA (Clásica)	76
GRÁFICA 18.	Cuota de manejo de la tarjeta de crédito MASTERCARD (Clásica).	77
GRÁFICA 19.	Cuota de manejo de la tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS.	79
GRÁFICA 20.	Cuota de manejo de la tarjeta de crédito DINERS.	80
GRÁFICA 21.	Cuota de manejo de las tarjetas de crédito PROPIAS.	82
GRÁFICA 22.	Costo por avance en efectivo en oficina.	83
GRÁFICA 23.	Costo por avance en efectivo cajeros propios.	84
GRÁFICA 24.	Costo por avance en efectivo cajero otra entidad.	86
GRÁFICA 25.	Costo por avance con tarjeta de crédito por internet.	87
GRÁFICA 26.	Composición del gasto del consumidor financiero (marzo 2011).	99
GRÁFICA 27.	Evolución de los componentes de la inflación y el IPCF.	100
GRÁFICA 28.	Comparación de índices de precios de servicios financieros en Colombia.	101

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.	Cuentas de las entidades vigiladas.	32
CUADRO 2.	Activos de los establecimientos de crédito.	33
CUADRO 3.	Distribución de la participación de la cartera por modalidad.	33
CUADRO 4.	Distribución de la cartera de consumo.	34
CUADRO 5.	Pasivos de los establecimientos de crédito.	34
CUADRO 6.	Tipos de captación.	35
CUADRO 7.	Número y monto de operaciones por canal.	36
CUADRO 8.	Primera publicación de tarifas – Cuentas de ahorro – Septiembre de 2010.	40
CUADRO 9.	Primera publicación de tarifas – Tarjetas de crédito – Septiembre de 2010.	43
CUADRO 10.	Tarifas publicadas en marzo de 2011 – Cuentas de ahorro.	54
CUADRO 11.	Tarifas publicadas en marzo de 2011 – Tarjetas de crédito.	55
CUADRO 12.	Comparación de índices de precios de servicios financieros en Colombia.	89
CUADRO 13.	Productos y servicios incluidos en el índice de precios al consumidor financiero.	94
CUADRO 14.	Información utilizada en la construcción del índice de precios al consumidor financiero.	96
CUADRO 15.	Tablas de variación por entidad. Cuota de administración (manejo) por la cuenta de ahorros.	107
CUADRO 16.	Tablas de variación por entidad. Costo por consignación nacional en oficina diferente a la de radicación de la cuenta.	107
CUADRO 17.	Tablas de variación por entidad. Cuota de manejo por la tarjeta débito de la cuenta de ahorros.	108

CUADRO 18.	Tablas de variación por entidad. Cuota de manejo de la tarjeta de crédito VISA (Clásica)	108
CUADRO 19.	Tablas de variación por entidad. Cuota de manejo de la tarjeta de crédito MASTERCARD (Clásica).	108
CUADRO 20.	Tablas de variación por entidad. Cuota de manejo de la tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS BLUE.	109
CUADRO 21.	Tablas de variación por entidad. Cuota de manejo de la tarjeta de crédito DINERS.	109
CUADRO 22.	Tablas de variación por entidad. Costo por avance en efectivo en oficina.	109
CUADRO 23.	Tablas de variación por entidad. Costo fijo consulta de saldo en cajero de la entidad.	110
CUADRO 24.	Tablas de variación por entidad. Costo por retiros en cajero de la entidad.	110
CUADRO 25.	Tablas de variación por entidad. Costo por transferencia en cajero a diferente titular de la entidad.	110
CUADRO 26.	Tablas de variación por entidad. Costo por avance en efectivo cajeros propios.	111
CUADRO 27.	Tablas de variación por entidad. Costo consulta de saldo en cajero de otra entidad.	111
CUADRO 28.	Tablas de variación por entidad. Costo por retiros de efectivo en cajero otra entidad.	112
CUADRO 29.	Tablas de variación por entidad. Costo por avance en efectivo cajero otra entidad.	112
CUADRO 30.	Tablas de variación por entidad. Costo de pagos a terceros en cajero otra entidad.	113
CUADRO 31.	Tablas de variación por entidad. Costo por transferencia por internet a cuentas de diferente titular de la entidad.	113
CUADRO 32.	Tablas de variación por entidad. Costo por pagos a terceros por internet.	113
CUADRO 33.	Tablas de variación por entidad. Costo por avance con tarjeta de crédito por internet.	113

RESUMEN

Un consumidor informado y educado financieramente, conoce y utiliza con mayor confianza los productos y servicios financieros ofrecidos por las entidades. De esta forma, logra establecer una relación duradera en el mediano y largo plazo con el sistema financiero. En el presente documento se expone la teoría referente a la relación entre desarrollo financiero y crecimiento económico, además de abordarse en detalle los temas de inclusión, educación y protección al consumidor financiero. A su vez, se describe el proyecto de transparencia y revelación de precios al consumidor financiero, su marco normativo y los criterios utilizados en la selección de los productos y servicios financieros masivos. Asimismo, se presenta la evolución histórica, el comportamiento semestral de las tarifas y la tendencia del Índice de Precios al Consumidor Financiero (IPCF), mientras que en el primer anexo, se realiza la caracterización de cada establecimiento de crédito, a partir de su estructura de negocio, fuentes de financiación, principales ingresos y nivel de cobertura.

1 INTRODUCCIÓN

Los sistemas financieros desempeñan un papel fundamental en la asignación de recursos, en cuanto se estructuran como un sistema de pagos y de movilización de ahorros. De esta manera, favorecen la acumulación de capital y la innovación tecnológica, factores determinantes en el desarrollo económico de un país. Bajo esta perspectiva, en los años recientes ha aumentado el énfasis en la necesidad de fortalecer la inclusión financiera, en la medida en que un incremento en el acceso de los grupos poblacionales de menor ingreso a los servicios financieros contribuye a la disminución de la pobreza y a una mejora en la distribución del ingreso (Beck, 2004).

En el desarrollo de este objetivo, se han establecido como tareas prioritarias reforzar la educación financiera y la protección al consumidor financiero. Lo anterior, bajo la premisa que un consumidor financiero que conoce sus derechos y obligaciones y cuenta con información cierta, suficiente y oportuna está en la capacidad de tomar mejores decisiones frente a los productos y servicios ofrecidos por las entidades.

Entre los avances realizados en este tema, se encuentran los criterios adoptados en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, Prosperidad para todos, donde se resalta, por una parte, la necesidad de establecer una política general que incluya la educación financiera como un elemento que debe hacer parte de la educación básica de todos los colombianos, y por otra, articular las políticas públicas con las acciones de las entidades vigiladas, de organismos no gubernamentales y de la academia, logrando de esta forma establecer una estrategia coordinada de educación financiera entre todos los actores involucrados.

Por su parte, la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) en virtud de sus funciones misionales de defensa de los derechos de los ahorradores, inversionistas asegurados y en general de los consumidores financieros, incluyó dentro de los lineamientos estratégicos de la entidad para el periodo 2011-2014 el fortalecimiento de la supervisión y el seguimiento a la información que las entidades financieras suministran a los consumidores, de manera que éstos cuenten con elementos de evaluación suficientes para adoptar las decisiones que les correspondan.

A su vez, dentro del marco general de la protección al consumidor financiero previsto en el Régimen Especial de Protección al Consumidor Financiero de la Ley 1328 de 2009, se establecieron los principios orientadores que deben existir en las relaciones establecidas entre entidades vigiladas y consumidores. En éstos se destacan: la debida diligencia, la libertad de elección, la transparencia e información cierta, suficiente y oportuna, la responsabilidad de las entidades vigiladas en el trámite de quejas, el manejo adecuado de los conflictos de interés y la educación para el consumidor financiero.

Cabe resaltar la obligación establecida en esta Ley para que todas las entidades financieras cuenten con un Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC). Este sistema se constituye en una garantía de los derechos de los consumidores financieros, en la medida que establece la necesidad de implementar todos los mecanismos requeridos para el logro del respeto y atención de tales derechos. De igual manera, se fortaleció el mecanismo del defensor del consumidor financiero, al brindarle herramientas para que esté en capacidad de adoptar decisiones independientes, pueda conciliar entre las entidades y sus consumidores financieros y formule recomendaciones acerca de los productos y servicios ofrecidos.

Con el objetivo de que los mecanismos de protección y defensa de los consumidores financieros sean efectivos, es fundamental que se garantice que el consumidor conozca de su existencia y funcionamiento. En este sentido y dando cumplimiento a lo establecido en el parágrafo 3º del artículo 9º de la Ley 1328 de 2009, la SFC publica trimestralmente en periódicos de amplia circulación nacional las tarifas

correspondientes a los principales productos y servicios financieros que se ofrecen de forma masiva, específicamente, las cuentas de ahorro y las tarjetas de crédito.

Adicionalmente, y en cumplimiento de la Ley 1430 de 2010, se publica este primer informe de seguimiento a las principales tarifas de los productos financieros más utilizados, informe que se presentará de forma semestral.

El presente documento se estructura de la siguiente manera. El segundo capítulo expone la teoría referente a la relación entre desarrollo financiero y crecimiento económico, y revisa los temas de inclusión, educación y protección al consumidor financiero. En el capítulo 3 se describe el desarrollo del proyecto de transparencia y revelación de precios al consumidor financiero, estableciendo su marco normativo y exponiendo los criterios para la selección de los productos y servicios financieros masivos. Por último, en el capítulo 4 se presenta la evolución histórica, el comportamiento semestral de las tarifas de los servicios financieros y el IPCF desarrollado por la SFC. Debe mencionarse que en el anexo 2 se presenta la caracterización de cada establecimiento de crédito a partir de su estructura de negocio, fuentes de financiación, principales ingresos y nivel de cobertura. Lo anterior, se realiza bajo el criterio de que este tipo de información permite que los consumidores cuenten con más herramientas para establecer el(los) intermediario(s) financiero(s) que más se ajusta(n) a sus necesidades.

2 EL PAPEL DEL SISTEMA FINANCIERO EN LA ECONOMÍA

En este capítulo se evalúa la relación existente entre desarrollo financiero y crecimiento económico, donde se resalta el enfoque que se ha dado a la inclusión financiera como mecanismo para reducir la pobreza y las desigualdades de renta. A su vez, se analizan los avances realizados en los temas de educación y protección al consumidor financiero, elementos fundamentales para las relaciones que se establecen entre las entidades vigiladas y los usuarios del sistema.

2.1 EL DESARROLLO FINANCIERO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

La importancia que tiene el sistema financiero para el crecimiento económico ha sido un tema evaluado de forma continua en el último siglo. En su teoría del desarrollo económico, Schumpeter (1912) argumentó que cuando los bancos se desempeñan correctamente, impulsan la innovación tecnológica al financiar a los empresarios mejor preparados para crear productos innovadores y mecanismos de producción. Por su parte, Bagehot (1873) y Hicks (1969) afirmaron que el sistema financiero jugó un papel fundamental en el inicio de la industrialización en Inglaterra al facilitar la movilización de capital para la creación de obras de gran magnitud. De esta forma, a partir de la segunda mitad del siglo XX, el sector financiero se destacó como un instrumento de política económica, utilizado para dar impulso a sectores industriales claves considerados como motores del crecimiento.

Los beneficios de canalizar los recursos a través del sector financiero fueron estudiados por Merton y Bodie (1995) junto a Levine (1997), quienes llegaron a la conclusión de que los sistemas financieros desempeñan un rol esencial, en cuanto *“facilitan la asignación de recursos, en el tiempo y el espacio, en un contexto incierto”*. De esta manera, el sector financiero está estructurado como un sistema de pagos y movilización de ahorros, facilitando la acumulación de capital y la innovación tecnológica. Según Levine (1997) esto se logra a través de cinco funciones básicas:

1. Movilización del ahorro. El sistema financiero se constituye como el vínculo entre las unidades de ahorro, que después de cumplir sus objetivos de inversión y consumo, pueden ser utilizadas como medio de financiación para otras

alternativas de inversión. De esta forma, la movilización del ahorro se convierte en una fuente de acumulación de capital, mejorando la asignación de recursos y fomentando la innovación tecnológica (Bagehot, 1873), lo que influye de forma determinante en el crecimiento económico.

2. Asignación de información sobre inversiones y asignación de recursos. En general, los ahorradores presentan una baja disposición a invertir en actividades sobre las que exista poca información confiable. Asimismo, un alto costo de la información puede dificultar que el capital se destine hacia las actividades más rentables. De esta manera, los costos de información se constituyen en un factor esencial para el surgimiento de los intermediarios financieros. La reducción en los costos de adquisición de información facilita que los inversionistas conozcan nuevas oportunidades de inversión y por tanto asignen mejor sus recursos (Rajan, R. y Zingales L., 1998).
3. Facilitan la reducción del riesgo de liquidez. Las asimetrías en la información y los costos de transacción incrementan los riesgos de liquidez. Estas fricciones dificultan el desarrollo de proyectos de alto rendimiento que requieren una alta inversión de capital a largo plazo. Esto se da cuando los inversionistas dejan de disponer del control de sus recursos por periodos prolongados. En este sentido, los mercados e instrumentos financieros actúan incrementando la liquidez, impulsando las inversiones en proyectos de alto rendimiento y a su vez, fomentando el crecimiento tecnológico.
4. Facilitación del intercambio. Al movilizar el ahorro los intermediarios financieros promueven el desarrollo de mejores tecnologías de producción, facilitando las transacciones, la especialización, la innovación y el crecimiento económico. A su vez, estos procesos de especialización e innovación presentan continuos progresos en la creación de mecanismos financieros, lo que puede seguir impulsando la reducción en el costo de las transacciones y de la información.

5. Supervisión de los administradores y control sobre las empresas. El costo de mantener un control sobre las empresas después de realizada una inversión, puede obstaculizar la movilización del ahorro de los agentes y reducir el flujo de recursos hacia opciones rentables, disminuyendo por tanto, la eficiencia económica. Este costo de seguimiento es delegado a los intermediarios financieros, lo que reduce los costos de información y favorece las inversiones eficientes al propiciar una mejor asignación del capital.

Bajo estos criterios se observa como el origen de los instrumentos, los mercados y las instituciones financieras surge de la necesidad de reducir los efectos de los costos de información y de transacción. Según FitzGerald (2007) existen tres características básicas de los sistemas financieros que capturan el impacto que ejercen estas cinco funciones sobre el crecimiento económico:

1. El nivel de intermediación financiera. El tamaño de los sistemas financieros en relación con la economía es muy importante para el cumplimiento de las cinco funciones descritas previamente. Cuando el sistema financiero se expande hace uso de las economías de escala, en razón a los costos fijos a que están sujetos los intermediarios financieros. De esta forma, en la medida que el sistema financiero abarca a más individuos, se produce una mejor distribución del riesgo, se impulsa la inversión en capital físico y humano y se promueve por tanto el crecimiento económico.
2. La eficiencia de la intermediación financiera. Las asimetrías en la información, las externalidades de los mercados financieros y la competencia imperfecta pueden propiciar niveles de inversión y financiación menores al óptimo, incluso una asignación ineficiente del capital, en perjuicio del crecimiento económico. Estas fallas del mercado pueden tratarse mediante la oportuna supervisión ejercida por un ente público, acompañado de un entorno legal e institucional que también puede impulsar la eficiencia de los mercados financieros y aportar al crecimiento económico.

3. La composición de la intermediación financiera. Los importantes cambios que se han dado en este campo están relacionados con las posibilidades de financiación disponibles y con el crecimiento de los mercados de capital y de las inversiones institucionales. En el sistema financiero se ha logrado un avance notorio en términos de desarrollo de variados instrumentos de financiación e inversión. En este sentido, las características de determinados préstamos y obligaciones pueden afectar el grado en el que algunas inversiones pueden explotarse ventajosamente.

Por último, vale la pena mencionar que en la teoría contemporánea que evalúa la relación entre la evolución de los mercados financieros y el desarrollo económico se ha incrementado el énfasis en la inclusión financiera, la cual se entiende como el acceso de la población a los servicios financieros formales. Bajo este criterio se establece que en la medida que una mayor profundización financiera promueve el crecimiento económico, el incremento en el acceso de los grupos poblacionales de menor ingreso a los servicios financieros contribuye a la disminución de la pobreza y a una mejora en la distribución del ingreso (Ver Beck, 2004). En este sentido, se considera que un incremento en la utilización de los servicios financieros contribuye a una eficiente movilización de ahorros hacia actividades productivas, un mejor sistema de pagos que facilita las transacciones entre los agentes y un apropiado monitoreo de los riesgos empresariales.

2.2 INCLUSIÓN FINANCIERA Y LA IMPORTANCIA DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Internacionalmente no hay un consenso sobre una definición de inclusión financiera. Las diversas acciones para ampliar la oferta de servicios financieros regulados a segmentos de población tradicionalmente desatendidas por el sistema financiero formal, ha llevado a la coexistencia de conceptos muy diversos en la provisión de servicios financieros.

Términos como profundización, formalización, bancarización tienen relación con los productos y servicios financieros que promueven una mayor inserción financiera de la población de bajos ingresos. De esta manera, la expresión “inclusión financiera” intenta recoger estos términos para describir la incorporación de determinados individuos o grupos desfavorecidos que, como consecuencia de su localización geográfica, situación económica o condición social, tienen incapacidad o dificultad para poder acceder a la adquisición y contratación de los productos y servicios comercializados por los diferentes intermediarios financieros.

Diversas definiciones han sido aportadas por organizaciones dedicadas a la promoción y desarrollo de la inclusión financiera. El Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP) y el Banco Mundial han definido que la inclusión financiera consiste en disponer el acceso a los servicios financieros para todos con ausencia de barreras en precio para el uso de dichos servicios, ofrecidos de manera conveniente y con dignidad para los clientes.

La Alianza para la Inclusión Financiera (AFI) que es una red global de intercambio de conocimientos diseñado exclusivamente para las políticas de inclusión financiera y apoya el desarrollo de políticas entre sus miembros, indica que la inclusión financiera significa el desarrollo de un sistema financiero formal que también brinde servicios a los sectores de bajos ingresos y que ofrezca una variedad de servicios financieros. La inclusión financiera debe tener en cuenta los siguientes componentes:

- **Acceso.** Se refiere a la provisión de servicios y productos financieros accesibles a personas de bajos ingresos que se encuentran al margen de los servicios formales, especialmente de aquellos que ofrece la banca.
- **Uso.** Se refiere a la regularidad, frecuencia y duración en la utilización de servicios y productos considerando que los usuarios deben tener cercanía geográfica a los servicios y productos financieros, o bien deben existir mecanismos de distribución apropiados.

- **Calidad.** Los atributos de los productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones debe satisfacer las necesidades de los consumidores. De igual manera, en el desarrollo de productos y servicios se debe considerar las necesidades de los consumidores
- **Bienestar.** El efecto en la provisión de un producto o servicio financiero debe impactar la calidad de vida de los consumidores, induciendo cambios en el consumo, en la actividad empresarial o productiva.

De igual manera, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) de México, define la inclusión financiera como “el acceso y uso de un portafolio de productos y servicios financieros que llega a la mayor parte de la población adulta con información clara y concisa para satisfacer la demanda en aumento, bajo un marco regulatorio apropiado”.

Dado lo anterior puede entenderse la inclusión financiera como el acceso universal y continuo de la población a productos y servicios financieros diversificados, a costos reducidos, satisfactorios y conforme a un esquema de negocio formal y ajustado a riesgos, que satisfaga las necesidades de los consumidores y contribuya a su bienestar y desarrollo.

En el desarrollo de este objetivo es necesario establecer un marco regulatorio claro, cuyo objetivo sea incrementar la protección al consumidor financiero, facilitar la disciplina de mercado, reducir la asimetría de información y contribuir a la educación del consumidor financiero mediante disposiciones legales y reglamentarias claras.

Las normas expedidas en la última reforma financiera dotaron a la Superintendencia Financiera de nuevos instrumentos para fortalecer la protección del consumidor financiero. La Ley 1328 de 2009 que complementa las normas ya vigentes, relativas a distintas materias como la Ley del Mercado de Valores, la Ley de Vivienda, la Ley de Habeas Data, la legislación civil y comercial, entre otras, dispone de una serie de principios que deben ser observados en las relaciones que establezcan las entidades vigiladas y los consumidores, como son la debida diligencia, la libertad de elección, la

transparencia e información cierta, suficiente y oportuna, la responsabilidad de las entidades vigiladas en el trámite de quejas, el manejo adecuado de los conflictos de interés y la educación financiera.

Así mismo, como apoyo a las políticas gubernamentales de inclusión financiera la Superintendencia ha venido desarrollando la normativa que facilita la utilización de instrumentos transaccionales como es la flexibilización de las reglas para realizar el conocimiento del cliente e instrucciones especiales en materia de seguridad y calidad para la realización de operaciones en cuentas de ahorro electrónica (CAE) y cuentas de ahorro con trámite simplificado (CATS).

A nivel de acceso se ha trabajado en las medidas reglamentarias que afectan a la banca sin sucursales, dándose autorización a los corresponsales bancarios para que realicen los trámites de apertura de las cuentas de ahorro. También se viene haciendo mejoras en transparencia con respecto a los precios que cobran las entidades vigiladas impartiendo instrucciones para que se suministre información cierta, suficiente y oportuna a los consumidores financieros.

Sin embargo, es importante considerar que otros factores que afectan la oferta y demanda de los productos y servicios financieros son los requisitos formales exigidos para llegar a ser consumidor financiero, la aún limitada capacidad de la red de sucursales y cajeros en las poblaciones y la falta de conocimientos necesarios para la toma de decisiones financieras responsables.

2.2.1 Formalización

Uno de los principales objetivos de las iniciativas gubernamentales seguidas por el gobierno del presidente Juan Manuel Santos es la formalización de la economía. Para ello es fundamental la mayor utilización por parte de los ciudadanos de los servicios que ofrece el sistema financiero. La no utilización de estos servicios genera la convivencia de variados circuitos paralelos de acumulación y flujos de capital que

crean sistemas informales de financiamiento como respuesta a las necesidades económicas, personales y productivas de la población desatendida.

Entre estos sistemas informales se encuentran los mecanismos utilizados como resguardo de ahorros unipersonales o multipersonales entre familiares o amigos, los mecanismos de recepción de crédito a través de prestamistas, familiares, intermediarios no formales, y la presencia de líneas de crédito revolventes generalmente garantizadas por letras o cuentas por cobrar.

De acuerdo con el reporte de bancarización realizado por Asobancaria, a septiembre de 2010 el 38% de la población adulta en el país no se encuentra bancarizada. Aunque más de 18.3 millones de personas mayores de edad cuentan con un producto financiero, aún existe un importante porcentaje de personas no consumidoras de servicios financieros formales.



Fuente: Asobancaria.

El grupo de no consumidores corresponde en parte a personas que se autoexcluyen de manera voluntaria para acceder a usar algún tipo de producto financiero, ya sea por motivos culturales, religiosos o porque simplemente no lo desean al considerarlos innecesarios. El otro grupo de no consumidores son los que padecen exclusión involuntaria como las personas de bajos ingresos, los que viven en áreas rurales o alejadas, tienen trabajos informales, tienen desconocimiento de los productos, falta de entendimiento de cómo usarlos, desconfianza en los intermediarios que los ofrecen, y otros grupos que usualmente son objeto de un menor acceso a los productos y servicios financieros (mujeres, minorías étnicas y personas que tienen alguna incapacidad).

2.2.2 Cobertura

Un obstáculo a la inclusión se encuentra en la falta de acceso físico a las entidades que ofrecen servicios financieros formales. Los establecimientos financieros generalmente no abren sucursales en ciudades pequeñas o en zonas remotas de un país, lo cual dificulta el acceso a los servicios, además de encarecerlos.

Por lo tanto, el incremento en el número de puntos de acceso, sean fijos o móviles, para asegurar cercanía física y conveniencia geográfica, y el desarrollo de canales de distribución apropiados, entendidos como tecnologías y metodologías permiten garantizar el acceso a servicios financieros adecuados y seguros, en la medida en que la población lo requiera.

La infraestructura bancaria de Colombia ha registrado crecimientos constantes en los años recientes, principalmente en el desarrollo de canales electrónicos. En este sentido entre 2008 y 2010, las sucursales aumentaron en 3.3%, mientras los cajeros y los datafonos lo hicieron en 34.0% y 38.5%, respectivamente.

De esta forma, los intermediarios financieros han expandido sus niveles de penetración geográfica, lo cual ha significado inversiones crecientes en infraestructura, personal y tecnología, aumentando en consecuencia los niveles de inclusión financiera del país.

2.2.3 Bancarización

El término bancarización se utiliza en muchas ocasiones para referirse a la incorporación al sistema financiero de poblaciones tradicionalmente desatendidas por el sistema bancario, ya sea por el lado del crédito o del ahorro.

Según información del CGAP en su reporte "*Financial Access 2010*" el número de colombianos con acceso al crédito formal continúa ubicándose en un nivel medio (al reportar 469 créditos por cada mil adultos), comparado con el nivel de países de la región como Brasil y Chile, cuyo número de créditos asciende a 647 y 533 por cada mil

adultos, respectivamente. Este resultado sugiere que la proporción de los préstamos ofrecidos por los intermediarios financieros en Colombia, puede estar dejando de lado a potenciales consumidores de ingresos bajos debido a la informalidad laboral, empresarial y tributaria que aleja a las personas del acceso al crédito formal.

Por su parte, el mismo informe indica que la bancarización en nuestro país, medida por medio del número de depósitos (en Colombia 1.267 depósitos por cada mil adultos), se ubica en un nivel medio-alto, si se tiene en cuenta que sólo Costa Rica, Estados Unidos y Japón superan las 1.300 cuentas de depósitos por cada 1.000 habitantes. Es importante mencionar que este nivel ha venido aumentando, lo que se explica por factores como los menores requisitos exigidos en la apertura de estos productos.

Un hecho significativo en el aumento de la bancarización consistió en la política de acuerdo entre el Gobierno y la banca, en la que surgió la figura de los corresponsales bancarios. Lo anterior en respuesta a la necesidad de ampliar la cobertura de instrumentos financieros en poder de más personas en todo el territorio nacional. Mediante estos corresponsales se abrió la posibilidad de que poblaciones que antes no tenían acceso a ningún servicio, empezaran progresivamente a disponer de los mismos, con lo cual se ha fortalecido el funcionamiento de los sistemas de pago.

Para el cierre de 2006, solo el 70.5% de los más de 1.100 municipios colombianos contaba con alguna presencia física bancaria (oficinas o corresponsales bancarios). Para diciembre de 2010, este porcentaje alcanzó el 97%, con una presencia nacional de 9.698 corresponsales bancarios.

2.2.4 Profundización financiera

La capacidad del sistema financiero de transmitir los recursos hacia el sector real es comúnmente conocida como profundización financiera, y es medida como la relación entre la cartera total, los depósitos y el PIB.

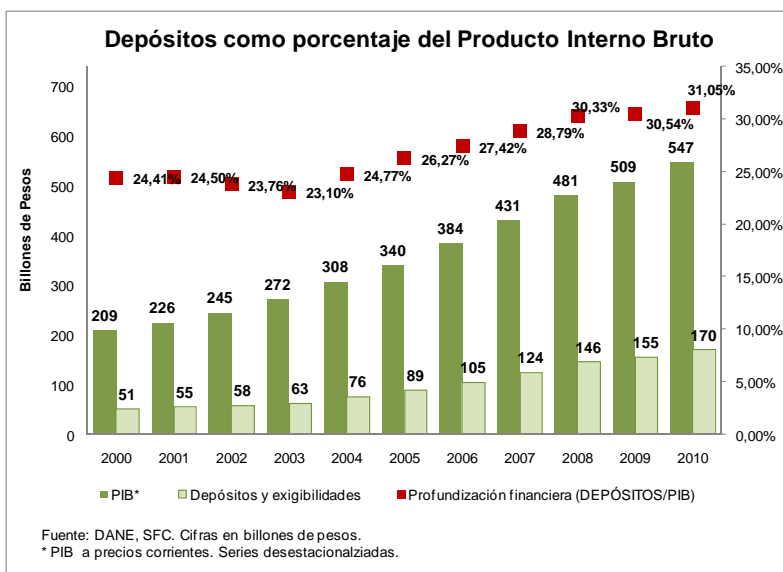
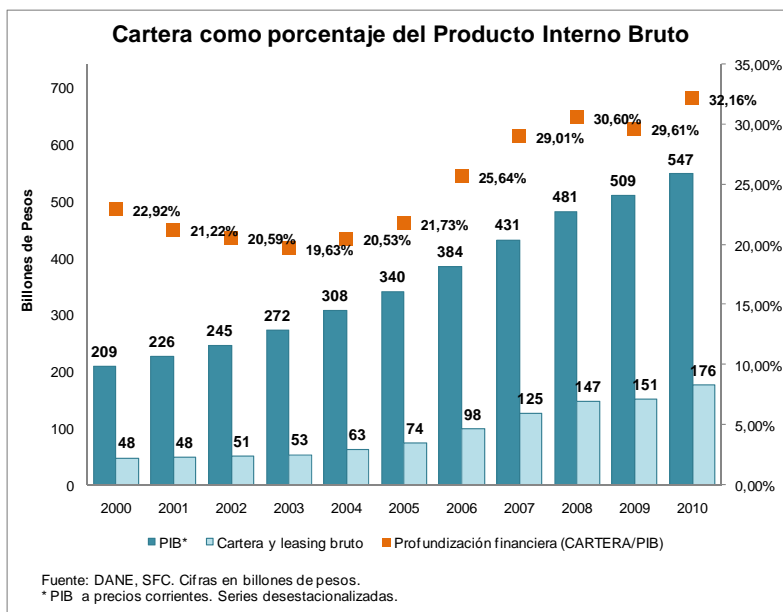
En la última década, se observa en el país un aumento significativo y sostenido en

la profundidad del sistema, de ello dan cuenta las mediciones asociadas a la importancia relativa de la cartera y los depósitos en el PIB.

Con cifras del Fondo Monetario Internacional (FMI) a diciembre de 2010, la profundización en Colombia

está en torno al 34%, que comparado a países de la región como Chile (77%), Brasil (55%), Perú (22%) y México (19%), ubican al país en un rango medio.

Gráfica 1



2.2.5 Consumidor financiero informado

La oferta de servicios financieros debe ir acompañada de mecanismos funcionales y eficientes que protejan al consumidor financiero y le permitan apelar ante una situación desventajosa, para que se tomen las medidas correctivas correspondientes.

Igualmente, la demanda se ve impulsada si está formada por personas conocedoras y responsables, que estimulen la oferta y contribuyan al proceso de inclusión al ser multiplicadores de las oportunidades de desarrollo personal, familiar y productivo.

De la misma forma, la integración de los mercados, el aumento en los canales de distribución electrónica y las mejoras en tecnología ponen al alcance de los consumidores nuevos instrumentos financieros con diversidad de características (rendimientos, plazos de vencimiento comisiones, entre otros), que plantean evidentes dificultades de comprensión.

Bajo estos criterios, la educación financiera se constituye en un propósito nacional, en el que debe participar activamente tanto el sector público como el privado, tal como sucede en países como Reino Unido, Estados Unidos, México, Brasil y Chile. A partir de este programa se desarrollan mecanismos de protección y defensa del consumidor financiero, se mejora la comprensión y la confianza en los intermediarios financieros y sus productos y servicios, y se incentivan prácticas responsables en los comportamientos financieros personales.

2.2.6 Desarrollo de la protección y defensa del consumidor financiero

La acción del supervisor en el fortalecimiento de la protección y defensa del consumidor se encuentra entre sus funciones misionales de defensa de los derechos de los ahorradores, inversionistas, asegurados y en general de los consumidores financieros. Además, dentro de los lineamientos estratégicos de la Superintendencia para el periodo 2011-2014, se tiene contemplado el fortalecimiento de la supervisión y el seguimiento a la información que las entidades financieras suministran a los consumidores, de manera que éstos cuenten con elementos de evaluación suficientes para adoptar las decisiones que les correspondan.

En el mismo sentido, dentro del marco general de la protección al consumidor financiero previsto en el Régimen Especial de Protección al Consumidor Financiero de la Ley 1328 de 2009, se estableció la obligación para todas las entidades financieras de contar con un Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) que se constituye en una garantía de los derechos de los consumidores financieros, en la medida que establece la necesidad de diseñar, establecer e implementar políticas, mecanismos, procedimientos y etapas de identificación, medición, control y monitoreo, para lograr el respeto y atención de tales derechos. En ese sentido, la entidad vigilada debe diseñar, tras su propio análisis, las medidas frente a la potencial ocurrencia de eventos que puedan afectar a los consumidores financieros.

Igualmente, se fortaleció el mecanismo de defensor del consumidor financiero dotándolo de herramientas que le permitieran adoptar decisiones independientes, otorgándole la facultad de actuar como conciliador entre las entidades y sus consumidores financieros y formulando recomendaciones respecto de los productos y servicios ofrecidos por las entidades. Para el supervisor es deseable que las entidades financieras adopten como obligatorias las decisiones que tomen sus defensores del consumidor financiero.

Con el objetivo de que los mecanismos de protección y defensa de los consumidores financieros sean efectivos, es requerido que se garantice que el consumidor conozca su existencia y funcionamiento. Por ello, dando cumplimiento a lo establecido en el párrafo 3º del artículo 9º de la Ley 1328 de 2009, la Superintendencia publica trimestralmente en periódicos de amplia circulación nacional las tarifas correspondientes a los principales productos y servicios masivos: cuentas de ahorro y tarjetas de crédito.

- **Comprensión y confianza en los intermediarios financieros.**

Es fundamental que los consumidores entiendan de manera general el sistema financiero del país y conozcan las funciones y características de los intermediarios financieros que lo integran, además de su oferta de productos y servicios financieros. Esto permitirá a los consumidores tomar decisiones más informadas y

acertadas sobre el(los) intermediario(s) financiero(s) que más les convenga(n) dadas sus características y necesidades.

Por consiguiente, se ha creado un grupo de trabajo interinstitucional con la participación de los Ministerios de Hacienda y Educación Nacional, el Banco de la República, FOGAFIN y la Superintendencia que preparó un documento que resalta, por una parte, la necesidad de establecer una política general que incluya la educación financiera como un elemento que debe incluirse en la educación básica de todos los colombianos y, por otra, la construcción de una estrategia coordinada de todos los actores involucrados, alineada con la estrategia nacional. Para lograrlo es indispensable articular las políticas públicas con las acciones de las entidades vigiladas, de organizaciones no gubernamentales y de la academia, ya que de no existir una alianza público-privada no se obtendrán los resultados esperados.

Estas premisas se han incorporado en el Plan Nacional de Desarrollo PND 2010 - 2014, Prosperidad para Todos, recientemente aprobado por el Congreso, que viene a reforzar las normas vigentes y, en especial, las expedidas en la última reforma financiera que dotaron a la Superintendencia Financiera de nuevos instrumentos para fortalecer la protección del consumidor financiero.

- **Comportamientos financieros responsables.**

Adicionalmente, es importante que el consumidor logre una planeación y mejor uso de sus recursos, que adquiera habilidades para la toma de decisiones económicas y financieras, y que sea capaz de combinar el uso de productos y servicios financieros de acuerdo a sus características y particularidades.

En la medida en que más población tenga acceso a productos y servicios financieros se hace más necesario trabajar en la educación financiera y la protección al consumidor financiero. De esta manera, consumidores actuales y potenciales educados financieramente tendrán un impacto positivo en el comportamiento de la oferta, estimulando la competencia a través de decisiones racionales en la optimización de sus recursos y el uso de servicios.

A la vez que se ponen en funcionamiento los planes articulados público privados de educación financiera, la Superintendencia ha establecido procesos de seguimiento para evaluar el nivel de transparencia entidad financiera-consumidor. En este sentido, ya se implementó el esquema de seguimiento a la evolución de las tarifas financieras que va unido a la elaboración de informes periódicos con los resultados encontrados. Por otra parte, se contempla reglamentar los derechos del consumidor financiero frente a posibles cláusulas abusivas en los contratos y las prácticas de las entidades vigiladas, al igual que se desarrollará una metodología para incluir, de manera formal, la defensa del consumidor financiero dentro de los procedimientos de supervisión. Finalmente, se realizará el seguimiento al SAC y a los defensores del consumidor financiero y se participará activamente en los programas de promoción de la educación financiera, en colaboración con las entidades gubernamentales y demás organismos relacionados.

2.2.7 Costos de transacción

En ocasiones la exclusión financiera se explica por la falta de conocimiento de las opciones que existen en el mercado o por los altos costos de las mismas. Estos últimos incluyen factores como las tasas de interés y los costos de transacción, referidos, por ejemplo, al gasto que significa desplazarse para poder acceder a los puntos de atención.

En particular, extender el alcance geográfico de productos y servicios financieros en zonas rurales y marginales ha sido tradicionalmente elevado y considerado muchas veces inviable desde el punto de vista comercial. Sin embargo, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) ofrecen hoy múltiples opciones para revertir este escenario.

En Colombia el desarrollo de las TIC se viene dando de manera acelerada, al punto que en el segundo semestre de 2010, del total de transacciones efectuadas a través del sistema financiero, el 63% fueron electrónicas, mediante el uso de cajeros

automáticos, datafonos e internet. En igual periodo de 2008 este porcentaje representaba el 58%.

En particular, el desarrollo de la banca móvil permite a los usuarios de telefonía celular realizar transferencias de dinero y pago de servicios en tiempo real, sin importar el lugar en el que se encuentran el usuario del servicio y el destinatario de la operación, o la distancia que los separa. Esto resulta importante para aquellos consumidores ubicados en zonas lejanas, que se ven obligados a realizar transacciones principalmente en efectivo, lo que implica altos costos debido a la administración física y el transporte de billetes y monedas.

La amplia cobertura de la telefonía móvil con alrededor de 45 millones de teléfonos en el territorio nacional permite el aprovechamiento de las redes y las TIC y consecuentemente la reducción en los costos de infraestructura del sistema financiero y la disminución en los costos de desplazamiento para los usuarios. De esta manera, este medio promueve de forma importante la inclusión financiera.

Por lo anteriormente expuesto, se considera muy conveniente la introducción y promoción decidida de sistemas operativos de banca móvil, al ser una tecnología conocida por los consumidores, que permite mantener estándares de protección al consumidor y promover la formalidad en el uso del canal. En este sentido, con la inclusión de más consumidores se logran economías de escala en la provisión del servicio, se reduce el número de intermediarios en los procesos y se generan modelos rentables con bajos costos para el usuario final.

Por otro lado, las nuevas metodologías de evaluación de riesgos, como el *credit scoring* y similares, han permitido flexibilizar las políticas de créditos. Los tradicionales criterios basados en garantías reales, avales y patrimonio han abierto paso a criterios basados en el comportamiento esperado de los clientes, lo que facilita la incorporación a las prestaciones de nuevos segmentos de la población.

Así mismo, permitir que los bancos operen a través de agentes, lo que incluye colaboraciones con el comercio minorista, reduce los costos fijos asociados con la

expansión geográfica y ofrece muchas posibilidades de mejora del acceso a los servicios financieros, especialmente en áreas pobres y remotas.

Otro avance en reducir la barrera de los costos transaccionales ha estado en la introducción de las cuentas de ahorro electrónicas (CAE), que tienen una carga regulatoria y operativa menos exigente que las de las cuentas de ahorro tradicionales. Más recientemente, en 2009 se autorizaron las cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS), que estarán facilitando la masificación de la banca móvil al no generar extractos físicos, y el establecimiento financiero podrá ofrecer la información por medios electrónicos. Estos reportes electrónicos contendrán toda la información necesaria para que se tenga pleno conocimiento de los movimientos efectuados y las tasas de interés que aplican.

3 PROYECTO DE TRANSPARENCIA Y REVELACIÓN DE PRECIOS AL CONSUMIDOR FINANCIERO

En virtud de lo establecido en la Ley 1328 de 2009 y siguiendo los principios y obligaciones establecidos en su *“Título I del Régimen de Protección al consumidor financiero”*, la SFC impulsó el proyecto de transparencia y revelación de precios al consumidor financiero bajo el lema *“Nosotros le informamos, usted decide”*. Este proyecto tiene como objetivo permitir que los consumidores financieros cuenten con información cierta, suficiente, comparable y oportuna para la toma de decisiones en relación con los productos y servicios ofrecidos por las entidades vigiladas por la SFC.

Bajo este escenario se busca incentivar: I) La promoción de la competencia, en la medida en que protegiendo los intereses de los consumidores a través de un mayor acceso a la información, se garantiza la competitividad en la oferta de productos y servicios ofrecidos por las entidades; II) La eliminación de asimetrías de información, permitiendo de esta forma, que los usuarios tomen sus decisiones a partir de información confiable y oportuna. En este sentido, la revelación de precios de forma comparada permite reducir los costos de información; III) La profundización financiera, a partir del incremento de la confianza y el conocimiento de los usuarios frente a la forma de operar del sistema. De igual manera, la mayor eficiencia de los mercados que se afianza a partir de la competencia, reduce los costos transaccionales, facilitando el ingreso de nuevos consumidores.

3.1 MARCO NORMATIVO

En el marco jurídico colombiano el artículo 97 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero dispone que las entidades vigiladas deben suministrar a los consumidores financieros la información necesaria para lograr la mayor transparencia en las operaciones que realicen. A su vez, con la reforma financiera del 2009 (Ley 1328 de 2009) se enfatizó en la necesidad de proveer una mejor información al consumidor financiero. De esta forma, se impuso como obligación a las entidades vigiladas el suministro de información suficiente, cierta y oportuna, que permita a los consumidores

financieros conocer sus derechos, obligaciones y costos, así como los diversos mecanismos de protección para su defensa. Bajo este esquema, el cliente debe contar con información clara respecto a la relación contractual que mantiene con la entidad, los términos y condiciones del producto o servicio y las tasas de interés, precios o tarifas.

En este sentido, en el artículo 9° de la mencionada ley se establece el contenido mínimo de la información al consumidor financiero que deberá permitir y facilitar la adecuada comparación entre las distintas opciones de productos o servicios ofrecidos en el mercado. Específicamente establece:

“Artículo 9°. Contenido mínimo de la información al consumidor financiero. En desarrollo del principio de transparencia e información cierta, suficiente y oportuna, las entidades vigiladas deben informar a los consumidores financieros, como mínimo, las características de los productos o servicios, los derechos y obligaciones, las condiciones, las tarifas o precios y la forma para determinarlos, las medidas para el manejo seguro del producto o servicio, las consecuencias derivadas del incumplimiento del contrato, y la demás información que la entidad vigilada estime conveniente para que el consumidor comprenda el contenido y funcionamiento de la relación establecida para suministrar un producto o servicio. En particular, la información que se suministre previamente a la celebración del contrato, deberá permitir y facilitar la adecuada comparación de las distintas opciones ofrecidas en el mercado.

La Superintendencia Financiera de Colombia deberá impartir instrucciones especiales referidas a la información que será suministrada a los consumidores financieros de manera previa a la formalización del contrato, al momento de su celebración y durante la ejecución de este, indicándole a la entidad vigilada los medios y canales que deba utilizar, los cuales deben ser de fácil acceso para los consumidores financieros.

Parágrafo 1°. Previo a la celebración de cualquier contrato, las entidades vigiladas deberán proveer al potencial cliente una lista detallada, de manera gratuita, de

todos los cargos o costos por utilización de los servicios o productos, tales como comisiones de manejo, comisiones por utilización de cajeros electrónicos propios o no, costos por estudios de créditos, seguros, consultas de saldos, entre otros. Así mismo, deberán informarse los demás aspectos que puedan implicar un costo para el consumidor financiero, como sería la exención o no del gravamen a las transacciones financieras, entre otros. Adicionalmente, deberán indicar al cliente los canales a través de los cuales puede conocer y es publicada cualquier modificación de las tarifas o costos, que se pueda efectuar en desarrollo del contrato celebrado con la entidad.

Igualmente, las entidades deberán informar de manera clara, si dentro de sus reglamentos tienen contemplada la obligatoriedad de las decisiones del defensor del cliente, así como el rango o tipo de quejas a las que aplica.

Esta información deberá ser suministrada a los clientes de la entidad vigilada, con una periodicidad por lo menos anual.

Parágrafo 2°. Publicidad de los contratos. Las entidades vigiladas deberán publicar en su página de Internet el texto de los modelos de los contratos estandarizados que estén empleando con su clientela por los distintos productos que ofrecen, en la forma y condiciones que señale la Superintendencia Financiera de Colombia, para consulta de los consumidores financieros.

Parágrafo 3°. La Superintendencia Financiera de Colombia, deberá publicar trimestralmente, en periódicos nacionales y regionales de amplia circulación, y en forma comparada, el precio de todos los productos y servicios que las entidades vigiladas ofrezcan de manera masiva.”

Sobre este último parágrafo, se observa que la SFC viene desarrollando esta labor a partir del tercer trimestre del año anterior, al publicar en diarios de amplia circulación nacional y territorial la información de tarifas de los servicios asociados a dos productos que se asignan de forma masiva en el mercado, a saber: cuentas de ahorro y tarjetas de crédito. Cabe resaltar que la información completa de los

productos y servicios ofrecidos por los establecimientos de crédito se encuentra disponible en la página web de la SFC con cifras disponibles desde abril de 2006¹.

Finalmente, en la más reciente Reforma Tributaria (Ley 1430 de 2010), en el artículo 62 se indica:

“INTERVENCIÓN DE TARIFAS O PRECIOS. El Gobierno Nacional dictará normas que deben observar las instituciones financieras para la fijación, y fusión y publicidad de las tarifas o precios que estas cobren siguiendo para ello los objetivos y criterios señalados para la intervención de dicho sector.

Cuando se establezca la no existencia de suficiente competencia en el mercado relevante correspondiente, de acuerdo con lo previsto en esta ley, el Gobierno Nacional deberá, además, intervenir esas tarifas o precios según corresponda a la falla que se evidencia mediante (i) el señalamiento de la tarifa o precio; (ii) la determinación de precios o tarifas máximos o mínimos; (iii) la obligación de reportar a la Superintendencia Financiera de Colombia y/o de Industria y Comercio las metodologías para establecer tarifas o precios”.

En el artículo 63 se asigna una función adicional a la SFC, en el siguiente sentido:

“SEGUIMIENTO A TARIFAS O PRECIOS. La Superintendencia Financiera de Colombia, implementará un esquema de seguimiento a la evolución de las tarifas o precios en los mercados relevantes, atendidos por las entidades financieras y reportará los resultados de dicha evaluación semestralmente al Gobierno Nacional y a la Superintendencia Financiera de Colombia.”

Bajo este último criterio, la SFC debe realizar un seguimiento continuo a las tarifas de los servicios financieros presentando de forma semestral al Gobierno Nacional los resultados de su evaluación.

¹ La última actualización se realizó con cifras a mayo de 2011.

3.2 SELECCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS MASIVOS

La Superintendencia Financiera, con base en trabajos técnicos, delimitó el alcance de la expresión “productos masivos” prevista en la ley y, posteriormente, determinó la forma de presentación de la información, de forma tal que cumpliera con el alcance de la norma, es decir, que fuera comparable para los consumidores financieros, con el fin de brindar una herramienta útil para la toma de decisiones informadas.

Se entiende como producto masivo aquel que es ofrecido a una masa representativa de la población y se distingue por ser relevante para el sistema en general y no necesariamente para cada entidad en particular. En esta primera etapa se considera únicamente a los establecimientos de crédito, cuya participación en términos de activo y patrimonio asciende al 78% y 68%, respectivamente, frente al total de entidades vigiladas por la SFC. Estos establecimientos se constituyen en un pilar fundamental del sistema financiero colombiano, no sólo en términos de su representatividad, sino también en la credibilidad que presentan frente a la población que les confía sus recursos a través de depósitos.

Cuadro 1

Entidades vigiladas

Cifras en millones de pesos y porcentajes

Tipo de Intermediario	Mar - 2011			Participaciones		
	Activo	Pasivo	Patrimonio	Activo	Pasivo	Patrimonio
Establecimientos de Crédito (EC)	286.603.636	246.015.857	40.587.779	78,3%	80,1%	68,5%
Industria Aseguradora	33.310.773	25.258.036	8.052.737	9,1%	8,2%	13,6%
Soc. Admin. de Fondos de Pensiones y Cesantías (AFP) ¹	2.437.529	650.416	1.787.112	0,7%	0,2%	3,0%
Soc. Fiduciarias	1.744.142	492.428	1.251.714	0,5%	0,2%	2,1%
Soc. Comisionistas de Bolsas	5.891.345	4.974.920	916.425	1,6%	1,6%	1,5%
Soc. Admin. de Fondos de Inversión	66.258	12.510	53.748	0,0%	0,0%	0,1%
Proveedores de Infraestructura	1.266.459	359.224	907.235	0,3%	0,1%	1,5%
Instituciones Oficiales Especiales (IOE)	34.943.518	29.232.697	5.710.821	9,5%	9,5%	9,6%
TOTAL ENTIDADES VIGILADAS	366.263.660	306.996.088	59.267.572	100,0%	100,0%	100,0%

Estados financieros sujetos a revisión por parte de la SFC. Cifras reportadas hasta el 18 de abril de 2011.

(1) La información de sociedades administradoras de fondos de pensiones y cesantías (AFP) no incluye Prima Media.

Teniendo en cuenta este escenario, se procedió con la selección de los productos y servicios que se ofrecen de manera masiva. Para tal fin, se analizaron las operaciones

activas y pasivas de los establecimientos de crédito. En cuanto a las operaciones activas sobresale la actividad de colocación de recursos, con una participación del 60.9% dentro del total de sus activos, seguido por las inversiones con un 22.5%.

Cuadro 2

Activos de los establecimientos de crédito

Cifras en millones de pesos y porcentajes

Tipo de activo	Valor	Participación
Disponible	23.326.959	8,1%
Inversiones	64.581.388	22,5%
Cartera	174.626.306	60,9%
Otros activos	24.068.984	8,4%
Total Activos	286.603.636	100,0%

Estados financieros sujetos a revisión por parte de la SFC. Cifras a marzo de 2011, información reportada hasta el 18 de abril de 2011.

En especial, de la cartera se desprenden 4 modalidades de crédito, a saber: comercial, consumo, vivienda y microcrédito. Es importante mencionar que en términos de monto, la modalidad de cartera más representativa en el sistema financiero colombiano es la comercial, la cual contribuye con el 60.9% del total. No obstante, la cartera de consumo presenta el mayor número de deudores y de operaciones activas en el mercado, cumpliendo con el criterio de concentrar un mayor porcentaje de población.

Vale la pena resaltar que dentro de la cartera de consumo las tarjetas de crédito representan el producto con el mayor número de deudores y de operaciones activas en el mercado.

Cuadro 3

Distribución de la participación de la cartera por modalidad

Tipo de cartera	Operaciones activas		Número de deudores		Monto de las operaciones	
	Nº	%	Nº	%	Nº (mill. de pesos)	%
Comercial	1.000.154	6,1%	368.070	5,1%	113.098.508	63,0%
Consumo	13.791.525	83,4%	5.315.601	73,9%	48.179.975	26,8%
Vivienda	506.429	3,1%	487.637	6,8%	14.053.106	7,8%
Microcrédito	1.231.386	7,4%	1.022.500	14,2%	4.308.415	2,4%
Total	16.529.494	100,0%	7.193.808	100,0%	179.640.004	100,0%

Cifras a diciembre de 2010. Información del formato 341 reportado por las entidades vigiladas a la SFC.

Cuadro 4
Distribución de la cartera de consumo

Tipo de cartera	Operaciones activas		Número de deudores		Monto de las operaciones	
	Nº	%	Nº	%	Nº (mill. de pesos)	%
Otros	5.307.596	38,5%	2.864.938	39,3%	31.572.415	65,5%
Tarjeta	8.134.528	59,0%	4.102.095	56,3%	10.841.147	22,5%
Automóvil	349.401	2,5%	314.262	4,3%	5.766.413	12,0%
Total	13.791.525	100,0%	7.281.295	100,0%	48.179.975	100,0%

Cifras a diciembre de 2010. Información del formato 341 reportado por las entidades vigiladas a la SFC.

De esta forma, se determinó que las tarjetas de crédito son el producto masivo que debe ser evaluado a partir de las operaciones activas de los establecimientos de crédito. Es importante precisar que debido a la existencia de diferentes tipos de tarjeta de crédito que dependen del cupo asignado (oro, platino, entre otros), el producto que presenta una mayor concentración es la tarjeta “clásica” o “blue”, dependiendo de la franquicia.

En el caso de las operaciones pasivas, se resalta que la principal fuente de financiación de los establecimientos de crédito para el desarrollo de sus operaciones es la captación de recursos, al representar el 71.8% del total de pasivos, seguido por las obligaciones con otras instituciones de crédito (15.2% del total de pasivos).

Cuadro 5
Pasivos de los establecimientos de crédito
Cifras en millones de pesos y porcentajes

Tipo de pasivo	Valor	Participación
Depósitos y exigibilidades	176.574.295	71,8%
Créditos otras instituciones de crédito	37.455.517	15,2%
Títulos de deuda	17.513.424	7,1%
Otros pasivos	14.472.623	5,9%
Total Pasivos	246.015.857	100,0%

Estados financieros sujetos a revisión por parte de la SFC. Cifras a marzo de 2011, información reportada hasta el 18 de abril de 2011.

Por su parte, dentro de los depósitos y exigibilidades, tanto en términos de monto como en acceso poblacional, se destacan las cuentas de ahorro, al representar el 91% del total de captaciones tanto en número de clientes como en número de cuentas. Es

así como a partir de las operaciones pasivas se determinó que el producto masivo a seleccionar son las cuentas de ahorro.

Cuadro 6

Depósitos y exigibilidades de los establecimientos de crédito

Tipos de captación		Valor	Participación
Cuenta corriente	Número Clientes	2.301.076	6,4%
	Número Cuentas	2.604.266	6,4%
	Valor Total (en millones de pesos)	29.795.749	17,7%
Ahorros	Número Clientes	32.745.746	91,7%
	Número Cuentas	37.362.085	91,5%
	Valor Total (en millones de pesos)	84.690.053	50,4%
CDT's	Número Clientes	637.083	1,8%
	Número Cuentas	850.033	2,1%
	Valor Total (en millones de pesos)	52.951.749	31,5%
CDAT's	Número Clientes	26.903	0,1%
	Número Cuentas	32.713	0,1%
	Valor Total (en millones de pesos)	450.707	0,3%
Total	Número Clientes	35.710.808	100,0%
	Número Cuentas	40.849.097	100,0%
	Valor Total (en millones de pesos)	167.888.258	100,0%

Cifras a marzo de 2011. Información del formato 459 reportado por las entidades vigiladas a la SFC.

De esta manera, se observa que los productos masivos, en el caso de los establecimientos de crédito, se refieren a las tarjetas de crédito y las cuentas de ahorro, los cuales prestan sus servicios fundamentalmente a través de cuatro canales: internet, oficinas, cajeros automáticos y datafonos, los que a su vez concentran el 90% del total de operaciones realizadas por estas entidades. Este valor es significativo si se tiene en cuenta que el desarrollo en los sistemas de pago favorece la estrategia de bancarización y formalización al reducir los costos de transacción, particularmente los asociados al manejo de efectivo.

Cuadro 7
Operaciones por canal

Canal	Cantidad	Número Total de Operaciones		Monto Total de Operaciones Monetarias	
		(en millones)	Participación	(en millones de pesos)	Participación
Internet	N/A	373	29,5%	667.691.989	25,7%
Oficinas	5,224	337	26,7%	1.494.713.938	57,5%
Cajeros automáticos	11,496	286	22,6%	61.242.540	2,4%
Datáfonos	157,291	131	10,4%	24.111.789	0,9%
Audio Respuesta	N/A	41	3,2%	1.532.049	0,1%
ACH	N/A	37	2,9%	331.497.970	12,8%
Pagos Automáticos	N/A	32	2,5%	14.289.775	0,5%
Corresponsales Bancarios	9,698	18	1,4%	3.290.870	0,1%
Telefonía Móvil	N/A	8	0,6%	32.344	0,0%
Totales		1.263	100,0%	2.598.403.264	100,0%

Cifras a marzo de 2011. Información del formato 444 reportado por las entidades vigiladas a la SFC.

N/A: No aplica

3.2.1 Información disponible

La SFC en desarrollo de sus facultades legales viene solicitando la información sobre tarifas, tasas de interés y transacciones por canales de las entidades vigiladas mediante los formatos 365, 088 y 444, respectivamente. La información remitida es publicada en la página web de la SFC, siguiendo el principio de transparencia y velando por el respeto a los derechos de los consumidores financieros.

1. **Formato 365:** “Tarifas de los servicios financieros”. Mediante las Circulares Externas 006 del 22 de mayo de 2006 y 036 del 15 de junio de 2007, la SFC impartió instrucciones a los establecimientos bancarios, las corporaciones financieras, las compañías de financiamiento, el organismo cooperativo de grado superior, las instituciones oficiales especiales y las cooperativas financieras para la remisión de información sobre las tarifas de los servicios financieros y seguros asociados a créditos. La periodicidad de envío es mensual y la información remitida hace referencia a las tarifas vigentes para el último día de cada mes.
2. **Formato 88:** “Informe Semanal de Tasas de Interés Activas y Pasivas”. Definido a partir de la Circular Externa 052 de 2010, este formato permite conocer y divulgar con oportunidad la estructura temporal de las tasas de interés. Aplica para los

establecimientos bancarios, las corporaciones financieras, las compañías de financiamiento, el organismo cooperativo de grado superior, las cooperativas financieras y las instituciones oficiales especiales. En este formato las entidades deben reportar a la SFC la tasa efectiva anual promedio ponderada por los montos de los créditos desembolsados durante la semana respectiva y el valor total de estos últimos.

3. **Formato 444:** “Información sobre transacciones efectuadas a través de los canales de distribución dispuestos por las entidades vigiladas”. A través de la Circular Externa 014 de abril de 2008, los establecimientos bancarios, las compañías de financiamiento, el organismo cooperativo de grado superior, las cooperativas financieras, las administradoras de sistemas de pago de bajo valor y el Banco de la República están obligados a presentar el detalle de las transacciones realizadas por los clientes y usuarios a través de los canales de distribución. Este reporte es de periodicidad semestral y se encuentra disponible a partir del segundo semestre de 2008 en la página web de la SFC.

3.2.2 Información publicada

A partir de la información de los formatos en mención se determinaron los rubros a publicar según el producto y los servicios financieros asociados, tal y como se presenta a continuación.

3.2.2.1 Cuentas de ahorro

- **Cuota de manejo por la cuenta de ahorros**

Monto que corresponde al servicio de manejar y administrar una cuenta de ahorro. Indica también la periodicidad de cobro.

- **Costo del talonario para el manejo de la cuenta de ahorros**

Registra el valor correspondiente a la expedición de un talonario o libreta. Indica también el número de volantes del talonario.

- **Cuota de manejo por la tarjeta débito de la cuenta de ahorros**
Registra el valor del servicio de manejar y administrar una tarjeta débito de la cuenta de ahorros y que corresponde a la cuota cobrada periódicamente por su utilización. Indica también la periodicidad de cobro.
- **Costo por consignación nacional en oficina diferente a la de radicación de la cuenta**
Registra el valor correspondiente al servicio por consignaciones realizadas en oficinas de plazas diferentes a la de radicación de la cuenta de ahorro.
- **Costo fijo consulta de saldo en cajero de la entidad**
Registra el valor correspondiente al servicio de suministrar el valor del saldo de la cuenta en red propia.
- **Costo por retiros en cajero de la entidad**
Registra el valor correspondiente al servicio de suministrar dinero en efectivo en red propia.
- **Costo por transferencia en cajero a diferente titular de la entidad**
Registra el valor correspondiente al servicio de trasladar dinero entre cuentas de diferente titular que sean clientes de la misma entidad en red propia.
- **Costo consulta de saldo en cajero de otra entidad**
Registra el valor correspondiente al servicio de suministrar el valor del saldo de la cuenta a través de otras redes.
- **Costo por retiros de efectivo en cajero de otra entidad**
Registra el valor correspondiente al servicio de suministrar dinero en efectivo a través de otras redes.
- **Costo de pagos a terceros en cajero de otra entidad**
Registra el valor del servicio de autorización de pagos a terceros a través de otras redes.

- **Costo fijo por acceso a internet**

Registra el valor correspondiente al ingreso a la página de internet para utilizar los servicios allí ofrecidos.

- **Consulta de saldo por internet**

Registra el valor correspondiente al servicio de suministrar el valor del saldo de la cuenta, a través de la página de internet.

- **Costo por transferencia por internet a cuentas de diferente titular de la entidad**

Registra el valor correspondiente al servicio de trasladar dinero entre cuentas de diferentes titulares que sean clientes de la misma entidad, a través de la página de internet.

- **Costo por pagos a terceros por internet**

Registra el valor del servicio de autorización de pagos a terceros, a través de la página de internet.

Formato de publicación de información de cuentas de ahorro

Cuadro 8. Primera publicación de tarifas – Cuentas de ahorro - Septiembre de 2010

ENTIDADES \ TARIFAS	Cuota de manejo por la cuenta de ahorros		Costo del talonario para el manejo de la cuenta de ahorros		Cuota de manejo por la tarjeta débito de la cuenta de ahorros		Costo por consignación nacional en oficina diferente a la de radicación de la cuenta	Costo fijo consulta de saldo en cajero de la entidad	Costo por retiros en cajero de la entidad	Costo por transferencia en cajero a diferente titular de la entidad	Costo consulta de saldo en cajero de otra entidad	Costo por retiros de efectivo en cajero otra entidad	Costo de pagos a terceros en cajero otra entidad	Costo Fijo por acceso a internet	Consulta de saldo por internet	Costo por transferencia por internet a cuentas de diferente titular de la entidad	Costo por pagos a terceros por internet
	Valor de la cuota	Forma de cobro	Valor del talonario	N° de volantes	Valor de la cuota	Forma de cobro	Valor del cobro	Valor de la consulta	Valor del retiro	Valor de la transferencia	Valor de la consulta	Valor del retiro	Valor del pago	Valor del acceso	Valor de la consulta	Valor de la transferencia	Valor del cobro
AV VILLAS	\$ 713	M.V	\$ 77,720	20	\$ 8,500	M.A	\$ 9,628	\$ 970	\$ 970	\$ 970	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANAGRARIO	\$ 0		\$ 44,000	20	\$ 7,340	M.A	\$ 9,765	\$ 1,320	\$ 1,320		\$ 4,600	\$ 4,600			\$ 0	\$ 840	\$ 840
BANCAMIA	\$ 0																
BANCO COLPATRIA	\$ 8,300	M.A	\$ 147,000	40	\$ 8,300	M.A	\$ 10,300	\$ 1,120	\$ 1,120	\$ 1,800	\$ 6,500	\$ 6,500		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANCO DE BOGOTA	\$ 0		\$ 60,320	15	\$ 8,250	M.A	\$ 9,628	\$ 970	\$ 970	\$ 970	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANCO GNB SUDAMERIS	\$ 7,192	M.A	\$ 38,860	40	\$ 0		\$ 6,380	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 0	\$ 0	\$ 1,624	\$ 0
BANCO OCCIDENTE	\$ 0		\$ 40,020	30	\$ 8,500	M.A	\$ 9,628	\$ 970	\$ 970	\$ 970	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANCO POPULAR	\$ 4,807	M.V	\$ 51,875	25	\$ 28,174	T.A	\$ 9,628	\$ 970	\$ 970	\$ 970	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2,307
BANCO PROCREDIT COLOMBIA	\$ 0						\$ 0										
BANCO SANTANDER	\$ 0		\$ 61,000	30	\$ 9,500	M.A	\$ 10,290	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 2,200	\$ 6,500	\$ 6,500	\$ 5,500	\$ 0	\$ 0	\$ 1,700	\$ 850
BANCOLOMBIA	\$ 0		\$ 66,000	20	\$ 8,000	M.A	\$ 10,100	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 550
BBVA COLOMBIA	\$ 0		\$ 66,352	20	\$ 9,000	M.A	\$ 11,020	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 2,300	\$ 6,900	\$ 6,900	\$ 6,900	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BCSC	\$ 0		\$ 72,732	20	\$ 8,500	M.V	\$ 7,540	\$ 0	\$ 900	\$ 0	\$ 6,500	\$ 6,500		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CITIBANK COLOMBIA	\$ 0				\$ 8,000	M.A	\$ 0		\$ 0		\$ 6,900	\$ 6,900		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CMR FALABELLA	\$ 0																
COLTEFINANCIERA	\$ 3,200	M.A	\$ 10,600	25			\$ 0							\$ 0			
CONFIAR	\$ 0		\$ 17,000	30	\$ 3,500	M.V					\$ 2,200	\$ 2,200		\$ 0	\$ 0	\$ 0	
COOFINEP COOP FINAN	\$ 0		\$ 26,000	30	\$ 3,500	M.A	\$ 0	\$ 1,270	\$ 1,270		\$ 6,800	\$ 6,800					
COOMEVA COOP FINAN	\$ 0		\$ 0	25	\$ 22,500	T.A	\$ 3,500	\$ 620	\$ 620		\$ 5,000	\$ 5,000				\$ 620	\$ 620
COOP FINAN DE ANTIOQUIA	\$ 0		\$ 34,500	30	\$ 2,500	M.V	\$ 5,500	\$ 1,000	\$ 1,000		\$ 3,500	\$ 3,500					\$ 1,300
COOP FINAN JOHN F. KENNEDY	\$ 0		\$ 26,000	30													
COOPCENTRAL	\$ 0		\$ 25,000	30			\$ 6,500							\$ 0	\$ 0		
CORFICOLOMBIANA	\$ 0						\$ 0								\$ 0		
COTRAFA COOP FINAN	\$ 0		\$ 4,000	25	\$ 1,500	M.V	\$ 0				\$ 970	\$ 970		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DAVIVIENDA	\$ 0		\$ 72,000	20	\$ 8,200	M.A	\$ 9,200	\$ 1,000	\$ 0	\$ 2,200	\$ 6,600	\$ 6,600	\$ 3,700	\$ 800	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FINAMERICA	\$ 0		\$ 15,000	10													
FINANCIERA JURISCOOP COOP FINAN	\$ 0				\$ 4,000	M.A	\$ 0	\$ 900	\$ 900		\$ 3,500	\$ 3,500				\$ 600	
FINANDINA	\$ 0		\$ 0	10			\$ 1,500							\$ 0	\$ 0		
GIROS Y FINANZAS	\$ 0						\$ 8,700										
HELM BANK	\$ 12,064	M.V	\$ 69,000	20	\$ 0		\$ 9,512	\$ 3,296	\$ 3,296		\$ 6,499	\$ 6,499		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
HSBC COLOMBIA	\$ 0				\$ 6,800	M.A	\$ 7,400	\$ 3,200	\$ 3,200		\$ 6,800	\$ 6,800		\$ 0	\$ 0	\$ 5,200	\$ 0
INVERSORA PICHINCHA	\$ 0										\$ 2,800						
MACROFINANCIERA	\$ 0				\$ 6,000	M.A	\$ 2,000		\$ 3,300		\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 5,500				
SCOTIABANK	\$ 0						\$ 0							\$ 0	\$ 0	\$ 1,160	\$ 4,060

No presta el servicio / no aplica
T.A Trimestre anticipado
M.A Mes anticipado
M.V Mes vencido

3.2.2.2 Tarjetas de crédito

- **Tasa efectiva anual (Tarjeta de crédito)**

Corresponde a un promedio ponderado de las tasas cobradas en las transacciones de compras y avances realizadas durante una semana respectiva.

- **Cuota de manejo de la tarjeta de crédito VISA**

Registra el valor del servicio de manejar y administrar una tarjeta de crédito y que corresponde a la cuota cobrada periódicamente por su utilización. Indica también la periodicidad de cobro.

- **Cuota de manejo de la tarjeta de crédito MASTERCARD**

Registra el valor del servicio de manejar y administrar una tarjeta de crédito MASTERCARD y que corresponde a la cuota cobrada periódicamente por su utilización. Indica también la periodicidad de cobro.

- **Cuota de manejo de la tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS**

Registra el valor del servicio de manejar y administrar una tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS y que corresponde a la cuota cobrada periódicamente por su utilización. Indica también la periodicidad de cobro.

- **Cuota de manejo de la tarjeta de crédito DINERS**

Registra el valor del servicio de manejar y administrar una tarjeta de crédito DINERS y que corresponde a la cuota cobrada periódicamente por su utilización. Indica también la periodicidad de cobro.

- **Cuota de manejo de las tarjetas de crédito PROPIAS**

Registra el valor del servicio de manejar y administrar una tarjeta de crédito propia y que corresponde a la cuota cobrada periódicamente por su utilización. Indica también la periodicidad de cobro.

- **Costo por avance en efectivo en oficina**

Registra el valor correspondiente a la comisión cobrada por cada anticipo de dinero en oficina.

- **Costo por avance en efectivo cajeros propios**

Registra el valor correspondiente a la comisión cobrada por cada anticipo de dinero en red propia.

- **Costo por avance en efectivo cajero otra entidad**

Registra el valor correspondiente a la comisión cobrada por cada anticipo de dinero a través de otras redes.

- **Costo por avance con tarjeta de crédito por internet**

Registra el valor correspondiente a la comisión cobrada por cada anticipo de dinero, a través de la página de internet.

Formato de publicación Tarjetas de crédito

Cuadro 9. Primera publicación de tarifas – Tarjetas de crédito - Septiembre de 2010

ENTIDADES \ TARIFAS	Tasa efectiva anual (tarjeta de crédito)	Cuota de manejo de la tarjeta de crédito VISA		Cuota de manejo de la tarjeta de crédito MASTERCARD		Cuota de manejo de la tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS		Cuota de manejo de la tarjeta de crédito DINERS		Cuota de manejo de las tarjetas de crédito propias			Costo por avance en efectivo en oficina	Costo por avance en efectivo cajeros propios	Costo por avance en efectivo cajero otra entidad	Costo por avance con tarjeta de crédito por internet
	Valor de tasa	Valor cuota de manejo	Forma de cobro	Valor cuota	Forma de cobro	Valor cuota	Forma de cobro	Valor cuota	Forma de cobro	Nombre de la tarjeta	Valor cuota	Forma de cobro	Valor del avance	Valor del avance	Valor del avance	Valor del avance
AV VILLAS	21.27%	\$ 44,900	T.A	\$ 44,900	T.A								\$ 5,000	\$ 4,500	\$ 6,500	\$ 4,200
BANAGRARIO	21.27%	\$ 12,519	M.A										\$ 0	\$ 3,439	\$ 4,800	
BANCO COLPATRIA	21.19%	\$ 46,000	T.A	\$ 46,000	T.A					"Fácil Codensa"	\$ 5,600	M.V	\$ 7,200	\$ 5,400	\$ 7,200	\$ 5,400
BANCO DE BOGOTA	21.11%	\$ 43,300	T.A	\$ 43,300	T.A								\$ 8,000	\$ 4,500	\$ 6,500	\$ 5,000
BANCO GNB SUDAMERIS	21.32%	\$ 31,200	T.V										\$ 3,650	\$ 3,650	\$ 4,500	\$ 0
BANCO OCCIDENTE	20.66%	\$ 46,000	T.A	\$ 46,000	T.A								\$ 8,000	\$ 4,500	\$ 6,500	\$ 0
BANCO POPULAR	20.00%	\$ 42,149	B.A										\$ 9,280	\$ 4,500	\$ 6,500	\$ 4,060
BANCO SANTANDER	20.71%	\$ 45,500	T.V	\$ 45,500	T.V								\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 0
BANCOLOMBIA	20.93%	\$ 45,000	T.A	\$ 45,000	T.A	\$ 47,000	T.A						\$ 7,500	\$ 5,500	\$ 7,000	
BBVA COLOMBIA	21.58%	\$ 46,200	T.A	\$ 46,200	T.A								\$ 7,200	\$ 6,800	\$ 6,900	\$ 6,800
BCSC	20.75%	\$ 42,500	T.A	\$ 42,500	T.A								\$ 6,000	\$ 3,500	\$ 4,400	\$ 0
CITIBANK COLOMBIA	20.55%	\$ 15,800	M.A	\$ 15,800	M.A								\$ 8,500	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 0
CMR FALABELLA	19.84%									"CMR Falabella"	\$ 11,900	M.V	\$ 4,000			
COOMEVA COOP FINAN	18.85%									"Tarjeta Coomeva"	\$ 9,000	M.V		\$ 620	\$ 5,000	
DAVIVIENDA	21.32%	\$ 45,500	T.A	\$ 45,500	T.A			\$ 60,000	T.A	"Spring Step"	\$ 5,500	M.A	\$ 6,600	\$ 6,600	\$ 6,600	\$ 6,600
GIROS Y FINANZAS	21.26%									"LA 14"	\$ 11,500	M.V				
HELM BANK	21.13%	\$ 46,000	T.V										\$ 8,250	\$ 6,644	\$ 6,450	
HSBC COLOMBIA	21.16%	\$ 16,100	M.A	\$ 16,100	M.A								\$ 7,000	\$ 4,800	\$ 7,000	\$ 5,200
INVERSORA PICHINCHA	21.32%	\$ 7,000	M.V										\$ 0		\$ 2,800	
TUYA	21.31%									"Tarjeta Exito"	\$ 15,500	M.V				

No presta el servicio / no aplica
M.A Mes anticipado
M.V Mes vencido
T.A Trimestre anticipado
T.V Trimestre vencido
B.A Bimestre anticipado

En la siguiente sección se presenta la evolución de las tarifas de los productos y servicios financieros a partir de los rubros mencionados. Es importante resaltar que el método de fijación de tarifas difiere entre los distintos participantes del sistema, lo que se atribuye principalmente a los diferentes enfoques de negocio. En el ANEXO 2 se presenta la caracterización de cada uno de los establecimientos de crédito en términos de su principal actividad, fuentes de financiación, principales ingresos y nivel de cobertura.

3.3 DETERMINACIÓN DE LAS TARIFAS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Durante el primer trimestre del año la SFC se reunió con algunos establecimientos de crédito, con el fin de conocer los parámetros a través de los cuales éstos fijan sus tarifas. En esta sección se presentan los principales aspectos tenidos en cuenta en el proceso de estructuración de los cobros que realizan las entidades a los consumidores financieros por la utilización de los productos y servicios financieros que ofrecen.

3.3.1 Determinación de tarifas

Dentro del proceso de fijación de las tarifas por los servicios financieros intervienen un conjunto amplio de variables y consideraciones. Las entidades establecen sus costos siguiendo criterios con respecto a estrategias comerciales y características propias de su negocio, haciendo de la fijación de tarifas un proceso heterogéneo y de difícil generalización. Sin embargo, se pueden definir algunos parámetros comunes para caracterizar la forma en que se determinan los costos de los servicios financieros que se transmiten a los consumidores finales.

En la mayoría de casos, las tarifas asociadas a cada producto financiero corresponden directamente a los costos incurridos en su generación y prestación. Por lo tanto, su asignación es determinada en función de los gastos propios de la operación. Sin embargo, la competencia en los mercados financieros, influye de una manera directa en la asignación de las tarifas, haciendo de las estrategias comerciales elementos

fundamentales en la asignación y modificación de las tarifas que se cobran por la prestación de los servicios financieros.

a. Segmentación

La estrategia comercial de la mayor parte de los establecimientos de crédito implica la segmentación de la población objetivo por distintas características, donde sobresale el ingreso y el perfil de consumo y riesgo de cada individuo. De esta forma, las entidades financieras establecen sus estrategias comerciales y el diseño de sus productos a partir de la segmentación que realizan de los clientes. Adicionalmente, el objetivo comercial puede variar para cada segmento de la población. Por ejemplo, la entidad puede preferir que el grupo de mayor ingreso utilice exclusivamente sólo su establecimiento, mientras que para el segmento de menor ingreso el objetivo puede ser que haga uso de los servicios de la entidad, además de los de otros establecimientos.

Al segmentar a la población, los productos financieros son ofrecidos de forma diferente de acuerdo con el grupo objetivo. Mientras que en segmentos de menores ingresos se pueden ofrecer principalmente servicios individuales, en otros grupos poblacionales predomina la prestación de servicios agregados o agrupados en “paquetes”, con el fin de satisfacer las necesidades específicas de cada tipo de población. De esta forma, el cliente de mayor ingreso cuenta con servicios integrales de productos que incluyen tarjetas crédito y débito, sobregiros, créditos de consumo, seguros de viajes y similares, mientras el consumidor de menor ingreso está motivado a utilizar principalmente los productos que se ofrecen de forma masiva, como por ejemplo las cuentas de ahorros.

Adicionalmente, las tarifas que se cobran y las características propias de los productos pueden variar entre los diferentes grupos de clientes. Por una parte, las estrategias comerciales determinan el conjunto de productos que se ofrecen a una población objetivo, teniendo en cuenta su perfil de ingresos y de riesgo, y la relevancia de la prestación de algunos servicios frente a otros. Por lo tanto, mecanismos de fácil

utilización y de mayor cobertura como los servicios de datafonos, la banca móvil y las cuentas de ahorro, son masificados en segmentos de menores ingresos, frente a productos como las tarjetas de crédito o créditos de libre inversión que son destinados para clientes con mayores ingresos o diferentes perfiles de riesgo.

En consecuencia, las tarifas que se cobran por los distintos productos financieros pueden variar entre los diferentes grupos poblacionales, definidos por la segmentación de los clientes. Por una parte, la estrategia comercial en algunos casos busca incentivar el uso de ciertos productos propios de un segmento en particular, por lo que se reducen los costos asociados a cada uno de éstos. Tal es el caso del uso del datafono o de la banca móvil en segmentos de menores ingresos, donde en la mayoría de veces no se genera un costo para el usuario final. De igual forma, la eliminación de la cuota de manejo para segmentos de mayor ingreso puede representar un beneficio a cambio de mantener un saldo determinado en las cuentas de ahorro y corriente, por ejemplo.

Por otra parte, la agrupación de productos en paquetes puede generar beneficios que no son transversales a todas las segmentaciones de clientes. En general, la reducción en las tarifas que se generan en un segmento, pueden no corresponder con la que se presenta en otro, a partir de la estructura del paquete ofrecido, de los costos derivados de la operación agregada y de la rentabilidad obtenida como función del perfil de consumo del cliente. De igual forma, vale la pena señalar que los servicios adicionales que se presentan por paquetes de servicios similares entre segmentos de clientes, cumplen un papel fundamental en la asignación de las tarifas y las eventuales reducciones que se dan en éstas. Por lo tanto, la cuota de manejo de una tarjeta de crédito puede variar en función de los servicios adicionales atados a su funcionamiento, como lo son seguros de viaje o planes de acumulación de millas con aerolíneas.

Es importante tener en cuenta que esta segmentación y los productos ofrecidos requieren de ciertas condiciones que debe cumplir el cliente para que se generen las reducciones parciales o totales en las tarifas de los servicios prestados. Sin embargo,

más que condiciones, corresponden a características que debe tener el usuario para ser clasificado en una u otra categoría, y que se determinan en función del ingreso, el saldo de sus cuentas de ahorro y su calidad crediticia.

b. Incentivos

Es importante resaltar que las entidades financieras manejan un sistema de incentivos que modifican la forma en que se cobran las tarifas por servicios financieros a sus clientes. De esta forma, la entidad financiera disminuye o, en algunos casos, elimina el costo asociado al uso de uno o varios productos financieros, en reconocimiento al buen uso que el cliente haga del conjunto de productos que presta la entidad financiera. De esta forma, se da la posibilidad al consumidor financiero de hacer uso de productos sin costo y de disminuir los gastos asociados a éstos.

Tales incentivos están relacionados con múltiples actividades que desarrolla cada entidad financiera. Por ejemplo, varias entidades promueven el uso de canales tecnológicos reduciendo los costos asociados con su uso, como es el caso de servicios prestados a través de internet y servicios telefónicos. Adicionalmente, utilizan las tarifas que se cobran como un mecanismo para desincentivar el uso de productos y canales cuyo uso se quiere eliminar o reducir.

Un claro ejemplo de esto último es el uso de talonarios y la realización de operaciones en oficinas bancarias. Como se ha podido observar recientemente, las entidades financieras han incrementado gradualmente las tarifas de los productos no electrónicos y que requieren de la presencia física del cliente en una sucursal de la entidad, con el fin de reducir su uso y motivar a la población a sustituirlos por otros con mejores características tanto para el cliente como para la entidad. De esta forma, la promoción de servicios electrónicos busca la modernización de los establecimientos financieros, garantizándole al cliente productos con mejor soporte, seguridad y cobertura. Esto se realiza a través de la sustitución de productos costosos, como talonarios y chequeras, por productos con menores costos a partir de las aplicaciones tecnológicas en las que se basan, como tarjetas y servicios electrónicos.

En este sentido, es importante mencionar la mayor cobertura geográfica que se obtiene a través del desarrollo de canales de distribución apropiados, particularmente tecnológicos, que permiten sustituir opciones costosas para los establecimientos financieros como son la apertura de sucursales en ciudades pequeñas o en zonas remotas del país. Esto a su vez garantiza una mayor facilidad en el acceso a los servicios financieros.

c. Fidelidad

Por otra parte, algunas entidades utilizan los descuentos en las tarifas que cobran por algunos productos financieros, como una estrategia comercial para atraer, aumentar o simplemente conservar su conjunto de clientes. De esta forma, en la medida en que sus clientes decidan hacer un uso específico de algunos productos, se generan descuentos en las tarifas de éstos. Por ejemplo, en la medida en que un cliente decida afiliarse al pago de algunos servicios básicos a un producto financiero, como una tarjeta de crédito o débito, algunas entidades eliminan la cuota de manejo que cobran por este producto por un periodo determinado. En consecuencia, el cliente puede encontrar beneficios cruzados entre productos en la medida en que haga un uso eficiente de los servicios que le ofrece su entidad.

Adicionalmente, en algunas entidades las estrategias de incentivos están orientadas a premiar a los clientes más fieles y los que mejor uso hagan de los canales de servicio. De esta forma, se pueden generar beneficios en las características propias de los productos, como tasas, plazos y montos, entre otros, o en las tarifas que se cobran por éstos, a partir del tiempo de permanencia del cliente dentro de la entidad. Adicionalmente, los productos electrónicos, estructurados a través de plataformas telefónicas o de internet, generan importantes ventajas en términos de costo para el cliente, ya que no requieren de la presencia física del usuario en una oficina.

d. Mecanismos de cobro

Por su parte, el mecanismo de cobro de las tarifas por servicios financieros varía entre las diferentes entidades financieras de acuerdo con el tipo de producto y las características propias de su prestación. Mientras unas entidades cobran una tarifa por cada servicio que prestan, otras han decidido recientemente hacer un cobro único por tipo de cliente que cubra todos los servicios que éste recibe, ya bien sea por una base total fija o la combinación de una base fija y una adición variable en función del uso que el cliente haga de sus productos. Esta iniciativa busca consolidar en un solo rubro el cobro que la entidad realiza por la prestación de los servicios, con el fin de darle claridad al cliente sobre el costo real de sus transacciones.

Adicionalmente, algunas entidades asignan las tarifas de acuerdo con el tipo de plataforma o mecanismo que se utilice para la prestación de los servicios financieros, agrupando las tarifas de servicios similares en un cobro único por tipo de producto. Por ejemplo, algunas entidades cobran una tarifa única por la utilización de servicios en internet, que cubre todas las operaciones que se realicen a través de la plataforma tecnológica destinada para este fin, como los son la consulta de saldos, transferencia entre cuentas de la misma entidad, entre otras. De esta forma, la tarifa por utilizar estos servicios es fija, mientras que en otras entidades varía en función del número de veces que el cliente utilice los servicios.

3.3.2 Costos asociados a la determinación de tarifas

Es importante tener en cuenta que las tarifas reflejan un amplio conjunto de variables propias de la entidad, que determinan la mayoría de veces tanto la estrategia comercial como el funcionamiento operativo del establecimiento financiero. Dentro de estas variables sobresalen las inversiones en tecnología y en planta física, entre muchas otras, que pueden influir en la determinación de las tarifas de los servicios prestados. Sin embargo, no necesariamente el valor de las inversiones se transmite directamente al cliente final a través de los cobros por servicios, ya que múltiples

entidades financian parte de éstas a través de diferentes mecanismos, como son la capitalización o el endeudamiento.

Vale la pena resaltar que las estrategias enfocadas al mejoramiento de las plataformas tecnológicas y de los servicios virtuales, como los prestados a través de internet y servicios telefónicos, buscan sustituir en algunos casos las inversiones en planta física, de acuerdo con la estrategia comercial de la entidad. Esta estrategia contrasta ampliamente con las inversiones en número de oficinas, edificios y cajeros electrónicos que otras entidades realizan para aumentar su presencia en el territorio nacional, teniendo en cuenta su perfil de negocio y su población objetivo.

Adicionalmente, es importante tener en cuenta que aquellas entidades cuya estrategia está enfocada a incrementar sus servicios tecnológicos por encima de su presencia física a través de oficinas y puntos de servicio, suelen tener redes reducidas en número de cajeros electrónicos. Por lo tanto, utilizan las redes de otros proveedores con el fin de aumentar la cobertura en la prestación de sus servicios. La utilización de estas plataformas tiene un costo para la entidad financiera que en la mayoría de casos se transfiere al cliente final. En consecuencia, el consumidor financiero ve incrementada su capacidad para tener acceso a los servicios financieros, pero la mayoría de veces, con un costo superior al que tendría al hacer uso de la red propia de la entidad a la cual pertenece.

En este punto se destaca la función de las administradoras de Sistemas de Pago de Bajo Valor (SPBV), que consiste en facilitar la recepción, procesamiento, transmisión, compensación y/o liquidación de órdenes de transferencia y recaudo. En estos sistemas se encuentran los administradores de las franquicias de las tarjetas VISA y MASTERCARD, así como el servicio de cajeros automáticos de Servibanca, entre otros. En esta medida, las tarifas que debe cancelar el consumidor financiero cuando hace uso de alguna de estas redes, incluye el costo establecido por el SPBV hacia la entidad emisora, así como un margen adicional definido por esta última.

3.3.3 Definición y ajuste de tarifas

El proceso de definición y modificación de las tarifas para la mayoría de entidades incluye un conjunto de pasos similares entre todas éstas. En general, el primer paso en la definición de las tarifas financieras corresponde a la asignación que se realiza cuando se saca al mercado un producto nuevo, donde la tarifa se establece en función de las características del producto, la estrategia de comercialización y las condiciones propias de la región donde se implemente, entre otras. Existen diferencias operativas que influyen directamente en el costo asociado a cada producto financiero, que limitan su implementación en ciertas condiciones de funcionamiento. Por ejemplo, se resalta el caso de las entidades que pueden llegar a ofrecer múltiples tipos de cuentas de ahorro, las cuales, a pesar de ser el mismo producto, deben incorporar condiciones diferentes para hacer viable su implementación de acuerdo con los diferentes segmentos de mercado.

Adicionalmente, las entidades financieras incluyen factores adicionales en la definición inicial de las tarifas. Por una parte, tienen en consideración la estrategia comercial determinada para el producto y la posición relativa dentro del mercado. Además, incluyen pronósticos macroeconómicos con el fin de establecer la posible senda de crecimiento de estos costos financieros. De igual forma incluyen posibles inversiones y costos operativos incurridos para la prestación del servicio ofrecido.

Posteriormente a la implementación del producto, comúnmente las entidades financieras hacen revisiones periódicas de las tarifas cobradas por los servicios financieros para ajustarlas a las condiciones del mercado y de la economía. Después de una revisión de comienzo de año, la mayoría de las entidades financieras hacen revisiones mensuales y trimestrales para incorporar gradualmente los resultados de las principales variables económicas. Mientras que la revisión mensual permite analizar y eventualmente modificar la tendencia de las tarifas en función de la inflación, la trimestral lo hace en respuesta a las certificaciones de la tasa de interés bancario corriente (TIBC) para la modalidad de crédito de consumo y ordinario y para la de

microcrédito. Cualquier modificación a las tarifas debe ser informada con anticipación a los consumidores financieros.

3.3.4 Vínculo entre el nivel de tarifas y un consumidor informado

En resumen, las tarifas que son asumidas por el cliente corresponden directamente al proceso de determinación que sigue la entidad financiera para establecerlas y el uso eficiente de los productos ofrecidos por la entidad. En la medida en que el usuario pueda identificar aquellas reducciones en los costos en los que incurre al utilizar los servicios financieros prestados por su entidad, podrá reducir la carga financiera que le genera la utilización éstos. La mayoría de beneficios se generan al tener portafolios de servicios y al hacer un uso adecuado de las plataformas propias de la entidad prestadora del producto.

En consecuencia, el consumidor financiero está en capacidad de optimizar el uso de los servicios financieros de tal forma que le genere una reducción en los costos generados por su utilización. La mayoría de entidades financieras han diseñado incentivos para la masificación de productos basados en plataformas tecnológicas, cuyo costo la mayoría de veces es inferior a los que requieren la presencia física del cliente. Adicionalmente, otorgan beneficios a los usuarios en función de la fidelidad que se logre de éste y de la utilización eficiente que se realice de los recursos de la entidad, como son la eliminación de cobro por un número definido de retiros en cajeros electrónicos.

Por lo tanto, se deben mejorar las estrategias de comunicación al consumidor financiero, específicamente de las tarifas cobradas por los servicios financieros y de las reducciones que se pueden obtener al hacer uso de paquetes de productos o de estrategias comerciales. Adicionalmente, se debe propender por mejorar la educación financiera para orientar a los clientes del sistema sobre las mejores prácticas que deben seguir para maximizar el uso del dinero y reducir los costos asociados a la prestación de los servicios financieros.

4 EVOLUCIÓN DE LAS TARIFAS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Las tarifas que se presentan en este capítulo corresponden a las remitidas por los establecimientos de crédito durante el periodo abril de 2006 – marzo de 2011 y hacen referencia a los productos y servicios con la mayor participación en el sistema, específicamente las cuentas de ahorro y las tarjetas de crédito. Se presenta en primer lugar el nivel actual² de las tarifas máximas de los productos y servicios mencionados y, en segunda instancia, la consolidación de la evolución histórica y las variaciones semestrales de las mismas. Es importante señalar que estas tarifas pueden ser menores para algunos consumidores financieros de acuerdo con la modalidad contractual o el convenio establecido con la entidad financiera.

4.1 TARIFAS PUBLICADAS EN DIARIOS DE AMPLIA CIRCULACIÓN NACIONAL CON CORTE A MARZO DE 2011

Importante:

- Esta información corresponde a cifras remitidas por los Establecimientos de Crédito al 31 de marzo de 2011 y hace referencia a los dos productos de mayor consumo.
- Los valores de cuenta de ahorro corresponden a las tarifas referidas al manejo de la cuenta de ahorro tradicional o estándar.
- Se publica la información correspondiente a las tarjetas de crédito VISA y Mastercard Clásicas, American Express Blue y las propias de los establecimientos de crédito.
- Las tasas de interés de las tarjetas corresponden a un promedio ponderado de las cobradas en las transacciones de compras y avances realizadas durante la semana del 28 de marzo al 1 de abril de 2011, superiores a un mes de plazo. La tasa de usura para crédito de consumo y ordinario que aplica a partir del 1 de abril y hasta el 30 de junio de 2011 es de 26.54% E.A.
- Estas tarifas pueden variar dependiendo de la modalidad contractual o del convenio que celebre el consumidor financiero con la entidad financiera.
- Los precios publicados incluyen IVA, en los casos que aplique.

² Información a marzo de 2011.

Cuadro 10. Tarifas publicadas en marzo de 2011 – Cuentas de ahorro

ENTIDADES \ TARIFAS	Cuota de manejo por la cuenta de ahorros		Costo del talonario para el manejo de la cuenta de ahorros		Cuota de manejo por la tarjeta débito de la cuenta de ahorros		Costo por consignación nacional en oficina diferente a la de radicación de la cuenta	Costo fijo consulta de saldo en cajero de la entidad	Costo por retiros en cajero de la entidad	Costo por transferencia en cajero a diferente titular de la entidad	Costo consulta de saldo en cajero de otra entidad	Costo por retiros de efectivo en cajero otra entidad	Costo de pagos a terceros en cajero otra entidad	Costo Fijo por acceso a internet	Consulta de saldo por internet	Costo por transferencia por internet a cuentas de diferente titular de la entidad	Costo por pagos a terceros por internet
	Valor de la cuota	Forma de cobro	Valor del talonario	N° de volantes	Valor de la cuota	Forma de cobro	Valor del cobro	Valor de la consulta	Valor del retiro	Valor de la transferencia	Valor de la consulta	Valor del retiro	Valor del pago	Valor del acceso	Valor de la consulta	Valor de la transferencia	Valor del cobro
AV VILLAS	\$ 737	M.V.	\$ 80,040	20	\$ 8,750	M.A.	\$ 10,672	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 6,750	\$ 6,750	\$ 6,750	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANAGRARIO	\$ 0		\$ 44,000	20	\$ 7,340	M.A.	\$ 9,765	\$ 1,320	\$ 1,320		\$ 4,600	\$ 4,600			\$ 0	\$ 840	\$ 840
BANCAMIA	\$ 0			0			\$ 0										
BANCO COLPATRIA	\$ 0		\$ 81,400	20	\$ 8,600	M.A.	\$ 10,800	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,900	\$ 6,700	\$ 6,700		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANCO DE BOGOTA	\$ 0		\$ 62,640	15	\$ 8,500	M.A.	\$ 10,672	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 6,750	\$ 6,750	\$ 6,750	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANCO DE OCCIDENTE	\$ 0		\$ 41,760	30	\$ 8,800	M.A.	\$ 10,672	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 6,750	\$ 6,750	\$ 6,750	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANCO GNB SUDAMERIS	\$ 7,192	M.A.	\$ 38,860	40	\$ 0		\$ 6,380	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 0	\$ 0	\$ 1,624	\$ 0
BANCO POPULAR	\$ 4,933	M.V.	\$ 53,239	25	\$ 28,174	T.A.	\$ 10,672	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 6,750	\$ 6,750	\$ 6,750	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2,307
BANCO PROCREDIT COLOMBIA	\$ 0		\$ 0	45			\$ 0								\$ 0	\$ 1,000	
BANCO SANTANDER	\$ 0		\$ 63,000	30	\$ 9,500	M.A.	\$ 10,800	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 2,200	\$ 6,900	\$ 6,900	\$ 6,900	\$ 0	\$ 0	\$ 1,700	\$ 920
BANCOLOMBIA	\$ 0		\$ 68,000	20	\$ 8,250	M.A.	\$ 10,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 7,500	\$ 7,500		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BANCOOMEVA	\$ 0		\$ 20,000	20	\$ 9,500	M.A.	\$ 5,500	\$ 990	\$ 990		\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000			\$ 900	\$ 900
BBVA COLOMBIA	\$ 0		\$ 68,440	20	\$ 9,300	M.A.	\$ 11,484	\$ 1,250	\$ 0	\$ 1,700	\$ 7,100	\$ 7,100	\$ 7,100	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BCSC	\$ 6,380	M.A.	\$ 75,632	20	\$ 9,200	M.V.	\$ 9,976	\$ 0	\$ 1,000	\$ 0	\$ 7,000	\$ 7,000		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CITIBANK COLOMBIA	\$ 0			0	\$ 8,300	M.A.	\$ 0	\$ 0	\$ 0		\$ 6,900	\$ 6,900	\$ 6,900	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CMR FALABELLA	\$ 0			0													
COLTEFINANCIERA	\$ 0		\$ 0	25			\$ 0							\$ 0			
CONFIAR COOP FINAN	\$ 0		\$ 18,000	30	\$ 3,700	M.V.	\$ 0				\$ 2,200	\$ 2,200		\$ 0	\$ 0	\$ 0	
COOPINER COOP FINAN	\$ 0		\$ 26,000	30	\$ 3,500	M.A.	\$ 0	\$ 1,270	\$ 1,270		\$ 6,800	\$ 6,800					
COOMEVA COOP FINAN	\$ 0		\$ 20,000	20	\$ 9,500	M.A.	\$ 5,500	\$ 990	\$ 990		\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000			\$ 900	\$ 900
COOP FINAN DE ANTIOQUIA	\$ 0		\$ 35,000	30	\$ 2,600	M.V.	\$ 7,500	\$ 1,100	\$ 1,100		\$ 4,000	\$ 4,000				\$ 1,600	\$ 1,600
COOP FINAN JOHN F. KENNEDY	\$ 0		\$ 27,000	30													
COOPCENTRAL	\$ 0		\$ 25,000	30			\$ 6,695							\$ 0	\$ 0		
CORFICOLOMBIANA	\$ 0			0			\$ 0								\$ 0		
COTRAFA COOP FINAN	\$ 0		\$ 4,000	25	\$ 1,500	M.V.	\$ 0				\$ 1,000	\$ 1,000		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DAVIVIENDA	\$ 0		\$ 74,000	20	\$ 8,500	M.A.	\$ 9,500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FINAMERICA	\$ 0		\$ 15,000	10				\$ 1,700	\$ 1,700		\$ 3,400	\$ 3,400					
FINANCIERA JURISCOOP COOP FINAN	\$ 0			0	\$ 4,000	M.A.	\$ 0	\$ 900	\$ 900		\$ 3,500	\$ 3,500				\$ 600	
FINANDINA	\$ 0		\$ 0	10			\$ 1,500							\$ 0	\$ 0		
GIROS Y FINANZAS	\$ 2,500	M.A.		0			\$ 8,700										
HELM BANK	\$ 12,064	M.V.	\$ 69,000	20	\$ 0		\$ 9,512	\$ 3,296	\$ 3,296		\$ 6,499	\$ 6,499		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
HSBC COLOMBIA	\$ 0			0	\$ 7,200	M.A.	\$ 9,048	\$ 3,400	\$ 3,400		\$ 7,200	\$ 7,200		\$ 0	\$ 0	\$ 5,500	\$ 0
INVERSORA PICHINCHA	\$ 0			0							\$ 2,451						
MACROFINANCIERA	\$ 0			0	\$ 6,000	M.A.	\$ 2,000		\$ 3,300		\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 5,500				
SCOTIA BANK	\$ 0			0			\$ 0							\$ 0	\$ 0	\$ 1,200	

No presta el servicio / no aplica
T.A. Trimestre anticipado
M.A. Mes anticipado
M.V. Mes vencido

Cuadro 11. Tarifas publicadas en marzo de 2011 – Tarjetas de crédito

ENTIDADES \ TARIFAS	Tasa efectiva anual (tarjeta de crédito)	Cuota de manejo de la tarjeta de crédito VISA		Cuota de manejo de la tarjeta de crédito MASTERCARD		Cuota de manejo de la tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS		Cuota de manejo de la tarjeta de crédito DINERS		Cuota de manejo de las tarjetas de crédito propias			Costo por avance en efectivo en oficina	Costo por avance en efectivo en cajeros propios	Costo por avance en efectivo en cajero otra entidad	Costo por avance con tarjeta de crédito por internet
	Valor de tasa	Valor cuota de manejo	Forma de cobro	Valor cuota	Forma de cobro	Valor cuota	Forma de cobro	Valor cuota	Forma de cobro	Nombre de la tarjeta	Valor cuota	Forma de cobro	Valor del avance	Valor del avance	Valor del avance	Valor del avance
AV VILLAS	23.29%	\$ 46,200	T.A.	\$ 46,200	T.A.								\$ 6,000	\$ 5,500	\$ 6,750	\$ 4,350
BANAGRARIO	23.20%	\$ 12,519	M.A.										\$ 0	\$ 3,439	\$ 4,800	
BANCO COLPATRIA	22.56%	\$ 48,300	T.A.	\$ 48,300	T.A.					"Fácil Codensa"	\$ 5,600	M.V.	\$ 9,000	\$ 7,000	\$ 8,500	\$ 7,000
BANCO DE BOGOTA	23.21%	\$ 44,700	T.A.	\$ 44,700	T.A.								\$ 8,000	\$ 5,500	\$ 6,750	\$ 0
BANCO DE OCCIDENTE	22.97%	\$ 47,610	T.A.	\$ 47,610	T.A.								\$ 8,000	\$ 5,500	\$ 6,750	\$ 0
BANCO GNB SUDAMERIS	22.42%	\$ 31,200	T.V.										\$ 3,650	\$ 3,650	\$ 4,500	\$ 0
BANCO POPULAR	20.95%	\$ 14,419	M.V.										\$ 8,000	\$ 5,500	\$ 6,750	\$ 4,167
BANCO SANTANDER	23.13%	\$ 46,900	T.V.	\$ 46,900	T.V.								\$ 5,700	\$ 5,700	\$ 5,700	\$ 0
BANCOLOMBIA	23.02%	\$ 46,500	T.A.	\$ 46,500	T.A.	\$ 48,500	T.A.						\$ 7,800	\$ 6,000	\$ 7,250	
BANCOOMEVA	20.74%									"Tarjeta Coomeva"	\$ 9,000	M.V.				
BBVA COLOMBIA	23.01%	\$ 48,200	T.A.	\$ 48,200	T.A.								\$ 7,500	\$ 7,000	\$ 7,100	\$ 7,000
BCSC	22.83%	\$ 46,000	T.A.	\$ 46,000	T.A.								\$ 7,000	\$ 5,000	\$ 6,000	\$ 0
CITIBANK COLOMBIA	21.98%	\$ 16,000	M.A.	\$ 16,000	M.A.								\$ 8,500	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 0
CMR FALABELLA	23.39%									"CMR Falabella"	\$ 11,900	M.V.	\$ 4,000		\$ 4,000	
COOMEVA COOP FINAN	20.74%									"Tarjeta Coomeva"	\$ 9,000	M.V.				
DAVIVIENDA	23.29%	\$ 47,000	T.A.	\$ 47,000	T.A.			\$ 62,000	T.A.	"Spring Step"	\$ 5,500	M.A.	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 7,000
GIROS Y FINANZAS	23.73%									"La 14"	\$ 12,000	M.V.				
HELM BANK	23.25%	\$ 46,000	T.V.										\$ 8,250	\$ 6,644	\$ 6,450	
HSBC COLOMBIA	22.98%	\$ 16,100	M.A.	\$ 16,100	M.A.								\$ 7,000	\$ 5,000	\$ 7,500	\$ 5,500
INVERSORA PICHINCHA	23.70%	\$ 7,000	M.V.										\$ 0		\$ 2,800	
LA POLAR	23.58%									"La Polar"	\$ 13,800	M.V.				
TUYA	24.36%									"Tarjeta Éxito"	\$ 16,000	M.V.				

No presta el servicio / no aplica
 M.A. Mes anticipado
 M.V. Mes vencido
 T.A. Trimestre anticipado
 T.V. Trimestre vencido

4.2 EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y VARIACIONES SEMESTRALES DE LAS TARIFAS POR PRODUCTO Y/O SERVICIO

Importante:

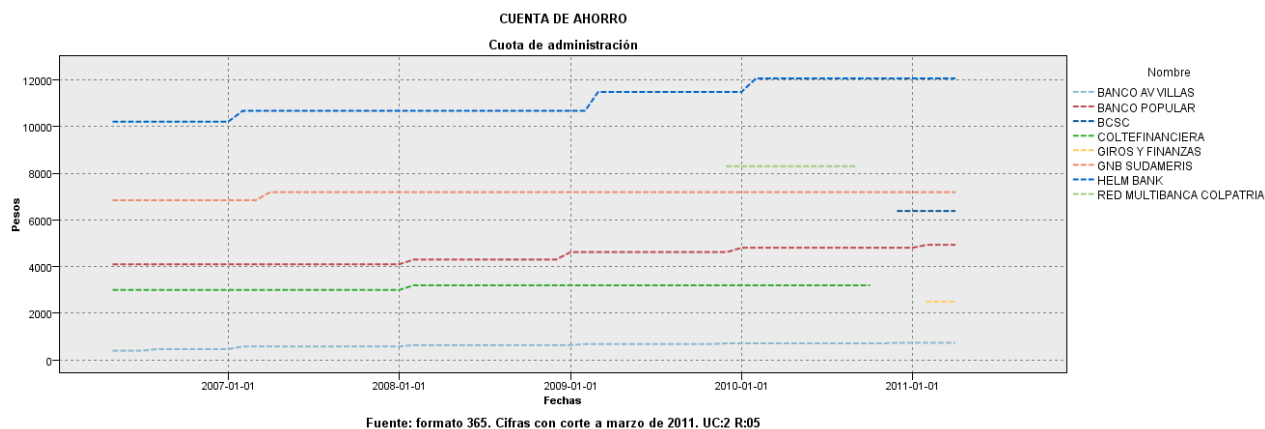
En las gráficas de evolución histórica por producto y/o servicio sólo aparecen las entidades que prestan y cobran (o cobraron) por el servicio respectivo.

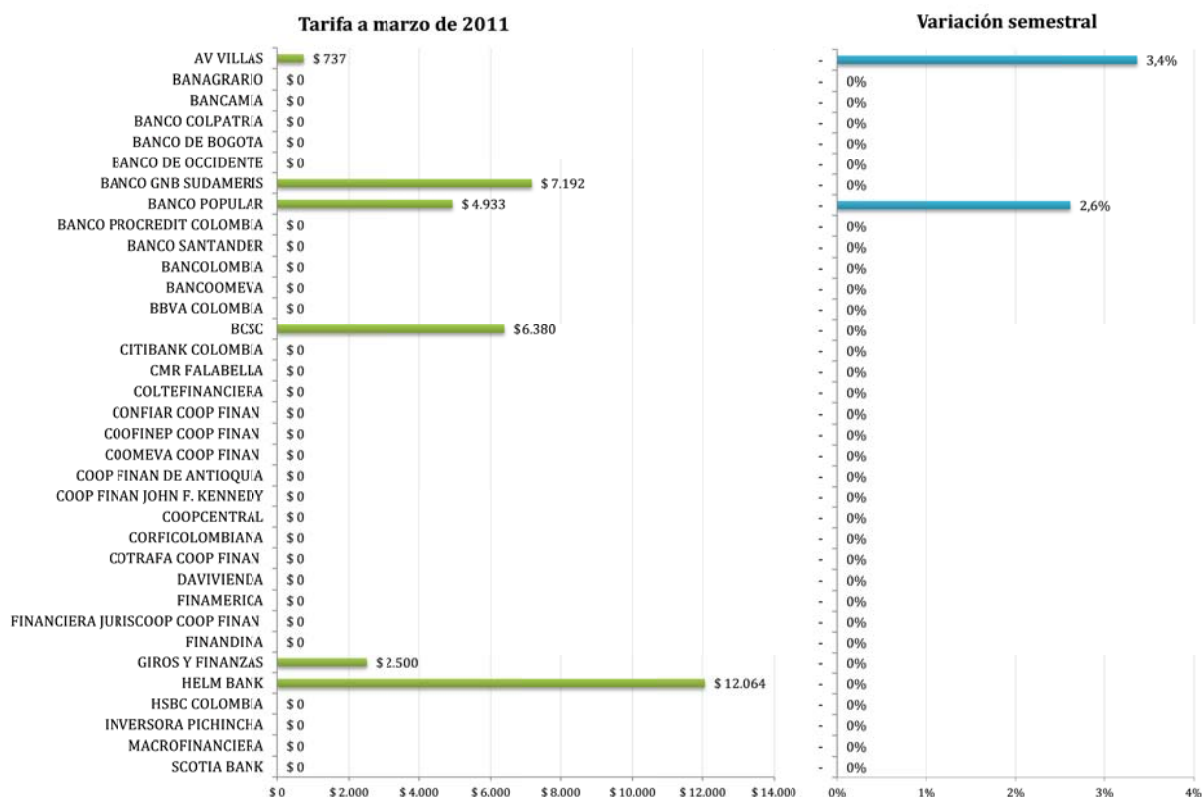
Si la entidad no reporta valor en la gráfica referente a la variación semestral, en la parte de “tarifa a marzo de 2011” (vacío), indica que dicho establecimiento no presta el servicio mencionado.

4.2.1 Cuenta de ahorros

4.2.1.1 Cuota de manejo por la cuenta de ahorros

Gráfica 3



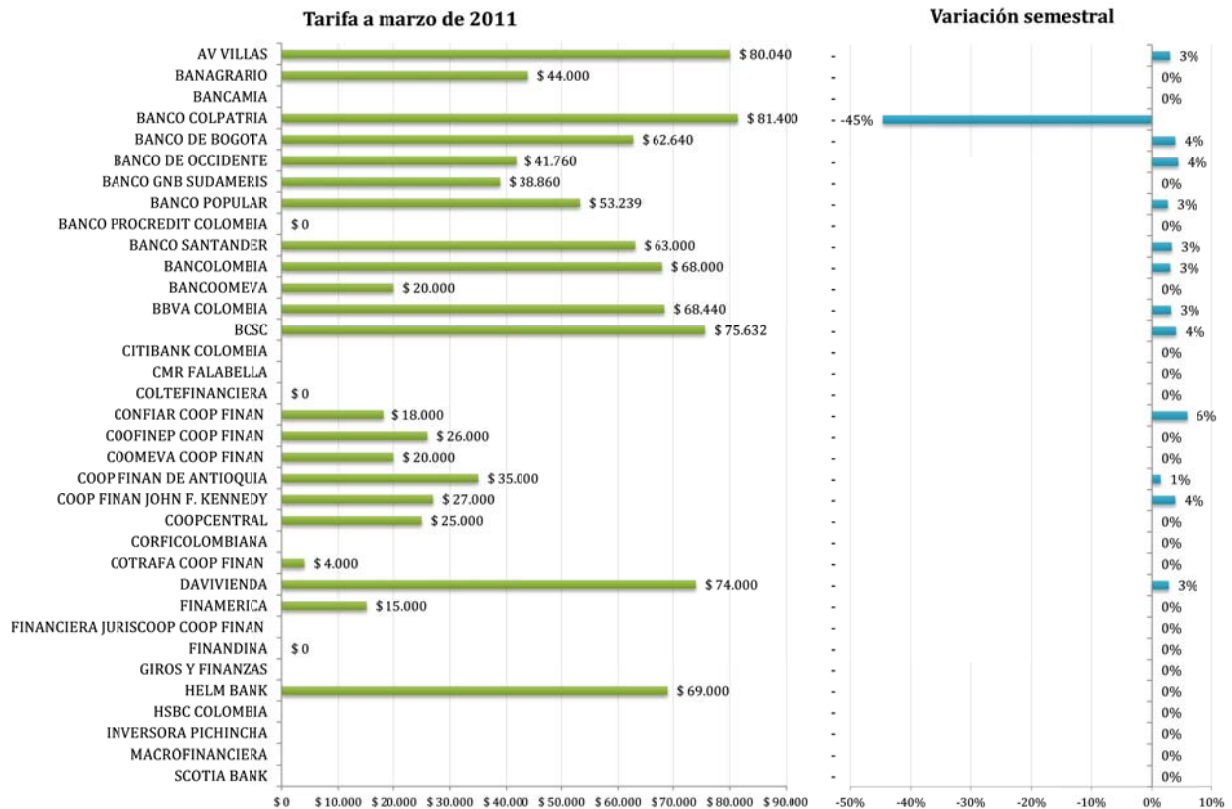
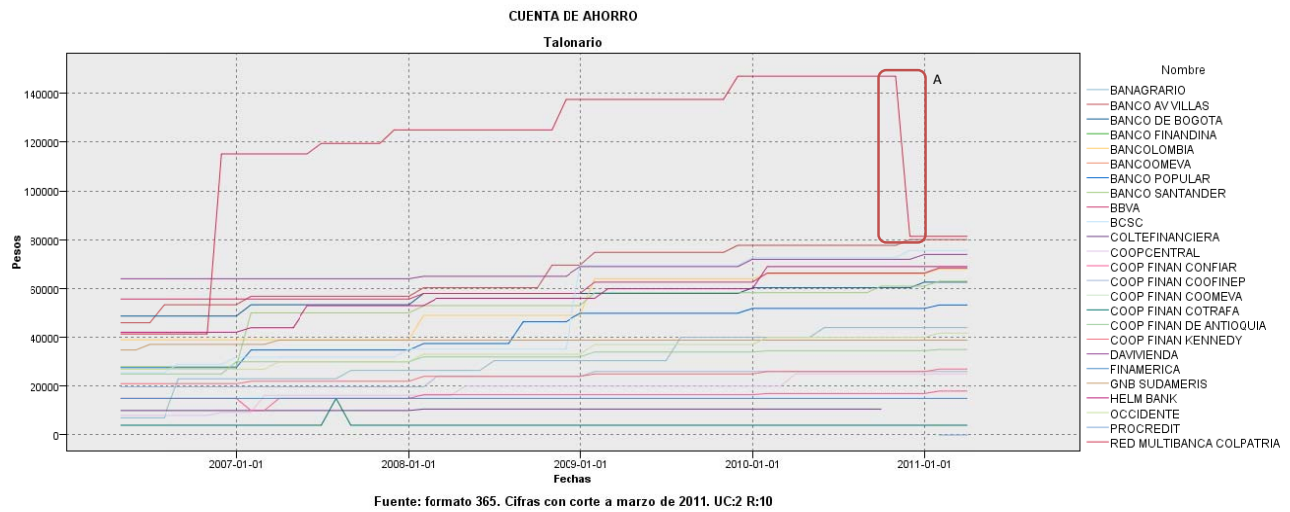


De los 35 establecimientos de crédito que ofrecen el producto de cuenta de ahorros, 6 entidades cobran una cuota de manejo sobre la misma, con valores que oscilan entre los \$737 hasta los \$12.064. En su evolución histórica se observa que el cobro sobre este servicio ha presentado una tendencia ascendente.

Durante el semestre se destaca que el Banco Colpatría y la compañía de financiamiento Coltefinanciera eliminaron la cuota sobre este servicio, mientras que el Banco BCSC y la compañía de financiamiento Giros y Finanzas empezaron a cobrar el mismo. Por su parte, el Banco AV Villas y el Banco Popular realizaron un ajuste al alza sobre el valor de su cobro en 3.4% y 2.6%, respectivamente.

4.2.1.2 Costo del talonario para el manejo de la cuenta de ahorros

Gráfica 4

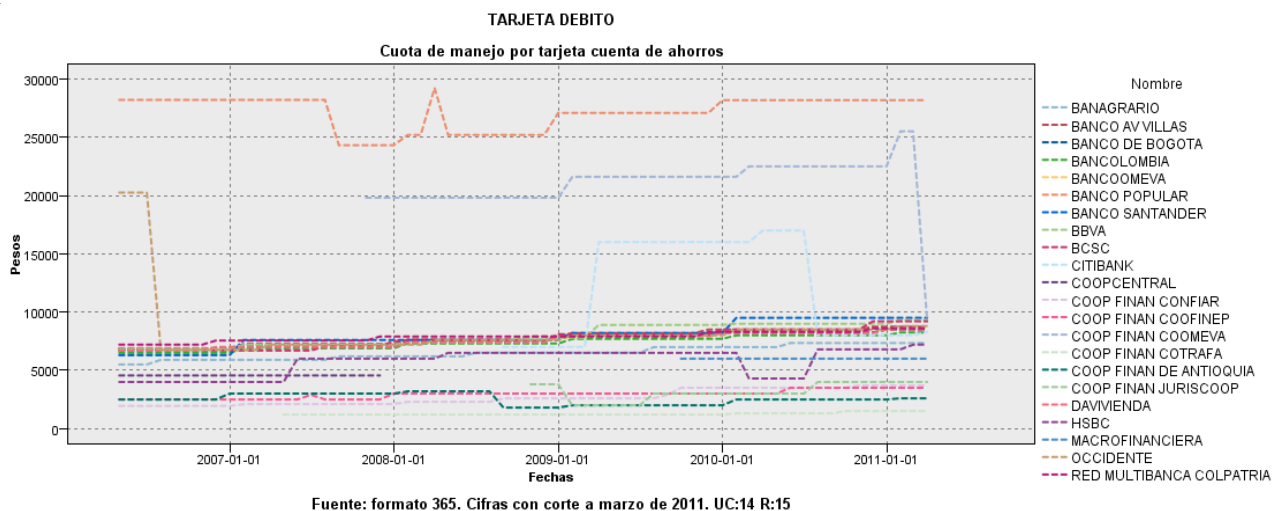


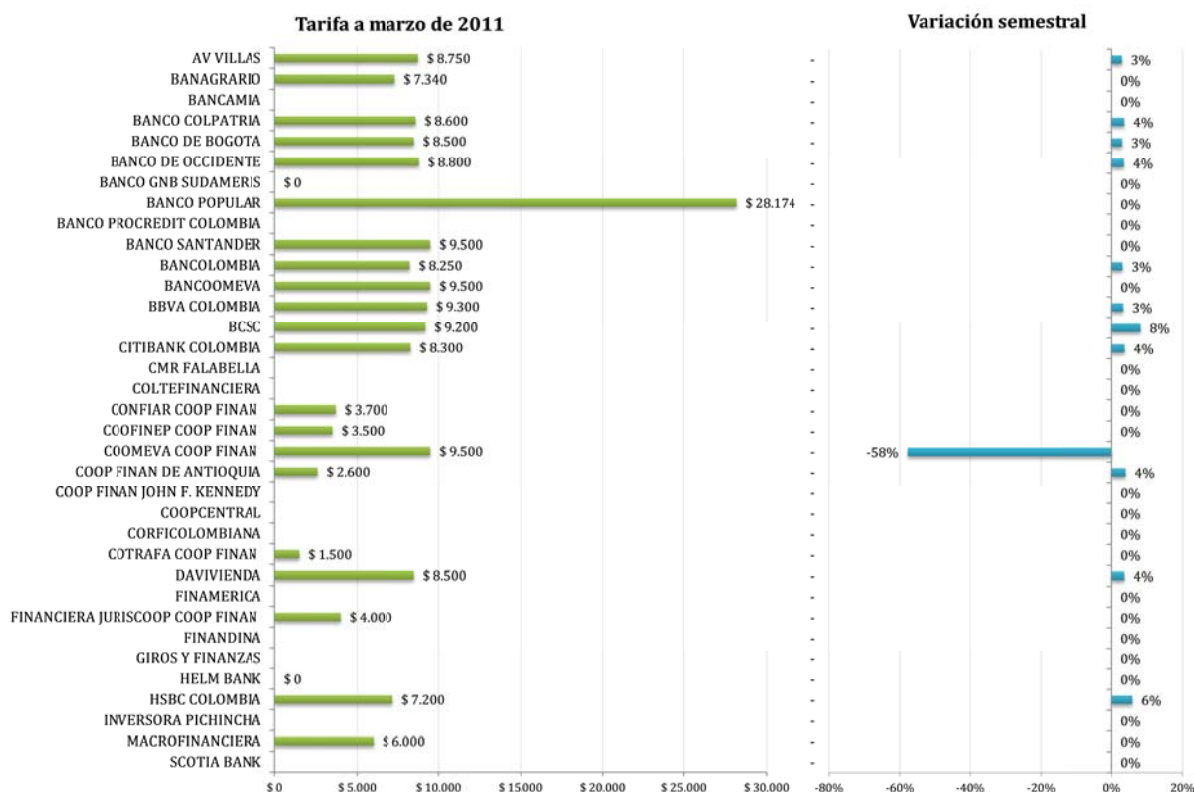
Las entidades difieren de forma importante en el valor y el número de volantes del talonario para el manejo de la cuenta de ahorros. En general, el talonario presenta un alto costo debido al interés de las entidades en que los clientes utilicen los canales alternativos a las oficinas para la realización de transacciones, por ejemplo, los cajeros automáticos. Es así como tan sólo 3 entidades no cobran por este producto, específicamente el Banco Procredit, Coltefinanciera y Finandina.

La mayor disminución durante el semestre en esta tarifa fue registrada por el Banco Colpatria (caso "A"), lo que obedece principalmente a la variación en las características del talonario ofrecido pasando de 40 a 20 volantes. En este mismo periodo, la cooperativa financiera Coomeva inició el cobro de este producto.

4.2.1.3 Cuota de manejo por la tarjeta débito de la cuenta de ahorros

Gráfica 5



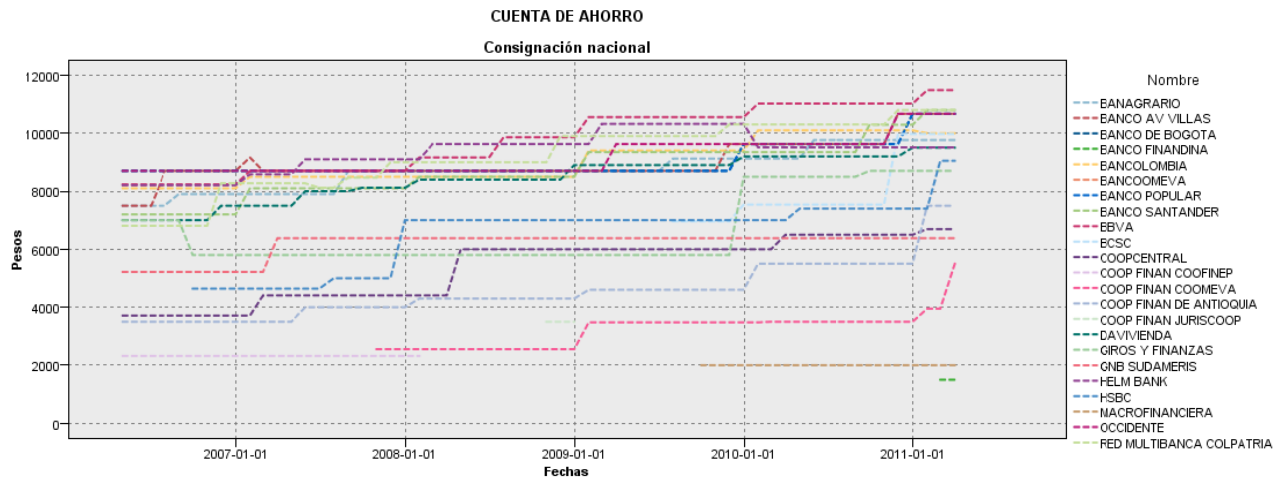


En general, la cuota de manejo por la tarjeta débito ha presentado un comportamiento estable. En relación con las variaciones que se observan en la gráfica de evolución histórica, se encuentra que en “A” se presentó una modificación en la forma de cobro del Banco de Occidente de trimestre a mes anticipado. En el caso “B” se presentó un incremento en la tarifa sin realizar cambios sobre la forma de cobro. De esta manera, Citibank mantuvo esta cuota en un nivel promedio de \$16.500 entre marzo de 2009 y junio de 2010, disminuyendo a \$8.000 en julio del año anterior.

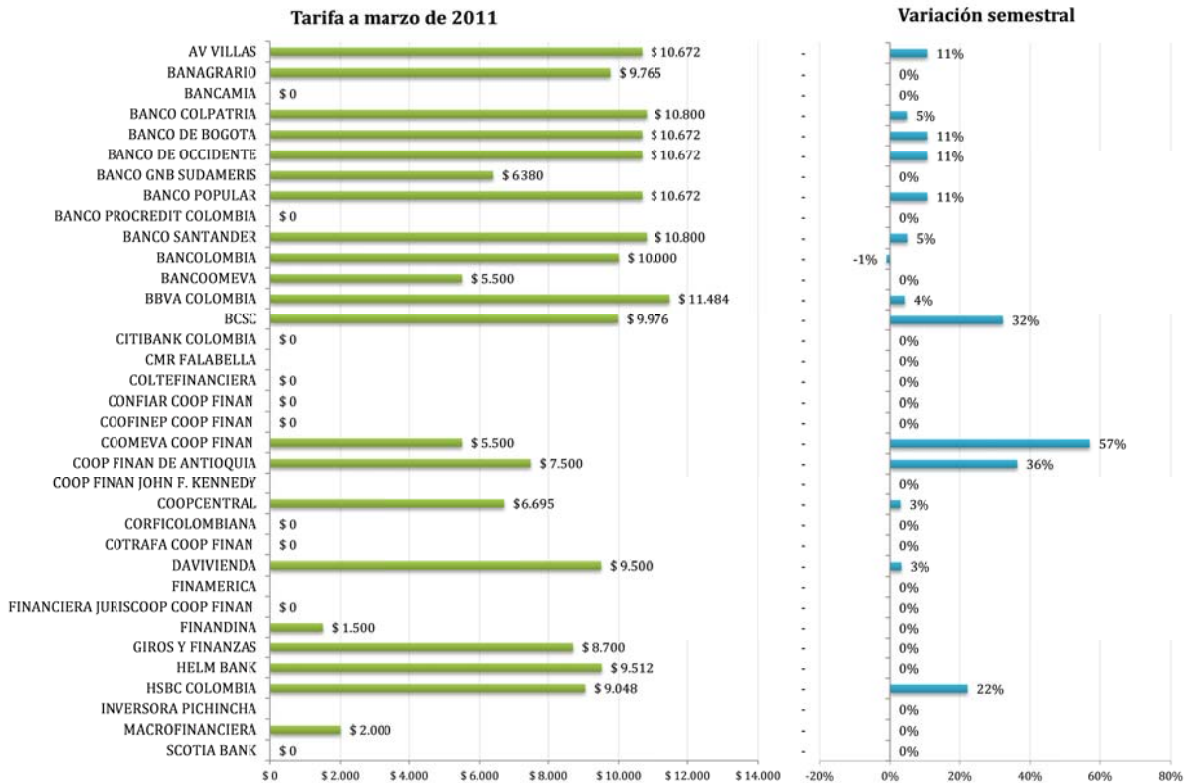
El Banco Popular es en este momento la única entidad que presenta una forma de cobro trimestral, mientras las demás entidades realizan el cobro de esta tarifa de forma mensual. Durante el semestre, la variación negativa en el valor de este servicio registrado por la cooperativa financiera Coomeva (caso “C”) se explica en gran medida, por el cambio en la forma de cobro de trimestral a mensual, mientras el mayor ajuste al alza en la tarifa con un 8% fue registrado por el Banco BCSC.

4.2.1.4 Costo por consignación nacional en oficina diferente a la de radicación de la cuenta

Gráfica 6



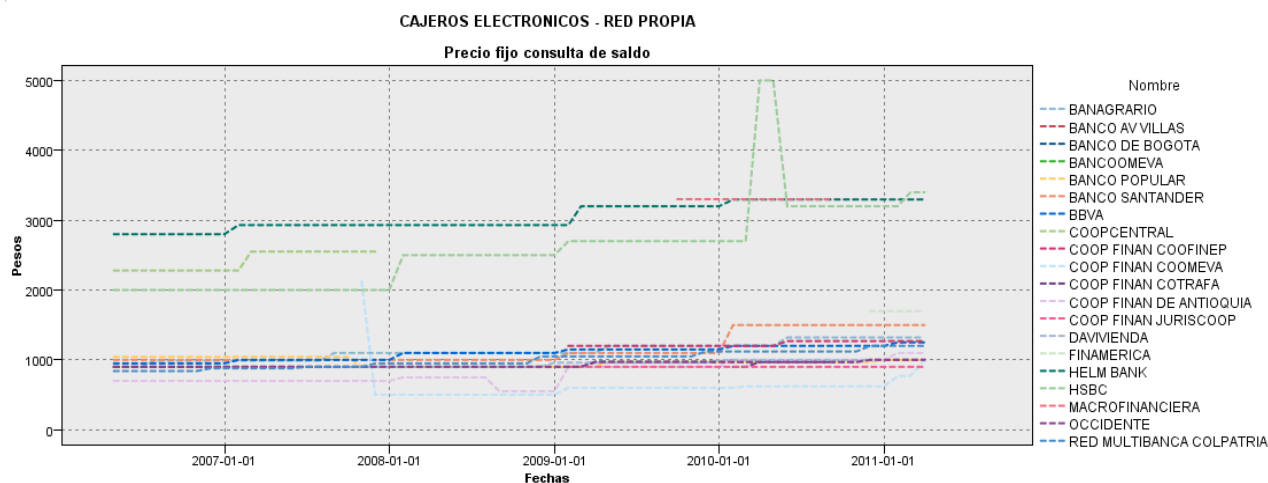
Fuente: formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:02 R:55

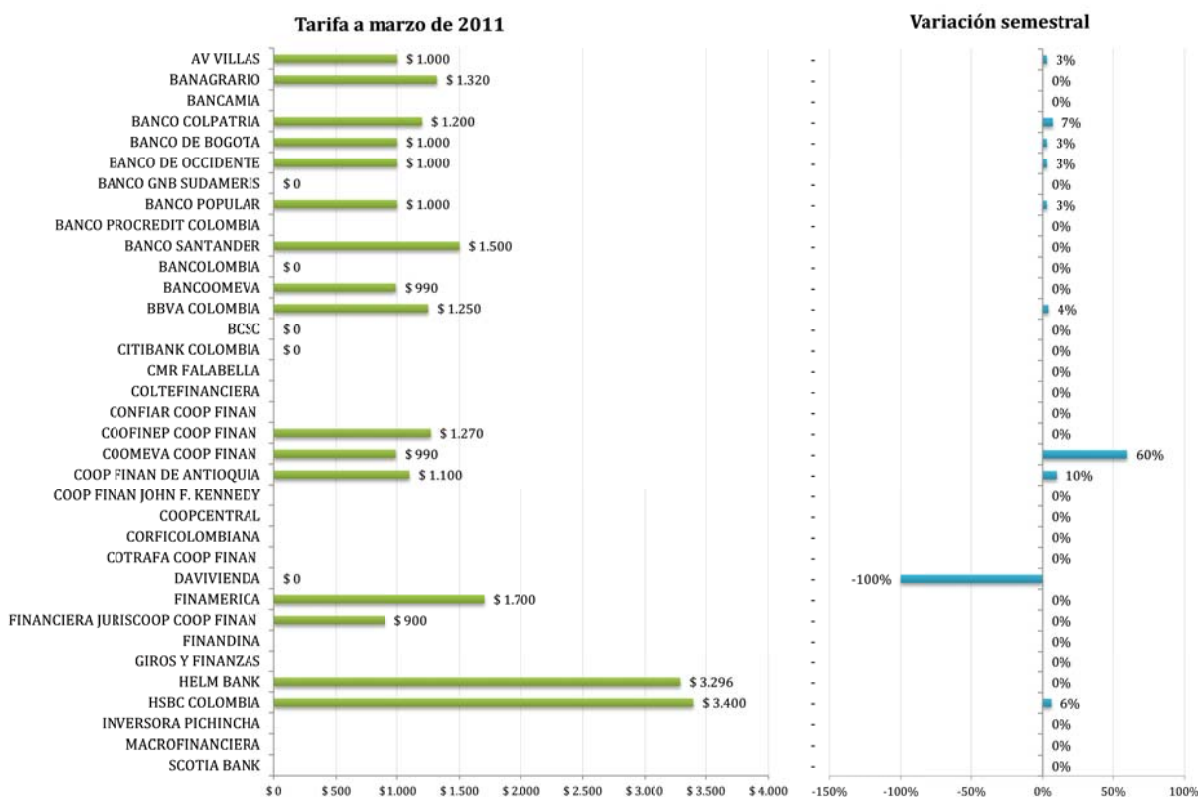


El costo por consignar en una oficina diferente a la de radicación de la cuenta se ha incrementado. De los 35 establecimientos de crédito que ofrecen el servicio de cuenta de ahorros, sólo 4 no prestan este servicio y 10 de éstos lo proveen de forma gratuita. El mayor incremento en esta tarifa en el semestre más reciente fue registrado por la cooperativa financiera Coomeva (57%), mientras Bancolombia la redujo levemente (1%). La mayor tarifa frente a este servicio es observada en el caso de BBVA Colombia al ubicarse en un nivel de \$11.484.

4.2.1.5 Costo fijo consulta de saldo en cajero de la entidad

Gráfica 7



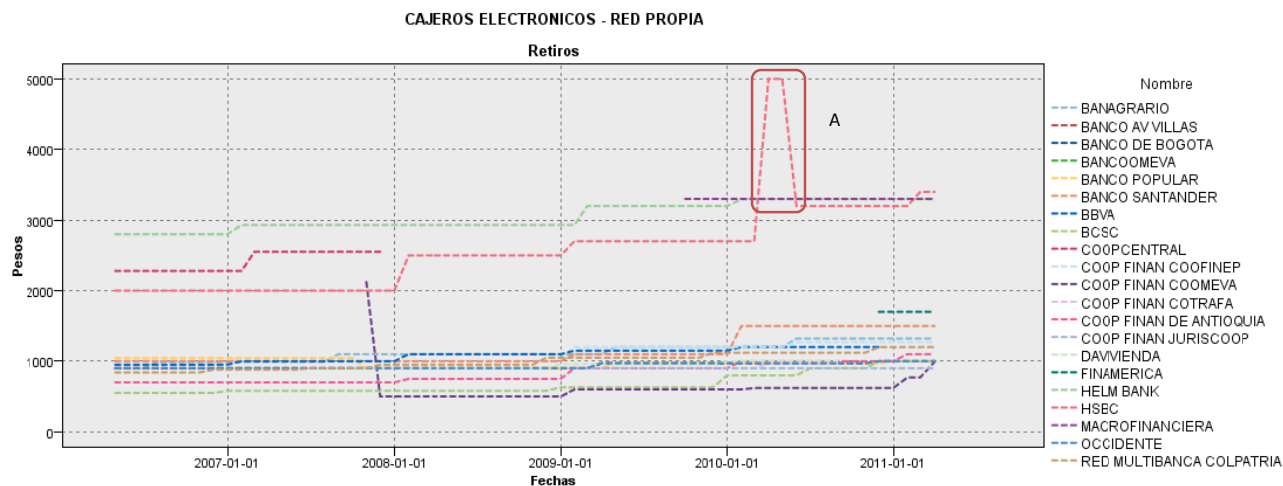


En la primera mitad de 2010 el Banco HSBC realizó un importante ajuste al alza en su tarifa (caso “A”), modificación que duró dos meses y que retrocedió a su ritmo de tendencia ascendente observado desde abril de 2006. Actualmente esta entidad registra el costo máximo por este servicio (\$3.400).

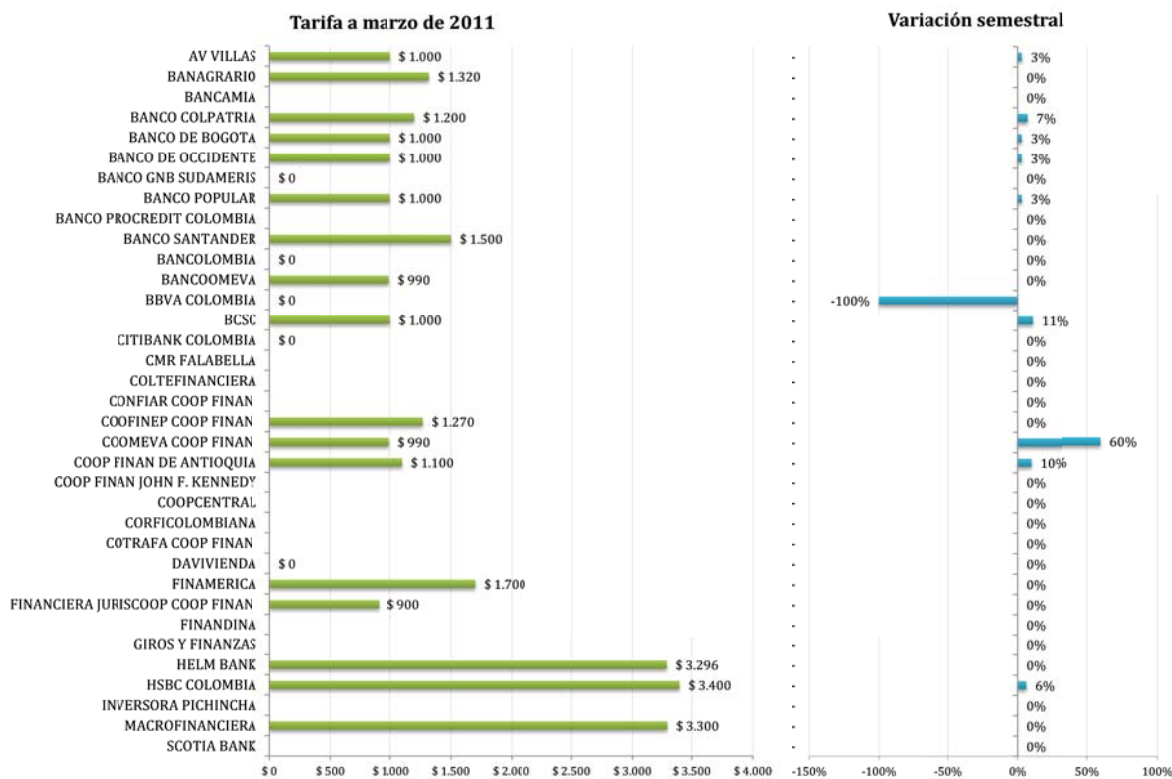
La mayoría de entidades presentan una cuota fija por la consulta de saldo en cajeros de red propia entre \$900 y \$1.700. En el semestre más reciente el Banco Davivienda eliminó el cobro de la consulta de saldo en sus cajeros, mientras la compañía de financiamiento Finamerica empezó a prestar este servicio. En igual periodo, la cooperativa financiera Coomeva incrementó su tarifa en 60%.

4.2.1.6 Costo por retiros en cajero de la entidad

Gráfica 8



Fuente: formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:15 R:15

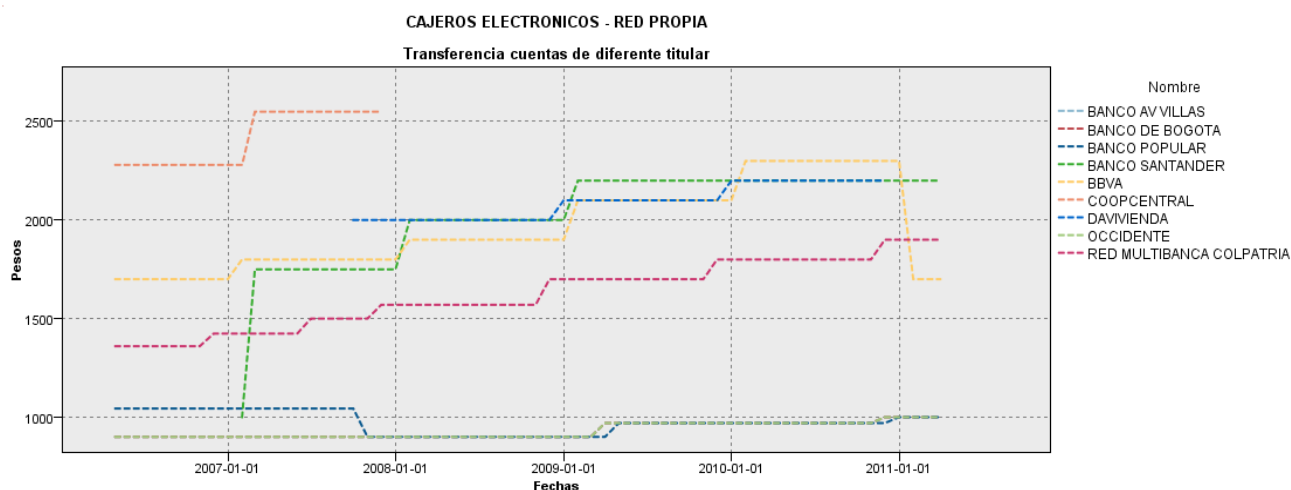


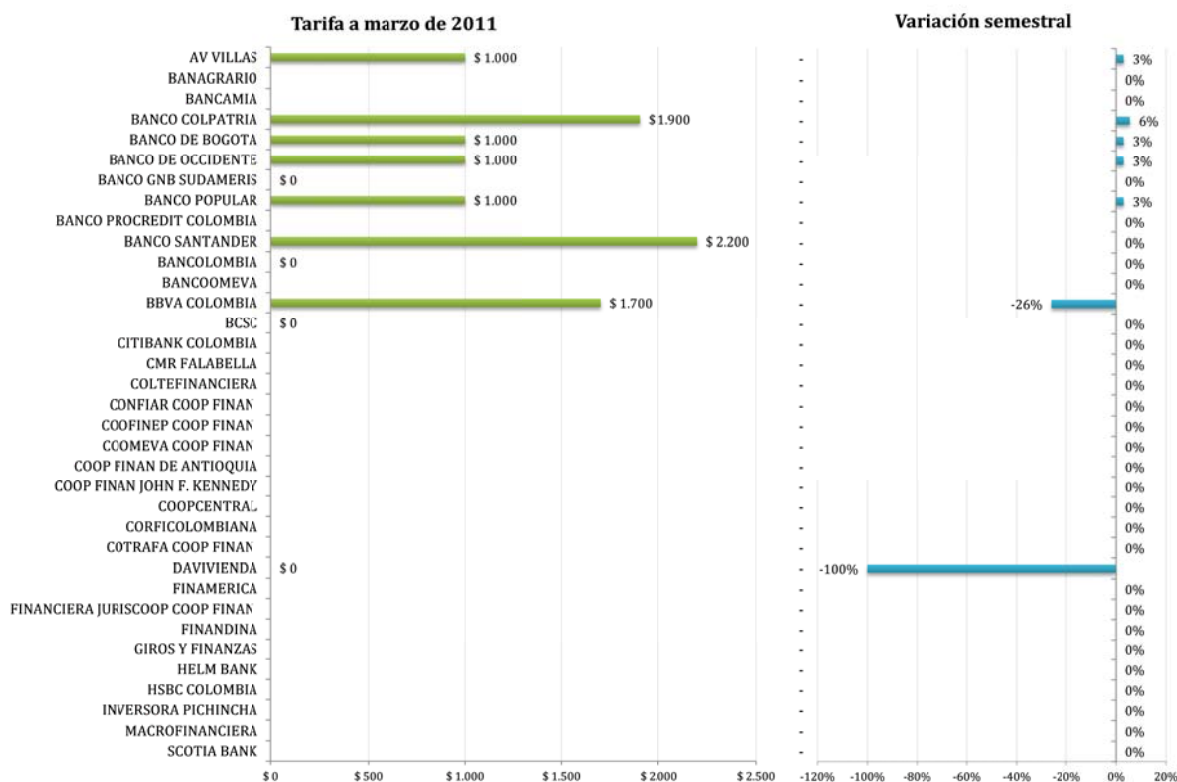
En marzo y abril de 2010, el Banco HSBC presentó el mayor costo por concepto de retiros en cajeros de red propia observado desde el inicio de la serie (abril de 2006), para mayo de ese año ajustó su tarifa siguiendo la tendencia en el incremento proporcional que venía registrando en promedio desde 2006 (caso “A”). A marzo de 2011 fue la entidad con el mayor cobro por este concepto (\$3.400). La mayor parte de entidades que ofrecen este servicio, ubican su cobro en un valor entre \$900 y \$1.700. Frente a este último rango, sólo 3 entidades presentan un valor superior, a saber: Helm Bank, HSBC y Macrofinanciera.

En los seis meses más recientes el Banco BBVA Colombia eliminó el cobro sobre los retiros en sus cajeros. Por su parte, la cooperativa financiera Coomeva aumentó su tarifa en 60% al ubicarla en \$990, en tanto que la compañía de financiamiento Finamerica comenzó a recaudar sobre este servicio.

4.2.1.7 Costo por transferencia en cajero a diferente titular de la entidad

Gráfica 9



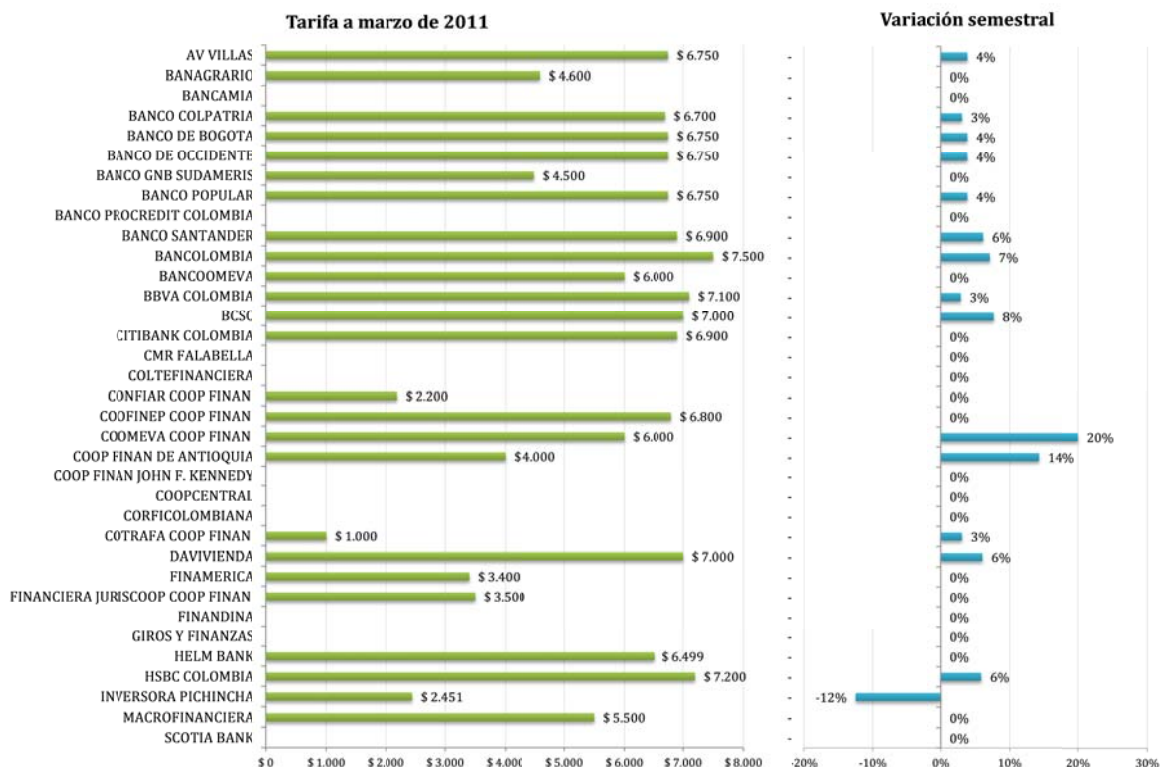
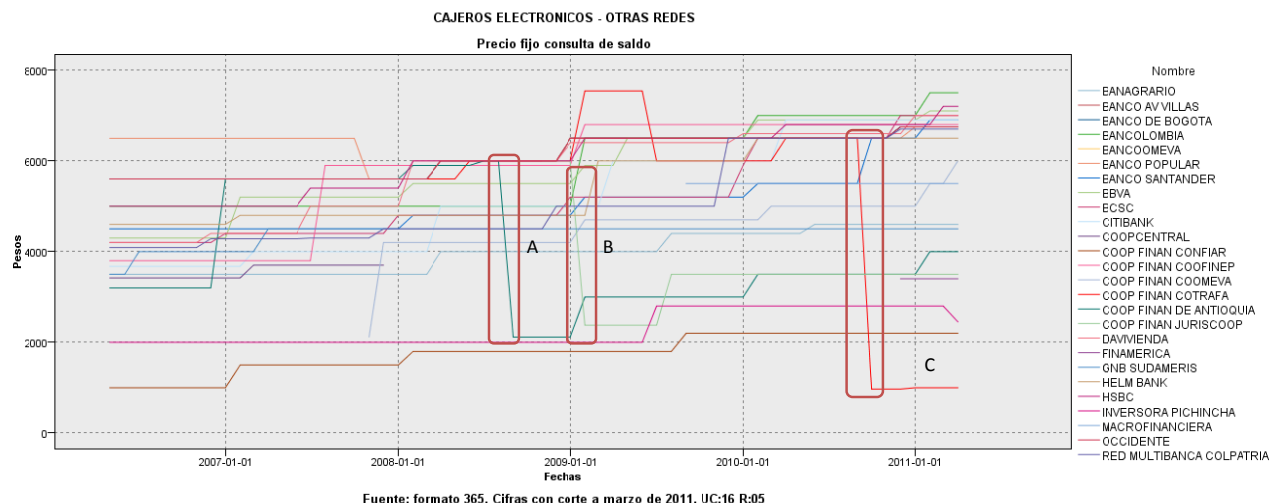


De las 11 entidades brindan el servicio de transferir recursos por cajero a diferente titular de la entidad. De éstas, 4 no presentan ningún cobro, mientras que las que si lo hacen presentan una cuota que oscila entre \$1.000 y \$2.200.

Entre octubre de 2010 y marzo de 2011, se destaca que Davivienda eliminó el cobro sobre este concepto, mientras el Banco BBVA Colombia lo redujo en 26% (caso "A"). Por su parte, el mayor incremento en esta tarifa fue observado en el caso del Banco Colpatría (6%).

4.2.1.8 Costo consulta de saldo en cajero de otra entidad

Gráfica 10



La mayoría de entidades que permiten consultar el saldo en un cajero de otra red, han incrementado gradualmente su tarifa. En contraste, recientemente se destaca la

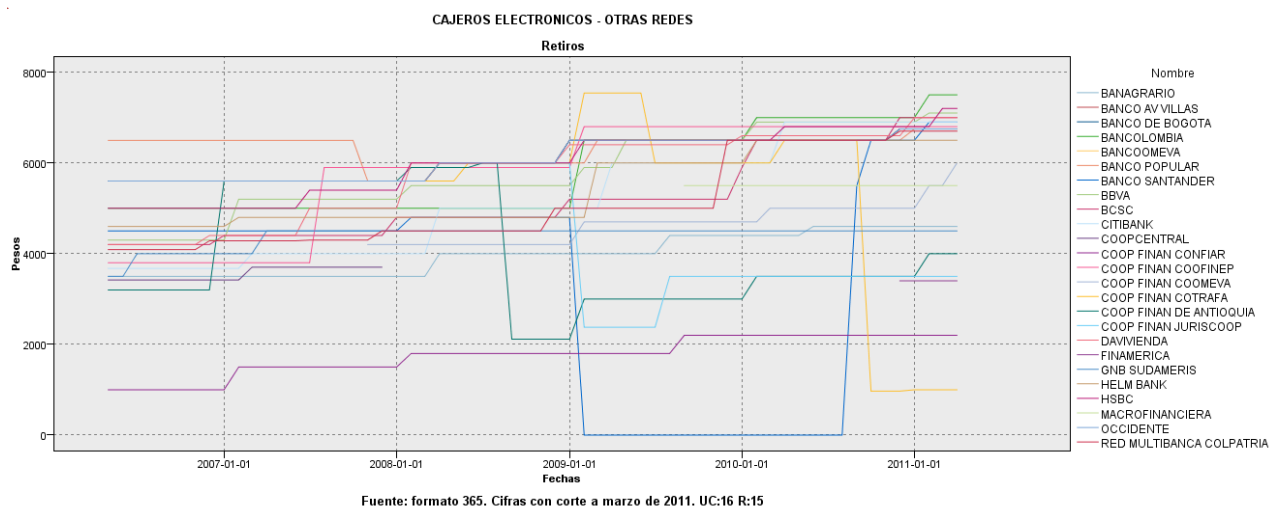
reducción observada en la tarifa de la cooperativa financiera Cotrafa al pasar de \$6.500 a \$970 entre agosto y septiembre de 2010 (caso “C”).

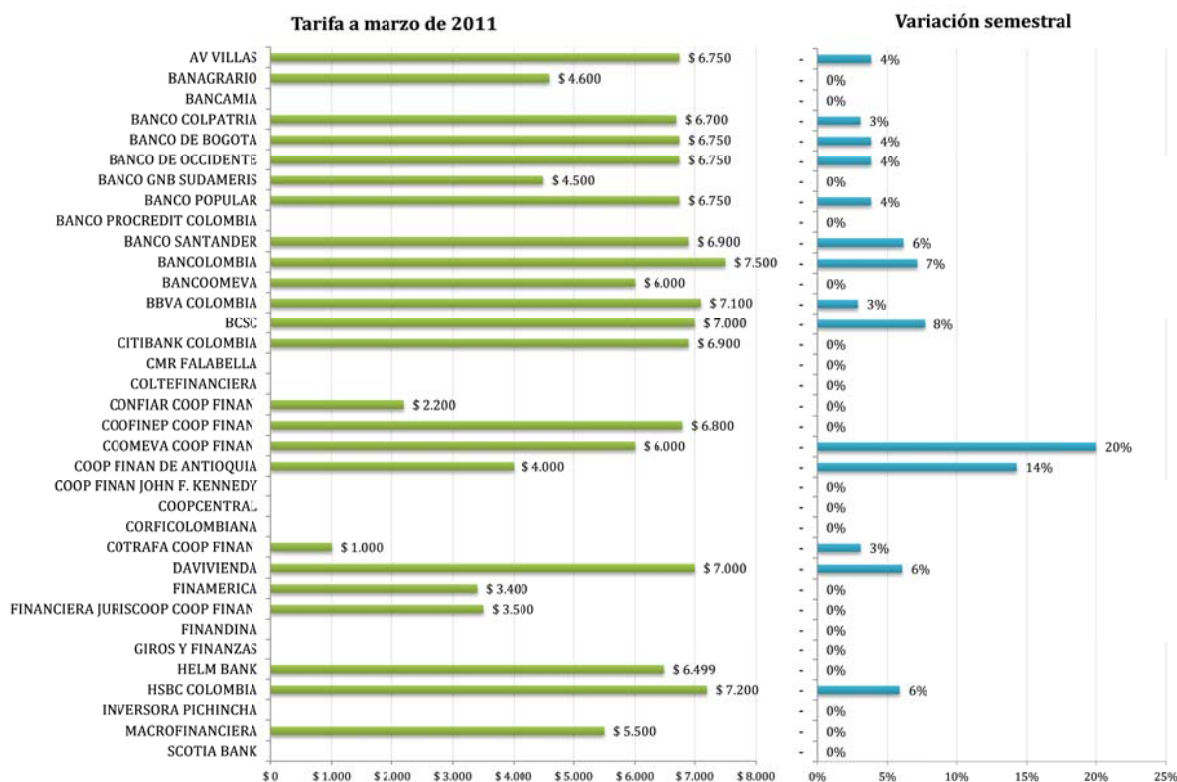
En los casos “A” y “B” se observó una importante disminución en el cobro de este servicio para las cooperativas financieras de Antioquia (en agosto de 2008) y Juriscoop (en enero de 2009), respectivamente, nivel que han ido ajustando al alza en los años recientes.

Durante el semestre la Inversora Pichincha redujo este costo en 12%, mientras entidades como la compañía de financiamiento Finamerica habilitó este servicio y las cooperativas financieras Coomeva y de Antioquia incrementaron su tarifa en 20% y 14%, respectivamente.

4.2.1.9 Costo por retiros de efectivo en cajero de otra entidad

Gráfica 11



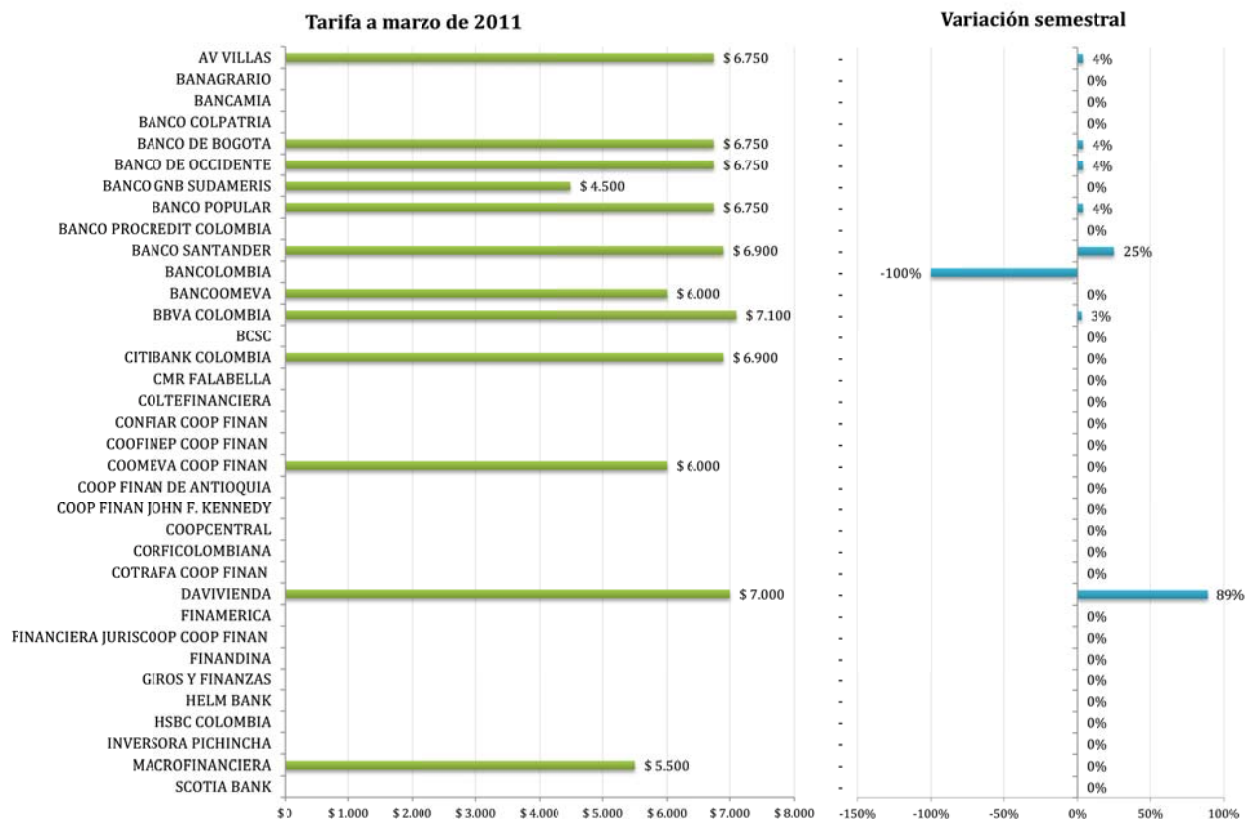
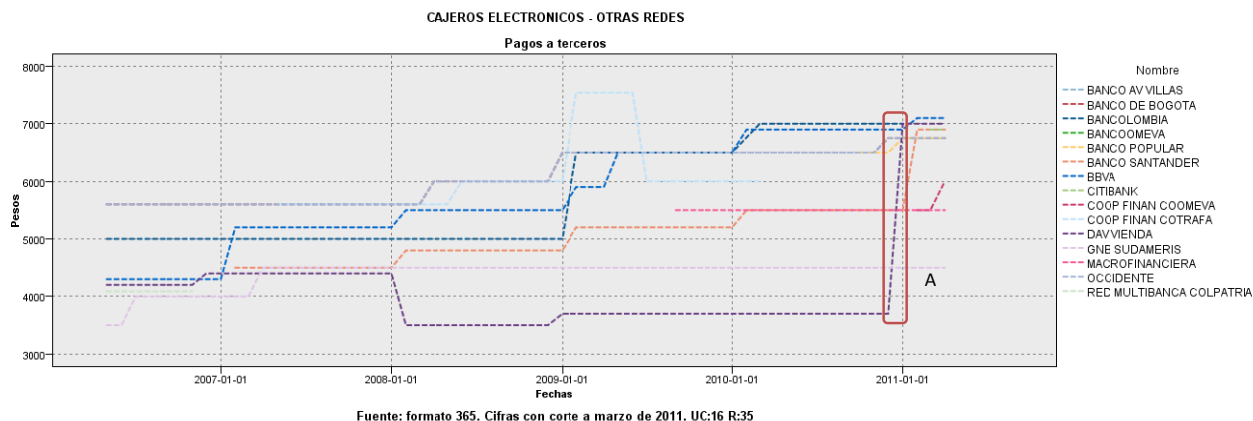


En los años recientes las tarifas por hacer retiros en cajeros de otra red han aumentado. El rango del costo por este servicio a marzo de 2011 oscila entre \$1.000 y \$7.500. Las cooperativas financieras de Antioquia y Juriscoop (en su orden casos “A” y “D”), realizaron un recorte en su cobro entre finales de 2008 y comienzos de 2009, y a partir de allí han presentado incrementos. En el caso “B” se observa que durante un periodo de año y siete meses el Banco Santander ofreció este servicio a \$1, modificando su tarifa a partir de agosto de 2010 a un nivel de \$5.500. De otra parte, desde septiembre de 2010 la cooperativa financiera Cotrafa redujo su cuota por este concepto de \$6.500 a \$970 (caso “C”).

Entre octubre de 2010 y marzo de 2011 la compañía de financiamiento Finamerica comenzó a prestar el servicio de retiros de efectivo en cajeros de otra entidad, en tanto que las cooperativas financieras Coomeva y de Antioquia incrementaron su tarifa en 20% y 14%, respectivamente.

4.2.1.10 Costo de pagos a terceros en cajero de otra entidad

Gráfica 12

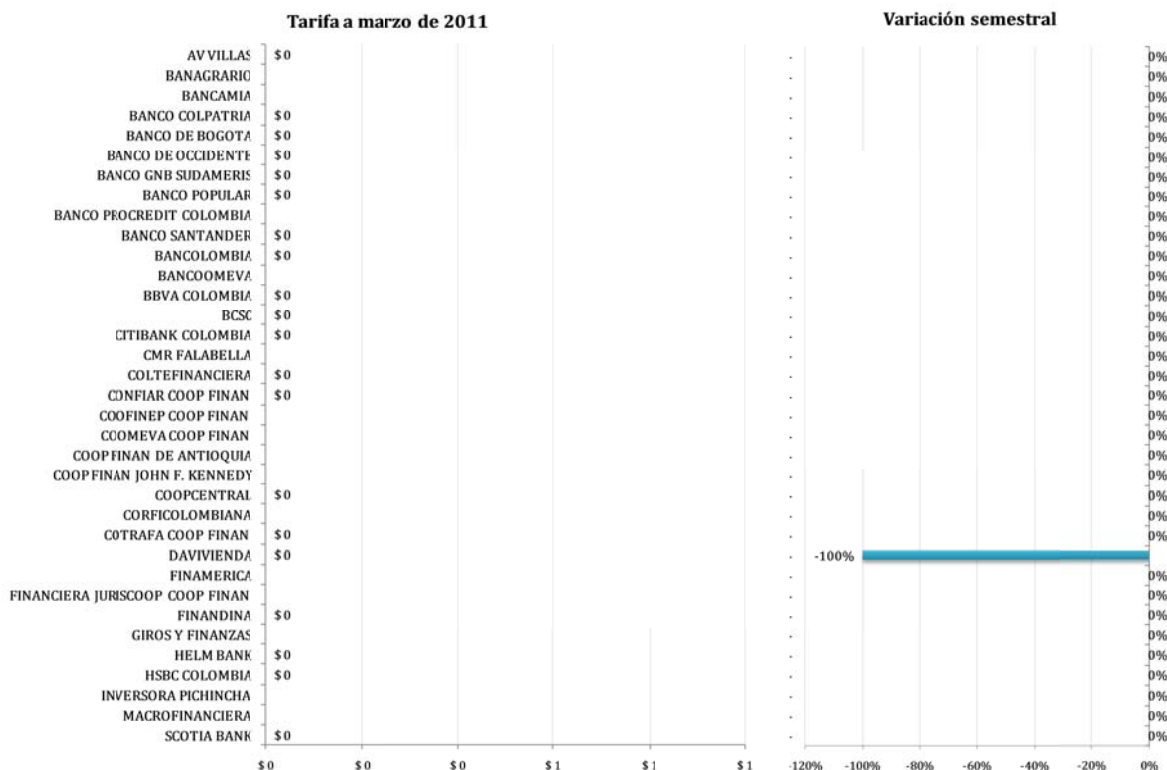
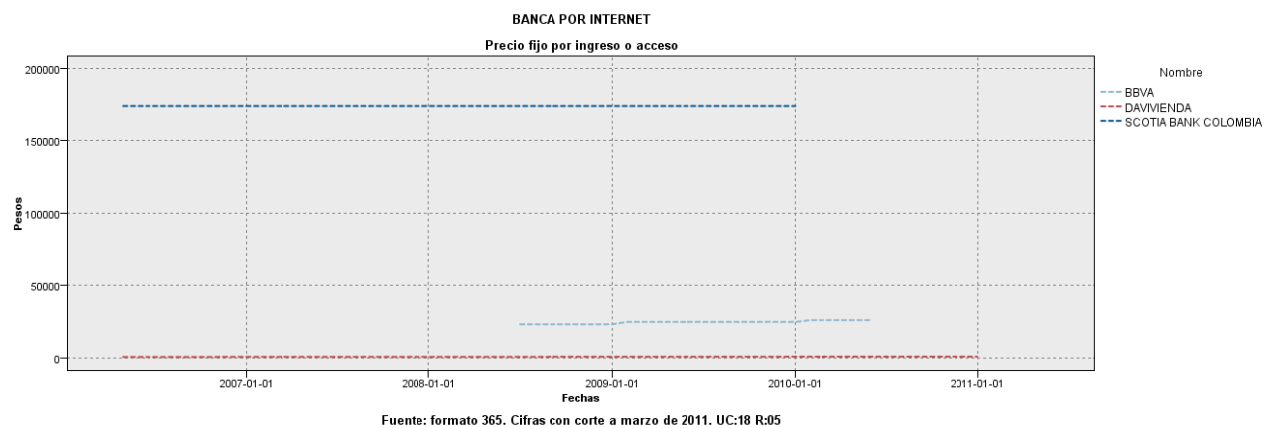


De los 35 establecimientos de crédito que ofrecen el producto de cuentas de ahorro, sólo 12 prestan el servicio de pagos a terceros en cajeros de otra entidad, resaltando que a marzo de 2011 su tarifa se ubicó entre \$4.500 y \$7.100, y que su nivel ha presentado una tendencia al alza en los años recientes.

Durante el semestre, Bancolombia eliminó el servicio de pagos a terceros en cajeros de otra entidad, mientras Citibank y la cooperativa financiera Coomeva comenzaron a prestarlo. Por su parte, Davivienda y el Banco Santander incrementaron su tarifa en 89% (caso “A”) y 25%, respectivamente.

4.2.1.11 Costo fijo por acceso a internet

Gráfica 13



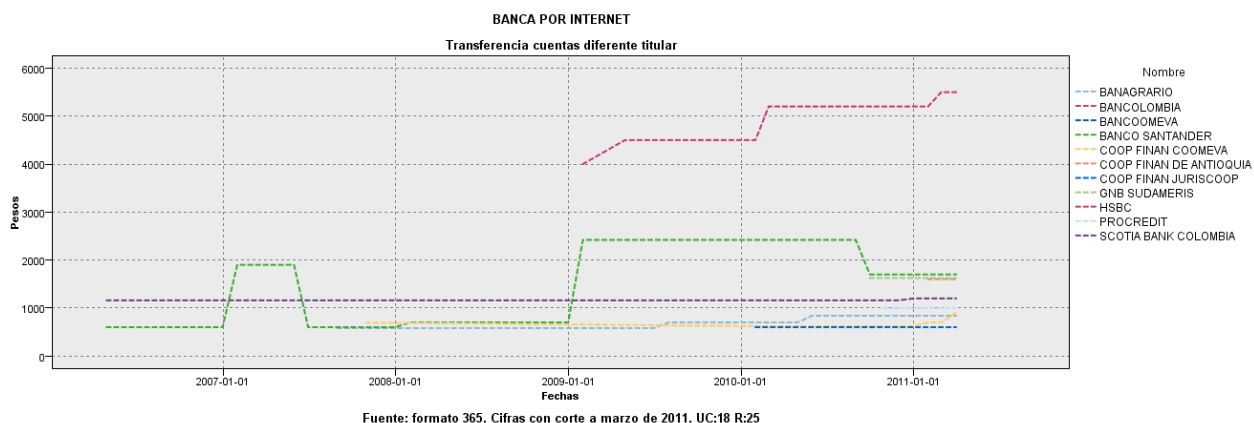
Entre las entidades que prestan este servicio, tan sólo 3 llegaron a cobrar un costo fijo por el acceso a internet. A partir de enero de 2011 Davivienda eliminó el cobro sobre este concepto. De esta forma, actualmente este servicio en el caso de todos los establecimientos se ofrece de forma gratuita.

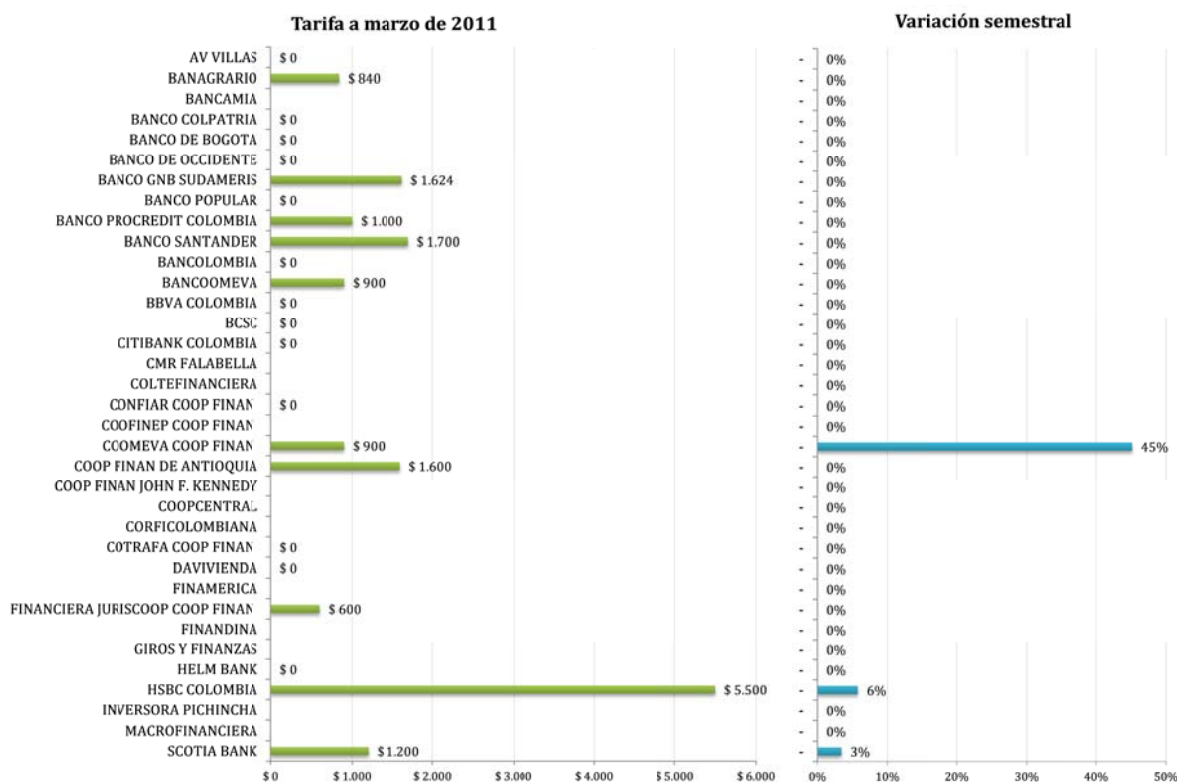
4.2.1.12 Consulta de saldo por internet

La consulta de saldo por internet es un servicio gratuito, factor que no presentó ninguna variación durante el último semestre.

4.2.1.13 Costo por transferencia por internet a cuentas de diferente titular de la entidad

Gráfica 14





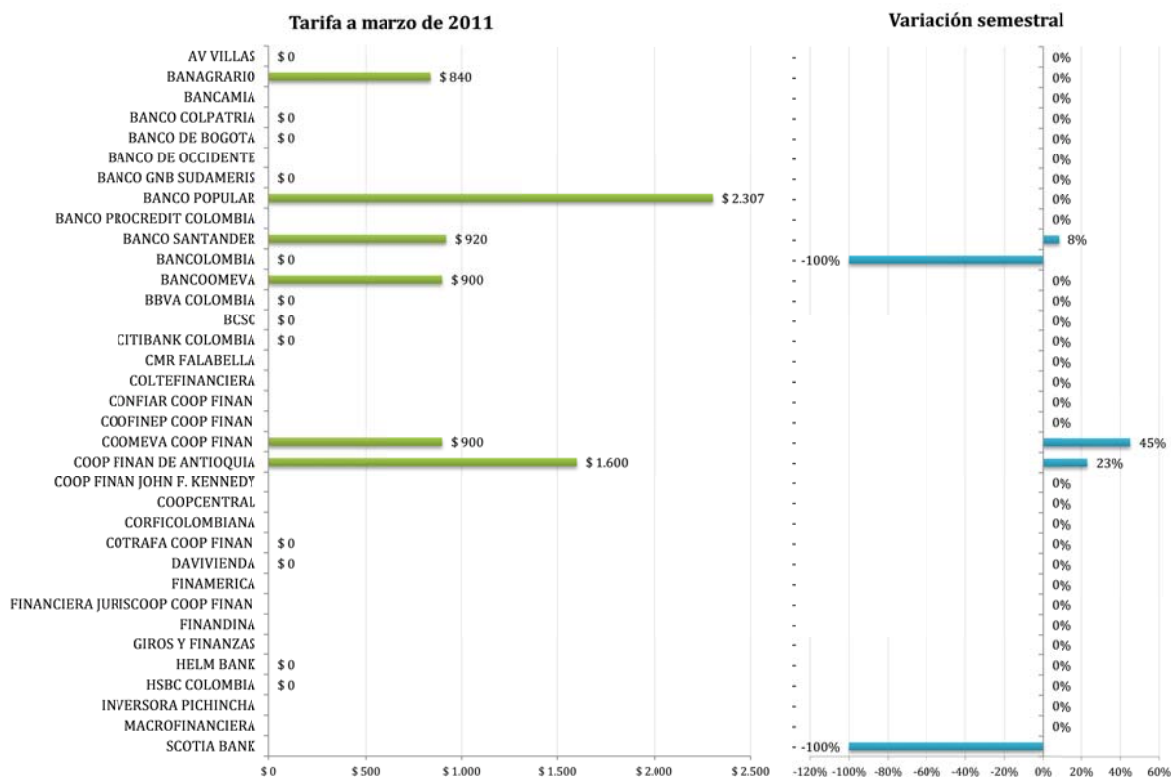
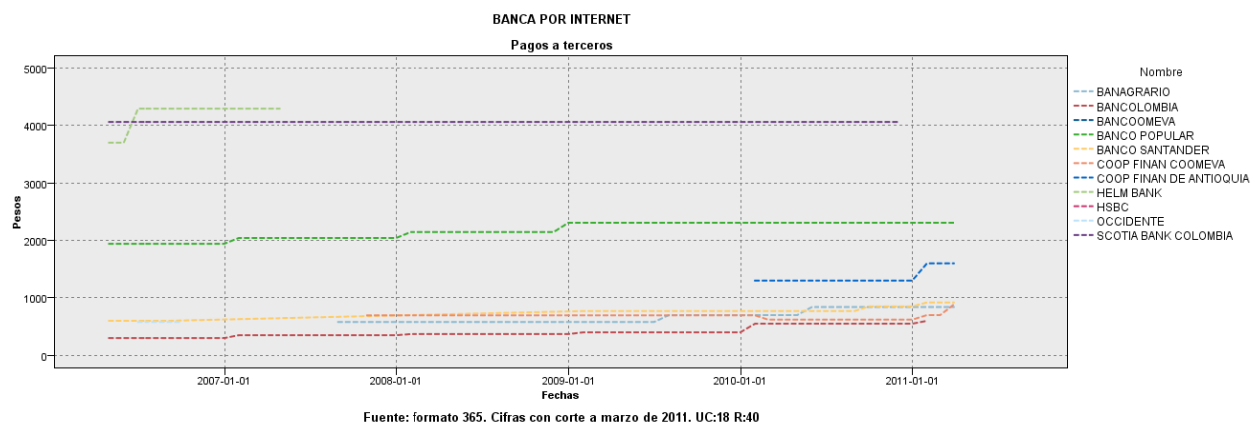
Actualmente³, 10 entidades realizan un cobro sobre las transferencias por internet a cuentas de diferente titular de la entidad, éste puede oscilar entre \$600 y \$5.500. La mayor tarifa corresponde a la entidad HSBC, que a su vez, presenta la tendencia más notoria al alza en los años recientes.

Durante el semestre la cooperativa financiera de Antioquia habilitó este servicio, mientras la cooperativa financiera Coomeva, HSBC y Scotia bank incrementaron su tarifa en 45%, 6% y 3%, respectivamente.

³ Marzo de 2011.

4.2.1.14 Costo por pagos a terceros por internet

Gráfica 15



18 establecimientos de crédito prestan este servicio, resaltando que la mayoría de éstos lo ofrecen de forma gratuita. El mayor costo sobre este concepto lo reporta el Banco Popular con \$2.307.

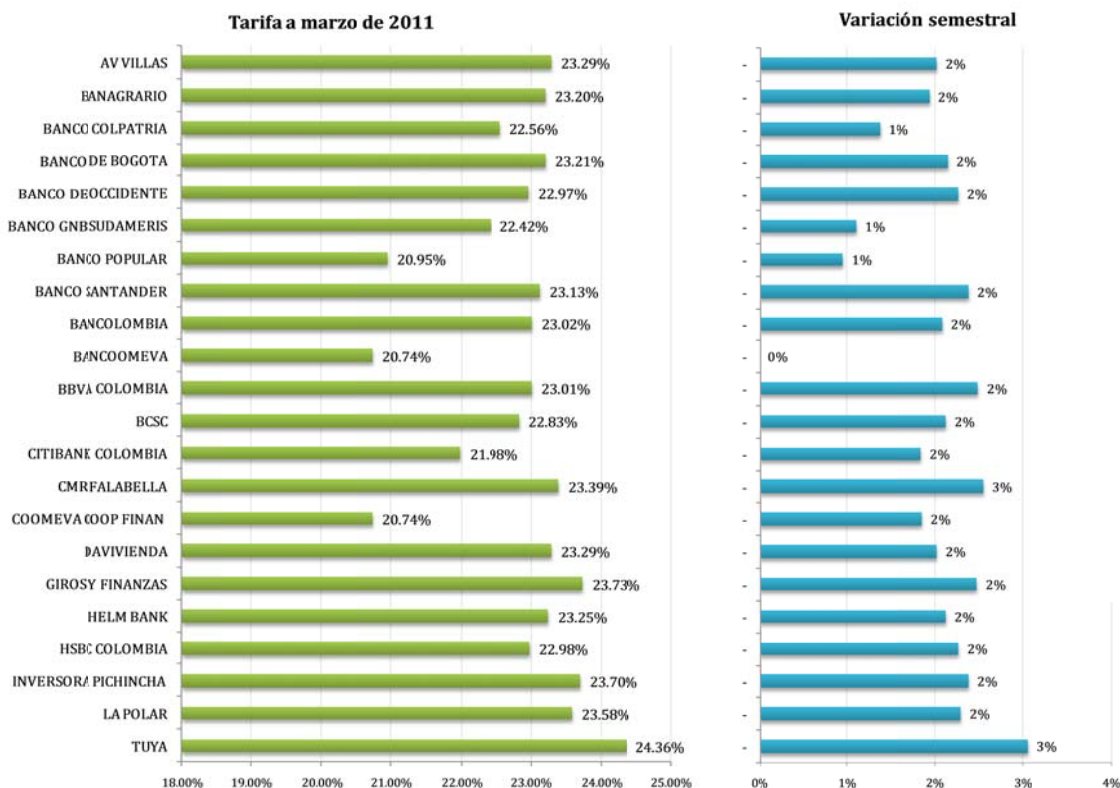
Durante el semestre, Bancolombia eliminó su cobro por este servicio, mientras el Scotiabank dejó de prestarlo. De otro lado, las cooperativas financieras Coomeva y de Antioquia y el Banco Santander incrementaron su costo en 45%, 23% y 8%, respectivamente.

4.2.2 Tarjetas de crédito

4.2.2.1 Tasa efectiva anual (Tarjeta de crédito)

Las tasas de interés que se presentan a continuación corresponden a un promedio ponderado de las cobradas en las transacciones de compras y avances realizadas durante la semana del 28 de marzo al 1 de abril de 2011, superiores a un mes de plazo. La tasa de usura para crédito de consumo y ordinario que aplica a partir del 1 de abril y hasta el 30 de junio de 2011 es de 26.54% E.A.

Gráfica 16

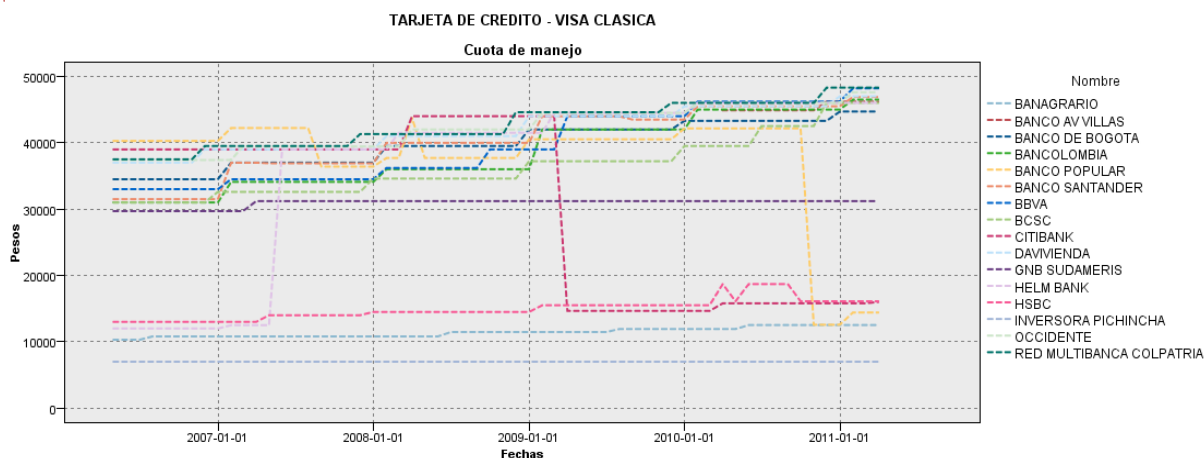


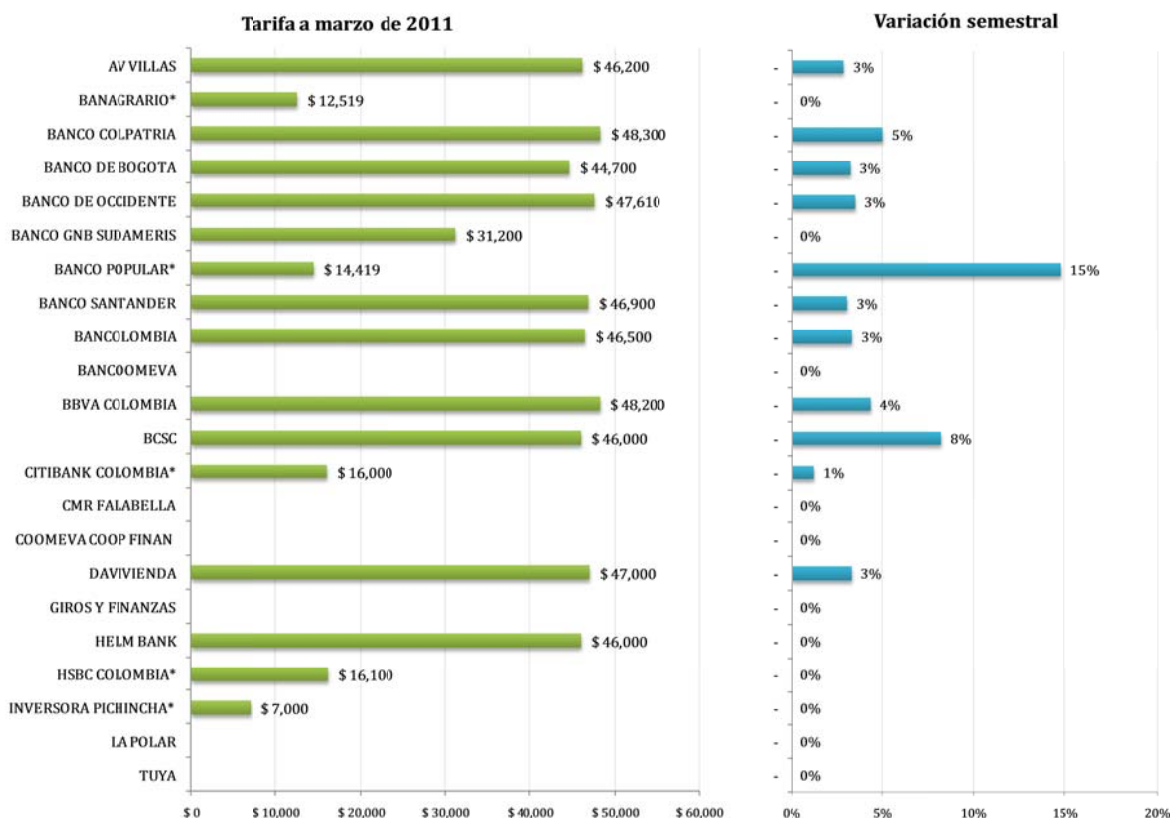
Entre octubre de 2010 y marzo de 2011 las tasas de interés de las tarjetas de crédito dirigidas a personas naturales aumentaron en promedio dos puntos porcentuales (pp). El mayor incremento en esta tasa fue registrado por la compañía de financiamiento Tuya con 3.1 pp, al ubicarla al primero de abril de 2011 en 24.36%. Bancoomeva no presentó variación debido a que es una entidad nueva y su primer reporte de tasas se realizó en marzo de 2011.

4.2.2.2 Cuota de manejo de la tarjeta de crédito VISA (Clásica)

Nota. Las entidades con asterisco en la gráfica de variaciones semestrales presentan una forma de cobro mensual.

Gráfica 17





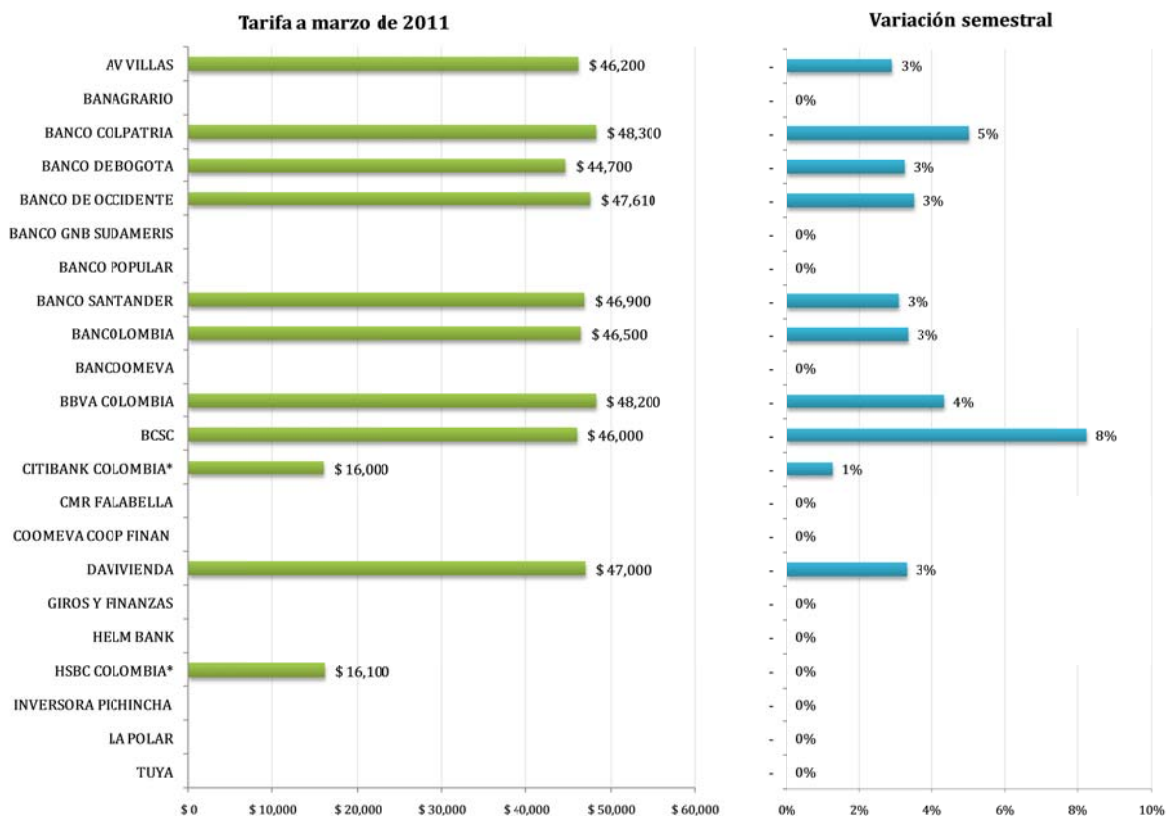
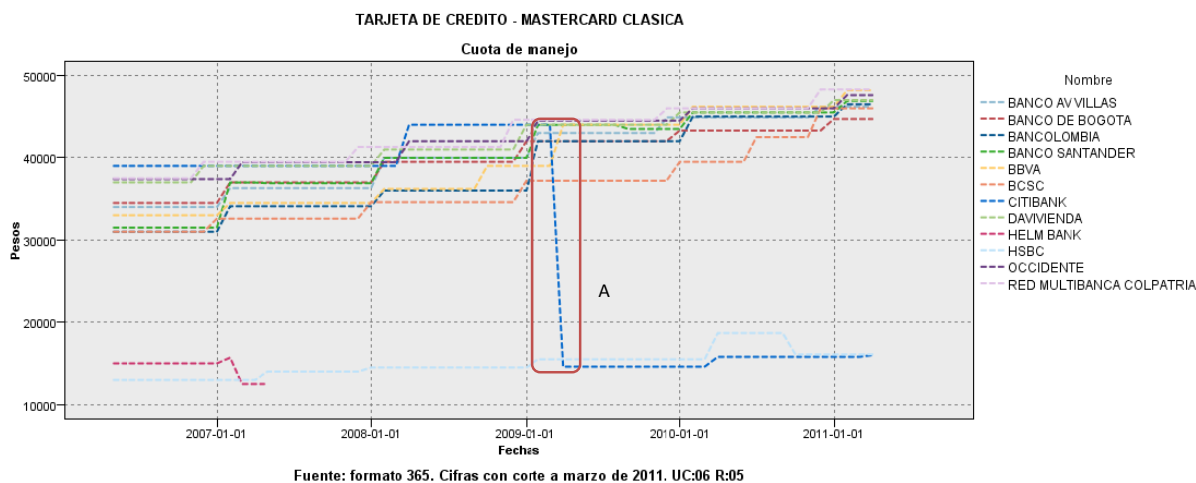
La mayoría de entidades que ofrecen este producto presentan una forma de cobro trimestral. En particular, durante el semestre la entidad que en este conjunto presentó el mayor incremento en su tarifa fue el BCSC con 8%. Por su parte, entre las entidades que realizan su forma de cobro mensual el mayor aumento en la cuota de manejo de la tarjeta de crédito VISA clásica se observó en el caso del Banco Popular (15%). El menor valor en este rubro a marzo de 2011 fue registrado por la Inversora Pichincha con \$7.000 (mes vencido).

En los casos “A”, “B” y “C” las grandes variaciones corresponden a modificaciones en las formas de cobro (de trimestral a mensual o viceversa).

4.2.2.3 Cuota de manejo de la tarjeta de crédito MASTERCARD (Clásica)

Nota. Las entidades con asterisco en la gráfica de variaciones semestrales presentan una forma de cobro mensual.

Gráfica 18



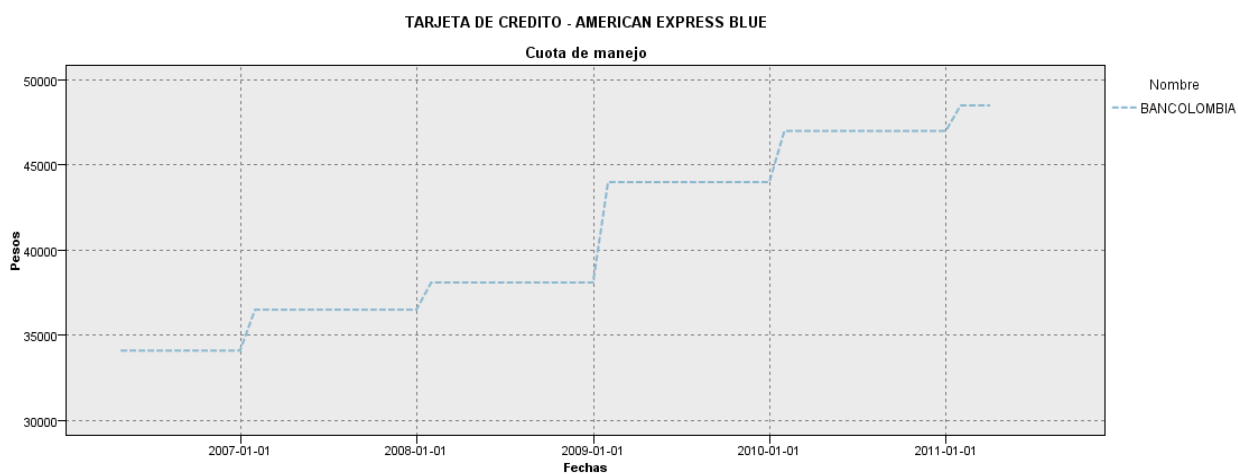
De las 11 entidades que ofrecen este producto sólo dos presentan una forma de cobro mensual: Citibank y HSBC Colombia. Este servicio presenta una tendencia al alza en su precio desde el inicio de la serie. Para las entidades que presentan una forma de

cobro trimestral, a marzo de 2011 el promedio de la cuota de manejo de la tarjeta de crédito Mastercard clásica fue de \$46.823.

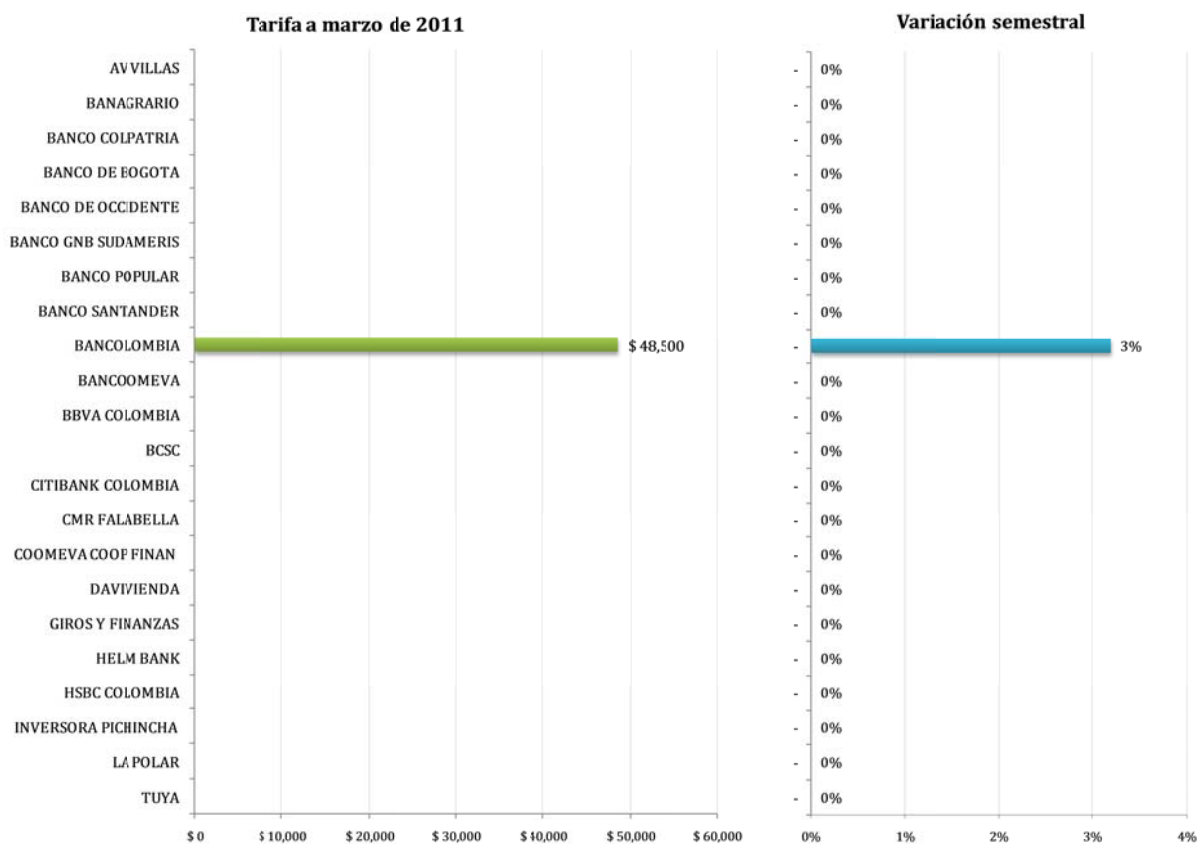
En el semestre más reciente los mayores incrementos en la cuota de manejo de la tarjeta de crédito MASTERCARD clásica se observaron en el Banco BCSC (8%) y el Banco Colpatria (5%). Por su parte, el caso “A” corresponde al cambio en la forma de cobro del Citibank que pasó de trimestral a mensual en marzo de 2009.

4.2.2.4 Cuota de manejo de la tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS

Gráfica 19



Fuente: formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:09 R:05

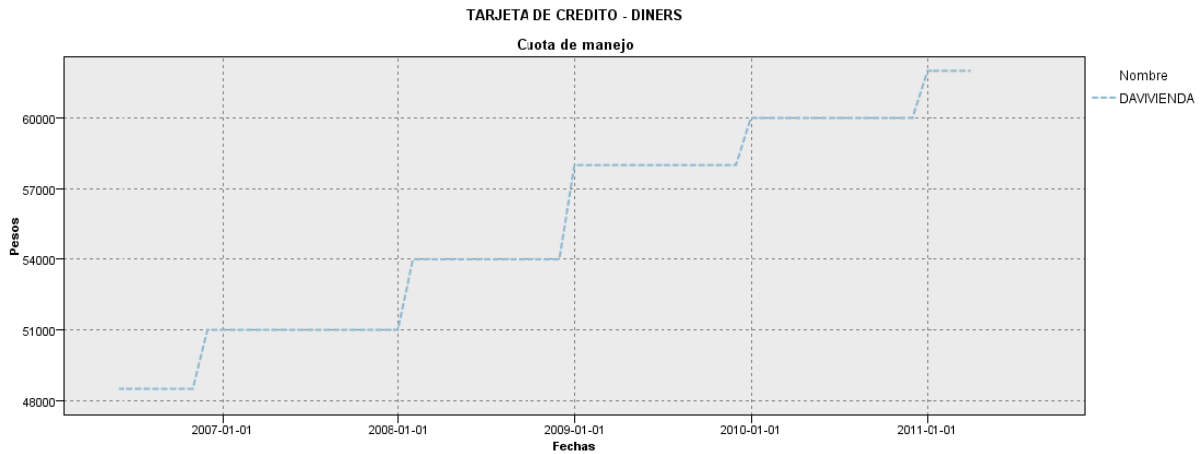


La cuota de manejo de este producto ha presentado un consistente comportamiento al alza. En particular, se observa que el ajuste de su nivel se realiza de forma anual y que el incremento más notorio se registró a inicios de 2009.

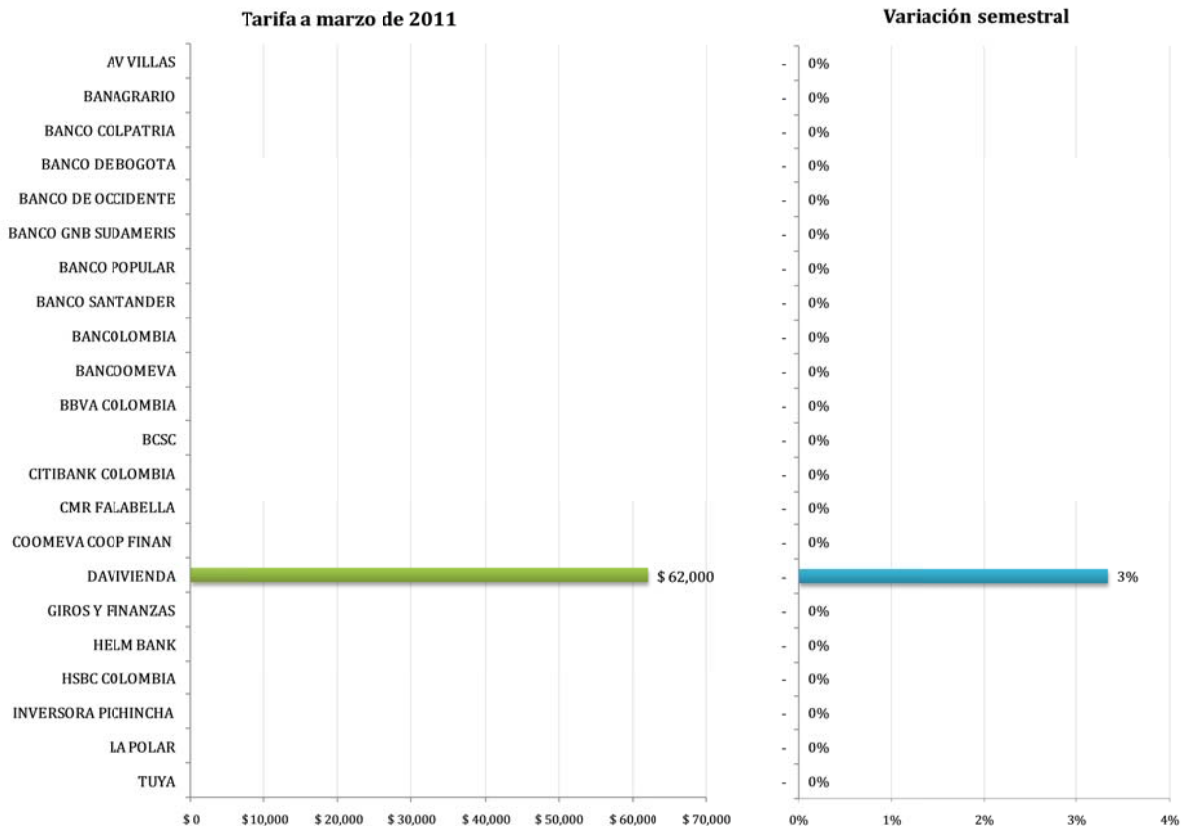
Este producto es exclusivo de Bancolombia y presenta una forma de cobro trimestral. En el último semestre su cuota de manejo presentó un aumento de 3.2%.

4.2.2.5 Cuota de manejo de la tarjeta de crédito DINERS

Gráfica 20



Fuente: formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:12 R:05



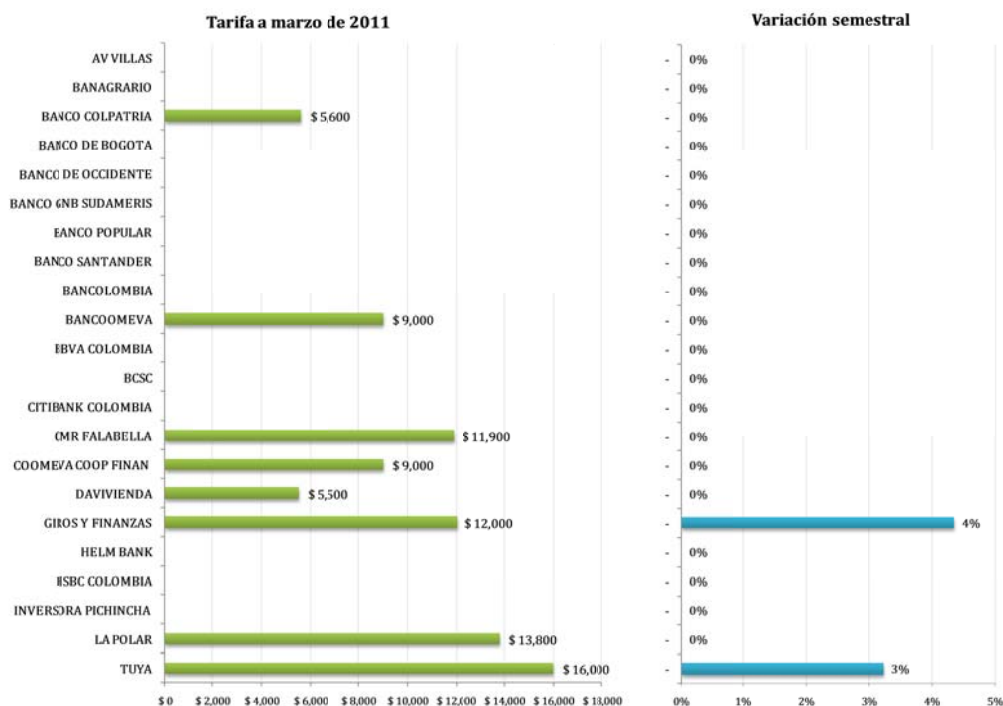
La cuota de manejo de la tarjeta de crédito DINERS se ajusta anualmente y se ha incrementado de forma importante desde abril de 2006. El mayor incremento en su cobro fue registrado a finales de 2008.

Davivienda es la única entidad que ofrece este producto y su forma de cobro es trimestral. Durante el semestre bajo análisis esta tarjeta presentó un incremento en su cuota de manejo de 3.3%.

4.2.2.6 Cuota de manejo de las tarjetas de crédito PROPIAS

Nota: Estas tarjetas presentan una forma de cobro mensual.

Gráfica 21

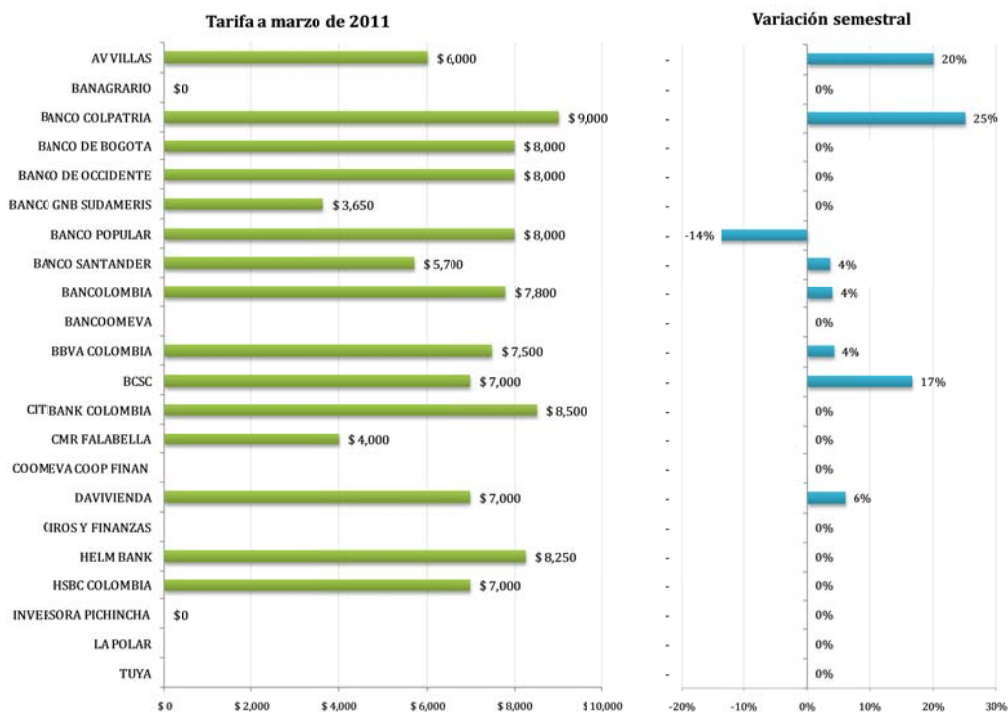
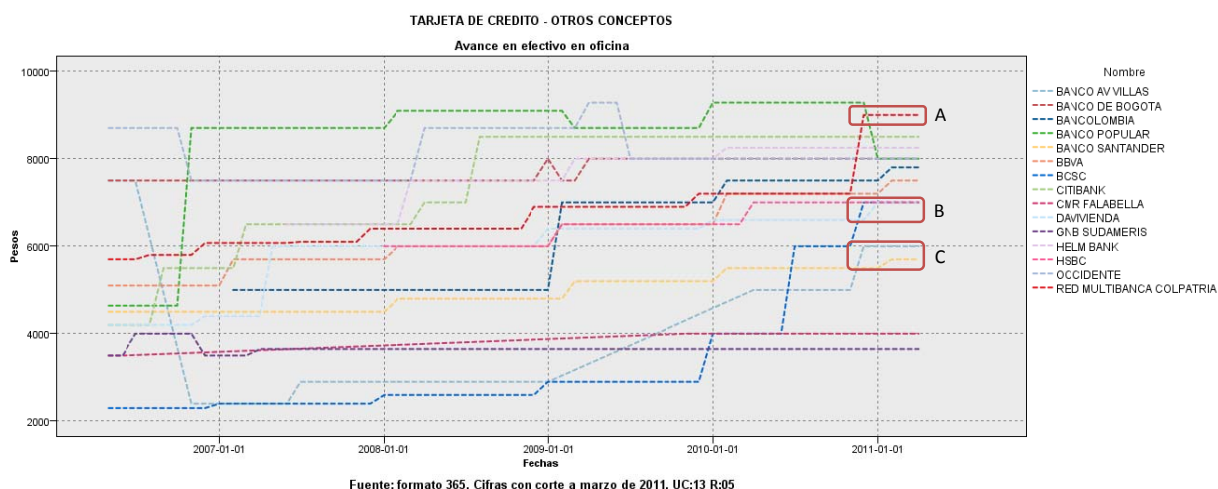


Las cuotas de manejo de las tarjetas de crédito propias oscilan entre \$5.500 y \$16.000. La menor tarifa se refiere a la cuota de manejo de la tarjeta de crédito “Spring Step” emitida por Davivienda, mientras que la mayor corresponde a la “Tarjeta Éxito” que se ofrece a través de la compañía de financiamiento Tuya. En el periodo bajo análisis, las compañías de financiamiento Tuya y Giros y finanzas incrementaron sus tarifas por este servicio, en 3% y 4%, respectivamente.

Las demás tarjetas se refieren a “Fácil Codensa” emitida por el Banco Colpatría, la “Tarjeta Coomeva” por Bancoomeva, “CMR Falabella” por CMR Falabella, “La 14” de giros y finanzas, y finalmente “La Polar” emitida por la compañía de financiamiento del mismo nombre.

4.2.2.7 Costo por avance en efectivo en oficina

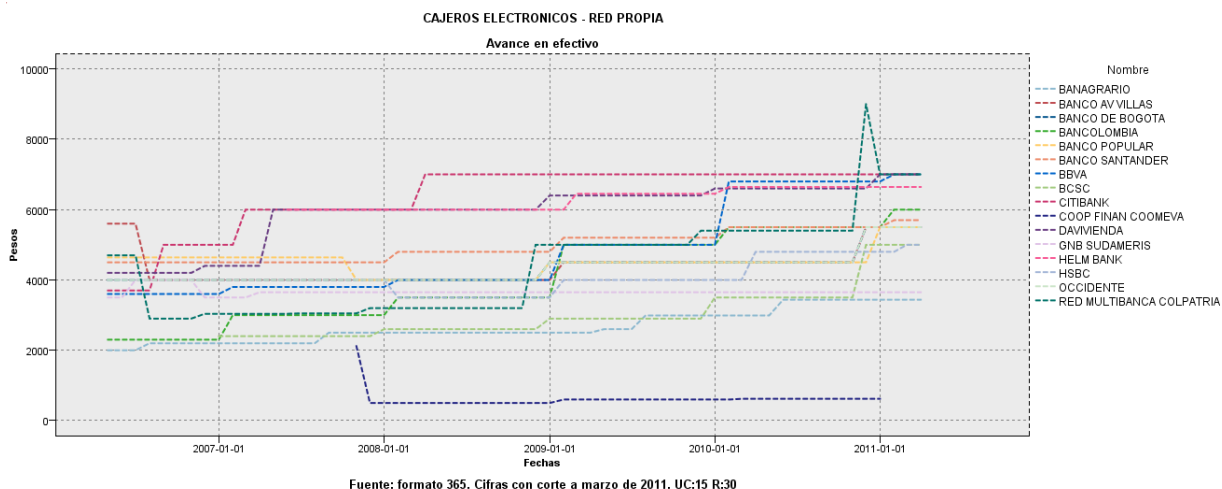
Gráfica 22

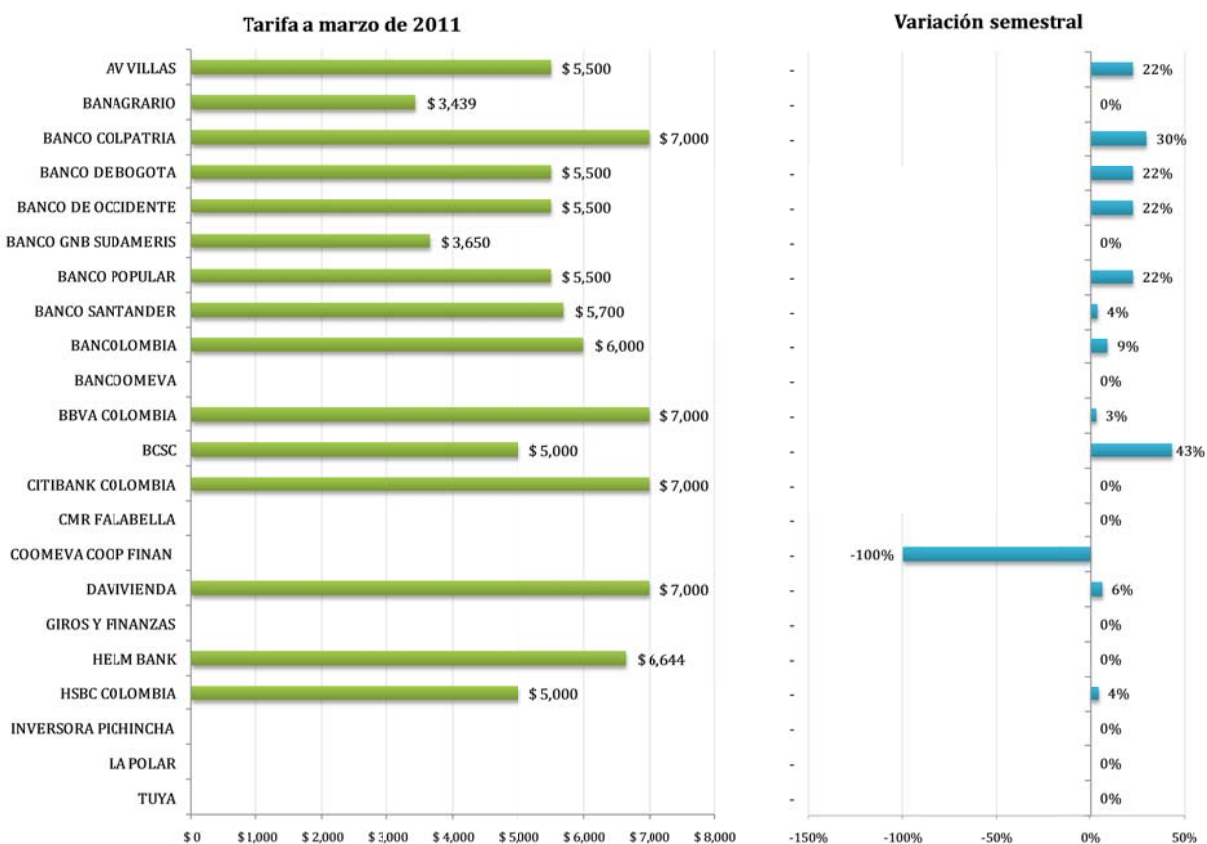


17 entidades ofrecen este servicio con un costo promedio de \$7.027. Esta tarifa ha presentado aumentos en la mayoría de entidades, aunque en el año más reciente este comportamiento fue más notorio en el caso de los Bancos Colpatria (caso “A”), BCSC (caso “B”) y AV Villas (caso “C”). En particular, entre octubre de 2010 y marzo de 2011, éstos incrementaron su cobro por este concepto en 25%, 20% y 17%, respectivamente. En igual periodo, se destaca la reducción de 14% realizada por el Banco Popular sobre el valor de este servicio.

4.2.2.8 Costo por avance en efectivo cajeros propios

Gráfica 23





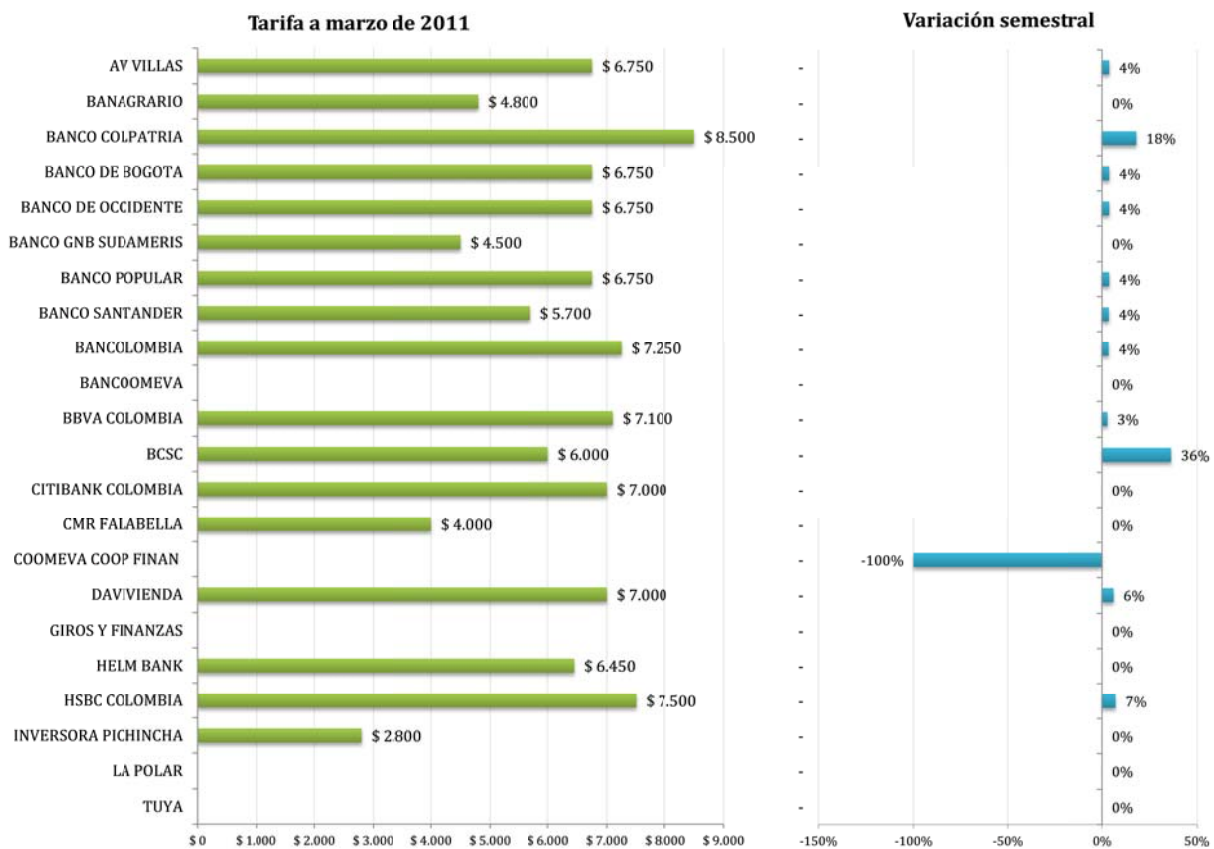
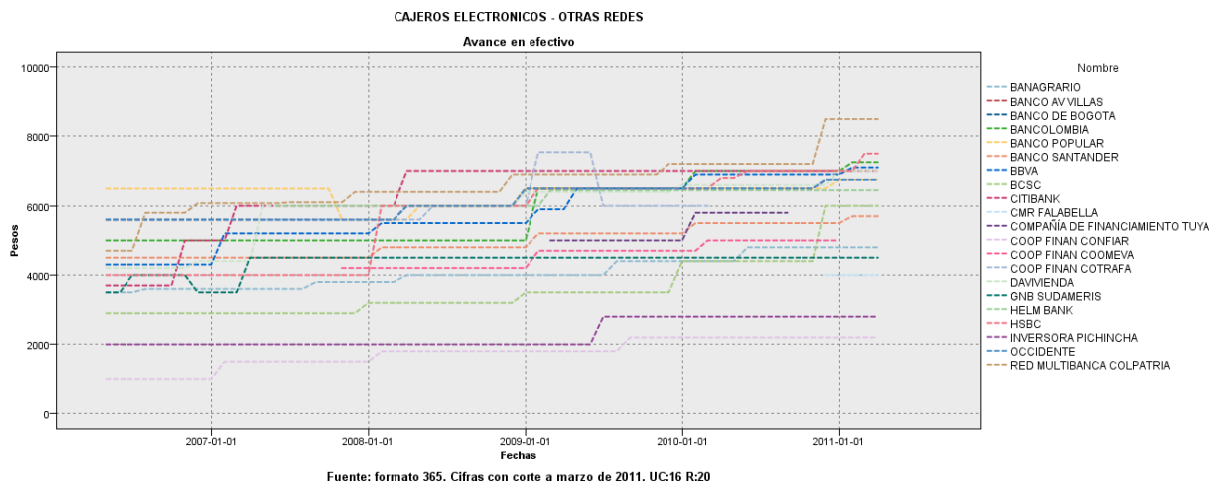
El costo por realizar un avance en efectivo en un cajero propio de cada entidad se ubica entre \$3.439 y \$7.000. En el semestre más reciente la cooperativa financiera Coomeva suspendió la realización de esta operación. Por su parte, el Banco BCSC incrementó su tarifa por este servicio en 43%, mientras el Banco Colpatría y las entidades pertenecientes al grupo Aval⁴ le siguieron con un aumento de 30% y 22%, respectivamente.

El caso “A” se debe a un ajuste realizado por el Banco Colpatría en su cobro, aumentando desde un valor de \$5.400 a \$9.000 entre octubre y noviembre de 2010. A marzo de 2011 este servicio presenta un costo de \$7.000.

⁴ Banco de Bogotá, Banco Popular, Banco de Occidente y Banco AV Villas.

4.2.2.9 Costo por avance en efectivo cajero otra entidad

Gráfica 24

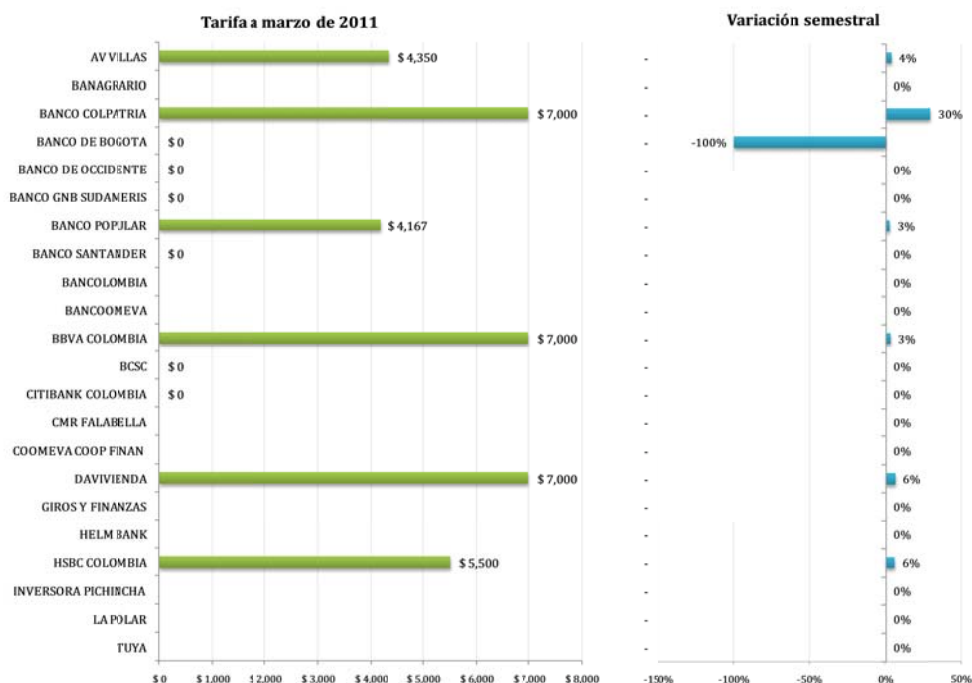
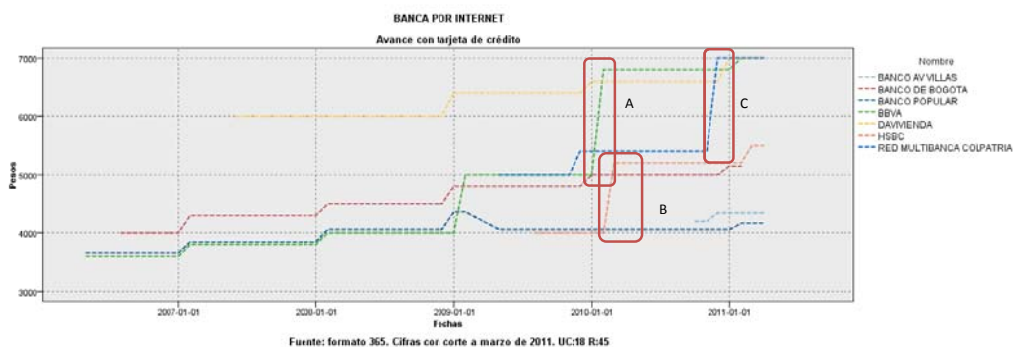


El mayor cobro sobre este servicio lo realiza el Banco Colpatria con \$8.500 y el menor la Inversora Pichincha (\$2.800), donde la mayoría de establecimientos de crédito establecen un costo superior a \$4.000.

Es importante mencionar que durante el semestre la entidad CMR Falabella habilitó este servicio mientras la cooperativa financiera Coomeva lo canceló. Los mayores incrementos en el cobro por este concepto se observaron en el caso del Banco BCSC (36%) y el Banco Colpatria (18%).

4.2.2.10 Costo por avance con tarjeta de crédito por internet

Gráfica 25



De los 12 establecimientos que permiten este tipo de transacción, la mitad no realizan ningún cobro sobre el mismo y para las que sí presentan un cobro, el nivel máximo asciende a \$7.000.

Se destaca que durante el primer trimestre de 2010, la entidad BBVA Colombia (caso “A”) y el Banco HSBC (caso “B”) aumentaron de forma importante el costo por este servicio, mientras en el semestre más reciente sobresalió el aumento en la tarifa del Banco Colpatria con 30% (caso “C”) y la decisión del Banco de Bogotá de proveerlo de forma gratuita.

4.3 ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR FINANCIERO (IPCF)

En términos generales, un índice de precios tiene el objetivo de medir los cambios en los precios de los bienes y servicios que consumen las personas u hogares, a través del tiempo. En particular, un indicador de precios financieros busca medir el cambio en el valor de los productos y servicios financieros que las personas adquieren. Así como se elabora el Índice de Precios al Consumidor (IPC), el índice que se describe a continuación se construye a partir de las variaciones porcentuales de los precios de un conjunto de bienes y servicios financieros, donde las ponderaciones que se realizan de éstas simulan la importancia relativa de estos servicios en el consumo de las personas, en un periodo dado.

En Colombia existen algunas aproximaciones para cuantificar la variación de los precios de servicios financieros por medio de la construcción de índices de precios. El siguiente cuadro resume los principales componentes utilizados en cada uno de éstos.

Cuadro 12

Comparación de índices de precios de servicios financieros en Colombia

Índice	Fuente	Componentes	Metodología
IPC Índice de precios al consumidor	DANE	Índice de servicios bancarios: Costo de la cuota de manejo tarjeta de crédito, chequera. Índice de otros servicios financieros: Costo de cuota de manejo de tarjeta débito, transferencia entre cuentas, independiente del canal en el que se realicen.	El IPC se basa en el cambio relativo de los precios, utilizando un promedio aritmético ponderado, para obtener los diferentes índices de la canasta.
IPPF Índice de precios de los productos financieros	Asobancaria	Cuenta de ahorros: Cheque de gerencia, consulta de saldo audio-respuesta, copia extracto en papel, cuota de manejo tarjeta débito, retiro por cajero electrónico de otra entidad y de la misma entidad, retiro por ventanilla con volante, talonario, transferencia a cuentas de otras entidades (internet). Cuenta corriente: Cheque de gerencia, chequera (40 y 50 cheques), copia de extracto en papel, cuota de administración, cuota de manejo tarjeta débito, retiro por ventanilla con volante. Tarjeta de crédito: Cuota de manejo.	Índice de Laspeyres.
ICBA Índice de costos bancarios	ANIF	Indicador de Cuentas de ahorro: Cuota de administración, talonario, retiro por ventanilla con volante, débito automático, Gravamen a los Movimientos Financieros (GMF). Indicador tarjetas de crédito: Cuota de manejo de tarjeta de crédito, tasa de interés. Indicador banca por internet: Pagos a terceros, pagos de cartera, transferencia de cuentas otras entidades.	Promedio simple

Fuente: Superintendencia Financiera basado en DANE, Asobancaria y ANIF.

Tomando como punto de referencia las metodologías utilizadas en la construcción de algunos de estos indicadores, la SFC desarrolló otro, denominado Índice de Precios al Consumidor Financiero (IPCF), con el objetivo de generar una herramienta adicional para el seguimiento a las tarifas de servicios financieros, así como para tener una perspectiva general de la tendencia de los precios financieros.

Si bien la información de tarifas de servicios financieros de la SFC es el insumo fundamental de la mayoría de los índices de precios (IPPF e ICBA), existen diferencias en la construcción de la canasta del consumidor financiero promedio. Por un lado, algunos de estos índices mantienen constante la canasta del consumidor financiero al indexar el indicador a un año base (como es el caso del IPC y el IPPF), lo cual no recoge la naturaleza cambiante de las preferencias de los consumidores financieros. Por otro lado, otros utilizan supuestos con respecto a la frecuencia de uso de los servicios financieros (como es el caso del ICBA y Asobancaria). Por su parte, el IPCF se construye utilizando una canasta calculada periódicamente que incluye información reportada por las entidades vigiladas no sólo sobre tarifas financieras sino también acerca de la frecuencia de uso de los servicios financieros.

4.3.1 Marco general

Para medir la variación en los precios, una de las metodologías utilizadas internacionalmente propone mantener constante las cantidades. Los indicadores más usados dentro de esta categoría son los indicadores de Laspeyres y de Paasche, los cuales “resumen los cambios a lo largo del tiempo en el flujo de las cantidades de bienes y servicios consumidos. El índice de cantidad de Laspeyres valoriza (sic) las cantidades a los precios fijos del primer periodo, mientras que el índice de cantidades de Paasche utiliza los precios del último periodo.”⁵

⁵ ILO (2004) pág. 4.

El índice de Laspeyres (IFL) se puede expresar de la siguiente forma:

$$IFL^t = \frac{\sum_{i=1}^l p_i^t q_i^{t-1}}{\sum_{i=1}^l p_i^{t-1} q_i^{t-1}} = \sum_{i=1}^l \left(\frac{p_i^t}{p_i^{t-1}} \right) s_i^{t-1} \quad (1)$$

$$s_i^{t-1} = \frac{p_i^{t-1} q_i^{t-1}}{\sum_{i=1}^l p_i^{t-1} q_i^{t-1}} \quad (2)$$

donde,

$p_i^t \equiv$ precio del bien o servicio i en el momento t

$q_i^t \equiv$ cantidad del bien o servicio i en el momento t

$l \equiv$ número de bienes o servicios consumidos

$s_i^t \equiv$ representa la proporción del gasto del consumidor financiero en el servicio i en el momento t .

Por otro lado, el indicador de Paasche (IFP), se puede expresar de esta manera:

$$IFP^t = \frac{\sum_{i=1}^l p_i^t q_i^t}{\sum_{i=1}^l p_i^{t-1} q_i^t} = \left(\sum_{i=1}^l \left(\frac{p_i^t}{p_i^{t-1}} \right)^{-1} s_i^t \right)^{-1} \quad (3)$$

$$s_i^t \equiv \frac{p_i^t q_i^t}{\sum_{i=1}^l p_i^t q_i^t} \quad (4)$$

Aunque el índice de Laspeyres es el más utilizado⁶, éste presenta una sobrevaloración con respecto a otros índices que la teoría económica ha demostrado que pueden ser más apropiados, como es el índice de precios de Fisher (IFF). Este índice es la media geométrica de los índices de Laspeyres y Paasche:

$$IFF^t = \sqrt{IFL^t \cdot IFP^t} \quad (5)$$

⁶ Este es la metodología empleada por Asobancaria en la construcción del IPPF. Para mayor información ver:
<http://www.asobancaria.com/portal/pls/portal/docs/1/722087.PDF>

Teniendo en cuenta lo anterior, el índice de precios al consumidor financiero (IPCF), para la entidad j en el momento t , se define como la ponderación geométrica del índice Laspeyres y el índice de Paasche, tal como se define a continuación:

$$IPCF_j^t \equiv \sqrt{\left(\sum_{i=1}^{l_j} \left(\frac{p_{ij}^t}{p_{ij}^{t-1}} \right) s_{ij}^{t-1} \right) \left(\sum_{i=1}^{l_j} \left(\frac{p_{ij}^t}{p_{ij}^{t-1}} \right)^{-1} s_{ij}^t \right)^{-1}} \quad (6)$$

donde,

$$s_{ij}^t \equiv \frac{p_{ij}^t q_{ij}^t}{\sum_{i=1}^l (p_{ij}^t q_{ij}^t)} \quad (7)$$

$$q_{ij}^t \equiv u_{ij}^t \cdot n_{ij}^t \quad (8)$$

Específicamente,

$p_{ij}^t \equiv$ precio del servicio financiero i ofrecido por la entidad j en el momento t .

$q_{ij}^t \equiv$ cantidad del servicio financiero i ofrecido por la entidad j en el momento t .

$l_j \equiv$ número de servicios ofrecidos por la entidad j .

$u_{ij}^t \equiv$ número de veces que el servicio i es utilizado por el consumidor financiero de la institución j en el momento t .

$n_{ij}^t \equiv$ número de productos financieros que posee el cliente del banco j con los que hace uso del servicio i en el momento t .

$s_{ij}^t \equiv$ representa la proporción de gasto del consumidor financiero por el servicio i en el momento t , en la entidad j .

De esta forma, el IPCF de los establecimientos bancarios, que se construye como una ponderación por la participación en el mercado de cada institución del IPCF de cada entidad, se define como:

$$\text{IPCF}^t = \sum_{j=1}^J m_j^t \cdot \text{IPCF}_j^t \quad (9)$$

donde,

$$m_j^t = \frac{r_j^t}{\sum_{j=1}^J r_j^t} \quad (10)$$

específicamente,

$r_j^t \equiv$ número total de productos en el mercado, incluidos en el indicador, de la entidad j , en el momento t .

$J \equiv$ número de entidades bancarias en el sistema (para este ejercicio se considera igual a 18).

4.3.2 Construcción del IPCF

Para la construcción del IPCF se tomó como insumo la información que reportan los establecimientos bancarios, tanto de tarifas como de frecuencia de uso y número de productos financieros, relacionados con cuentas de ahorro y tarjetas de crédito, por tratarse de los productos de mayor participación en el sistema.

4.3.2.1 Componentes del IPCF

El detalle de los servicios financieros asociados a estos productos que comprenden el IPCF se resume en el cuadro a continuación, e incluye tanto gastos fijos (como es la cuota de manejo mensual de la cuenta de ahorros, las tarjetas débito y tarjetas de crédito), como aquellos gastos variables, los cuales dependen de la frecuencia de uso del servicio (retiros, transferencias, avances, entre otros).

Vale la pena anotar que algunos productos relacionados con cuentas de ahorro y tarjetas de crédito quedaron por fuera del IPCF, pues aunque se cuenta con información del cobro de sus tarifas, no se tiene información acerca de su frecuencia de uso, como es el caso de productos como los talonarios, cheques de gerencia, certificaciones, entre otros. El detalle de los servicios financieros incluidos en el IPCF, y la relación de sus tarifas y frecuencia de uso, se describe a continuación.

Cuadro 13
Productos y servicios incluidos en el IPCF

I. Cuentas de ahorro		
Servicios asociados	Tarifas (F365)	Frecuencia de uso (F459, F466 y F444)
Cuota de manejo	Cuota de administración	Número de cuentas de ahorro activas
Cuota de manejo tarjeta	Cuota de manejo tarjeta débito propia	Número de tarjetas débito vigentes a la fecha de corte
Débito automático	Débito automático ⁽¹⁾	Número de pagos automáticos
Retiros	Por cajero de la entidad	Número de transacciones de retiros por cajero de la entidad
	Por cajero de otra entidad	Número de transacciones de retiros por cajeros de otra entidad
Consulta de saldos	Por cajero de la entidad	Número de operaciones de consulta de saldo por cajero de la entidad
	Por cajero de otra entidad	Número de operaciones de consulta de saldo por cajero de otra entidad
	Por internet	Número de operaciones de consulta de saldo por internet
Transferencias a cuentas de la entidad	Por cajero de la entidad	Número de transferencias por cajero de la entidad
	Por internet	Número de transferencias por internet
Transferencias a cuentas de otras	Por internet y telefonía audiorespuesta	Número total de transacciones realizadas por canal ACH ⁽²⁾
Pagos a terceros	Por cajero de la entidad	Número de transacciones de pagos a terceros realizados por cajero de la
	Por cajero de otra entidad	Número de transacciones de pagos a terceros realizados por cajero de otra
Número de cuentas de ahorro por cliente		Número de cuentas de ahorro activas dividido el número de clientes con este

Fuente: Superintendencia Financiera.

(1) Como débito automático se entienden todas las operaciones que se realizan automáticamente debido a la solicitud expresa del titular de la cuenta de que se hiciera así.

(2) ACH -Automated Clearing House- es una cámara de compensación automática que facilita la realización de operaciones (pago de nómina, a proveedores y terceros, entre otros) desde una cuenta de una entidad financiera hacia una o varias cuentas de otra entidad financiera

II. Tarjetas de crédito		
Servicios asociados	Tarifas	Frecuencia de uso (F466, F341 y F444)
Cuota de manejo	Visa (cuota promedio de tarjetas Clásica, Gold y Platinum)	Número de tarjetas de crédito Visa vigentes a la fecha
	Mastercard (cuota promedio de tarjetas Clásica, Gold y Platinum)	Número de tarjetas de crédito Mastercard vigentes a la fecha
	American Express (cuota promedio de tarjetas Blue, Green y Gold)	Número de tarjetas de crédito American Express vigentes a la fecha
	Diners	Número de tarjetas de crédito Diners vigentes a la fecha
Avances en efectivo con tarjeta de crédito	Por oficinas	Número total de transacciones de avances con tarjetas de crédito x el porcentaje de uso del canal de oficinas
	Por cajero de la entidad	Número total de transacciones de avances con tarjetas de crédito x el porcentaje de uso de cajeros de la entidad.
	Por cajero de otra entidad	Número total de transacciones de avances con tarjetas de crédito x el porcentaje de uso de cajeros de otra entidad
	Por internet	Número total de transacciones de avances con tarjetas de crédito x el porcentaje de uso de internet
	Por Audiorespuesta	Número total de transacciones de avances con tarjetas de crédito x el porcentaje de uso de telefonía audiorespuesta
Número de tarjetas de crédito por cliente		Número de tarjetas de crédito con una operación activa dividido el número de clientes con este producto financiero.

Fuente: Superintendencia Financiera.

La información utilizada en el IPCF corresponde a información reportada por los establecimientos bancarios en los siguientes formatos:

Cuadro 14
Información utilizada en la construcción del IPCF

Variable	Formato	Descripción	Información utilizada	Periodicidad	Disponibilidad
p_{ij}^t	Formato 365	Tarifas de los servicios financieros	Precios de cada uno de los servicios financieros asociados a cuentas de ahorro y tarjetas de crédito, por institución.	Mensual	2006-2011
u_{ij}^t	Formato 444	Transacciones efectuadas a través de canales de distribución	Número de veces que es utilizado cada producto o servicio según canal, por institución.	Semestral	2007-2010
u_{ij}^t	Formato 466	Tarjetas de crédito y débito	Número de veces que un producto o servicio financiero fue utilizado con tarjeta, débito o crédito.	Mensual	2009-2011
n_{ij}^t	Formato 459	Concentración de captaciones	Número de cuentas de ahorro activas, por institución.	Mensual	2008-2011
n_{ij}^t	Formato 466	Tarjetas de crédito y débito	Número de tarjetas de crédito vigentes a la fecha de corte, por institución.	Mensual	2009-2011
m_j^t	Formato 459	Concentración de captaciones	Participación de mercado, para cada institución, basado en total de número de clientes con cuentas de ahorro y tarjetas de crédito	Mensual	2008-2011
	Formato 341	Operaciones activas de crédito		Trimestral	2001-2010

A pesar de contar con amplia información sobre el comportamiento de los consumidores financieros, la información no siempre cuenta con la misma periodicidad, disponibilidad, o es del todo comparable. Por esta razón, para esta primera construcción del IPCF fue necesario recurrir a algunos supuestos.

Es importante resaltar que se espera minimizar estos supuestos conforme se cuente con mayor información disponible sobre el comportamiento del consumidor financiero promedio en el país.

4.3.2.2 Supuestos del IPCF

Para la selección de los supuestos, y comprendiendo su incidencia en el indicador, se incluyeron sólo aquellos que se podían realizar directamente sobre la información disponible. En términos generales, éstos obedecen a que la información de todos los formatos de la SFC no cuenta con el mismo nivel de desagregación.

4.3.2.2.1 Supuestos generales

- La información reportada en el F-444 tiene una periodicidad semestral. Por este motivo se toma como supuesto que el comportamiento en el número de transacciones no varía durante el semestre, es decir, se puede mensualizar.
- Dado que en el F-365 las entidades financieras reportan algunas tarifas de acuerdo a su forma de cobro (mensual vencido, anual anticipado, entre otros), particularmente para las cuotas de manejo de la cuenta de ahorros, de la tarjeta débito y de la tarjeta crédito; se procedió a estandarizar las cuotas de manejo de cuentas de ahorro y tarjetas de crédito, en términos del costo anual, calculando el valor futuro al final del año asumiendo un costo de oportunidad igual a la DTF, para así hacerlas comparables.

4.3.2.2.2 Supuestos particulares

Cuentas de ahorro

- Se tomó el número de transacciones realizadas por el canal ACH, como frecuencia de uso para las transferencias a cuentas de otras entidades. Sin embargo, la información disponible no permite identificar el canal por el que se realizó la orden de transferencia. Por esto, se tomó el promedio entre los precios de internet y audio-respuesta para este campo.
- El número de transacciones por pagos a terceros, indiferente del canal por el que se realice, no presenta una mayor desagregación en el F-444. Por lo tanto, no se puede identificar el número de transacciones por pago de cartera o por servicios públicos o por cualquier otro tipo de pago. Por esto, se toma el promedio de los precios de cada uno de los canales para esta categoría.
- La información del número de transacciones por transferencias del F-444, indiferente del canal, no permite la diferenciación entre el número de transferencias a cuentas del mismo o de diferente titular de la misma entidad. Por esto, para la categoría “transferencias a cuentas de la misma entidad” se realiza el promedio de los precios de las “transferencias entre cuentas del mismo titular” y las “transferencias a cuentas de diferente titular”, para cada uno de los canales.

Tarjetas de crédito

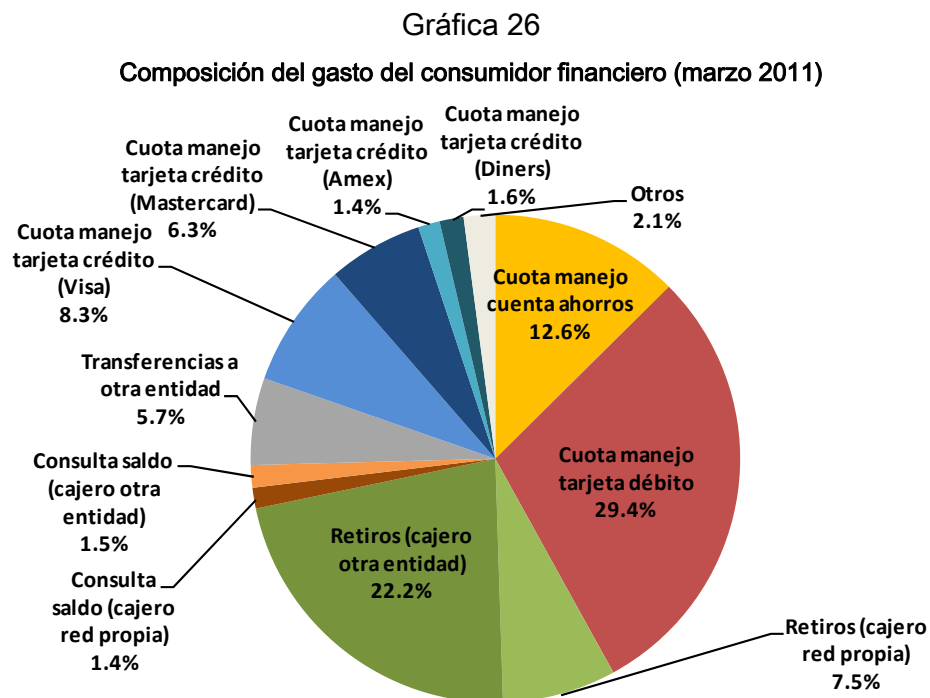
- Las tarifas de las cuotas de manejo en el F-365 se encuentran desagregadas por categorías para cada una de las franquicias. Sin embargo no se cuenta con el número de transacciones con ese nivel de desagregación. Por este motivo, se toma el promedio de cada franquicia para establecer el precio de la cuota de manejo de la tarjeta de crédito.

- El F-466 no presenta la información por canal. Para obtener el número de transacciones presentes en ese formato discriminado por canal, se pondera por el número de transacciones realizadas en cada uno de los canales del F-444.

4.3.3 Evolución del IPCF

4.3.3.1 Composición del gasto del consumidor financiero

Como se describió en la sección anterior, lo primero que se construye es la canasta del consumidor financiero, basada en la composición del gasto por utilizar cuentas de ahorro y tarjetas de crédito. La Gráfica 26 muestra la distribución del gasto, donde se puede observar que un 30% de la canasta corresponde a gastos por manejo de la tarjeta débito, y otro 30% por concepto de retiros por cajero (tanto por cajeros de la entidad, como por cajeros de otras entidades). También la cuota de administración de la cuenta de ahorros representa un costo importante, abarcando el 12% de la canasta, mientras que la cuota de manejo de las tarjetas de crédito (sumando todas las franquicias) comprende el 17% del gasto total.



Fuente: Superintendencia Financiera.

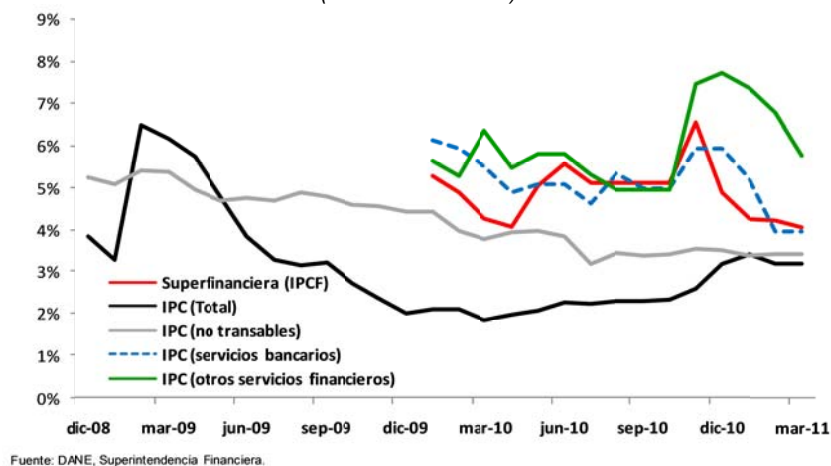
4.3.3.2 Evolución del IPCF

La información para el IPCF se encuentra disponible a partir de enero de 2010, ya que sólo se cuenta con información de tarjetas de crédito y débito (F-466) desde el 2009, limitando la posibilidad de realizar variaciones anuales anteriores a 2010. En la Gráfica 27 se presenta la evolución del IPCF, comparado con distintas mediciones del IPC reportada por el DANE. Como se observa, el IPCF sigue de cerca el comportamiento del IPC para servicios bancarios y se encuentra por encima del IPC total.

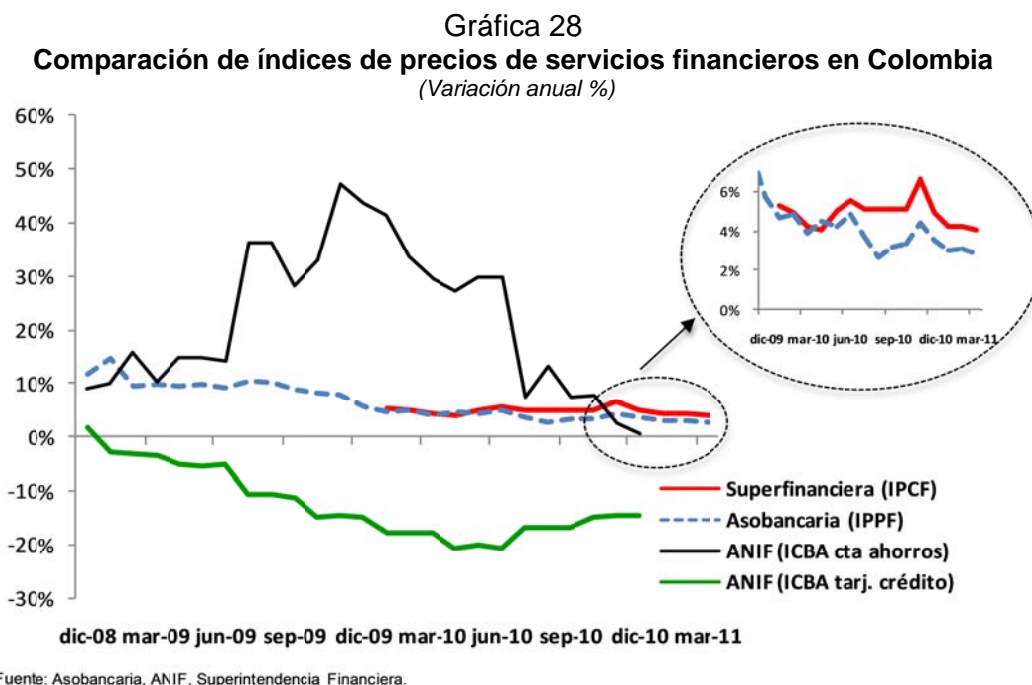
Si bien no se cuenta con información suficiente para poder establecer una tendencia del IPCF, se observa una reducción del indicador en los primeros meses de este año, pasando de 5.3% en el primer trimestre de 2010 a 4.1% en el mismo periodo de 2011. Al comparar este comportamiento con el mismo periodo del año anterior, se puede sugerir un comportamiento estacional con incrementos al final del año. Sin embargo, esto solo se podrá confirmar cuando se cuente con una serie mucho más extensa.

Por otro lado, el comportamiento del indicador, en lo corrido de 2011 puede ser ocasionado por la reducción en las tarifas de algunas instituciones bancarias, frente al mismo mes del año anterior. Estas reducciones influyen directamente en el indicador debido a que éste se encuentra ponderado por la participación de cada una de las entidades en el mercado de los productos analizados.

Gráfica 27
Evolución de los componentes de la inflación y el IPCF
(Variación anual %)



Como se explicó, en nuestro país existen ya experiencias de indicadores de precios financieros, como los realizados por ANIF y por Asobancaria. Al realizar una comparación del IPCF con estos indicadores, se encontró una tendencia similar entre el IPCF y el IPPF (Asobancaria). Sin embargo, la diferencia entre los indicadores se explica por las distintas metodologías utilizadas: mientras que Asobancaria utiliza el indicador de Laspeyres, el IPCF utiliza la metodología de Fischer. Por otro lado, puede ser explicado por la adición de las cuentas corrientes dentro del indicador de Asobancaria, las cuales presentan un comportamiento deflacionario desde agosto de 2010.



Con los indicadores de ANIF, por el contrario, la relación no parece ser directa. Sin embargo, este comportamiento obedece a que ANIF en la construcción del indicador incluye variables como tasas de interés y gravamen a los movimientos financieros⁷.

Este indicador es una primera aproximación que la SFC presenta para poder hacer un seguimiento al gasto que los consumidores financieros asumen por los productos y

⁷ Para profundizar el conocimiento sobre el ICBA de ANIF ver informes semanales No. 851 de 2006; 891 de 2007; 927 de 2008; 991 de 2009; 1044 de 2010, 1061 de 2011.

servicios bancarios. Sin embargo, dadas las restricciones en la información, su construcción requirió la utilización de supuestos que se esperan ser verificados en posteriores actualizaciones del indicador.

5 CONCLUSIONES

Los mercados e instituciones financieras están estrechamente vinculados con el crecimiento económico de largo plazo de un país. Esto se logra a partir de la asignación eficiente de recursos, la acumulación de capital y la innovación tecnológica. En este sentido, un incremento en el acceso a los servicios financieros, acompañado de programas de educación y protección al consumidor, contribuye a mejorar la distribución del ingreso y, en consecuencia, reducir la brecha de pobreza.

En el desarrollo de este objetivo la SFC, el Gobierno Nacional y el sector privado han logrado importantes avances. Entre éstos se destacan los criterios de educación financiera establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, los lineamientos estratégicos de fortalecimiento de supervisión y seguimiento de la información provista al consumidor financiero de la SFC para el periodo 2011-2014, y también, el marco general de la protección al consumidor financiero previsto en el Régimen Especial de Protección al Consumidor Financiero de la Ley 1328 de 2009.

En particular, en el seguimiento a las tarifas de los servicios financieros ofrecidos por las entidades vigiladas se evidenció que en el proceso de fijación de las mismas interviene un conjunto amplio de variables y consideraciones, haciéndolo heterogéneo y de difícil generalización. En este sentido, dentro de los parámetros comunes detectados en la forma en que los distintos establecimientos determinan los costos de los servicios financieros dirigidos a los consumidores finales se encuentran la segmentación, los incentivos, la fidelización y los mecanismos de cobro, entre otros. A su vez, al observar la evolución del IPCF construido por la SFC se encontró que la variación de las tarifas de los servicios financieros sigue de cerca el IPC para servicios bancarios.

En esta medida, se reitera la importancia de fortalecer la educación financiera. Lo anterior, bajo la premisa que un consumidor financiero que conoce sus derechos y obligaciones y cuenta con información cierta, suficiente y oportuna está en la capacidad de tomar mejores decisiones frente a las diversas opciones de productos y servicios ofrecidos por las entidades.

Así, con información suficiente el consumidor financiero cuenta con herramientas para movilizar de forma eficiente sus recursos, reduciendo al máximo los costos de utilización de los servicios provistos por el sistema financiero. Esto se facilita al conocer las tarifas cobradas por los servicios financieros y las reducciones que se pueden obtener al hacer uso de paquetes de productos o de estrategias comerciales.

6 REFERENCIAS

ASBA (2010). Elaboración de un inventario de productos y servicios financieros ofrecidos en la región, susceptibles de aportar a la inclusión financiera.

Asobancaria (2011). *Reporte de bancarización*.

Asobancaria (2010). “*Los precios de los productos financieros*” Semana Económica No. 740. 15 de febrero de 2010.

Bagehot, W. (1873). *Lombard Street: A description of money market*, London: H. S. King.

Beck, T., Demirguic-Kunt, A. y Levine R. (2004). *Finance, inequality and poverty: Cross-country evidence. NBER working paper no. 10979*. National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México. (2010). *Reporte de inclusión financiera*.

Comisión Nacional del Mercado de Valores, Banco de España. (2008). *Plan de Educación Financiera 2008-2012*.

CGAP - Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre, Banco Mundial. (2009). *Financial Access 2009*.

CGAP - Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre, Banco Mundial. (2010). *Financial Access 2010, La inclusión financiera durante la crisis: Estado de situación*.

DANE (2009). “Metodología Índice de Precios al Consumidor” Colección Documentos No. 62

FitzGerald, V. (2007). Desarrollo financiero y crecimiento económico: Una visión crítica. Principios: Estudios de Economía Política. N° 7, 5-28.

Heimann, U., Navarrete, J. O'Keefe, M., Vaca, B. y Zapata, G. (2009) *Mapa Estratégico de Inclusión Financiera: Una Herramienta de Análisis*. México.

Hicks, J. (1969). *A theory of Economic History*, Oxford: Clarendon Press.

ILO, IMF, OECD, UNECE, EUROSTAT, UNECE, The World Bank (2004). Consumer Price index manual: Theory and practice, Génova, International Labour Office, 2004.

Levine, R. (1997). Financial development and economic growth: Views and agenda. *Journal of Economic Literature*, vol. XXXV, págs. 688-726.

Marulanda, B., Paredes, M., Fajury, L. (2010). *Acceso a servicios financieros en Colombia: retos para el siguiente cuatrienio*. Corporación Andina de Fomento (CAF).

Merton, R. y Bodie Z. (1995). Conceptual Framework for Analyzing the Financial Environment, pág. 12.

Morales, L., Yáñez, A. (2006). *La bancarización en Chile, concepto y medición*. Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (SBIF).

Rajan, R. y Zingales L. (1998). *Financial Dependence and Growth*. *American Economic Review* N° 88, págs. 559-586.

Rutherford, S. (1999). *The Poor and Their Money, an essay about financial services for poor people*. Oxford University Press. Institute for Development Policy and Management, University of Manchester.

Schumpeter, J. (1912). *Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. Harvard University Press.

Stein, P. (2010). Towards universal access: addressing the global challenge of financial inclusion. Banco Mundial.

ANEXO 1: TABLAS DE VARIACIÓN ANUAL Y CORRIDO DEL AÑO DE LAS TARIFAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO

Importante:

1. Estas cifras corresponden a la información con corte a marzo de 2011 remitida por los Establecimientos de Crédito a la Superintendencia Financiera de Colombia a través del formato 365 “Tarifas de servicios financieros”.
2. En los cuadros que aparecen a continuación sólo se encuentran las entidades que cobran por los distintos productos. Por ejemplo, Bancolombia presta cuenta de ahorros pero no cobra cuota de administración, por lo tanto no aparecerá en el cuadro que detalla esta información.
3. Se incluye el promedio de cada uno de los cuadros con el objetivo de dar una idea general de los cobros realizados por las distintas entidades para cada producto señalado.

CUADRO 15
CUENTA DE AHORRO
Cuota de administración

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANCO AV VILLAS	\$ 464	\$ 737	\$ 273	58,84%	\$ 116	25,00%	\$ 58	10,00%	\$ 75	11,76%	\$ 24	3,37%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 4.100	\$ 4.933	\$ 833	20,32%	\$ 1	0,02%	\$ 522	12,73%	\$ 184	3,98%	\$ -	0,00%	\$ 126	2,62%
BCSC		\$ 6.380											\$ -	0,00%
GIROS Y FINANZAS		\$ 2.500												
GNB SUDAMERIS	\$ 6.844	\$ 7.192	\$ 348	5,08%	\$ 348	5,08%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HELM BANK	\$ 10.208	\$ 12.064	\$ 1.856	18,18%	\$ 464	4,55%	\$ -	0,00%	\$ 812	7,61%	\$ 580	5,05%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 5.404	\$ 5.634	\$ 828	25,60%	\$ 232	8,66%	\$ 145	5,68%	\$ 268	5,84%	\$ 151	2,10%	\$ 25	0,52%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:02 R:05

CUADRO 16
CUENTA DE AHORRO
Consignación Nacional

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO	\$ 7.900	\$ 9.765	\$ 1.865	23,61%	\$ 790	10,00%	\$ -	0,00%	\$ 436	5,02%	\$ 639	7,00%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS	\$ 8.700	\$ 10.672	\$ 1.972	22,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 928	10,67%	\$ 1.044	10,84%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 8.700	\$ 10.672	\$ 1.972	22,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 928	10,67%	\$ 1.044	10,84%	\$ -	0,00%
BANCO FINANADINA		\$ 1.500												
BANCO POPULAR	\$ 8.700	\$ 10.672	\$ 1.972	22,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 928	10,67%	\$ 1.044	10,84%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 7.200	\$ 10.800	\$ 3.600	50,00%	\$ 900	12,50%	\$ 400	4,94%	\$ 850	10,00%	\$ 940	10,05%	\$ 510	4,96%
BANCOLOMBIA	\$ 8.100	\$ 10.000	\$ 1.900	23,46%	\$ 400	4,94%	\$ -	0,00%	\$ 900	10,59%	\$ 700	7,45%	\$ (100)	-0,99%
BANCOOMEVA		\$ 5.500												
BBVA	\$ 8.236	\$ 11.484	\$ 3.248	39,44%	\$ 464	5,63%	\$ 1.160	13,33%	\$ 696	7,06%	\$ 464	4,40%	\$ 464	4,21%
BCSC		\$ 9.976									\$ 2.436	32,31%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOMEVA		\$ 5.500					\$ -	0,00%	\$ 928	36,36%	\$ 20	0,57%	\$ 2.000	57,14%
COOP FINAN DE ANTIOQUIA	\$ 3.500	\$ 7.500	\$ 4.000	114,29%	\$ 500	14,29%	\$ 300	7,50%	\$ 300	6,98%	\$ 900	19,57%	\$ 2.000	36,36%
COOPCENTRAL	\$ 3.712	\$ 6.695	\$ 2.983	80,36%	\$ 696	18,75%	\$ 1.592	36,12%	\$ -	0,00%	\$ 500	8,33%	\$ 195	3,00%
DAVIENDA	\$ 7.500	\$ 9.500	\$ 2.000	26,67%	\$ 620	8,27%	\$ 780	9,61%	\$ 300	3,37%	\$ 300	3,26%	\$ -	0,00%
GIROS Y FINANZAS	\$ 5.800	\$ 8.700	\$ 2.900	50,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 2.700	46,55%	\$ 200	2,35%	\$ -	0,00%
GNB SUDAMERIS	\$ 5.220	\$ 6.380	\$ 1.160	22,22%	\$ 1.160	22,22%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HELM BANK	\$ 8.206	\$ 9.512	\$ 1.306	15,92%	\$ 894	10,89%	\$ 528	5,80%	\$ 696	7,23%	\$ (812)	-7,87%	\$ -	0,00%
HSBC	\$ 4.640	\$ 9.048	\$ 4.408	95,00%	\$ 2.360	50,86%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 400	5,71%	\$ 1.648	22,27%
MACROFINANCIERA		\$ 2.000									\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 8.700	\$ 10.672	\$ 1.972	22,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 928	10,67%	\$ 1.044	10,84%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 8.273	\$ 10.800	\$ 2.527	30,55%	\$ 727	8,79%	\$ 900	10,00%	\$ 400	4,04%	\$ 500	4,85%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 7.068	\$ 8.445	\$ 2.487	41,39%	\$ 594	10,45%	\$ 333	5,14%	\$ 701	10,58%	\$ 598	7,44%	\$ 354	6,68%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:02 R:55

CUADRO 17
TARJETA DÉBITO
Cuota de manejo Tarjeta cuenta de ahorros

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO	\$ 5.900	\$ 7.340	\$ 1.440	24,41%	\$ 300	5,08%	\$ 310	5,00%	\$ 480	7,37%	\$ 350	5,01%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS	\$ 6.900	\$ 8.750	\$ 1.850	26,81%	\$ 350	5,07%	\$ 650	8,97%	\$ 600	7,59%	\$ 250	2,94%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTA	\$ 6.800	\$ 8.500	\$ 1.700	25,00%	\$ 400	5,88%	\$ 800	11,11%	\$ 250	3,13%	\$ 250	3,03%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR /1	\$ 28.200	\$ 28.174	\$ (26)	-0,09%	\$ (3.890)	-13,79%	\$ 2.780	11,44%	\$ 1.084	4,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 6.300	\$ 9.500	\$ 3.200	50,79%	\$ 1.300	20,63%	\$ -	0,00%	\$ 600	7,89%	\$ 1.300	15,85%	\$ -	0,00%
BANCOLOMBIA	\$ 6.500	\$ 8.250	\$ 1.750	26,92%	\$ 400	6,15%	\$ 400	5,80%	\$ 400	5,48%	\$ 300	3,90%	\$ 250	3,13%
BANCOOMEVA		\$ 9.500												
BBVA	\$ 6.850	\$ 9.300	\$ 2.450	35,77%	\$ 350	5,11%	\$ 600	8,33%	\$ 1.100	14,10%	\$ 100	1,12%	\$ 300	3,33%
BCSC	\$ 6.700	\$ 9.200	\$ 2.500	37,31%	\$ 800	11,94%	\$ 600	8,00%	\$ 400	4,94%	\$ 700	8,24%	\$ -	0,00%
CITIBANK		\$ 8.300							\$ 9.000	128,57%	\$ (8.000)	-50,00%	\$ 300	3,75%
COOP FINAN CONFIAR	\$ 1.950	\$ 3.700	\$ 1.750	89,74%	\$ 150	7,69%	\$ 500	23,81%	\$ 900	34,62%	\$ 200	5,71%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOFINEP	\$ 2.500	\$ 3.500	\$ 1.000	40,00%	\$ 500	20,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 500	16,67%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOMEVA		\$ 9.500					\$ -	0,00%	\$ 1.800	9,09%	\$ 900	4,17%	\$ (13.000)	-57,78%
COOP FINAN COTRAFA		\$ 1.500					\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 300	25,00%	\$ -	0,00%
COOP FINAN DE ANTIOQUIA	\$ 3.000	\$ 2.800	\$ (400)	-13,33%	\$ -	0,00%	\$ (1.200)	-40,00%	\$ 200	11,11%	\$ 500	25,00%	\$ 100	4,00%
COOP FINAN JURISCOOP		\$ 4.000							\$ (800)	-21,05%	\$ 1.000	33,33%	\$ -	0,00%
DAVIVIENDA	\$ 7.000	\$ 8.500	\$ 1.500	21,43%	\$ -	0,00%	\$ 900	12,86%	\$ 300	3,80%	\$ 300	3,86%	\$ -	0,00%
HSBC	\$ 4.000	\$ 7.200	\$ 3.200	80,00%	\$ 2.000	50,00%	\$ 500	8,33%	\$ -	0,00%	\$ 300	4,62%	\$ 400	5,88%
MACROFINANCIERA		\$ 6.000							\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 6.750	\$ 8.800	\$ 2.050	30,37%	\$ 450	6,67%	\$ 400	5,56%	\$ 400	5,26%	\$ 500	6,25%	\$ 300	3,53%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 7.550	\$ 8.600	\$ 1.050	13,91%	\$ 350	4,64%	\$ -	0,00%	\$ 400	5,08%	\$ 300	3,61%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 5.621	\$ 7.127	\$ 1.789	34,94%	\$ 525	10,63%	\$ 279	3,61%	\$ 891	12,61%	\$ 3	6,22%	\$ (597)	-1,80%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:14 R:15

/1 La forma de cobro del Banco Popular es trimestre anticipado y no se incluye dentro del promedio. Las demás entidades presentan una forma de cobro mes anticipado o mes vencido.

CUADRO 18
TARJETA DE CRÉDITO - VISA CLASICA
Cuota de manejo

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO /1	\$ 10.815	\$ 12.519	\$ 1.704	15,76%	\$ -	0,00%	\$ 649	6,00%	\$ 459	4,00%	\$ 596	5,00%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS		\$ 46.200											\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTA	\$ 34.500	\$ 44.700	\$ 10.200	29,57%	\$ 2.500	7,25%	\$ 5.000	13,51%	\$ 1.300	3,10%	\$ 1.400	3,23%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR /1	\$ 40.280	\$ 14.419	\$ (25.861)	-64,20%	\$ (3.880)	-9,63%	\$ 4.128	11,34%	\$ 1.621	4,00%	\$ (29.583)	-70,19%	\$ 1.853	14,75%
BANCO SANTANDER	\$ 31.500	\$ 46.900	\$ 15.400	48,89%	\$ 5.400	17,14%	\$ 3.090	8,37%	\$ 3.500	8,75%	\$ 2.010	4,62%	\$ 1.400	3,08%
BANCOLOMBIA	\$ 31.000	\$ 46.500	\$ 15.500	50,00%	\$ 3.100	10,00%	\$ 1.900	5,57%	\$ 6.000	16,67%	\$ 3.000	7,14%	\$ 1.500	3,33%
BBVA	\$ 33.000	\$ 48.200	\$ 15.200	46,06%	\$ 1.500	4,55%	\$ 4.500	13,04%	\$ 5.000	12,82%	\$ 2.200	5,00%	\$ 2.000	4,33%
BCSC	\$ 32.600	\$ 46.000	\$ 13.400	41,10%	\$ 2.000	6,13%	\$ 2.600	7,51%	\$ 2.300	6,18%	\$ 6.500	16,46%	\$ -	0,00%
CITIBANK /1	\$ 39.000	\$ 16.000	\$ (23.000)	-58,97%	\$ -	0,00%	\$ 5.000	12,82%	\$ (29.350)	-66,70%	\$ 1.150	7,85%	\$ 200	1,27%
DAVIVIENDA	\$ 39.000	\$ 47.000	\$ 8.000	20,51%	\$ -	0,00%	\$ 5.000	12,82%	\$ 1.500	3,41%	\$ 1.500	3,30%	\$ -	0,00%
GNB SUDAMERIS	\$ 29.700	\$ 31.200	\$ 1.500	5,05%	\$ 1.500	5,05%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HELM BANK	\$ 12.000	\$ 46.000	\$ 34.000	283,33%	\$ 27.000	225,00%	\$ 2.500	6,41%	\$ 3.000	7,23%	\$ 1.500	3,37%	\$ -	0,00%
HSBC /1	\$ 13.000	\$ 16.100	\$ 3.100	23,85%	\$ 1.500	11,54%	\$ -	0,00%	\$ 1.000	6,90%	\$ 600	3,87%	\$ -	0,00%
INVERSORA PICHINCHA /1	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 37.400	\$ 47.610	\$ 10.210	27,30%	\$ 2.050	5,48%	\$ 2.550	6,46%	\$ 2.500	5,95%	\$ 1.500	3,37%	\$ 1.610	3,50%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 39.500	\$ 48.300	\$ 8.800	22,28%	\$ 1.800	4,56%	\$ 3.300	7,99%	\$ 1.400	3,14%	\$ 2.300	5,00%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 32.020	\$ 45.328	\$ 13.221	57,41%	\$ 4.685	28,52%	\$ 3.044	8,17%	\$ 2.650	6,72%	\$ 2.191	5,15%	\$ 592	1,29%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:03 R:05

/1 La forma de cobro de Banagrario, Banco popular, Citibank, HSBC, Inversora Pichincha es mes anticipado o mes vencido y no se incluyen dentro del promedio. Las demás entidades presentan una forma de cobro trimestre anticipado o trimestre vencido.

CUADRO 19
TARJETA DE CRÉDITO - MASTER CARD CLASICA
Cuota de manejo

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANCO AV VILLAS	\$ 34.000	\$ 46.200	\$ 12.200	35,88%	\$ 2.300	6,76%	\$ 3.700	10,19%	\$ 4.900	12,25%	\$ 1.300	2,90%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTA	\$ 34.500	\$ 44.700	\$ 10.200	29,57%	\$ 2.500	7,25%	\$ 5.000	13,51%	\$ 1.300	3,10%	\$ 1.400	3,23%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 31.500	\$ 46.900	\$ 15.400	48,89%	\$ 5.400	17,14%	\$ 3.090	8,37%	\$ 3.500	8,75%	\$ 2.010	4,62%	\$ 1.400	3,08%
BANCOLOMBIA	\$ 31.000	\$ 46.500	\$ 15.500	50,00%	\$ 3.100	10,00%	\$ 1.900	5,57%	\$ 6.000	16,67%	\$ 3.000	7,14%	\$ 1.500	3,33%
BBVA	\$ 33.000	\$ 48.200	\$ 15.200	46,06%	\$ 1.500	4,55%	\$ 4.500	13,04%	\$ 5.000	12,82%	\$ 2.200	5,00%	\$ 2.000	4,33%
BCSC	\$ 32.600	\$ 46.000	\$ 13.400	41,10%	\$ 2.000	6,13%	\$ 2.600	7,51%	\$ 2.300	6,18%	\$ 6.500	16,46%	\$ -	0,00%
CITIBANK /1	\$ 39.000	\$ 16.000	\$ (23.000)	-58,97%	\$ -	0,00%	\$ 5.000	12,82%	\$ (29.400)	-66,82%	\$ 1.200	8,22%	\$ 200	1,27%
DAVIVIENDA	\$ 39.000	\$ 47.000	\$ 8.000	20,51%	\$ -	0,00%	\$ 5.000	12,82%	\$ 1.500	3,41%	\$ 1.500	3,30%	\$ -	0,00%
HSBC /1	\$ 13.000	\$ 16.100	\$ 3.100	23,85%	\$ 1.500	11,54%	\$ -	0,00%	\$ 1.000	6,90%	\$ 600	3,87%	\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 37.400	\$ 47.610	\$ 10.210	27,30%	\$ 2.050	5,48%	\$ 2.550	6,46%	\$ 2.500	5,95%	\$ 1.500	3,37%	\$ 1.610	3,50%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 39.500	\$ 48.300	\$ 8.800	22,28%	\$ 1.800	4,56%	\$ 3.300	7,99%	\$ 1.400	3,14%	\$ 2.300	5,00%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 34.722	\$ 46.623	\$ 12.101	35,73%	\$ 2.294	6,87%	\$ 3.516	9,50%	\$ 3.156	8,03%	\$ 2.412	5,67%	\$ 723	1,58%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:06 R:05

/1 La forma de cobro del Citibank y el HSBC es mes anticipado y no se incluyen dentro del promedio. Las demás entidades presentan una forma de cobro trimestre anticipado o trimestre vencido.

CUADRO 20
TARJETA DE CRÉDITO - AMERICAN EXPRESS BLUE
Cuota de manejo

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANCOLOMBIA /1	\$ 34.100	\$ 48.500	\$ 14.400	42,23%	\$ 2.400	7,04%	\$ 1.600	4,38%	\$ 5.900	15,49%	\$ 3.000	6,82%	\$ 1.500	3,19%
PROMEDIO	\$ 34.100	\$ 48.500	\$ 14.400	42,23%	\$ 2.400	7,04%	\$ 1.600	4,38%	\$ 5.900	15,49%	\$ 3.000	6,82%	\$ 1.500	3,19%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:09 R:05
/1 La forma de cobro de Bancolombia es trimestre anticipado.

CUADRO 21
TARJETA DE CRÉDITO - DINERS
Cuota de manejo

Entidad	Valor cuota		Variación 2006-2010		Variación 2006-2007		Variación 2007-2008		Variación 2008-2009		Variación 2009-2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
DAVIVIENDA /1	\$ 51.000	\$ 62.000	\$ 11.000	21,57%	\$ -	0,00%	\$ 7.000	13,73%	\$ 2.000	3,45%	\$ 2.000	3,33%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 51.000	\$ 62.000	\$ 11.000	21,57%	\$ -	0,00%	\$ 7.000	13,73%	\$ 2.000	3,45%	\$ 2.000	3,33%	\$ -	0,00%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:12 R:05
/1 La forma de cobro de Davivienda es trimestre anticipado.

CUADRO 22
TARJETA DE CRÉDITO - OTROS CONCEPTOS
Avance en efectivo en oficina

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANCO AV VILLAS	\$ 2.400	\$ 6.000	\$ 3.600	150,00%	\$ 500	20,83%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 7.500	\$ 8.000	\$ 500	6,67%	\$ -	0,00%	\$ 500	6,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 8.700	\$ 8.000	\$ (700)	-8,05%	\$ -	0,00%	\$ 394	4,53%	\$ 186	2,05%	\$ (1.280)	-13,79%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 4.500	\$ 5.700	\$ 1.200	26,67%	\$ -	0,00%	\$ 300	6,67%	\$ 400	8,33%	\$ 300	5,77%	\$ 200	3,64%
BANCOLOMBIA		\$ 7.800					\$ -	0,00%	\$ 2.000	40,00%	\$ 500	7,14%	\$ 300	4,00%
BBVA	\$ 5.100	\$ 7.500	\$ 2.400	47,06%	\$ 600	11,76%	\$ 300	5,26%	\$ 500	8,33%	\$ 700	10,77%	\$ 300	4,17%
BCSC	\$ 2.400	\$ 7.000	\$ 4.600	191,67%	\$ 200	8,33%	\$ 300	11,54%	\$ 1.100	37,93%	\$ 3.000	75,00%	\$ -	0,00%
CITIBANK	\$ 5.500	\$ 8.500	\$ 3.000	54,55%	\$ 1.000	18,18%	\$ 2.000	30,77%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
CMR FALABELLA		\$ 4.000							\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
DAVIVIENDA	\$ 4.400	\$ 7.000	\$ 2.600	59,09%	\$ 1.600	36,36%	\$ 400	6,67%	\$ 200	3,13%	\$ 400	6,06%	\$ -	0,00%
GNB SUDAMERIS	\$ 3.500	\$ 3.650	\$ 150	4,29%	\$ 150	4,29%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HELM BANK		\$ 8.250					\$ 1.000	15,38%	\$ 500	6,67%	\$ 250	3,13%	\$ -	0,00%
HSBC		\$ 7.000					\$ -	0,00%	\$ 500	8,33%	\$ 500	7,69%	\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 7.500	\$ 8.000	\$ 500	6,67%	\$ -	0,00%	\$ 1.200	16,00%	\$ (700)	-8,05%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 6.074	\$ 9.000	\$ 2.926	48,17%	\$ 326	5,37%	\$ 500	7,81%	\$ 300	4,35%	\$ 1.800	25,00%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 5.234	\$ 7.027	\$ 1.889	53,34%	\$ 398	9,56%	\$ 492	7,95%	\$ 384	8,54%	\$ 441	9,05%	\$ 53	0,79%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:13 R:05

CUADRO 23
CAJEROS ELECTRONICOS - RED PROPIA
Precio fijo consulta de saldo

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO	\$ 990	\$ 1.320	\$ 330	33,33%	\$ 110	11,11%	\$ -	0,00%	\$ 100	9,09%	\$ 120	10,00%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 1.044	\$ 1.000	\$ (44)	-4,21%	\$ (144)	-13,79%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ 500	50,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 100	10,00%	\$ 400	36,36%	\$ -	0,00%
BANCOOMEVA		\$ 990												
BBVA	\$ 950	\$ 1.250	\$ 300	31,58%	\$ 50	5,26%	\$ 100	10,00%	\$ 50	4,55%	\$ 50	4,35%	\$ 50	4,17%
COOP FINAN COOFINEP		\$ 1.270									\$ 70	5,83%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOMEVA		\$ 990					\$ -	0,00%	\$ 100	20,00%	\$ 20	3,33%	\$ 370	59,68%
COOP FINAN DE ANTIOQUIA	\$ 700	\$ 1.100	\$ 400	57,14%	\$ -	0,00%	\$ (150)	-21,43%	\$ 350	63,64%	\$ 100	11,11%	\$ 100	10,00%
COOP FINAN JURISCOOP		\$ 900									\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
FINAMERICA		\$ 1.700											\$ -	0,00%
HELM BANK	\$ 2.800	\$ 3.296	\$ 496	17,71%	\$ 130	4,64%	\$ -	0,00%	\$ 270	9,22%	\$ 96	3,00%	\$ -	0,00%
HSBC	\$ 2.000	\$ 3.400	\$ 1.400	70,00%	\$ -	0,00%	\$ 500	25,00%	\$ 200	8,00%	\$ 500	18,52%	\$ 200	6,25%
OCCIDENTE	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 880	\$ 1.200	\$ 320	36,36%	\$ 70	7,95%	\$ 100	10,53%	\$ 70	6,67%	\$ 80	7,14%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 1.188	\$ 1.432	\$ 364	29,57%	\$ 20	1,38%	\$ 46	2,01%	\$ 127	13,52%	\$ 111	8,00%	\$ 48	5,34%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:15 R:05

CUADRO 24
CAJEROS ELECTRONICOS - RED PROPIA
Retiros

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO	\$ 990	\$ 1.320	\$ 330	33,33%	\$ 110	11,11%	\$ -	0,00%	\$ 100	9,09%	\$ 120	10,00%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 1.044	\$ 1.000	\$ (44)	-4,21%	\$ (144)	-13,79%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ 500	50,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 100	10,00%	\$ 400	36,36%	\$ -	0,00%
BANCOOMEVA		\$ 990												
BCSC	\$ 580	\$ 1.000	\$ 420	72,41%	\$ -	0,00%	\$ 50	8,62%	\$ 170	26,98%	\$ 200	25,00%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOFINEP		\$ 1.270									\$ 70	5,83%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOMEVA		\$ 990					\$ -	0,00%	\$ 100	20,00%	\$ 20	3,33%	\$ 370	59,68%
COOP FINAN DE ANTIOQUIA	\$ 700	\$ 1.100	\$ 400	57,14%	\$ -	0,00%	\$ 50	7,14%	\$ 150	20,00%	\$ 100	11,11%	\$ 100	10,00%
COOP FINAN JURISCOOP		\$ 900									\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
FINAMERICA		\$ 1.700											\$ -	0,00%
HELM BANK	\$ 2.800	\$ 3.296	\$ 496	17,71%	\$ 130	4,64%	\$ -	0,00%	\$ 270	9,22%	\$ 96	3,00%	\$ -	0,00%
HSBC	\$ 2.000	\$ 3.400	\$ 1.400	70,00%	\$ -	0,00%	\$ 500	25,00%	\$ 200	8,00%	\$ 500	18,52%	\$ 200	6,25%
MACROFINANCIERA		\$ 3.300					\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 880	\$ 1.200	\$ 320	36,36%	\$ 70	7,95%	\$ 100	10,53%	\$ 70	6,67%	\$ 80	7,14%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 1.154	\$ 1.527	\$ 375	33,28%	\$ 15	0,90%	\$ 58	4,27%	\$ 120	11,76%	\$ 114	8,84%	\$ 42	4,75%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:15 R:15

CUADRO 25
CAJEROS ELECTRONICOS - RED PROPIA
Transferencia cuentas de diferente titular

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANCO AV VILLAS	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 1.044	\$ 1.000	\$ (44)	-4,21%	\$ (144)	-13,79%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER		\$ 2.200					\$ 250	14,29%	\$ 200	10,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
BBVA	\$ 1.700	\$ 1.700	\$ -	0,00%	\$ 100	5,88%	\$ 100	5,56%	\$ 200	10,53%	\$ 200	9,52%	\$ (600)	-26,09%
OCCIDENTE	\$ 900	\$ 1.000	\$ 100	11,11%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 70	7,78%	\$ 30	3,09%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 1.424	\$ 1.900	\$ 476	33,43%	\$ 146	10,25%	\$ 130	8,28%	\$ 100	5,88%	\$ 100	5,56%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 1.145	\$ 1.400	\$ 122	10,42%	\$ 17	0,39%	\$ 69	4,02%	\$ 111	8,22%	\$ 60	3,92%	\$ (86)	-3,73%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:15 R:25

CUADRO 26
CAJEROS ELECTRONICOS - RED PROPIA
Avance en efectivo

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO	\$ 2.200	\$ 3.439	\$ 1.239	56,32%	\$ 300	13,64%	\$ -	0,00%	\$ 490	19,60%	\$ 449	15,02%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS	\$ 4.000	\$ 5.500	\$ 1.500	37,50%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 500	12,50%	\$ 1.000	22,22%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 4.000	\$ 5.500	\$ 1.500	37,50%	\$ -	0,00%	\$ 500	12,50%	\$ -	0,00%	\$ 1.000	22,22%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 4.640	\$ 5.500	\$ 860	18,53%	\$ (640)	-13,79%	\$ 500	12,50%	\$ -	0,00%	\$ 1.000	22,22%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 4.500	\$ 5.700	\$ 1.200	26,67%	\$ -	0,00%	\$ 300	6,67%	\$ 400	8,33%	\$ 300	5,77%	\$ 200	3,64%
BANCOLOMBIA	\$ 2.300	\$ 6.000	\$ 3.700	160,87%	\$ 700	30,43%	\$ 500	16,67%	\$ 1.500	42,86%	\$ 500	10,00%	\$ 500	9,09%
BBVA	\$ 3.600	\$ 7.000	\$ 3.400	94,44%	\$ 200	5,56%	\$ 200	5,26%	\$ 1.000	25,00%	\$ 1.800	36,00%	\$ 200	2,94%
BCSC	\$ 2.400	\$ 5.000	\$ 2.600	108,33%	\$ 200	8,33%	\$ 300	11,54%	\$ 600	20,69%	\$ 1.500	42,86%	\$ -	0,00%
CITIBANK	\$ 5.000	\$ 7.000	\$ 2.000	40,00%	\$ 1.000	20,00%	\$ 1.000	16,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
DAVIVIENDA	\$ 4.400	\$ 7.000	\$ 2.600	59,09%	\$ 1.600	36,36%	\$ 400	6,67%	\$ 200	3,13%	\$ 400	6,06%	\$ -	0,00%
GNB SUDAMERIS	\$ 3.500	\$ 3.650	\$ 150	4,29%	\$ 150	4,29%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HELM BANK		\$ 6.644					\$ -	0,00%	\$ 450	7,50%	\$ 194	3,01%	\$ -	0,00%
HSBC	\$ 4.000	\$ 5.000	\$ 1.000	25,00%	\$ -	0,00%	\$ (500)	-12,50%	\$ 500	14,29%	\$ 800	20,00%	\$ 200	4,17%
OCCIDENTE	\$ 4.000	\$ 5.500	\$ 1.500	37,50%	\$ -	0,00%	\$ 500	12,50%	\$ -	0,00%	\$ 1.000	22,22%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 3.037	\$ 7.000	\$ 3.963	130,49%	\$ 163	5,37%	\$ 1.800	56,25%	\$ 400	8,00%	\$ 1.600	29,63%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 3.684	\$ 5.696	\$ 1.944	59,75%	\$ 262	7,87%	\$ 367	9,65%	\$ 403	10,79%	\$ 770	17,15%	\$ 73	1,32%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:15 R:30

CUADRO 27
CAJEROS ELECTRONICOS - OTRAS REDES
Precio fijo consulta de saldo

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO	\$ 3.500	\$ 4.600	\$ 1.100	31,43%	\$ -	0,00%	\$ 500	14,29%	\$ 400	10,00%	\$ 200	4,55%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 6.496	\$ 6.750	\$ 254	3,91%	\$ (896)	-13,79%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 4.500	\$ 6.900	\$ 2.400	53,33%	\$ -	0,00%	\$ 300	6,67%	\$ 400	8,33%	\$ 1.300	25,00%	\$ 400	6,15%
BANCOLOMBIA	\$ 5.000	\$ 7.500	\$ 2.500	50,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 1.500	30,00%	\$ 500	7,69%	\$ 500	7,14%
BANCOOMEVA		\$ 6.000												
BBVA	\$ 4.300	\$ 7.100	\$ 2.800	65,12%	\$ 900	20,93%	\$ 300	5,77%	\$ 1.000	18,18%	\$ 400	6,15%	\$ 200	2,90%
BCSC	\$ 4.400	\$ 7.000	\$ 2.600	59,09%	\$ 400	9,09%	\$ 400	8,33%	\$ 700	13,46%	\$ 1.100	18,64%	\$ -	0,00%
CITIBANK	\$ 3.675	\$ 6.900	\$ 3.225	87,76%	\$ 325	8,84%	\$ 1.000	25,00%	\$ 1.000	20,00%	\$ 900	15,00%	\$ -	0,00%
COOP FINAN CONFIAR	\$ 1.000	\$ 2.200	\$ 1.200	120,00%	\$ 500	50,00%	\$ 300	20,00%	\$ 400	22,22%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOPINEP	\$ 3.800	\$ 6.800	\$ 3.000	78,95%	\$ 2.100	55,26%	\$ -	0,00%	\$ 900	15,25%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOMEVA		\$ 6.000					\$ -	0,00%	\$ 500	11,90%	\$ 300	6,38%	\$ 1.000	20,00%
COOP FINAN COTRAFA		\$ 1.000					\$ 400	7,14%	\$ -	0,00%	\$ (5.000)	-83,33%	\$ -	0,00%
COOP FINAN DE ANTIOQUIA	\$ 5.600	\$ 4.000	\$ (1.600)	-28,57%	\$ -	0,00%	\$ (3.486)	-62,25%	\$ 886	41,91%	\$ 500	16,67%	\$ 500	14,29%
COOP FINAN JURISCOOP		\$ 3.500							\$ (2.500)	-41,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
DAVIVIENDA	\$ 4.400	\$ 7.000	\$ 2.600	59,09%	\$ 600	13,64%	\$ 1.400	28,00%	\$ 200	3,13%	\$ 400	6,06%	\$ -	0,00%
FINAMERICA		\$ 3.400							\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
GNB SUDAMERIS	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 500	12,50%	\$ 500	12,50%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HELM BANK	\$ 4.600	\$ 6.499	\$ 1.899	41,28%	\$ 200	4,35%	\$ -	0,00%	\$ 1.200	25,00%	\$ 499	8,32%	\$ -	0,00%
HSBC	\$ 5.000	\$ 7.200	\$ 2.200	44,00%	\$ 400	8,00%	\$ 600	11,11%	\$ 500	8,33%	\$ 300	4,62%	\$ 400	5,88%
INVERSORA PICHINCHA	\$ 2.000	\$ 2.451	\$ 451	22,55%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 800	40,00%	\$ -	0,00%	\$ (349)	-12,46%
MACROFINANCIERA		\$ 5.500							\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 4.283	\$ 6.700	\$ 2.417	56,43%	\$ 217	5,07%	\$ 500	11,11%	\$ 1.500	30,00%	\$ 200	3,08%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 4.387	\$ 5.590	\$ 1.631	43,08%	\$ 276	9,15%	\$ 277	6,64%	\$ 427	11,64%	\$ 113	2,36%	\$ 110	1,83%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:16 R:05

CUADRO 28
CAJEROS ELECTRONICOS - OTRAS REDES
Retiros

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO	\$ 3.500	\$ 4.600	\$ 1.100	31,43%	\$ -	0,00%	\$ 500	14,29%	\$ 400	10,00%	\$ 200	4,55%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 6.496	\$ 6.750	\$ 254	3,91%	\$ (896)	-13,79%	\$ 400	7,14%	\$ 500	8,33%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 4.500	\$ 6.900	\$ 2.400	53,33%	\$ -	0,00%	\$ 300	6,67%	\$ (4.799)	-99,98%	\$ 6.499	649900,00%	\$ 400	6,15%
BANCOLOMBIA	\$ 5.000	\$ 7.500	\$ 2.500	50,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 1.500	30,00%	\$ 500	7,69%	\$ 500	7,14%
BANCOOMEVA		\$ 6.000												
BBVA	\$ 4.300	\$ 7.100	\$ 2.800	65,12%	\$ 900	20,93%	\$ 300	5,77%	\$ 1.000	18,18%	\$ 400	6,15%	\$ 200	2,90%
BCSC	\$ 4.400	\$ 7.000	\$ 2.600	59,09%	\$ 400	9,09%	\$ 400	8,33%	\$ 700	13,46%	\$ 1.100	18,64%	\$ -	0,00%
CITIBANK	\$ 3.675	\$ 6.900	\$ 3.225	87,76%	\$ 325	8,84%	\$ 1.000	25,00%	\$ 1.000	20,00%	\$ 900	15,00%	\$ -	0,00%
COOP FINAN CONFIAR	\$ 1.000	\$ 2.200	\$ 1.200	120,00%	\$ 500	50,00%	\$ 300	20,00%	\$ 400	22,22%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOPINER	\$ 3.800	\$ 6.800	\$ 3.000	78,95%	\$ 2.100	55,26%	\$ -	0,00%	\$ 900	15,25%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
COOP FINAN COOMEVA		\$ 6.000					\$ -	0,00%	\$ 500	11,90%	\$ 300	6,38%	\$ 1.000	20,00%
COOP FINAN COTRAFA		\$ 1.000					\$ 400	7,14%	\$ -	0,00%	\$ (5.000)	-83,33%	\$ -	0,00%
COOP FINAN DE ANTIOQUIA	\$ 5.600	\$ 4.000	\$ (1.600)	-28,57%	\$ -	0,00%	\$ (3.486)	-62,25%	\$ 886	41,91%	\$ 500	16,67%	\$ 500	14,29%
COOP FINAN JURISCOOP		\$ 3.500							\$ (2.500)	-41,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
DAVIVIENDA	\$ 4.400	\$ 7.000	\$ 2.600	59,09%	\$ 600	13,64%	\$ 1.400	28,00%	\$ 200	3,13%	\$ 400	6,06%	\$ -	0,00%
FINAMERICA		\$ 3.400											\$ -	0,00%
GNB SUDAMERIS	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 500	12,50%	\$ 500	12,50%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HELM BANK	\$ 4.600	\$ 6.499	\$ 1.899	41,28%	\$ 200	4,35%	\$ -	0,00%	\$ 1.200	25,00%	\$ 499	8,32%	\$ -	0,00%
HSBC	\$ 5.000	\$ 7.200	\$ 2.200	44,00%	\$ 400	8,00%	\$ 600	11,11%	\$ 500	8,33%	\$ 300	4,62%	\$ 400	5,88%
MACROFINANCIERA		\$ 5.500											\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 4.283	\$ 6.700	\$ 2.417	56,43%	\$ 217	5,07%	\$ 500	11,11%	\$ 1.500	30,00%	\$ 200	3,08%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 4.520	\$ 5.721	\$ 1.697	44,22%	\$ 291	9,66%	\$ 266	6,53%	\$ 185	5,53%	\$ 354	29542,24%	\$ 130	2,45%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:16 R:15

CUADRO 29
CAJEROS ELECTRONICOS - OTRAS REDES
Avance en efectivo

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	Dic-2006	Mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO	\$ 3.600	\$ 4.800	\$ 1.200	33,33%	\$ 200	5,56%	\$ 200	5,26%	\$ 400	10,00%	\$ 400	9,09%	\$ -	0,00%
BANCO AV VILLAS	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO POPULAR	\$ 6.496	\$ 6.750	\$ 254	3,91%	\$ (896)	-13,79%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
BANCO SANTANDER	\$ 4.500	\$ 5.700	\$ 1.200	26,67%	\$ -	0,00%	\$ 300	6,67%	\$ 400	8,33%	\$ 300	5,77%	\$ 200	3,64%
BANCOLOMBIA	\$ 5.000	\$ 7.250	\$ 2.250	45,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 1.500	30,00%	\$ 500	7,69%	\$ 250	3,57%
BBVA	\$ 4.300	\$ 7.100	\$ 2.800	65,12%	\$ 900	20,93%	\$ 300	5,77%	\$ 1.000	18,18%	\$ 400	6,15%	\$ 200	2,90%
BCSC	\$ 2.900	\$ 6.000	\$ 3.100	106,90%	\$ 300	10,34%	\$ 300	9,38%	\$ 900	25,71%	\$ 1.600	36,36%	\$ -	0,00%
CITIBANK	\$ 5.000	\$ 7.000	\$ 2.000	40,00%	\$ 1.000	20,00%	\$ 1.000	16,67%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
CMR FALABELLA		\$ 4.000											\$ -	0,00%
COOP FINAN CONFIAR	\$ 1.000	\$ 2.200	\$ 1.200	120,00%	\$ 500	50,00%	\$ 300	20,00%	\$ 400	22,22%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
DAVIVIENDA	\$ 4.400	\$ 7.000	\$ 2.600	59,09%	\$ 1.600	36,36%	\$ 400	6,67%	\$ 200	3,13%	\$ 400	6,06%	\$ -	0,00%
GNB SUDAMERIS	\$ 3.500	\$ 4.500	\$ 1.000	28,57%	\$ 1.000	28,57%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HELM BANK		\$ 6.450					\$ -	0,00%	\$ 450	7,50%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
HSBC	\$ 4.000	\$ 7.500	\$ 3.500	87,50%	\$ -	0,00%	\$ 2.000	50,00%	\$ 500	8,33%	\$ 500	7,69%	\$ 500	7,14%
INVERSORA PICHINCHA	\$ 2.000	\$ 2.800	\$ 800	40,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ 800	40,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
OCCIDENTE	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20,54%	\$ -	0,00%	\$ 900	16,07%	\$ -	0,00%	\$ 250	3,85%	\$ -	0,00%
RED MULTIBANCA COLPATRIA	\$ 6.074	\$ 8.500	\$ 2.426	39,94%	\$ 326	5,37%	\$ 500	7,81%	\$ 300	4,35%	\$ 1.300	18,06%	\$ -	0,00%
PROMEDIO	\$ 4.348	\$ 5.969	\$ 1.736	47,35%	\$ 308	10,21%	\$ 524	11,32%	\$ 403	10,46%	\$ 376	6,60%	\$ 64	0,96%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:16 R:20

CUADRO 30
CAJEROS ELECTRONICOS - OTRAS REDES
Pagos a terceros

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	dic-2006	mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANCO AV VILLAS	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20.54%	\$ -	0.00%	\$ 900	16.07%	\$ -	0.00%	\$ 250	3.85%	\$ -	0.00%
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20.54%	\$ -	0.00%	\$ 900	16.07%	\$ -	0.00%	\$ 250	3.85%	\$ -	0.00%
BANCO POPULAR		\$ 6.750											\$ -	0.00%
BANCO SANTANDER		\$ 6.900					\$ 300	6.67%	\$ 400	8.33%	\$ 300	5.77%	\$ 1.400	25.45%
BANCOOMEVA		\$ 6.000												
BBVA	\$ 4.300	\$ 7.100	\$ 2.800	65.12%	\$ 900	20.93%	\$ 300	5.77%	\$ 1.000	18.18%	\$ 400	6.15%	\$ 200	2.90%
CITIBANK		\$ 6.900												
COOP FINAN COOMEVA		\$ 6.000												
DAVIVIENDA	\$ 4.400	\$ 7.000	\$ 2.600	59.09%	\$ -	0.00%	\$ (700)	-15.91%	\$ -	0.00%	\$ 3.300	89.19%	\$ -	0.00%
GNB SUDAMERIS	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 500	12.50%	\$ 500	12.50%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%
MACROFINANCIERA		\$ 5.500									\$ -	0.00%	\$ -	0.00%
OCCIDENTE	\$ 5.600	\$ 6.750	\$ 1.150	20.54%	\$ -	0.00%	\$ 900	16.07%	\$ -	0.00%	\$ 250	3.85%	\$ -	0.00%
PROMEDIO	\$ 4.917	\$ 6.408	\$ 1.558	33.05%	\$ 233	5.57%	\$ 371	6.39%	\$ 200	3.79%	\$ 594	14.08%	\$ 178	3.15%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:16 R:35

CUADRO 31
BANCA POR INTERNET
Transferencia cuentas diferente titular

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	dic-2006	mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO		\$ 840					\$ -	0.00%	\$ 120	20.69%	\$ 140	20.00%	\$ -	0.00%
BANCO SANTANDER	\$ 600	\$ 1.700	\$ 1.100	183.33%	\$ -	0.00%	\$ 100	16.67%	\$ 1.720	245.71%	\$ (720)	-29.75%	\$ -	0.00%
BANCOOMEVA		\$ 900												
COOP FINAN COOMEVA		\$ 900											\$ 280	45.16%
COOP FINAN DE ANTIOQUIA		\$ 1.600											\$ -	0.00%
COOP FINAN JURISCOOP		\$ 600											\$ -	0.00%
GNB SUDAMERIS		\$ 1.624											\$ -	0.00%
HSBC		\$ 5.500									\$ 700	15.56%	\$ 300	5.77%
PROCREDIT		\$ 1.000											\$ -	0.00%
SCOTIA BANK COLOMBIA	\$ 1.160	\$ 1.200	\$ 40	3.45%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ 40	3.45%	\$ -	0.00%
PROMEDIO	\$ 880	\$ 1.586	\$ 570	93.39%	\$ -	0.00%	\$ 33	5.56%	\$ 613	88.80%	\$ 40	2.31%	\$ 73	6.37%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:18 R:25

CUADRO 32
BANCA POR INTERNET
Pagos a terceros

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	dic-2006	mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANAGRARIO		\$ 840					\$ -	0.00%	\$ 120	20.69%	\$ 140	20.00%	\$ -	0.00%
BANCO POPULAR	\$ 1.940	\$ 2.307	\$ 367	18.92%	\$ 102	5.26%	\$ 265	12.98%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%
BANCO SANTANDER		\$ 920									\$ 80	10.39%	\$ 70	8.24%
BANCOOMEVA		\$ 900												
COOP FINAN COOMEVA		\$ 900					\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ (76)	-10.92%	\$ 280	45.16%
COOP FINAN DE ANTIOQUIA		\$ 1.600											\$ 300	23.08%
PROMEDIO	\$ 1.940	\$ 1.245	\$ 367	18.92%	\$ 102	5.26%	\$ 88	4.33%	\$ 40	6.90%	\$ 36	4.87%	\$ 130	15.29%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:18 R:40

CUADRO 33
BANCA POR INTERNET
Avance con tarjeta de crédito

Entidad	Valor cuota		Variación dic 2006 - mar 2011		Variación dic 2006 - dic 2007		Variación dic 2007 - dic 2008		Variación dic 2008 - dic 2009		Variación dic 2009 - dic 2010		Variación dic 2010 - mar 2011	
	dic-2006	mar-2011	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual	Absoluta	Porcentual
BANCO AV VILLAS		\$ 4.350					\$ 522	13.58%	\$ (305)	-6.99%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%
BANCO POPULAR	\$ 3.660	\$ 4.167	\$ 507	13.85%	\$ 183	5.00%	\$ 522	13.58%	\$ (305)	-6.99%	\$ -	0.00%	\$ 107	2.64%
BBVA	\$ 3.600	\$ 7.000	\$ 3.400	94.44%	\$ 200	5.56%	\$ 200	5.26%	\$ 1.000	25.00%	\$ 1.800	36.00%	\$ 200	2.94%
DAVIVIENDA		\$ 7.000					\$ 400	6.67%	\$ 200	3.13%	\$ 400	6.06%	\$ -	0.00%
HSBC		\$ 5.500									\$ 1.200	30.00%	\$ 300	5.77%
RED MULTIBANCA COLPATRIA		\$ 7.000									\$ 1.600	29.63%	\$ -	0.00%
PROMEDIO	\$ 3.630	\$ 5.836	\$ 1.954	54.15%	\$ 192	5.28%	\$ 374	8.50%	\$ 298	7.05%	\$ 1.000	20.34%	\$ 101	1.89%

Fuente: Formato 365. Cifras con corte a marzo de 2011. UC:18 R:45

ANEXO 2: CARACTERIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO

Los establecimientos de crédito juegan un rol fundamental en términos de ahorro, inversión y financiación favoreciendo el desarrollo nacional. Actualmente en Colombia existen 55 establecimientos de crédito entre bancos, corporaciones y cooperativas financieras, compañías de financiamiento y finalmente el organismo cooperativo de grado superior. En el presente capítulo se presenta la estructura de negocio de cada una de estas entidades a partir de sus operaciones activas, pasivas, su estado de resultados y su nivel de cobertura, esto con el fin de conocer las diferencias existentes en su prestación de servicios.

Importante: El orden en el que se presentan las entidades fue determinado según su nivel de activos a partir de los estados financieros reportados a la Superintendencia Financiera de Colombia con corte a marzo de 2011. El análisis de la cartera se realiza sobre el saldo bruto.

Entidad Financiera	Bancolombia
Puesto	1° puesto (18.2% del total de activos del mercado con \$52 b).
Negocio	<p>Cartera (66.5% del total de activos con \$34.6 b). Multibanca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (75%). Líder en la colocación de créditos en esta modalidad (\$27.4 b, 23.6% del total). Se destina principalmente a sobregiros (41.5%), ordinario (25.4%) y preferencial (29.5%). El 67% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (24%), seguido por comercio (17%), construcción (15%) e intermediación financiera (14%). • Consumo: (16%). Segundo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$5.8 b, 11.5% del total). Cartera concentrada en tarjetas de crédito (28%), libre inversión (23%) y vehículos (20%). Cuarta entidad con el mayor número de tarjetas de crédito (1 millón, 12.4% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (8%). Segundo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$3 b, 23.8% del total). A marzo de 2011 presenta titularizaciones (a través de la Titularizadora Colombiana) por \$2.9 b. • Microcrédito: (0.7%). Quinto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$247 mm, 4.9% del total). Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (56.3%), el restante está en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. • Inversiones (17% del total de activos con \$8.8 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (41%), bonos y títulos hipotecarios (25%), acciones (14%) y en títulos emitidos por entidades vigilados por la SFC (14%).
Financiación	<p>Pasivos (84.5% del total de activos con \$44 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (72% del total de pasivos con \$31 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (55%), cuentas corrientes (22%) y CDT (21%). • Títulos de deuda (11% del total de pasivos con \$4.8 b). • Créditos con otras instituciones de crédito (10% del total de pasivos con \$4.6 b). Créditos en el exterior (38%) y repos (36%). <p>Patrimonio (15.5% del total de activos con \$8 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (54%) y superávit (35%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$1.2 b a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 46% • Servicios financieros: 21% • Valoración de inversiones: 8% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$473 mil millones (mm).</p>
Cobertura	<p>Presente en 27 departamentos (182 municipios) a través de 731 oficinas y en 27 departamentos (518 municipios) con 774 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2,748 cajeros, 23.9% del total. Registra el 38% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 millones). • Concentra el 62% del total de las operaciones del mercado por internet (373 millones).

Entidad Financiera	Banco de Bogotá
Puesto	2° puesto (13.6% del total de activos del mercado con \$38.9 b).
Negocio	<p>Cartera (58% del total de activos con \$22.6 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (82%). Segundo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$19 b, 17% del total). Se destina principalmente a sobregiros (46.9%), ordinario (28.4%) y preferencial (22.7%). El 60% de las colocaciones están asignadas a personas naturales. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (26%), seguido por comercio (20%) y actividades inmobiliarias (10%). • Consumo: (17%). Quinto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$4.1 b, 8% del total). Cartera concentrada en libranza (29.8%), libre inversión (22.6%) y tarjetas de crédito (21.0%). Sexta entidad con el mayor número de tarjetas de crédito (511 mil, 6.2% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (0.08%). \$19 mm, 0.15% del total. • Microcrédito: (0.7%). Sexto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$195 mm, 3.9% del total). Se concentra principalmente en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV (50.9%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. <p>Inversiones (28% del total de activos con \$11 b). El portafolio se concentra principalmente en acciones (54%) e instrumentos de deuda pública interna (33%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (81% del total de activos con \$31.6 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (76% del total de pasivos con \$24 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (50%), CDT (25.7%), cuentas corrientes (22.9%). • Créditos con otras instituciones de crédito (17% del total de pasivos con \$5.3 b). Créditos en el exterior (62%), créditos y descuentos (16.8%) y repos (16.8%). • Títulos de deuda (2%). <p>Patrimonio (19% del total de activos con \$7.4 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (63%) y superávit (34%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$693 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 46% • Servicios financieros: 18% • Valoración de inversiones: 10% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$254 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 30 departamentos (184 municipios) a través de 662 oficinas y en 15 departamentos (22 municipios) con 38 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 964 cajeros, 8.4% del total. Registra el 9.7% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 4.7% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Davivienda
Puesto	3° puesto (10.8% del total de activos del mercado con \$31.1 b).
Negocio	<p>Cartera (67.5% del total de activos con \$20.9 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (55%). Tercero en la colocación de créditos en esta modalidad (\$12 b, 11% del total). Se destina principalmente a sobregiros (87%). El 67% de las colocaciones están asignadas a personas naturales. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (27%), seguido por comercio (20%) e intermediación financiera (13%). • Consumo: (35%). Líder en la colocación de créditos en esta modalidad (\$7.8 b, 15.6% del total). Cartera concentrada en libranza (28.9%), tarjetas de crédito (24.9%), crédito rotativo (17.2%) y libre inversión (16.7%). Primera entidad con el mayor número de tarjetas de crédito (1.6 millones, 19.8% del total del mercado). El 99.99% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (9.3%). Tercero en la colocación de créditos en esta modalidad (\$2 b, 17% del total). A marzo de 2011 presenta titularizaciones (a través de la Titularizadora Colombiana) por \$2.08 b. • Microcrédito: (0.0002%). 44 millones, 0.001% del total. Se concentra en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. <p>Inversiones (13.5% del total de activos con \$4.19 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (46.6%) y bonos y títulos hipotecarios (34.9%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (88% del total de activos con \$27.4 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (73% del total de pasivos con \$20 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (52.6%) y CDT (31.0%). • Títulos de deuda (12.8%). • Créditos con otras instituciones de crédito (9.4% del total de pasivos con \$2.6 b). Créditos y descuentos (50.7%), créditos en el exterior (48.1%). <p>Patrimonio (12% del total de activos con \$3.6 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (78.6%) y superávit (15.1%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$700 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 65.5% • Servicios financieros: 20.7% • Valoración de inversiones: 5.9% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$180 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 26 departamentos (173 municipios) a través de 546 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1.404 cajeros, 12.2% del total. Registra el 13.6% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 19.3% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	BBVA
Puesto	4° puesto (8.0% del total de activos del mercado con \$23 b).
Negocio	<p>Cartera (64% del total de activos con \$14.7 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (48.5%). Quinto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$7 b, 6.5% del total). Se destina principalmente a preferencial (67%) y tesorería (23%). El 64.4% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (25%), seguido por comercio (15%) y transporte, almacenamiento y comunicaciones (10%). • Consumo: (27.6%). Cuarto puesto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$4.2 b, 8.5% del total). Cartera concentrada en libranza (40.7%) y créditos de libre inversión (38.5%). Novena entidad con el mayor número de tarjetas de crédito (303 mil, 3.7% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (23.9%). Primero en la colocación de créditos en esta modalidad (\$3.7 b, 29.5% del total). A marzo de 2011 presenta titularizaciones (a través de la Titularizadora Colombiana) por \$176 mm. • Microcrédito: (0.003%). \$484 millones, 0.01% del total. Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (64.4%), el restante está en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. <p>Inversiones (15.9% del total de activos con \$3.7 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (70.7%) y en otros títulos de deuda pública (10.2%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (91% del total de activos con \$20.9 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (78% del total de pasivos con \$16.3 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (61.2%), CDT (18.9%) y cuentas corrientes (18.6%) • Créditos con otras instituciones de crédito (8.5% del total de pasivos con \$1.8 b). Créditos en el exterior (57.8%), repos (18.7%) y créditos y descuentos (18.2%), • Títulos de deuda (7.5%). <p>Patrimonio (9% del total de activos con \$2.1 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (78.4%) y superávit (13.0%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$390 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 71.8% • Servicios financieros: 14.5% • Valoración de inversiones: 7.2% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$92 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 30 departamentos (89 municipios) a través de 339 oficinas y en 3 departamentos (85 municipios) con 150 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 859 cajeros, 7.5% del total. Registra el 8.3% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 2.0% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Banco de Occidente
Puesto	5° puesto (6.5% del total de activos del mercado con \$18 b).
Negocio	<p>Cartera (62.5% del total de activos con \$11.7 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (80.4%). Cuarto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$9.8 b, 8.5% del total). Se destina principalmente a sobregiros (35%), ordinario (28.5%) y de tesorería (21.4%). El 74.7% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (23%), seguido por comercio (22%) y actividades inmobiliarias (12%). • Consumo: (19.6%). Octavo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$2.4 b, 4.8% del total). Cartera concentrada en vehículos (38.3%), libre inversión (19.8%), tarjetas de crédito (18.5%) y libranza (17.5%). Séptima entidad con el mayor número de tarjetas de crédito (394 mil, 4.8% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Inversiones (20.9% del total de activos con \$3.9 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (52.2%) y en acciones (27.8%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (86% del total de activos con \$16.1 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (69% del total de pasivos con \$11.1 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (48.7%) y cuentas corrientes (35.0%). • Créditos con otras instituciones de crédito (15.5% del total de pasivos con \$2.5 b). Créditos y descuentos (48.5%), créditos en el exterior (27.5%). • Títulos de deuda (10.0%). <p>Patrimonio (14% del total de activos con \$2.6 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (58.7%) y superávit (35.9%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$392 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 53.5% • Servicios financieros: 11.8% • Valoración de inversiones: 8.7% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$136 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 25 departamentos (41 municipios) a través de 186 oficinas y en 13 departamentos (15 municipios) con 59 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 131 cajeros, 1.1% del total. Registra el 1.1% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.4% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Banagrario
Puesto	6° puesto (5.4% del total de activos del mercado con \$16 b).
Negocio	<p>Inversiones (51.4% del total de activos con \$8.0 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (95%).</p> <p>Cartera (38.2% del total de activos con \$5.96 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (57.9%). Decimo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$3.8 b, 3.3% del total). Se destina principalmente a ordinario (51.8%) y sobregiros (41.2%). El 94.4% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al sector de agricultura, ganadería, caza y silvicultura (28.8%), seguido por comercio (11.7%), al igual que por la construcción (8.3%) y transporte, almacenamiento y comunicaciones (8.3%). • Microcrédito: (37.5%). Líder en la colocación de esta modalidad (\$2.5 b, 49.3% del total). Se concentra en su totalidad en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. • Consumo: (3.8%). \$248 mm, 0.5% del total. Cartera concentrada en libre inversión (78.4%) y tarjetas de crédito (21.6%). Puesto dieciséis por número de tarjetas de crédito (50 mil, 0.6% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (0.8%). \$53 mm, 0.4% del total.
Financiación	<p>Pasivos (92.7% del total de activos con \$14.5 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (65.4% del total de pasivos con \$9.5 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (41.5%) y en depósitos especiales (36.0%). • Créditos con otras instituciones de crédito (30.2% del total de pasivos con \$4.4 b). Créditos y descuentos (83.0%), repos (14.6%). <p>Patrimonio (7.3% del total de activos con \$1.1 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (69.9%) y capital social (14.0%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$307 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de inversiones: 40.4% • Margen neto de intereses: 36.9% • Servicios financieros: 23.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$91.7 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 33 departamentos (675 municipios) a través de 739 oficinas y en 27 departamentos (289 municipios) con 298 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra el 3.7% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 1.2% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Banco Popular
Puesto	7° puesto (4.6% del total de activos del mercado con \$13 b).
Negocio	<p>Cartera (65.2% del total de activos con \$8.6 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (54.7%). Tercero en la colocación de créditos en esta modalidad (\$4.9 b, 9.7% del total). Cartera concentrada en libranza (96.8%). Puesto quince por número de tarjetas de crédito (64 mil, 0.8% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (44.5%). Noveno en la colocación de créditos en esta modalidad (\$3.9 b, 3.4% del total). Se destina principalmente a preferencial (80.8%) y sobregiros (11.4%). El 54.8% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (24%), seguido por comercio (19%) y actividades inmobiliarias (11%). • Vivienda: (0.5%). \$43 mm, 0.35% del total. • Microcrédito: (0.3%). \$26 mm, 0.53% del total. Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (73.3%), el restante está en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. <p>Inversiones (20.3% del total de activos con \$2.7 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (53.2%), en títulos emitidos por entidades vigiladas por la SFC (20%) y en acciones (15.6%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (87.3% del total de activos con \$11.5 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (76% del total de pasivos con \$8.8 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (66.3%), CDT (18.7%) y cuentas corrientes (14.2%). • Títulos de deuda (12.2%). • Créditos con otras instituciones de crédito (2.7% del total de pasivos con \$305 mm). Créditos y descuentos (70.9%), créditos en el exterior (29.1%). <p>Patrimonio (12.7% del total de activos con \$1.7 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (53.7%) y superávit (35.5%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$282 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 72.9% • Valoración de inversiones: 11.8% • Servicios financieros: 6.3% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$103 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 29 departamentos (90 municipios) a través de 438 oficinas y en 23 departamentos (61 municipios) con 184 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 787 cajeros, 6.8% del total. Registra el 5.1% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.6% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Colpatría
Puesto	8° puesto (3.7% del total de activos del mercado con \$10.5 b).
Negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (50.5%). Octavo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$4.3 b, 3.7% del total). Se destina principalmente a preferencial (75%) y sobregiros (22%). El 76.9% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (21.4%), seguido por intermediación financiera (17.2%), comercio (14.9%) y construcción (14.2%). • Consumo: (36.7%). Séptimo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$3.1 b, 6.2% del total). Cartera concentrada en tarjetas de crédito (63.3%) y crédito rotativo (15.4%). Segunda entidad con el mayor número de tarjetas de crédito (1.5 millones, 18.4% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (12.8%). Quinto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$1.1 b, 8.7% del total). A marzo de 2011 presenta titularizaciones (a través de la Titularizadora Colombiana) por \$348 mm. • Microcrédito: (0.0001%). \$10 millones, 0.0002% del total. Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. <p>Inversiones (11.7% del total de activos con \$1.2 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (37.3%), en títulos emitidos por entidades vigiladas por la SFC (32.8%) y en bonos y títulos hipotecarios (18.7%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (90.9% del total de activos con \$9.6 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (77% del total de pasivos con \$7.4 b). Concentrado en: CDT (45.8%), cuentas de ahorro (44.2%). • Créditos con otras instituciones de crédito (14.7% del total de pasivos con \$1.4 b). Créditos y descuentos (65.3%), créditos en el exterior (25.4%). • Títulos de deuda (3.9%). <p>Patrimonio (9.1% del total de activos con \$958 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (58.1%), capital social (24.4%) y superávit (10.3%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$263 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 70.2% • Servicios financieros: 20.0% • Valoración de inversiones: 3.7% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$69.4 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 20 departamentos (36 municipios) a través de 186 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 338 cajeros, 2.9% del total. Registra el 2.9% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.8% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Helm
Puesto	9° puesto (3.6% del total de activos del mercado con \$10.2 b).
Negocio	<p>Cartera (72.0% del total de activos con \$7.4 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (86.6%). Sexto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$6.6 b, 5.7% del total). Se destina principalmente a ordinario (39.0%), preferencial (28.6%) y sobregiros (22.5%). El 82.2% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (23.5%), seguido por comercio (20.5%), intermediación financiera (9.9%) y actividades inmobiliarias (9.9%). • Consumo: (13.4%). \$1.0 b, 2.0% del total. Cartera concentrada en crédito rotativo (30.0%), libranza (27.3%) y libre inversión (16.9%). Puesto trece por número de tarjetas de crédito (75 mil, 0.9% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Inversiones (13.8% del total de activos con \$1.4 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (58.6%) y en títulos emitidos por entidades vigiladas por la SFC (23.1%).
Financiación	<p>Pasivos (89.2% del total de activos con \$9.1 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (73% del total de pasivos con \$6.6 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (46.8%), CDT (39.1%) y cuentas corrientes (12.5%). • Créditos con otras instituciones de crédito (12.1% del total de pasivos con \$1.1 b). Repos (40.0%), créditos y descuentos (28.7%) y créditos en el exterior (22.7%). • Títulos de deuda (10.4%). <p>Patrimonio (10.8% del total de activos con \$1.1 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (66.7%), capital social (19.3%) y superávit (10.6%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$146 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 59.9% • Servicios financieros: 11.0% • Valoración de inversiones: 6.4% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$38.2 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 11 departamentos (16 municipios) a través de 98 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 63 cajeros, 0.5% del total. Registra el 0.6% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 1.5% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Banco GNB Sudameris
Puesto	10° puesto (3.0% del total de activos del mercado con \$8.5 b).
Negocio	<p>Inversiones (46.8% del total de activos con \$3.9 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (90.6%) y en títulos emitidos por las entidades vigiladas a la SFC (6.6%).</p> <p>Cartera (41.9% del total de activos con \$3.6 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (52.7%). Puesto doce en la colocación de créditos en esta modalidad (\$2.0 b, 1.7% del total). Se destina principalmente a sobregiros (61.4%) y ordinario (37.7%). El 92.5% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (29.4%), seguido por intermediación financiera (16.8%) y comercio (16.6%), • Consumo: (47.2%). Decimo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$1.7 b, 3.5% del total). Cartera concentrada en libranza (97.8%) y tarjetas de crédito (1.25%). Presenta 12.055 tarjetas de crédito en circulación, 0.1% del total del mercado. El 99.97% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (0.06%). \$2.3 mm, 0.02% del total.
Financiación	<p>Pasivos (93.4% del total de activos con \$8.0 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (64.2% del total de pasivos con \$5.1 b). Concentrado en: CDT (50.1%) y cuentas de ahorro (39.2%). • Créditos con otras instituciones de crédito (33.6% del total de pasivos con \$2.7 b). Repos (65.0%) y créditos y descuentos (22.8%), <p>Patrimonio (6.6% del total de activos con \$560 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (66.5%) y superávit (20.0%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$83 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de inversiones: 39.0% • Margen neto de intereses: 38.8% • Servicios financieros: 3.7% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$31.3 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 17 departamentos (19 municipios) a través de 101 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1.369 cajeros, 11.9% del total. Registra el 0.5% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.6% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	BCSC
Puesto	11° puesto (2.9% del total de activos del mercado con \$8 b).
Negocio	<p>Cartera (54.1% del total de activos con \$4.5 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (34.6%). Puesto catorce en la colocación de créditos en esta modalidad (\$1.6 b, 1.4% del total). Se destina principalmente a preferencial (49.3%), sobregiros (26.1%) y ordinario (23.8%). El 84.6% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al sector de construcción (23.6%), seguido por intermediación financiera (21.6%), comercio (21.1%) y el manufacturero (12.0%). • Consumo: (29.6%). Puesto once en la colocación de créditos en esta modalidad (\$1.4 b, 2.8% del total). Cartera concentrada en libre inversión (64.1%) y tarjetas de crédito (14.0%). Puesto doce por número de tarjetas de crédito (81 mil, 1.0% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (26.1%). Cuarto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$1.2 b, 10% del total). A marzo de 2011 presenta titularizaciones (a través de la Titularizadora Colombiana) por \$915 mm. • Microcrédito: (9.71%). Cuarto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$463 mm, 9% del total). Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (58.3%), el restante está en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. <p>Inversiones (31.0% del total de activos con \$2.6 b). El portafolio se concentra principalmente en bonos y títulos hipotecarios (40.7%) e instrumentos de deuda pública interna (32.8%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (89.2% del total de activos con \$7.4 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (94.7% del total de pasivos con \$7.0 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (51.6%) y CDT (32.7%). • Títulos de deuda (1.3%). • Créditos con otras instituciones de crédito (1.1% del total de pasivos con \$81 mm). Créditos y descuentos (99.4%). <p>Patrimonio (10.8% del total de activos con \$905 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (58.9%), capital social (22.6%) y superávit (12.8%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$221 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 60.9% • Valoración de inversiones: 19.9% • Servicios financieros: 19.3% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$51 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 24 departamentos (63 municipios) a través de 261 oficinas y en 5 departamentos (5 municipios) con 29 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 508 cajeros, 4.4% del total. Registra el 6.3% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 1.1% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).

Entidad Financiera	Leasing Bancolombia
Puesto	12° puesto (2.9% del total de activos del mercado con \$8.2 b).
Negocio	<p>Cartera (63.8% del total de activos con \$5.2 b). Enfocado principalmente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (99.7%). Séptimo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$5.5 b, 4.7% del total). Se destina principalmente a ordinario (92.4%) y preferencial (7.6%). El 72.6% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (26.4%), seguido por comercio (18.3%), actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (12.0%) y transporte, almacenamiento y comunicaciones (11.9%). • Consumo: (0.3%). \$17 mm, 0.03% del total. Cartera concentrada en vehículo (73.2%) y libre inversión (26.8%). No ofrece tarjetas de crédito. El 99.83% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Inversiones (7.0% del total de activos con \$577 mm). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (54.3%), acciones (25.8%) y en títulos emitidos por entidades vigiladas por la SFC (18.5%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (90.1% del total de activos con \$7.4 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (53.8% del total de pasivos con \$3.9 b). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (25.0% del total de pasivos con \$1.8 b). Créditos y descuentos (98.8%) y del exterior (1.2%). • Títulos de deuda (1.3%). <p>Patrimonio (9.9% del total de activos con \$812 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (42.0%), capital social (30.0%) y superávit (7.7%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$110 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 65.3% • Valoración de inversiones: 3.0% • Servicios financieros: 1.7% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$66.4 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 16 departamentos (16 municipios) a través de 18 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros. • Concentra el 0.000008% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Citibank
Puesto	13° puesto (2.8% del total de activos del mercado con \$8.0 b).
Negocio	<p>Cartera (52.8% del total de activos con \$4.2 b). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (75.7%). Puesto sexto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$3.4 b, 6.7% del total). Cartera concentrada en tarjetas de crédito (36.1%), libre inversión (35.0%) y crédito rotativo (18.0%). Puesto octavo por número de tarjetas de crédito (394 mil, 4.8% del total del mercado). El 99.99% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (24.3%). Puesto quince en la colocación de créditos en esta modalidad (\$1.1 b, 0.9% del total). Se destina principalmente a sobregiros (84.1%) y preferencial (11.4%). El 99.4% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (32.8%), seguido por el sector manufacturero (23.4%), el transporte, almacenamiento y comunicaciones (13.7%) y la intermediación financiera (12.7%). <p>Inversiones (27.2% del total de activos con \$2.2 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (88.9%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (82.0% del total de activos con \$6.5 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (81.0% del total de pasivos con \$5.3 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (49.6%) y CDT (31.6%). • Títulos de deuda (9.5%). • Créditos con otras instituciones de crédito (3.9% del total de pasivos con \$255 mm). Repos (75.5%) y créditos y descuentos (19.4%). <p>Patrimonio (18.0% del total de activos con \$1.4 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (84.6%), capital social (10.0%) y superávit (5.0%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$166 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 77.2% • Servicios financieros: 18.5% • Valoración de inversiones: 0.9% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$5 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 13 departamentos (14 municipios) a través de 69 oficinas y en 29 departamentos (357 municipios) con 4.079 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 193 cajeros, 1.7% del total. Registra el 1.4% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 2.3% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Corficolombiana
Puesto	14° puesto (2.6% del total de activos del mercado con \$7.4 b).
Negocio	<p>Inversiones (69.8% del total de activos con \$5.2 b). El portafolio se concentra principalmente en acciones (51.8%), instrumentos de deuda pública interna (33.9%) y emisores del exterior (13.5%).</p> <p>Disponible (19.5% del total de activos con \$1.4 b).</p> <p>No ofrecen créditos.</p>
Financiación	<p>Pasivos (59.8% del total de activos con \$4.4 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos con otras instituciones de crédito (58.2% del total de pasivos con \$2.6 b). Repos (87.2%) e interbancarios (9.5%). • Depósitos y exigibilidades (36.3% del total de pasivos con \$1.6 b). Concentrado en: CDT (91.9%) y cuentas de ahorro (8.1%). <p>Patrimonio (40.2% del total de activos con \$3.0 b). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (61.3%) y superávit (18.9%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$308 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de inversiones: 87.2% • Servicios financieros: 2.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$393 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 4 departamentos (4 municipios) a través de oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p>

Entidad Financiera	Banco AV VILLAS
Puesto	15° puesto (2.4% del total de activos del mercado con \$6.9 b).
Negocio	<p>Cartera (61.5% del total de activos con \$4.2 b). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (43.7%). Puesto noveno en la colocación de créditos en esta modalidad (\$2.0 b, 3.9% del total). Cartera concentrada en libre inversión (49.2%) y libranza (40.7%). Puesto once por número de tarjetas de crédito (145 mil, 1.8% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (42.1%). Puesto trece en la colocación de créditos en esta modalidad (\$1.9 b, 1.6% del total). Se destina principalmente a preferencial (40.3%), de tesorería (25.2%), sobregiro (15.3%) y ordinario (17.5%). El 66.2% de las colocaciones están asignadas a empresa. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (23.0%), seguido por el sector manufacturero (19.5%) y las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (10.7%). • Vivienda: (13.7%). Sexto en la colocación de créditos en esta modalidad (\$615 mm, 4.9% del total). A marzo de 2011 presenta titularizaciones (a través de la Titularizadora Colombiana) por \$185 mm. • Microcrédito: (0.5%). \$22 mm, 0.44% del total. Se concentra principalmente en créditos mayores a 25 y hasta 120 SMMLV (53.3%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. <p>Inversiones (24.2% del total de activos con \$1.7 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (77.4%), en otros títulos de deuda pública (12.4%) y bonos y títulos hipotecarios (9.6%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (88.2% del total de activos con \$6.1 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (84.7% del total de pasivos con \$5.1 b). Concentrado en: cuentas de ahorro (50.9%), CDT (39.6%) y cuentas corrientes (9.0%) • Créditos con otras instituciones de crédito (10.5% del total de pasivos con \$636 mm). Repos (81.3%) y créditos y descuentos (18.7%). <p>Patrimonio (11.8% del total de activos con \$815 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (74.4%) y superávit (18.4%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$178 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 59.8% • Servicios financieros: 18.2% • Valoración de inversiones: 12.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$35 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 26 departamentos (48 municipios) a través de 430 oficinas y en 20 departamentos (41 municipios) con 674 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 504 cajeros, 4.4% del total. Registra el 7.9% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 2.0% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Banco Santander
Puesto	16° puesto (2.3% del total de activos del mercado con \$6.7 b).
Negocio	<p>Cartera (65.7% del total de activos con \$4.4 b). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (66.0%). Puesto once en la colocación de créditos en esta modalidad (\$3.0 b, 2.6% del total). Se destina principalmente a sobregiros (44.0%), de tesorería (33.1%) y preferencial (22.2%). El 95.2% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (34.3%), seguido por el comercio (30.1%). • Consumo: (30.6%). Puesto doce en la colocación de créditos en esta modalidad (\$1.4 b, 2.8% del total). Cartera concentrada en libranza (39.1%), libre inversión (36.8%) y tarjetas de crédito (19.3%). Puesto diez por número de tarjetas de crédito (152 mil, 1.8% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (3.4%). Octavo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$155 mm, 1.2% del total). A marzo de 2011 presenta titularizaciones (a través de la Titularizadora Colombiana) por \$117 mm. <p>Inversiones (22.6% del total de activos con \$1.5 b). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (75.4%), en títulos emitidos por entidades vigiladas por la SFC (10.3%) y en bonos y títulos hipotecarios (7.3%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (89.7% del total de activos con \$6.0 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (70.8% del total de pasivos con \$4.2 b). Concentrado en: CDT (45.7%), cuentas de ahorro (30.9%) y cuentas corrientes (21.0%) • Créditos con otras instituciones de crédito (15.1% del total de pasivos con \$901 mm). Créditos con el exterior (90.3%) y créditos y descuentos (9.7%). • Títulos de deuda (4.9%). <p>Patrimonio (10.3% del total de activos con \$684 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (41.3%), capital social (32.0%) y superávit (10.6%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$119 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 51.9% • Valoración de inversiones: 16.9% • Servicios financieros: 14.6% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$30 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 17 departamentos (21 municipios) a través de 76 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 106 cajeros, 0.9% del total. Registra el 0.7% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.7% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	HSBC
Puesto	17° puesto (0.9% del total de activos del mercado con \$2.4 b).
Negocio	<p>Cartera (57.0% del total de activos con \$1.4 b). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Comercial: (61.2%). Puesto dieciséis en la colocación de créditos en esta modalidad (\$898 mm, 0.8% del total). Se destina principalmente a sobregiros (76.1%) y ordinario (17.6%). El 96.7% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (32.3%), seguido por el sector manufacturero (27.5%) y la intermediación financiera (12.2%). •Consumo: (38.1%). Puesto diecinueve en la colocación de créditos en esta modalidad (\$560 mm, 1.1% del total). Cartera concentrada en libre inversión (48.5%), tarjetas de crédito (33.7%) y crédito rotativo (16.1%). Puesto catorce por número de tarjetas de crédito (66 mil, 0.8% del total del mercado). El 99.99% de las colocaciones están asignadas a persona natural. •Vivienda: (0.65%). Puesto trece en la colocación de créditos en esta modalidad (\$9.5 mm, 0.08% del total). <p>Inversiones (23.6% del total de activos con \$579 mm). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (87.1%) y en otros títulos de deuda pública (10.4%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (90.6% del total de activos con \$2.2 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (54.5% del total de pasivos con \$1.2 b). Concentrado en: CDT (53.8%), cuentas de ahorro (25.1%) y cuentas corrientes (18.9%) • Créditos con otras instituciones de crédito (39.1% del total de pasivos con \$869 mm). Principalmente créditos con el exterior (95.5%). <p>Patrimonio (9.4% del total de activos con \$229 mm). Se enfoca principalmente en capital social.</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$40 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 60.2% • Servicios financieros: 19.2% • Valoración de inversiones: 5.9% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$22 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 10 departamentos (11 municipios) a través de 27 oficinas y en 7 departamentos (8 municipios) con 42 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra el 0.0002% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.3% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Cooomeva
Puesto	18° puesto (0.6% del total de activos del mercado con \$1.8 b).
Negocio	<p>Cartera (88.4% del total de activos con \$1.6 b). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (57.0%). Puesto catorce en la colocación de créditos en esta modalidad (\$981 mm, 1.95% del total). Cartera concentrada en libre inversión (47.2%), vehículo (23.1%) y crédito rotativo (21.1%). Puesto diecinueve por número de tarjetas de crédito (17 mil, 0.2% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (27.9%). Séptimo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$481 mm, 3.8% del total). • Comercial: (15.1%). \$260 mm, 0.2% del total. Se destina a ordinario (100%). El 62.4% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector de servicios sociales y salud (32.5%), seguido por la intermediación financiera (18.1%) y la educación (11.8%). <p>Inversiones (5.4% del total de activos con \$99 mm). El portafolio se concentra principalmente en títulos emitidos por entidades vigiladas por la SFC (99%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (91.3% del total de activos con \$1.7 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (46.0% del total de pasivos con \$771 mm). Concentrado en: CDT (61.5%) y cuentas de ahorro (36.2%). • Créditos con otras instituciones de crédito (39.5% del total de pasivos con \$663 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (8.7% del total de activos con \$161 mm). Se enfoca principalmente en capital social (89.5%) y reservas y fondos de destinación específica (5.9%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$50 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 78.3% • Servicios financieros: 21.1% • Valoración de inversiones: 0.5% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$6 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 25 departamentos (43 municipios) a través de 82 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra el 0.0001% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.0001% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Pichincha
Puesto	19° puesto (0.4% del total de activos del mercado con \$1.2 b).
Negocio	<p>Cartera (84.8% del total de activos con \$1.0 b). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (69.2%). Puesto dieciséis en la colocación de créditos en esta modalidad (\$746 mm, 1.5% del total). Cartera concentrada en vehículo (40.9%), libranza (36.0%) y libre inversión (23.0%). Puesto veintiuno por número de tarjetas de crédito (692, 0.01% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (30.8%). Puesto veintiuno en la colocación de créditos en esta modalidad (\$332 mm, 0.3% del total). Se destina a ordinario (100%). El 63.5% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (69.8%), seguido por el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones (17.4%).
Financiación	<p>Pasivos (84.1% del total de activos con \$1.0 b).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (66.8% del total de pasivos con \$677 mm). Concentrado en: CDT (99.3%). • Créditos con otras instituciones de crédito (22.3% del total de pasivos con \$225 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (15.9% del total de activos con \$191 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (58.2%) y capital social (22.5%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$37 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 94.7% • Servicios financieros: 4.3% • Valoración de inversiones: 0.4% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$7 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 10 departamentos (12 municipios) a través de 17 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra un número de operaciones mínimas (0.000001%) frente al total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m).



Entidad Financiera	GMAC
Puesto	20° puesto (0.3% del total de activos del mercado con \$875 mm).
Negocio	<p>Cartera (85.7% del total de activos con \$750 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (58.8%). Puesto veinte en la colocación de créditos en esta modalidad (\$460 mm, 0.9% del total). Cartera concentrada en créditos de vehículos (100%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (40.5%). Puesto veintitrés en la colocación de créditos en esta modalidad (\$316 mm, 0.3% del total). Se destina en su totalidad a ordinario (100%). El 77.7% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (95.4%). • Microcrédito: (0.7%). Se concentra principalmente en créditos mayores a 25 y hasta 120 SMMLV (96.7%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. <p>Disponible (9.6% del total de activos con \$84 mm).</p>
Financiación	<p>Pasivos (77.5% del total de activos con \$678 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (60.6% del total de pasivos con \$411 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (26.3% del total de pasivos con \$178 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (22.5% del total de activos con \$197 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (49.3%), capital social (28.1%) y superávit (19.8%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$17 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 99.0% • Valoración de inversiones: 1.2% • Servicios financieros: -0.2% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$5.5 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente con una oficina en Bogotá. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.

Entidad Financiera	Banco Finandina
Puesto	21° puesto (0.3% del total de activos del mercado con \$874 mm).
Negocio	<p>Cartera (86.8% del total de activos con \$758 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (72.5%). Puesto dieciocho en la colocación de créditos en esta modalidad (\$582 mm, 1.2% del total). Cartera concentrada en créditos de vehículos (98.6%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (26.9%). Puesto veintiocho en la colocación de créditos en esta modalidad (\$216 mm, 0.2% del total). Se destina en su totalidad a ordinario (100%). El 52.2% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (25.9%), seguido por el sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (24.5%) y el manufacturero (12.5%). • Microcrédito: (0.5%). \$4.3 mm, 0.08%. Se concentra principalmente en créditos mayores a 25 y hasta 120 SMMLV (90.7%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV.
Financiación	<p>Pasivos (84.6% del total de activos con \$739 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (62.7% del total de pasivos con \$463 mm). Concentrado en: CDT (98.3%). • Créditos con otras instituciones de crédito (15.8% del total de pasivos con \$117 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (15.4% del total de activos con \$134 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (73.0%) y capital social (19.8%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$23 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 101% • Valoración de inversiones: 0.7% • Servicios financieros: -3.0% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$9.7 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 8 departamentos (8 municipios) a través de 11 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros



Entidad Financiera	TUYA
Puesto	22° puesto (0.3% del total de activos del mercado con \$813 mm).
Negocio	<p>Cartera (85.4% del total de activos con \$695 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (99.9%). Puesto quince en la colocación de créditos en esta modalidad (\$881 mm, 1.7% del total). Cartera concentrada en tarjeta de crédito (96.9%) y créditos de vehículos (3.1%). Tercero por número de tarjetas de crédito (1.1 millones, 13.4% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (0.01%). \$89 millones, 0.0001% del total. El 58.3% de las colocaciones están asignadas a empresas. <p>Disponible (8.7% del total de activos con \$71 mm).</p>
Financiación	<p>Pasivos (86.2% del total de activos con \$702 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (78.0% del total de pasivos con \$547 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Títulos de deuda (8.5%). • Créditos con otras instituciones de crédito (0.1% del total de pasivos con \$732 millones). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (13.8% del total de activos con \$112 mm). Se enfoca en capital social (56.4%) y reservas y fondos de destinación específica (26.6%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$88 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios financieros: 66.5% • Margen neto de intereses: 34.2% • Valoración de inversiones: -0.6% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$11.9 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en Antioquia (Medellín) a través de 1 oficina y en 21 departamentos (47 municipios) con 318 corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros



Entidad Financiera	Bancamia
Puesto	23° puesto (0.3% del total de activos del mercado con \$775 mm).
Negocio	<p>Cartera (84.0% del total de activos con \$651 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microcrédito: (98.1%). Segundo en la colocación de créditos en esta modalidad (\$674 mm, 13.4% del total). Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (97.7%), el restante está en créditos mayores a 25 y hasta 120 SMMLV. • Comercial: (1.9%). \$13 mm, 0.01% del total. Se destina en su totalidad a preferencial (100%). El 98.7% de las colocaciones están asignadas a persona natural.
Financiación	<p>Pasivos (72.7% del total de activos con \$564 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos con otras instituciones de crédito (82.9% del total de pasivos con \$467 mm). Por créditos y descuentos (96.7%) y créditos con el exterior (3.3%). • Depósitos y exigibilidades (9.8% del total de pasivos con \$55 mm). Concentrado en: CDT (87.6%) y cuentas de ahorro (12.2%). <p>Patrimonio (27.3% del total de activos con \$212 mm). Se enfoca en capital social (87.8%) y reservas y fondos de destinación específica (8.9%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$53 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 74.5% • Servicios financieros: 25.5% • Valoración de inversiones: 0.01% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$6.8 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 27 departamentos (82 municipios) a través de 127 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros



Entidad Financiera	WWB
Puesto	24° puesto (0.3% del total de activos del mercado con \$756 mm).
Negocio	<p>Cartera (69.7% del total de activos con \$527 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microcrédito: (97.1%). Tercero en la colocación de créditos en esta modalidad (\$535 mm, 10.7% del total). Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (94.8%), el restante está en créditos mayores a 25 y hasta 120 SMMLV. • Comercial: (2.9%). \$16 mm, 0.01% del total. Se destina en su totalidad a ordinario (100%). <p>Otros activos (27.5% del total de activos con \$207 mm). Principalmente en bienes de uso propio y otros activos (88.2%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (90.4% del total de activos con \$683 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos con otras instituciones de crédito (49.0% del total de pasivos con \$335 mm). Por créditos y descuentos (96.3%). • Cuentas por pagar (46.8% del total de pasivos con \$320 mm). <p>Patrimonio (9.6% del total de activos con \$72 mm). Se enfoca en capital social (97.0%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$26 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 86.3% • Servicios financieros: 14.1% • Valoración de inversiones: 0.3% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$1.8 mm</p>
Cobertura	<p>Presente en 20 departamentos (56 municipios) a través de 93 oficinas y en 9 departamentos (31 municipios) con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros



Entidad Financiera	Leasing Bolívar
Puesto	25° puesto (0.23% del total de activos del mercado con \$660 mm).
Negocio	<p>Cartera (81.4% del total de activos con \$537 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (95.9%). Puesto dieciocho en la colocación de créditos en esta modalidad (\$543 mm, 0.5% del total). Se destina a ordinario (100%). El 53.9% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (32.1%), seguido por transporte, almacenamiento y comunicaciones (16.8%), comercio (15.9%) y construcción (15.2%). • Consumo: (4.1%). \$23 mm, 0.05% del total. Cartera concentrada en créditos de vehículos (86.2%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Otros activos (10.4% del total de activos con \$68 mm). Principalmente en cuentas por cobrar (\$35 mm).</p>
Financiación	<p>Pasivos (85.6% del total de activos con \$565 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (57.8% del total de pasivos con \$327 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (33.1% del total de pasivos con \$187 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (14.4% del total de activos con \$95 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (58.8%) y capital social (25.2%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$15 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 93.3% • Valoración de inversiones: 1.3% • Servicios financieros: -0.7% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$6.2 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 8 departamentos (8 municipios) a través de 12 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros



Entidad Financiera	Leasing Corficolombiana
Puesto	26° puesto (0.23% del total de activos del mercado con \$656 mm).
Negocio	<p>Cartera (83.4% del total de activos con \$547 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (99.6%). Puesto diecisiete en la colocación de créditos en esta modalidad (\$566 mm, 0.5% del total). Se destina a ordinario (84.8%) y preferencial (15.2%). El 67.8% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (19.9%), seguido por el sector manufacturero (18.8%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (13.4%) y actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (13.0%). • Consumo: (0.4%). \$2.4 mm, 0.005% del total. Cartera concentrada en créditos de vehículos (100%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Otros activos (9.7% del total de activos con \$63 mm). Principalmente en bienes de uso propio y otros activos (\$43 mm).</p>
Financiación	<p>Pasivos (89.7% del total de activos con \$589 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (48.4% del total de pasivos con \$285 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (23.6% del total de pasivos con \$139 mm). Por créditos y descuentos (100%). • Títulos de deuda (19.4%). <p>Patrimonio (10.3% del total de activos con \$67 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (91.7%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$9.9 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 92.9% • Servicios financieros: 2.8% • Valoración de inversiones: 1.3% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$3.1 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 6 departamentos (6 municipios) a través de 6 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <p>No presta el servicio de cajeros</p>

Entidad Financiera	CMR Falabella
Puesto	27° puesto (0.22% del total de activos del mercado con \$639 mm).
Negocio	<p>Cartera (90.0% del total de activos con \$575 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (99.98%). Puesto diecisiete en la colocación de créditos en esta modalidad (\$599 mm, 1.2% del total). Cartera concentrada en tarjetas de crédito (97.6%) y créditos de libre inversión (2.4%). Quinto por número de tarjetas de crédito (651 mil, 7.9% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (0.02%). \$116 m, 0.0001% del total. Se destina en su totalidad a ordinario (100%). El 100% de las colocaciones están asignadas a empresas.
Financiación	<p>Pasivos (81.2% del total de activos con \$519 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Títulos de deuda (37.2%). • Depósitos y exigibilidades (33.4% del total de pasivos con \$173 mm). Concentrado en: CDT (95.5%) y cuentas de ahorro (2.3%). • Créditos con otras instituciones de crédito (20.1% del total de pasivos con \$104 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (18.8% del total de activos con \$120 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (65.8%) y capital social (30.3%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$35 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 55.2% • Servicios financieros: 44.7% • Valoración de inversiones: 0.2% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$4.7 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 11 departamentos (11 municipios) a través de 34 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra un número de operaciones mínimas (0.000064%) frente al total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m).



Entidad Financiera	JP Morgan
Puesto	28° puesto (0.22% del total de activos del mercado con \$632 mm).
Negocio	<p>Inversiones (52.1% del total de activos con \$329 mm). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (99.7%).</p> <p>Disponible (42.0% del total de activos con \$266 mm). Principalmente en simultaneas (50.5%) y depósitos en otras entidades financieras (39%).</p> <p>No ofrece créditos.</p>
Financiación	<p>Pasivos (48.2% del total de activos con \$305 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos con otras instituciones de crédito (80.1% del total de pasivos con \$244 mm). Principalmente en interbancarios (51.2%) y repos (48.8%). • Depósitos y exigibilidades (10.2% del total de pasivos con \$31 mm). Concentrado en: CDT (100%). <p>Patrimonio (51.8% del total de activos con \$327 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (64.0%) y capital social (30.4%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): -\$3.2 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de inversiones: -170.7% • Margen neto de intereses: -15.7% • Servicios financieros: 7.8% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$8.5 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en Bogotá a través de 1 oficina. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros

Entidad Financiera	Serfinansa
Puesto	29° puesto (0.20% del total de activos del mercado con \$585 mm).
Negocio	<p>Cartera (80.0% del total de activos con \$468 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (64.9%). \$324 mm, 0.3% del total. Se destina a ordinario (100%). El 62.0% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (28.7%), seguido por el sector de agricultura, caza y silvicultura (21.0%) y la construcción (10.6%). • Consumo: (35.1%). \$175 mm, 0.3% del total. Cartera concentrada en crédito rotativo (66.7%) y créditos de libre inversión (18.3%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Disponible (10.8% del total de activos con \$63 mm). Principalmente en depósitos en otras entidades financieras (63.5%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (88.0% del total de activos con \$515 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (88.7% del total de pasivos con \$457 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (7.4% del total de pasivos con \$38 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (12.0% del total de activos con \$70 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (52.7%) y capital social (30.2%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$15 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 69.2% • Servicios financieros: 29.1% • Valoración de inversiones: 1.4% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$3.0 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 12 departamentos (12 municipios) a través de 117 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros • Concentra el 0.00002% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Factoring Bancolombia
Puesto	30° puesto (0.18% del total de activos del mercado con \$515 mm).
Negocio	<p>Cartera (81.5% del total de activos con \$419 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (100%). Puesto diecinueve en la colocación de esta modalidad de créditos (\$447 mm, 0.4% del total). Se destina a ordinario (100%). El 94.3% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector de comercio (55.7%), seguido por el sector manufacturero (23.4%). <p>Disponibles (11.9% del total de activos con \$61 mm). Principalmente en depósitos en otras entidades financieras (78.9%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (91.1% del total de activos con \$469 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (60.7% del total de pasivos con \$285 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (29.4% del total de pasivos con \$138 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (8.9% del total de activos con \$46 mm). Se enfoca principalmente en capital social.</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$8 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios financieros: 73.8% • Margen neto de intereses: 21.0% • Valoración de inversiones: 5.3% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$689 millones.</p>
Cobertura	<p>Presente en 10 departamentos (10 municipios) a través de 10 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros • Concentra el 0.00002% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Banca de Inversión Bancolombia
Puesto	31° puesto (0.16% del total de activos del mercado con \$468 mm).
Negocio	<p>Inversiones (76.7% del total de activos con \$359 mm). El portafolio se concentra principalmente en acciones (54.2%) y en instrumentos de deuda pública interna (29.1%).</p> <p>Otros activos (22.7% del total de activos con \$106 mm). Principalmente por valorización neta (75.2%).</p> <p>No ofrece créditos.</p>
Financiación	<p>Pasivos (13.0% del total de activos con \$61 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos con otras instituciones de crédito (12.5% del total de pasivos con \$7.6 mm). Por créditos y descuentos (100%). • Depósitos y exigibilidades (9.9% del total de pasivos con \$6 mm). Concentrado en: CDT (100%). <p>Patrimonio (87.0% del total de activos con \$407 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (58.0%), superávit (20.9%) y capital social (15.0%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$33 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios financieros: 23.1% • Valoración de inversiones: 4.3% • Margen neto de intereses: -0.3% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$24.7 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en Bogotá y Medellín a través de 2 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros



Entidad Financiera	Coltefinanciera
Puesto	32° puesto (0.16% del total de activos del mercado con \$467 mm).
Negocio	<p>Cartera (81.7% del total de activos con \$382 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (90.4%). Puesto veinte en la colocación de esta modalidad de créditos (\$366 mm, 0.3% del total). Se destina a ordinario (95.2%) y créditos de tesorería (4.8%). El 93.6% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector de comercio (46.1%), seguido por el sector manufacturero (26.9%) y las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (11.7%). • Consumo: (9.6%). \$39 mm, 0.08% del total. Cartera concentrada en créditos de libranza (97.7%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Disponible (8.9% del total de activos con \$42 mm). Principalmente en depósitos en otras entidades financieras (52.6%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (89.3% del total de activos con \$418 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (79.6% del total de pasivos con \$332 mm). Concentrado en: CDT (98.3%) y cuentas de ahorro (1.7%). • Créditos con otras instituciones de crédito (16.8% del total de pasivos con \$70 mm). Por créditos y descuentos (87.5%), interbancarios (7.1%) y créditos con el exterior (5.3%). <p>Patrimonio (10.7% del total de activos con \$50 mm). Se enfoca principalmente en capital social (57.2%) y reservas y fondos de destinación específica (34.7%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$7.4 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 50.7% • Servicios financieros: 41.5% • Valoración de inversiones: 2.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$237 millones.</p>
Cobertura	<p>Presente en 5 departamentos (5 municipios) a través de 9 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros • Concentra el 0.00004% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).

Entidad Financiera	Financiera Juriscoop
Puesto	33° puesto (0.16% del total de activos del mercado con \$466 mm).
Negocio	<p>Cartera (77.7% del total de activos con \$362 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (79.6%). Puesto veintidós en la colocación de créditos en esta modalidad (\$307 mm, 0.61% del total). Cartera concentrada en libranza (70.8%) y libre inversión (26.4%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (20.2%). \$78 mm, 0.07% del total. Se destina principalmente a ordinario (93.0%) y tesorería (7.0%). El 63.4% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (40%), servicios sociales y de salud (16%), actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (14%) y otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (10.6%). • Vivienda: (0.1%). \$526 millones, 0.004% del total. • Microcrédito: (0.1%). \$481 millones, 0.01% del total. Se concentra principalmente en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV (95%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. <p>Disponible (12.8% del total de activos con \$59 mm). Principalmente en simultaneas (45.1%) y en caja (35.9%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (82.1% del total de activos con \$382 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (77.3% del total de pasivos con \$295 mm). Concentrado en: CDT (81.0%) y cuentas de ahorro (10.6%). • Créditos con otras instituciones de crédito (18.5% del total de pasivos con \$71 mm). Por créditos y descuentos (96.9%) y repos (3.1%). <p>Patrimonio (17.9% del total de activos con \$83 mm). Se enfoca principalmente en capital social (96.1%).</p>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 94.8% • Servicios financieros: 3.1% • Valoración de inversiones: 1.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$226 millones.</p>
Cobertura	<p>Presente en 24 departamentos (31 municipios) a través de 37 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 32 cajeros, 0.3% del total. Registra el 0.0001% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.00001% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).

CONFINANCIERA

Entidad Financiera	Confinanciera
Puesto	34° puesto (0.15% del total de activos del mercado con \$431 mm).
Negocio	<p>Cartera (83.2% del total de activos con \$359 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (58.2%). \$228 mm, 0.2% del total. Se destina a ordinario (100%). El 78.9% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones (59%), seguido por el comercio (12%) e intermediación financiera (11%). • Consumo: (22.4%). \$87 mm, 0.17% del total. Cartera concentrada en su totalidad en créditos de vehículos (100%). No ofrece tarjetas de crédito. El 99.94% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Microcrédito: (19.4%). Octavo en la colocación de esta modalidad de créditos (\$76 mm, 1.5% del total). Se concentra principalmente en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV (97.6%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. <p>Disponible (6.6% del total de activos con \$28 mm). Concentrado en caja (50%) y depósitos en otras entidades financieras (50%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (84.9% del total de activos con \$366 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (90.3% del total de pasivos con \$330 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (3.3% del total de pasivos con \$12 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (15.1% del total de activos con \$65 mm). Se enfoca principalmente en capital social (58.5%) y reservas y fondos de destinación específica (17.0%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$14.3 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 89.8% • Servicios financieros: 1.2% • Valoración de inversiones: 0.9% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$8.4 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 3 departamentos (3 municipios) a través de 3 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.



Entidad Financiera	Scotia Bank
Puesto	35° puesto (0.14% del total de activos del mercado con \$405 mm).
Negocio	<p>Inversiones (59.1% del total de activos con \$239 mm). El portafolio se concentra principalmente en instrumentos de deuda pública interna (96%).</p> <p>Cartera (18.6% del total de activos con \$75 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (99.9%). \$75 mm, 0.07% del total. Se destina a preferencial (99.5%) y sobregiros (0.5%). El 100% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones (36.5%), seguido por administración pública y defensa, seguridad social obligatoria (35.2%) y el sector manufacturero (25.3%). • Vivienda: (0.1%). \$97 m, 0.001% del total. <p>Disponible (15.4% del total de activos con \$63 mm). Principalmente en simultaneas (56.4%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (72.3% del total de activos con \$293 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos con otras instituciones de crédito (49.1% del total de pasivos con \$144 mm). Por repos (40.2%), interbancarios (37.6%) y créditos con el exterior (22.2%). • Depósitos y exigibilidades (44.6% del total de pasivos con \$130 mm). Concentrado en: cuentas de ahorro (47.9%), CDT (28.2%) y cuentas corrientes (22.5%). <p>Patrimonio (27.7% del total de activos con \$112 mm). Se enfoca en capital social (48.5%), reservas y fondos de destinación específica (46.9%) y superávit (9.6%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$1.8 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de inversiones: 51.6% • Servicios financieros: 41.3% • Margen neto de intereses: -4.0% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$5.6 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente con una oficina en Bogotá. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros. • Concentra el 0.00007% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Coopcentral
Puesto	36° puesto (0.14% del total de activos del mercado con \$394 mm).
Negocio	<p>Cartera (66.2% del total de activos con \$261 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (90.60%). \$243 mm, 0.21% del total. Se destina principalmente a ordinario (100%). El 66% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector de intermediación financiera (59%), seguido por otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (22%). • Microcrédito: (5.59%). \$15 mm, 0.3% del total. Se concentra principalmente en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV (53.0%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. • Consumo: (3.78%). \$10 mm, 0.02% del total. Cartera concentrada en libre inversión (100%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Vivienda: (0.02%). \$62 m, 0.0005% del total. <p>Inversiones (16.5% del total de activos con \$65 mm). El portafolio se concentra principalmente en títulos emitidos por entidades vigiladas por la SFC (81%) e instrumentos de deuda pública interna (19%).</p> <p>Disponible (13.5% del total de activos con \$53 mm). Principalmente en depósitos en otras entidades financieras (77%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (54.9% del total de activos con \$216 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (77.7% del total de pasivos con \$168 mm). Concentrado en: CDT (72.2%) y cuentas de ahorro (27.1%). • Créditos con otras instituciones de crédito (5.7% del total de pasivos con \$12 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (45.1% del total de activos con \$178 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (71.4%) y capital social (18.0%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$5.35 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 86.6% • Valoración de inversiones: 10.0% • Servicios financieros: 3.0% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$5.26 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 6 departamentos (11 municipios) a través de 12 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.

Entidad Financiera	Confiar
Puesto	37° puesto (0.13% del total de activos del mercado con \$387 mm).
Negocio	<p>Cartera (83.6% del total de activos con \$323 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (58.4%). \$199 mm, 0.4% del total. Cartera concentrada en libranza (55.1%) y libre inversión (43.0%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (15.4%). \$53 mm, 0.05% del total. Se destina principalmente a ordinario (100%). El 60% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (42%), seguido por intermediación financiera (32%) y actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (21%). • Microcrédito: (13.5%). Noveno en la colocación de esta modalidad de créditos (\$46 mm, 0.91% del total). Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (58%), el restante está en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. • Vivienda: (12.7%). \$43 mm, 0.35% del total. <p>Disponible (7.2% del total de activos con \$28 mm). Principalmente en caja (77%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (85.1% del total de activos con \$329 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (88.2% del total de pasivos con \$290 mm). Concentrado en: CDT (64.0%) y cuentas de ahorro (32.6%). • Créditos con otras instituciones de crédito (8.7% del total de pasivos con \$29 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (14.9% del total de activos con \$58 mm). Se enfoca en capital social (53.5%) y en reservas y fondos de destinación específica (37.9%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$11.7 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 85.9% • Servicios financieros: 13.5% • Valoración de inversiones: 0.7% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$1.5 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 4 departamentos (23 municipios) a través de 38 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra un número de operaciones mínimas (0.0001%) frente al total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.00003% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	John F. Kennedy
Puesto	38° puesto (0.13% del total de activos del mercado con \$385 mm).
Negocio	<p>Cartera (81.5% del total de activos con \$314 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (100%). \$349 mm, 0.7% del total. Cartera concentrada en libre inversión (85.2%) y libranza (14.8%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Disponible (10.9% del total de activos con \$42 mm). Principalmente en depósitos en otras entidades financieras (67.5%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (73.8% del total de activos con \$284 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (76.1% del total de pasivos con \$216 mm). Concentrado en: CDT (86.9%) y cuentas de ahorro (11.2%). <p>Patrimonio (26.2% del total de activos con \$101 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (52.8%) y capital social (31.9%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$13.8 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 98.2% • Servicios financieros: 1.4% • Valoración de inversiones: 0.4% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$6.9 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 2 departamentos (12 municipios) a través de 25 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros).



Entidad Financiera	Finamerica
Puesto	39° puesto (0.13% del total de activos del mercado con \$379 mm).
Negocio	<p>Cartera (85.8% del total de activos con \$325 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microcrédito: (53.9%). Séptimo en la colocación de esta modalidad de créditos (\$192 mm, 3.8% del total). Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (70%), el restante está en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. • Comercial: (32.3%). \$115 mm, 0.10% del total. Se destina a ordinario (100%). El 93% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (44%), seguido por otros actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (30%). • Consumo: (13.8%). \$49 mm, 0.1% del total. Cartera concentrada en libre inversión (52.3%) y créditos de vehículos (37.7%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Disponible (7.1% del total de activos con \$27 mm). Principalmente en depósitos en otras entidades financieras (65%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (84.6% del total de activos con \$321 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (76.9% del total de pasivos con \$247 mm). Concentrado en: CDT (90.4%) y cuentas de ahorro (9.6%). • Créditos con otras instituciones de crédito (17.2% del total de pasivos con \$55 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (15.4% del total de activos con \$58 mm). Se enfoca en capital social (71.0%) y en reservas y fondos de destinación específica (13.5%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$18.7 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 84.8% • Servicios financieros: 14.7% • Valoración de inversiones: 0.5% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$2.4 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 13 departamentos (26 municipios) a través de 57 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra un número de operaciones mínimas (0.00001%) frente al total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m).



Entidad Financiera	Leasing BancoldeX
Puesto	40° puesto (0.12% del total de activos del mercado con \$350 mm).
Negocio	<p>Cartera (85.0% del total de activos con \$298 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (99.9%). \$314 mm, 0.27% del total. Se destina principalmente a ordinario (100%). El 95.5% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector manufacturero (24.9%), seguido por el comercio (22.3%) y la construcción (11.4%). • Vivienda: (0.08%). \$265 millones, 0.002% del total. <p>Otros activos (9.5% del total de activos con \$33 mm). Principalmente en bienes de uso propio y otros activos (62%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (90.7% del total de activos con \$318 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (50% del total de pasivos con \$159 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (45% del total de pasivos con \$143 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (9.3% del total de activos con \$33 mm). Se enfoca en capital social (76.1%) y en reservas y fondos de destinación específica (15.8%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$5.1 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 95.1% • Valoración de inversiones: 1.4% • Servicios financieros: 0.2% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$648 m.</p>
Cobertura	<p>Presente con una oficina en Bogotá. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros



Entidad Financiera	Cotrafa
Puesto	41° puesto (0.09% del total de activos del mercado con \$261 mm).
Negocio	<p>Cartera (77.6% del total de activos con \$203 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (95.4%). \$208 mm, 0.4% del total. Cartera concentrada en libranza (66.3%) y libre inversión (33.7%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (3.4%). \$7 mm, 0.01% del total. Se destina a ordinario (100%). El 93.7% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector de agricultura, ganadería, caza y silvicultura (41.0%), seguido por el sector manufacturero (36.9%) y el comercio (22%). • Microcrédito: (0.9%). \$2 mm, 0.04% del total. Se concentra principalmente en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV (77.8%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. • Vivienda: (0.3%). \$752 millones, 0.01% del total. <p>Otros activos (9% del total de activos con \$23 mm). Principalmente en bienes de uso propio y otros activos (38%) y valorización neta (32%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (80.1% del total de activos con \$209 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (90.2% del total de pasivos con \$189 mm). Concentrado en: CDT (66.7%) y cuentas de ahorro (33.2%). • Créditos con otras instituciones de crédito (1.2% del total de pasivos con \$2 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (19.9% del total de activos con \$52 mm). Se enfoca en capital social (49.2%) y en reservas y fondos de destinación específica (32.5%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$8.7 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 89.5% • Servicios financieros: 9.7% • Valoración de inversiones: 0.8% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$1.9 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 2 departamentos (18 municipios) a través de 33 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra un número de operaciones mínimas (0.00007%) frente al total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.0000004% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	INTERNACIONAL
Puesto	42° puesto (0.09% del total de activos del mercado con \$255 mm).
Negocio	<p>Cartera (70.1% del total de activos con \$179 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (67%). \$128 mm, 0.1% del total. Se destina a ordinario (100%). El 75% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (38.0%), seguido por el sector manufacturero (18.2%) y las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (15.7%). • Consumo: (33%). \$63 mm, 0.1% del total. Cartera concentrada en libranza (77.1%) y créditos de vehículos (18.8%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Otros activos (11.6% del total de activos con \$29 mm). Principalmente en bienes de uso propio y otros activos (61%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (85.2% del total de activos con \$218 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (67.3% del total de pasivos con \$146 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (30.1% del total de pasivos con \$66 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (14.8% del total de activos con \$38 mm). Se enfoca en capital social (65.8%) y en reservas y fondos de destinación específica (28.7%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$4.5 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 109.1% • Valoración de inversiones: 0.6% • Servicios financieros: -6.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$127 millones.</p>
Cobertura	<p>Presente en 9 departamentos (9 municipios) a través de 13 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.



Entidad Financiera	Dann Regional
Puesto	43° puesto (0.08% del total de activos del mercado con \$238 mm).
Negocio	<p>Cartera (84.2% del total de activos con \$200 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (92%). \$196 mm, 0.2% del total. Se destina a ordinario (100%). El 51.4% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (23.4%), seguido por el sector manufacturero (22.7%) y la construcción (10.8%). • Consumo: (8%). \$17 mm, 0.03% del total. Cartera concentrada en libre inversión (86.7%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Disponible (8.5% del total de activos con \$20 mm). Principalmente en depósitos en otras entidades financieras (48%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (86.1% del total de activos con \$205 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (67.4% del total de pasivos con \$138 mm). Concentrado en: CDT (100%). • Créditos con otras instituciones de crédito (29.6% del total de pasivos con \$60 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (13.9% del total de activos con \$33 mm). Se enfoca en capital social (50.0%) y en reservas y fondos de destinación específica (34.2%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$3.2 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 104.6% • Valoración de inversiones: 2.2% • Servicios financieros: -6.8% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$904 millones</p>
Cobertura	<p>Presente en 3 departamentos (3 municipios) a través de 7 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.



Entidad Financiera	Giros y Finanzas
Puesto	44° puesto (0.08% del total de activos del mercado con \$218 mm).
Negocio	<p>Cartera (62.6% del total de activos con \$136 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (64.9%). \$93 mm, 0.2% del total. Cartera concentrada en libranza (43.6%) y crédito de vehículos (35.6%). Puesto dieciocho por número de tarjetas de crédito (26 mil, 0.3% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (32.0%). \$46 mm, 0.04% del total. Se destina principalmente a ordinario (94%) y preferencial (6%). El 74.6% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida al sector de intermediación financiera (38.5%), seguido por el comercio (27.2%) y el sector manufacturero (11.9%). • Vivienda: (2.9%). \$4 mm, 0.03% del total. • Microcrédito: (0.2%). \$267 millones, 0.01% del total. Se concentra en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (100%). <p>Disponible (13.5% del total de activos con \$29 mm). Principalmente en caja (67%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (84.3% del total de activos con \$183 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (77.4% del total de pasivos con \$142 mm). Concentrado en: CDT (74.3%) y cuentas de ahorro (25.6%). • Títulos de deuda (6.3%). • Créditos con otras instituciones de crédito (5.9% del total de pasivos con \$11 mm). Por repos (72.7%) y créditos y descuentos (27.3%). <p>Patrimonio (15.7% del total de activos con \$34 mm). Se enfoca en capital social (40.1%) y en reservas y fondos de destinación específica (35.2%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$14.6 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios financieros: 44.6% • Margen neto de intereses: 24.7% • Valoración de inversiones: 1.8% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$949 millones.</p>
Cobertura	<p>Presente en 23 departamentos (43 municipios) a través de 149 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No ofrece el servicio de cajero.



Entidad Financiera	COOPERATIVA FINANCIERA DE ANTIOQUIA
Puesto	45° puesto (0.07% del total de activos del mercado con \$189 mm).
Negocio	<p>Cartera (75.8% del total de activos con \$143 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (69.6%). \$105 mm, 0.2% del total. Cartera concentrada en libre inversión (84%) y libranza (10%). No ofrece tarjetas de crédito. El 99.99% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (26.8%). \$40 mm, 0.03% del total. Se destina a ordinario (100%). El 93% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al sector de intermediación financiera (95%). • Microcrédito: (3.2%). \$5 mm, 0.1% del total. Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (88.8%), el restante está en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. • Vivienda: (0.4%). \$607 m, 0.005% del total. <p>Disponible (9.6% del total de activos con \$18 mm). Principalmente en caja (61%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (84.5% del total de activos con \$160 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (88.5% del total de pasivos con \$141 mm). Concentrado en: cuentas de ahorro (48.5%) y CDT (42.1%). • Créditos con otras instituciones de crédito (7.7% del total de pasivos con \$12 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (15.5% del total de activos con \$29 mm). Se enfoca en capital social (64.1%) y en reservas y fondos de destinación específica (27.7%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$6.4 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 85.9% • Servicios financieros: 11.8% • Valoración de inversiones: 2.3% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$1.1 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 6 departamentos (24 municipios) a través de 25 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra un número de operaciones mínimas (0.00003%) frente al total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.000009% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	Procredit
Puesto	46° puesto (0.07% del total de activos del mercado con \$188 mm).
Negocio	<p>Cartera (77.4% del total de activos con \$146 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (79.4%). \$122 mm, 0.1% del total. Se destina a ordinario (100%). El 59% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Se encuentra especialmente dirigida al comercio (32%), seguido por el sector manufacturero (18%), las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (15%) y la construcción (14%). • Microcrédito: (20.5%). Decimo en la colocación de esta modalidad de créditos (\$31 mm, 0.6% del total). Se concentra principalmente en créditos menores o iguales a 25 SMMLV (62%), el restante está en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV. • Consumo: (0.1%). \$143 millones, 0.0003% del total. Cartera concentrada en libre inversión (100%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. <p>Disponible (8.8% del total de activos con \$17 mm). Principalmente en caja (81%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (82.0% del total de activos con \$154 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (70.7% del total de pasivos con \$109 mm). Concentrado en: CDT (76.6%) y cuentas de ahorro (13.9%). • Créditos con otras instituciones de crédito (24.4% del total de pasivos con \$38 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (18.0% del total de activos con \$34 mm). Se enfoca en capital social.</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$5.6 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 96.4% • Servicios financieros: 2.4% • Valoración de inversiones: 1.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$740 m.</p>
Cobertura	<p>Presente en 5 departamentos (6 municipios) a través de 20 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta servicio de cajero. • Concentra el 0.000006% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	MACROFINANCIERA
Puesto	47° puesto (0.06% del total de activos del mercado con \$172 mm).
Negocio	<p>Cartera (77.5% del total de activos con \$133 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (69.5%). \$97 mm, 0.2% del total. Cartera concentrada principalmente en libranza (44%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (30.3%). \$42 mm, 0.04% del total. Se destina a ordinario (100%). El 93% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra especialmente dirigida a las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (40%), seguido por el sector manufacturero (34%) y el comercio (15%). • Microcrédito: (0.2%). \$304 m, 0.01% del total. Se concentra principalmente en créditos mayores de 25 y hasta 120 SMMLV (65%), el restante está en créditos menores o iguales a 25 SMMLV. <p>Disponibles (13.6% del total de activos con \$23 mm). Principalmente en depósitos en otras entidades financieras (54%) y caja (46%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (92.1% del total de activos con \$158 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (40.9% del total de pasivos con \$65 mm). Concentrado en: CDT (92.9%) y cuentas de ahorro (6.6%). • Créditos con otras instituciones de crédito (36.4% del total de pasivos con \$58 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (7.9% del total de activos con \$14 mm). Se enfoca en capital social.</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$10 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divisas: 59.8% • Margen neto de intereses: 34.1% • Servicios financieros: 5.9% • Valoración de inversiones: 0.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$598 m.</p>
Cobertura	<p>Presente en 18 departamentos (27 municipios) a través de 39 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 13 cajeros, 0.1% del total. Registra el 0.00004% del número total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m).



Entidad Financiera	BANCOOMEVA
Puesto	48° puesto (0.05% del total de activos del mercado con \$140 mm). Entidad en proceso de fusión con la Cooperativa Financiera Coomeva.
Negocio	Disponible (100% del total de activos). En depósitos en otras entidades financieras (51%) y caja (49%).
Financiación	Patrimonio (100% del total de activos). Se enfoca en capital social (99.7%).
Resultados	Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$452 millones a marzo de 2011, corresponde principalmente a: • Margen neto de intereses: 100% Utilidad neta a marzo de 2011: \$451.7 millones.



Entidad Financiera	COOFINEP
Puesto	49° puesto (0.04% del total de activos del mercado con \$101 mm).
Negocio	<p>Cartera (81.4% del total de activos con \$82 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (96.3%). \$83 mm, 0.16% del total. Cartera concentrada en libranza (83.1%) y libre inversión (16.8%). No ofrece tarjetas de crédito. El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. • Comercial: (3.7%). \$3.2 mm, 0.003% del total. El 88% de las colocaciones están asignadas a empresas. Se encuentra dirigida al sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (83.3%), seguido por el comercio (16.7%). <p>Otros activos (9.0% del total de activos con \$9 mm). Principalmente en valorización neta (48.6%) y bienes de uso propio y otros activos (38.3%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (82.2% del total de activos con \$83 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (86.3% del total de pasivos con \$72 mm). Concentrado en: CDT (73.3%) y cuentas de ahorros (26.6%). • Créditos con otras instituciones de crédito (9.6% del total de pasivos con \$8 mm). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (17.8% del total de activos con \$18 mm). Se enfoca en capital social (62.1%) y en superávit (24.5%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$2.9 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 91.5% • Servicios financieros: 7.9% • Valoración de inversiones: 0.7% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$138 m.</p>
Cobertura	<p>Presente en 2 departamentos (10 municipios) a través de 15 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No posee red propia de cajeros, haciendo uso del servicio de Servibanca. Esta entidad registra un número de operaciones mínimas (0.00002%) frente al total de las operaciones realizadas por este canal en el mercado (286 m). • Concentra el 0.000005% del total de las operaciones del mercado por internet (373 m).



Entidad Financiera	FINANCIERA CAMBIAMOS
Puesto	50° puesto (0.01% del total de activos del mercado con \$31 mm).
Negocio	<p>Disponible (50% del total de activos con \$15.7 mm). Enfocado en caja (98.6%).</p> <p>Otros activos (49% del total de activos con \$15.4 mm). Principalmente en cuentas por cobrar (44.8%) y bienes de uso propio y otros activos (33.8%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (45.8% del total de activos con \$14 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos con otras instituciones de crédito (33.0% del total de pasivos con \$4.7 mm). Por créditos y descuentos (100%). • Depósitos y exigibilidades (22.9% del total de pasivos con \$3.3 mm). Concentrado en: exigibilidades por servicios bancarios (100%). • Cuentas por pagar (16.3% del total de pasivos con \$2.3 mm). <p>Patrimonio (54.2% del total de activos con \$17 mm). Se enfoca en capital social.</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$3.3 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios financieros: 64.7% • Valoración de inversiones: 0.02% • Margen neto de intereses: -4.7% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$1.6 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente en 21 departamentos (32 municipios) a través de 83 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.



Entidad Financiera	Pagos Internacionales
Puesto	51° puesto (0.01% del total de activos del mercado con \$23 mm).
Negocio	<p>Disponible (55% del total de activos con \$12.8 mm). Enfocado en caja (67.9%) y depósitos en otras entidades financieras (32.1%).</p> <p>Otros activos (39.3% del total de activos con \$9.2 mm). Principalmente en cuentas por cobrar (73.4%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (28.2% del total de activos con \$6.6 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuentas por pagar (77% del total de pasivos con \$5.1 mm). • Depósitos y exigibilidades (19.2% del total de pasivos con \$1.3 mm). Concentrado en: CDT (99.7%). • Créditos con otras instituciones de crédito (0.8% del total de pasivos con \$53 m). Por créditos y descuentos (100%). <p>Patrimonio (71.8% del total de activos con \$16.7 mm). Se enfoca en reservas y fondos de destinación específica (68.9%), capital social (11.4%) y superávit (11.4%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$1.7 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divisas: 63% • Servicios financieros: 41% • Valoración de inversiones: 1% • Operaciones a plazo, operaciones de contado y con instrumentos financieros derivados: -4%. <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$157 m.</p>
Cobertura	<p>Presente en 11 departamentos (22 municipios) a través de 28 oficinas. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.



Entidad Financiera	CREDIFAMILIA
Puesto	52° puesto (0.01% del total de activos del mercado con \$18.5 mm).
Negocio	<p>Inversiones (73.3% del total de activos con \$14 mm). El portafolio se concentra principalmente en títulos emitidos por entidades vigiladas por la SFC (99%).</p> <p>Disponible (13.4% del total de activos con \$2.5 mm). Enfocado en caja (100%).</p>
Financiación	<p>Pasivos (0.8% del total de activos con \$151 millones).</p> <p>Patrimonio (99.2% del total de activos con \$18.4 mm). Se enfoca en capital social (99.6%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$112 millones a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de inversiones: 67.8% • Margen neto de intereses: 32.4% • Servicios financieros: -0.2% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$73 millones.</p>
Cobertura	<p>Presente con una oficina en Bogotá. No cuenta con corresponsales bancarios (CB).</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.



Entidad Financiera	CIT CAPITA
Puesto	53° puesto (0.01% del total de activos del mercado con \$18 mm).
Negocio	<p>Disponible (81.4% del total de activos con \$14.6 mm). Enfocado en depósitos en otras entidades financieras (99.9%).</p> <p>Cartera (17.1% del total de activos con \$3 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercial: (100%). \$3.1 mm, 0.003% del total. Se destina a crédito preferencial (100%). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona empresas. Se encuentra dirigida al sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (31.5%), seguido por el sector manufacturero (25.8%) y el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones (15.8%).
Financiación	<p>Pasivos (2.0% del total de activos con \$352 millones).</p> <p>Patrimonio (98.0% del total de activos con \$17.6 mm). Se enfoca capital social (87.0%) y en reservas y fondos de destinación específica (10.5%).</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$196 millones a marzo de 2011, corresponde a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 100% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: \$14 millones.</p>
Cobertura	<p>Presente con una oficina en Bogotá. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.



Entidad Financiera	LA POLAR
Puesto	54° puesto (0.01% del total de activos del mercado con \$17 mm).
Negocio	<p>Cartera (66.9% del total de activos con \$11.4 mm). Enfocado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo: (100%). \$11.8 mm, 0.02% del total. Cartera concentrada en tarjetas de crédito (100%). Puesto diecisiete por número de tarjetas de crédito (26 mil, 0.3% del total del mercado). El 100% de las colocaciones están asignadas a persona natural. Otros activos (22.0% del total de activos con \$3.8 mm). Principalmente en cuentas por cobrar (67%) y cargos diferidos (31%).
Financiación	<p>Pasivos (11.7% del total de activos con \$2 mm).</p> <p>Patrimonio (88.3% del total de activos con \$15 mm). Se enfoca en capital social.</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): \$1.2 mm a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios financieros: 56.9% • Margen neto de intereses: 43.3% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$826 millones.</p>
Cobertura	<p>Presente con una oficina en Bogotá. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No presta el servicio de cajeros.



Entidad Financiera	MI PLATA
Puesto	55° puesto (0.01% del total de activos del mercado con \$16.3 mm).
Negocio	Otros activos (97% del total de activos con \$15.7 mm). Principalmente en cargos diferidos (82.5%) y en bienes de uso propio y otros activos (15.4%).
Financiación	<p>Pasivos (23.4% del total de activos con \$3.8 mm).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos y exigibilidades (65.5% del total de pasivos con \$2.5 mm). Concentrado en: cuentas de ahorro (100%). • Cuentas por pagar (9.6% del total de pasivos con \$367 millones). <p>Patrimonio (76.6% del total de activos con \$12.4 mm). Se enfoca en capital social.</p>
Resultados	<p>Utilidad operacional (margen financiero bruto): -\$18.8 millones a marzo de 2011, corresponde principalmente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen neto de intereses: 70.9% • Servicios financieros: 30.2% • Valoración de inversiones: -1.1% <p>Utilidad neta a marzo de 2011: -\$2.5 mm.</p>
Cobertura	<p>Presente con una oficina en Bogotá. No cuenta con corresponsales bancarios.</p> <p>Principales canales:</p> <p>No presta el servicio de cajeros.</p>