



INFORME ESPECIAL DE  
**ESTABILIDAD  
FINANCIERA**

---

INCLUSIÓN FINANCIERA  
EN COLOMBIA

---

Septiembre de 2012

Banco de la República  
Bogotá, D. C., Colombia

ISSN - 1692 - 4029

## INCLUSIÓN FINANCIERA EN COLOMBIA

La inclusión financiera es un proceso de integración de los servicios financieros a las actividades económicas cotidianas de la población, el cual puede contribuir de manera importante al crecimiento económico en la medida en que las relaciones entre los usuarios y las entidades financieras sean menos esporádicas y se traduzcan en servicios y productos que faciliten las transacciones y satisfagan las necesidades de financiación, inversión y ahorro.

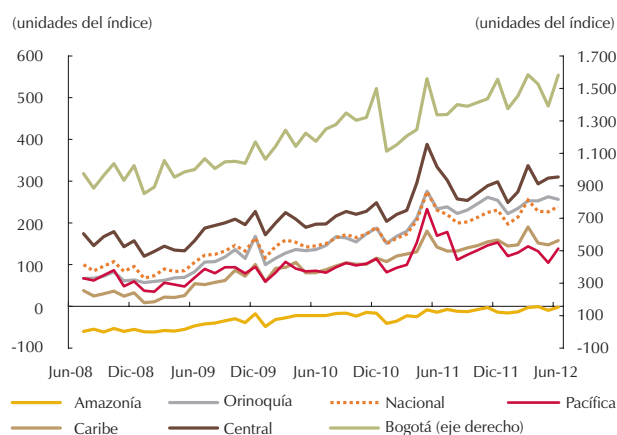
En este informe se abordan algunos temas importantes con respecto a la situación de acceso a los servicios financieros y su avance en períodos recientes. En la primera parte se analiza el desarrollo de la inclusión financiera y las características que ha mostrado este proceso en diferentes regiones del país, teniendo en cuenta tanto la participación del sistema financiero como la del sector solidario y de organizaciones no gubernamentales (ONG). En la segunda parte se presentan algunos indicadores de uso de productos del sistema financiero y de la red de corresponsales bancarios (CB). Por último, se examina la evolución reciente de otros canales transaccionales, como la banca móvil y las sucursales virtuales.

### 1. El avance de la inclusión financiera

#### a. El sistema financiero

Con base en información suministrada por la Superintendencia Financiera se construyó un indicador por departamento donde se recogen algunas medidas de cobertura de los establecimientos financieros, tales como el número de oficinas y puntos de contacto, así como indicadores de profundización financiera e intensidad de uso de los servicios financieros por parte de los usuarios, tales como el número y monto de los nuevos créditos otorgados. El índice que se presenta en el Gráfico 1 recoge los aspectos mencionados en una única medida que permite identificar el avance de

Gráfico 1  
Índice de inclusión financiera por regiones



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.

este proceso realizado por las instituciones vigiladas para el total nacional y las regiones<sup>1</sup>.

Los resultados muestran que la bancarización no es homogénea, siendo Bogotá la zona que presenta la mayor integración de los servicios financieros a la actividad económica de los habitantes. Las diferencias entre Bogotá y las demás regiones del país son de gran magnitud, particularmente en relación con la Amazonía y la Orinoquía, que muestran no solo los más bajos niveles de bancarización, sino las menores tasas de crecimiento (Gráfico 1). Es importante resaltar que las diferencias entre Bogotá y otras zonas que presentan un alto nivel de actividad económica, como la región Central y la Caribe han aumentado entre 2008 y 2012.

1 Para el cálculo del índice se utilizó información de la cartera neta, depósitos, oficinas y CB del sistema. Asimismo, se incluyeron los montos marginales por modalidad de crédito y el número de créditos nuevos en cada modalidad, así como la razón entre cuentas activas y cuentas abiertas en cada período, como medidas de intensidad de uso de los servicios financieros. La metodología utilizada para la construcción del índice y la ponderación resultante para cada variable se describen en L. Capera, y A. González (2011) “Un índice de bancarización para Colombia”, Tema de Estabilidad Financiera, núm. 64, Banco de la República.

Adicionalmente, se observa que entre junio de 2011 y un año después el acceso a los servicios financieros ha tenido un menor crecimiento en diferentes zonas del país, en comparación con lo observado durante 2010 y comienzos de 2011, particularmente para las regiones Pacífica y Central. Lo anterior podría deberse a la menor dinámica que han mostrado los desembolsos de las modalidades comercial y de vivienda, así como al menor aumento de los depósitos y la cartera por habitante en comparación con lo observado en el primer semestre de 2011. No obstante, es importante resaltar que el comportamiento del indicador durante los primeros meses de 2011 estuvo afectado por un incremento importante de los desembolsos de la modalidad de vivienda y por la generación de acuerdos entre entidades financieras y algunas redes de comercialización y de servicios postales para la creación de corresponsales bancarios, lo que generó un aumento atípico del indicador en este período.

Al tiempo que la cobertura del sistema financiero ha aumentado, el número de productos financieros otorgados también ha presentado un crecimiento significativo durante los últimos años. A continuación se analiza la proporción de individuos que cuentan con algún producto financiero por municipios, distinguiendo entre áreas rurales y urbanas<sup>2</sup>, y por rangos de población.

Al analizar la profundización financiera a través de cuentas de ahorro, se observa un moderado crecimiento durante los dos últimos años, tanto para las áreas urbanas como para las rurales (Gráfico 2, panel A). A marzo de 2012 por cada 10.000 habitantes se encontraban 4.710 individuos con al menos una cuenta de ahorro en el área urbana, mientras que en las zonas rurales la relación era de 3.944 por cada 10.000 habitantes. Si se desagregan por rangos de población, se encuentra que los municipios de baja población (menos de 10.000 habitantes) tienen un nivel de bancarización en cuentas de ahorro similar a los de más de 100.000

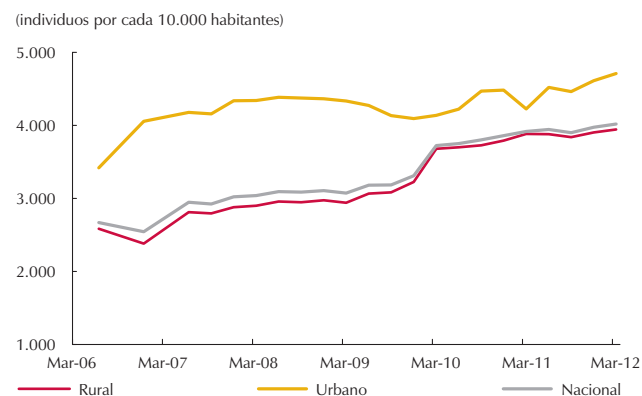
2 En este documento se clasifican los municipios en rurales o urbanos de acuerdo con el tamaño de población y la concentración de la misma en la cabecera municipal, teniendo en cuenta que los municipios rurales son menos poblados y con menor densidad de población y siguiendo los criterios de Banca de las Oportunidades.

habitantes, mientras que los de rangos intermedios (poblaciones entre 10.000 y 100.000) presentan una menor profundización financiera (Gráfico 2, panel B).

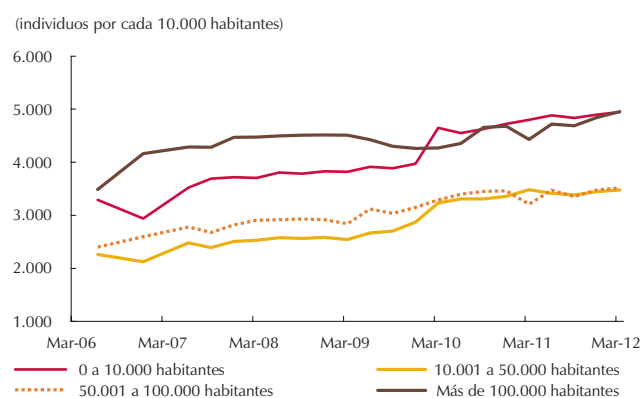
En términos de créditos de consumo (diferentes a tarjetas de crédito), se encuentra que las zonas urbanas presentan un grado de inclusión de casi siete veces el de las rurales. A marzo de 2012 por cada 10.000 habitantes en las zonas urbanas 741 personas tenían créditos de consumo, mientras que en las rurales, la relación era de 164 (Gráfico 3). En los dos últimos años, cuando se ha experimentado un aumento importante en el crecimiento del saldo de esta modalidad, la cobertura aumentó moderadamente en el área urbana, mientras que se mantuvo igual en las zonas rurales. Cuando se desagregan los municipios por tamaño de población se observa que en el área rural, los de mayor cobertura son

Gráfico 2  
Promedio de población con al menos una cuenta de ahorro por cada 10.000 habitantes

A. Por tipo de municipio

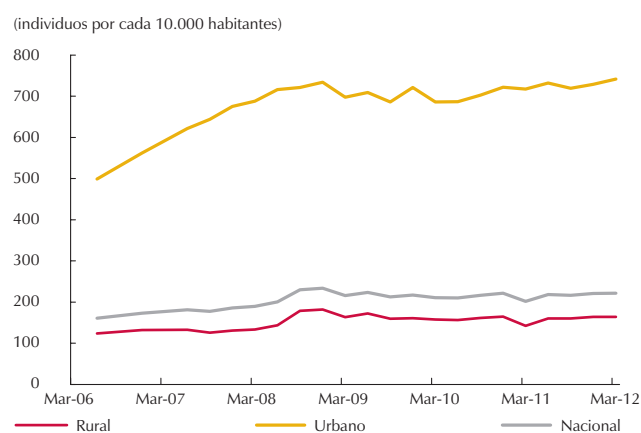


B. Por tamaño de población



Fuentes: Asobancaria y DANE; cálculos del Banco de la República.

**Gráfico 3**  
Promedio de créditos de consumo por tipo de municipio



Fuentes: Asobancaria y DANE; cálculos del Banco de la República.

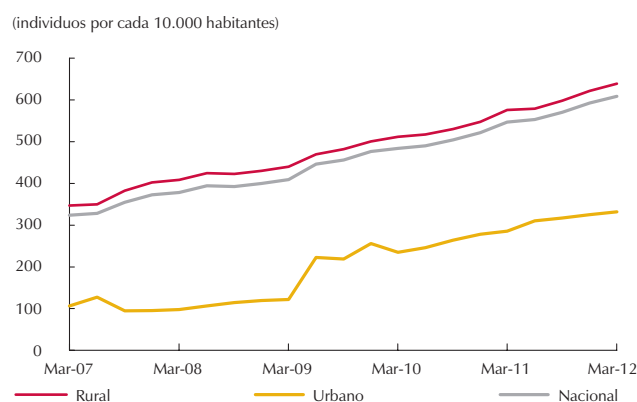
aquellos cuya población oscila entre 50.000 y 100.000 habitantes, es decir, donde hay mayor inclusión financiera con créditos de consumo son los municipios donde existe un mayor número de habitantes.

En términos de tarjetas de crédito, los niveles de profundización financiera son similares a los de los demás créditos de consumo. A marzo de 2012 por cada 10.000 habitantes se encontraban 723 individuos con al menos una tarjeta de crédito en el área urbana, mientras que 165 en el área rural. Además, cuando se analiza la tendencia de los últimos años se encuentra una pendiente positiva en el área urbana, en tanto que en las zonas rurales la expansión del crédito hacia nuevos individuos ha ocurrido de manera moderada.

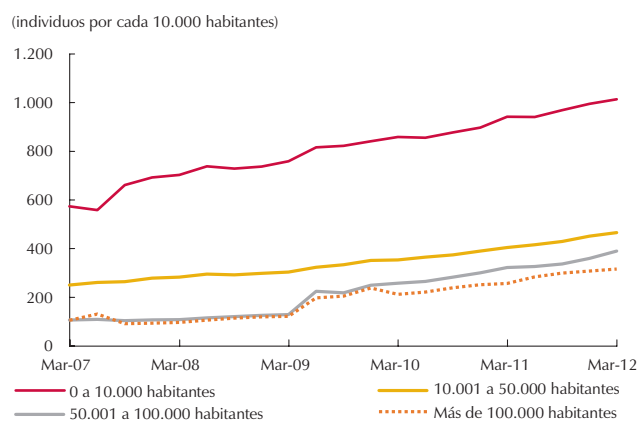
Por su parte, el microcrédito es el único producto financiero cuya inclusión es mayor en las zonas rurales que en las urbanas: por cada 10.000 habitantes, 638 individuos en el área rural tienen un microcrédito, mientras que en las zonas urbanas se encuentran alrededor de 330 (Gráfico 4, panel A). Esto sugiere que después de las cuentas de ahorro, el microcrédito es el producto financiero con mayor grado de inserción entre la población rural, cuyo grado de cobertura es cercano al de las tarjetas de crédito en las zonas urbanas. Al analizar los municipios por rango de población, se encuentra que hay una relación inversa entre la cobertura y el tamaño del municipio, ya que los de menor población son los que mayor cobertura en microcrédito presentan (Gráfico 4, panel B).

**Gráfico 4**  
Promedio de población con al menos un microcrédito por cada 10.000 habitantes

**A. Por tipo de municipio**



**B. Por tamaño de población**



Fuentes: Asobancaria y DANE; cálculos del Banco de la República.

Por último, los créditos de vivienda son los que menor grado de bancarización presentan entre los productos analizados. A marzo de 2012 en los municipios del área urbana 85 de cada 10.000 individuos contaban un crédito de vivienda, al tiempo que en las zonas rurales se encontraban 15 de cada 10.000. A pesar de la baja representatividad en las áreas rurales, en los últimos seis años se ha evidenciado un moderado aumento en su cobertura, pasando de seis personas con créditos de vivienda a quince de cada 10.000 habitantes entre 2007 y 2012.

En resumen, se encuentra una cobertura significativamente mayor en las áreas urbanas, excepto en los microcréditos, donde la profundización en las zonas rurales es superior. El producto financiero con el que

se ha logrado el mayor grado de bancarización son las cuentas de ahorro, seguido de los microcréditos y tarjetas de crédito. Por su parte, los de menor cobertura son los préstamos de vivienda.

#### **b. Otros intermediarios financieros**

Actualmente las necesidades de financiación y ahorro de una parte importante de la población son atendidas por entidades que no se encuentran vigiladas por la Superintendencia Financiera, como las cooperativas solidarias y algunas ONG, que otorgan créditos utilizando tecnología microfinanciera y ofrecen productos de ahorro<sup>3</sup>.

Algunas de estas entidades se han concentrado en proveer servicios financieros en sectores rurales o en aquella población que no es elegible para las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera. Como se observa en el Gráfico 5, panel A, las cooperativas del sector solidario y las ONG han venido incrementando su cobertura en las zonas rurales, mientras que las entidades del sector financiero han concentrado sus operaciones cada vez más en áreas urbanas. De la misma forma, las entidades solidarias y las ONG han incrementado el número de desembolsos en municipios rurales, mientras que el sector financiero viene haciéndolo en zonas urbanas (Gráfico 5, panel B).

El índice de inclusión calculado con información de todos los intermediarios a junio de 2012 muestra que la presencia de las entidades del sector solidario y las ONG contribuye a reducir la brecha entre regiones, y es particularmente importante en los departamentos de la Amazonía, el Caribe y la región Central (Gráfico 6).

Es importante señalar, no obstante, que incluso cuando se tiene en cuenta la presencia de intermediarios financieros no vigilados, la dinámica en estas regiones sigue siendo heterogénea. La bancarización en áreas metropolitanas y en zonas de alto dinamismo económico ha sido más acelerada y ha generado mejores

condiciones de inclusión financiera para sus habitantes. Como se observa en el Gráfico 7, los departamentos que muestran un mayor nivel de inclusión son Antioquia, Santander y Atlántico, mientras que Chocó y los departamentos de la región de la Amazonía presentan un menor progreso.

## **2. Uso de los servicios financieros**

### **a. Corresponsales bancarios**

La apertura de corresponsales bancarios ha sido una estrategia exitosa de las entidades financieras para facilitar el acceso a los servicios financieros por parte de la población, en particular, aquella ubicada en zonas de difícil acceso o en las que resulta poco rentable abrir una sucursal. Actualmente los establecimientos financieros han realizado convenios con redes de comercio al por menor y servicios postales para establecer puntos de contacto, lo que ha generado un crecimiento acelerado de los corresponsales en los últimos años. Si bien el avance en términos de cobertura por esta vía ha sido significativo, es importante analizar algunos indicadores de uso que permitan identificar las necesidades que estos establecimientos han contribuido a superar.

En cuanto al número de operaciones por corresponsal se observa que en los municipios que concentran una población superior a 100.000 habitantes (principalmente áreas urbanas), es menor, mientras que en los municipios con menor población estos puntos de contacto son más utilizados (Gráfico 8). Durante 2009 y 2010 el uso de estos establecimientos se intensificó, mientras que entre 2011 y 2012 el número de operaciones por corresponsal disminuyó, principalmente para los municipios con población inferior a 50.000 habitantes.

Las transacciones realizadas a través de los CB son principalmente de recaudo y de pagos de obligaciones. En zonas rurales las transacciones de este tipo corresponden a un 68,8% del total, mientras que en áreas urbanas esta proporción es del 86,6%. Por su parte, los depósitos y retiros en efectivo de cuentas de ahorro y corrientes representan un 33,1% del total de transacciones en zonas rurales, mientras que en áreas urbanas este

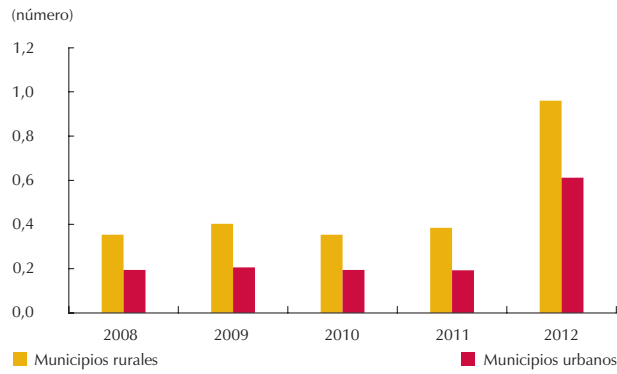
---

3 Aunque las ONG financieras no pueden captar directamente recursos del público, algunas de ellas han establecido convenios con entidades reguladas para facilitar el acceso a sus clientes a cuentas de ahorro y otras facilidades transaccionales.

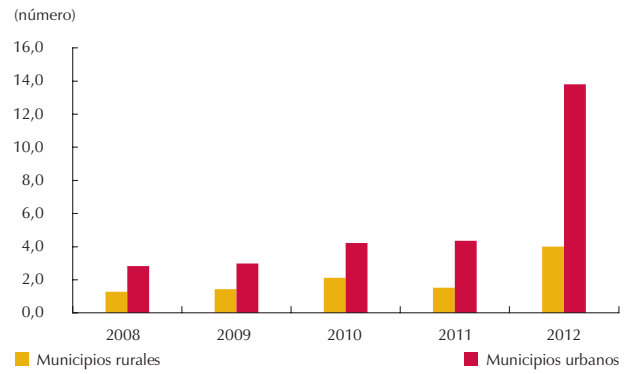
**Gráfico 5**  
Presencia de intermediarios financieros por tipo de municipio

**A. Puntos de contacto por cada 10.000 habitantes (mayores de 18 años) de acuerdo con el tipo de intermediario**

**Cooperativas del sector solidario y ONG**

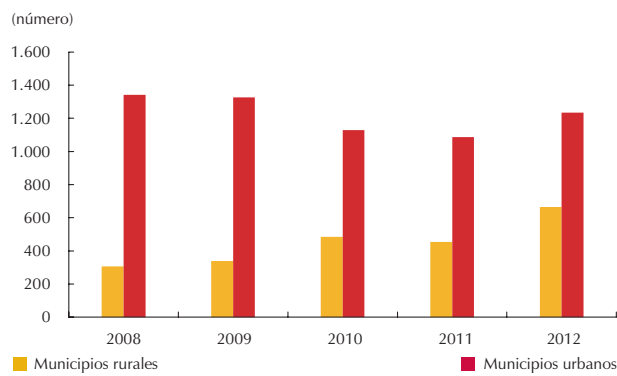


**Sistema financiero**

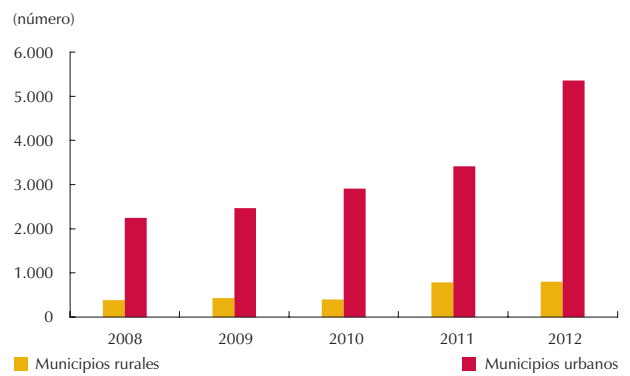


**B. Desembolsos de consumo y microcrédito de acuerdo con el tipo de intermediario (por cada 1.000 habitantes mayores de 18 años)**

**Cooperativas del sector solidario y ONG**

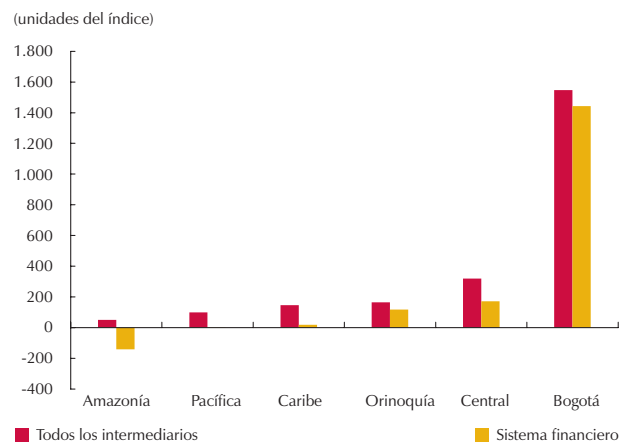


**Sistema financiero**



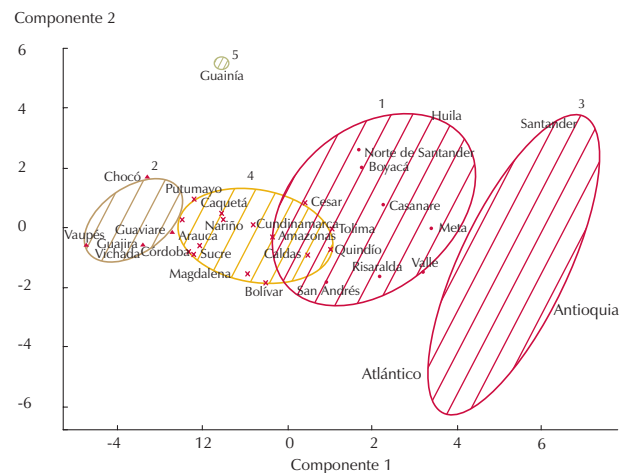
Fuentes: Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.

**Gráfico 6**  
Índice de bancarización por tipo de intermediario en junio de 2012



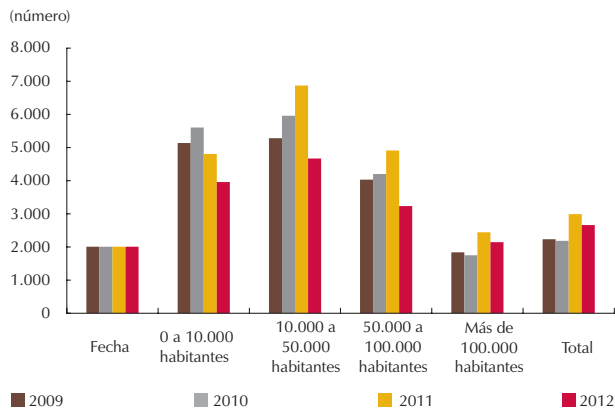
Fuentes: Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.

**Gráfico 7**  
Análisis de *clústers* por departamento



Fuentes: Banca de las Oportunidades, Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.

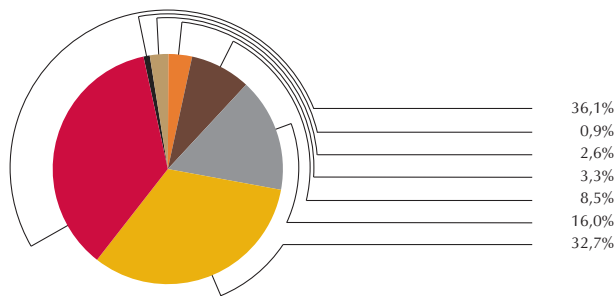
**Gráfico 8**  
Número de operaciones por corresponsal, por tipo de municipio



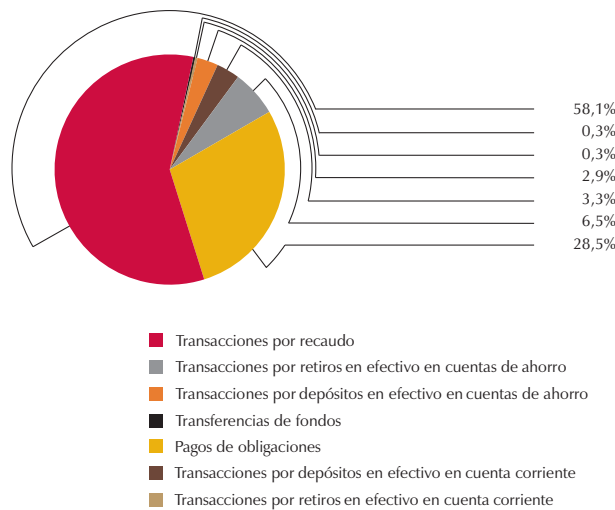
Fuentes: Banca de las Oportunidades, Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.

**Gráfico 9**  
Número de operaciones por corresponsal por tipo de municipio

**A. Rural**



**B. Urbano**



Fuentes: Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.

porcentaje es mucho menor, alcanzando apenas un 13% del total de las operaciones (Gráfico 10).

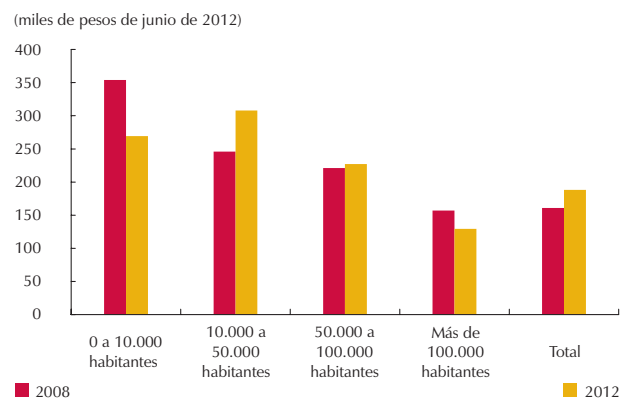
Cuando se analiza el monto por operación en los corresponsales, se observa que en los municipios más pequeños el monto por operación es mayor, alcanzando un valor superior a \$350.000 en 2012, mientras que en zonas urbanas este valor es significativamente menor, cercano a \$150.000. Lo anterior puede explicarse porque una mayor proporción de ingresos de los habitantes de zonas urbanas se encuentra depositado en cuentas de ahorro y corrientes, por lo que pueden disponer de otros mecanismos transaccionales, como cajeros automáticos, datáfonos y sucursales virtuales para realizar pagos y transferencias, mientras que en zonas rurales las transacciones implican mayores costos, por lo que los usuarios tienden a reducir sus operaciones de retiros y depósitos en efectivo.

**b. Acceso y uso de productos financieros**

La central de información financiera (Cifin) recopila información sobre los clientes del sector financiero, solidario, comercio y servicios. A partir de sus bases de datos se presentan algunos indicadores de inclusión financiera de Colombia entre 2007 y 2011.

Alrededor de ocho millones de personas han ingresado por primera vez a la central de información financiera

**Gráfico 10**  
Monto de operaciones en corresponsales por tipo de municipio



Fuentes: Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.



entre 2007 y 2011, de los cuales el 76% lo hizo por intermedio de los establecimientos de crédito, el 19% con el sector real<sup>4</sup> y el 5% restante con el sector solidario. Sin embargo, cuando se excluyen las cuentas de ahorro, solo el 37% de los individuos ingresó mediante el sistema financiero, mientras que el 51% lo hizo con el sector real y el 12% con el sector solidario (Gráfico 11).

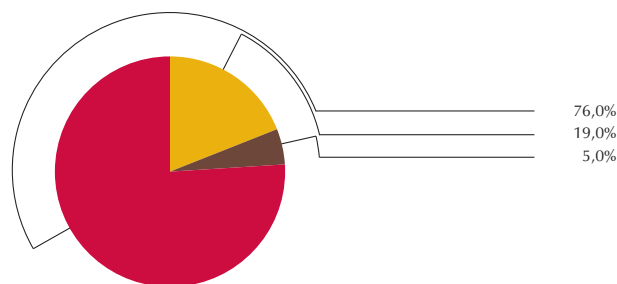
Por sector económico se encuentra que los estratos 3, 4, 5 y 6 están completamente atendidos por algún servicio financiero en cada uno de los tres sectores: financiero, servicios y real, es decir, el número de operaciones registradas es superior al tamaño de la población. Por su parte, el sector solidario muestra un papel importante en la inclusión financiera de la población en estrato 1, ya que aquel es el que tiene operaciones con más de la mitad de esta proporción de la población. No obstante, el estrato 2 es el que menor índice de cobertura financiera presenta, independientemente del sector desde donde se analice (Gráfico 12).

El servicio financiero con el que la mayoría de los individuos han iniciado sus operaciones son las cuentas de ahorro, las cuales corresponden al 68% de los primeros productos abiertos. Al excluirlas, el principal producto con el que acceden los colombianos es mediante aquellos ofrecidos por el sector servicios (37%), seguido del de comercio (16,2%) y del sector solidario (14,7%). Al tener en cuenta únicamente los créditos del sistema financiero, se puede observar que la modalidad más frecuente para ingresar por primera vez al sistema financiero son los créditos de consumo, en especial las tarjetas de crédito, seguido de los microcréditos (Gráfico 13).

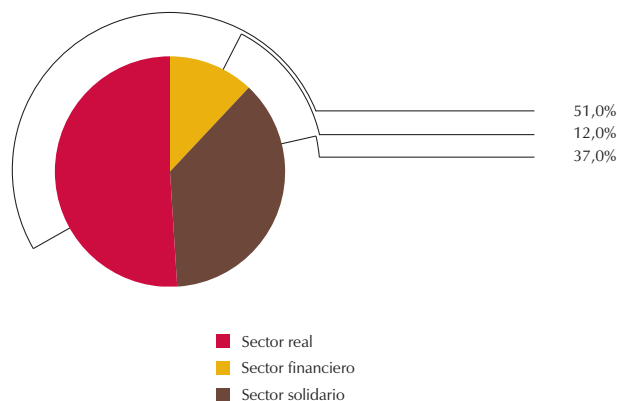
Cuando se analiza la apertura de un segundo producto por parte de estos individuos durante el período de estudio, se observa que el 44,5% no activa ningún otro producto, mientras que un 25,2% abre una cuenta de ahorros, el 15,3% lo hace con un producto del sector servicio o comercio, el 9,7% inicia un crédito

Gráfico 11  
Inclusión financiera por tipo de intermediario

A. Inclusión financiera total, 2007-2011



B. Inclusión financiera sin cuentas de ahorro, 2007-2011



Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia y Titularizadora Colombiana; cálculos del Banco de la República.

con el sistema financiero y el restante 5,1% con el sector solidario.

En cuanto a la dinámica del segundo producto, el 17,2% de los individuos que acceden por primera vez a los servicios financieros obtiene un segundo producto en un período de hasta seis meses después de haber abierto el primero, y un 9,7% adicional lo hace antes de completar el año; sin embargo, si no se tienen en cuenta las cuentas de ahorro, un mayor porcentaje (37,9% de los individuos) adquieren su segundo producto financiero durante el primer año (Cuadro 1).

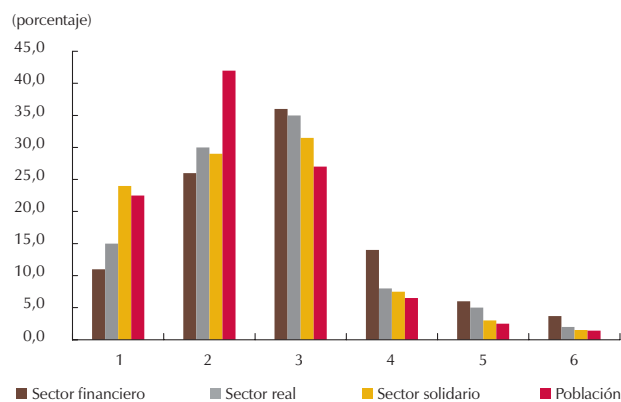
De aquellos individuos que entraron al sistema mediante el sector comercio o el de servicios, la mitad continúa con un segundo producto, de los cuales alrededor del 70% lo hace en un plazo inferior a un año después de haber obtenido su primer producto.

4 Los productos del sector real son aquellos ofrecidos por los sectores de comercio y servicios, los cuales constituyen una forma de intermediación financiera, ya que permiten diferir el pago de los bienes adquiridos, dentro de los cuales se resalta la telefonía móvil celular.

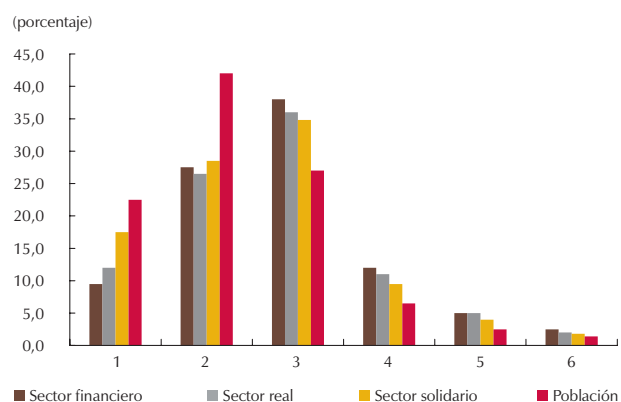


**Gráfico 12**  
Inclusión financiera por tipo de intermediario y estrato socioeconómico

**A. Total 2007-2011**



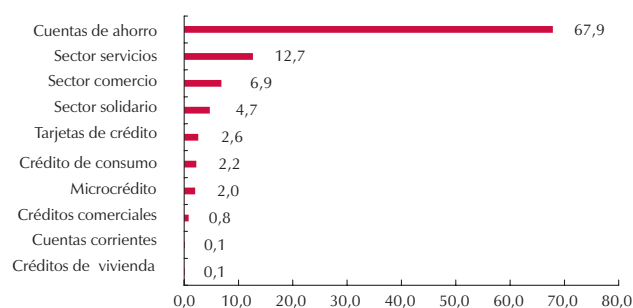
**B. Sin cuentas de ahorro 2007-2011**



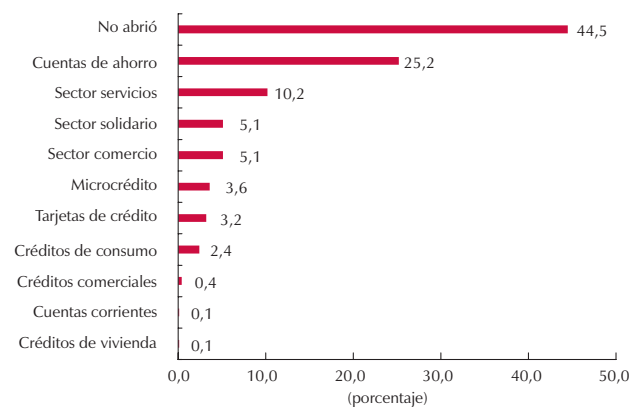
Fuente: Cifin.

**Gráfico 13**  
Inclusión financiera por tipo de intermediario y estrato socioeconómico

**A. Total 2007-2011**



**B. Sin cuentas de ahorro 2007-2011**



Fuente: Cifin.

**Cuadro 1**  
Dinámica de apertura de productos financieros según el tipo de producto adquirido por primera vez

| Primer producto           | Porcentaje de clientes que abren un segundo producto | Proporción de segundos productos abiertos antes de un año (porcentaje) | Segundo producto más común |
|---------------------------|--|--|----------------------------|
| Total                     | 55,5   | 48,6   | Cuenta de ahorro           |
| Crédito de consumo        | 66,7   | 59,2   | Crédito de consumo         |
| Tarjeta de crédito        | 69,0   | 63,6   | Tarjetas de crédito        |
| Microcrédito              | 66,4   | 59,2   | Microcrédito               |
| Créditos de vivienda      | 57,9   | 57,7   | Tarjetas de crédito        |
| Créditos comerciales      | 71,8   | 53,2   | Sector real                |
| Sector solidario          | 77,0   | 71,9   | Sector solidario           |
| Productos del sector real | 50,0   | 65,0   | Sector real                |

Fuente: Cifin.

De manera similar al sector solidario y al microcrédito, alrededor del 50% continúa sus actividades en el mismo sector.

Al considerar únicamente a quienes su primer producto financiero fue un crédito de consumo, alrededor del 66,7% adquiere un segundo producto. De estos, el 59%

lo hace durante el primer año. La dinámica de este segundo producto se concentra en otro crédito de consumo (37%), tarjeta de crédito (23%) o en un producto del sector servicios (23%). De quienes de nuevo obtienen un crédito de consumo diferente de tarjeta de crédito, el 61% lo hace durante el primer año.

De manera similar ocurre con aquellos individuos que iniciaron sus operaciones financieras mediante una tarjeta de crédito. En este segmento se encuentra que el 69% efectivamente adquiere un segundo producto. De este porcentaje, el 63,6% lo hace durante el primer año después de haber obtenido su primera tarjeta de crédito, y en una gran proporción prefieren una segunda tarjeta de crédito (35%). Entre estos últimos que repitieron la modalidad del segundo producto, el 75,6% obtuvo su segunda tarjeta en menos de un año.

Por su parte, aquellos clientes que acceden a los servicios financieros por primera vez con un microcrédito, el 66,4% ha adquirido un segundo producto, proporción similar al de los créditos de consumo. Además, el 59,2% lo hace durante el primer año. De quienes obtienen un segundo producto, la mitad repite con un microcrédito, y el 56% de estos lo hace durante el primer año.

En cuanto a los clientes que inician sus operaciones con el sector solidario, el 77% continúa sus operaciones financieras con un segundo producto. De estos, el 72% lo hace en un plazo de un año después de haber comenzado con su primer producto. Al igual que con el microcrédito, de quienes abrieron un segundo producto casi la mitad adquirió de nuevo un producto del sector solidario (48,1%), haciéndolo en su mayoría después del primer año (96%).

Finalmente, teniendo en cuenta a aquellas personas que iniciaron sus operaciones financieras con una cuenta de ahorros, solo el 30% continúa con algún otro servicio financiero, de los cuales únicamente el 33% lo hace con un crédito en el sistema financiero. Además, tres de cada cinco cuentas de ahorro se encuentran inactivas.

En resumen, las cuentas de ahorro son los productos con menor tasa de creación de productos adicionales, mientras que más del 60% de quienes inician una

operación con crédito del sistema financiero, sector solidario o producto del sector real continúan adquiriendo más servicios o productos. La mayoría de los segundos productos se hacen en la misma modalidad al primero, participación que se destaca en el sector solidario. En términos generales, estas renovaciones se presentan en el corto plazo, especialmente en créditos de consumo, microcrédito y en el sector solidario.

### *c. Otros canales transaccionales*

Las transacciones por medios electrónicos han llamado la atención en los últimos años debido a sus bajos costos y accesibilidad, con lo que se podría aumentar la inclusión financiera en el país. Es por ello que en esta sección se analiza la evolución de las transacciones en cada uno de los canales, haciendo énfasis en las transacciones realizadas por internet, telefonía móvil y corresponsales bancarios.

En junio de 2012 el monto promedio de una transacción financiera fue de \$2,8 millones, donde los movimientos por internet y ACH presentaron los mayores montos (\$8,4 millones y \$8,2 millones, respectivamente). En cuanto al valor promedio en las transacciones por corresponsales bancarios, este se ubicó en \$228.000, mientras que el de telefonía móvil en \$45.000. La dinámica de las transacciones ha mostrado valores promedio superiores a la de hace cuatro años para los canales de internet y telefonía móvil, mientras que las realizadas mediante corresponsales bancarios han estado relativamente estables (Cuadro 2).

En cuanto al número de transacciones, las oficinas concentran el 35,3%, seguido de los cajeros automáticos, con el 27,9%. Si bien los canales de internet, corresponsales bancarios y telefonía móvil no muestran una participación significativa, su comportamiento en los últimos cuatro años ha mostrado aumentos importantes en el número de transacciones realizadas por estos canales. Por ejemplo, las operaciones por internet incrementaron su participación al pasar de 6,1% en diciembre de 2008 a 9,5% en junio de 2012. De igual forma, los corresponsales bancarios han mostrado un incremento considerable en el número de transacciones, de 0,6% a 3%, durante el mismo período. Por su

**Cuadro 2**  
Monto promedio por transacción según el canal  
(miles de pesos de junio de 2012)

|                          | II sem. 2008 | I sem. 2009 | II sem. 2009 | I sem. 2010 | II sem. 2010 | I sem. 2011 | II sem. 2011 | I sem. 2012 |
|--------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| Oficinas                 | 4.944        | 5.150       | 5.250        | 4.782       | 4.946        | 4.567       | 4.599        | 4.575       |
| Internet                 | 6.731        | 9.099       | 10.247       | 9.571       | 10.093       | 8.545       | 8.381        | 8.407       |
| ACH                      | 8.058        | 7.457       | 8.560        | 8.699       | 9.539        | 9.412       | 8.429        | 8.228       |
| Cajeros automáticos      | 219          | 222         | 243          | 252         | 265          | 259         | 261          | 260         |
| Datáfonos                | 287          | 190         | 203          | 199         | 207          | 199         | 205          | 203         |
| Pagos automáticos        | 343          | 336         | 403          | 433         | 471          | 455         | 437          | 407         |
| Audio respuesta          | 464          | 422         | 486          | 470         | 462          | 476         | 525          | 554         |
| Corresponsales bancarios | 220          | 219         | 218          | 199         | 198          | 197         | 222          | 228         |
| Telefonía móvil          | 30           | 23          | 28           | 26          | 28           | 31          | 31           | 45          |
| Total                    | 2.833        | 3.079       | 3.182        | 3.123       | 3.241        | 2.981       | 2.921        | 2.866       |

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.

parte, las operaciones realizadas mediante telefonía móvil se duplicaron, mostrando un incremento en su participación de 0,06% a 0,13%, durante el mismo período (Cuadro 3).

En cuanto a la participación en el valor de las transacciones, se observa que las oficinas concentraron el 56,3% durante el primer semestre del presente año, seguido de las realizadas por internet, con el 27,8%. Por su parte, los corresponsables bancarios y la telefonía móvil muestran una participación inferior al 1% en el número total de transacciones financieras (Cuadro 4). A pesar de ello, vale la pena resaltar que el aumento en

el monto promedio en las operaciones realizadas por telefonía móvil muestra indicios de un incremento en el uso de este canal.

En resumen, el proceso de inclusión financiera realizado por las entidades vigiladas ha mostrado un avance importante durante los últimos años, principalmente en las regiones que concentran una mayor actividad económica, como Bogotá y la región Central. En cuanto a la cobertura, se encuentra una mayor profundización a través de productos financieros en las áreas urbanas, excepto en los microcréditos. Por tipo de intermediario, las cooperativas del sector solidario

**Cuadro 3**  
Participación en el número de transacciones según el canal  
(porcentaje)

|                          | II sem. 2008 | I sem. 2009 | II sem. 2009 | I sem. 2010 | II sem. 2010 | I sem. 2011 | II sem. 2011 | I sem. 2012 |
|--------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| Oficinas                 | 40,7         | 39,7        | 38,6         | 38,9        | 37,7         | 37,4        | 35,5         | 35,3        |
| Internet                 | 6,1          | 6,4         | 6,7          | 8,2         | 8,3          | 9,1         | 9,5          | 9,5         |
| ACH                      | 3,6          | 4,6         | 4,1          | 4,1         | 4,3          | 3,9         | 4,3          | 3,9         |
| Cajeros automáticos      | 31,5         | 30,6        | 30,8         | 29,1        | 28,8         | 28,0        | 28,4         | 27,9        |
| Datáfonos                | 12,4         | 12,8        | 13,7         | 13,7        | 14,5         | 14,8        | 15,8         | 16,0        |
| Pagos automáticos        | 4,4          | 4,5         | 3,7          | 3,9         | 3,8          | 3,9         | 3,5          | 4,0         |
| Audio respuesta          | 0,7          | 0,5         | 0,5          | 0,4         | 0,4          | 0,4         | 0,3          | 0,3         |
| Corresponsales bancarios | 0,6          | 0,8         | 1,9          | 1,5         | 2,1          | 2,4         | 2,5          | 3,0         |
| Telefonía móvil          | 0,06         | 0,07        | 0,10         | 0,13        | 0,14         | 0,15        | 0,17         | 0,13        |

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.

y las ONG han incrementado su cobertura en las zonas rurales, mientras que las entidades del sector financiero lo han hecho cada vez más en áreas urbanas, siendo particularmente importantes en los departamentos de Santander, Antioquia y Atlántico.

Al analizar el uso de los corresponsales bancarios, se encuentra que en los municipios con menor población tanto el número de operaciones por corresponsal como el monto de las mismas son mayores en comparación con los centros urbanos.

Cuando se evalúa el producto con el cual se ingresa al sistema financiero, se observa que las cuentas de ahorro concentran la mayor proporción. No obstante, este producto cuenta con la menor tasa de creación

de servicios adicionales, mientras que la mayoría de quienes inician sus operaciones con el sistema financiero con otros productos, o mediante el sector solidario o real, obtienen un segundo producto.

Finalmente, al analizar los canales de mayor uso para las transacciones financieras se observa una alta preferencia por oficinas y cajeros automáticos. No obstante, las operaciones realizadas por internet se caracterizan por presentar montos promedios altos, a diferencia de los corresponsales bancarios y telefonía móvil, los cuales no superan de \$300.000 y \$50.000, respectivamente. Sin embargo, estos canales financieros han mostrado una dinámica creciente en los últimos cuatro años, tanto en número de operaciones, como en el valor de las mismas.

**Cuadro 4**  
Participación en el valor de las transacciones según el canal (porcentaje)

|                          | II sem. 2008 | I sem. 2009 | II sem. 2009 | I sem. 2010 | II sem. 2010 | I sem. 2011 | II sem. 2011 | I sem. 2012 |
|--------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| Oficinas                 | 71,0         | 66,5        | 63,7         | 59,6        | 57,5         | 57,3        | 55,9         | 56,3        |
| Internet                 | 14,4         | 18,8        | 21,4         | 25,0        | 25,7         | 26,1        | 27,3         | 27,8        |
| ACH                      | 10,2         | 11,1        | 10,9         | 11,5        | 12,8         | 12,4        | 12,4         | 11,3        |
| Cajeros automáticos      | 2,44         | 2,21        | 2,35         | 2,35        | 2,36         | 2,42        | 2,54         | 2,52        |
| Datáfonos                | 1,26         | 0,79        | 0,88         | 0,87        | 0,93         | 0,99        | 1,11         | 1,13        |
| Pagos automáticos        | 0,53         | 0,49        | 0,47         | 0,54        | 0,55         | 0,59        | 0,52         | 0,57        |
| Audio respuesta          | 0,11         | 0,07        | 0,07         | 0,06        | 0,06         | 0,06        | 0,06         | 0,06        |
| Corresponsales bancarios | 0,05         | 0,06        | 0,13         | 0,09        | 0,13         | 0,16        | 0,19         | 0,24        |
| Telefonía móvil          | 0,001        | 0,001       | 0,001        | 0,001       | 0,001        | 0,002       | 0,002        | 0,002       |

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia; cálculos del Banco de la República.