

Leasing: Percepción y oportunidades en el sector empresarial en 2023

- El leasing cuenta con varias bondades que lo posicionan como un instrumento estratégico para que los empresarios financien la adquisición de activos productivos.
- El entorno macroeconómico que se proyecta para el 2023 es retador y demanda cierto grado de resiliencia, algo a lo que el leasing no puede ser ajeno y debe adaptarse a estas nuevas circunstancias.
- Con el fin de ampliar el alcance que puede llegar a tener el leasing en la actividad empresarial, EcoAnalítica realizó para Asobancaria un estudio sobre la percepción de los empresarios respecto a este producto.
- Resulta de gran importancia expandir el conocimiento de este instrumento en los empresarios que no lo usan, así como identificar las preferencias de financiamiento que tienen y de esta forma, mejorar su percepción sobre el leasing.
- El acompañamiento que realizan las entidades financieras a los clientes ha permitido una cercanía en la relación comercial entre ambas partes, lo cual resulta una forma de apoyo que no ofrecen otros productos y conlleva a un beneficio adicional significativo dentro de su experiencia.

13 de febrero de 2023

Director:

Jonathan Malagón González

ASOBANCARIA:

Jonathan Malagón González
Presidente

Alejandro Vera Sandoval
Vicepresidente Técnico

Germán Montoya Moreno
Director Económico

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

Editor

Germán Montoya
Director Económico

Participaron en esta edición:

Guillermo Alarcon Plata
Carlos Daniel Junco Leguizamón
Camilo Andrés Manrique Tabares
Diego Robayo Molina

Leasing: Percepción y oportunidades en el sector empresarial en 2023

La financiación mediante leasing cuenta con varias bondades frente al crédito tradicional, siendo una de ellas la de costear un mayor porcentaje del activo que se desea adquirir. Por otra parte, cuando se acude a este producto financiero para elaborar un proyecto constructivo o de infraestructura, se utilizan mecanismos de verificación adicionales como el de ingeniero de obra. Además, existe la seguridad de que los recursos van al activo que se quiere financiar, lo que hace atractiva la figura en iniciativas gubernamentales. Gracias a lo anterior, este instrumento posee características que pueden ser ampliamente aprovechadas en el sector empresarial.

En medio del actual panorama económico retador, unas condiciones geopolíticas inciertas, y el deseo de fortalecer las MiPymes del país, el leasing tiene mucho que aportar, por lo que resulta idóneo buscar alternativas que permitan profundizarlo. Para lograr lo anterior se realizó un estudio sobre la percepción que tienen los empresarios acerca del producto y las experiencias obtenidas en el uso de este, con el fin de identificar las oportunidades de mejora, la forma en que las compañías lo adquieren y las necesidades de financiación que se acoplan a la coyuntura económica actual. Por otro lado, se espera que esto sea un punto de partida de cara a una mayor utilización como alternativa a los créditos tradicionales, aumentando el conocimiento sobre el mismo y permitiendo a las entidades financieras ampliar su alcance.

Esta edición de Banca y Economía presenta un breve panorama de las perspectivas económicas y su impacto en el leasing. Analiza posteriormente los resultados del estudio realizado por EcoAnalítica para Asobancaria sobre la percepción de este mecanismo de financiamiento en los empresarios, en donde se identifican las necesidades que se presentaron a lo largo del 2022 y la manera de aprovechar sus hallazgos para afianzar caminos que beneficien el desempeño de la industria en el 2023. Finaliza con algunas consideraciones en la materia

Programación Calendario Eventos 2023

Aso
Ban
Caria

Asociación
Bancaria de los
Caribeños

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

25° Congreso de Tesorería

Febrero 9 y 10
Cartagena
Hilton Cartagena

14° Foro de Vivienda

Febrero 24
Bogotá
JW Marriott

13° CAMP

Marzo 16 y 17
Cali
Centro de Eventos Valle del Pacífico

11° Jornada de Libre Competencia

Abril 13
Bogotá
Universidad EAN

6° Encuentro Leasing

Mayo 12
Bogotá
JW Marriott

57° Convención Bancaria

Junio 14, 15 y 16
Cartagena
Centro de Convenciones
Cartagena de Indias

22° Congreso Panamericano de Riesgo de LAFTPADM

Julio 13 y 14
Cartagena
Hilton Cartagena

21° Congreso Derecho Financiero

Agosto 24 y 25
Cartagena
Hyatt Regency

5° Congreso de Sostenibilidad

Septiembre 8
Bogotá
JW Marriott

34° Simposio de Mercado de Capitales

Septiembre 22
Bogotá
JW Marriott

2° Foro de Inclusión Financiera MiPyme

Septiembre 27
Cámara de Comercio de Bogotá, sede Chapinero

16° Congreso de Prevención del Fraude y Seguridad

Octubre 26 y 27
Cartagena
Hyatt Regency

21° Congreso de Riesgos

Noviembre 16 y 17
Cartagena
Hyatt Regency

11° Encuentro Tributario

Diciembre 1
Bogotá
JW Marriott

Inscripciones:
Call Center
eventos@asobancaria.com
Cel +57 321 456 81 11

Patrocinios:
Sonia Elias
selias@asobancaria.com
+57 320 859 72 85

f asobancaria.com
in @asobancaria
www.asobancaria.com

@asobancario
@asobancaria

C&E Capacitaciones y Eventos Asobancaria

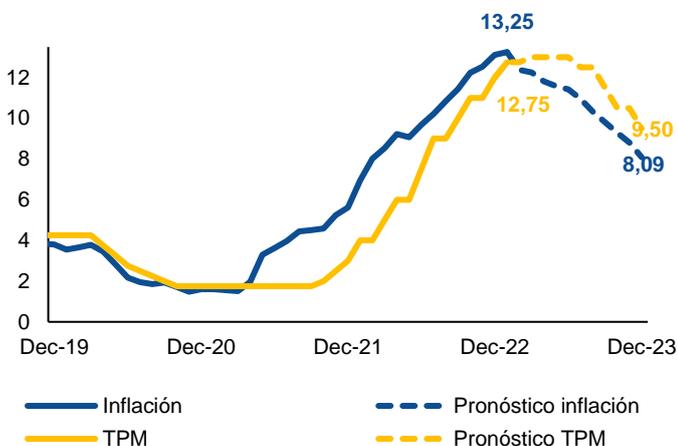
Entorno económico y perspectivas para el 2023

El leasing, al ser un instrumento financiero, responde a cambios en el entorno macroeconómico y a variables como la inflación, la dinámica de la tasa de cambio y las expectativas de inversión, pues estas influyen en su comportamiento.

Si bien el año anterior presentó una variación positiva del PIB, en términos macroeconómicos, tanto en el contexto mundial como el local fue desafiante. Por el lado internacional, se registraron datos de inflación no vistos desde hace más de 30 años en las principales economías del mundo, producto de diversos factores, entre ellos el conflicto entre Rusia y Ucrania, que generó escasez en diversos frentes, particularmente en los insumos agrícolas. Esto, sumado a un bajo dinamismo en el comercio internacional producto de los cuellos de botella y las restricciones impuestas en China para contener los rebrotes de la COVID-19 hasta finales del 2022, propició un ambiente de incertidumbre en los mercados, tipos de interés altos y el fortalecimiento del dólar frente al peso.

De otro lado, el comportamiento de la economía colombiana resultó afectado por estas dinámicas. Desde el inicio del conflicto bélico surgieron presiones inflacionarias jalonadas principalmente por el encarecimiento de alimentos importados como el trigo, maíz y cebada provenientes de estos países y de los producidos localmente por el incremento del precio internacional de los fertilizantes, factores que llevaron el IPC a 13,1% en 2022 (gráfico 1), cifra no vista desde hace 22 años, según el DANE. Debido a esto, el Banco de la República reaccionó para intentar contener la subida de los precios, incrementando en 900 puntos básicos la Tasa de Política Monetaria (TPM) a lo largo del año, pasando de 3% en enero a 12% en diciembre, lo que encareció el acceso al crédito y desincentivó la generación de nuevos desembolsos, afectando de esta manera a las carteras de vivienda, comercial, consumo y microcrédito, y con ello al leasing.

Gráfico 1. Proyecciones inflación y TPM



Fuente: DANE y Banco de la República, elaboración y pronósticos de Asobancaria.

Ahora bien, la inflación y la TPM no fueron las únicas variables con fuertes movimientos en su comportamiento, la tasa de cambio se vio impactada negativamente, lo que conllevó a una depreciación acumulada del 20,6% en 2022, generando incrementos en los precios de los activos importados y sus respectivos fletes, desincentivando la inversión en maquinaria y equipo de las empresas, así como también el consumo y el uso de financiación para adquirir bienes productivos.

Finalmente, producto del desempeño de estas variables, se espera una moderación en el crecimiento económico debido a un menor dinamismo en la actividad comercial. Es así como el 2023 plantea un panorama desafiante, pues según proyecciones propias, Colombia tendrá un crecimiento del PIB de 1,5% real en línea con la tendencia a la baja del resto de economías a nivel mundial y una inflación que continuaría ubicándose por encima de la meta del emisor (8,1%).

Panorama de la industria de Leasing en el 2023

El entorno macroeconómico previsto para el 2023 es retador y demanda cierto grado de resiliencia por parte de los actores de la economía colombiana, entre ellos los empresarios, algo en lo que el leasing puede jugar un papel determinante para sobrellevar estas nuevas circunstancias, pues este producto continúa consolidándose como una alternativa estratégica para estos. Un ejemplo de lo anterior es que, a octubre del 2022, el saldo de la cartera alcanzó los \$69,4 billones de pesos, situándose como el quinto producto más grande de la cartera total del sector financiero, que acumuló \$645,3 billones de pesos. En consecuencia, resulta de interés brindar un panorama de lo que le espera a la industria del leasing financiero y operativo en el 2023.

Como se señaló, las circunstancias vividas en 2022 han hecho que el crecimiento del leasing financiero se haya desacelerado (ver Gráfico 2), aunque con un leve repunte a cierre de año. Para 2023 se espera que continúe moderando su crecimiento, con un crecimiento nominal esperado de 3,5%.

Por su parte, el leasing operativo ha logrado posicionarse como una opción atractiva para los empresarios desde junio de 2019, creciendo a un menor ritmo durante la pandemia y recuperando su tendencia alcista desde marzo de 2021, debido, en parte, a un giro en las preferencias de consumo orientado a los modelos de pago por uso, por lo que se espera que continúe creciendo a dos dígitos, aunque con una importante desaceleración producto de la coyuntura económica. A octubre del 2022 registró un crecimiento nominal del 38,9% y se proyecta que al cierre del 2023 crezca un 19,4%. (Gráfico 3).

Los resultados que se muestran a continuación del estudio llevado a cabo por EcoAnalítica sobre percepción y oportunidades del leasing entre los empresarios, el cual brinda herramientas importantes para incrementar el valor agregado y alcance del producto, son bastante ilustrativos. La aplicación de las recomendaciones propuestas allí, teniendo en cuenta el panorama

de la industria para este año, será sin duda provechosa para el crecimiento de esta cartera.

Gráfico 2. Proyecciones de crecimiento nominal del leasing financiero



Fuente: Elaboración y pronósticos de Asobancaria.

Gráfico 3. Proyecciones crecimiento leasing operativo



Fuente: Elaboración y pronósticos de Asobancaria.

Estudio de percepción de Leasing en los empresarios

Con el fin de sortear las dificultades a las que se enfrentará esta cartera durante el presente año, y con miras a ampliar el alcance que puede llegar a tener el leasing en la actividad empresarial, EcoAnalítica realizó para Asobancaria un estudio sobre la percepción de los empresarios respecto a este producto, del cual se extrajeron varias recomendaciones encaminadas a profundizar el alcance de su uso. La recolección de la información se realizó de forma cuantitativa y cualitativa, por medio de 271 encuestas y 28 entrevistas a usuarios y no usuarios de este instrumento

financiero y gestores comerciales. Con estos resultados se buscó identificar qué características son las más valoradas por los clientes y cuáles son las oportunidades de mejora que se visualizaron, para que quienes no usan esta alternativa de financiación se interesen por ella.

De esta forma, se estructuró un índice, llamado Índice de Percepción de Leasing de Empresarios (IPLE) para medir el impacto de la fidelidad y promoción de los empresarios que lo usan en Colombia, es decir, quienes tienen una mayor probabilidad de continuar con el uso de este producto (fidelidad) y que con base en su experiencia lo recomiendan cómo una mejor opción de financiamiento (promoción). En el IPLE se identificó que, para los usuarios y no usuarios de leasing, fueron relevantes los siguientes componentes: i) el conocimiento del producto ii) la atención al cliente por parte de los bancos en todo el ciclo del negocio y iii) la facilidad percibida en términos de trámites al contratar este servicio (ver tabla 1). Adicional a estos indicadores existen otros asociados a cada grupo poblacional; en el caso de los que sí usan este mecanismo de financiación se encuentran la accesibilidad al financiamiento (tiempo de espera para aprobación o número de veces que tuvo que acercarse a la entidad financiera) y el nivel de satisfacción una vez ejercida la opción de compra. Por otra parte, para los empresarios que no usan leasing se establecieron componentes como la disponibilidad de información respecto de esta herramienta, la probabilidad de aprobación y qué tan dispuestos están los empresarios a usar un mecanismo desconocido.

Tabla 1. Componentes del Índice de Percepción de Leasing de Empresarios

		Grupos poblacionales	
		Sí usa Leasing	No ha usado Leasing
Componentes del IPLE	Conocimiento		
	Atención al cliente		
	Facilidad en los trámites		
	Accesibilidad	Disponibilidad de información	
	Satisfacción	Probabilidad de aprobación	
	Fidelidad	Disposición a usar un producto nuevo	
	Promoción		

Fuente: EcoAnalítica (2022). Elaboración de Asobancaria.

En cuanto al tamaño de las empresas que hicieron parte de la muestra estaban las micro, pequeña, mediana y gran empresa. Se pudo observar puntualmente que las de mayor tamaño son las que más conocen y acuden al leasing como método de financiamiento, lo que podría estar relacionado con la formación y experiencia de sus gestores financieros que ven el leasing como una buena herramienta al momento de requerir expansiones en el negocio. Por el contrario, las pequeñas empresas suelen acudir en menor

medida a este instrumento al momento de adquirir activos productivos, principalmente por desconocimiento y falta de información sobre sus beneficios. Entre tanto, las compañías con más de 30 años de antigüedad presentan un amplio uso de este producto, debido a un conocimiento previo, desde épocas en las que se contaba con incentivos tributarios, y también a una relación comercial sólida con sus entidades financieras que permite mayor agilidad en los procesos.

Los resultados del estudio revelaron (ver tabla 2) que el 55% de los empresarios que son clientes de leasing se declaran fieles al producto, es decir, tienen una alta probabilidad de volver a usarlo, además de ser promotores en la mayoría de los casos (es decir, recomendarían su uso).

Entre tanto, entre los empresarios que no usan leasing, el 53% declaró que estará dispuesto a adquirirlo en algún momento. Para ello luce clave tener mayor disponibilidad de información, ya que dicha variable fue la peor puntuada.

Tabla 2. Nivel de acceso, satisfacción y promoción del leasing

	Sí usan Leasing	No ha usado Leasing	
61,2*	Nivel de acceso al financiamiento mediante leasing	Nivel de acceso a información sobre leasing	14,6*
71,9*	Nivel de satisfacción ante los servicios de leasing	Nivel de acceso al producto y a asistencia sobre el servicio	34,7*
55%	Clientes fieles	Disposición	53%
53%	Clientes promotores		

* Nivel de valoración de los empresarios de cada aspecto entre 1 y 100.

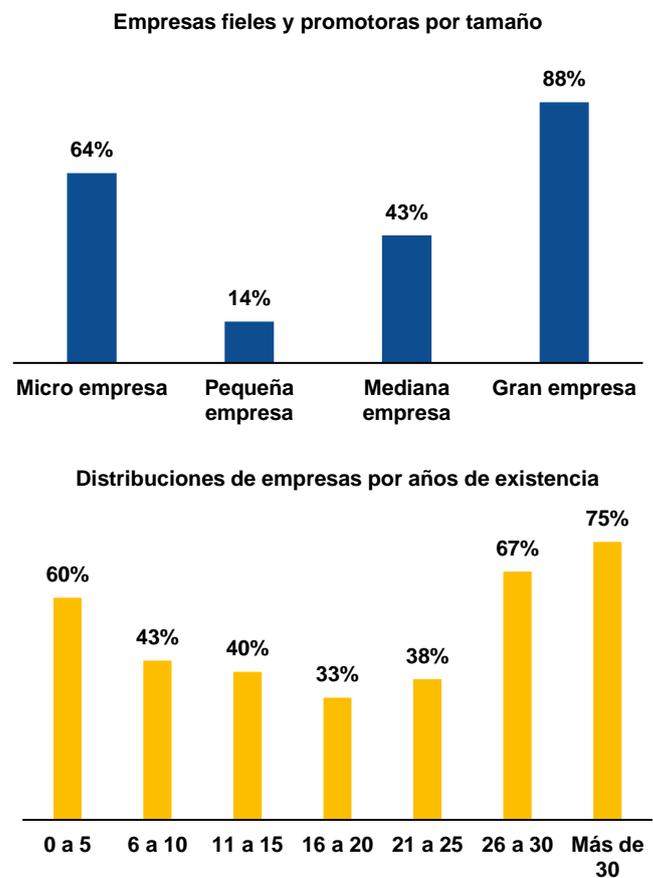
Fuente: EcoAnalítica (2022). Elaboración de Asobancaria.

Por otra parte, también se evidenció que, respecto a los usuarios de este servicio, los factores más determinantes para que sean fieles y promotores es haber quedado satisfechos con todo el ciclo comercial. En resumen, atender bien al cliente es una forma de difusión indirecta pero eficaz.

En este grupo de usuarios (los que si usan Leasing) también se identificó que el 64% de las microempresas terminan siendo promotoras del producto, ocupando un segundo lugar después de las grandes empresas, donde el 88% es promotor. Ello nos plantea un desafío importante en el grupo constituido por compañías de tamaño mediano, donde solo el 43% es promotor y posiblemente hay oportunidades de mejora en la atención de este tipo de clientes.

En términos de tiempo de existencia, más del 65% de compañías con más de 25 años de fundadas es promotor, mientras que dentro de las de 5 años o menos lo es el 60%. Nuevamente vale la pena revisar por qué los puntajes de las empresas usuarias con edad media no son tan altos como en los extremos. Una hipótesis es que el mayor volumen de clientes se encuentra en negocios de más de 5 años, pero menos de 26 y se pierde la calidad de la atención en este nicho más masivo (Gráfico 4).

Gráfico 4. Empresas que sí usan Leasing



Fuente: EcoAnalítica (2022). Elaboración de Asobancaria.

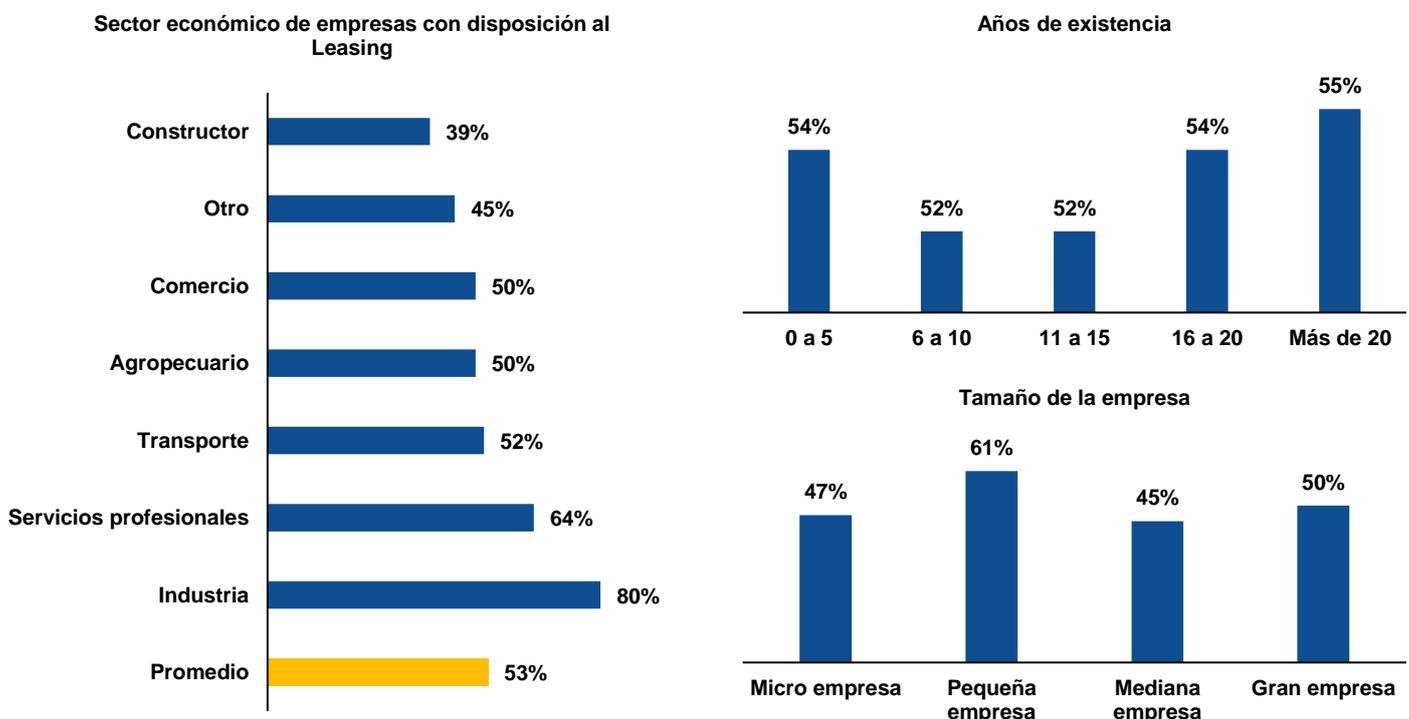
Ahora bien, en el 53% de las empresas no usuarias que están dispuestas a usar el leasing, se encontró que de las pertenecientes al sector industrial, el 80% estaría interesada en adquirir este servicio y, del mismo modo, el 64% de las compañías relacionadas con servicios profesionales, el 52% que conforman el rubro de transporte, el 50% que se dedican al comercio y a lo agropecuario, así como el 39% de las constructoras consultadas, también muestran tener inclinación a contratar este producto, permitiendo ver unos interesantes nichos de mercado que pueden ser atendidos en aras de ampliar esta cartera.

En cuanto a la distribución por años de funcionamiento de las sociedades que no usan leasing, las que mejor disposición

presentan a conocerlo, con un 55%, son las que tienen 20 años o más en operación, mientras que las demás exhiben cerca de un 53%, mostrando una buena aceptación en general. Sin embargo, cabe destacar que son las pequeñas empresas las más interesadas en este tipo de financiamiento, pues su disposición es del 61%, lo que las destaca de las micro, medianas y grandes empresas que poseen un 47%, 45% y 50% respectivamente en

este componente. Debido a lo anterior, es posible inferir que las pequeñas compañías jóvenes (entre 0 y 5 años) del sector de la industria son las que más apetece conocer este servicio, lo cual es otra pista que ayudaría a profundizar su uso, sin dejar de lado a otros potenciales clientes que ostenten otras características (Gráfico 5).

Gráfico 5. Disposición de las empresas que no usan leasing



Fuente: EcoAnalítica (2022). Elaboración de Asobancaria.

Conclusiones y recomendaciones finales

El 2022 se consolidó como un año positivo para Colombia en términos de crecimiento, pero complejo en términos macroeconómicos, lo cual sentó las bases para un 2023 retador, donde la resiliencia e innovación serán necesarios para sobrellevar este nuevo escenario. El leasing, como cualquier otra industria, no será ajena a esta dinámica y, por tanto, deberá adaptarse para atender de mejor manera las necesidades de sus clientes. Aquí resulta estratégico atender las recomendaciones del estudio de EcoAnalítica ya que ofrece buenas herramientas para cumplir este objetivo.

Entre las sugerencias se destaca la tarea de continuar ampliando la divulgación de este producto, pues una de las principales barreras es el desconocimiento de sus beneficios. Al respecto, es indispensable que los gestores comerciales lo conozcan a fondo y

tengan los incentivos correctos para ofrecerlo al cliente, ya que el leasing en muchos casos es el instrumento idóneo para adquirir un activo.

También es clave continuar buscando mecanismos para disminuir la complejidad del proceso y las demoras asociadas al papeleo y trámites, que tienen dos aspectos, tanto al interior de las entidades, como de cara a los requisitos para comprar o importar el activo. Finalmente, también resultaría beneficioso explorar estrategias específicas para atender a las pymes dado el volumen de empleo que generan en el país. Valga señalar que dentro de las empresas que, si usan leasing, las clasificadas como pequeñas y medianas son las menos promotoras, de forma que hay una oportunidad de mejora en dicho segmento. Igualmente, entre el grupo de empresas que no usa leasing, la pequeña empresa fue la que reportó mayor disposición a conocer y utilizar este instrumento.

Colombia

Principales indicadores macroeconómicos

	2020			2021				2022				
	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	Total
Producto Interno Bruto												
PIB Nominal (COP Billones)	248,0	278,5	998,7	267,7	268,5	305,1	335,9	1177,2	327,1	349,6	373,9	1379,6*
PIB Nominal (USD Billones)	66,4	76,5	271,3	74,7	72,4	79,3	87,5	303,9	88,4	82,6	86,7	356,1*
PIB Real (COP Billones)	203,1	228,9	819,1	209,6	212,3	231,0	253,7	906,6	227,7	239,4	247,2	976,4*
PIB Real (% Var. interanual)	-8,8	-3,6	-7,0	0,9	18,3	13,7	10,8	10,7	8,7	12,8	7,0	7,8*
Precios												
Inflación (IPC, % Var.) interanual)	1,9	1,6	2,5	1,6	2,9	4,3	5,2	3,5	7,8	9,3	10,83	13,12
Inflación sin alimentos (% Var.)	1,5	1,2	2,0	1,0	2,1	3,0	3,1	2,3	4,9	6,4	7,8	9,99
Tipo de cambio (COP/USD) fin de	3729	3661	3693	3552	3690	3844	3878	3742	3913	3915	4374	4810
Tipo de cambio (Var. % interanual)	11,7	7,5	12,5	0,4	-4,0	3,1	5,9	1,3	10,2	6,1	13,8	51,1
Sector Externo (% del PIB)												
Cuenta corriente (USD) Millones)	-2033	-3005	-9347	-3101	-4050	-4856	-5988	-17621	-5418	-4857	-6176	-20918*
	-3,1	-3,9	-3,5	-4,1	-5,5	-6,1	-7,0	-5,7	-6,4	-5,4	-7,2	-6,3*
Balanza comercial (%PIB)	-3,3	-3,7	-3,3	-3,5	-4,9	-4,7	-4,8	-4,4	-4,3	-2,0	-4,2	-2,7*
Exportaciones F.O.B. (%PIB)	11,9	11,1	11,9	12,4	13,2	14,0	14,8	13,6	16,5	18,5	18,5	18,3*
Importaciones F.O.B. (%PIB)	15,2	14,8	15,2	15,8	18,0	18,6	19,6	18,0	20,7	20,5	22,6	21,0*
Renta de los factores (%PIB)	-1,7	-1,8	-1,9	-2,5	-2,3	-2,9	-3,3	-2,7	-4,3	-5,2	-5,5	-5,3*
Transferencias corrientes (%PIB)	3,6	3,2	3,2	3,3	3,6	3,5	3,4	3,4	3,8	3,3	3,6	3,5*
Inversión extranjera directa (pasivos) (%PIB)	1,3	2,7	2,8	2,8	2,7	3,4	3,0	3,1	6,0	5,7	3,9	4,9*
Sector Público (acumulado) %												
Bal. primario del Gobierno Central	-2,2	-1,3	-4,9	-0,7	-0,7	0,6	-2,9	-3,7	-0,3	0,3	0,2	-1,1*
Bal. del Gobierno Nacional Central	-2,9	-1,8	-7,8	1,3	1,7	0,4	3,7	-7,1	1,2	1,0	1,1	-5,5*
Bal. primario del SPNF	-5,3	-4,3	-1,8*
Bal. del SPNF	-7,6	-7,2	-6,3*
Indicadores de Deuda (% del PIB)												
Deuda externa bruta	57,0	49,0	50,4	52,9	54,6	54,6	50,8	51,1	51,4	...
Pública	33,2	28,6	29,4	31,4	32,6	32,6	29,5	29,3	29,3	...
Privada	23,8	20,4	21,0	21,5	22,0	21,9	21,3	21,8	22,2	...
Deuda neta del Gobierno Central	61,4	60,6	60,6	54,3	56,2	57,1	60,8	60,8	51,7	54,4	57,5	59,6*

*Proyecciones de Asobancaria

Colombia

Estados financieros del sistema bancario

	nov-22 (a)	oct-22	nov-21 (b)	Variación real anual entre (a) y (b)
Activo	923.195	918.465	810.153	1,3%
Disponible	61.365	63.043	63.633	-14,3%
Inversiones y operaciones con derivados	184.734	189.667	171.581	-4,3%
Cartera de crédito	636.927	630.345	545.730	3,7%
Consumo	200.382	198.402	167.307	6,4%
Comercial	326.509	323.216	282.861	2,6%
Vivienda	94.098	92.991	81.732	2,3%
Microcrédito	15.938	15.737	13.831	2,4%
Provisiones	36.589	36.538	36.329	-10,5%
Consumo	14.683	14.391	12.123	7,6%
Comercial	16.985	17.137	17.824	-15,3%
Vivienda	3.272	3.250	3.007	-3,3%
Microcrédito	857	855	954	-20,2%
Pasivo	818.160	816.293	709.346	2,5%
Instrumentos financieros a costo amortizado	682.940	674.782	621.686	-2,4%
Cuentas de ahorro	294.824	288.326	282.971	-7,4%
CDT	197.889	194.925	137.848	27,6%
Cuentas Corrientes	81.555	82.145	86.457	-16,2%
Otros pasivos	12.261	12.380	9.810	11,1%
Patrimonio	105.034	102.172	100.807	-7,4%
Ganancia / Pérdida del ejercicio (Acumulada)	13.945	13.183	11.715	5,8%
Ingresos financieros de cartera	56.969	50.443	38.509	31,5%
Gastos por intereses	23.986	20.250	8.656	146,2%
Margen neto de Intereses	34.859	31.801	30.364	2,0%
Indicadores				Variación (a) - (b)
Indicador de calidad de cartera	3,70	3,64	4,18	-0,48
Consumo	5,34	5,04	4,69	0,65
Comercial	2,92	3,00	4,03	-1,11
Vivienda	2,62	2,58	3,21	-0,60
Microcrédito	5,41	5,42	6,67	-1,26
Cubrimiento	155,3	159,3	159,3	4,01
Consumo	137,1	144,0	154,4	-17,26
Comercial	178,4	176,8	156,4	22,01
Vivienda	132,8	135,4	114,5	18,37
Microcrédito	99,4	100,3	103,5	-4,07
ROA	1,65%	1,72%	1,58%	0,1
ROE	14,57%	15,68%	12,74%	1,8
Solvencia	16,54%	16,38%	20,20%	-3,7

Colombia

Principales indicadores de inclusión financiera

	201	2017	2018	2019	2020				2020	2021			
	Tota	Tota	Tota	Total	T1	T2	T3	T4	Tota	T1	T2	T3	T4
Profundización financiera - Cartera/PIB (%) EC + FNA Efectivo/M2 (%)	47,7	46,5	47,1	47,32	49,1	51,4	51,9	52,2	52,2	52,3	50,7	49,5	49
	12,5	12,1	13,0	15,05	13,47	14,68	15,5	16,64	16,6	16,0	16,5	16,4	17,04
Cobertura													
Municipios con al menos una oficina o un corresponsal	99,7	100	99,2	99,9	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Municipios con al menos una oficina (%)	73,9	73,9	74,4	74,6	74,6	74,6	74,6	...	78,6				
Municipios con al menos un corresponsal bancario (%)	99,5	100	98,3	100	100	100	100	100	100				
Acceso													
Productos personas													
Indicador de bancarización (%) SF*	77,3	80,1	81,4	82,5	83,2	85,9	87,1	87,8	87,8	89,4	89,4	89,9	90,5
Indicador de bancarización (%) EC**	76,4	79,2	80,5	81,6	86,6	88,9	...	89,5	...
Adultos con: (en millones)													
Cuentas de ahorro EC	23,5	25,1	25,7	26,6	27,5	27,9	27,9	28,4	28,3	28,5	28,9
Cuenta corriente EC	1,72	1,73	1,89	1,97	1,92	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Cuentas CAES EC	2,83	2,97	3,02	3,03	3,03	...	3,0	3,0	3,0	3,0	...
Cuentas CATS EC	0,10	0,10	0,71	3,30	7,14	8,1	8,1	9,2	10,5	11,8	...
Otros productos de ahorro EC	0,77	0,78	0,81	0,85	0,84	0,8	0,7	...
Crédito de consumo EC	8,74	9,17	7,65	8,42	6,9	6,9	6,9
Tarjeta de crédito EC	9,58	10,2	10,0	10,53	10,5	8,1	7,7	7,9
Microcrédito EC	3,56	3,68	3,51	3,65	2,4	2,3	2,3
Crédito de vivienda EC	1,39	1,43	1,40	1,45	1,1	1,2	1,2
Crédito comercial EC	1,23	1,02	...	0,70	0,5	0,4	...
Al menos un producto EC	25,4	27,1	27,6	29,1	32	32	32,7	32,9	33,1	33,5
Uso													
Adultos con: (en porcentaje)													
Algún producto activo SF	66,3	68,6	68,5	66,0	66,8	71,6	73,0	72,6	72,6	74,4	74,6	75,5	74,8
Algún producto activo EC	65,1	66,9	67,2	65,2	72,4
Cuentas de ahorro activas EC	72,0	71,8	68,3	70,1	65,4	...	64,2	62,2	65,3	65,8	65,7
Cuentas corrientes activas EC	84,5	83,7	85,5	85,6	82,8	...	82,3	82,3	80,2	78,5	73,7
Cuentas CAES activas EC	87,5	89,5	89,7	82,1	82,1	...	82,1	82,1	82,1	82,1	...
Cuentas CATS activas EC	96,5	96,5	67,7	58,3	80,8	...	74,8	73,0	73,8	75,2	...
Otros pdtos. de ahorro activos EC	66,6	62,7	61,2	62,8	63,8	64,6	75,6	...
Créditos de consumo activos EC	82,0	83,5	82,2	75,7
Tarjetas de crédito activas EC	92,3	90,1	88,7	79,5	76,7
Microcrédito activos EC	66,2	71,1	68,9	58,3

Colombia

Principales indicadores de inclusión financiera

	2016	2017	2018	2019	2020				2020	2021			
	Total	Total	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4
Créditos de vivienda activos EC	79,3	78,9	77,8	78,2
Créditos comerciales activos EC	85,3	84,7	...	45,5
Acceso													
Productos empresas													
Empresas con: (en miles)													
Al menos un producto EC	751,0	775,2	946,5	938,8	933,8	925,3	922,3	925,2	925,2	926,4	924,3	923,8	1023,6
Cuenta de ahorro EC	500,8	522,7	649,4	649,1	648,5	637,1	637,1	639,8	639,8	644,0	642,2	645,4	734,6
Cuenta corriente EC	420,9	430,7	502,9	499,7	492,8	491,6	488,7	491,3	491,3	489,0	489,3	489,2	510,5
Otros productos de ahorro EC	15,24	14,12	13,9	13,8	15,4	16,0	14,9	...	15,3	14,9	14,6	14,5	...
Crédito comercial EC	242,5	243,6	277,8	285,9	288,3	291,3	219,4	215,6	211,6
Crédito de consumo EC	98,72	102,5	105,8	104,9	103,9	103,4	78,6	76,1	76,2
Tarjeta de crédito EC	79,96	94,35	106,9	113,0	114,1	113,9	92,7	91,1	91,9
Al menos un producto EC	751,0	775,1	287,4	282,8	280,2
Uso													
Productos empresas													
Empresas con: (en porcentaje)													
Algun producto activo EC	74,7	73,3	71,5	68,34	68,00	68,06	67,63	66,84	68,04
			71,6	68,36	68,02	68,04	67,65	...	68,07	68,3	68,1	68,1	70,5
Algun producto activo SF	74,7	73,3	47,6	45,8	44,8	44,7	44,0	44,6	44,8	50,1
Cuentas de ahorro activas EC	49,1	47,2	47,6	45,8	44,8	44,7	44,0	44,6	44,8	50,1
Otros pdtos. de ahorro activos EC	57,5	51,2	49,2	52,0	55,0	55,4	57,2
			89,0	89,7	90,7	91,0	91,1	91,6	91,9	92,5
Cuentas corrientes activas EC	89,1	88,5	89,0	89,7	90,7	91,0	91,1	91,6	91,9	92,5
Microcréditos activos EC	63,2	62,0	57,2	50,3	49,9	49,0
Créditos de consumo activos EC	84,9	85,1	83,9	78,2	77,7	77,4
Tarjetas de crédito activas EC	88,6	89,4	90,2	80,3	80,5	79,8
Créditos comerciales activos EC	91,3	90,8	91,6	77,1	77,3	73,0
Operaciones (semestral)													
Total operaciones (millones)	4.926	5.462	6.332	8.194	-	4,685	-	5,220	9,911	4,938	...	6,221	...
No monetarias (Participación)	48,0	50,3	54,2	57,9	-	64,0	-	60,0	61,7	55,4	...	56,7	...
Monetarias (Participación)	52,0	49,7	45,8	42,0	-	36,0	-	40,0	38,2	44,6	...	43,3	...
No monetarias (Crecimiento anual)	22,22	16,01	25,1	38,3	-	31,0	-	27,4	28,9	-8,7	...	12,4	...
Monetarias (Crecimiento anual)	6,79	6,14	6,7	18,8	-	1,3	-	17,2	10,0	30,5	...	29,3	...
Tarjetas													
Crédito vigentes (millones)	14,93	14,89	15,28	16,05	16,33	15,47	14,48	14,67	14,67	14,86	14,59	15,01	15,60
Débito vigentes (millones)	25,17	27,52	29,57	33,09	34,11	34,51	35,42	36,38	36,38	39,21	38,36	39,67	40,82
Ticket promedio compra crédito	205,8	201,8	194,4	203,8	176,2	179,3	188,6	207,8	207,8	197,6	208,2	201,4	219,9
Ticket promedio compra débito	138,3	133,4	131,4	126,0	113,6	126,0	123,6	129,3	129,3	116,77	118,1	114,5	124,9