

## El sector servicios: ¿vamos por buen camino?

- En Colombia, como en el mundo, se ha registrado una tendencia positiva en la capacidad adquisitiva de las personas durante las últimas décadas, un comportamiento que ha sido incluso más marcado a nivel local. En efecto, desde 1950 la capacidad adquisitiva en Colombia se multiplicó 2,5 veces, mientras a nivel mundial alcanzó las 1,8 veces. Este fenómeno impulsó el incremento de la participación de la clase media, que ya cubre a más del 30% de la población.
- La demanda mundial ha evidenciado dos grandes tendencias que han reconfigurado las condiciones del mercado: el mayor ingreso per cápita y el desarrollo de los mecanismos y sistemas de comunicación, elementos que han redefinido los parámetros del mercado y repercutido en las dinámicas de consumo. Lo anterior permite explicar el hecho de que, en medio de las nuevas capacidades y hábitos de compra, la demanda se esté concentrando en el comercio electrónico y el internet, plataformas que cada trienio duplican sus compras globales y terminan, inexorablemente, condicionando las tendencias en la oferta.
- La oferta mundial ha estado enmarcada en una tendencia de mayores condiciones competitivas, lo que ha permitido, por un lado, aumentar el protagonismo de las empresas jóvenes apalancadas en innovaciones y, por otro, acelerar la migración de la producción hacia los servicios, entendidos en este análisis como el conjunto de la oferta que no constituye bienes tangibles. En efecto, mientras que a mitad del siglo XX el porcentaje de las empresas más grandes que se dedicaban exclusivamente a la venta de tangibles era el 90%, esta participación bordeó en 2016 el 35%.
- La situación actual de los servicios en Colombia evidencia que, más allá de la participación mayoritaria del sector como un todo en la economía, tan solo una actividad relacionada con la transformación digital (servicios de sistemas informáticos) se encuentra entre las de mayor crecimiento. Este hecho, sumado al decrecimiento de actividades como las telecomunicaciones y los servicios profesionales y científicos, parece mostrar que el país avanza moderadamente frente a otros países en temas de servicios de digitalización, de innovación para el desarrollo, de potenciación de nuevas actividades productivas y de expansión de las telecomunicaciones y la tecnología.

14 de noviembre de 2017

Director:

Santiago Castro Gómez

ASOBANCARIA:

Santiago Castro Gómez  
Presidente

Jonathan Malagón  
Vicepresidente Técnico

Germán Montoya  
Director Económico

Para suscribirse a Semana Económica, por favor envíe un correo electrónico a [semanaeconomica@asobancaria.com](mailto:semanaeconomica@asobancaria.com)

Visite nuestros portales:

[www.asobancaria.com](http://www.asobancaria.com)  
[www.yodecidomibanco.com](http://www.yodecidomibanco.com)  
[www.sabermassermas.com](http://www.sabermassermas.com)

## El sector servicios: ¿vamos por buen camino?

Dentro de las grandes tendencias que ha experimentado la economía mundial en las últimas seis décadas se destaca el aumento de la capacidad adquisitiva de las personas. Ello ha incidido notablemente en los hábitos y patrones de consumo, convirtiéndolos en un terreno idóneo para ampliar el mercado de servicios, en particular aquellos que se ofrecen en internet y a través del comercio electrónico.

Esto ha sido posible gracias al avance de estructuras productivas que han migrado hacia la denominada sociedad del conocimiento, un término que, si bien se acuñó hacia mediados de la década de los años setenta del siglo pasado, ha cobrado gran relevancia en décadas recientes debido al desarrollo exponencial de las tecnologías de las comunicaciones y la información. La implementación de estas tecnologías, gracias al rol central que ha cobrado la innovación, ha venido propiciando la configuración de una variada oferta de servicios que, incluso, ya ha incursionado de manera protagónica en el mundo financiero y bancario.

Precisamente, el posicionamiento y éxito empresarial está cada vez más estrechamente relacionado con la innovación, pues resulta ser esta el motor que impulsa el mayor avance empresarial en medio de un entorno global caracterizado por una economía más digitalizada, con mayores patrones de profundización del comercio y exigencia en la oferta de valor. Así, resulta fundamental, para una economía y para su desarrollo, la creación y el fortalecimiento de condiciones que fomenten la innovación y el conocimiento.

En medio de estas tendencias globales de la economía y del desarrollo empresarial, es de particular atención que en la economía colombiana predominen algunos patrones que riñen con dichas tendencias, como lo es el excesivo uso del efectivo y los discretos resultados en materia de posicionamiento de la innovación en la competitividad nacional. Afrontar estas circunstancias es relevante a la hora de generar propuestas concretas y eficaces para apoyar un mayor desarrollo del sector servicios como multiplicador del crecimiento económico y la generación de empleo.

Esta Semana Económica hace un análisis sobre las grandes transformaciones que se han venido presentando en el mercado mundial y su incidencia sobre el sector de servicios. En particular, se examina el posicionamiento de Colombia en materia de servicios y de comercio electrónico para identificar los retos y oportunidades que se deben afrontar en el futuro próximo.

### Editor

Germán Montoya  
Director Económico

### Participaron en esta edición:

Rogelio Rodríguez Castillo  
Willber Jiménez Hernández  
David González Quintero  
Laura Daniela Parra  
María Fernanda Millán



**16°**  
Congreso de  
Riesgo  
Financiero

16 y 17  
de Noviembre  
Hotel Hilton de  
Cartagena, Colombia

Gestión integral de riesgos y adopción  
de estándares internacionales

MÁS INFORMACIÓN

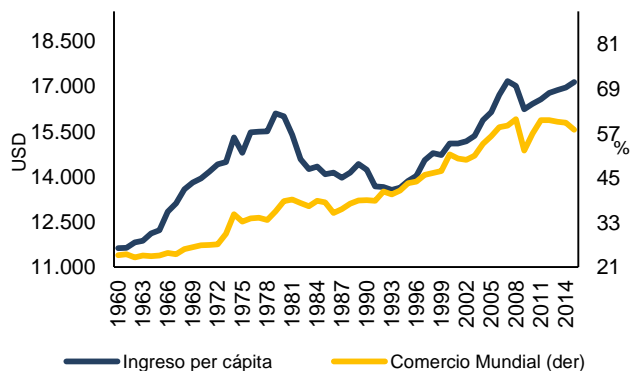
**AQUÍ** 

## Tendencias de demanda del mercado a nivel global

La mayor profundización que ha experimentado el comercio internacional en las últimas dos décadas ha tenido repercusión en las tendencias del mercado. En efecto, mientras en la década de los años sesenta el tamaño del comercio sobre el PIB mundial no superaba el 25%, actualmente dicha relación, según cifras el Banco Mundial, bordea el 60% (Gráfico 1). Es decir, en prácticamente medio siglo se ha más que duplicado el tamaño del comercio que se realiza entre países, aumentando la dinámica de generación de ingresos entre aquellos que participan en él.

Durante los últimos 50 años se ha propiciado el fortalecimiento del poder adquisitivo alrededor del mundo.. Mientras que a mitad de siglo XX el habitante promedio mundial contaba con un ingreso anual de USD\$9.360 (ajustados por paridad de poder adquisitivo, PPA), para 2016 se alcanzó un nivel de USD\$17.311 (PPA, Gráfico 1). De manera que, en el último medio siglo, el mercado mundial ha experimentado un robustecimiento de cerca del 80% en términos reales de la capacidad adquisitiva per cápita, lo cual se ha traducido en un aumento del 100% en el tamaño de la clase media, que se caracteriza por mayores niveles de exigencia no solo en el plano político y social, sino también en el económico<sup>1</sup>.

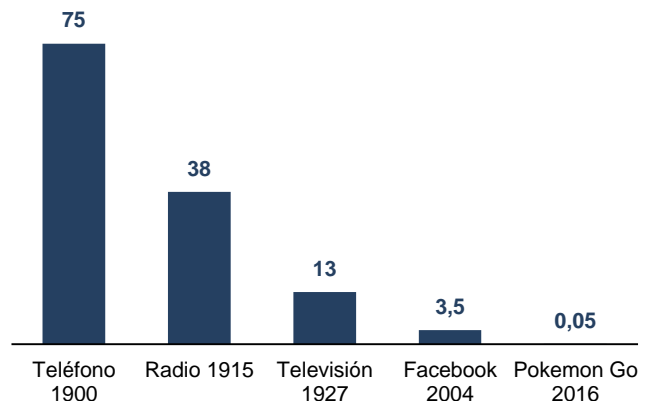
**Gráfico 1. Contraste entre el tamaño del comercio mundial y el ingreso per cápita**



**Fuente:** World Wealth & Income database and World Bank.

En adición al proceso de enriquecimiento de la población mundial, la tendencia de mercado, por el lado de la demanda, contempla también una mayor interdependencia entre los patrones de consumo a nivel internacional debido a los avances en las telecomunicaciones, lo que ha facilitado la masificación del consumo. Prueba de lo anterior es el hecho de que el tiempo mínimo requerido de una innovación para alcanzar una demanda de 50 millones de clientes – similar al tamaño de la población en Colombia – se ha visto reducido drásticamente. Así, mientras la trayectoria hasta el medio centenar de millones de usuarios tras el lanzamiento del teléfono, a finales del siglo XIX, fue de 75 años, hoy una aplicación móvil, apalancada en el internet, puede requerir menos de un mes para lograrlo. Por ejemplo, luego de su lanzamiento internacional, al videojuego *Pokemon GO* tan solo le tomó 19 días lograrlo (Gráfico 2).

**Gráfico 2. Años requeridos para llegar a 50 millones de usuarios**



**Fuente:** Elaboración propia con datos de Wikipedia.

De manera que, por el lado de la demanda, el mayor ingreso per cápita y el desarrollo de los mecanismos y sistemas de comunicación han reconfigurado los parámetros del mercado y repercutido en las dinámicas de consumo. Lo anterior permite explicar el hecho de que, en medio de las nuevas capacidades y hábitos de compra, la demanda se esté concentrando en el comercio electrónico y el internet, plataformas que cada trienio duplican sus compras globales y terminan, inexorablemente, condicionando las tendencias en la oferta.

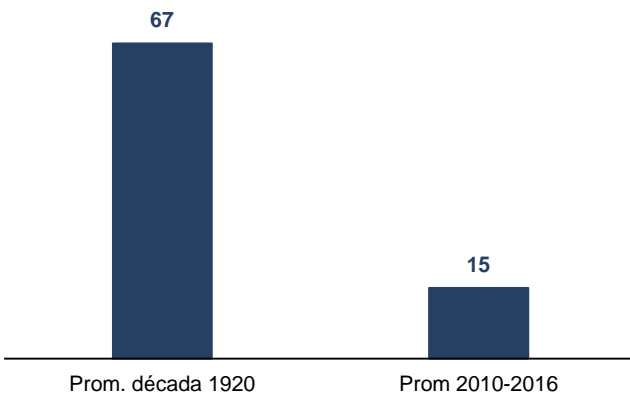
1 Banco de desarrollo de América Latina. (2014). *La creciente pero vulnerable clase media de América Latina*. Serie políticas públicas y transformación productiva. Obtenido de publicaciones-caf.com/media/42077/caf\_creciente\_vulnerable\_clase\_media\_america\_latina\_politicas\_publicas.pdf

## Tendencias de oferta del mercado a nivel global

En el marco de la profundización del comercio internacional, el mundo ha experimentado una mayor competencia en los distintos segmentos de mercado, lo que ha llevado a los oferentes de bienes o servicios similares a establecer estrategias de competencia basadas en precios, reduciendo el margen de rentabilidad de las empresas participantes. No obstante, en los últimos años las tendencias por el lado de la oferta se están concentrando en evitar contiendas en precios que conlleven a reducciones de las utilidades. El objetivo, en este escenario, es transitar hacia un estado de diferenciación de la competencia a través de una oferta de valor agregado.

En medio de escenarios con mayores niveles de competencia, durante las últimas décadas se ha evidenciado que perdurar en el mercado resulta cada vez más complejo. Son las empresas jóvenes, mediante innovaciones que propician reducciones de sus costos o masifican sus ingresos, las que tienden a aglomerar mayores participaciones de mercado.

**Gráfico 3. Edad promedio de las empresas enlistadas en S&P 500 (años)**



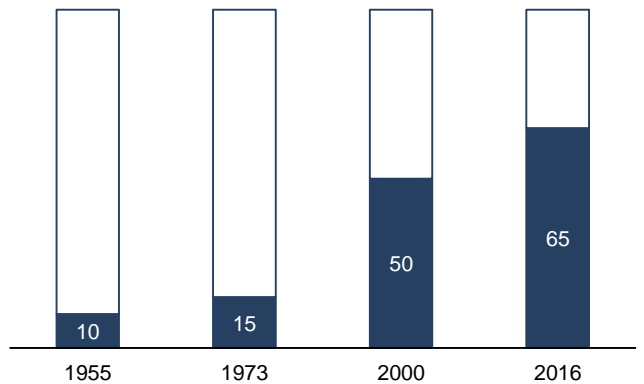
**Fuente:** S&P 500. Elaboración propia.

Así las cosas, de las diez compañías más grandes enlistadas en el Fortune 500 a mitad del siglo XX, solo tres lograron mantenerse en el ranking hasta inicios de siglo XXI. Más recientemente, en lo corrido de la última

década, la lista de las cinco compañías con mayor capitalización bursátil ha registrado un cambio en cuatro de sus miembros por la entrada de compañías más jóvenes. En esta línea, la longevidad de las 500 empresas más grandes, enlistadas en el Índice de Standard & Poor's 500, evidencia cómo el promedio de edad de las mismas se ha reducido de 67 años a comienzos de siglo XX a 15 años durante la última década (Gráfico 3).

Por otro lado, además del rejuvenecimiento en las empresas, la gran tendencia de la oferta del mercado mundial se está evidenciando en la migración hacia los servicios en general, entendidos en este análisis como el conjunto de la oferta que no constituye bienes tangibles. Mientras a mitad del siglo XX el porcentaje de las empresas más grandes que se dedicaban exclusivamente a la venta de tangibles era del 90%, en 2016 fue del 35% (Gráfico 4).

**Gráfico 4. Porcentaje de los Fortune 500 con oferta en servicios**



**Fuente:** Fortune 500. Elaboración propia.

En este escenario, el crecimiento vertiginoso del internet ha jugado un papel notable en la migración de la estructura económica hacia los servicios, toda vez que permite competir de manera más eficiente al reducir sustancialmente los costos de provisión. Ahora bien, pese a que resulte destacable el hecho de que el uso del internet propicie ahorros del orden del 50% en los costos operativos de los servicios, el principal factor determinante de su adopción, de acuerdo con McKinsey<sup>2</sup>, se encuentra en el hecho de que los ahorros en los costos de adquisición de clientes pueden ser del orden del 95%.

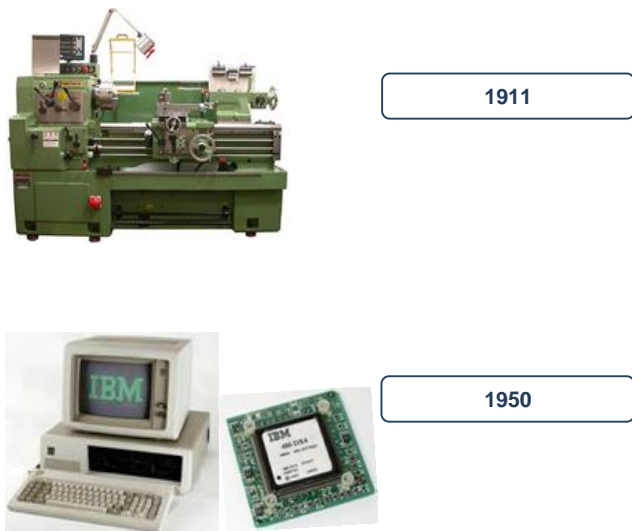
<sup>2</sup> A Brave New World for Global Banking; McKinsey Global Banking Annual Review 2016, December 2016.

Edición 1115

Estas nuevas tendencias, que con el tiempo han tendido a acelerarse, se han manifestado en algunos ejemplos representativos:

- Japón y el valle de la muerte de sus empresas tradicionales. Una de las experiencias más notorias de las mayores dificultades para perdurar en el mercado se ha manifestado en el país nipón, donde se registran alrededor de 50.000 compañías con más de un centenar de años. Pues bien, en lo corrido del siglo XXI se han registrado numerosos procesos de quiebra y cierre en sus empresas más tradicionales, siendo la confitera Surugaya de 533 años y la constructora de templos Kongo Gumi con 1429 años, los casos más emblemáticos<sup>3</sup>.
- IBM y la búsqueda de la innovación para la diferenciación. Se fundó como la International Business Machine en 1911. Inició vendiendo incluso máquinas para cortar quesos, pero a mitad de siglo XX se dedicó de lleno a computadores y procesadores y a comienzos de esta década decidió vender la división de computadores y procesadores (por USD\$1.500 millones) y comprar empresas de servicios TI en la nube, con el ánimo de enfocarse en dicho mercado (Diagrama 1).

**Diagrama 1. Evolución del core de IBM desde su fundación**



2013

Fuente: The IBM Century: Creating the IT Revolution, 2011.

## El sector de servicios en Colombia

En medio de las tendencias mundiales en materia de servicios, la evaluación de Colombia en materia de transformación productiva resulta imperativa. Dichas tendencias, que ya son una realidad, también son consideraciones de alta trascendencia para materializar de manera más ágil el proceso de desarrollo económico y la consecución de mayores niveles de crecimiento y generación de empleo acordes a los patrones de modernidad que se plantean en la actualidad.

Por el lado de la demanda, en Colombia, al igual que a nivel global, se ha registrado una tendencia positiva en la capacidad adquisitiva de las personas durante las últimas décadas. Incluso, este comportamiento ha sido más marcado en Colombia: desde 1950 la capacidad adquisitiva se multiplicó por 2,5 veces, mientras a nivel mundial el incremento bordeó las 1,8 veces.

A su vez, este fenómeno impulsó un incremento de la participación de la clase media. En efecto, en tan solo doce años la clase media en Colombia prácticamente se duplicó, al pasar de representar cerca el 16% de la población a cerca del 30,5% en 2014. Esto, desde luego, es un cambio sociodemográfico importante si se tiene en cuenta no solo su capacidad de compra, sino también su rol para determinar la expansión del mercado y el desarrollo del sector de servicios.

En este sentido, más allá de la complejidad de la coyuntura económica actual y de los respectivos retos que se plantean en materia de política económica para el futuro cercano, existen proyecciones prometedoras respecto a la generación de la capacidad adquisitiva y la participación de la clase media en el largo plazo. Incluso, algunos estimativos optimistas para 2030 sugieren que el

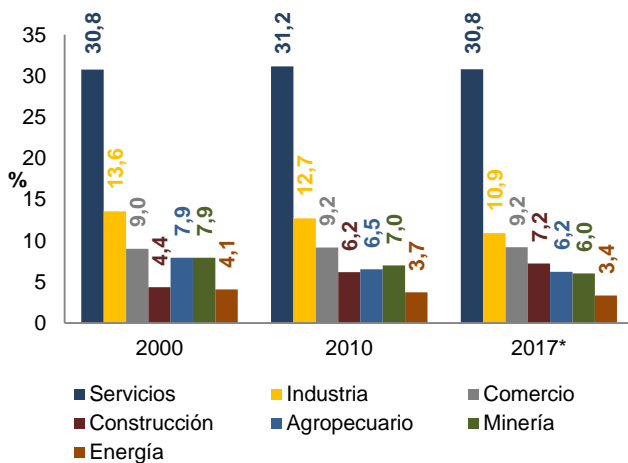
<sup>3</sup> Carlos Enrique Piedrahita y Mauricio Reina. La estrategia de Nutresa, 2016.

Edición 1115

ingreso per cápita llegará a aproximarse a los umbrales de un país de ingreso alto, en consistencia con una clase media mayoritaria (50% de la población).

Ahora bien, en lo relacionado con las tendencias desde el punto de vista de la oferta, los subsectores cuyas actividades corresponden a prestación de servicios<sup>4</sup> (excluyendo los servicios públicos domiciliarios, la intermediación financiera y los servicios prestados por el Estado) representan actualmente el 30,8% del PIB. De hecho, en la última década y media su participación se ha mantenido, mientras que sectores como el de industria, agropecuario y minería han venido perdiendo participación de forma sistemática (Gráfico 5).

**Gráfico 5. Participación sectorial dentro del PIB**

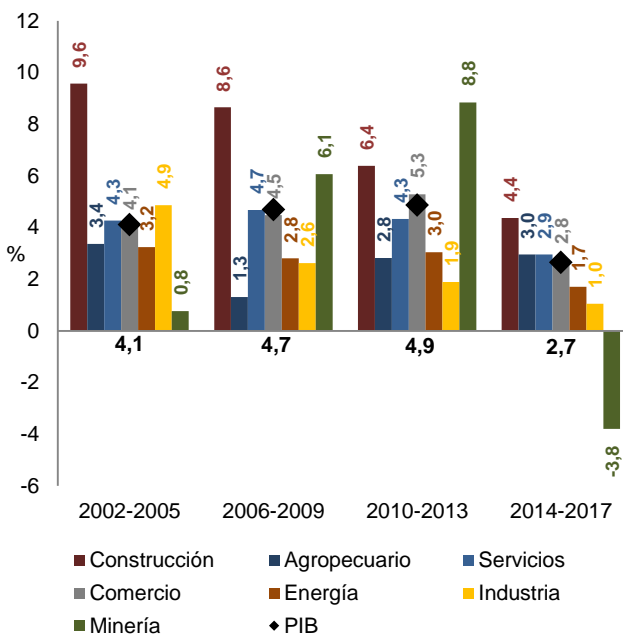


\*Para 2017 se toma el promedio de los dos primeros trimestres.  
**Fuente:** DANE. Cálculos propios.

Las dinámicas de las últimas décadas señalan que el sector de servicios ha crecido ligeramente por encima del PIB total durante lo que va de este milenio (4,1% vs. 3,9%, Gráfico 6). Esta situación se traduce en que este sector actualmente aporta la tercera parte del crecimiento

económico del país (del 2,0% de crecimiento en 2016, 0,6 puntos porcentuales son explicados por el sector de servicios).

**Gráfico 6. Crecimiento promedio por sector económico**



\*Para 2017 se toma el crecimiento anual acumulado de los dos primeros trimestres.  
**Fuente:** DANE. Cálculos propios.

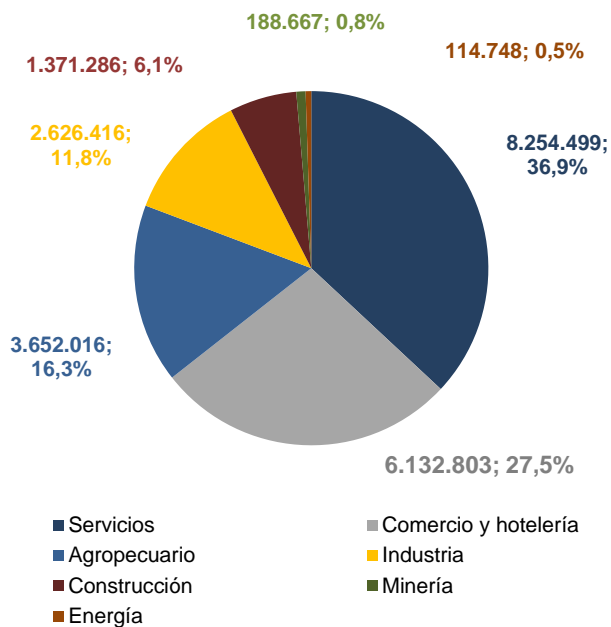
De allí que, desde la óptica del mercado laboral, cerca del 37% de los ocupados a nivel nacional se encuentren trabajando en alguna actividad relacionada con servicios, convirtiéndose en la actividad de mayor generación de empleo en la economía, pues más de 8,2 millones de colombianos laboran en el sector<sup>5</sup> (Gráfico 7). De hecho, en las principales zonas urbanas el sector de servicios emplea al 43% de los trabajadores.

<sup>4</sup> Se agruparon diversos subsectores para encontrar el valor agregado del "sector servicios". De la rama Comercio, hotelería y restaurantes se tomó el subsector de Hoteles restaurantes, bares y similares; de la rama Transporte, almacenamiento y comunicaciones se tomaron todos los subsectores; de la rama Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas se tomaron los subsectores de Actividades inmobiliarias y alquiler de vivienda y de Actividades empresariales y de alquiler; y de la rama Actividades de servicios sociales, comunales y personales se tomaron todos los subsectores con excepción de Administración pública y defensa, seguridad social de afiliación obligatoria, educación de no mercado y Hogares privados con servicio doméstico. Nótese que en esta reclasificación no se tiene en cuenta la rama Suministro de electricidad, gas y agua.

<sup>5</sup> A diferencia de las cuentas nacionales, la información de empleo no se puede desagregar en detalle, por lo que se decidió no tener en cuenta los servicios relacionados con hotelería ya que aparecen agregados con el sector de comercio. Tampoco fue posible excluir las actividades de servicio desarrolladas por el Estado.

Edición 1115

**Gráfico 7. Población ocupada por sector económico\***



\*Promedio móvil 12 meses  
**Fuente:** DANE. Cálculos: propios.

Sin embargo, el análisis de la coyuntura reciente del sector servicios<sup>6</sup>, tomando como variable de actividad la generación de ingresos reales, evidencia que más allá de la participación mayoritaria del sector como un todo en la economía, tan solo una actividad relacionada con la transformación digital se encuentra entre las de mayor crecimiento desde 2010 (Gráfico 8). Específicamente, la actividad de sistemas informáticos, que agrupa el desarrollo de sistemas, programación, administración de instalaciones informáticas, procesamiento de datos, *hosting* y portales web, entre otros, viene creciendo a ritmos cercanos al 7% real, aunque con una leve moderación en el último año.

Esto, sumado al decrecimiento, con respecto al inicio de esta década, de actividades como las telecomunicaciones y los servicios profesionales y científicos, parece mostrar que, si bien el país viene avanzando, lo hace a ritmos moderados en temas de servicios de digitalización, de innovación para el desarrollo, de potenciación de nuevas

**Gráfico 8. Crecimiento real promedio de los ingresos, según actividad de servicios**



\*Información disponible hasta el segundo trimestre de 2017.  
**Fuente:** DANE. Cálculos: propios.

actividades productivas y de expansión de las telecomunicaciones y la tecnología. Esta consideración cobra por supuesto relevancia si se tiene en cuenta que las economías de vanguardia se mueven aceleradamente hacia el mundo digital soportadas en la sociedad del conocimiento.

Este panorama también se refleja en los resultados del Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial, donde Colombia ocupa la posición 65 entre 137 economías en temas de preparación tecnológica. Estos resultados se explican por elementos relacionados a la

<sup>6</sup> No se tiene en cuenta los de comercio, servicios financieros y públicos. Estos han sido objeto de análisis separado y específico. Esta información corresponde a la muestra de servicios publicada por el DANE.

Edición 1115

disponibilidad de últimas tecnologías, a la absorción tecnológica por parte de las firmas y al acceso y uso masivo de internet de alta velocidad.

Esta lenta transformación digital le genera al país altos costos en materia de comercio electrónico, un medio mediante el cual se puede masificar un amplio segmento de las transacciones económicas. De acuerdo con el índice *e-Readiness*<sup>7</sup>, que permite medir el posicionamiento de un país frente al comercio electrónico, Colombia apenas tiene un 34% de preparación para avanzar con celeridad en este tipo de comercio, un valor que dista significativamente de los resultados de países como Brasil, México o Chile (Gráfico 9). Esta situación se explica, principalmente, por (i) la baja conectividad con los productos financieros, (ii) la falta de acceso masivo a dispositivos con internet y (iii) la baja disposición de consumidores y minoristas a incursionar en este canal.

**Gráfico 9. Clasificación del Índice *e-Readiness***

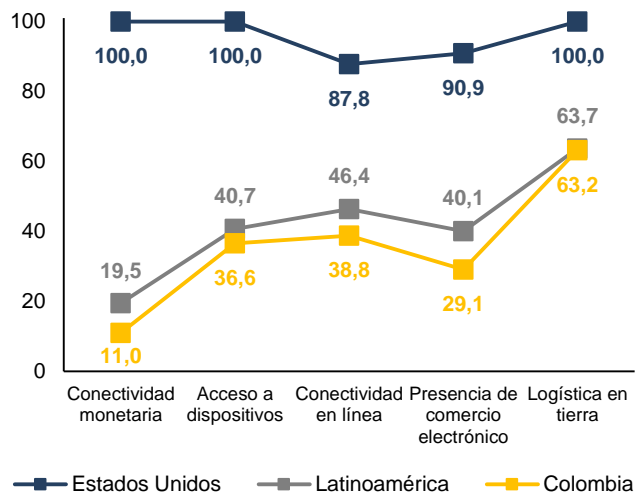
**a. Clasificación de países**

País	Puntaje
Estados Unidos	94,5
Brasil	49,3
América Latina	41,7
México	41,3
Chile	37,3
Colombia	34,4
Perú	29,7

Fuente: Visa, Índice *e-Readiness*, 2016.

<sup>7</sup> Índice calculado por VISA.

**b. Clasificación de los subíndices**



Fuente: Visa, Índice *e-Readiness*, 2016.

Así, los análisis internacionales apuntan a que la región tiene un potencial interesante de crecimiento en materia de comercio electrónico y Colombia, por su parte, diversas oportunidades para mejorar las condiciones que le permitirán posicionarse como un mercado que brinde oportunidades para la generación de valor en el sector empresarial. Avanzar en este propósito les permitirá también a los consumidores acceder de manera más eficiente a soluciones oportunas para realizar múltiples transacciones económicas y financieras.

Para ello se deberán profundizar acciones a nivel macro y sectorial para que las oportunidades digitales se conviertan en realidad. Esas acciones deben pasar por seguir gestionando de manera constante obstáculos como el sobreuso del efectivo y las talanqueras en materia de masificación de pagos electrónicos. En Colombia, el uso del efectivo se mantiene en niveles persistente elevados frente a referentes internacionales y regionales. Hoy la relación entre el efectivo y el agregado monetario M2 es de 12%, cuando se ha estimado que está relación debería ser más cercana al 8,5%. A su vez, el debate sobre las acciones encaminadas a fomentar la innovación a escala nacional y regional deberá convertirse en un elemento de mayor prioridad, pues este motor del desarrollo empresarial parece no despegar de manera contundente en el ámbito productivo del país.



Edición 1115

## Reflexiones finales

Las dinámicas que ha experimentado el mercado mundial en materia de ganancias en la capacidad adquisitiva y la mayor participación de la clase media han propiciado condiciones importantes para desarrollar el sector de servicios. Esto ha ocurrido notablemente en el segmento relacionado con las comunicaciones y la tecnología, específicamente, en el comercio electrónico. Este último ha ganado importante relevancia en la economía mundial dada su masificación y porque en él confluyen diversos actores empresariales como los proveedores de tecnología, el sistema financiero y el sector real.

A su vez, el aumento de la capacidad adquisitiva de la población a nivel global y los nuevos patrones de consumo han generado valiosas oportunidades de crecimiento para las empresas, cuya materialización tiende a ser más dependiente de la implementación de la innovación. Ha quedado en evidencia, entonces, que son las empresas apoyadas decididamente en la innovación las que tienen mayor capacidad para ofrecer servicios a bajo costo, y las que están ganando mayor participación en el mercado mundial.

En Colombia, las tendencias sobre la demanda y sus perspectivas son positivas. La capacidad adquisitiva se ha multiplicado 2,5 veces en las últimas décadas, una cifra superior frente a lo ocurrido a nivel global y, en consecuencia, la clase media ha cobrado más relevancia económica en la actualidad. Estas condiciones y sus perspectivas para los próximos años se constituyen en una oportunidad de crecimiento para la economía y las empresas.

Sin embargo, para que se puedan materializar las oportunidades que brindan los nuevos patrones de consumo y el crecimiento de la demanda, desde el punto de vista de la oferta, se debe avanzar más en condiciones que permitan profundizar el mercado de servicios y el comercio electrónico. Esto solo se logrará si se materializan condiciones necesarias para profundizar la economía digital, muchas de estas asociadas a la reducción del uso del efectivo, la masificación de los pagos electrónicos y la generación de ecosistemas proclives a la innovación.

Edición 1111

## Colombia Principales Indicadores Macroeconómicos\*

	2014		2015				2016					2017		
	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total*	T1	T2	Total Proy.
PIB Nominal (COP Billones)	<b>757,0</b>	192,5	197,1	202,4	207,1	<b>799,3</b>	209,3	214,0	216,2	223,1	<b>862,7</b>	224,5	227,8	<b>916,2</b>
PIB Nominal (USD Billones)	<b>316,4</b>	74,7	76,2	64,8	65,8	<b>253,8</b>	66,9	71,5	73,9	74,1	<b>286,6</b>	76,3	75,0	290,7
PIB Real (COP Billones)	<b>515,5</b>	131,1	132,0	133,6	134,5	<b>531,3</b>	134,6	135,2	135,3	136,6	<b>541,6</b>	136,2	137,1	<b>551,3</b>
<b>Crecimiento Real</b>														
PIB Real (% Var. interanual)	<b>4,6</b>	2,8	3,0	3,2	3,3	<b>3,1</b>	2,6	2,4	1,2	1,6	<b>2,0</b>	1,1	1,3	<b>1,8</b>
<b>Precios</b>														
Inflación (IPC, % Var. interanual)	<b>3,7</b>	4,6	4,4	5,4	6,8	<b>6,8</b>	8,0	8,6	7,3	5,7	<b>5,7</b>	4,7	4,0	<b>4,3</b>
Inflación básica (% Var. interanual)	<b>2,8</b>	3,9	4,5	5,3	5,9	<b>5,9</b>	6,6	6,8	6,7	6,0	<b>6,0</b>	5,6	5,1	...
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	<b>2392</b>	2576	2585	3122	3149	<b>3149</b>	3129	2995	2924	3010	<b>3010</b>	2941	3038	<b>3152</b>
Tipo de cambio (Var. % interanual)	<b>24,2</b>	31,1	37,4	53,9	31,6	<b>31,6</b>	<b>21,5</b>	<b>15,8</b>	<b>-6,3</b>	<b>-4,4</b>	<b>-4,4</b>	<b>-6,0</b>	1,5	<b>4,7</b>
<b>Sector Externo (% del PIB)</b>														
Cuenta corriente	<b>-6,1</b>	-7,1	-5,5	-8,0	-6,1	<b>-7,4</b>	-5,1	-3,8	-4,8	-3,4	<b>-4,4</b>	-4,1	-3,6	<b>-3,6</b>
Cuenta corriente (USD Billones)	<b>-19,5</b>	-6,8	-5,3	-7,6	-6,1	<b>-18,9</b>	-3,6	-2,8	-3,6	-2,6	<b>-12,5</b>	-3,4	-2,7	<b>-13,9</b>
Balanza comercial	<b>-3,6</b>	-6,3	-4,6	-8,3	-7,5	<b>-7,3</b>	-5,4	-3,9	-4,7	-4,2	<b>-4,6</b>	-4,0	-3,6	<b>-3,1</b>
Exportaciones F.O.B.	<b>20,2</b>	15,9	15,8	17,3	15,8	<b>17,9</b>	12,9	14,0	14,0	14,9	<b>14,2</b>	17,8	19,1	<b>10,2</b>
Importaciones F.O.B.	<b>23,9</b>	22,1	20,4	25,6	23,3	<b>25,1</b>	18,3	17,9	18,7	19,1	<b>18,8</b>	21,8	22,7	<b>13,3</b>
Renta de los factores	<b>-3,9</b>	-2,4	-2,5	-2,0	-0,8	<b>-2,2</b>	-1,6	-1,8	-1,9	-1,4	<b>-1,7</b>	-2,5	-1,9	<b>-1,8</b>
Transferencias corrientes	<b>1,4</b>	1,5	1,5	2,3	2,2	<b>2,1</b>	1,9	1,9	1,8	2,2	<b>2,0</b>	1,8	2,2	<b>1,6</b>
Inversión extranjera directa	<b>5,1</b>	4,4	5,3	3,4	3,3	<b>4,6</b>	6,7	5,0	2,9	4,1	<b>4,7</b>	3,2	3,6	<b>4,4</b>
<b>Sector Público (acumulado, % del PIB)</b>														
Bal. primario del Gobierno Central	<b>-0,2</b>	0,0	0,8	1,0	-0,5	<b>-0,5</b>	0,2	...	...	...	<b>-1,1</b>	0,6	...	...
Bal. del Gobierno Central	<b>-2,4</b>	-0,4	-0,2	-1,0	-3,0	<b>-3,0</b>	-0,9	-1,1	-2,7	-3,9	<b>-3,9</b>	-1,1	...	<b>-3,3</b>
Bal. estructural del Gobierno Central	<b>-2,3</b>	...	...	...	...	<b>-2,2</b>	...	...	...	...	<b>-2,1</b>	...	...	<b>-2,0</b>
Bal. primario del SPNF	<b>0,7</b>	0,6	1,8	1,8	-0,6	<b>-0,6</b>	1,0	2,1	1,8	0,9	<b>0,9</b>	-0,1	...	<b>0,5</b>
Bal. del SPNF	<b>-1,4</b>	0,2	0,7	-0,4	-3,4	<b>-3,4</b>	0,3	0,5	-0,6	-2,6	<b>-2,6</b>	-0,7	...	<b>-2,3</b>
<b>Indicadores de Deuda (% del PIB)</b>														
Deuda externa bruta	<b>26,8</b>	36,5	37,1	37,5	37,9	<b>37,9</b>	40,4	41,2	41,1	42,5	<b>42,5</b>	39,1	...	...
Pública	<b>15,8</b>	21,8	22,2	22,4	22,7	<b>22,7</b>	24,2	24,8	24,8	25,2	<b>25,2</b>	23,3	...	...
Privada	<b>11,0</b>	14,7	14,9	15,1	15,2	<b>15,2</b>	16,2	16,3	16,3	17,2	<b>17,2</b>	15,8	...	...
Deuda bruta del Gobierno Central	<b>40,5</b>	39,8	40,5	45,3	45,1	<b>45,1</b>	43,6	44,4	45,1	46,0	<b>46,0</b>	...	...	...

Fuente: PIB y Crecimiento Real – DANE, proyecciones Asobancaria. Sector Externo – Banco de la República, proyecciones MHCP y Asobancaria. Sector Público – MHCP. Indicadores de deuda – Banco de la República, Departamento Nacional de Planeación y MHCP.

Edición 1111

## Colombia Estados Financieros\*

	ago-17 (a)	jul-17	ago-16 (b)	Variación real anual entre (a) y (b)
<b>Activo</b>	<b>571.219</b>	<b>571.434</b>	<b>526.712</b>	<b>4,4%</b>
Disponible	38.697	38.673	35.311	5,5%
Inversiones y operaciones con derivados	98.535	98.535	96.652	-1,9%
Cartera de crédito	409.855	409.031	373.299	5,7%
Consumo	112.270	111.492	101.270	6,7%
Comercial	233.139	233.790	213.693	5,0%
Vivienda	52.842	52.244	47.623	6,8%
Microcrédito	11.604	11.505	10.713	4,3%
Provisiones	22.174	21.729	17.305	23,4%
Consumo	8.239	8.166	6.510	21,8%
Comercial	11.381	11.055	8.567	27,9%
Vivienda	1.717	1.685	1.470	12,4%
Microcrédito	824	810	745	6,4%
<b>Pasivo</b>	<b>497.262</b>	<b>497.549</b>	<b>455.539</b>	<b>5,1%</b>
Instrumentos financieros a costo amortizado	433.391	432.653	393.796	6,0%
Cuentas de ahorro	159.654	162.351	151.151	1,7%
CDT	147.502	145.589	127.821	11,1%
Cuentas Corrientes	47.869	48.160	46.491	-0,9%
Otros pasivos	3.120	3.120	3.018	-0,5%
<b>Patrimonio</b>	<b>73.957</b>	<b>73.885</b>	<b>71.173</b>	<b>0,0%</b>
<b>Ganancia / Pérdida del ejercicio (Acumulada)</b>	<b>4.935</b>	<b>4.470</b>	<b>8.628</b>	<b>-44,9%</b>
Ingresos financieros de cartera	29.897	26.189	26.871	7,1%
Gastos por intereses	12.629	10.171	11.062	9,9%
Margen neto de Intereses	17.995	15.710	15.511	11,7%
<b>Indicadores</b>				<b>Variación (a) - (b)</b>
<b>Indicador de calidad de cartera</b>	<b>4,32</b>	<b>4,28</b>	<b>3,23</b>	<b>1,09</b>
Consumo	5,82	5,90	4,87	0,95
Comercial	3,77	3,68	2,48	1,28
Vivienda	2,82	2,76	2,19	0,63
Microcrédito	7,78	7,78	7,17	0,61
<b>Cubrimiento**</b>	<b>125,3</b>	<b>124,0</b>	<b>143,7</b>	<b>18,40</b>
Consumo	126,2	124,2	132,0	-5,83
Comercial	129,6	128,4	161,5	-31,88
Vivienda	115,1	116,7	141,1	-25,98
Microcrédito	91,2	90,5	97,0	-5,82
ROA	1,30%	1,34%	2,47%	-1,2
ROE	10,17%	10,59%	18,73%	-8,6
Solvencia	16,06%	16,12%	14,93%	1,1

\* Cifras en miles de millones de pesos.

\*\* No se incluyen otras provisiones.