



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Inclusión Financiera y Bancarización. Un análisis a Bancamía – Colombia.

Yendry Yisela Parra Daza
Universidad Católica de Colombia

Este informe final de investigación, de Práctica en pregrado, se realizó por la estudiante con código 319599 para cumplir con los requerimientos académicos pertinentes, habiendo sido su Tutor de Proyecto el docente Guillermo Badillo Valderrama.

Correspondencia: yyparra99@ucaolica.edu.co

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad Católica de Colombia

Bogotá, Noviembre 2017.

La práctica desarrollada por la estudiante tiene una duración de seis meses con fecha de inicio del 20 de Junio de 2017 y finalización del 20 de Diciembre de dicho año, teniendo como jefe directo a Luis Felipe Meneses Bustamante con quien siempre persistió el buen trato, amabilidad y disponibilidad para guiar la adecuada realización de las actividades a cargo. El desarrollo de la práctica fue de gran aporte para la formación personal y profesional permitiendo a la estudiante asumir y entender los aspectos a fortalecer para el logro de la mejora constante en el desempeño laboral. El desarrollo de la práctica permitió la realización de este informe hecho con el fin de aclarar al autor y a quien lo lea, datos y aspectos sencillos pero importantes respecto a los procesos de inclusión financiera.

Tabla de Contenido

Resumen, 6

Abstract, 6

Palabras clave, 6

Marco referencial, 7

Marco teórico, 8

Descripción de la entidad, 19

Misión, 20

Visión, 20

Objeto de la práctica, 21

Propósito, 21

Objetivo, 21

Funciones desempeñadas, 22

Metodología, 23

Justificación, 23

Resultados, 24

Planteamiento del problema, 24

Objetivo general, 24

Objetivos específicos, 24

Análisis de Inclusión y Bancarización Bancamia S.A., 24

Conclusiones, 31

Recomendaciones, 32

Referencias, 35

Lista de Figuras

Figura 1. Evolución en el número de puntos de Acceso Financiero, 12

Figura 2. Evolución de los puntos de acceso por cada 100.000 adultos, 13

Figura 3. Evolución del número de oficinas por tipo de entidad, 14

Figura 4. Evolución del número de corresponsales por tipo de entidad, 16

Figura 5. Evolución del número de Cajeros automáticos y Datafonos (2012-2016), 16

Figura 6. Oficinas por entidad, 24

Figura 7. Corresponsales Bancarios por Entidad, 25

Figura 8. Corresponsales Bancarios por tipo de comercio, 26

Figura 9. Corresponsales Bancarios por transacción, 28

Resumen

La inclusión financiera es uno de los indicadores que más exige a los países y a sus instituciones a nivel mundial. Colombia ha conseguido grandes avances en la consecución de metas de inclusión y bancarización desde que decidió hacer parte de los procesos vanguardistas de todos los países de querer llevar la Banca a los territorios más alejados y a la población más vulnerable.

La inclusión financiera exige grandes esfuerzos por parte de las entidades de todo tipo y una gran disposición de parte de la población. Los canales de distribución del servicio han sido una gran estrategia de las entidades, en su mayoría bancarias para llegar en la mayor proporción posible a los clientes. En este sentido, en este informe se trata directamente el tema de la inclusión y bancarización en Colombia y para el caso especial de Bancamía; se muestran distintos conceptos de interés en el sentido de los canales de distribución tanto físicos como alternos que le permiten a las entidades y le han permitido a Bancamía su progreso constante en pro de llevar los productos y servicios a la población que antes no era considerada población objetivo, pero que ahora se ha convertido en la clientela más selecta de la entidad.

Abstract

Financial inclusion is one of the indicators that most demands the countries and their institutions worldwide. Colombia has made great progress in achieving goals of inclusion and banking since the avant-garde processes of all countries want to carry out banking to the most remote territories and the most vulnerable population.

Financial inclusion requires great efforts on the part of entities of all types and great willingness on the part of the target population. The distribution channels of the service have been a great strategy of the entities, mostly banks to reach the largest possible number of customers. In this sense, this report deals directly with the issue of inclusion and banking in Colombia and for the special case of Bancamía; Separators of problems of interest in the sense that the media do not work. objective, but that now has become the most select clientele of the entity.

Palabras clave: Inclusión, bancarización, banca, instituciones, canales, población, distribución.

Marco referencial

Estado del arte

Los procesos de Inclusión financiera y Bancarización que se desarrollan a lo largo del tiempo han permitido a las naciones que los han adoptado denotar efectos positivos en la población que es intervenida. “La presencia de instituciones financieras, tiene directa correlación con las condiciones municipales” (Borrero, 2014). Cuando los municipios y sus administraciones locales se esfuerzan por demostrar buenos niveles de desarrollo por medio de la correcta inversión de sus recursos, logran ser llamativos para las instituciones públicas y las entidades privadas. A pesar de lo anterior, según Borrero, estos procesos también tienen correlación con variables negativas, una de las principales es el aumento de la ruralidad y la concentración de clientela en urbes. Por medio del desarrollo municipal, las poblaciones consiguen paso a paso ser poblaciones tenidas en cuenta para los distintos programas y estrategias de distribución de los servicios financieros y esto, a su vez, conlleva en el aumento en los índices de tenencia de productos de ahorro e inversión, generando a mediano y largo plazo mejoras en las condiciones de vida.

Según Borrero, “la presencia de una oficina bancaria puede generar grandes cambios en la población atendida”. Para las poblaciones urbanas la presencia de una oficina bancaria puede aumentar los niveles de colocación de créditos y productos de ahorro hasta en un 89%. Aunque se pensaría que este tipo de indicadores se repiten para las zonas rurales, es de aclarar que para estas poblaciones siempre es más difícil aceptar este tipo de procesos. En realidad los principales objetivos de las estrategias de inclusión están destinadas a acercar la banca a las poblaciones más alejadas del país; sin embargo, dichas poblaciones muchas veces consideran que tener más cerca la banca es tener más cerca al aumento de los niveles de endeudamiento en el que muchas personas viven, además de considerar que es muy difícil y procedimental el acceso a dichos servicios.

Las iniciativas de inclusión y bancarización adoptadas alrededor del mundo sin duda han sido de las iniciativas más poderosas de la actualidad; para todos los países es importante dejar de concentrar los servicios financieros en las grandes ciudades y empezar a llevarlos a quienes tienen su vida concentrada en áreas rurales. En este sentido, Colombia siendo coherente con su realidad, ha logrado entender que al ser un país en su mayoría rural y dedicado en una gran proporción a actividades propias de los sectores primarios de la producción y ha hecho que sus estrategias sean

hacia la población más vulnerable del país en pro de la búsqueda de mejores condiciones de vida y la disminución de los niveles de pobreza extrema.

Marco teórico

Inclusión financiera y bancarización

“La inclusión financiera se refiere al acceso que tienen las personas y las empresas a una variedad de productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfacen sus necesidades. El acceso a cuentas que permitan realizar transacciones es el primer paso para generar procesos de mayor inclusión debido a que permite a las personas guardar dinero y realizar pagos, además de abrir las puertas a otro tipo de servicios”. (Banco Mundial, 2016).

La inclusión financiera en Colombia se ha planteado la meta de llevar consigo el alcance de objetivos en relación con la disminución de la pobreza, la erradicación del hambre, calidad educativa, salud y seguridad. Por ello, la importancia de su papel en la economía de las naciones, la población, las instituciones y el estado. En un país como Colombia, que cuenta con una extensión de territorio de 2.070.408 km^2 y casi 49 millones de habitantes, se torna difícil hacer llegar los servicios de distinta índole y en especial los financieros a cada una de las personas; hacer miembro a todos los habitantes de la nación de los procesos de bancarización es una gran responsabilidad que demanda esfuerzo pero que a su vez, ofrece una relación directa con su crecimiento y desarrollo económico.

A nivel mundial, la inclusión financiera ha cobrado una importancia sin precedentes en pro de la mejora de indicadores de distinta índole; Colombia, por su parte se ha unido a la tendencia y ha buscado los medios para trabajar decididamente y lograr masificar los servicios financieros y su adecuada llegada a los territorios más alejados.

De acuerdo a esta necesidad y en busca de generación de estrategias que la satisfagan, desde el año 2006, el Gobierno de Colombia decidió emprender una estrategia denominada “Banca de las Oportunidades”, nacida con el fin de ejecutar iniciativas como ampliar la cobertura regional y crear productos de ahorro; además, su principal directriz está en función de compaginar el sector público y privado para hacer frente al movimiento de inclusión que se pretende enfrentar con el tiempo de manera constante. En este camino, la inclusión financiera en Colombia se ha orientado

a elevar los niveles de cobertura por medio de Sucursales, Corresponsales y Asesores hacia territorios que por distintas características no significaban municipios objetivo previamente.

La iniciativa de Inclusión Financiera considera importantes a todos los actores involucrados para que su evolución sea en pro de la mejora de los Indicadores, que permitan saber de manera real y veraz la situación de la nación frente a otras y que permita acoger y ajustar estrategias de mejoramiento con metas y objetivos claros.

Objetivos de Inclusión

Los principales objetivos perseguidos por el proceso de Inclusión en Colombia, se han definido de acuerdo a las necesidades existentes en la población denominada como población objetivo, la inclusión no depende de caracterizaciones específicas ni limita sus iniciativas, por ello, de la mano de Banca de las Oportunidades y de acuerdo al Informe anual de Inclusión desarrollado por dicho programa, el proceso de Inclusión y Bancarización en el país lo que pretende es:

1. Elevar el uso de los productos y servicios financieros formales y las transacciones electrónicas
2. Profundizar la inclusión financiera en la población rural
3. Desarrollar esquemas alternativos en financiamiento a PYMES

Estos objetivos, persiguen la inclusión en todas sus formas. En Colombia, aunque la inclusión ha ido mejorando de manera paulatina, queda mucho por hacer. Es importante, llevar a cabo el desarrollo de propuestas que permitan mejorar los índices de inactividad en los productos ofrecidos por el sistema financiero. Según Banca de las Oportunidades, “a diciembre de 2016, en el sistema financiero el número de cuentas de ahorro ascendió a 62,1 millones, de las cuales solo el 46% estaban activas”. Además, se busca promover cada vez más el uso de los canales electrónicos para realizar transacciones, lo que desestimula el acceso a puntos físicos, los cuales conllevan mayores costos tanto para el cliente como para una entidad respecto a su instalación y funcionamiento.

Del mismo modo, en Colombia, el acceso a los servicios financieros en el tiempo se ha concentrado en las grandes ciudades, por ello, una de las metas planteadas para materializar los procesos es hacer parte de los mismos a personas que previamente no habían sido incluidas, personas que, por medio de actividades principalmente agrícolas y de negocios independientes, contribuyen al dinamismo de la economía y eso los convierte en actores fundamentales de los

procesos económicos nacionales y perfectos merecedores de contar con el acceso a los distintos productos ofrecidos por el sistema financiero que les permiten llevar un adecuado desarrollo de sus actividades.

Por último, en cuanto a la contribución al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, el camino por recorrer es largo, la gran importancia que conlleva contribuir al desarrollo de las Pymes, hace necesario generar productos especializados con condiciones específicas que aporten al desarrollo integral de los negocios establecidos y las ideas de emprendimiento, lo que a mediano plazo significa el desarrollo regional y nacional de los negocios. En la búsqueda del cumplimiento de los objetivos planteados, es de vital importancia el papel que juegan tanto las entidades privadas con la generación de dichos productos y el estado con las regulaciones pertinentes, los debidos controles y la accesibilidad a dichos servicios para toda la población.

Banca de las Oportunidades

La iniciativa Banca de las Oportunidades es un programa gubernamental y sus procesos son administrados por Bancoldex; su principal pilar es la promoción de la inclusión financiera. Banca de las Oportunidades nace como una estrategia para promover el acceso a los servicios financieros a la población que más lo necesita, pero que por diferentes cuestiones, no había sido incluida previamente en dichos servicios. Familias en condición de pobreza, micro empresa, PYME y emprendedores son los principales favorecidos con el programa que le apunta a su vez, al crecimiento generalizado de la población total y al desarrollo nacional.

Programas Banca de las Oportunidades

Programa de Ampliación de Cobertura Territorial

Banca de las Oportunidades ha tomado el rol de enfrentar el proceso de inclusión desarrollando programas de ampliación de cobertura en aquellos territorios que se han caracterizado históricamente por su poco y muy difícil acceso a los procesos de bancarización y servicios financieros genéricos. Por lo anterior, los programas se han dirigido directamente a los territorios de Vaupés, Guainía, San Andrés Islas y municipios en zonas de resocialización en pro de la consecución de ampliación de oficinas y promoción del microcrédito.

Los programas han representado el trabajo conjunto entre distintas entidades. Fundación de la Mujer, Banco Agrario y Bancamia han estado al frente de la meta del constante crecimiento del acceso a los servicios y la oferta de diferentes canales de distribución de los mismos. Por ello, se ha trabajado para que las Oficinas de las entidades operen en lugares visibles, accesibles y seguros para la población, además, se ha buscado fortalecer la comunicación con las comunidades nativas por medio de asesoría especializada en idiomas y costumbres específicas, conocimiento especial sobre las condiciones de vida de los territorios y trabajo de la mano de las administraciones locales.

Inclusión Financiera en la población rural

Históricamente, la población rural ha tenido un papel relegado para el sistema financiero y el acceso a los servicios que este presta. La oferta de los mismos, se ha concentrado en la población urbana y así mismo, su desarrollo. Los municipios rurales tienen deficiencia en cuanto a cobertura se refiere y el acceso a los servicios es menor frente a las ciudades. Por lo anterior, las iniciativas del Gobierno nacional han sido pensadas para que de la mano de las entidades privadas, la población rural se convierta en el principal objetivo de las estrategias de inclusión y cobertura por medio de mejores condiciones de crédito, facilidad de acceso, límites de tasas de interés, ampliación de la red de instituciones financieras y constitución de canales innovadores como Oficinas, Corresponsales Bancarios, Banca Móvil y Asesores Integrales.

Indicadores de Inclusión

Según el Banco Mundial, “Alrededor de 2500 millones de personas no utilizan servicios financieros formales y el 75% de los pobres no tienen cuenta bancaria”. Sin embargo, se ha reconocido que la inclusión financiera es clave para reducir la pobreza e impulsar la prosperidad.

Para Colombia, la iniciativa Banca de las Oportunidades ha definido cuatro indicadores que le permiten medir de manera cuantitativa su gestión y sus resultados:

- **Indicador de Inclusión Financiera:** Se refiere al porcentaje de adultos con algún producto financiero en establecimientos de crédito, cooperativas financieras vigiladas por Supersolidaria y ONG especializadas en microcrédito. Según Banca de las Oportunidades, Colombia tiene un indicador de inclusión 78,1% al mes de mayo del 2017.

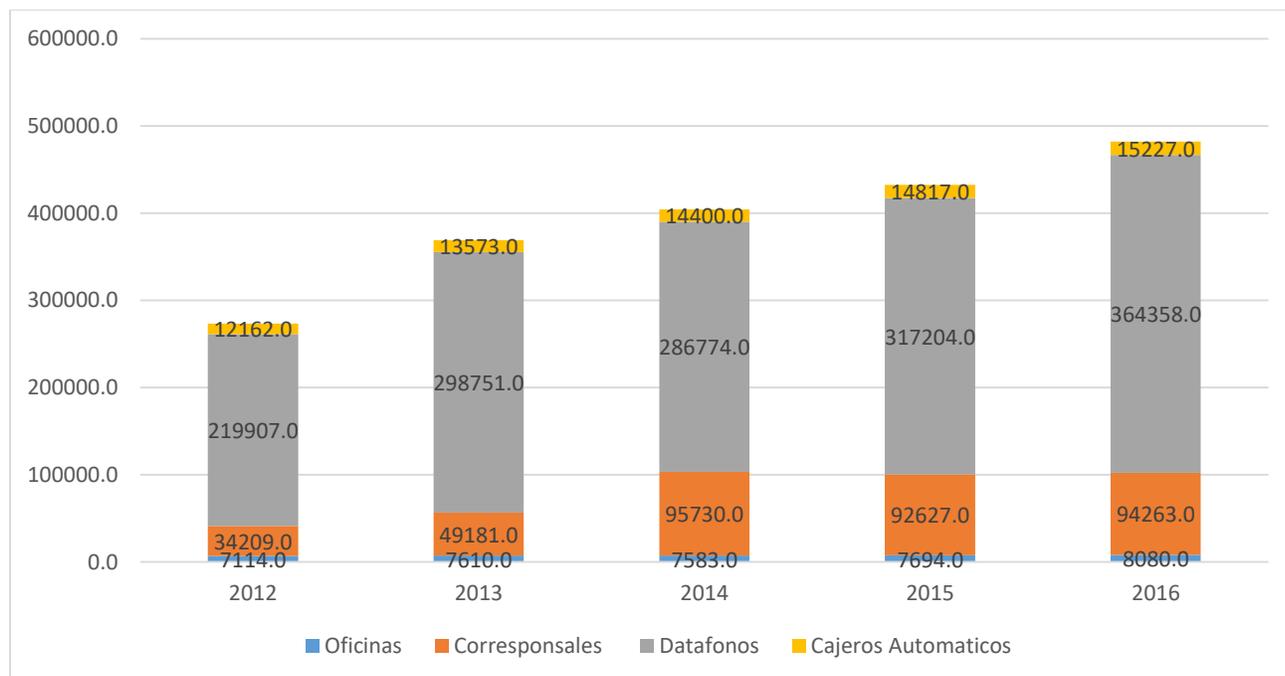
- Indicador (Adultos con algún producto financiero): corresponde al número de adultos con algún producto financiero. Actualmente, en Colombia hay 26.1 millones de adultos con algún producto financiero a mayo del 2017.
- Indicador (Adultos que ingresaron por primera vez al sistema financiero): número de adultos que ingresaron por primera vez al sistema financiero. En Colombia, según Banca de las Oportunidades a Mayo del 2017 hay 175.274 adultos que ingresaron por primera vez al sistema financiero.
- Puntos de acceso al sistema financiero: corresponde al número de oficinas y corresponsales. Al mes de Mayo de 2017, según Banca de las Oportunidades hay 106.029 puntos de acceso al sistema financiero.

Cobertura y canales de Distribución

Se ha planteado un indicador de cobertura que se relaciona directamente con la dimensión de la Inclusión Financiera. Este indicador permite llevar un seguimiento a la evolución en los puntos de acceso a nivel nacional y municipal. Según el reporte de Inclusión Financiera de Banca de las Oportunidades, desde el año 2015, Colombia ha venido alcanzando el 100% de cobertura en el territorio nacional. Sin embargo, los objetivos son grandes en cuanto al alcance de los puntos tradicionales, además, de la necesidad de constante innovación y generación de canales de distribución del servicio financiero, principalmente para la población residente en áreas rurales alejadas. En esta medida, es necesario tener en cuenta el número de Oficinas, Corresponsales Bancarios, Datafonos y Cajeros Automáticos que permiten a la población acceder de una manera más sencilla, rápida y segura a los servicios y a proceder con sus obligaciones de manera óptima.

Para el año 2016, Colombia conto con un total de 481.928 puntos de acceso distribuidos alrededor del territorio nacional, cifra que en comparacion a lo obtenido en el año 2012, (273.392) significa un aumento promedio del 15,7% según Banca de las Oportunidades. Los canales de distribución de servicios financieros son principalmente Oficinas, Corresponsales Bancarios, Datafonos y Cajeros automaticos, canales que permiten a los usuarios el acceso de manera facil y rapida a los servicios ofrecidos por el sistema financiero en pro del crecimiento y del cumplimiento de sus metas en lo que a cobertura e inclusion refiere.

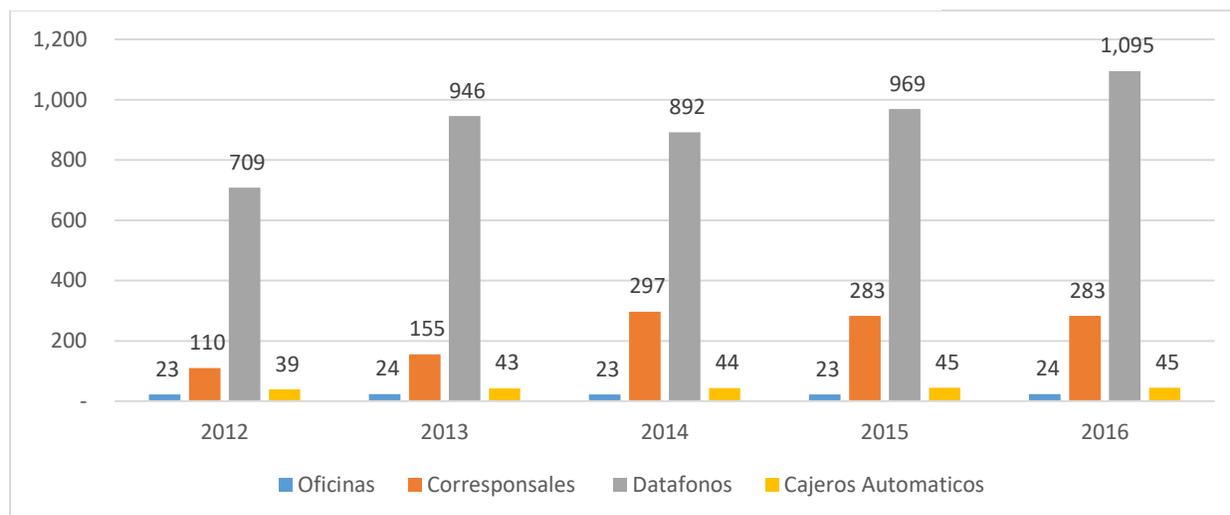
Figura 1. Evolución en el número de puntos de Acceso Financiero



Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias – Autor: Banca de las Oportunidades, Reporte de Inclusión financiera, Bogotá, 2016.

El resultado de crecimiento constante observado en los últimos años en el país responde principalmente a la dinámica que han asumido en mayor proporción los puntos de corresponsalia bancaria y los datafonos, que han contribuido a que la tendencia de crecimiento sea de hasta el 14% anual. A su vez, en cuanto a participación en los puntos, los datafonos son el canal más importante y representativo en comparación a los otros canales con un porcentaje de participación del 76% (Banca de las oportunidades, 2016), seguidos por los puntos de Corresponsalia Bancaria, que según Banca de las Oportunidades representan el 20% de participación.

Del mismo modo, si se consideran los puntos de acceso por cada 100.000 adultos, según Banca de las Oportunidades, el indicador es de 353,4 puntos de acceso por cada 100.000 adultos. En cuanto a puntos de corresponsalia bancaria el índice pasó de 110,4 en el año 2012 a 283,4 en el año 2016, además según Banca de las Oportunidades la proporción en cuanto a Oficinas de entidades bancarias es de 39,3 y en datafonos del 45,8 para el 2016.

Figura 2. Evolución de los puntos de acceso por cada 100.000 adultos

Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias – Autor: Banca de las Oportunidades, Reporte de Inclusión financiera, Bogotá, 2016.

La proporción en cuanto a la cobertura por cada 100.000 adultos ha sido relativamente positiva. En cuanto a Corresponsales bancarios la proporción entre el año 2012 a 2016 muestra un aumento de alrededor del 150%, sin embargo, la proporción entre el año 2015 a 2016 no ha tenido cambios. Los canales como Oficinas y cajeros tampoco han presentado cambios muy bruscos; los datafonos son el canal que han presentado mayores niveles de aumento en sus cantidades y en su cobertura. La medición también se dirige a conocer el número de puntos por cada 1.000 km², para este caso, los datafonos representan la mayor proporción en cuanto a su presencia en los territorios, que para el 2016 fue de 379,8, seguido de corresponsales bancarios con 98,3, cajeros automáticos con 15,9 y Oficinas con 8,4 por cada 1000 km². (Banca de las Oportunidades, 2016).

Panorama Internacional

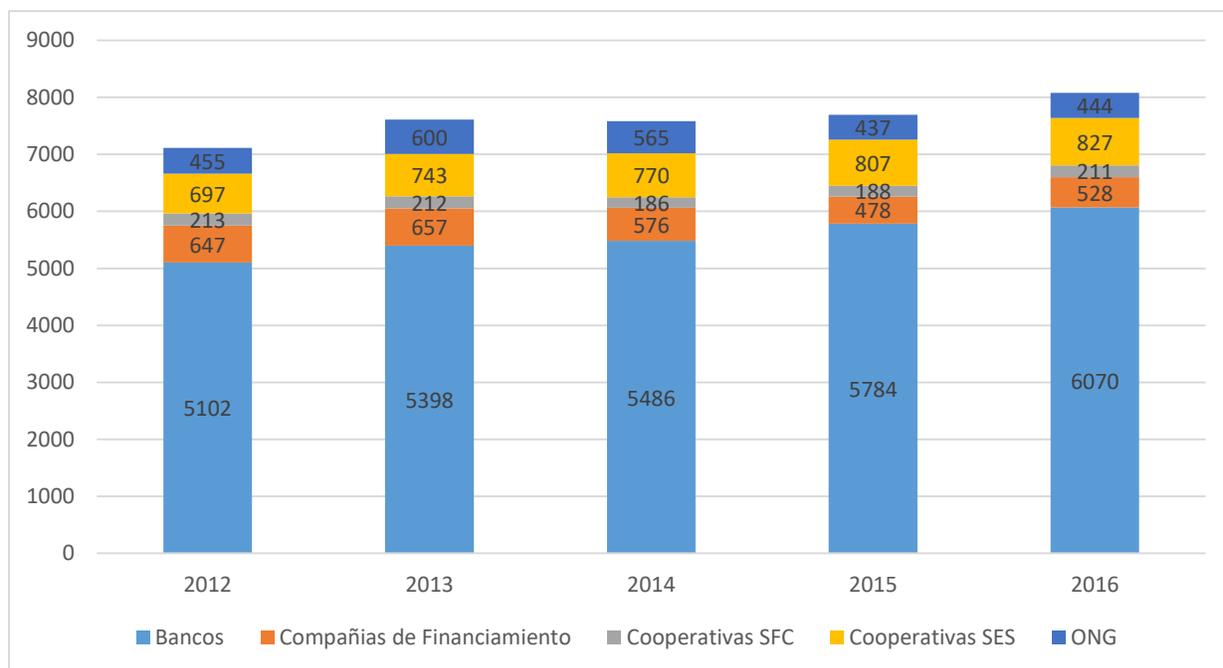
Hasta el año 2015, Colombia tuvo un crecimiento progresivo en cuanto a puntos de Oficina y Corresponsales, llegando, según Banca de las Oportunidades, hasta los 94.074 puntos, cifra que denota ser tres veces mayor a la de países como México y Brasil, con 12.831 y 32.950 puntos, respectivamente. Del mismo modo, Colombia alcanzó el indicador de 258 puntos por cada 100.000 habitantes, frente a países como Ecuador con 76 puntos, Guatemala con 34, Panamá con 24 y Honduras con 21. En lo que refiere a Cajeros automáticos, Colombia a pesar de su avance, no es un país pionero en su uso, para el año 2015, contó con 14.817 puntos de cajeros automáticos, mientras que países como Brasil contó con 182.378, México con 46.627 y Perú con 26.976.

Acceso por tipo de punto

Oficinas

Las entidades bancarias tienen como su principal canal de distribución tradicional a las Oficinas que permiten a los clientes realizar todo tipo de transacción, acceder a los servicios ofrecidos y conseguir asesoría especializada frente a cualquier necesidad. En Colombia, desde el año 2012 hasta el año 2016, las Oficinas del territorio nacional aumentaron de 7.114 (2012) a 8.080 (2016), (Banca de las Oportunidades, 2016). Colombia cuenta con un total de 27 entidades bancarias, que han reportado 6.070 oficinas en todo el país y las entidades con mayor cobertura respecto a Oficinas hasta diciembre de 2016 son según Banca de las Oportunidades: Bancolombia (13% del total), Banco de Bogotá (12,5%), Banco Agrario 750 (12,3%), Banco Davivienda 593 (9,8%) y Banco BBVA 477 (7,9%). A su vez, las entidades no bancarias tales como Cooperativas de ahorro también contribuyen al proceso de Inclusión y al año 2016 contaban con 827 Oficinas, presentando un aumento del 4,4% respecto al 2012 (697).

Figura 3. Evolución del número de oficinas por tipo de entidad



Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias – Autor: Banca de las Oportunidades, Reporte de Inclusión financiera, Bogotá, 2016.

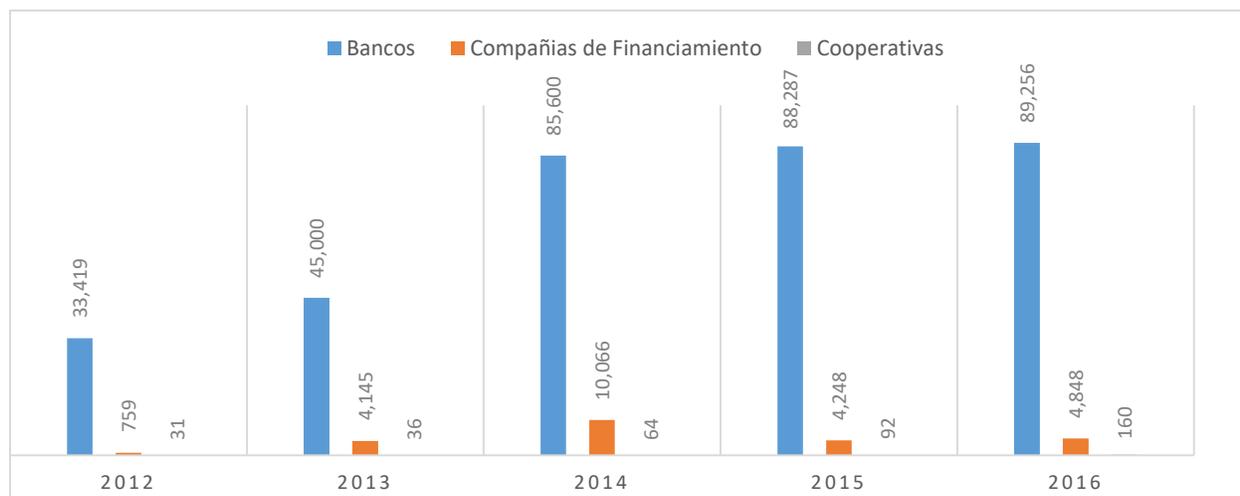
Corresponsales

Los corresponsales se han convertido en una de las iniciativas más importantes y desafiantes de las entidades prestadoras de servicios financieros en su búsqueda de lograr llegar a más territorios y personas, además de agilizar los procesos en los puntos tradicionales como las Oficinas. Las entidades han encontrado en los Corresponsales un instrumento para contribuir a los procesos de inclusión financiera y Bancarización del país, teniendo en cuenta que además de ello, este tipo de procesos tienen como objeto directo el beneficio de los usuarios y la mejora de sus índices de calidad de vida. En el lapso de tiempo entre 2012 y 2014 el número de Corresponsales Bancarios tuvo un crecimiento notorio pasando de 34.209 a 94.263, sin embargo, a partir del 2014 hasta ahora, el índice de Corresponsales Bancarios no ha presentado cambios significativos.

En cuanto a corresponsales, los bancos son las entidades que más han promovido la iniciativa, que para el año 2016 alcanzó los 89.255 puntos, lo que significó una participación del 94,7% del total de puntos de corresponsalía, seguidos por las compañías de financiamiento que alcanzó los 4.848 puntos (5.1%), (Banca de las Oportunidades, 2016). Sin embargo, a pesar de que los Bancos han sido hasta ahora los principales promotores de los puntos de Corresponsalía, entidades como Cooperativas y de otro tipo también han buscado fortalecer este canal de distribución del servicio.

Según Banca de las Oportunidades las entidades que cuentan con mayor número de corresponsales son: Banco de Occidente con 10.213 (10,8% del total), Citibank con 10.036 (10,6%), Banco Caja Social con 9.809 (10,4%), Banco Colpatria con 9.712 (10,3%) y AV Villas con 8.113 (8,6%). Además, al año 2016, el Banco WWB, ahora Banco W, Bancolombia y Banco Agrario fueron las entidades bancarias que presentaron mayor incremento en los puntos de corresponsalía.

Figura 4. Evolución del número de corresponsales por tipo de entidad

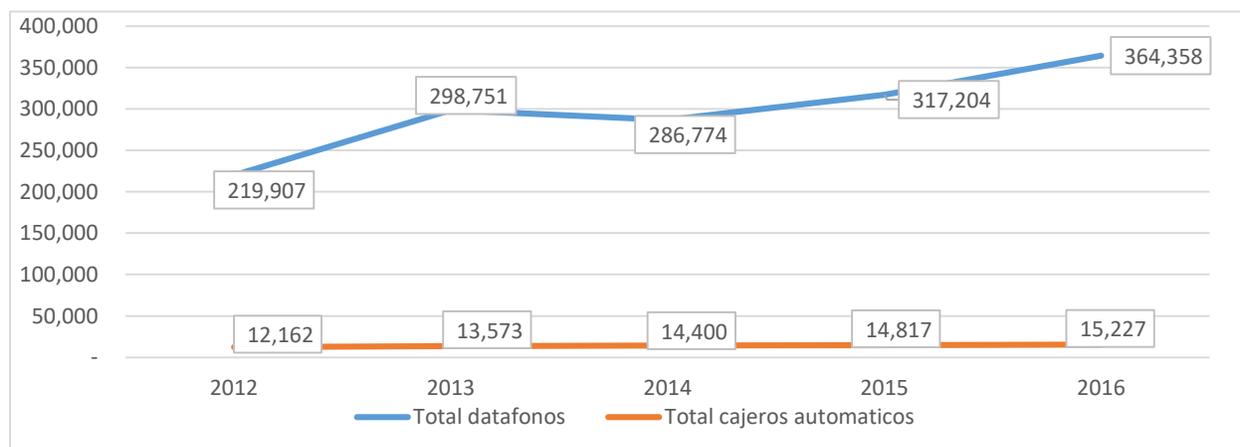


Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias – Autor: Banca de las Oportunidades, Reporte de Inclusión financiera, Bogotá, 2016.

Cajeros Automáticos y Datafonos

Según el informe de Inclusión financiera de Banca de las Oportunidades, hasta el año 2016, Colombia conto con un total de 15.227 cajeros automáticos y datafonos, representados en su mayoría por entidades bancarias en general, que representaron un 84,8% y Servibanca que represento el 15,2%. Los cajeros automáticos y datafonos son los instrumentos más usados por los clientes de todo tipo. Por medio de esos mecanismos, las personas pueden realizar transacciones de manera fácil y rápida.

Figura 5. Evolución del número de Cajeros automáticos y Datafonos (2012-2016)



Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONG microcrediticias – Autor: Banca de las Oportunidades, Reporte de Inclusión financiera, Bogotá, 2016.

Cabe resaltar que al referirse al desarrollo económico y por consiguiente al desarrollo del sistema financiero, Colombia, como muchos países más, ha visto como su desarrollo en general se ha concentrado en las ciudades y ha relegado a los municipios más distantes, lo que a su vez, ha generado brechas importantes en los indicadores de cobertura entre las ciudades y las poblaciones rurales del país. Esta situación hace que las entidades pretendan buscar el constante crecimiento a nivel de cobertura rural y fortalecer su imagen ante las poblaciones que buscan entrar en el sistema financiero pero que hasta ahora les ha sido difícil. Departamentos como Vaupés, La Guajira, Choco, Cauca, Córdoba y Bolívar son los que presentan mayores falencias para sobresalir en temas de inclusión.

Tenencia de productos financieros

Indicador de Inclusión

Para el año 2016, Colombia presentó un indicador de inclusión del 76,4% (Banca de las Oportunidades, 2016), lo que equivale a 25,4 millones de adultos, representando un aumento significativo anual en comparación con años previos. A partir del año 2014, el indicador de inclusión financiero inició su proceso de cuantificación denotando el número de adultos que poseen algún tipo de producto financiero en establecimientos de crédito y ahorro vigilados por las Superintendencias Financiera y de Economía Solidaria.

Del mismo modo, a partir del año 2014, se tomó la decisión de diferenciar el indicador en dos categorías:

1. Indicador de tenencia de productos
2. Indicador de tenencia activa

Dada esta diferenciación, se pudo determinar que, para el total de entidades, según Banca de las Oportunidades, para el año 2016, el total de adultos con algún tipo de producto financiero fue de 23,7 millones (73,9% del total de la población) y el total de adultos con productos activo fue de 22 millones de adultos, lo que representa el 66,3% del total poblacional. Al observar la tendencia de comportamiento de las variables se puede reconocer que existe una brecha del 11% entre la tenencia total de productos y la tenencia activa de los mismos. En cuanto al tipo de producto, el mayor crecimiento por número de adultos lo tiene la cuenta de ahorros, seguida por cuentas de

crédito de consumo (tarjeta de crédito) y ahorro a término definido o CDT (Certificados de depósito a término).

Usuarios activos de productos financieros

Los usuarios de productos financieros, se pueden clasificar por género y edad. En este sentido, ha sido notorio que son las mujeres quienes más aportan a los indicadores de tenencia de productos, representado el 51,4% frente al 48,6% que representan los hombres (Banca de las Oportunidades, 2016). En cuanto a productos de depósito y cuentas de ahorro electrónico, la diferencia a favor de las mujeres es del 76,8% y 88,4%, respectivamente. Este comportamiento se ha dado, según Banca de las Oportunidades por la gran canalización que tienen este tipo de cuentas para la transferencia de fondos brindados por el gobierno a programas sociales de distinta índole, de los cuales, figuran en su mayoría mujeres como titulares.

Por otro lado, para el caso de los CDT, la proporción también es superior para las mujeres, siendo del 31% a su favor. Para los casos de microcrédito, las mujeres también presentan una proporción mayor, aunque la diferencia con respecto a los hombres no es tan grande, representada en el 3,9%. En general, las mujeres presentan mayor proporción en la mayoría de los productos, a excepción de los productos de crédito de consumo o de mayor cuantía, en la que los hombres representan la mayor proporción de tenencia, con una diferencia a favor del 6,8%.

Frente a la caracterización por edades, la mayor participación en la tenencia de productos la aportan usuarios en el rango de 41 a 65 años (41,1%) en el total de entidades financieras, según Banca de las Oportunidades. Las cuentas de ahorro, están en su mayoría en poder de usuarios entre 26 a 65 años y los jóvenes de entre 18 y 25 años representan una importante proporción en cuentas de depósito como cuentas de ahorro que se pueden manejar por medio de aparatos electrónicos.

Descripción de la entidad

Banco de las Microfinanzas Bancamia S.A.

Bancamia es el resultado de la integración de la Fundación Microfinanzas BBVA, la Corporación mundial de la mujer Colombia y la Corporación Mundial de la mujer Medellín. El Banco de las Microfinanzas Bancamía S.A. empezó su trabajo por y para los emprendedores de Colombia, contando con 170.000 clientes en sus inicios y actualmente atiende ya 680.000, lo que

significa un crecimiento del 300% en menos de 10 años de trabajo. Bancamía ha tenido como objetivo marcar la diferencia a la hora de facilitar el acceso a los productos y servicios financieros a los colombianos con bajos niveles de ingresos pero con grandes ganas de emprender por medio del apoyo a negocios de pequeño y mediano tamaño que permiten la generación de ingresos y mejoras de vida en general a corto y mediano plazo.

La misión de Bancamía es “promover el desarrollo económico y social de los clientes a través de las Finanzas productivas responsables, una herramienta eficaz en la lucha contra la pobreza” (BBVA Microfinanzas, 2017). Por ello Bancamía cada año pretende ampliar sus canales de servicio para llegar a todos los clientes a los que el sistema financiero convencional generalmente no llega. Por eso, actualmente la entidad cuenta con 200 oficinas ubicadas en 29 de los 32 departamentos del país.

Bancamía es impulsada por la Fundación para las Microfinanzas BBVA, que ha desembolsado más de un billón de pesos (331,2 millones de dólares) en microcréditos, en su mayoría a mujeres (56%), (Periódico El Heraldó, 2016). Del total de clientes con que cuenta la entidad, el 47% se dedica principalmente al manejo de comercios urbanos pequeños y un 38% hace parte de entornos rurales. Además de lo anterior, Bancamía se ha enfocado en brindar oportunidades de crédito accesible a emprendedores en condiciones de vulnerabilidad, contribuyendo al crecimiento anual promedio de 16,9% y de sus activos en 30,7%.

En lo que refiere a la Fundación de microfinanzas BBVA, esta tiene campo de acción en siete países, apoyada en ocho entidades. Bancamía (Colombia), Financiera Confianza (Perú), Banco Adopem (República Dominicana), Fondo Esperanza (Chile), Emprede Micro finanzas (Chile), Microserfin (Panamá), Contigo Micro finanzas (Argentina) y Corporación de las Microfinanzas (Puerto Rico).

Bancamía S.A. ha enfocado sus canales de distribución del servicio y continuidad de negocio por medio de Oficinas tradicionales, como se mencionó con anterioridad y los Corresponsales Bancarios propios puestos estratégicamente alrededor del territorio nacional donde los colombianos de zonas rurales y urbanas necesitan el acceso a los servicios y a la asesoría pertinente. Actualmente, Bancamía adelanta grandes e importantes procesos de alianzas comerciales con redes posicionadas que permitirían a la entidad ampliar su cobertura por medio de Corresponsales Bancarios en hasta 1.600 puntos.

De la mano de dichos canales que se denominan físicos, Bancamía a su vez, cuenta con canales alternos tales como la Banca Móvil y el servicio al cliente por medio de Call Center que permiten a la entidad ofrecer la información sobre sus campañas, productos, servicios, convocatorias y PQR en general y el acceso a los servicios de manera rápida y confiable con solo tener un aparato electrónico con acceso a internet. La dirección que ha tomado Bancamía en torno a brindar cada vez mayor cubrimiento de puntos de acceso a nivel nacional en pro de la consecución de objetivos internos como entidad y en pro del programa del que hace parte “Banca de las Oportunidades” ha alcanzado resultados positivos en el tiempo de acción, sin embargo queda mucho por trabajar y por lograr.

Bancamía ha logrado en nueve años tener un crecimiento del 300%; inicio con 1.100 colaboradores y ya cuenta con 3.000, lo que representa un crecimiento del 173%, en el año 2008 se desembolsaron alrededor de 590 créditos diarios, en la actualidad se entregan hasta 1.088 créditos diarios, lo que significa un crecimiento del 84%. Bancamía pretende que sus productos estén al alcance de los colombianos de menores ingresos, respecto a saldos en cuentas de ahorro, se ha presentado un crecimiento del 15,7%. Además de lo anterior, según información de la Superintendencia Financiera, Bancamía cuenta con el 27,8% del total de la cartera de microcréditos entre las entidades privadas vigiladas por dicha Superintendencia, siendo esta cartera de más de un billón. Del mismo modo, Bancamía ha logrado una participación del 38% en clientes de zonas rurales, con una cartera de \$378.000 millones.

Misión

“Mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos”, (Bancamía S.A., 2017)

Visión

“Facilitar el desarrollo productivo de los clientes en la base de la pirámide económica, a través de la provisión de productos y servicios financieros a su medida”, (Bancamía S.A., 2017).

Objeto de la práctica

Propósito

La presente práctica se realizó con el fin de dar curso a la asignatura “Trabajo de grado II” y en procura de obtener el título de Economista de la Universidad Católica de Colombia.

Objetivo

La práctica como opción de grado permite potencializar y brindar complemento a los conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas durante la formación académica al aplicarlas dentro de un entorno laboral real. Además, la interacción en el medio laboral permite el desarrollo de competencias para el trabajo en equipo y para convertirse de manera paulatina en profesionales eficientes para las compañías.

Funciones desempeñadas

1. Seguimiento y generación de informe semanal sobre el estado de los establecimientos propuestos para ser Corresponsal Bancario
2. Actualización de directorios de Corresponsales Bancarios
3. Actualización semanal de Herramienta de Canales
4. Análisis y remisión de información de clientes a Áreas de Sarlaft y Seguridad Bancaria
5. Seguimiento y acompañamiento a Oficinas
6. Remisión de documentos de formalización de apertura de Corresponsales Bancarios a Oficinas
7. Solicitud de formatos a Oficinas con información requerida por Área de Riesgos
8. Solicitud de creación como proveedores de clientes al Área de Compras
9. Seguimiento de estado de equipos utilizados en los Corresponsales Bancarios
10. Formalización por concepto de terminación de contratos
11. Generación de informes de acuerdo a solicitudes
12. Soporte y acompañamiento a Oficinas de acuerdo a necesidad

Metodología para la investigación

Con el fin de llevar a cabo el diagnóstico de los niveles de cobertura de Bancamía a nivel nacional, se desarrolló una investigación de tipo descriptiva, dado que se pretende llevar a cabo un proceso de indagación de causas, efectos y variables que intervienen en la posición de Bancamía como entidad bancaria en Colombia frente a otras entidades. Por medio de un método de investigación inductiva, se busca determinar las causas que han impedido a Bancamía llegar a cubrir un mayor porcentaje de población en lo que a Canales de distribución del servicio se refiere.

La recolección de datos acordes a la investigación se dio de las páginas web de las distintas entidades consideradas competencia de Bancamía S.A. En cuanto a las referencias teóricas, la información fue alimentada de entidades como la Superintendencia Financiera de Colombia, Súper Solidaria, Banco Mundial, Banca de las Oportunidades y periódicos y revistas nacionales.

Justificación

Este trabajo se desarrolló con el fin de realizar un diagnóstico sobre los niveles de cobertura de Bancamía en Colombia dada la importancia de los Canales de distribución de los servicios financieros en una economía y su gran aporte a los procesos de Inclusión financiera y Bancarización del país. Bancamía ha guiado sus caminos hacia la inclusión de la población que conforma la base de la pirámide poblacional y ha logrado resultados muy positivos en su objetivo. Este trabajo se lleva a cabo con el fin de hacer notoria la importancia y gran influencia de las entidades que como Bancamía pretenden ser rentables a nivel interno y brindar servicios óptimos a los clientes, entidades que tienen una visión social que le permiten llegar a la población de una manera en la que hacen de los clientes y de los colaboradores parte del equipo de una entidad que pretende por medio de estrategias de desarrollo llevar los servicios a las personas más vulnerables y de los territorios más alejados, reconociendo y siendo conscientes de que el desarrollo del país está inmerso en los territorios que por medio de las actividades de los sectores económicos primarios impulsan a diario la economía del país.

Resultados de Investigación

Planteamiento del Problema

Insuficiencia en la cobertura de puntos de Bancamía a nivel nacional.

Objetivo general

Realizar un diagnóstico acerca de los niveles de cobertura del Banco de las microfinanzas Bancamía a nivel nacional.

Objetivos específicos

1. Estudiar la posición de Bancamía frente a los procesos de Inclusión financiera y Bancarización a nivel nacional.
2. Efectuar un diagnóstico de la posición de Bancamía en el mercado en pro de establecer las causas del posicionamiento de marca y crecimiento de Bancamía a nivel nacional.

Análisis de Inclusión y bancarización BANCAMIA S.A.

Bancamía y su acción

Bancamía ha logrado obtener una posición muy favorable en el mercado al que ha destinado su trabajo y ha pretendido llegar: el de apoyo a emprendedores por medio de microcrédito de fácil acceso. En este campo, a nivel nacional son varias las entidades que ofrecen el mismo servicio y ha buscado desempeñarse en pro del crecimiento del mismo tipo de clientes. Entidades como Fundación de la mujer, Banco W, Banco Agrario, Bancompartir, Banco de Bogotá, Finamerica, Bancolombia, Fundaciones y Cooperativas de ahorro y crédito han concentrado sus esfuerzos en el microcrédito llamativo para los clientes que viven de negocios independientes de distintos tipos.

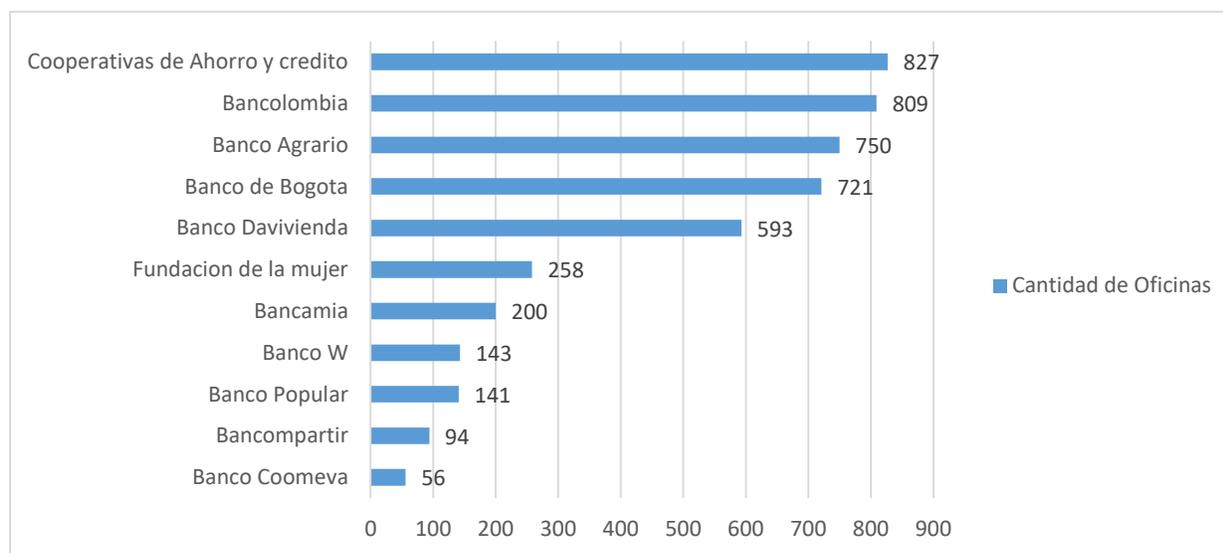
Bancamía S.A. se ha destacado por ser un banco inclusivo y poco a poco ha formado la imagen de ser un banco al que le interesa llegar a las poblaciones más retiradas y brindar cobertura a la mayor cantidad de clientes posibles. Sin embargo, la gran posición que tienen las entidades que significan competencia dificulta los procesos, pues los clientes ya poseen una entidad a la cual, en muchos casos son leales. Cabe resaltar que Bancamía es una de las entidades bancarias de microcrédito más nuevas en el mercado colombiano, por ello, apenas está comenzando su camino de posicionamiento en el mismo.

Canales de Distribución

Las entidades bancarias y de crédito concentran sus esfuerzos en los Canales, que son las herramientas que permiten lograr una distribución de los servicios financieros de manera sencilla, rápida y eficaz. Bancamía, no es la excepción a esto. Como se menciona en este trabajo con anterioridad son las Oficinas tradicionales, los corresponsales bancarios y los canales electrónicos.

La principal causa de la deficiencia en cobertura de Bancamía es su poca antigüedad en el mercado, el gran posicionamiento de otras entidades ha hecho difícil la tarea de poderse dar a conocer por las grandes masas poblacionales. Bancamía hasta ahora, no cuenta con acceso a los grandes medios de comunicación y redes sociales que permiten la masificación de información, aspecto al que otras entidades cuentan de manera espontánea, frecuente y progresiva.

Figura 6. Oficinas por entidad



Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de las páginas web individuales de Banco Coomeva, Bancompartir, etc.

Las entidades en mención son las que más se destacan en el mercado de los microcréditos; Bancolombia, aunque es considerado por muchos, el Banco más grande de Colombia, dedicado a atender clientes de gran status y alto nivel de ingresos ha generado dentro de su portafolio una línea especial de microcrédito para emprendedores con negocios propios, por ello, se tiene en cuenta como competencia potencial de Bancamía.

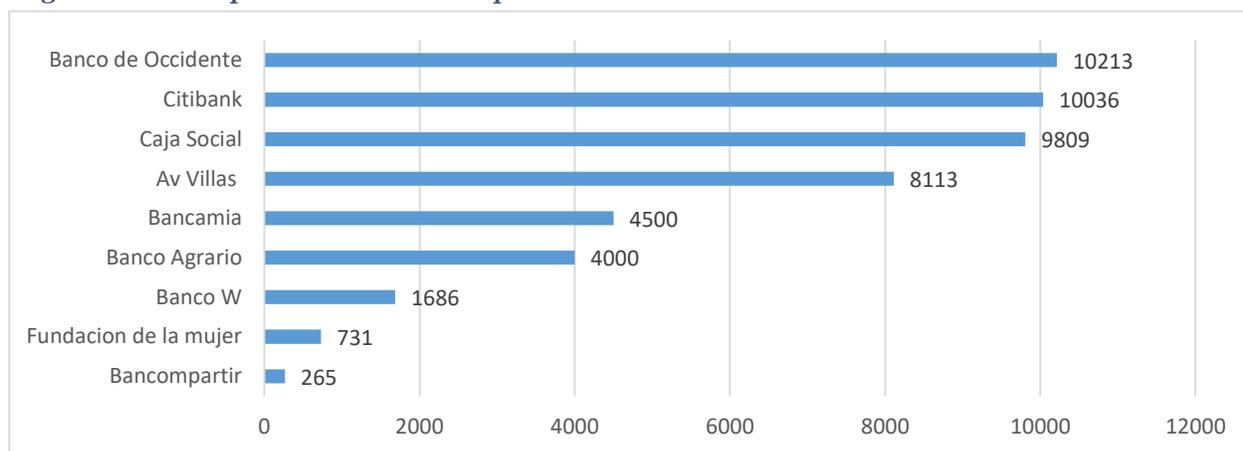
Las oficinas de las entidades Bancarias se destacan por ser el Canal tradicional que sigue ofreciendo más confianza a muchos usuarios, además, el servicio de asesoría integral y acceso a servicios que otros canales por ahora no permiten. Bancamía actualmente cuenta con 200 oficinas como se muestra en la gráfica, superando a entidades como Coomeva, Banco W y Bancompartir y siendo superado por Banco Agrario, Bancolombia y Banco de Bogotá. Bancamía cuenta con cobertura actualmente de 29 de los 32 departamentos del país, representando así el 90% de cobertura departamental.

Bancamía a pesar de su poco tiempo en el mercado ha logrado ser una de las entidades bancarias más reconocidas en el país en lo que a cubrimiento de microcrédito y apoyo a microempresa refiere. Tiene mucho por trabajar y por lograr en cuanto a sus puntos de distribución de servicios, sin embargo, han concentrado esfuerzos en planes anuales de expansión en pro de generar la adecuada planeación y ejecución de estrategias con el fin de aumentar su cobertura por medio de los distintos canales.

Respecto a los Corresponsales Bancarios, otro de los Canales de distribución del servicio de Bancamía, la entidad tiene aún mucho por trabajar. Un corresponsal bancario es entendido como una persona natural o jurídica que cuenta con un establecimiento comercial en el que puede colaborar a las entidades a distribuir los servicios financieros a su población. Este canal es uno de los más importantes para cualquier entidad, pues permite hacer llegar los servicios financieros a más poblaciones y personas, que por lo general, se caracterizan por ser de territorios alejados. Los corresponsales bancarios son unos grandes aliados de las entidades, pues hacen el papel de las entidades en pequeños negocios de barrio que facilitan a los clientes su acceso a los servicios y además, generan un valor agregado para las entidades ya que no deben incurrir en los mismos gastos de funcionamiento en los que incurren en las oficinas.

Bancamía y la mayoría de las entidades bancarias dividen sus corresponsales en puntos de red propia y red posicionada. Los puntos de red propia básicamente son puntos de corresponsalía que trabajan bajo el nombre directo de las entidades, con material publicitario de las mismas y contribuyendo a su imagen de forma directa. Por otro lado, los puntos de Red Posicionada son puntos que se manejan bajo condiciones contractuales con compañías como Baloto y Móvil Red que permiten realizar las transacciones de las entidades pero bajo su propio nombre, permitiendo el acceso a grandes cantidades de clientes ya que su alta presencia en el territorio nacional así lo permite.

Figura 7. Corresponsales Bancarios por Entidad

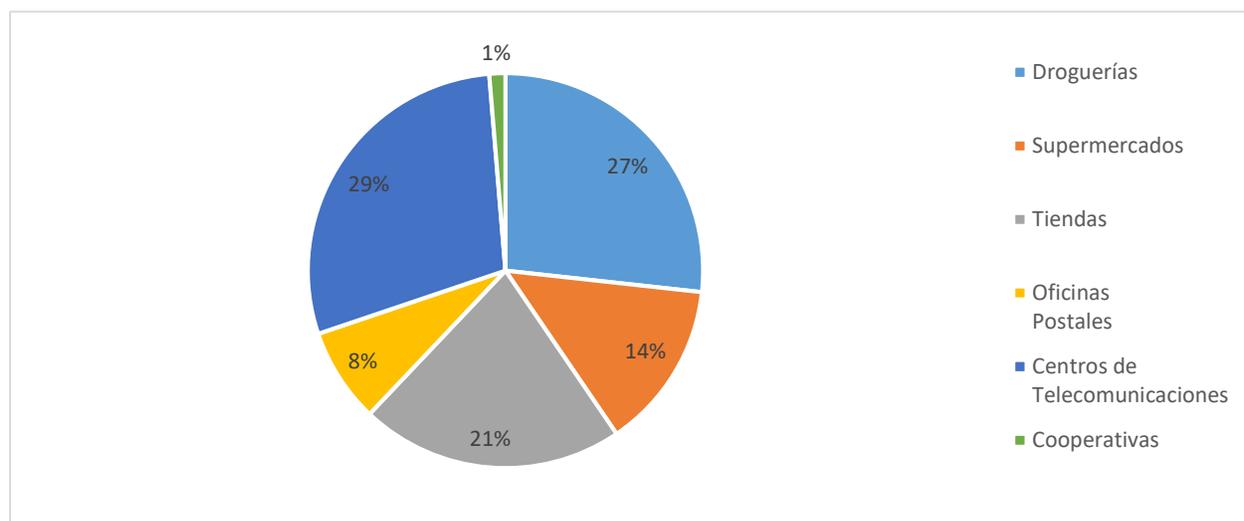


Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de las páginas web individuales de Banco W, Bancompartir, etc.

En la gráfica se muestra la cantidad de corresponsales bancarios tanto de red propia como de red posicionada de diferentes entidades bancarias en Colombia. Bancamía aunque en total cuenta con 4.500 puntos, solo cuenta a la fecha con 72 puntos de red propia, lo que quiere decir que los puntos que trabajan bajo su propia marca son muy pocos a nivel nacional. En cuanto a las otras entidades, fue de gran dificultad lograr diferenciarlos, pues la información no es clara al respecto para cada entidad, por ello se muestra el consolidado de los puntos de ambos tipos.

Bancamía actualmente está adelantado un plan de expansión grande y ambicioso en cuanto al crecimiento en puntos de Red Propia, persiguiendo la meta de contar con 120 puntos anuales, meta que se está trabajando desde ahora y con la que se pretende cerrar el año 2017. Cabe resaltar que el proceso para vincular nuevos puntos es largo y un poco dispendioso. El proceso es un trabajo conjunto entre distintas áreas del banco, de la red comercial y el proveedor de tecnología y equipos; construyéndose así un punto de corresponsalía que actualmente tiene como reto lograrse en una semana que culmina con un evento de apertura en el que se pretende brindar capacitación completa al encargado del punto y posicionamiento de marca ante los asistentes dando a conocer todos los beneficios de su instalación y presencia, que es previamente analizada y que es estrategia en pro de dar atención a la mayor cantidad de clientes posibles.

Figura 8. Corresponsales Bancarios por tipo de comercio



Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de Banca de las Oportunidades, Reporte de Inclusión financiera, Bogotá, 2016.

Los Corresponsales Bancarios tienden a consolidarse en establecimientos comerciales de distintos tipos; los negocios de venta de productos de la canasta familiar y farmacias son los negocios con el mayor porcentaje de participación en el total de corresponsales bancarios. Los tipos de comercios que se seleccionan tienen una gran influencia en el posicionamiento de marca de las entidades, en la adecuada llegada de los servicios financieros a la población y en la imagen proyectada. En Colombia, según Banca de las Oportunidades, a mayo de 2016 hay un total de 97.977 corresponsales bancarios distribuidos alrededor del país. Los supermercados, tiendas de barrio, droguerías y negocios de comunicaciones representan el 14, 21, 27, y 29% respectivamente,

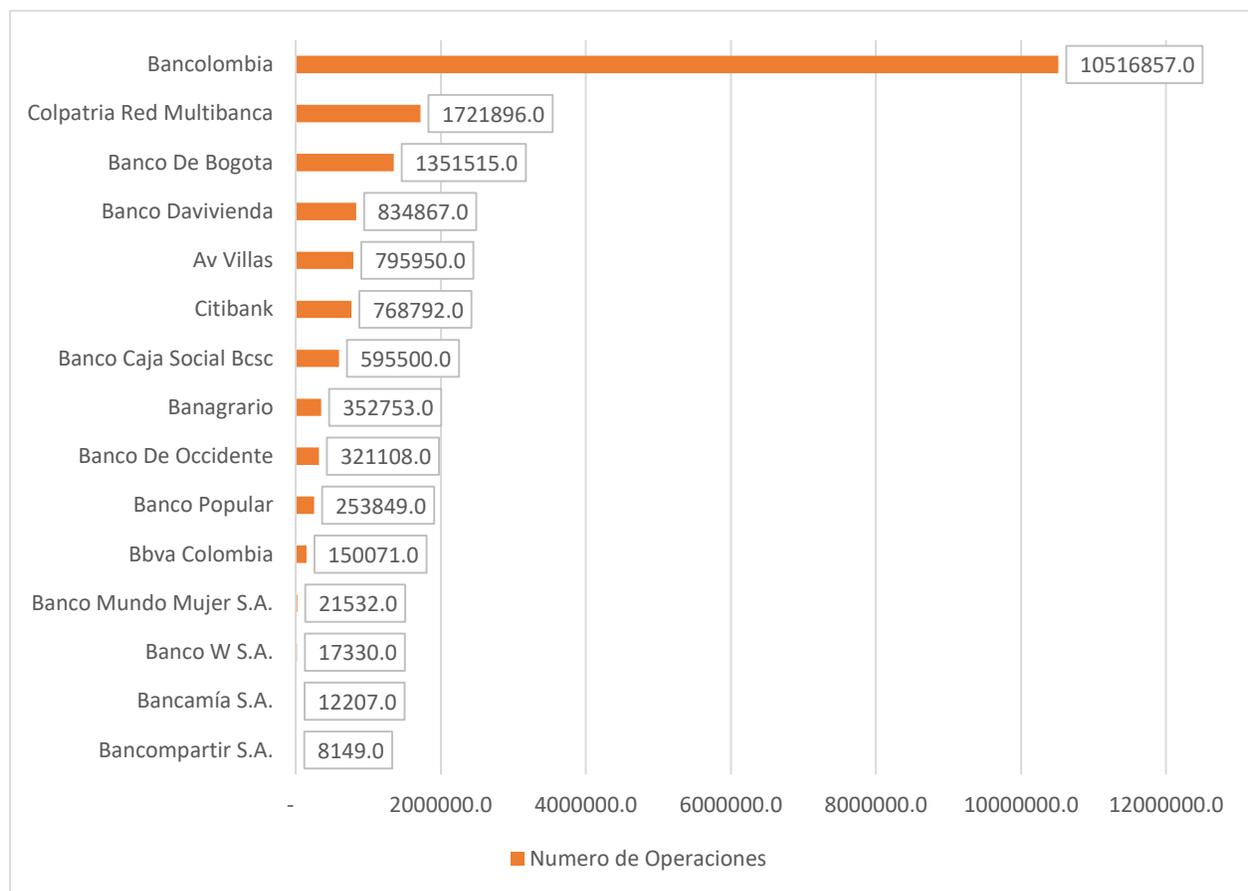
convirtiéndose en los establecimientos más óptimos para ser corresponsal bancario. A pesar de lo anterior, a menos de que se trate de un establecimiento en el que se desarrollen actividades relacionadas con licor o diversión nocturna, no se puede definir que haya un tipo de establecimiento comercial prohibido para ser corresponsal bancario.

En este sentido, las entidades buscan guardar su imagen y depositar la confianza necesaria en los dueños de los negocios, quienes serán los encargados de brindar el servicio a los clientes que la entidad de manera previa ha visualizado potenciales y de manejar el dinero de la entidad en su papel como intermediario. Por ello, es de vital importancia para las entidades bancarias contar con corresponsales bancarios que cumplan con un perfil adecuado como sus aliados.

Cabe resaltar que los clientes que deciden ser corresponsales bancarios de una entidad financiera en sus negocios deben someter su información y datos personales a una adecuada verificación. En Bancamía el proceso de verificación se da de la mano de las áreas de SARLAFT y Seguridad Bancaria, áreas encargadas de revisar la información de los postulados a ser corresponsales con el fin de mitigar riesgos en la mayor proporción posible.

Respecto a los Corresponsales Bancarios, es importante resaltar que su principal función y el principal objeto con el que las entidades depositan esfuerzo e inversión en ellos es el aumento prolongado y constante de la transaccionalidad y de la efectiva funcionalidad que ejerce para los clientes de la entidad que usan los puntos como medio de pago de sus obligaciones. Es de conocimiento común que un punto de corresponsalía es instalado con el fin de aumentar la cobertura territorial y la cantidad de transacciones, pues un aumento constante en estos factores demuestra la alta funcionalidad y el gran servicio que representa para los clientes el corresponsal, de lo contrario, el corresponsal no representaría rentabilidad de ningún tipo.

Figura 9. Corresponsales Bancarios por transacción



Fuente: Elaboración del autor. Datos básicos tomados de Banca de las Oportunidades, Reporte de Inclusión financiera, Bogotá, 2016.

Los puntos de corresponsalía de las distintas entidades mencionadas presentan grandes brechas en lo que a transaccionalidad refiere. Bancolombia es la entidad que tiene en sus puntos el mayor número de transacciones, al ser uno de los bancos más grandes del país su actividad está altamente apoyada en los puntos de corresponsalía bancaria que tienen presencia en un gran número de municipios a nivel nacional. Entidades como Banco mundo mujer, Banco W, Bancamía y Bancompartir son las entidades con menores índices de transaccionalidad en sus puntos de corresponsalía; dicha situación se da porque son entidades de menor tamaño, menor presencia a nivel nacional y menor cobertura en número de clientes. Sin embargo, cabe resaltar que a pesar de lo anterior, estas entidades son las más tenidas en cuenta por la población más vulnerable del país, por tanto sus operaciones no se pueden comparar con el de todas las entidades, ya que cubren distintos tipos de clientes.

- En cuanto a los canales alternos con que cuenta Bancamía, la entidad abarca Banca Móvil, Portal transaccional, Call Center, tarjeta débito y Cajeros automáticos para los cuales, el crecimiento ha sido constante y progresivo. Los canales alternos permiten a la entidad brindar a los clientes acceso a sus servicios de manera fácil y encontrarlos en cualquier lugar.

Por medio de llamadas a la línea de la entidad, el cliente puede recibir información, asesoría, guía en los procesos, respuesta a dudas, quejas y reclamos, entre otras cosas. Por su parte la Banca Móvil es el canal que le apunta más a la visión futura de los servicios financieros, la Banca móvil es el canal más vanguardista, el que pretende lograr que a mediano plazo los clientes y colaboradores puedan realizar distintos tipos de transacciones y operaciones por medio de sus celulares, despejando así, la carga operativa en los puntos físicos y aportando a la vanguardia mundial que pretende hacer llegar cada vez más los servicios financieros de las entidades por medio de aparatos electrónicos facilitando la vida a los clientes.

Conclusiones

A medida que este informe se desarrolló con ayuda de la experiencia adquirida en el proceso de práctica, se encontró que Bancamía no se puede considerar un banco insuficiente. Bancamía actualmente tiene cobertura en el 91% de los departamentos del país y aunque es de reconocer que ante las demás entidades bancarias Bancamía tiene muchos retos por lograr, el crecimiento que ha tenido en su poco tiempo de funcionamiento ha sido más que satisfactorio.

En lo que refiere a los procesos de Inclusión y Bancarización, Bancamía es una de las entidades más prometedoras del país. Bancamía, como se mencionó con frecuencia en el desarrollo de este informe enfoca sus esfuerzos a contribuir y apoyar a los proyectos productivos por medio de las finanzas productivas responsables haciendo de su actividad una actividad hecha por y para los clientes que hacen parte de la población más vulnerable del país. Bancamía por medio de sus estrategias pretende a mediano plazo cubrir el 100% de los departamentos del país y la mayor proporción posible en municipios.

Bancamía, además, apoyado en sus Canales de distribución tiene grandes retos que alcanzar. Los canales son las herramientas que facilitan la llegada y adecuada distribución de los servicios financieros a la mayor cantidad de personas posible. Por medio de los Canales físicos, las entidades

permiten a sus clientes tener puntos físicos cada vez más cerca de sus casas y lugares de trabajo lo que les facilita sus procesos de transaccionalidad y por medio de los canales alternos, Bancamía pretende de manera paulatina convertirse en una entidad vanguardista que le apuesta a la virtualización de sus productos y servicios.

Los canales son sin duda, un aporte sin precedentes a la inclusión financiera y a los procesos que los distintos programas de entidades privadas y gubernamentales quieren desarrollar a nivel nacional constantemente, por eso se ha encontrado en ellos la estrategia más efectiva para llegar a todas las personas que necesitan de la banca. Bancamía adelanta actualmente proyectos de gran alcance que buscan crecer de manera exponencial con el tiempo con el fin de lograr ser una de las entidades más reconocidas a nivel nacional y a nivel latinoamericano.

La inclusión financiera y bancarización de los territorios comienza desde que las personas que habitan los territorios más alejados y marginales tienen acceso a los productos y servicios de las entidades financieras sin necesidad de recorrer grandes caminos, Bancamía tiene su foco muy claro y lo ha cumplido a cabalidad. Las oficinas y Corresponsales Bancarios son canales con una gran influencia en los procesos de bancarización, le permiten a las entidades llegar al 100% de los municipios y departamentos con trabajo duro y esfuerzo.

Es de reconocer que Bancamía es una entidad con gran proyección y que ha logrado en poco tiempo lo que otras no, sin embargo Bancamía tiene mucho por lograr en pro de ser en una empresa cada vez más competitiva. Los principales retos son sin duda, convertir a Bancamía en una empresa con mayores índices de inclusión tecnológica propia en sus procesos, continuar con la directriz de negocio con la que ha venido funcionando, mejorar sus procesos de atención y conseguir la mayor agilidad posible.

Recomendaciones

Bancamía ya celebro su noveno año de trabajo y ha celebrado a su vez, los grandes logros que ha alcanzado en ese tiempo. Bancamía ha conseguido ser una de las entidades más reconocidas en el campo de las microfinanzas en Colombia, ha apoyado innumerables proyectos productivos de los colombianos y ha crecido en número de clientes y colaboradores de una manera que no se pensaría en sus inicios. Bancamía ha obtenido grandes logros para el poco tiempo en el que ha trabajado. A pesar de ello, a Bancamía aún le queda mucho por lograr. Sus principales metas están

en el foco de no bajar la guardia ni el esfuerzo de los niveles en que ha venido. Además de ello, Bancamía está en búsqueda de ser cada vez más una entidad con altos niveles de tecnología, inclusión y eficiencia.

En cuanto a sus canales de distribución, también los retos son bastante grandes. La inclusión financiera nace cuando los servicios financieros llegan a la mayor cantidad de clientes en los territorios más alejados y los canales de distribución del servicio son los que permiten aportar a los indicadores. En pro de la mejora de los procesos de Bancamía, la principal recomendación para la empresa es la implementación paulatina de tecnología propia que le permita alejarse de los proveedores de tecnología que le generan mayores costos y procesos más complejos en todo sentido. Además, de buscar alcanzar poco a poco una mayor aparición en los medios masivos de comunicación con el fin de generar recordación y posicionamiento de imagen ante los clientes.

En lo que a la academia refiere, es de recomendar una mayor implementación de programas que formen a los estudiantes en un manejo ágil de programas informáticos que permitan el desarrollo de informes y reportes de manera sencilla y acertada. Adicional, es importante generar una mayor formación en temas de planeación financiera y análisis de información financiera y de riesgos.

Glosario

Corresponsal bancario: “Son terceros contratados por un establecimiento de crédito para prestar determinados servicios financieros facilitando a los clientes de una entidad la realización de transacciones y pagos más cerca de su localidad o barrio (supermercados, droguerías, panaderías, etc.)”, (Superintendencia financiera de Colombia, 2017)

Corresponsales red propia: Son establecimientos que prestan los servicios bajo la imagen y directriz de la entidad bancaria a la que pertenece.

Corresponsales red posicionada: Son establecimientos que prestan los servicios bajo convenios de prestación de servicio con entidades aliadas.

Canales físicos: Son canales de distribución de servicios financieros por medio de puntos físicos de acceso a la banca como oficinas y corresponsales bancarios.

Canales alternos: canales de distribución de servicios financieros por medio de la banca virtual y digitalización de los puntos de acceso.

Referencias

Asobancaria, (2017) *Ensayos sobre inclusión financiera en Colombia*, Bogotá, Colombia.

Banca de las Oportunidades, (2016) *Reporte de inclusión financiera anual*, Bogotá, Colombia.

Banca de las Oportunidades, (2017), *Resumen de Corresponsales por transacción*, Bogotá, Colombia, recuperado de: <http://bancadelasoportunidades.gov.co/es/programas>

Bancamía S.A. (2017), *Bancamía S.A.* Bogotá, Colombia, recuperado de: [https://www.bancamia.com.co/Fundación de microfinanzas BBVA](https://www.bancamia.com.co/Fundación%20de%20microfinanzas%20BBVA)

Banco Agrario, (2017), *Corresponsales Bancarios Banco Agrario*, recuperado de: <https://www.bancoagrario.gov.co/canales/Corresponsales/Paginas/CBBancoAgrario.aspx>

Banco Davivienda, (2017), *Puntos de atención Daviplata*, recuperado de: https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/canales_de_atencion/para_todos/corresponsal_bancario

Banco Mundial, (2016) *Indicadores de Inclusión Financiera Mundial*. Recuperado de: <http://databank.bancomundial.org/data/reports.aspx?source=Conjunto-basico-de-indicadores-de-inclusion-financiera-del-G~20>

Banco mundo mujer, (2017), *Corresponsales Bancarios*, recuperado de: <https://www.bmm.com.co/corresponsales-bancarios.html>

Banco W, (2017), *Corresponsales Bancarios*, recuperado de: <https://www.bancow.com.co/canales-de-atencion/corresponsales-bancarios/>

Bancolombia, (2017), *Corresponsales Bancarios, Bancolombia a la mano*, Bogotá, Colombia, recuperado de: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/productos-servicios/canales-servicio/fisico/corresponsal-bancario>

Bancompartir, (2017), *Corresponsales Bancarios*, recuperado de: <https://www.bancompartir.co>

Borrero S. (2017), *Presencia de Instituciones Bancarias y Decisiones Financieras de los hogares colombianos*, Bogotá, Colombia.

Fundación de microfinanzas BBVA, (2017), Madrid, España, recuperado de: <http://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/>

Periódico El Heraldó, (2016), Bogotá, Colombia, recuperado de: <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/el-sistema-financiero-el-sector-de-mayor-crecimiento-en-los-ultimos-anos-323885>

Periódico El Tiempo, (2016), Bogotá, Colombia, recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16614585>

Revista Dinero, (2016), Bogotá, Colombia, recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/inclusion-financiera-colombia-2014/213286>

Revista Semana, (2017), Bogotá, Colombia, recuperado de: <http://www.semana.com/100-empresas/articulo/100-empresas-2017-banca-seguros-y-mercados/523435>

Superintendencia Financiera de Colombia, (2016) *Reporte de inclusión financiera anual*, Bogotá, Colombia.

Superintendencia Financiera de Colombia, (2017) Recuperado de: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&id=11265>