

# CORRESPONSALES 2.0 EN COLOMBIA



REDISEÑANDO SU ROL  
ESTRATÉGICO PARA LA  
INCLUSIÓN FINANCIERA  
EN LA ERA DIGITAL



Paola Arias

**Directora**

Lorena García

**Coordinadora gestión de proyectos**

Camila Guzmán

**Ejecutiva gestión de proyectos**

Nesly Villamizar

**Analista gestión de proyectos**

**Agradecimientos especiales a Colombia Fintech y Asobancaria por sus valiosos comentarios y aportes a este estudio.**

La publicación del presente documento tiene fines exclusivamente informativos y académicos, y busca aportar a la comprensión del canal de corresponsalía en Colombia y su potencial para la inclusión financiera.

Dado que el contenido refleja una interpretación técnica de la información recopilada bajo metodologías cualitativas y cuantitativas, Banca de las Oportunidades no asume responsabilidad alguna por el contenido, el alcance ni el uso que los usuarios hagan del presente estudio.

El contenido de este documento podrá ser reproducido o distribuido sin modificaciones y exclusivamente para uso institucional. Cualquier otro uso, incluyendo su reproducción, distribución, modificación, divulgación o transmisión, requiere el consentimiento previo y por escrito de Banca de las Oportunidades. Las modificaciones realizadas por terceros serán responsabilidad exclusiva del usuario, quien deberá citar adecuadamente a Banca de las Oportunidades como fuente original.

*Las cifras presentadas en este documento fueron construidas con base en la información reportada por las entidades vigiladas a la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), a través de los formatos de reporte de información 413 (transacciones monetarias y no monetarias) y 534 (acceso y uso general de servicios financieros).*

*Tradicionalmente, el formato 534 ha sido utilizado por Banca de las Oportunidades para medir el estado y la evolución de la corresponsalía en Colombia, en la medida en que incluye información sobre el número de contratos y transacciones realizadas a través de este canal. No obstante, la información sobre cobertura y transacciones de corresponsales también puede obtenerse a partir de los formatos más recientes 412 y 413, los cuales son actualmente recomendados por los equipos técnicos de la SFC para efectos de análisis sobre infraestructura financiera.*

*Asimismo, existen diferencias en la información sobre contratos y transacciones reportada en el formato 534 frente a la contenida en los formatos 412 y 413. En consecuencia, las cifras presentadas en este documento pueden diferir de aquellas reportadas en ediciones previas del Reporte de Inclusión Financiera (RIF) y página web de Banca de las Oportunidades, así como de las que serán publicadas en futuras versiones.*



# TABLA DE CONTENIDOS

1

2

3

4

5



## 1 INTRODUCCIÓN

PÁG. 4



## 2 TIPIFICACIÓN DEL CANAL

PÁG. 9

- 2.1. SEGÚN LA MODALIDAD DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO PÁG. 11
- 2.2. SEGÚN SU ESQUEMA DE ADMINISTRACIÓN Y OPERACIÓN PÁG. 13
- 2.3. SEGÚN ESQUEMA DE VINCULACIÓN COMERCIAL PÁG. 16
- 2.4. SEGÚN EL CUPO PARA SU OPERACIÓN PÁG. 18
- 2.5. SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DEL PUNTO PÁG. 20



## 3 RETOS DEL CANAL

PÁG. 23

- 3.1. RETOS EXTERNOS: ENTORNO Y CONTEXTO PÁG. 24
- 3.2. RETOS INTERNOS: OPORTUNIDADES DE MEJORA DESDE UNA PERSPECTIVA OPERATIVA Y DE GESTIÓN PÁG. 28



## 4 CALL TO ACTION DESDE LA INCLUSIÓN FINANCIERA

PÁG. 32



## 5 ANEXOS

PÁG. 39

- ANEXO 1. DATOS DEL CANAL PÁG. 40
- ANEXO 2. ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL CANAL - ENTIDADES FINANCIERAS PÁG. 44
- ANEXO 3. ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL CANAL - TERCEROS/REDES ALIADAS PÁG. 49



1

2

3

4

5

# 1

## INTRODUCCIÓN





1

2

3

4

5

INTRODUCCIÓN

Desde la habilitación de la corresponsalía bancaria en 2006, este canal se ha consolidado como un pilar fundamental para el fortalecimiento de la inclusión financiera en Colombia. Su desarrollo y creciente capilaridad ha permitido ampliar el acceso y el uso de los productos y servicios financieros formales a lo largo del territorio nacional, con un modelo operativo costo-eficiente y cercano a la población.

Entre los principales hitos alcanzados se destacan:

- **Cierre de la brecha urbano-rural:** el país pasó de tener cobertura en el 71 % de los municipios en 2006, a alcanzar una cobertura prácticamente universal desde el 2015. El canal de corresponsalía se ha convertido en el principal canal de acceso en las zonas rurales. La distribución de los corresponsales es la más homogénea para los distintos niveles de ruralidad frente a los demás canales, con una presencia de 17,2 corresponsales por 1000 habitantes en las ciudades y 13,6 en la ruralidad, en contraste las oficinas tienen 0,17 puntos por 1000 habitantes en las ciudades, respecto a los 0,13 en la ruralidad. Actualmente, los corresponsales continúan siendo el único canal de acceso en 224 municipios (20 % del total).
- **Crecimiento transaccional sostenido:** en 2024, el canal de corresponsalía registró 983 mi-

llones de transacciones monetarias por un valor de 379,3 billones de pesos en los establecimientos de crédito y SEDPES. Esto equivale a 25.366 transacciones por cada 1000 adultos y un monto promedio de \$385.861 por transacción. El número de transacciones en el canal se duplicó en los últimos seis años, consolidándose como el tercer canal más transado después de las oficinas, el internet y convirtiéndose en el preferido para la realización de operaciones financieras cotidianas de menores montos.

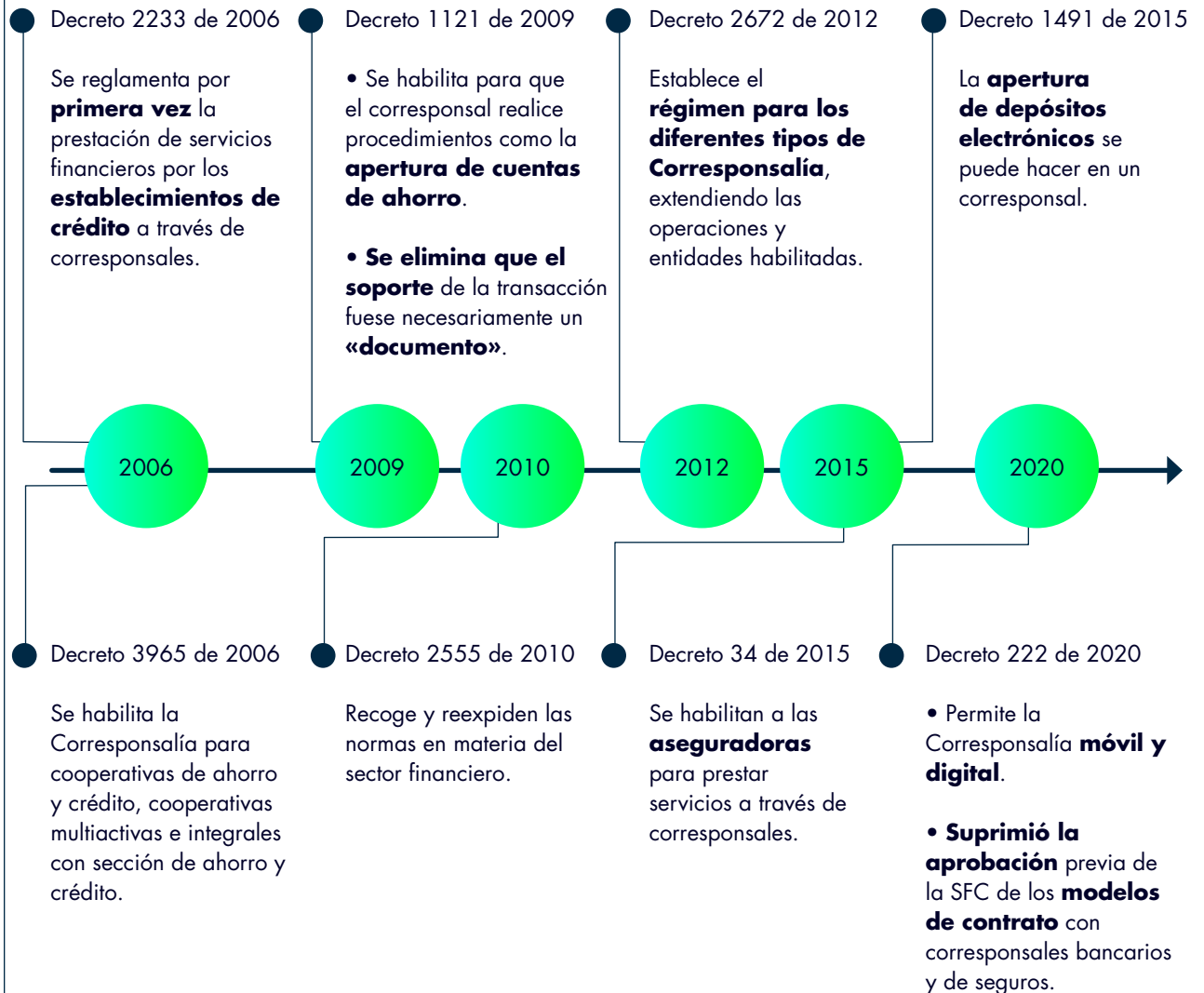
- **Diversificación institucional y operativa:** a 2024, cincuenta y cinco entidades, entre ellas bancos, cooperativas, compañías de financiamiento y SEDPES, ofrecen servicios a través de corresponsales, lo que ha permitido ampliar la diversidad de actores, de modelos de negocio y operaciones disponibles en el canal<sup>1</sup>.

Esta evolución y los avances del canal de corresponsalía han estado respaldados por un marco normativo dinámico y progresivo, que se ha adaptado a las nuevas realidades del sector, tanto en términos de diversidad de actores, como de transacciones habilitadas y modalidades de operación, en las que se incluye la corresponsalía móvil y digital.

1. Incluye el siguiente tipo de entidades: establecimiento bancario, compañías de financiamiento, cooperativas financieras vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria, cooperativas de carácter financiero y sociedades especializadas en depósitos electrónicos SEDPES.

### Gráfica 1.

## Línea de tiempo de la regulación del canal de corresponsalía



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades.

Actualmente, el canal de corresponsalía presenta una variedad de modelos de negocio y operativos, robustos y estables, con estrategias consolidadas de expansión y la incorporación de nuevos y distintos jugadores con enfoques tecnológicos e innovadores que siguen apostándole a cerrar las brechas de inclusión a lo largo del territorio.

El éxito en la expansión del canal se explica, en buena medida, por el valor agregado y utilidad percibidos por los usuarios. Entre los principales beneficios percibidos se destacan la optimización del tiempo y la reducción de costos, al evitar desplazamientos hasta oficinas físicas, que en zonas rurales puede implicar trasladarse de un

municipio a otro. La distancia mediana de los corresponsales es de menos de 500 metros para casi todos los departamentos. Los usuarios también valoran los horarios de atención flexibles, los cuales en algunos casos son extendidos, así como el hecho de que el servicio sea prestado por personas de la misma comunidad, lo que genera cercanía, confianza y sentido de pertenencia.

No obstante, el perfil del consumidor financiero ha cambiado desde la creación del canal hace cerca de dos décadas. Los colombianos han venido adoptando progresivamente canales digitales como el internet, aplicaciones móviles y productos como billeteras digitales. Esta trans-



1

2

3

4

5

INTRODUCCIÓN

formación ha generado nuevas expectativas en términos de inmediatez, autogestión y disponibilidad del servicio, lo que plantea retos y oportunidades para el canal. Cabe destacar que esta transformación no se ha dado al mismo ritmo en todo el territorio nacional, pues los municipios rurales avanzan con mayor lentitud que las ciudades en términos de apropiación digital y conectividad.

Si bien la digitalización ha sido determinante para incluir financieramente a millones de colombianos, existe amplia evidencia sobre la relación positiva entre la proximidad geográfica a un punto de contacto físico del sector financiero formal y el mayor acceso a los productos y servicios que este ofrece, tanto presenciales como digitales<sup>2</sup>. Aunque podría suponerse que la expansión de los canales y productos digitales hará innecesaria la infraestructura física, la realidad demuestra lo contrario: la mayoría de los usuarios de servicios financieros digitales en todo el mundo necesitan mecanismos confiables, asequibles y sencillos para convertir su efectivo en dinero digital (cash-in) y viceversa (cash-out)<sup>3</sup>.

La proximidad física y social fortalece la confianza, facilita el acceso oportuno al dinero y acerca a las personas al uso cotidiano de los servicios financieros digitales. Las redes de servicios CICO (Cash-In y Cash-Out) desempeñan un papel clave al impulsar una adopción más rápida y sostenida de estos servicios, permitiendo que los usuarios transiten de manera natural entre el efectivo y los medios digitales.

Sumado a esto, la integración de experiencias «phygital» (físico + digital), que combinan la atención presencial con las bondades de los canales digitales, se traduce en una mayor facilidad y pertinencia en la experiencia al cliente, permitiendo: i) realizar compras y pagos sin interrupciones, integrando productos y servicios entre entornos físicos y digitales de forma fluida; ii) incorporar pagos digitales en plataformas y experiencias cotidianas, ampliando el acceso a los servicios financieros para un público más diverso; iii) adoptar enfoques omnicanales que se adaptan a las distintas preferencias, capacidades y hábitos de los clientes; y iv) ofrecer servicios de asesoría

y acompañamiento presencial para personas con menor apropiación digital, contribuyendo a cerrar brechas y fortalecer la confianza en el sistema financiero.

En conjunto, estos enfoques permiten responder de manera integral, desde una perspectiva 360°, a las necesidades de las personas, los hogares y las unidades productivas, incluidos micronegocios y MiPymes. En este contexto, la relevancia estratégica de los corresponsales se mantiene y se fortalece. Más allá de su papel histórico como canal inclusivo, hoy se consolidan como aliados clave gracias a su cercanía, a la expansión de los servicios digitales y a la articulación de ecosistemas de servicios de valor agregado, tanto financieros y no financieros. Esto abarca desde lo transaccional hasta soluciones de ahorro, aseguramiento y financiamiento, complementados con servicios de asesoría financiera, educación digital y acompañamiento personalizado.

Adicionalmente, para las MiPymes y los micronegocios, que actúan tanto como puntos de corresponsalía como usuarios, este canal se constituye como una puerta de entrada a los servicios digitales, a los pagos empresariales y a una oferta ampliada de productos y servicios financieros. También permite aumentar su visibilidad frente al sistema financiero, lo cual es clave para dimensionar y comprender mejor las necesidades, características y contextos de las distintas unidades productivas. En los territorios rurales y entre las poblaciones vulnerables, la expansión de las redes de corresponsalía es fundamental para cerrar las brechas históricas que han limitado el acceso a servicios formales. Su presencia permite superar barreras asociadas a rezagos en conectividad física y digital, así como desafíos en apropiación tecnológica y capacidades financieras, contribuyendo a una inclusión más equitativa y sostenible<sup>4</sup>.

Considerando este panorama, este documento tiene como propósito analizar la evolución de la corresponsalía, en específico del modelo físico o presencial, identificar los factores que explican su sostenibilidad e impacto, y proponer lineamientos para fortalecer su rol frente a los nuevos desafíos del sistema financiero colombiano en un

- 
2. Asobancaria (2023). *Panorama internacional del modelo de corresponsalía móvil y digital: oportunidades para Colombia* (Boletín Económico No. 1404). <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2023/11/1404-BE.pdf>.
  3. Hernández, E. (2019). *Agent networks at the last mile* (Technical Guide). CGAP.
  4. Hernández, E. (2019). *Agent networks at the last mile* (Technical Guide). CGAP.



1

2

3

4

5

INTRODUCCIÓN

entorno de transformación tecnológica y de cambio en los hábitos de los consumidores financieros.

En complemento a esta introducción, en el capítulo 2 «Tipificación del canal» se dan algunas clasificaciones del funcionamiento del canal según su esquema de administración y operación, así como su infraestructura. El capítulo 3 «Retos del canal» aborda los retos desde una perspectiva externa e interna, con una mirada orientada a su rediseño y sostenibilidad. Para finalizar, en el capítulo 4 «*Call to action*, desde la perspectiva de la inclusión financiera» se enuncian las estrategias que desde Banca de las Oportunidades se articularán con la industria para el fortalecimiento del canal.

En los anexos de este documento se podrán encontrar las principales cifras del canal, así como una encuesta de percepción sobre su funcionamiento, aplicada a entidades financieras y terceros aliados. Este ejercicio busca profundizar en la comprensión del canal, reconociendo su relevancia estratégica, así como las oportunidades y desafíos que enfrenta en el contexto actual.

- Anexo 1. Principales cifras del canal
- Anexo 2. Encuesta de percepción sobre el funcionamiento del canal - Entidades financieras<sup>5</sup>
- Anexo 3. Encuesta de percepción sobre el funcionamiento del canal - Terceros/redes aliadas<sup>6</sup>



5. Este ejercicio corresponde a un mapeo inicial que permite identificar, de manera general, el rol de los terceros aliados en la operación del canal de corresponsalía. El instrumento fue diligenciado por diecinueve entidades financieras, por lo que será necesario evaluar si se requiere ampliar la muestra para obtener una visión más completa.
6. Este ejercicio corresponde a un mapeo inicial que permite identificar, de manera general, el rol de los terceros aliados en la operación del canal de corresponsalía. El instrumento fue diligenciado por cinco redes/terceros aliados, por lo que será necesario evaluar si se requiere ampliar la muestra para obtener una visión más completa.



1

2

3

4

5

# 2

## TIPIFICACIÓN DEL CANAL

- 2.1. SEGÚN LA MODALIDAD DE PRESTACIÓN DE SERVICIO
- 2.2. SEGÚN SU ESQUEMA DE ADMINISTRACIÓN Y OPERACIÓN
- 2.3. SEGÚN ESQUEMA DE VINCULACIÓN COMERCIAL
- 2.4. SEGÚN EL CUPO PARA SU OPERACIÓN
- 2.5. SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DEL PUNTO





1

2

3

4

5

TIPIFICACIÓN DEL CANAL

En Colombia, existen en total 666.922 contratos de corresponsalía. De acuerdo con la definición de corresponsal incorporada en el artículo 2.36.9.1.2 del Decreto 2555 de 2010, modificada por el Decreto 222 de 2020, cualquier persona natural o jurídica contratada por las entidades financieras puede actuar en tal calidad para prestar determinados servicios financieros.

Los servicios que puede prestar un corresponsal bancario<sup>7</sup> son los siguientes:

1. Recaudo
2. Envío o recepción de giros
3. Depósitos y retiros en efectivo, incluyendo los depósitos electrónicos
4. Transferencias de fondos
5. Consultas de saldo
6. Expedición y entregas de extractos

7. Desembolsos y pagos en efectivo por concepto de operaciones activas de crédito
8. Recepción o entrega de recursos correspondiente a las operaciones de compra y venta de divisas

La evolución del canal de corresponsalía ha dado lugar a la diversificación no solo de actores, infraestructuras de operación del canal, sino de estrategias de despliegue y masificación. Cada entidad financiera ha desarrollado el canal según las necesidades particulares de los segmentos que atiende y de su posición y estrategia en el mercado. A continuación, se presenta la clasificación elaborada por Banca de las Oportunidades, basada en cuatro criterios, con el propósito de ilustrar la diversidad de corresponsales existentes en el país y facilitar la comprensión de sus características operativas y funcionales.



7. Artículo 2.36.9.14. del Decreto 2555 de 2010.



1

2

3

4

5

TIPIFICACIÓN DEL CANAL

# 2.1

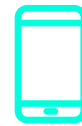
## SEGÚN LA MODALIDAD DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Esta clasificación se basa en la modalidad con la que operan los puntos de corresponsalía. Se identifican tres modelos: **físico**, **móvil** o **digital**.



### Físico:

aquel que presta servicios en las instalaciones físicas fijas en las cuales desarrolla su actividad económica. Con este modelo surgió la corresponsalía, permitiendo a las entidades financieras ofrecer una atención cercana a sus clientes. A diciembre de 2024, este modelo contaba con 644.288 contratos en total, concentrando más del 96,6 % de la red nacional.



### Móvil:

aquel que presta servicios de manera ambulante en nombre de la entidad financiera, utilizando dispositivos móviles conectados en línea o fuera de línea. Este modelo fue autorizado mediante el Decreto 222 de 2020, reconociendo la importancia de innovar en este canal y habilitar la prestación de servicios financieros por terceros que, sin contar con una instalación física, tienen la capacidad de desplazarse y conectarse con la entidad a través de un dispositivo. El canal móvil registra 3526 contratos.




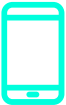

### Digital:

aquel que pone a disposición de los consumidores financieros sus aplicaciones web o móviles, conectadas a las entidades financieras, para que ofrezcan y presten sus servicios. Este modelo también fue habilitado por el Decreto 222 de 2020, permite aprovechar las capacidades desarrolladas por terceros en APP o plataformas digitales, para la prestación de servicios financieros. Este canal registra 19.108 contratos.



Tabla 1.

## Ventajas y desventajas de los modelos físico, móvil y digital

Modelo	Ventajas	Desventajas
Físico 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplia trayectoria y consolidación del modelo que se ve reflejada en la cobertura y capilaridad.</li> <li>• Cercanía y confianza con la comunidad.</li> <li>• Ideal para poblaciones con baja alfabetización digital pues tienen acceso a comunicación directa con los puntos y posibles soporte físicos de las transacciones realizadas.</li> <li>• Sirven como puntos clave para la digitalización del dinero en efectivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altos costos operativos (infraestructura, mantenimiento).</li> <li>• Los usuarios de algunas zonas rurales dispersas pueden tener altos costos en desplazamiento y tiempo.</li> <li>• Limitación en los horarios de atención.</li> <li>• Riesgos en el manejo del efectivo para montos altos.</li> </ul>
Móvil 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidad para llegar a zonas dispersas o rurales.</li> <li>• Acota distancias y costos de desplazamiento para los usuarios.</li> <li>• Mayor eficiencia y reducción de costos en la operación del punto, pues un mismo corresponsal móvil ofrece un portafolio amplio de servicios.</li> <li>• Permite atención personalizada muy cerca de los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una apropiación todavía incipiente.</li> <li>• Riesgos operativos y de seguridad (manejo de efectivo, conectividad).</li> <li>• Dependencia de dispositivos y conectividad estable.</li> <li>• Menor percepción de formalidad frente a puntos físicos.</li> <li>• Puede generar desconfianza en poblaciones con baja alfabetización digital.</li> </ul>
Digital 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta escalabilidad y reducción de costos operativos.</li> <li>• Disponibilidad 24/7 y cobertura nacional.</li> <li>• Se apalanca en tecnologías ya establecidas a través de alianzas tecnológicas.</li> <li>• Mejoras en la experiencia del usuario.</li> <li>• Mayor capacidad adaptativa para integrar nuevas funcionalidades y servicios rápidamente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brecha digital limita acceso en zonas rurales.</li> <li>• Requiere alfabetización tecnológica del usuario.</li> <li>• Riesgos de ciberseguridad y fraude.</li> <li>• Menor interacción humana, lo que puede afectar confianza en ciertos segmentos.</li> <li>• Un modelo que no es viable para transacciones que involucren efectivo.</li> </ul>

# 2.2

## SEGÚN SU ESQUEMA DE ADMINISTRACIÓN Y OPERACIÓN

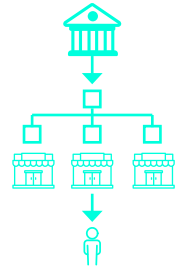
Esta clasificación se basa en la forma en que se gestionan y operan los puntos de corresponsalía. Se identifican tres modelos: **propio**, **tercerizado** e **híbrido**.

### Modelo propio:



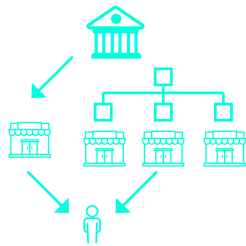
La entidad financiera tiene una relación directa con los puntos que actúan como corresponsales. Aunque puede contar con el apoyo de un tercero para la gestión y administración de estos puntos, bajo este esquema los corresponsales se conectan a través de sistemas de transmisión de datos directamente administrados por la entidad financiera, quien además tiene el control sobre aspectos operativos, tecnológicos, comerciales y de riesgo asociados al punto de atención y a la infraestructura. A 2024, había en el país 34.452 contratos de corresponsalía propia, correspondiente al 5,17 % de los contratos propios existentes.

### Modelo tercerizado:



La entidad financiera contrata a un tercero independiente que administra y opera los puntos de corresponsalía. En este caso, el punto corresponsal tiene relación directa con el tercero, no con la entidad financiera, ya que se conecta a través de sistemas de transmisión de datos administrados por dicho tercero. Este último asume además la gestión de los aspectos operativos, tecnológicos, comerciales y de riesgo sobre el punto de atención y la infraestructura, garantizando la funcionalidad del canal en nombre de la entidad financiera. A diciembre de 2024, existían 632.470 contratos de corresponsalía tercerizados, que corresponden al 94,83 % de los contratos físicos.

### Modelo híbrido:



La entidad combina ambos esquemas, gestionando directamente algunos puntos y delegando la operación de otros en un tercero especializado.





1

2

3

4

5

TIPIFICACIÓN DEL CANAL

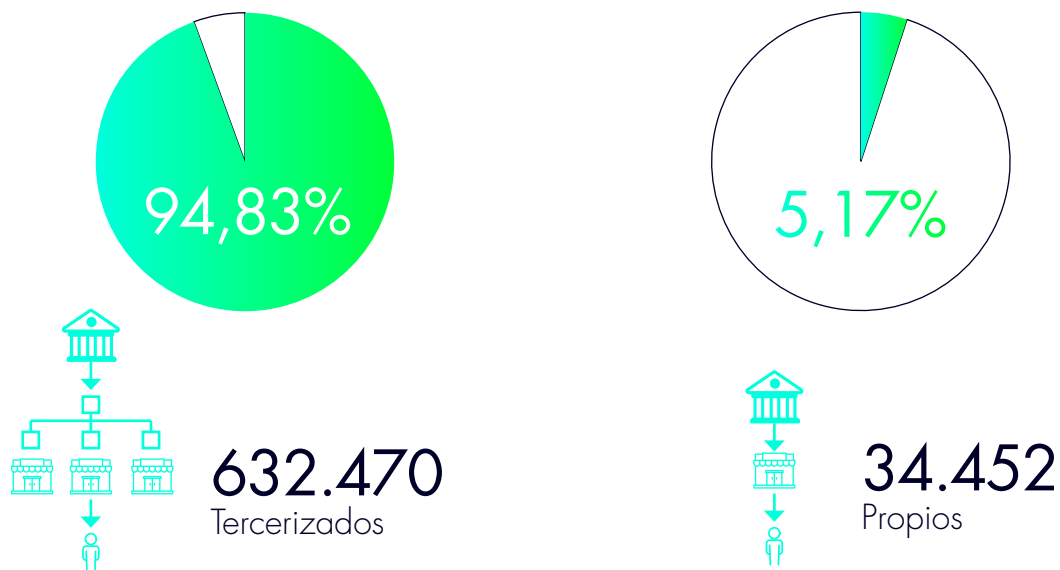
## Gráfica 2.

### Participación de corresponsales propios y tercerizados

Modelo de operación

# 666.992

**Contratos corresponsales:** Físicos, móviles y digitales





**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades con datos de la SFC.



Tabla 2.

## Ventajas y desventajas del modelo propio y tercerizado para corresponsalía

Modelo	Ventajas	Desventajas
<p>Propio</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor control sobre la operación, calidad del servicio y cumplimiento normativo.</li> <li>• Una mejor prospección y relacionamiento con el punto.</li> <li>• Acceso a datos para inteligencia de negocios.</li> <li>• Mayor especialización en la gestión del canal.</li> <li>• Rapidez en la alineación de los objetivos institucionales con la estrategia del canal.</li> <li>• Experiencia de usuario con un mayor grado de estandarización para el usuario final.</li> <li>• Usuarios con niveles de respuesta ante incidentes más expeditos.</li> <li>• Usuarios con mayor cercanía con los prestadores del servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere mayor inversión en infraestructura, tecnología y personal.</li> <li>• Menor capilaridad frente a modelos tercerizados.</li> <li>• Crecimiento más lento de redes.</li> <li>• Mayor carga administrativa y operativa.</li> <li>• Requiere un equipo experto para administrar el canal.</li> </ul>
<p>Tercerizado</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor capilaridad y cobertura territorial.</li> <li>• Menores costos operativos y administrativos para la entidad financiera.</li> <li>• Acceso a infraestructura robusta.</li> <li>• Experiencia de operadores con experiencia en el conocimiento y manejo de puntos.</li> <li>• De cara a los usuarios existe un portafolio más amplio de servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menor control directo sobre la operación y calidad del servicio.</li> <li>• Tiempos en los despliegues de diferentes estrategias y campañas.</li> <li>• Dependencia de terceros para la gestión de incidentes.</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades con datos del Proyecto de acompañamiento a corresponsales bancarios (2019).



1

2

3

4

5

TIPIFICACIÓN DEL CANAL

# 2.3

## SEGÚN ESQUEMA DE VINCULACIÓN COMERCIAL

Esta clasificación corresponde al tipo de relación contractual o comercial que la entidad financiera establece con los puntos o las redes que los administran. Se identifican dos modelos: **exclusivo** y **multibanco**.



**Exclusivo:**

punto que opera los servicios de corresponsalía únicamente para una entidad financiera, bien sea porque se trata de un contrato propio o porque bajo un contrato tercerizado se establece un acuerdo comercial que restringe al punto de corresponsalía a operar únicamente con sus productos y servicios. En este esquema, los usuarios solo pueden realizar transacciones o acceder a servicios financieros de esa entidad.



**Multibanco:**



punto que presta los servicios de corresponsalía para más de una entidad financiera. En este caso, se establecen contratos individuales con cada una de las entidades financieras, de tal forma, que los usuarios pueden acceder en un mismo lugar a los productos y servicios de diferentes entidades, ampliando la oferta y conveniencia del canal.

Aunque un punto de corresponsalía pueda prestar servicios de varias entidades financieras, esto ocurre por la relación contractual individual y no porque el esquema sea interoperable. La interoperabilidad definida por CGAP es la capacidad de diferentes sistemas para conectarse entre sí<sup>8</sup>. Según el Banco de la República de Colombia este término se entiende como la capacidad de diferentes plataformas y redes de pagos para interactuar y operar entre sí de manera eficiente y sin problemas. En Colombia el canal no es interoperable.



8. Garcia Arabehty, P., Chen, G., Cook, W. y McKay, C. (2016). *Interoperabilidad de las finanzas digitales e inclusión financiera: Un análisis de 20 países* [Documento de trabajo]. CGAP. <https://www.cgap.org/sites/default/files/Interoperability-Spanish.pdf> [cgap.org].

**Tabla 3.**
**Ventajas y desventajas del modelo exclusivo y multibanco**

Modelo	Ventajas	Desventajas
Exclusivo 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación más estrecha entre el corresponsal y la entidad financiera, lo que puede facilitar la capacitación, supervisión y control.</li> <li>• Mayor alineación de marca ya que el punto representa exclusivamente a una entidad, fortaleciendo su presencia en el territorio.</li> <li>• Simplificación operativa para el corresponsal al manejar procesos y sistemas de una sola entidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menor oferta para el usuario, lo que puede limitar su acceso a servicios financieros de otras entidades.</li> <li>• Menor eficiencia del canal en zonas con baja densidad poblacional donde sería más útil ofrecer servicios de varias entidades.</li> </ul>
Multi-banco 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor valor para el usuario al permitirle acceder a servicios de múltiples entidades en un solo punto.</li> <li>• Aprovechamiento de la infraestructura instalada, especialmente en zonas rurales o de difícil acceso.</li> <li>• Diversificación de ingresos para el corresponsal, al recibir comisiones de varias entidades.</li> <li>• Estandarización de la experiencia de usuario con el servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor complejidad operativa, ya que el corresponsal debe manejar diferentes plataformas, procesos y protocolos.</li> <li>• Riesgo de conflictos entre entidades, especialmente si hay competencia directa por clientes o servicios.</li> <li>• Desafíos en la estandarización del servicio, lo que puede afectar la calidad y la experiencia del usuario.</li> <li>• La coexistencia de múltiples marcas puede generar confusión en los usuarios, quienes no logran reconocer fácilmente la oferta transaccional de cada entidad.</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades.



1

2

3

4

5

TIPIFICACIÓN DEL CANAL

# 2.4

## SEGÚN EL CUPO PARA SU OPERACIÓN

Esta clasificación permite identificar si el punto de correspondencia cuenta con cupo de la entidad financiera o el tercero/red aliada para operar, caracterizándolos como **prepago**, **mixto** o **con cupo asignado**. Se entiende como cupo al monto máximo de fondos que un correspondiente puede controlar en un periodo de tiempo determinado.



### Prepago:

el punto de correspondencia opera con recursos propios, se asemeja a una recarga, en donde el correspondiente añade saldo con sus propios recursos para operar, esto implica que el fondeo se hace por adelantado. La entidad financiera no asigna un cupo.



### Mixto:

en este esquema el punto de correspondencia puede operar bajo los dos modelos mencionados, prepago o con cupo asignado.



### Con cupo asignado:

la entidad financiera otorga un cupo que permite a los correspondientes realizar transacciones. Este cupo representa una relación inversa entre las operaciones de *Cash-In* (ingreso de efectivo) y *Cash-Out* (retiro de efectivo) que aumentan o disminuyen el monto que el correspondiente «debe» a la institución financiera. Los correspondientes pueden recibir transacciones hasta el monto máximo asignado. Una vez alcanzado este límite, deben depositar los excedentes para continuar realizando transacciones que impliquen entrada de efectivo, o esperar efectuar transacciones de salida efectivo, como retiros. Si no se mantiene un balance entre las operaciones de *Cash-In* y *Cash-Out*, el correspondiente deberá consignar los excedentes, a través del mecanismo de recaudo habilitado para tal fin.





1

2

3



4

5

TIPIFICACIÓN DEL CANAL

Tabla 4.

## Ventajas y desventajas del modelo prepago y con cupo asignado

Modelo	Ventajas	Desventajas
Prepago 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo riesgo para la entidad financiera.</li> <li>• Mayor control del corresponsal sobre sus fondos.</li> <li>• No requiere consignación de excedentes.</li> <li>• Menores costos operativos.</li> <li>• De cara a los usuarios no existen limitaciones de cupo para que el corresponsal realice las transacciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitado por la liquidez del punto, pues debe tener saldo disponible.</li> <li>• Requiere que el punto «recargue» frecuentemente la capacidad operativa para operar.</li> <li>• Puede afectar la continuidad del servicio si se agota el saldo.</li> <li>• Bajos incentivos para que el corresponsal priorice las transacciones financieras sobre las actividades propias de su negocio principal.</li> </ul>
Con cupo asignado 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor capacidad de operación.</li> <li>• No requiere que el corresponsal disponga de un músculo financiero propio para operar.</li> <li>• Adecuado para corresponsales con alto volumen de transacciones.</li> <li>• Flexibilidad si se mantiene el balance entre Cash-In y Cash-Out.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgo operativo para la entidad financiera.</li> <li>• Riesgo de crédito para la entidad financiera en caso de que el punto no consigne los excedentes de la operación.</li> <li>• Si no hay un adecuado balance entre las entradas y salidas de efectivo requiere consignación de excedentes.</li> <li>• Implica desplazamientos y costos de oportunidad.</li> <li>• Puede interrumpir la operación si se alcanza el límite del cupo.</li> </ul>



# 2.5

## SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DEL PUNTO

Esta clasificación permite identificar el nivel de equipamiento, conectividad y soporte tecnológico de cada punto, categorizándolos como **robusto**, **intermedio** o **básico**.

- **Puntos robustos:** se asemejan a las oficinas bancarias en su infraestructura y nivel de servicio, aunque con una estructura más ligera. En la mayoría de los casos estos puntos son administrados directamente por la entidad financiera o por un tercero que adecua la infraestructura física de un local y presta exclusivamente servicios financieros habilitados en corresponsalía. Algunos se ubican en cercanía a sucursales como estrategia de descongestión operativa, mientras que otros se han especializado en segmentos o servicios específicos, ofreciendo una atención más personalizada, ágil y eficiente.
- **Puntos intermedios:** corresponden a puntos físicos de grandes superficies, cadenas de supermercados y

empresas con una gran capilaridad en el territorio nacional como operadores postales, empresas de giros, apuestas o estaciones de servicio que, además de su actividad principal, habilitan sus cajas o ventanillas para ofrecer uno o más servicios del canal de corresponsalía. Este modelo se caracteriza por su amplia cobertura, así como por la estandarización de procesos.

- **Puntos básicos:** corresponden a los pequeños comercios de barrio como tiendas, farmacias, ferreterías o papelerías que prestan servicios financieros en corresponsalía. Su fortaleza radica en la proximidad geográfica y social con la comunidad, lo que les permite fomentar la confianza y el acceso en zonas donde tradicionalmente no existe infraestructura financiera formal. Sin embargo, presentan menor estandarización en la calidad del servicio, la gestión operativa y los mecanismos de control, lo que plantea retos para su supervisión y sostenibilidad.

### Gráfica 3.

#### Algunos ejemplos de puntos robustos, intermedios y básicos

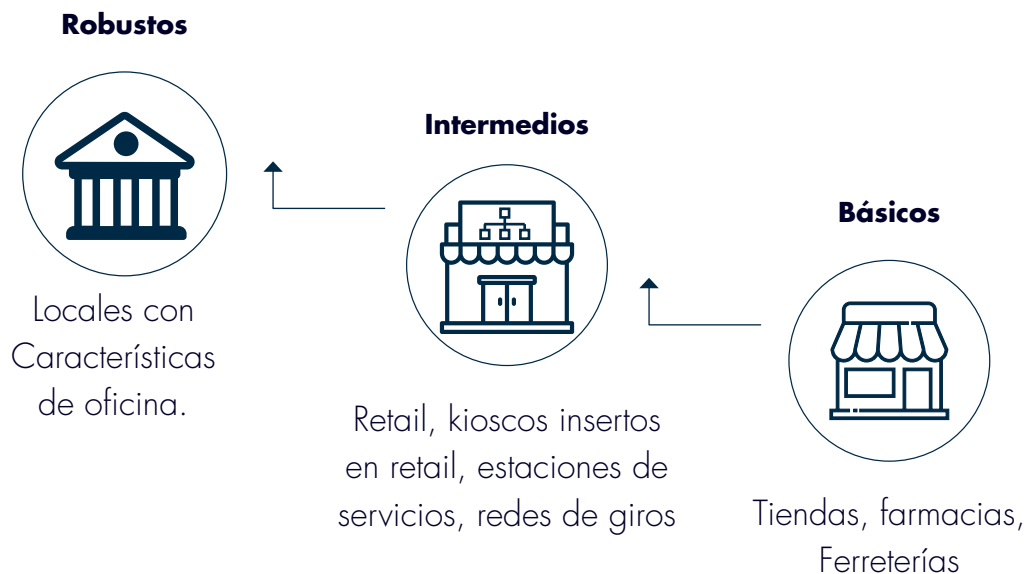





Tabla 5.

## Ventajas y desventajas de los puntos robustos, intermedios y básicos

Modelo	Ventajas	Desventajas
Robusto 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estandarización del servicio y procesos.</li> <li>• Equipamiento del punto que cumple estándares de seguridad para aceptar transacciones de mayores montos.</li> <li>• Posibilidad de atención personalizada y eficiente.</li> <li>• Mayor visibilidad de marca.</li> <li>• Alta disponibilidad de efectivo.</li> <li>• Generan confianza al consumidor financiero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor inversión en infraestructura y adecuación del punto.</li> <li>• Horarios de atención estandarizados, semejante a oficina.</li> </ul>
Intermedio 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta capilaridad en zonas urbanas y semiurbanas.</li> <li>• Aprovecha infraestructura existente, reduciendo costos.</li> <li>• Estandarización de procesos.</li> <li>• Los usuarios tienen cobertura financiera en lugares en donde realizan compras cotidianas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menor especialización en servicios financieros.</li> <li>• Dependencia de la actividad principal del comercio.</li> <li>• Poca señalización o identificación de marca.</li> </ul>
Básico 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta cercanía y confianza con la comunidad.</li> <li>• Cobertura en zonas rurales y barrios periféricos.</li> <li>• Costos operativos reducidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menor estandarización en calidad y procesos.</li> <li>• Volatilidad en la disponibilidad del efectivo.</li> <li>• Limitaciones tecnológicas y de infraestructura.</li> <li>• Cupos bajos para operar.</li> <li>• Pocos incentivos para priorizar la prestación del servicio financiero frente al negocio propio.</li> <li>• No se pueden controlar malas prácticas: cobros a los usuarios, indisponibilidad del servicio.</li> <li>• Retos en supervisión y sostenibilidad.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia Banca de las Oportunidades.



1

2

3

4

5

TIPIFICACIÓN DEL CANAL

# LOS MODELOS DE CORRESPONSALÍA EN CIFRAS

A cierre de 2024 Colombia contaba con un total de 666.922 contratos de corresponsalía. De este total, 644.288 contratos eran físicos (96,6 %), 3526 eran móviles (0,5 %) y 19.108 digitales (2,9 %).

En términos transaccionales, los corresponsales físicos concentraron la mayor participación: 98,8 % del monto total transado y 96,4 % del número de operaciones. Al comparar el valor promedio por transacción, los corresponsales móviles presentaron el monto más alto (\$494.288), seguidos por los físicos (\$395.478) y, finalmente, los digitales (\$117.721).

Dentro del canal físico, la mayoría de los contratos fueron tercerizados: 94,7 % de los contratos físicos son operados por terceros aliados (609.866), mientras que solo el 5,3 % (34.422) son puntos propios. No obstante, pese a su menor participación, los corresponsales propios exhibieron mayores niveles de actividad, con un monto promedio por transacción más alto (\$403.512) y un mayor promedio de operaciones por punto (12.135) en comparación con los corresponsales tercerizados.

Finalmente, cabe resaltar que el 95,3 % del monto transado a través de corresponsales físicos propios y el 78,2 % del monto operado a través de corresponsales físicos tercerizados se concentran en una sola entidad financiera. En número de operaciones dicha participación representa el 93,1 % de las operaciones en corresponsales físicos propios y el 65,7 % en corresponsales físicos tercerizados.

**Tabla 6.**

## Número de corresponsales y número y monto de operaciones monetarias por tipo y modelo de operación -2024

		Número de corresponsales	Monto de transacciones (billones)	Número de operaciones (millones)	Monto promedio	Transacciones promedio por punto
Total		666.922	379,3	983,0	385.861	1474,0
Tipo de corresponsal	Físicos (%)	644.288 (96,6)	374,6 (98,8)	947,3 (96,4)	395.478	1470,2
	Móviles (%)	3526 (0,5)	0,6 (0,2)	1,3 (0,1)	494.288	364,3
	Digitales (%)	19.108 (2,9)	4,1 (1,1)	34,5 (3,5)	117.721	1805,1
Modelo de operación	Físicos tercerizados (%)	609.866 (94,7)	206,1 (55,0)	529,5 (55,9)	389.140	868,6
	Físicos propios (%)	34.422 (5,3)	168,6 (45,0)	417,7 (44,1)	403.512	12.135,5

**Fuente:** elaboración propia con base en el Formato 534 y 413 de la SFC.

El rediseño del canal de corresponsalía planteado en este documento se limita exclusivamente a la revisión de la corresponsalía física. Por lo tanto, a partir de este punto, la

descripción de las clasificaciones, los retos y la agenda estratégica se enfocará únicamente en este ámbito.



1

2

3

4

5

# 3

## RETOS DEL CANAL

**3.1. RETOS EXTERNOS:**  
ENTORNO Y CONTEXTO

**3.2. RETOS INTERNOS:**  
OPORTUNIDADES DE MEJORA  
DESDE UNA PERSPECTIVA  
OPERATIVA Y DE GESTIÓN





1

2

3

4

5

RETOS DEL CANAL

# 3.1

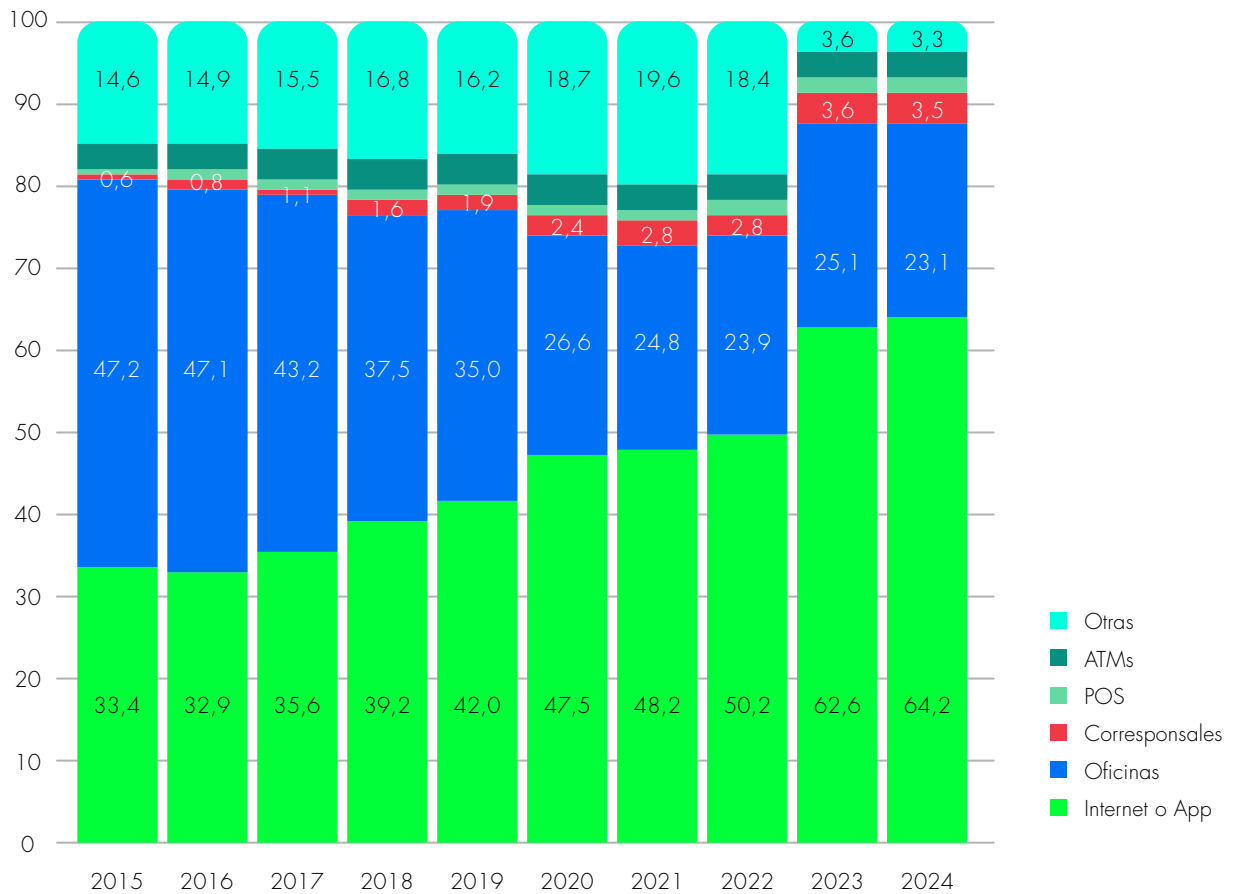
## RETOS EXTERNOS: ENTORNO Y CONTEXTO

**La disminución de la participación de las transacciones en canales presenciales** evidencia la necesidad de repensar el papel estratégico que deben desempeñar los canales físicos como el de corresponsalía. Este proceso debe abordarse con una vi-

sión centrada en la inclusión financiera y el impulso a la transformación digital, de manera tal que se genere una evolución y complementariedad entre el mundo físico y digital y así garantizar su relevancia y sostenibilidad en los próximos años.

Gráfica 4.

Participación en el monto total de operaciones monetarias por canal, 2015-2024



Fuente: elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC.

\*Incluye ACH débito automático audio respuesta servicio transaccional, call center, IVR y RAS.



1

2

3

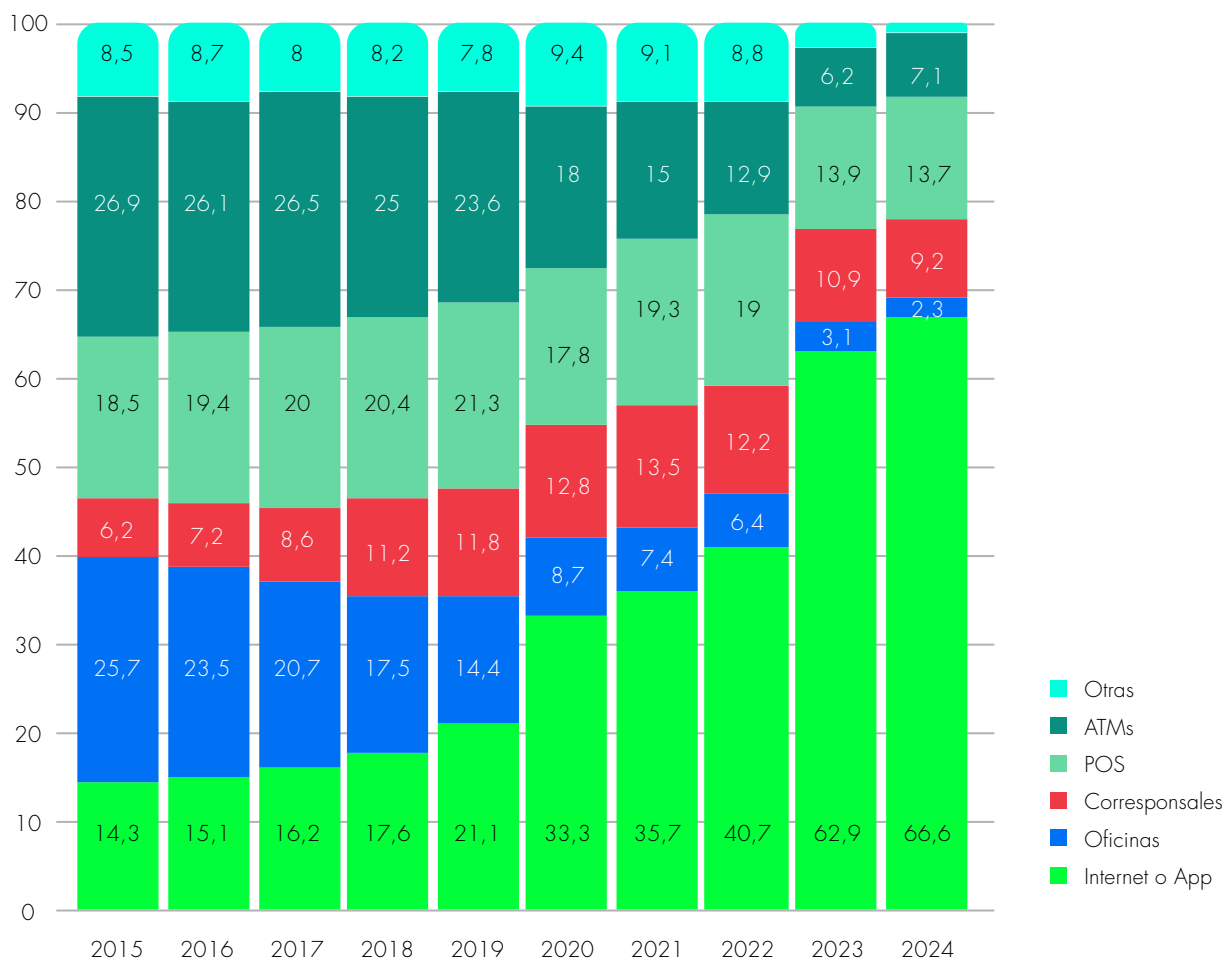
4

5

RETOS DEL CANAL

Gráfica 5.

## Participación en el número total de operaciones monetarias por canal, 2015-2024



**Fuente:** elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC.

\*Incluye ACH débito automático audio respuesta servicio transaccional, *call center*, IVR y RAS.

**La brecha de acceso entre zonas urbanas y rurales ha tenido un aumento sostenido** que pasó de 24,2 puntos porcentuales en 2018 a 36,0 pp en 2024. Esta realidad evidencia la necesidad de fortalecer integralmente el canal de corresponsalía como una estrategia para garantizar la inclusión financiera en las comunidades más

apartadas, con baja densidad poblacional y alta dispersión geográfica. En este contexto, la consolidación de redes de servicios de efectivo (CICO) es esencial para fortalecer la confianza y cercanía de los usuarios y dinamizar los ecosistemas de pagos digitales, clave para que los municipios rurales avancen al mismo ritmo que las ciudades.



1

2

3

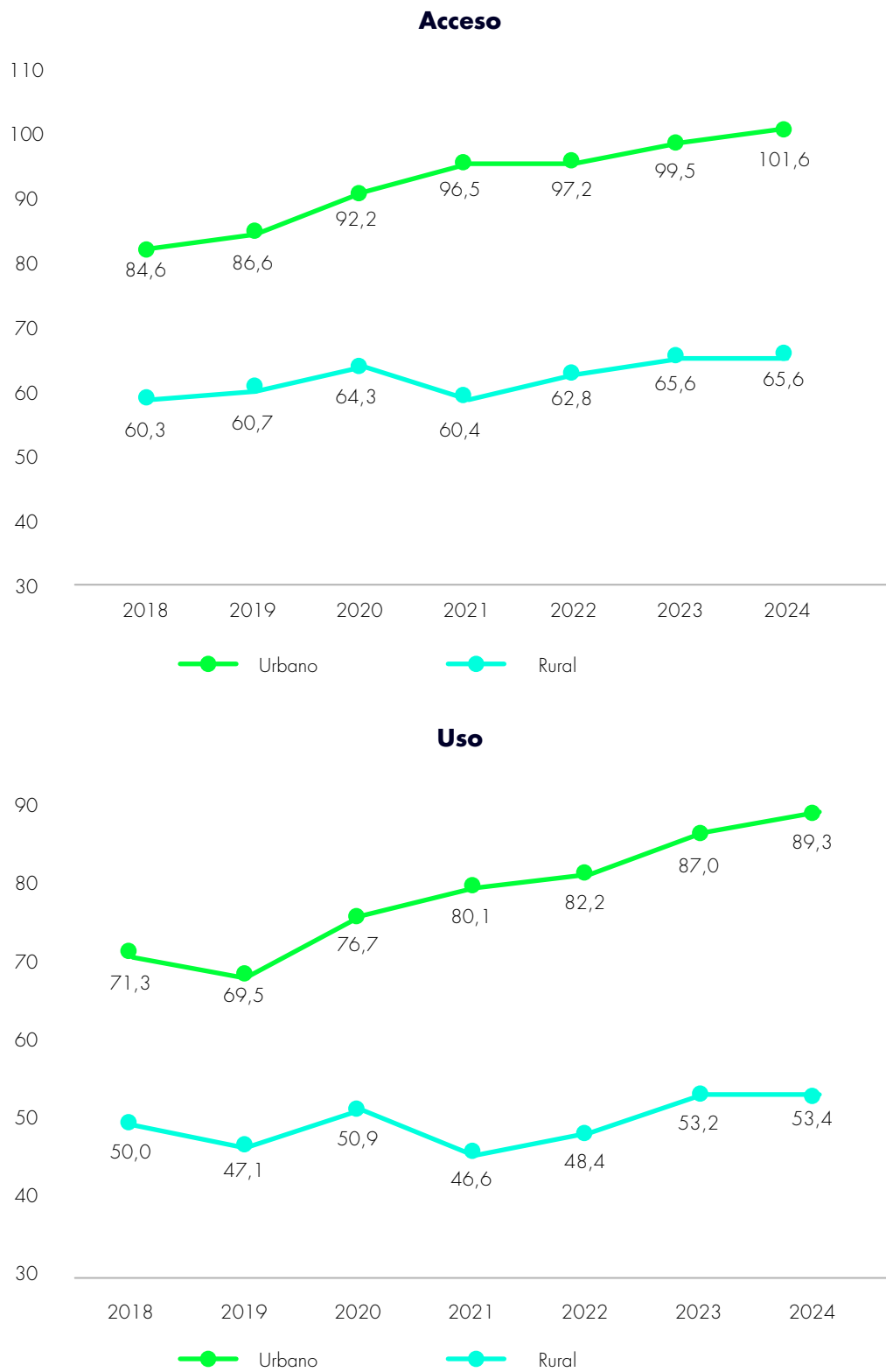
4

5

RETOS DEL CANAL

Gráfica 6.

### Indicadores de acceso y uso a productos financieros por categorías de ruralidad



Fuente: elaboración propia Banca de las Oportunidades con datos de Transunion.



1

2

3

4

5

RETOS DEL CANAL

**La expansión de nuevas soluciones digitales e interoperables de pagos** ha transformado significativamente la infraestructura tecnológica del sistema financiero. El reciente lanzamiento de Bre-B marca un hito en este proceso, al habilitar la interoperabilidad plena entre entidades y plataformas, lo que facilita transacciones más ágiles, seguras y eficientes para los usuarios. Este nuevo entorno plantea la necesidad de repensar el modelo operativo del canal de corresponsalía, orientándolo

hacia una mayor eficiencia y complementariedad con los canales digitales, de manera que ambos ecosistemas — físico y digital— se fortalezcan mutuamente y contribuyan de forma articulada a la profundización de la inclusión financiera en el país.

A 31 de diciembre de 2025, el nuevo sistema de transferencias inmediatas Bre-b ha registrado más de 96 millones de llaves, con más de 33 millones de clientes:

Gráfica 7.

## Principales indicadores del sistema de pagos inmediatos Bre-B



**Fuente:** Banco de la República.

Indicadores – Directorio Centralizado (DICE). Banco de la República.

Con estos hechos se evidencia que el canal se enfrenta al reto de evolucionar y adaptarse a un entorno financiero cada vez más digital e interconectado. Su papel, históricamente clave en la inclusión financiera, debe proyectarse hacia una nueva etapa en la que la eficiencia, la complementariedad con lo digital y la innovación definan su sostenibilidad futu-

ra. El desafío consiste en reorientar su valor estratégico, no solo como un canal de acceso, sino como una infraestructura esencial para la integración financiera y territorial del país, razón por la cual modelos interoperables podrían establecer una nueva corresponsalía bancaria para fortalecer su relevancia en un ecosistema financiero cada vez más digital.



1

2

3

4

5

RETOS DEL CANAL

# 3.2

## RETOS INTERNOS: OPORTUNIDADES DE MEJORA DESDE UNA PERSPECTIVA OPERATIVA Y DE GESTIÓN

A pesar de su consolidación como un canal esencial para la inclusión financiera, la corresponsalía enfrenta diversos retos internos que inciden directamente en su sostenibilidad y eficiencia operativa. Estos desafíos no se presentan de manera uniforme, sino que varían según la **tipificación del canal**, especialmente entre corresponsales **propios** y **tercerizados**.

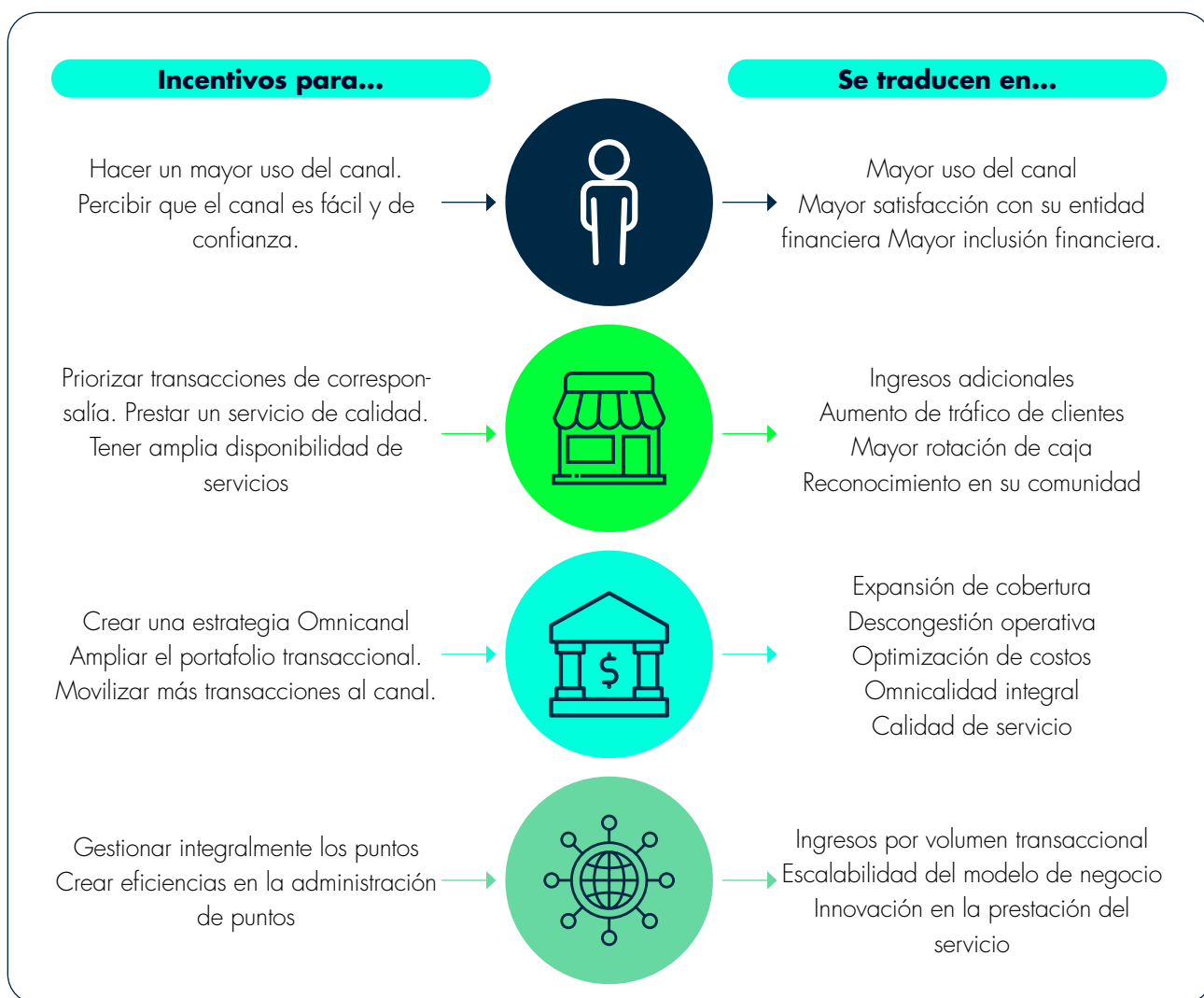
Una diferencia clave se observa en el **nivel de actividad y volumen de transacciones**. Los corresponsales propios tienden a mostrar una mayor importancia, el 80,8 % de los puntos propios se encuentran activos frente al 57,1 % de actividad en los tercerizados. En términos de la transaccionalidad los puntos propios reportan el 72% del monto de las transacciones realizadas en el canal y el 69% del número versus el 28 % en monto y 31 % en número reportado en los puntos tercerizados. Esta diferencia puede estar relacionada con factores como la capacitación, el control operativo y los incentivos asociados a cada tipo de canal.

A pesar de su consolidación como un canal esencial para la inclusión financiera, la corresponsalía enfrenta diversos retos internos que inciden en su sostenibilidad y eficiencia operativa. Al tratarse de un canal en el que confluyen múltiples actores, la alineación de incentivos a lo largo

de toda la cadena de valor representa un desafío central. La sostenibilidad del canal en el largo plazo depende de que cada uno de los involucrados encuentre un valor claro en su participación: desde las entidades financieras, pasando por las redes administradoras, agregadoras o gestoras de los puntos, hasta los comercios cuyos perfiles varían según la tipología previamente descrita y, finalmente, los usuarios.

Esto implica que exista un caso de negocio claro para toda la cadena que incluya la viabilidad económica, eficiencia operativa y condiciones adecuadas de gestión y que, al mismo tiempo, el servicio prestado responda de manera efectiva a las necesidades y preferencias de los usuarios.





Cuando estos incentivos no están alineados, se limita la operación en condiciones óptimas y se afecta la calidad, el alcance y la continuidad del servicio, restringiendo el potencial del canal como herramienta de inclusión financiera, a continuación, se presentan otros desafíos del canal.

- **Estabilización en el número de puntos** tras un crecimiento acelerado en sus primeros años, a niveles de más de dos dígitos, el canal ha mostrado una tendencia de desaceleración e incluso reducción en el número de puntos activos. Se observa una sobrerrepresentación en zonas urbanas y zonas con demanda insatisfecha.
- **Disponibilidad de información agregada y consolidada** sobre el número de puntos

que operan en el país, así como sobre sus modelos operativos, ubicación geográfica y nivel de transaccionalidad, es reducida. Esto se debe a que la mayoría de los puntos funcionan bajo modelos tercerizados y pueden prestar servicios de corresponsalía a más de una entidad financiera. Como resultado, no existe correspondencia entre el número de contratos reportados por las entidades y el número real de puntos en el país.

Esta situación profundiza las brechas de información y genera vacíos en el conocimiento del canal, lo que limita las actividades de focalización y priorización, y favorece la proliferación de puntos sin una evaluación territorial estratégica basada en análisis geoespaciales que consideren factores de oferta y demanda.



1

2

3

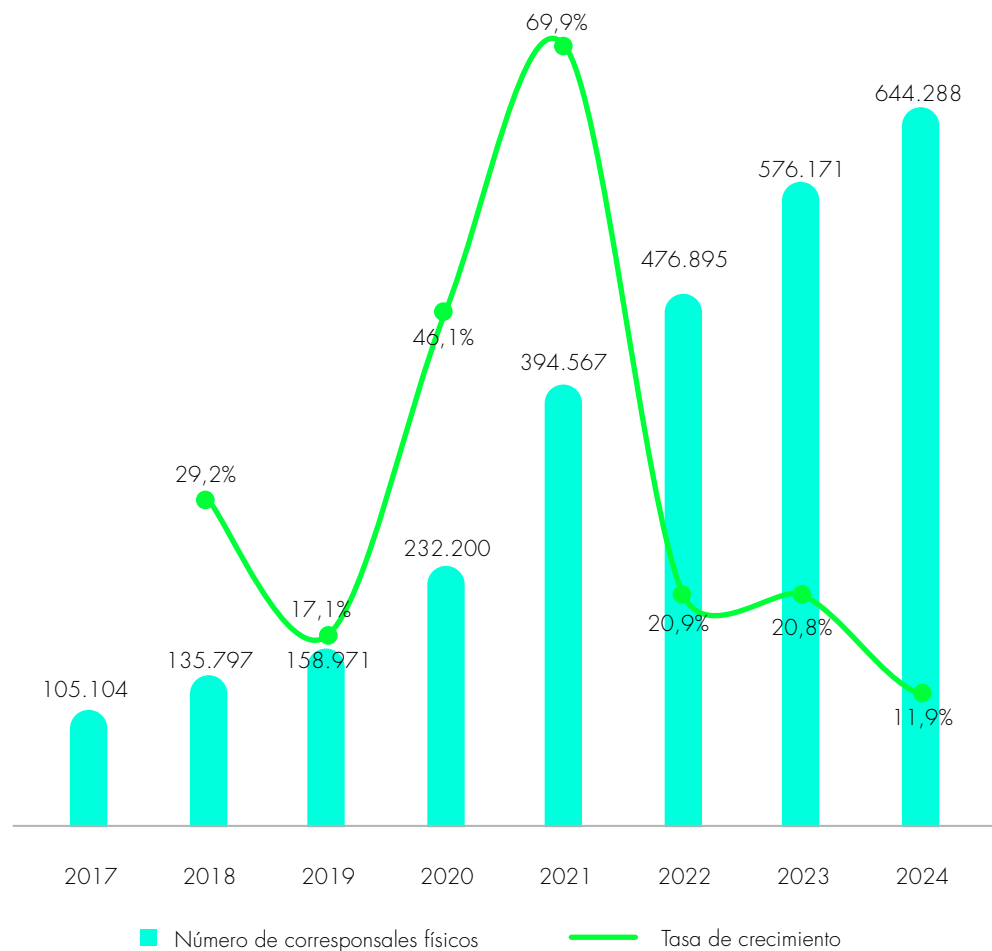
4

5

RETOS DEL CANAL

Gráfica 8.

## Número de contratos y crecimiento de los corresponsales físicos



Fuente: elaboración propia Banca de las Oportunidades y SFC.

- **Altos niveles de inactividad:** el predominio del modelo tercerizado, en el que se prioriza el crecimiento de la red por número de puntos y no por su nivel de actividad transaccional de cada uno, evidencia oportunidades de mejora en la focalización y asignación de puntos. Actualmente, el nivel de actividad de los corresponsales tercerizados se mantiene alrededor del 57 %, tanto en zonas urbanas como rurales. Esto demanda una visión más estratégica de apertura, gestión y mantenimiento de cada punto, orientada a optimizar su cobertura efectiva y la sostenibilidad operativa.
- **Aprovechamiento limitado del portafolio de servicios:** aunque la regulación habilita una amplia gama de operaciones, la actividad del canal se concentra principalmente en depósitos, retiros de efectivo y recaudo de servicios no financieros (98,8 % en monto y 99,1 % en número de las transacciones totales), desaprovechando su potencial para diversificar servicios financieros, profundizar la inclusión y atender de manera más integral las distintas necesidades del consumidor financiero. En particular, resulta clave explorar el potencial para integrar en el canal procesos como originación y desembolso de microcréditos, verificación de información comer-



1

2

3

4

5

RETOS DEL CANAL

cial, activación de soluciones de pagos empresariales, acompañamiento en digitalización de pequeños comercios y educación financiera a la población.

- **Diversidad en la operación del canal y falta de estandarización:** la participación de múltiples actores en la operación del canal, con una alta delegación en terceros, genera una experiencia de usuario heterogénea y una gestión operativa fragmentada, en la que los incentivos entre las distintas partes, entidades financieras, redes que gestionan o agregan los puntos, puntos de atención y usuarios finales, pueden desalinearse.

La ausencia de reglas de negocio estándar conlleva una administración diferenciada de riesgos y procesos. A manera ilustrativa, pueden mencionarse las variaciones en los tipos de contratos suscritos entre las entidades financieras y las redes aliadas, así como en los plazos y la gestión de los cupos.

Este escenario se acentúa particularmente en el modelo tercerizado, en el que se evidencia una falta de seguimiento individual por punto, lo que limita la posibilidad de definir estrategias comerciales adecuadas, establecer KPI o metas claras, definir y asignar roles y generar acuerdos sobre aspectos clave como

los horarios de atención, la disponibilidad del servicio, la calidad de la experiencia del cliente, algunas definiciones sobre la asignación del cupo de operación y el fraccionamiento de operaciones.

- **Ausencia de interoperabilidad en el canal:** el esquema multibanco funciona bajo relacionamientos individuales, lo que implica que el canal no es interoperable porque las reglas de juego tanto operativas como comerciales son diferentes para cada entidad, esto genera mayores costos para las entidades y afecta negativamente la experiencia de los usuarios, quienes no pueden realizar transacciones de cualquier entidad financiera en el punto.
- **Falta de capacidades digitales y comerciales:** para que el canal pueda ser un punto eficiente que conecta lo digital con lo físico se requiere el robustecimiento de capacidades digitales de los operadores de puntos del canal, así como el fortalecimiento en capacidades técnicas y de negocio que permitan que el canal migre de un punto meramente transaccional a un punto que pueda brindar mayores servicios a la comunidad, como asesorías, relacionamiento y comercialización de productos financieros más sofisticados como seguros y crédito.





1

2

3

4

5

# 4

## CALL TO ACTION DESDE LA INCLUSIÓN FINANCIERA





1

2

3

4

5

El canal de corresponsalía trasciende su función transaccional tradicional como mecanismo para depósitos y retiros de efectivo, y ofrece un alto potencial para conectar a los diferentes territorios y poblaciones del país mediante un modelo costo eficiente, cercano y cotidiano, que habilita el acceso y el uso de diversos productos y servicios de valor, tanto financieros como no financieros. La regulación vigente permite una oferta mucho más amplia de servicios —como la apertura de productos de ahorro, la recepción de documentación, la gestión de solicitudes de crédito—que aún no se aprovecha plenamente.

El reto que tenemos como país es cómo potencializar el rol del corresponsal como canal clave para impulsar la inclusión financiera en la era digital y fortalecer la atención de la última milla, especialmente en territorios donde la presencia bancaria es limitada y los ecosistemas digitales enfrentan desafíos de adopción y confianza. Este canal tiene el potencial de articular una oferta integral de pro-

ductos y servicios financieros, capaz de responder a las distintas necesidades, características y contextos de las personas, los hogares y las microempresas, promoviendo así una participación más activa y sostenible en el sistema financiero.

Por ello, Banca de las Oportunidades ha definido una agenda estratégica orientada a revisar y rediseñar el rol de la corresponsalía desde una mirada integral del canal, con el propósito de avanzar hacia una versión 2.0 de la corresponsalía. Esto implica adoptar una visión 360° de toda la cadena de valor del canal, basada en tres pilares o ejes estratégicos: inclusión financiera, sostenibilidad y eficiencia, los cuales se sostendrán de manera simultánea en el desarrollo de la interoperabilidad del canal.

Este documento es el punto de partida para mapear el estado actual del canal y definir las acciones necesarias para la construcción de la versión 2.0 de la corresponsalía.





1

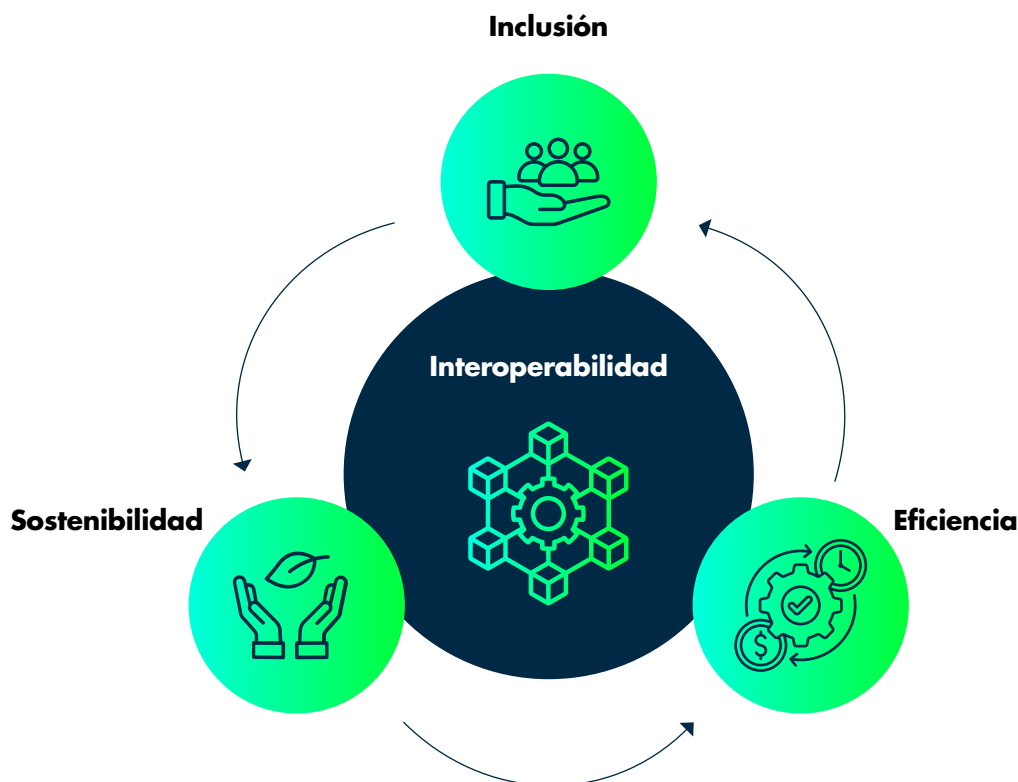
2

3

4

5

## Ejes estratégicos del modelo de corresponsalia 2.0



- **Sostenibilidad:** se refiere a la capacidad del modelo de corresponsalia para adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado, garantizando su viabilidad económica y generando valor para todos los actores del ecosistema, en particular, para las entidades financieras, los puntos de corresponsalia y los usuarios del canal. Un canal sostenible equilibra los incentivos, promueve relaciones de largo plazo y asegura la continuidad del servicio.
- **Interoperabilidad:** hace referencia a la capacidad del canal para integrar servicios y conectar múltiples entidades financieras, permitiendo que cada corresponsal funcione como un punto universal de atención. La interoperabilidad busca equilibrar volúmenes transaccionales, potenciar la cobertura y ofrecer una experiencia homogénea y confiable al usuario final.
- **Inclusión financiera:** se refiere al cierre de brechas de acceso y uso de productos y servicios financieros en la última milla, especialmente entre la población que se encuentra desatendida o subatendida financieramente —la población en condición de pobreza y vulnerabilidad, comunidades rurales, micronegocios y pymes—. Este eje busca que la corresponsalia responda a las necesidades particulares de los territorios y sus poblaciones, reconociendo su diversidad, y que actúe como una palanca para fortalecer el bienestar financiero.
- **Eficiencia:** corresponde a la implementación de esquemas operativos y tecnológicos que optimicen los recursos, reduzcan fricciones y mejoren la experiencia del cliente. La eficiencia asegura procesos ágiles, seguros y escalables, que fortalezcan la competitividad del canal y su capacidad de respuesta. Resulta clave aprovechar las nuevas tecnologías y los avances del país en materia de pagos digitales para potenciar su desempeño, relevancia y calidad del servicio.



1

2

3

4

5

Para responder a los desafíos del canal y potenciar su papel en la inclusión financiera de manera sostenible y eficiente, se ha creado una estrategia integral de transformación que busca articular los diferentes frentes del modelo, reconocer la diversidad de actores que intervienen en su operación y armonizar las múltiples estrategias

desplegadas por las entidades financieras. Para ello, es necesario analizar el canal desde una óptica integral, en la que se tendrán en cuenta cuatro frentes que concentran las principales funciones y responsabilidades del canal: operativo, riesgos, tecnológico y comercial.



A continuación se presenta la estrategia —junto con las acciones asociadas— que Banca de las Oportunidades implementará para avanzar hacia esta versión 2.0 del canal. Esta estrategia será desarrollada de manera co-creada y coparticipativa con la industria y los distintos grupos de interés.

La piedra angular de la estrategia será el desarrollo de una consultoría para rediseño estratégico del canal de corresponsalía hacia un modelo interoperable que sea inclusivo, eficiente y sostenible. Esta consultoría comprenderá las siguientes fases:

- Mapeo integral del ecosistema: identificación de actores, roles, modelos de operación y demás elementos relevantes.

- Formulación de escenarios de rediseño del canal: propuesta de escenarios contruidos de manera participativa.
- Selección del escenario óptimo y definición de la hoja de ruta para su implementación.

La construcción del escenario óptimo incluirá propuesta de acción en los componentes comerciales, de riesgos, operativo y tecnológico del modelo de corresponsalía requeridos para alcanzar mayores niveles de inclusión, sostenibilidad, eficiencia e interoperabilidad.



1

2

3

4

5

## Corresponsales 2.0 en Colombia: rediseñando su rol estratégico para la inclusión financiera en la era digital

### ¿Qué aspectos se analizarán?



#### Frente comercial

- Prospección y selección de puntos
- Distribución estratégica de puntos.
- Incentivos de operación para todos los actores de la cadena
- Niveles de servicio y atención
- Diversidad de transacciones
- Señalización de puntos
- Capacitaciones
- Estrategias diferenciadas: rural y urbano.



#### Frente de riesgos

- Gestión de riesgo de liquidez, de crédito, de lavado de activos, operativo, etc. En particular:
  - Vinculación y conocimiento del cliente
  - Análisis de riesgos para la asignación de cupos
  - Transacciones sospechosas y prevención de fraude



#### Frente operativo

- Acuerdos de servicios
- Procesos de compensación, liquidación y conciliación
- Gestión de fallas operativas
- Control de cupos y manejo de efectivo
- Cierre y apertura de puntos
- Pago de comisiones aplicando las tarifas negociadas



#### Frente tecnológico

- Instalación, despacho y prueba de tecnología
- Mantenimiento de la tecnología y soporte técnico
- Producción y desarrollo de nuevas funcionalidades
- Acuerdos de servicio.

### Acciones



#### Consultoría: Rediseño estratégico del canal de corresponsalía hacia un modelo interoperable

- Mapeo de todos los actores del ecosistema
- Propuesta de escenarios para el rediseño e interoperabilidad del canal, esto se dará en escenarios co-creados con la industria
- Selección del escenario óptimo y hoja de ruta para su implementación.



#### Esquema de reporte de cupos

Reporte centralizado de la información de los cupos otorgados a los corresponsales en Colombia.



#### Análisis geoespacial de puntos de corresponsalía

Micrositio web que contendrá toda la información georreferenciada de los corresponsales en Colombia.



1

2

3

4

5

De manera complementaria, para la construcción de esta versión 2.0 del canal se trabajará de forma simultánea en los siguientes dos factores habilitantes que fortalecerán la definición de los componentes comerciales, de riesgos, operativos y tecnológicos:

## 1. ANÁLISIS GEOESPACIAL DE PUNTOS DE CORRESPONSALÍA

Con el propósito de fortalecer un primer ejercicio adelantado en 2022 por Banca de las Oportunidades y el CGAP, con el apoyo técnico de Masae Analytics —en el cual se estableció una metodología para georreferenciar y analizar la cobertura de la red de corresponsales en Colombia— se desarrollará un nuevo estudio que ampliará y profundizará el alcance de la información disponible.

A partir del uso de inteligencia de datos, se buscará crear un micrositio web que consolide un conjunto ampliado de información geocodificada sobre los registros de corresponsales, incluyendo variables como dirección, latitud, longitud, entidad financiera contratante, red aliada, así como datos sociales, económicos y demográficos del entorno. Este insumo permitirá:

1. Desarrollar innovaciones para la gestión de cupos
2. Identificar el volumen de contratos por punto
3. Facilitar la geolocalización del canal para sus usuarios
4. Diseñar estrategias de prospección de puntos basadas en análisis de oferta y demanda, inteligencia de datos y nuevas investigaciones

## 2. ESTÁNDARES PARA EL REPORTE DE INFORMACIÓN SOBRE CUPOS DE CORRESPONSALÍA:

Este componente se centra en la generación de información sobre los cupos otorgados a los corresponsales en el país. Con ello se busca:

1. La creación de insumos para la prospección y vinculación de corresponsales
2. Más información para la asignación de cupos y control de la sobreexposición
3. Creación de historial financiero en los registros de obligaciones de las centrales de información
4. Visibilizar los cupos que han sido asignados a los comercios aliados de manera tal que el sistema financiero cuente con información confiable para hacer generar ofertas de valor integral





1

2

3

4

5

Tabla 7.

**Agenda Estratégica para el fortalecimiento del canal de corresponsalía**

<b>Componente estratégico</b>	Análisis geoespacial de puntos de corresponsalía	Estándares para el reporte de información sobre cupos de corresponsalía	Rediseño estratégico del canal de corresponsalía hacia un modelo interoperable
<b>¿Qué buscamos promover?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar información estratégica para la prospección de los puntos y la cobertura con inteligencia de datos.</li> <li>• Facilidad de geolocalización para usuarios del canal.</li> <li>• Identificación del volumen de contrato por punto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablero de consulta con algunas malas prácticas que realizan los puntos.</li> <li>• Información relevante para la asignación de cupos y control de la sobreexposición.</li> <li>• Creación de historial financiero en los registros de obligaciones de las centrales de información.</li> <li>• Insumos para la prospección y vinculación de corresponsales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapear los esquemas de operación actual, los actores y la actualización de sus roles de cara a un modelo 2.0.</li> <li>• Mejora la experiencia del usuario con transacciones multinstitucionales en un mismo punto.</li> <li>• Entendimiento de la operación para establecer propuestas de estandarización de procesos y modelos para promover interoperabilidad.</li> <li>• Apalancar modelos sostenibles para las entidades financieras.</li> </ul>
<b>Instrumento</b>	<b>Estudio para el análisis geoespacial de puntos</b>	<b>Ejercicios de cocreación con la industria</b>	<b>Consultoría para el mapeo del ecosistema y la formulación de una hoja de ruta para la interoperabilidad de corresponsalía bancaria</b>
<b>Fechas a tener en cuenta</b>	Se contratará en primer trimestre de 2026.	Desde septiembre de 2025 se iniciaron ejercicios de cocreación con la industria. Con los insumos recibidos se seguirá construyendo un esquema de reporte.	La consultoría inicia en noviembre de 2026 su ejercicio implica un trabajo articulado con entidades, gremios y entidades de Gobierno.



1

2

3

4

5

# 5

## ANEXOS

ANEXO 1. DATOS DEL CANAL

ANEXO 2. ENCUESTA DE PERCEPCIÓN  
SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL  
CANAL - ENTIDADES FINANCIERAS

ANEXO 3. ENCUESTA DE PERCEPCIÓN  
SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL  
CANAL - TERCEROS/REDES ALIADAS





- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

# Anexo 1.

## DATOS DEL CANAL

### ANEXO 1. ACTUALIZACIÓN DE CIFRAS DEL CANAL DE CORRESPONSALÍA

Este anexo presenta la actualización de las principales cifras del canal de corresponsalía en Colombia, con corte a diciembre de 2024. El propósito de esta sección es mostrar la dinámica actual del canal. Esta información se organiza en dos bloques:

- **Cobertura:** incluye la evolución del número de contratos, la participación de corresponsales propios

y tercerizados, la cobertura por nivel de ruralidad y las modalidades de servicio que conforman el modelo de negocio.

- **Uso:** aborda las cifras transaccionales del canal, analizando el número y el monto de las operaciones realizadas por tipo de transacción.

#### COBERTURA EN EL CANAL DE CORRESPONSALÍA 2024

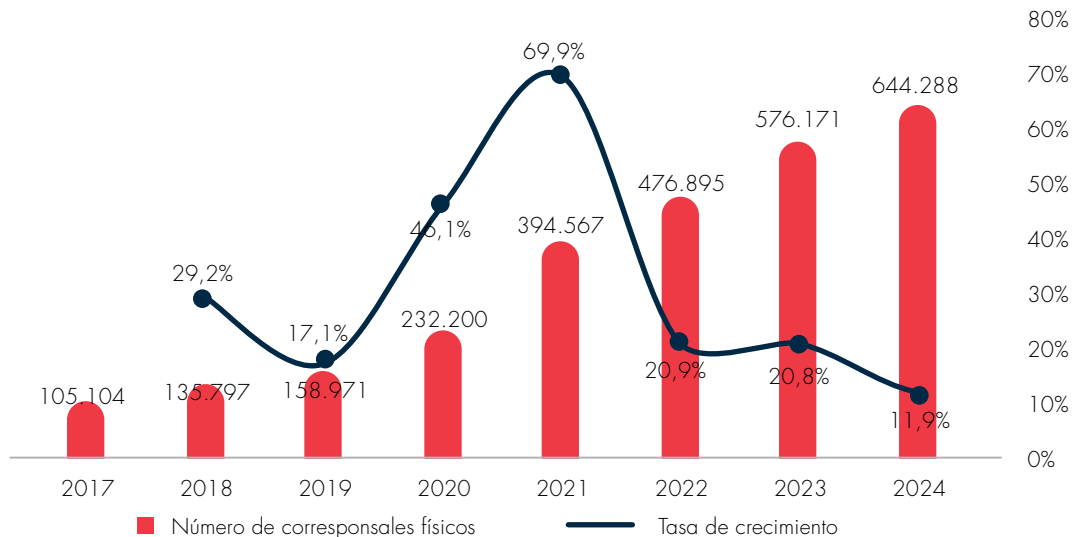
Tipo de corresponsal	Número	% del total
Físicos	644.288*	96,1 %
Digitales	19.108	2,9 %
Móviles	3526	0,5 %
<b>Total: 666.922</b>		

Corresponsal físico	Número	% del total
Propios	34.422	5,34 %
Tercerizados	609.866	94,66 %
<b>Total: 644.288</b>		

\***644.288:** cifra de corresponsales físicos que excluye 411 contratos de corresponsalía reportados por la SES a 2024.

#### Número de contratos y crecimiento de corresponsales físicos (F)

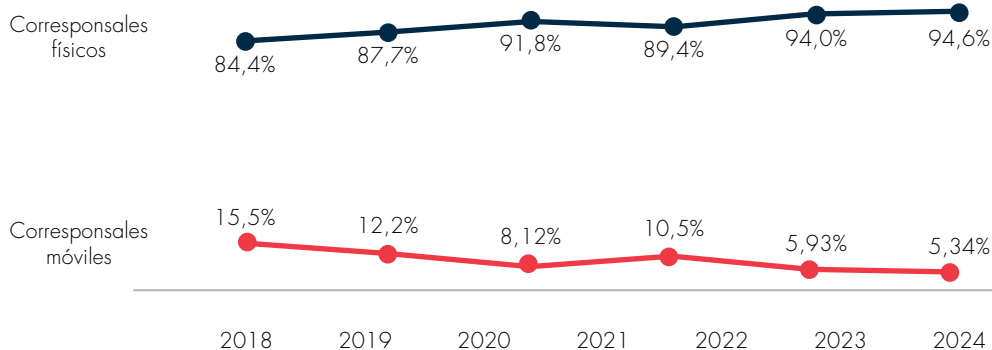




- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

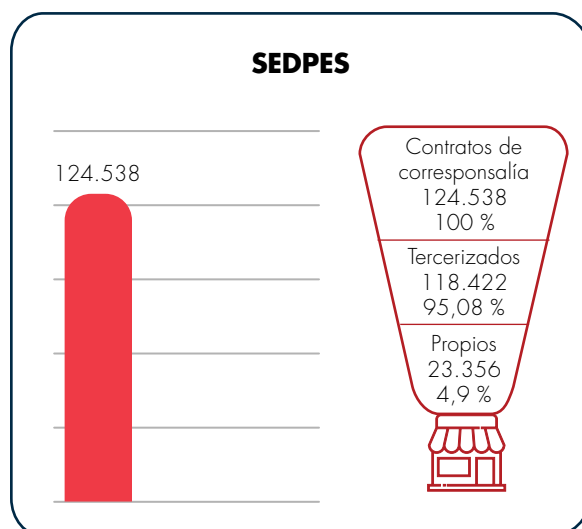
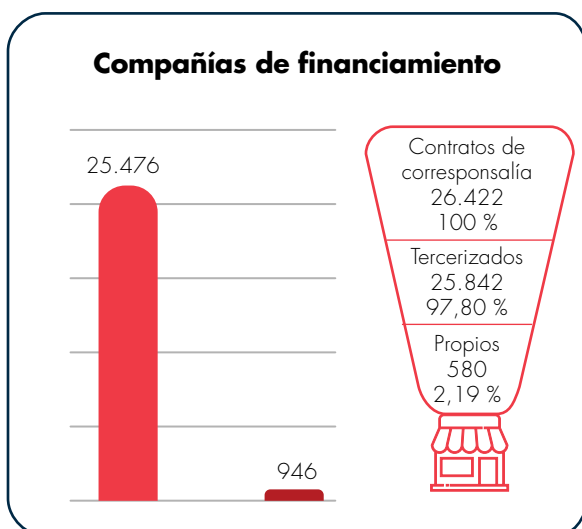
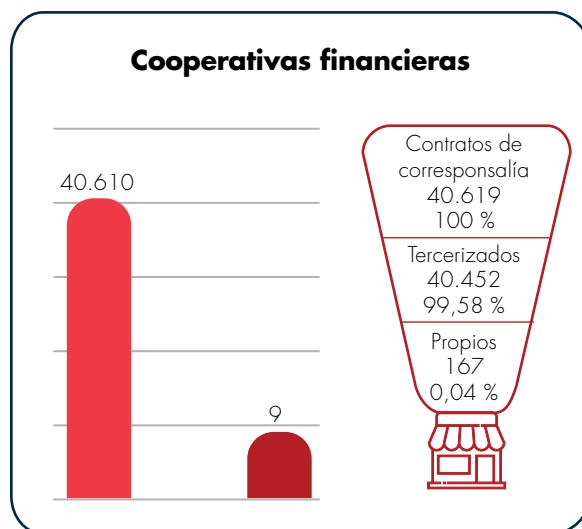
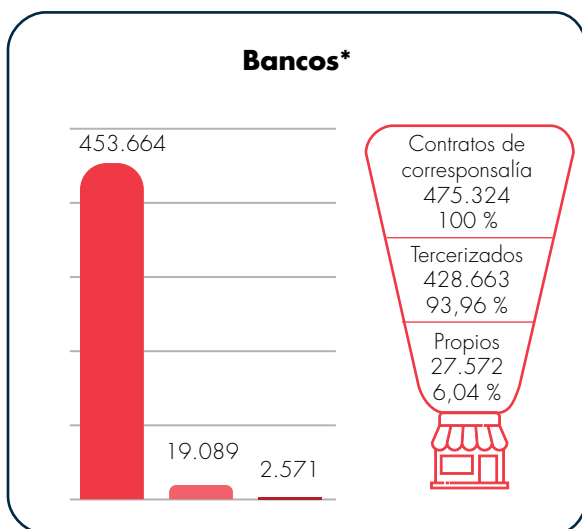
ANEXOS

### Participación de corresponsales físicos y móviles



### Comportamiento de los corresponsales por tipo de operación y modelo de operación

■ Físicos ■ Digitales ■ Móviles



\* En el caso de los bancos, la cifra total de contratos de corresponsalia es de 475.324, que incluye contratos de corresponsalia física, móvil y digital. Al desagregar por modalidad de operación, solo se tienen en cuenta contratos físicos y móviles. Se encuentra que de este total de contratos 428.663 son operados a través de redes tercerizadas y 27.572 corresponden a modelos propios. Los 19.089 corresponsales móviles reportados por los bancos no están incluidos en esta desagregación y se analizan de manera independiente.

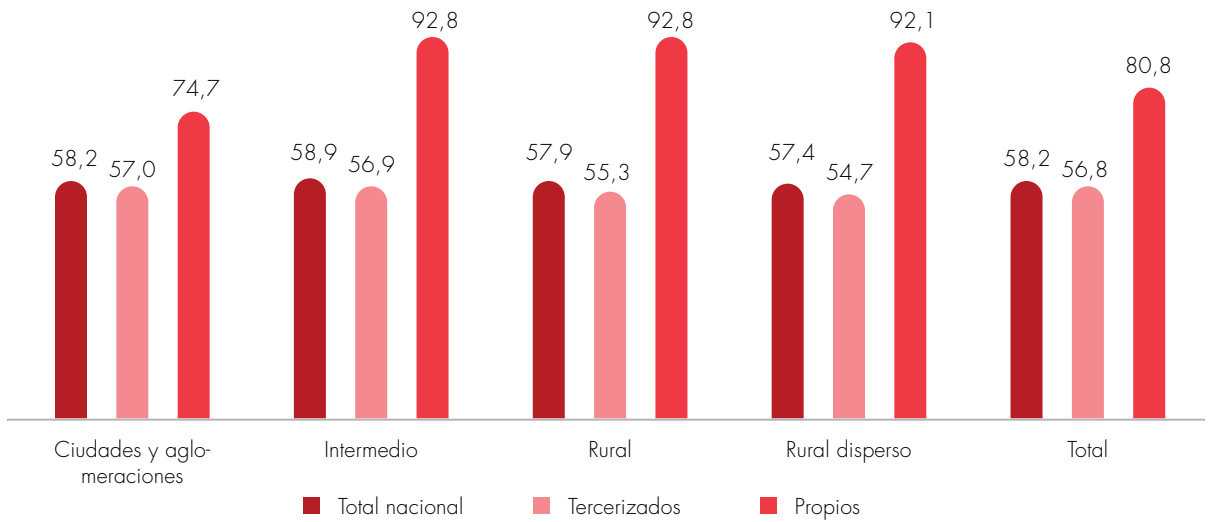


- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

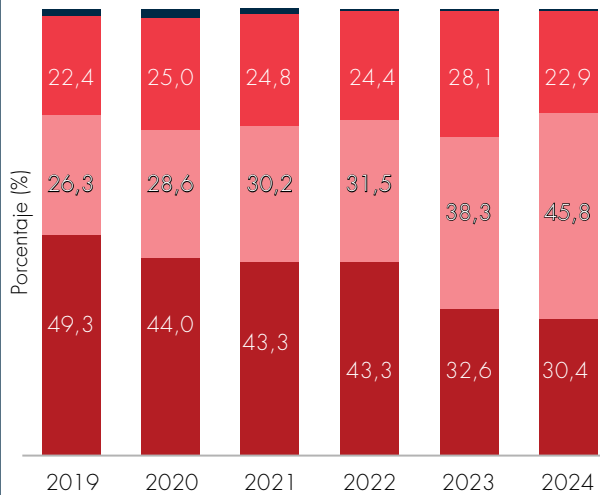
ANEXOS

## Uso del canal de corresponsalia

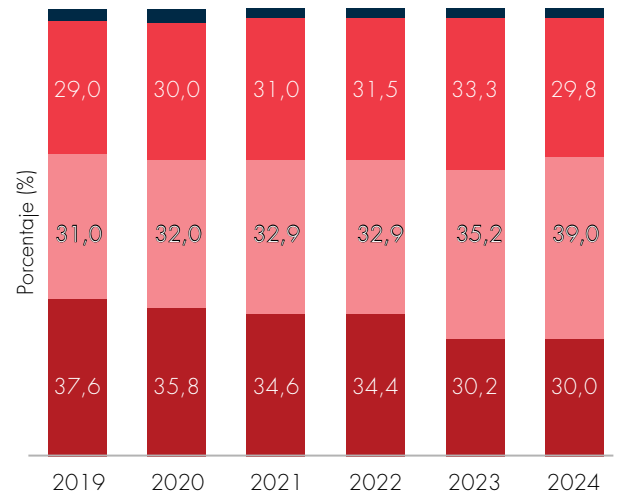
### Participación de los corresponsales activos por ruralidad y tipo de corresponsal



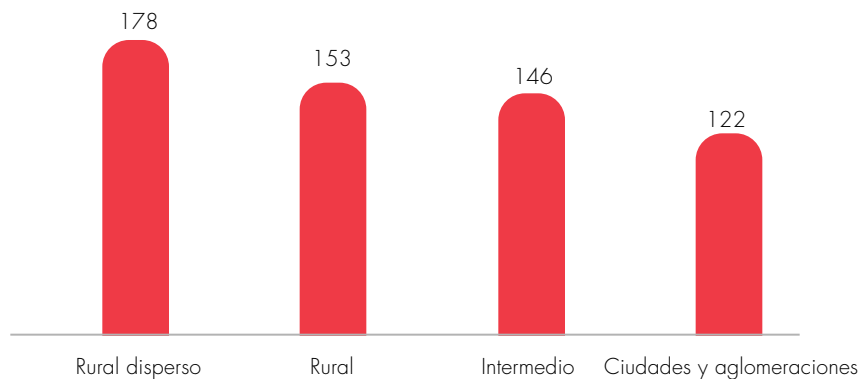
### Evolución del número de transacciones en corresponsales físicos por tipo de operación



### Evolución del monto transado en corresponsales físicos por tipo de operación



### Número de corresponsales por cada 10.000 adultos, por nivel de ruralidad





1

2

3

4

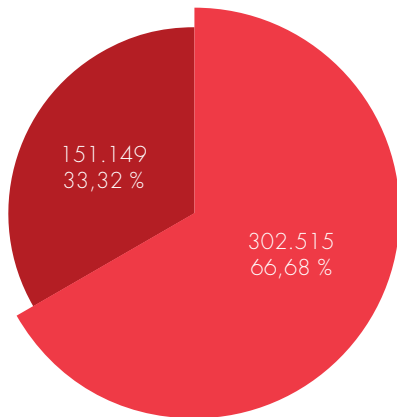
5

ANEXOS

## Comportamiento de los corresponsales físicos por actividad

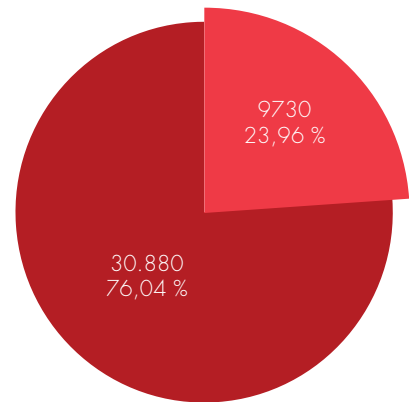
■ Físicos activos ■ Físicos inactivos

### Bancos



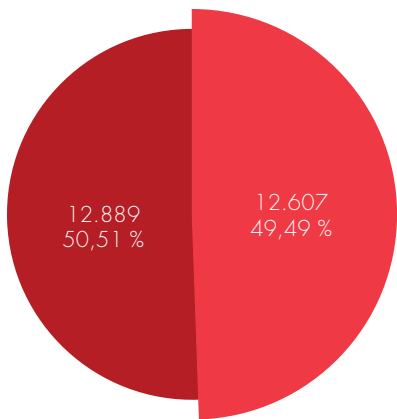
Total físicos  
453.664

### Cooperativas financieras



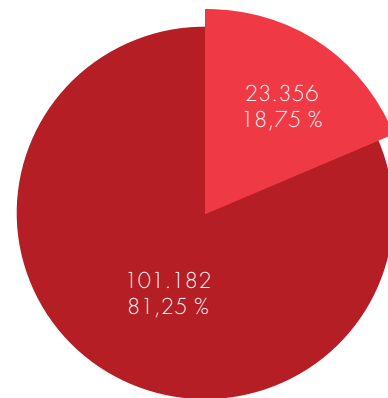
Total físicos  
40.610

### Compañías de financiamiento



Total físicos  
25.476

### SEDPEs



Total físicos  
124.538



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

# Anexo 2.

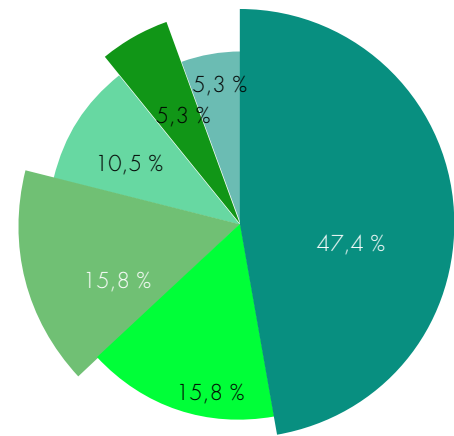
## ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL CANAL - ENTIDADES FINANCIERAS

### ANEXO 2. INSTRUMENTO DE MAPEO DEL ECOSISTEMA DE CORRESPONSALÍA DIRIGIDO A ENTIDADES FINANCIERAS.

Dentro de la agenda estratégica de Banca de las Oportunidades, orientada al rediseño y fortalecimiento del canal de corresponsalía, se encuentra la iniciativa sobre interoperabilidad del canal.

Como primer insumo para comprender mejor el funcionamiento del canal y mapear un posible escenario de interoperabilidad, se realizó una encuesta a entidades financieras para comprender el rol estratégico del canal en cada entidad y el papel que desempeñan los terceros aliados en el funcionamiento del canal.

En esta encuesta participaron 19 entidades de distintos segmentos del sistema financiero. Esta diversidad de actores permitió obtener una visión integral del canal.




- Bancos
- Compañías de financiamiento
- Cooperativas de ahorro y crédito
- Cooperativas financieras
- Cooperativas multiactivas
- SEDPEs

En este instrumento se consultó a entidades en cuatro grandes frentes que agrupan las principales funciones y responsabilidades del canal: operativa, riesgos, tecnología y comercial. Asimismo, se analizaron sus modelos de operación, tanto propios como tercerizados, con el ánimo de dimensionar estratégicamente actores, transacciones y funcionalidades.

Los resultados de este mapeo evidencian que los terceros aliados se han consolidado como un soporte esencial para el funcionamiento del canal, pues asumen la mayoría de las actividades propias de la operación del canal.

**Operativo**



Reúne funciones propias de la gestión diaria del canal: instalación, soporte, conciliación de transacciones y mantenimiento, asegurando la continuidad del servicio.

**Riesgos**




Concentra las responsabilidades asociadas al cumplimiento normativo, la gestión LA/FT, la vinculación de comercios y la trazabilidad de operaciones.

**Tecnología**



Aporta la infraestructura de operación del canal, a través de plataformas seguras y ágiles que facilitan la operación diaria.

**Comercial**



Agrupar acciones de la gestión de comercios aliados, expansión territorial, negociación de incentivos, estrategias de fidelización y gobernanza del canal.

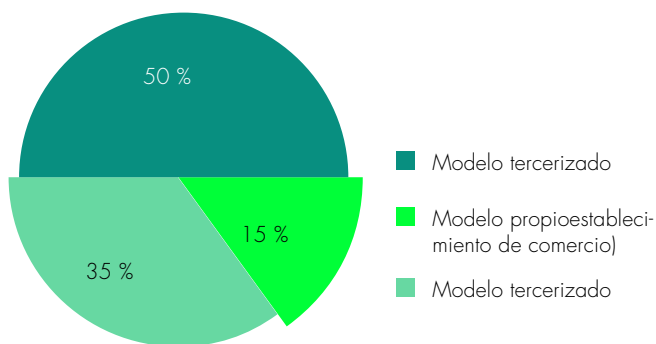


- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

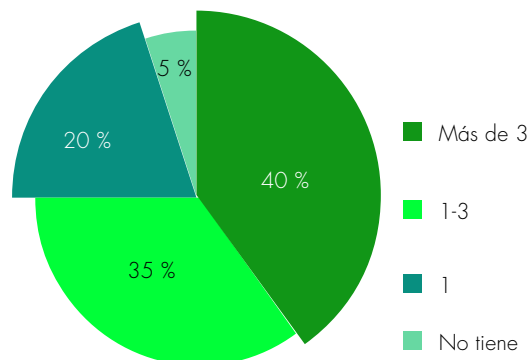
ANEXOS

## Resultados: características del modelo de corresponsalia

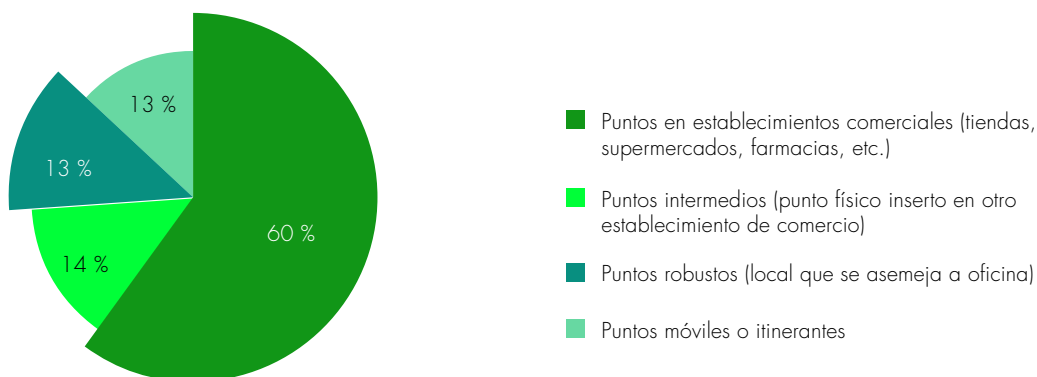
### ¿Su entidad bajo qué modelo opera el canal de corresponsalia?



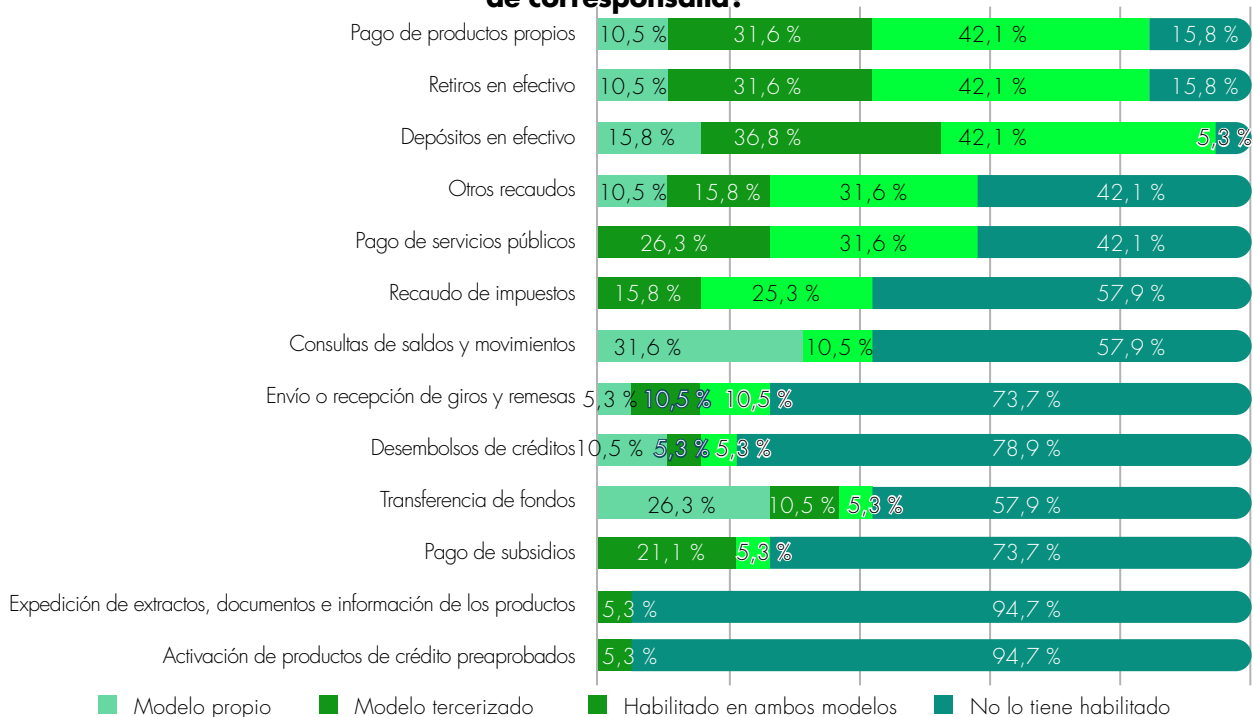
### ¿Cuántas redes aliadas tiene su entidad?



### Si su modelo de corresponsalia es tercerizado, ¿qué tipo de puntos opera actualmente su entidad?



### ¿Qué tipo transacciones tiene habilitada su entidad para realizarse a través de un punto de corresponsalia?





1

2

3

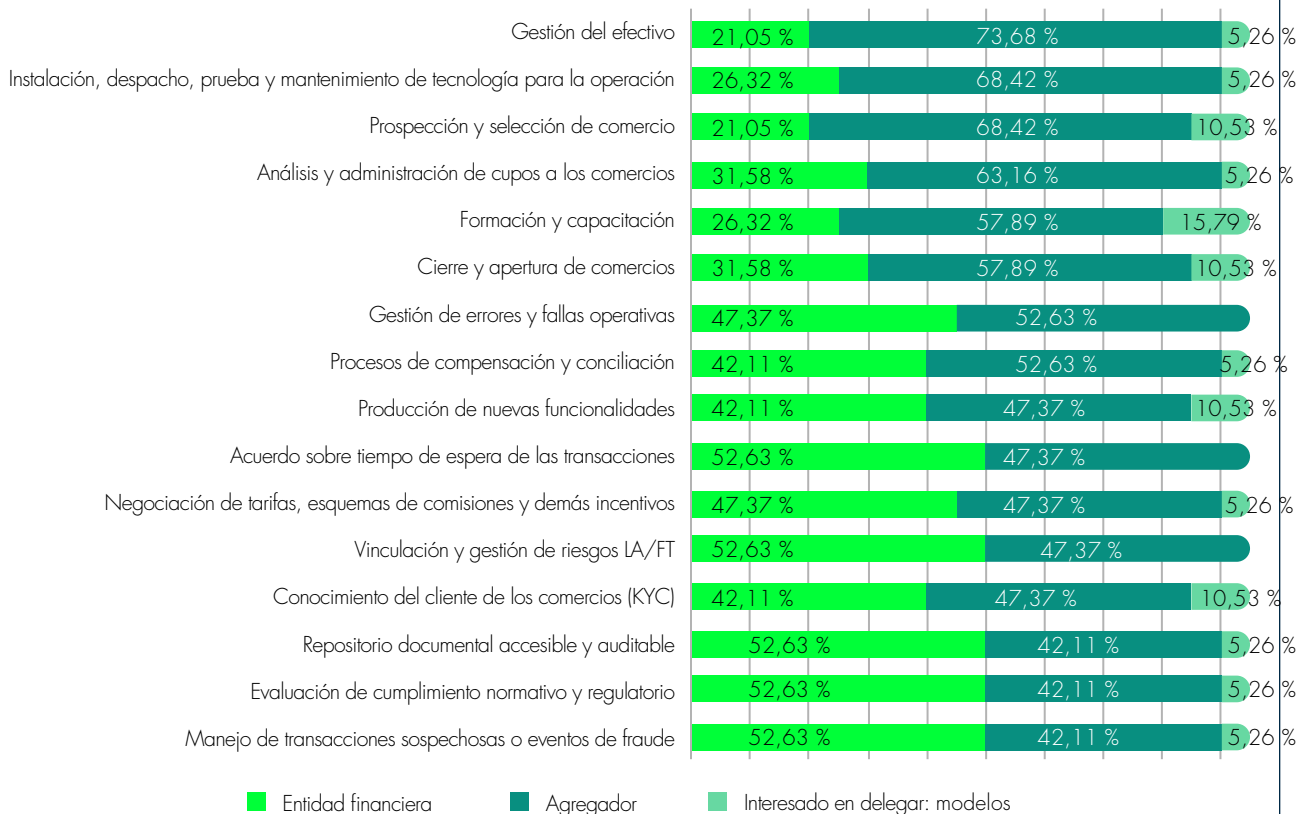
4

5

ANEXOS

## Resultados: del rol del tercero/redes aliadas según las entidades financieras

**¿Cuáles actividades relacionadas con la operación del canal de corresponsalía realiza la entidad financiera de manera directa? ¿Cuáles ha delegado al tercero aliado de la red? También indique qué actividades estaría interesada en delegar con el tercero**



**¿Qué beneficios tiene en cuenta a la hora de seleccionar una red aliada para la operación del canal de corresponsalía?**



# de entidades que contestaron la pregunta.



1

2

3

4

5

ANEXOS

## ¿Qué desventajas o limitaciones han presentado al operar el canal con redes tercerizadas?



# de entidades que contestaron la pregunta.

## Actividades adicionales que las entidades consideran que debe asumir ese tercero:

- Gestión comercial para el incremento de la productividad transaccional.
- Marcación de la red e instalación de material publicitario.
- Control y estandarización de puntos.
- Actividades para mejorar la experiencia del cliente.
- Promover operaciones de crédito.
- Fortalecer los esquemas de seguridad en la infraestructura tecnológica (arquitectura hasta *hardware*).
- Diversificación de medios de pago.



1

2

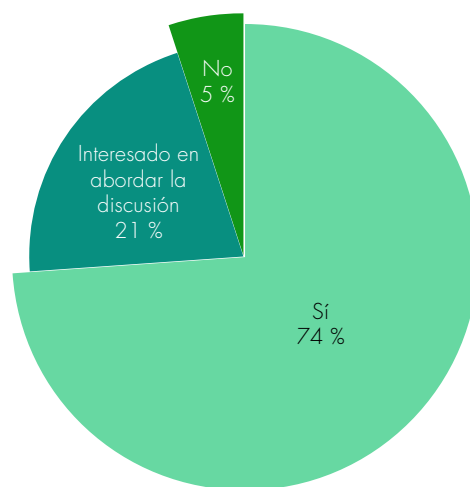
3

4

5

ANEXOS

**¿Existe interés en avanzar hacia un modelo que permita establecer esquemas claros y regulados de monetización del canal, con el fin de prevenir que los comercios realicen cobros a los usuarios no establecidos con la entidad financiera?**



### Retos y oportunidades destacados por las entidades encuestadas

#### Gestión de efectivo y cupos de crédito

- Administración del cupo global asignado por el banco al tercero y su distribución entre puntos de servicio, especialmente bajo el modelo multibanco.
- Limitaciones en la asignación de cupos por parte del tercero o la red, que generan riesgos operativos y afectan la atención al cliente.
- Reporte a centrales de información sobre cupos asignados.

#### Seguridad y riesgos operativos

- Robos y situaciones de riesgo en comercios.
- Dificultades para la entrega de captaciones en zonas afectadas por el conflicto armado o con restricciones para consignaciones.
- Rotación de comercios y falta de control en zonas rurales.

#### Dependencia y costos elevados

- Alta dependencia: el tercero tiene alto poder de negociación y costos elevados.
- Guerra de tarifas entre redes.
- Costos operativos: tecnología, pólizas y desarrollos operativos.

#### Cobertura y expansión

- Presencia limitada en zonas rurales y en algunas áreas urbanas.
- Costos y complejidad en estudios de mercado para identificar nuevas zonas.
- Capilaridad insuficiente para atender poblaciones dispersas.
- Baja transaccionalidad, sin evolución hacia modelos más integrales.

#### Estandarización y control

- Falta de control y de sentido de pertenencia del tercero frente al negocio de la entidad financiera.
- Dificultades para estandarizar procesos en puntos tercerizados (franquicias, etc.).



# Anexo 3.

## ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL CANAL - TERCEROS/REDES ALIADAS

### ANEXO #3: INSTRUMENTO DE MAPEO DEL ECOSISTEMA DE CORRESPONSALÍA – TERCEROS/REDES ALIADAS

Como complemento al mapeo realizado con las entidades financieras, se desarrolló un segundo instrumento dirigido a los terceros o redes aliadas de este canal, actores que desempeñan un papel determinante en la operación, expansión y sostenibilidad de la corresponsalía.

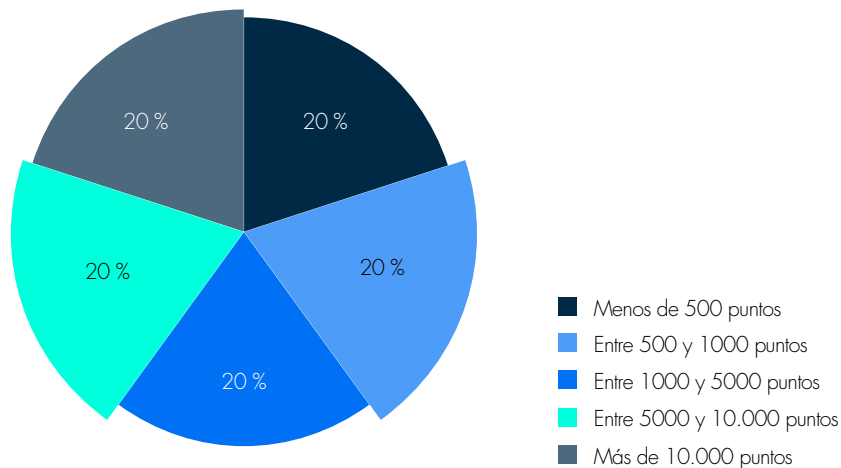
A través de este ejercicio, las redes aliadas compartieron su perspectiva sobre la gestión, los retos y las oportunidades del canal, lo que permitió complementar la visión obtenida con las entidades financieras. Esta participación fue clave para comprender la articulación entre la infraestructura tecnológica, los procesos operativos y los

mecanismos de soporte al comercio, que sostienen el funcionamiento de los corresponsales.

En este mapeo participaron terceros aliados con diferentes tamaños y niveles de operación a nivel nacional.

La siguiente gráfica muestra el tamaño de las cinco redes encuestadas, indicando el número de corresponsales físicos que cada una tiene actualmente. Este análisis evidencia una participación equilibrada entre redes, lo que brinda una visión amplia y diversa sobre el funcionamiento del canal en el modelo tercerizado.

**¿Cuántos corresponsales físicos tiene asociados su empresa?**





1

2

3

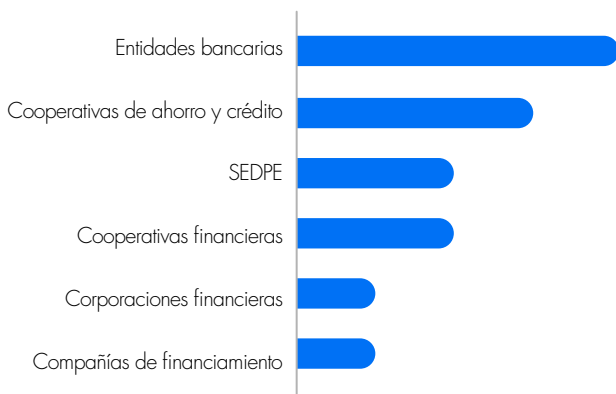
4

5

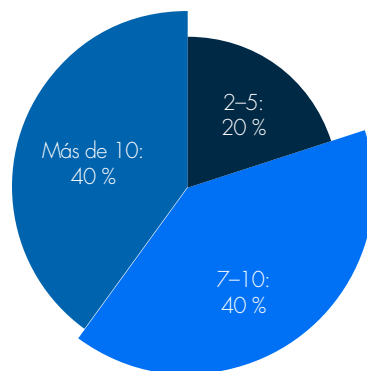
ANEXOS

## RESULTADOS: CARACTERÍSTICAS DEL TERCERO ALIADO

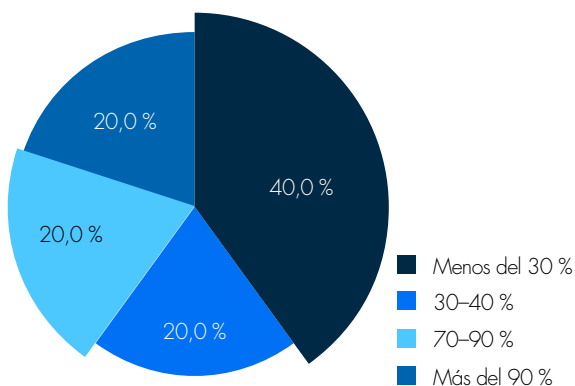
### ¿A qué tipo de entidades les presta servicios de corresponsalía a través de su red física?



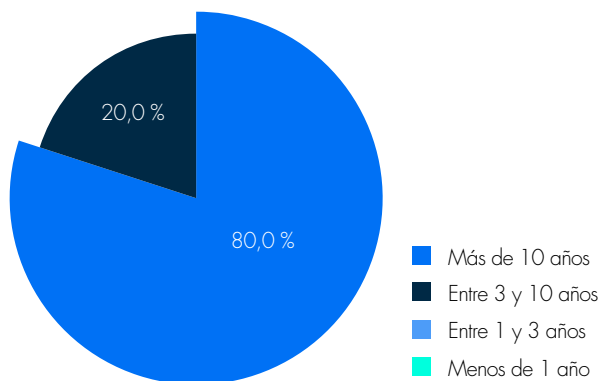
### ¿Cuántas entidades financieras tiene como cliente?



### ¿Qué alcance tiene su red en términos de cobertura municipal dentro del territorio nacional?



### ¿Cuántos años tiene su empresa (número de años desde su constitución)?



### ¿Qué servicios ofrece su empresa a través de su canal/red?



# de entidades que contestaron la pregunta.



1

2

3

4

5

ANEXOS

## RESULTADOS: CÓMO SE VEN LOS TERCEROS/REDES ALIADAS EN LA OPERACIÓN DE LA CORRESPONSALÍA

### Al preguntar a los encuestados por la definición de su rol como terceros/redes aliadas dentro del canal de corresponsalía, respondieron:

- Intermediario **tecnológico y comercial** que conecta a una amplia red de comercios o puntos con múltiples entidades financieras y proveedores de servicios.
- Centraliza y facilita la operación de pagos, recaudos, transferencias, giros y otros servicios financieros, de forma que **el comercio no tenga que integrarse individualmente con cada banco o compañía**.
- Lleva servicios financieros a **zonas sin presencia bancaria**, fortaleciendo la inclusión financiera.
- Unifica integraciones, liquidaciones y soporte, optimizando la relación entre **comercios y entidades**.
- Permite llegar a segmentos donde la gestión directa no es costo **eficiente** para entidades vigiladas.
- Tercero que **cuenta con experiencia y capacidades** tecnológicas, operativas, administrativas y financieras.
- **Mejora tiempos de implementación**, control y capacidad de respuesta.

### ¿Qué ventajas considera que ofrece el modelo tercerizado frente a los modelos donde el banco maneja su propia red?





1

2

3

4

5

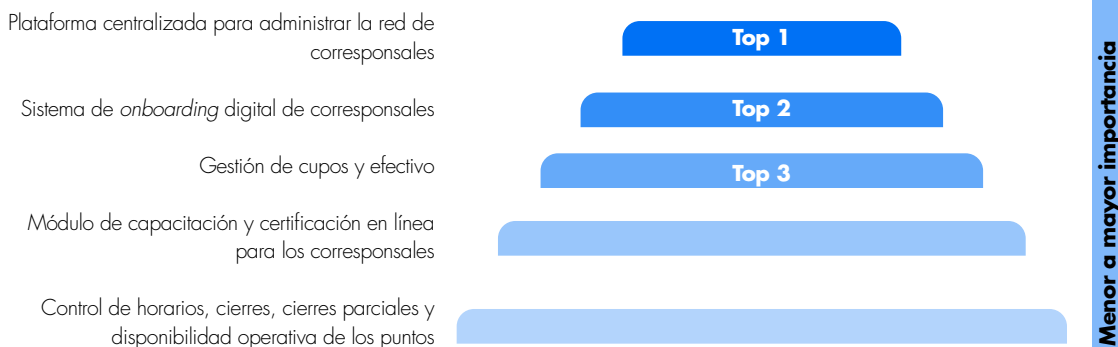
ANEXOS

### ¿Qué requisitos técnicos o tecnológicos considera indispensable para que una empresa actúe como tercero aliado?



Menor a mayor importancia

### ¿Qué requisitos/sistemas operativos considera indispensable para que una empresa actúe como tercero aliado?



Menor a mayor importancia

### ¿Qué sistemas de gestión de riesgos debería implementar un tercero aliado de corresponsales?



Menor a mayor importancia



1

2

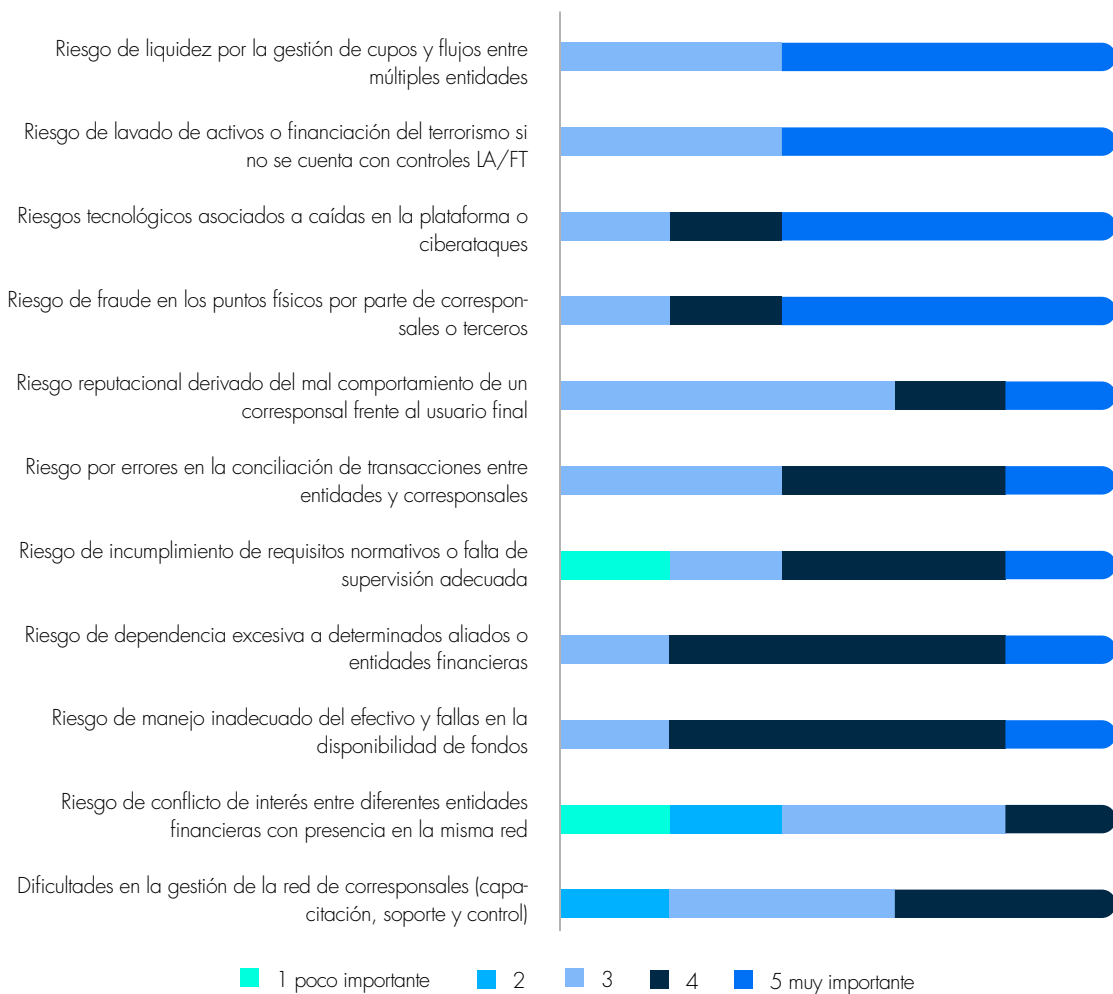
3

4

5

ANEXOS

### ¿Cuáles son los riesgos operativos y/o financieros que enfrenta una red aliada de corresponsales?

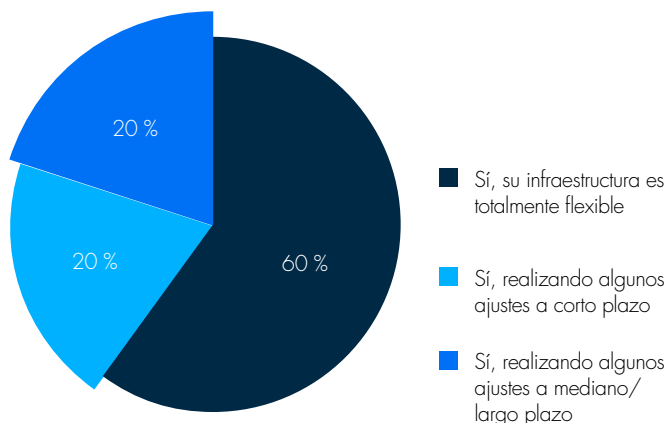


### ¿Considera que la infraestructura tecnológica de su entidad permitiría implementar esquemas alternativos de monetización que contribuyan a la sostenibilidad del canal de corresponsales?

El **50 % de las entidades encuestadas**

afirma querer avanzar hacia un modelo que permita establecer esquemas claros y regulados de monetización del canal.

**El otro 50 % de los participantes** está interesado en abordar la discusión.





1

2

3

4

5

ANEXOS

## Retos y oportunidades destacados por las entidades encuestadas



### Baja rentabilidad por transacción

Las comisiones actuales por operaciones de corresponsalía bancaria no resultan atractivas, lo que lleva a cobros adicionales al usuario final, afectando la experiencia y la inclusión financiera.



### Falta de interoperabilidad

Persisten barreras tecnológicas y operativas que impiden la integración fluida entre entidades y redes, limitando la posibilidad de operar múltiples productos desde un solo punto.



### Ausencia de sistemas claros de geolocalización y marcación

No existe un estándar robusto para identificar y georreferenciar la ubicación y disponibilidad de los corresponsales, lo que dificulta la planificación, la supervisión y la experiencia del usuario.



### Ecosistemas cerrados y contratos de exclusividad

Algunos bancos mantienen esquemas que restringen la interoperabilidad, afectando la oferta integral de servicios al usuario final.



### Vacíos normativos

- La figura del tercero o red no está reconocida en la regulación colombiana, lo que genera que opere bajo normas diseñadas para corresponsales bancarios, sin considerar su complejidad operativa y de seguridad.
- Las normas actuales son inflexibles frente a nuevas realidades del negocio.
- Las redes carecen de autonomía para fijar tarifas, que suelen ser definidas por las entidades financieras.



### Costos y rigidez en pólizas

Las pólizas exigidas para operar son costosas y poco flexibles, lo que incrementa las barreras de entrada.





**BANCA DE LAS  
OPORTUNIDADES**