

29 de enero de 2024

## Finanzas abiertas: potenciando la experiencia y autonomía del consumidor financiero

- La oferta de servicios financieros ha evolucionado con la llegada de nuevas tendencias y competidores. Las finanzas abiertas, que permiten compartir datos de manera segura entre instituciones financieras y terceros con el consentimiento del cliente, empoderan a los consumidores y promueven la innovación en la industria.
- Los consumidores buscan servicios financieros que se integren de manera natural en su vida cotidiana, y las finanzas abiertas permiten ofrecer soluciones financieras que acompañan todo su proceso, en lugar de ser interacciones aisladas.
- Las entidades financieras están avanzando en la creación de ecosistemas digitales para ofrecer experiencias completas a los clientes, desde la identificación de necesidades hasta la adquisición de productos. En Colombia, esto se refleja en aplicaciones que integran servicios como compras de vehículos, seguros y financiamiento, entre otras.
- La educación financiera empodera a los consumidores y protege su privacidad en un mundo centrado en datos. Esta debe ir más allá de los conceptos básicos y debe propender por generar capacidades para evaluar productos financieros personalizados, lo que fomenta la competencia y la transparencia, maximizando las ventajas de las finanzas abiertas.

Director:

**Jonathan Malagón González**

ASOBANCARIA:

**Jonathan Malagón González**  
Presidente

**Alejandro Vera Sandoval**  
Vicepresidente Técnico

**Carlos Alberto Ruiz Martínez**  
Vicepresidente de Asuntos  
Corporativos

**Germán Montoya Moreno**  
Director Económico

Para suscribirse a nuestra publicación semanal Banca & Economía, por favor envíe un correo electrónico a [bancayeconomia@asobancaria.com](mailto:bancayeconomia@asobancaria.com)

## Finanzas abiertas: potenciando la experiencia y autonomía del consumidor financiero

Hasta finales de la década pasada, la oferta de productos y servicios financieros fue en su mayoría suministrada por bancos, quienes manejaban la cadena de valor y el relacionamiento directo con los consumidores. No obstante, con la llegada de las nuevas tendencias y los nuevos competidores, tanto la banca como el resto del sistema financiero han desarrollado diferentes procesos de innovación dentro de sus modelos de negocio, que buscan generar mejores propuestas de valor mediante el trabajo cooperativo con nuevos jugadores y terceros.

En esta línea, han surgido una serie de innovaciones que impactan la forma en la que el consumidor interactúa con sus proveedores de servicios financieros, tal es el caso de las finanzas abiertas. Esta tendencia se centra en la apertura y el intercambio seguro de datos entre instituciones financieras y terceros, con previa autorización del cliente, lo que implica autonomía de los consumidores al tener mayor control sobre su información. Esta tendencia abarca una amplia gama de servicios financieros, incluidos préstamos, seguros, inversiones, entre otras. Su objetivo es impulsar la competencia, generar eficiencias, apalancar la innovación, así como brindar un acceso más amplio y conveniente a servicios financieros para todas las personas.

Las finanzas abiertas son un fenómeno global; países de diversas latitudes están avanzando para adoptar esta innovación. Hacia mediados de 2022, más de 60 naciones estaban progresando en la regulación de la banca abierta, estableciendo así los cimientos para la adopción del sistema de finanzas abiertas<sup>1</sup>.

América Latina avanza rápidamente; países como Brasil, México, Chile y Argentina cuentan con iniciativas de esta naturaleza, impulsadas tanto por el mercado como por el marco regulatorio. En particular, Brasil ha liderado el camino y ha alcanzado más de 5 millones de conexiones basadas en finanzas abiertas en un año, logro que tomó entre cuatro y cinco años en el Reino Unido, principalmente por ser el pionero en esta materia<sup>2</sup>.

En ese sentido, se espera que la región, apalancada en los aprendizajes de otras latitudes como

<sup>1</sup> Asobancaria (2021). Banking as a service: nuevas oportunidades de negocio para la banca. Disponible en: [https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2021/05/1280\\_BE.pdf](https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2021/05/1280_BE.pdf)

<sup>2</sup> Accenture (2023). The global open finance index. Disponible en: <https://www.openbankingexcellence.org/index/>

### Editor

Germán Montoya  
Director Económico

### Participaron en esta edición:

Andrés Gregorio Duque Márquez  
Juan Sebastián León  
Esteban Rodríguez Luna

## 2024 Programación Calendario Eventos

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



26°  
Congreso de  
Tesorería

Febrero  
8 y 9  
Cartagena



15°  
Foro de  
Vivienda

Febrero  
29  
Bogotá



14°  
CAMP

Marzo  
14 y 15  
Cartagena



12ª  
Jornada de Libre  
Competencia

Abril  
5  
Bogotá



6°  
Congreso de  
Sostenibilidad

Mayo  
10  
Bogotá



58ª  
Convención  
Bancaria

Junio  
5, 6 y 7  
Cartagena



23°  
Congreso  
Panamericano de  
Riesgo de LAFTFPADM

Julio  
11 y 12  
Cartagena



35°  
Simposio de Mercado  
de Capitales

Agosto  
22 y 23  
Cartagena



22°  
Congreso Derecho  
Financiero

Septiembre  
19 y 20  
Cartagena



17°  
Congreso de  
Prevención de Fraude  
y Ciberseguridad

Octubre  
17 y 18  
Cartagena



22°  
Congreso de  
Riesgos

Noviembre  
14 y 15  
Cartagena



12°  
Encuentro  
Tributario

Noviembre  
29  
Bogotá

### Patrocinios:

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

### Inscripciones:

Call Center  
eventos@asobancaria.com  
Cel +57 321 456 81 11  
57 601 326 66 20

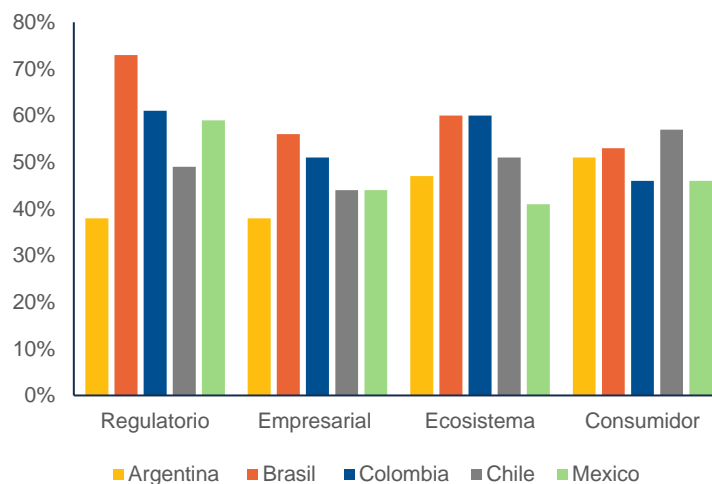
los sistemas europeos, británicos y australianos, tenga una adopción de las finanzas abiertas más rápida y con menor fricción. Por ello, es necesario profundizar en el estado de avance y en los puntos más relevantes que habilitan este camino.

Esta edición de Banca y Economía brindará una aproximación a la adopción de las finanzas abiertas y profundizará en la experiencia del consumidor, teniendo como premisa fundamental que esta es el pilar para la creación y prestación de servicios financieros de valor<sup>3</sup>. Aborda temas relacionados con factores de éxito de la experiencia del cliente en entornos de finanzas abiertas, ecosistemas digitales y autonomía del consumidor, entre otros. Finaliza con algunas conclusiones en esta materia.

## Madurez de las finanzas abiertas

Dado que aún no existen datos primarios que permitan comparar el nivel de madurez de esta innovación entre diversos países, en 2023 se creó un índice global de finanzas abiertas que indaga en cuatro categorías: entorno regulatorio, entorno empresarial, ecosistema *Fintech* y entorno del consumidor, el cual permite tener una aproximación en cuanto al nivel de avance de algunos países, dentro de estos, cinco latinoamericanos (Gráfica 1).

Gráfica 1. Índice de finanzas abiertas en América Latina



Fuente: Construcción propia. Datos The global open finance index

Particularmente, el índice muestra que Brasil es el país con mayor avance en la región, seguido de Colombia, México, Chile y Argentina. En específico, Colombia esta apalancado por dos categorías:

- **El entorno regulatorio:** en 2022 se emitió el decreto 1297 en materia de finanzas abiertas, el cual habilita a las entidades financieras para compartir datos con previa

<sup>3</sup> Larsson, A.; Viitaoja, Y. Building Customer Loyalty in Digital Banking. Int. J. Bank Mark. 2017, 35, 858–877.

<sup>4</sup> Decreto 1297 de 2022 y Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia, potencia mundial de la vida”

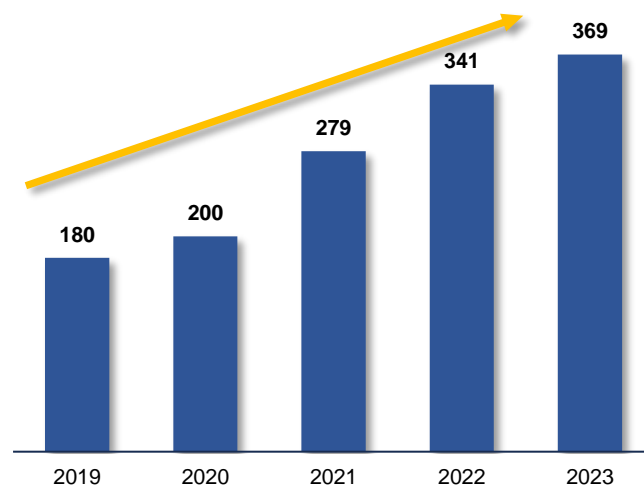
<sup>5</sup> Finnovista (2023). Fintech Radar Colombia 2023. Disponible en: <https://www.finnovista.com/radar/colombia-2023/>

<sup>6</sup> Ndgit (2020). The roadmap to connected and customer centric banking. Disponible en: <https://ndgit.com/en/connected-and-customer-centric-banking/>

autorización del cliente. Además, en Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 se puso de presente la obligatoriedad del *Open Data* para entidades públicas y privadas. Actualmente, la Superintendencia Financiera de Colombia está avanzando en la emisión de la circular normativa en la cual se plasmará, entre otros, los estándares de las finanzas abiertas<sup>4</sup>.

- **Desarrollo del ecosistema *Fintech*:** el país cuenta con el segundo ecosistema más desarrollado de América Latina después de Brasil. En los últimos cinco años, el número de empresas *Fintech* ha crecido un 19%, llegando a 319 en julio de 2023 (Gráfica 2). Además, Colombia tiene una tasa de mortalidad de este tipo de empresas cada vez menor, pues para 2022 se ubicó en 18% frente al 20%<sup>5</sup> de 2021.

Gráfica 2. Número de *Fintech* colombianas por año



Fuente: Construcción propia. Datos de Finnovista Fintech Radar Colombia 2023

El análisis del avance de las finanzas abiertas en América Latina y especialmente en Colombia invita también a ahondar en temas asociados con la categoría del consumidor, pues es uno de los indicadores donde el país debe generar iniciativas para lograr una adopción rápida y sin fricciones.

## Experiencia del cliente y finanzas abiertas

En el camino hacia un ecosistema de finanzas abiertas, es fundamental tener al consumidor en el centro de esta transformación<sup>6</sup>. Los actores de la industria deben realizar esfuerzos por establecer relaciones de largo plazo con los consumidores financieros, que a su vez faciliten la adquisición de un conocimiento profundo sobre el cliente y su fidelización.

En otras palabras, es imperativo garantizar una experiencia sin fricciones, que involucre un proceso transparente, ágil, personalizado, de fácil uso y seguro para los consumidores. A continuación, se analiza el cambio de paradigma en la experiencia del consumidor en ecosistemas digitales y los factores de éxito para generar experiencias acertadas en estos entornos y su fidelización.

## Ecosistemas digitales

En la actualidad, apalancados en el auge de la tecnología de punta, el mayor acceso a información y la aparición y ubicuidad de los teléfonos inteligentes, los consumidores buscan productos y servicios financieros que se integren en sus actividades diarias. El concepto de finanzas abiertas abre el camino para proporcionar soluciones financieras que acompañen el *journey* del cliente, en lugar de ofrecer una serie de interacciones aisladas o limitadas al final del proceso de compra<sup>7</sup>.

Específicamente, las entidades financieras se están centrando en brindar un acompañamiento completo a sus clientes, desde el momento en que surgen sus necesidades hasta el proceso de toma de decisiones y, finalmente, la adquisición de productos o servicios; es decir, antes, durante y después del proceso de compra. Todo esto para ofrecer una experiencia más completa y satisfactoria para el cliente.

Dicho acompañamiento en el *journey* del consumidor se logra mediante la creación de ecosistemas digitales. Estos ecosistemas son generados por grupos interdependientes de empresas que comparten plataformas digitales y ofrecen propuestas de valor complementarias y mutuamente beneficiosas<sup>8</sup>.

En Colombia, este concepto ha tomado fuerza y es posible identificar ejemplos concretos de ecosistemas digitales en las áreas de movilidad y vivienda. Para el primer caso, se han desarrollado aplicaciones que no solo permiten comprar vehículos, acceder a seguros, entre otras, sino que también integran el acceso a financiamiento en tiempo real, eliminando las fricciones en el proceso de compra de vehículos.

En el ámbito de la vivienda, se han desarrollado ecosistemas digitales que abarcan desde la búsqueda de propiedades hasta el proceso de compra o alquiler, para el cual las entidades financieras ofrecen propuestas de valor personalizadas de seguros y de financiamiento, disminuyendo los tiempos de espera y una probabilidad de caída del cliente.

Por otra parte, se han adoptado modelos de *marketplaces* creados por las entidades bancarias. Estos representan una evolución en la forma en que los bancos interactúan con sus clientes, ya que ofrecen una amplia gama de productos y servicios de terceros, todo dentro de la banca móvil o la banca por internet.

Estas iniciativas de mercado se apalancan en un entorno regulatorio que permita la innovación en esta materia. En Colombia, el decreto 1297 de 2022 permite la creación de ecosistemas digitales con dos premisas: (I) Las entidades financieras pueden ofrecer productos o servicios de terceros en sus canales; (II) Las entidades pueden ofrecer sus productos o servicios financieros en las plataformas de terceros<sup>9</sup>.

## Factores de éxito para la fidelización

Con un entorno cada vez más competitivo, marcado por nuevos participantes con propuestas de valor digitales y modelos de negocio innovadores, la lealtad del cliente tiene un papel crucial, pues habilita el camino para que los consumidores interactúen constantemente con una entidad financiera a pesar de las alternativas que pueden encontrar<sup>10</sup>.

Además, mantener la lealtad de los clientes es esencial para las entidades, toda vez que el costo de adquirir un nuevo cliente puede ser siete veces mayor que el costo de fidelizar uno con el cual ya se tiene relación<sup>11</sup>. La gestión de la experiencia es crucial para la continuidad y el éxito del negocio, pues diversos estudios han demostrado que la experiencia del cliente tiene un impacto directo en su lealtad<sup>12</sup>.

En el marco de finanzas abiertas, la experiencia del cliente se ve influenciada por seis factores clave que se deben gestionar. En primer lugar, la facilidad de uso emerge como un elemento fundamental debido a la naturaleza transaccional de los servicios financieros. Es esencial que los consumidores puedan llevar a cabo tareas, como pagos, de manera eficiente y en el menor tiempo posible. En segundo lugar, el valor percibido desempeña un papel crítico, ya que los consumidores deben notar ahorros tanto en términos de dinero como de tiempo, así como una reducción en el esfuerzo requerido<sup>13</sup>. La calidad del soporte es un tercer factor relevante, ya que los servicios financieros se basan en la confianza y los consumidores deben interactuar eficazmente si necesitan asistencia. La fiabilidad, como cuarto factor, también juega un papel crucial, ya que errores, reinicios, caídas o retrasos en el servicio pueden generar una percepción negativa por parte del cliente. El quinto factor, el riesgo percibido, se relaciona con la percepción de posibles pérdidas financieras o la falta de claridad

<sup>7</sup> EY (2023). How banks are staking a claim in the embedded finance ecosystem. Disponible en: [https://www.ey.com/en\\_gl/banking-capital-markets/fintech-ecosystems/how-banks-are-staking-a-claim-in-the-embedded-finance-ecosystem](https://www.ey.com/en_gl/banking-capital-markets/fintech-ecosystems/how-banks-are-staking-a-claim-in-the-embedded-finance-ecosystem)

<sup>8</sup> Decreto 1297 de 2022

<sup>9</sup> Gartner (2016). Ecosystems Drive Digital Growth. Disponible en: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/ecosystems-drive-digital-growth>

<sup>10</sup> Lam, S.Y.; Shankar, V.; Erramilli, M.K.; Murthy, B. Customer Value, Satisfaction, Loyalty, and Switching Costs: An Illustration from a Business-to-Business Service Context. *J. Acad. Mark. Sci.* 2004, 32, 293–311.

<sup>11</sup> Zendesk (2021). Retención de clientes: ¿cómo conseguir lealtad de clientes? Tomado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/retencion-clientes/>

<sup>12</sup> Failli Forzoni, B.; Reyes-Menéndez, A.; Rodríguez Herráez, B. Evaluación de los beneficios del comercio minorista omnicanal: una revisión sistemática de la literatura centrada en los consumidores; IGI Global Publishing: Hershey, PA, EE. UU., 2022

<sup>13</sup> Mutambik, I. Customer Experience in Open Banking and How It Affects Loyalty Intention: A Study from Saudi Arabia. *Sustainability* 2023, 15, 10867. <https://doi.org/10.3390/su151410867>

en los términos y condiciones de los servicios. Por último, la innovación, como sexto factor, se asocia con la capacidad del proveedor de servicios financieros para generar propuestas de valor innovadoras que capturen eficiencias y mejoren la experiencia del cliente en constante evolución.

Con este marco de referencia y con el objetivo de que las empresas prestadoras de servicios financieros puedan generar valor al cliente y fidelizarlo, los seis factores planteados anteriormente requieren ser gestionados. En particular, se debe prestar especial atención a la facilidad de uso, el valor percibido y la calidad del soporte, pues son las dimensiones con mayor contribución a la experiencia sin fricciones del consumidor financiero.

Una vez identificados los factores que permiten experiencias sin fricciones en entornos de finanzas abiertas, es fundamental profundizar en otro elemento crucial para una adopción eficiente de esta innovación: la educación financiera. Esta desempeña un papel fundamental ya que los consumidores deben comprender los beneficios y las implicaciones de compartir sus datos financieros, así como estar informados sobre sus derechos y cómo ejercerlos. Una sólida educación financiera no solo construye confianza, sino que también estimula una mayor participación y aceptación por parte de los usuarios en este nuevo paradigma.

## Autonomía del consumidor financiero y finanzas abiertas

La educación financiera (EF) empodera a los consumidores al proporcionarles habilidades para tomar decisiones informadas, especialmente en un contexto de finanzas abiertas donde los avances tecnológicos influyen en las interacciones financieras y la comprensión de los datos del consumidor es esencial. Estudios muestran que contar con conocimiento en tecnologías financieras se relaciona positivamente con un mejor comportamiento financiero a largo plazo. Esto subraya la importancia de la EF como una herramienta para impulsar la adopción del *Open Finance*<sup>14</sup>.

La EF no solo permite tomar decisiones financieras más acertadas, sino que también otorga el poder al consumidor financiero de proteger su privacidad y seguridad al comprender las implicaciones de compartir sus datos personales con diversos actores. Adicionalmente, un consumidor autónomo fomenta un ambiente de transparencia y responsabilidad por parte de los terceros, al exigir que informen claramente sobre cómo se utilizan los datos y garanticen que la información solo se utilice para lo que el cliente autorizó.

Además, es necesario que el consumidor tenga un entendimiento profundo frente a los beneficios de abrir sus datos y no únicamente tener claridad sobre la responsabilidad y los derechos. Un ejemplo de ello se encuentra en el desarrollo de la banca abierta de Canadá, pues al consultar al consumidor acerca de su conocimiento sobre la banca abierta, solo el 9% confirmó tener nociones sobre el tema, y tras explicar el concepto, solo el 18%

apoyó su implementación, lo que resalta la necesidad de comunicar en los beneficios que el consumidor tendrá en términos de personalización, disminución de costos, eficiencias y multiplicidad de alternativas, entre otros<sup>15</sup>.

Así, la EF debe buscar capacitar a los usuarios en: (I) tecnologías financieras (II) derechos y deberes con sus datos (III) beneficios de abrir sus datos. En relación con este último punto, la capacitación debe ser el pilar de generación de capacidades para evaluar y comparar productos financieros personalizados. Esto no solo les permitirá a los consumidores tomar decisiones informadas que se ajusten a sus necesidades, sino que también fomentará la competencia y la transparencia del sector financiero.

## Conclusiones y consideraciones finales

En América Latina, la adopción de Finanzas Abiertas ha experimentado un crecimiento significativo, liderado por países como Brasil, Colombia, México, Chile y Argentina. Este avance se ha visto impulsado por regulaciones progresistas y un ecosistema financiero en constante desarrollo. Estos países han comprendido la importancia de la colaboración entre instituciones financieras consolidadas y nuevos actores para crear ecosistemas digitales que simplifiquen las interacciones y mejoren la experiencia del consumidor. Este progreso tiene como pilar un acceso más amplio y conveniente a servicios financieros para la población en general.

La fidelización del cliente se ha convertido en un desafío crítico en un entorno financiero cada vez más competitivo. Los factores que influyen en la lealtad del cliente incluyen la facilidad de uso, el valor percibido, la calidad del soporte, la fiabilidad, el riesgo percibido y la innovación. Las instituciones financieras deben gestionar cuidadosamente estos aspectos para mantener relaciones duraderas con sus clientes. Esto significa que centrarse en ofrecer una experiencia positiva al cliente debería ser una máxima prioridad estratégica para todos los jugadores del ecosistema financiero colombiano.

La EF desempeña un papel fundamental, pues empodera a los consumidores para tomar decisiones informadas y proteger su privacidad en un entorno donde los datos son fundamentales. La EF debe ir más allá de la mera comprensión de los conceptos básicos; debe incluir la capacitación en la evaluación y comparación de productos financieros personalizados. Esto no solo permitirá a los consumidores tomar decisiones que se ajusten a sus necesidades individuales, sino que fomentará la competencia en el mercado financiero, maximizando así las ventajas que ofrecen las finanzas abiertas en términos de personalización y adaptación a los objetivos financieros individuales.

<sup>14</sup> Financial capability across generations and technology. (2022). *Financial Services Review*, 273-296.

<sup>15</sup> Bignell, F., & Bignell, F. (2023). Open banking education a must in Canada as only 9% have heard of it. *The Fintech Times*. <https://thefintechtimes.com/open-banking-education-a-must-in-canada-as-only-9-have-heard-of-it/>



## Colombia

### Principales indicadores macroeconómicos

	2020	2021					2022					2023p
	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4p	
<b>Producto Interno Bruto</b>												
PIB Nominal (COP Billones)	997,7	1192,6	337,5	352,6	382,6	389,8	1462,5	384,5	378,3	397,0	395,6	1555,4
PIB Nominal (USD Billions)	270,2	318,5	86,2	90,1	87,2	81,1	344,6	80,8	85,5	98,1	96,2	360,6
PIB Real (COP Billones)	817,3	907,4	212,9	213,3	230,1	251,1	907,4	237,3	240,5	246,4	252,6	915,6
PIB Real (% Var. interanual)	-7,3	11,0	8,2	12,3	7,4	2,1	7,3	3,0	0,4	-0,3	0,6	0,9
<b>Precios</b>												
Inflación (IPC, % Var. interanual)	1,6	5,6	8,5	9,7	11,4	13,1	13,1	13,3	12,1	11,0	9,2	9,2
Inflación sin alimentos (% Var. interanual)	1,0	3,4	5,3	6,8	8,3	10,0	10,0	11,4	11,6	10,9	10,3	10,3
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	3433	3981	3748	4127	4532	4810	4810	4627	4191	4054	4113	4328
Tipo de cambio (Var. % interanual)	4,7	16,0	0,3	9,9	18,2	20,8	20,8	23,5	1,5	-10,6	-14,5	-10,0
<b>Sector Externo</b>												
Cuenta corriente (USD millones)	-9267	-17951	-5531	-4889	-6194	-4720	-21333	-3067	-2345	-1680	...	-12757
Déficit en cuenta corriente (% del PIB)	-3,4	-5,7	-6,4	-5,4	-7,1	-5,8	-6,2	-3,8	-2,7	-1,7	...	-3,4
Balanza comercial (% del PIB)	-4,8	-6,4	-5,9	-3,5	-5,2	-4,7	-4,8	-2,9	-2,6	-1,5	...	-3,2
Exportaciones F.O.B. (% del PIB)	11,9	13,6	19,2	21,7	22,2	21,7	21,3	21,0	19,3	17,5	...	13,4
Importaciones F.O.B. (% del PIB)	15,2	18,0	25,1	25,2	27,3	26,4	26,1	23,9	21,8	19,0	...	16,1
Renta de los factores (% del PIB)	-1,8	-2,8	-4,2	-5,0	-5,5	-5,1	-5,0	-4,7	-3,7	-3,6	...	-3,6
Transferencias corrientes (% del PIB)	3,2	3,4	3,7	3,1	3,6	3,9	3,6	3,8	3,6	3,4	...	3,4
Inversión extranjera directa (pasivo) (% del PIB)	2,8	3,0	5,7	5,6	3,6	5,0	4,9	5,2	6,1	3,4	...	3,9
<b>Sector Público (acumulado, % del PIB)</b>												
Bal. primario del Gobierno Central	-4,9	-3,7	-0,3	0,1	0,2	-1,0	-1,0	0,3	1,2	0,2	...	0,0
Bal. del Gobierno Nacional Central	-7,8	-7,1	-1,2	-1,1	-1,1	-2,0	-5,3	-0,8	0,0	-0,6	...	-4,3
Bal. primario del SPNF	-5,2	-3,5	...	...	...	...	-1,6	...	...	...	...	1,2
Bal. del SPNF	-7,6	-7,1	...	...	...	...	-6,2	...	...	...	...	-3,5
<b>Indicadores de Deuda (% del PIB)</b>												
Deuda externa bruta	57,1	53,9	53,5	51,3	50,6	53,4	53,4	55,2	56,1	...	...	...
Pública	33,2	32,2	31,0	29,4	28,8	30,4	30,4	31,4	31,8	...	...	...
Privada	23,8	21,7	22,5	21,9	21,8	23,0	23,0	23,8	24,2	...	...	...
Deuda neta del Gobierno Central	60,7	60,1	49,3	51,9	54,9	57,9	57,9	52,7	50,8	50,7	...	55,8

\*Proyecciones de Asobancaria

## Colombia

### Estados financieros del sistema bancario

	dic-19	dic-20	dic-21	dic-22	nov-23 (a)	oct-23	nov-22 (b)	Var. real anual (b) - (a)
<b>Activo</b>	<b>675.063</b>	<b>729.841</b>	<b>817.571</b>	<b>924.121</b>	<b>958.431</b>	<b>949.731</b>	<b>923.195</b>	<b>-5,7%</b>
Disponible	45.684	53.794	63.663	58.321	68.426	64.136	61.365	1,2%
Inversiones	127.332	158.735	171.490	180.818	183.373	182.542	184.734	-9,9%
Cartera de crédito	478.705	498.838	550.204	642.473	658.237	657.564	636.927	-6,2%
Consumo	147.144	150.527	169.603	200.582	197.640	197.552	200.382	-10,5%
Comercial	251.152	263.018	283.804	330.686	340.659	341.244	326.509	-5,3%
Vivienda	67.841	72.565	82.915	95.158	102.011	100.988	94.098	-1,6%
Microcrédito	12.568	12.727	13.883	16.047	17.927	17.780	15.938	2,1%
Provisiones	29.173	37.960	35.616	37.224	40.214	39.948	36.589	-0,2%
Consumo	10.779	13.729	12.251	15.970	18.714	18.721	14.683	15,7%
Comercial	15.085	17.605	17.453	16.699	16.786	16.598	16.985	-10,3%
Vivienda	2.405	2.691	3.021	3.189	3.383	3.366	3.272	-6,1%
Microcrédito	903	1.133	913	858	1.156	1.092	857	22,5%
<b>Pasivo</b>	<b>585.086</b>	<b>640.363</b>	<b>713.074</b>	<b>818.745</b>	<b>854.950</b>	<b>846.365</b>	<b>818.160</b>	<b>-5,1%</b>
Depósitos y otros instrumentos	500.862	556.917	627.000	686.622	733.685	724.979	682.940	-2,5%
Cuentas de ahorro	197.307	246.969	297.412	297.926	288.878	284.831	299.557	-12,4%
CDT	156.402	154.170	139.607	206.855	270.507	269.606	197.889	24,1%
Cuentas Corrientes	60.491	75.002	84.846	80.608	76.503	74.689	81.555	-14,8%
Otros pasivos	9.145	9.089	9.898	11.133	11.204	11.388	12.261	-17,0%
<b>Patrimonio</b>	<b>89.977</b>	<b>89.479</b>	<b>104.497</b>	<b>105.376</b>	<b>103.481</b>	<b>103.366</b>	<b>105.034</b>	<b>-10,6%</b>
<b>Utilidades (año corrido)</b>	<b>10.963</b>	<b>4.159</b>	<b>13.923</b>	<b>14.222</b>	<b>7.243</b>	<b>6.398</b>	<b>13.945</b>	<b>-52,8%</b>
Ingresos financieros de cartera	46.297	45.481	42.422	63.977	83.677	76.006	56.969	33,3%
Gastos por intereses	16.232	14.571	9.594	28.076	54.839	49.708	23.986	107,6%
Margen neto de intereses	31.107	31.675	33.279	38.069	32.919	29.996	34.859	-14,3%
<b>Indicadores (%)</b>								
<b>Calidad</b>	<b>4,28</b>	<b>4,96</b>	<b>3,89</b>	<b>3,61</b>	<b>5,09</b>	<b>5,02</b>	<b>3,70</b>	<b>1,39</b>
Consumo	4,69	6,29	4,37	5,44	8,29	8,13	5,34	2,94
Comercial	4,19	4,55	3,71	2,73	3,70	3,71	2,92	0,78
Vivienda	3,25	3,30	3,11	2,47	3,01	2,89	2,62	0,39
Microcrédito	6,87	7,13	6,47	5,46	8,06	7,73	5,41	2,65
<b>Cubrimiento</b>	<b>142,4</b>	<b>153,5</b>	<b>166,2</b>	<b>160,6</b>	<b>120,1</b>	<b>121,1</b>	<b>155,3</b>	<b>35,22</b>
Consumo	156,1	145,1	165,4	146,4	114,3	116,6	137,1	-22,85
Comercial	143,5	147,1	165,6	184,7	133,3	131,2	178,4	-45,08
Vivienda	109,1	112,3	117,1	135,5	110,3	115,5	132,8	-22,49
Microcrédito	104,6	124,8	101,7	97,9	80,0	79,5	99,4	-19,42
ROA	1,6	0,6	1,7	1,5	0,8	0,8	1,6	-0,82
ROE	12,2	4,6	13,3	13,5	7,7	7,5	14,6	-6,91
Solvencia	14,7	16,3	20,5	17,1	15,9	16,0	16,5	-0,63
IRL	211,9	213,1	204,4	183,7	182,5	195,7	176,3	6,20
CFEN G1	0,0	109,3	113,5	109,7	115,0	114,6	107,8	7,28
CFEN G2	0,0	136,1	134,4	127,3	133,0	132,2	125,8	7,21

## Colombia

### Principales indicadores de inclusión financiera

	2017	2018	2019	2020	2021				2022					
	Total	Total	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total
Profundización financiera - Cartera/PIB (%) EC + FNA	50	49,7	49,9	55,4	55,3	53,3	51,8	50,9	50,9	50	49,5	48,8	48,5	
Efectivo/M2 (%)	13,6	14	15	16,6	16	16,5	16,5	17	17	16,2	15,9	15,6	16,3	
<b>Cobertura</b>														
Municipios con al menos una oficina o un corresponsal bancario (%)	100	99,2	99,9	100	100	100	100	100		100	100	100	-	
Municipios con al menos una oficina (%)	73,9	74,4	74,6	78,6	72,8	72,9	72,8	72,8	78,8					
Municipios con al menos un corresponsal bancario (%)	100	98,3	100	100	100	100	100	92,7		98,6	98,6	-	-	
<b>Acceso</b>														
<b>Productos personas</b>														
Indicador de bancarización (%) SF*	80,1	81,4	82,5	87,8	89,4	89,4	89,9	90,5	90,5	91,2	91,8	92,1	92,3	92,3
Adultos con: (en millones)														
Al menos un producto SF	27,1	28,0	29,4	31,2	32,7	32,9	33,1	33	33,5	33,8	34,2	34,4	34,7	34,7
Cuentas de ahorro	25,16	25,8	26,6	27,9	28,4	28,3	28,6	28,9	28,9	29,2	29,5	29,6	29,9	29,9
Cuenta corriente SF	1,73	1,89	1,97	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	-	-
Cuentas CAES SF	2,97	3,02	3,03	3	3,0	3,0	3,0							
Cuentas CATS SF	0,1	2,3	3,3	8,1	9,2	10,5	11,8							
Depósitos electrónicos	4,2	4,9	6,7	11,6	12,7	13,1	13,7							
Productos de ahorro a término (CDTs)	0,78	0,81	0,85	...	0,85	0,83	0,75	-	-	0,8	0,8	0,9	-	-
Crédito de consumo SF	8,0	6,8	6,9	6,8	6,86	6,9	6,9	6,9	6,9	7,1	7,4	7,7	7,8	7,8
Tarjeta de crédito SF	9,2	8,9	8,4	8,1	8,11	8,1	7,7	7,9	7,9	8,0	8,2	8,4	8,5	8,5
Microcrédito SF	3,3	3,1	2,5	2,4	2,44	2,4	2,3	2,3	2,3	2,30	2,34	2,36	2,3	2,3
Crédito de vivienda SF	1,1	1,1	1,1	1,2	1,19	1,1	1,2	1,2	1,2	1,23	1,25	1,27	1,3	1,3
Crédito comercial SF	0,8	-	0,7	0,4	0,54	0,5	0,4	0,2	0,2	0,46	0,45	0,44	0,5	0,5
<b>Uso</b>														
<b>Productos personas</b>														
Adultos con: (%)														
Algún producto activo SF	68,6	68,5	66	72,6	74,4	74,6	75,5	74,8	74,8	76,2	76,9	77,7	77,2	77,2
Cuentas de ahorro activas SF	71,8	68,3	70,1	64,2	62,2	65,3	65,8	65,7	65,7	65,9	65,2	64,9	51,9	52
Cuentas corrientes activas SF	83,7	85,5	85,6	82,3	82,3	80,2	78,5	73,7	73,7	76,9	76,5	76,3	74,5	75
Cuentas CAES activas SF	89,5	89,7	82,1	82,1	82,1	82,2	82,1							
Cuentas CATS activas SF	96,5	67,7	58,3	74,8	72,3	73,8	75,1							
Depósitos electrónicos	95,0	39,0	38,3	65,5	70,1	71,4	71,7							
Productos de ahorro a término (CDTs)	62,7	61,2	62,8	-	69,5	64,6	75,6	-	-	77,5	79,3	80,1	-	-



## Colombia

### Principales indicadores de inclusión financiera

	2016	2017	2018	2019	2020	2021				2022					
	Total	Total	Total	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total
<b>Acceso</b>															
<b>Productos empresas</b>															
Empresas con: (en miles)															
Al menos un producto SF	751,8	935,8	947,4	939,6	925,2	926,3	924,2	923,8	1028,6	1028,6	1029,0	1038,7	1065,7	1077,1	1077,1
*Productos de depósito SF	436,2	498,5	925,3	908,9	898,9	899,2	897,6	898,2	997,9	998,9	1004,0	1013,0	1039,8	1046,4	1046,4
*Productos de crédito SF	221,1	231,5	323,105	286,192	284,2	368,9	287,4	282,8	280,2	280,2	289,6	294,2	300,6	380,2	380,2
<b>Uso</b>															
<b>Productos empresas</b>															
Empresas con: (%)															
Algún producto activo SF	74,7	72,1	71,6	68,4	68,1	68,3	68,2	68,1	70,5	70,5	71,4	71,2	72,1	72,4	72,4
<b>Operaciones (semestral)</b>															
Total operaciones (millones)	4.926	5.462	6.334	8.194	9.915	-	4.939	-	6.222	11.161	-	6.668	-	7.769	14.397
No monetarias (Participación)	48	50,3	54,2	57,9	61,7	-	55,4	-	56,7	56,1	-	55,4	-	56,0	55,8
Monetarias (Participación)	52	49,7	45,8	42	38,2	-	44,6	-	43,3	43,8	-	44,6	-	44,0	44,2
No monetarias (Crecimiento anual)	22,22	16,01	25,1	38,3	28,9	-	-8,7	-	12,4	2,3	-	34,0	-	23,2	27,9
Monetarias (Crecimiento anual)	6,79	6,1	6,7	18,8	10	-	30,5	-	29,3	29,1	-	33,1	-	27,1	29,8
<b>Tarjetas</b>															
Crédito vigentes (millones)	14,9	14,9	15,3	16,1	14,7	14,9	14,6	15,0	15,6	15,6	15,9	16,0	16,1	16,0	16,0
Débito vigentes (millones)	25,2	27,5	29,6	33,1	36,4	39,2	38,4	39,7	40,8	40,8	41,1	42,6	43,7	45,8	45,8
Ticket promedio compra crédito (\$miles)	205,8	201,8	194,4	203,8	207,8	197,6	208,2	201,4	219,9	219,9	215,3	225,2	209,5	225,6	225,6
Ticket promedio compra débito (\$miles)	138,3	133,4	131,4	126,0	129,3	116,8	118,1	114,5	124,9	124,9	119,1	116,5	112,5	108,1	108,1