

| Banca & Economía |

2025

Edición 1499

La banca tipo Lego: componibilidad, innovación y experiencia del consumidor financiero

18 de noviembre de 2025

Director:

Jonathan Malagón González

ASOBANCARIA:

Jonathan Malagón González
Presidente

Alejandro Vera Sandoval
Vicepresidente Técnico

Germán Montoya Moreno
Director Económico

- La banca componible representa un modelo innovador que permite a las entidades financieras combinar y reconfigurar componentes tecnológicos de manera flexible para crear servicios personalizados y escalables, redefiniendo la arquitectura del sector hacia mayor agilidad e interoperabilidad con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente.
- Entre 2011 y 2024, las operaciones bancarias en Colombia se incrementaron de 2.662 millones a 20.114 millones, un aumento del 655%, mientras los canales digitales pasaron de representar el 40,3% al 82% de las transacciones.
- El número de quejas por cada 100 mil operaciones se redujo de 23 en 2011 a 13 en 2024 (con un mínimo de 8 en 2022), reflejando avances en digitalización, calidad y atención al cliente.

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



@asobancaria



asobancaria colombia



@asobancaria

1



@asobancariaco



www.asobancaria.com

**Aso
Ban
Caria**

La banca tipo Lego: componibilidad, innovación y experiencia del consumidor financiero

En la última década, el consumidor financiero ha tenido cambios profundos que han sido impulsados mayoritariamente por el mayor acceso a internet, la mayor información disponible y las propuestas de valor cada vez más digitales que gran parte de los prestadores de servicios financieros ofrecen, las cuales han sido habilitadas por el uso intensivo de tecnologías de frontera, como la inteligencia artificial y altas inversiones en innovación¹.

El consumidor de hace unos años prefería interactuar con su entidad financiera de manera presencial. Se dirigía a una sucursal bancaria para, entre otras cosas, abrir sus productos, presentar una PQRS o solicitar un extracto. Dado que en ese momento tranzaba mayoritariamente en efectivo, el canal de ATMs era sumamente relevante.

Hoy ha habido un cambio de paradigma. El consumidor actual exige experiencias más convenientes, inmediatas, ágiles y sin fricciones. En otras palabras, esperan servicios que acompañen todo su *journey*, no solo interacciones aisladas. Por eso, la tecnología se ha convertido en un elemento fundamental para la sociedad y el entorno empresarial en la medida en que habilita desde la automatización del trabajo hasta la digitalización de los servicios, incluidos los financieros.

Dado este marco de referencia, el consumidor actual utiliza mayoritariamente los canales digitales. Aunque puede usar los múltiples canales que han puesto en disponibilidad las entidades financieras, al momento de interactuar con su proveedor de servicios financieros prefiere las aplicaciones bancarias y la banca por internet. Por ejemplo, ya no va a la sucursal a abrir los productos y llevar documentos impresos, sino que hoy lo hace mediante su celular en menos de 5 minutos.

Para adaptarse a estas nuevas dinámicas, los bancos han invertido más de \$1,7 billones de pesos en tecnología e innovación anualmente². Han respondido fortaleciendo sus sitios web, creando Apps y renovando canales tradicionales, como las sucursales físicas y los centros de llamadas, buscando una experiencia *phygital*³. Además, han empezado a migrar de sus sistemas tecnológicos heredados a arquitecturas componibles tipo Lego.

Esta edición de Banca y Economía explora, en este contexto, las características del consumidor financiero actual y cómo la banca se ha adaptado a estas nuevas necesidades. Finaliza con algunas conclusiones e implicaciones para Colombia.

¹ Osei, L.K., Cherkasova, Y. & Oware, K.M. Unlocking the full potential of digital transformation in banking: a bibliometric review and emerging trend. *Futur Bus J* 9, 30 (2023). <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00207-2>

² Asobancaria (2025). Informe de Gestión Gremial.

³ Integración de servicios físicos y digitales para ofrecer una experiencia unificada y mejorada al cliente.

Editor

Germán Montoya
Director Económico

Participaron en esta edición:

Andrés Duque Márquez
Juan Nicolás Contreras López
Juan Sebastián León Pérez

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

Calendario Eventos

Programación 2025



16°
Foro de
Vivienda

Mayo
6
Bogotá D.C.



59°
Convención
Bancaria
la voz de Colombia

Junio
4, 5 y 6
Cartagena



24°
Congreso Panamericano
de Riesgo LAFTFPADM

Julio
17 y 18
Cartagena



7°
FEST
Congreso de Pensamiento para la Equidad
Sostenibilidad y Transformación

Septiembre
4
Bogotá D.C.



23°
Congreso
Derecho Financiero

Septiembre
18 y 19
Cartagena



18°
SAFE
Congreso de Seguridad, Amenazas
cibernéticas, Fraude y Experiencia

Octubre
23 y 24
Cartagena



23°
Congreso de Riesgos

Noviembre
20 y 21
Cartagena



13°
Encuentro Tributario

Noviembre
27
Bogotá D.C.

Patrocinios:

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

Inscripciones:

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

Asobancaria

Una Experiencia.



@asobancaria



asobancaria colombia



@asobancaria

2



@asobancariaco



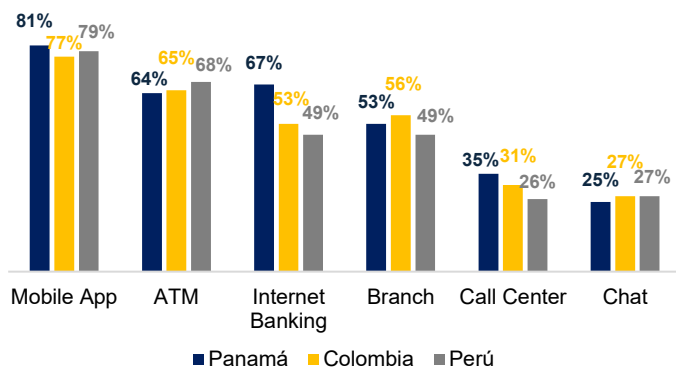
www.asobancaria.com

Asobancaria

Consumidor financiero actual

Los consumidores se han vuelto multicanal. Interactúan tanto por canales físicos como digitales, teniendo estos últimos una mayor predominancia. De acuerdo con un estudio realizado por Boston Consulting Group⁴ a nivel Latinoamérica, las aplicaciones son el canal más utilizado para hacer operaciones bancarias en Panamá, Perú y Colombia (Gráfico 1).

Gráfico 1. Uso de canales en los últimos doce meses



Fuente: Boston Consulting Group. Elaboración Asobancaria.

Este estudio indaga, además, sobre los factores que influyen en la elección, es decir, las necesidades funcionales y emocionales. Las necesidades funcionales incluyen los aspectos prácticos de la banca, como el fácil acceso a los servicios, tarifas transparentes y la disponibilidad de varios productos financieros. Las necesidades emocionales, por otro lado, se centran en los aspectos psicológicos que impulsan la lealtad y satisfacción del consumidor, entre los que destacan la seguridad, el control y la confianza.

En cuanto a necesidades funcionales se destacan como las más relevantes el fácil acceso en línea, las buenas plataformas robustas, seguras y transparentes, la adquisición simplificada de productos, las ubicaciones convenientes de sucursales y la protección contra fraudes. Por su parte, las necesidades emocionales más relevantes se enmarcan en el deseo de sentirse seguro, protegido y en control cuando realiza transacciones financieras. También, es necesario hacer hincapié en que los usuarios desean sentirse bien atendidos y valorados por sus instituciones financieras.

Así entonces, los consumidores esperan un acompañamiento completo por parte de sus entidades financieras, 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

porque el consumidor requiere de una experiencia más completa y satisfactoria. Por eso, esperan cada vez más encontrar servicios financieros embebidos en su día a día y en sus plataformas más usadas.

La experiencia de cliente comenzó a tomar forma en la década de 1990, cuando diversas industrias empezaron a reconocer que la personalización y el acompañamiento en el consumo podían generar un valor superior al del producto en sí mismo. Desde entonces, la experiencia dejó de ser un elemento accesorio para convertirse en un componente central de la creación de valor, transformando la manera en que las empresas diseñan, ofrecen y comunican sus bienes y servicios⁵. Esta tendencia marcó un cambio profundo en la lógica empresarial: los clientes pasaron de valorar únicamente el producto adquirido a priorizar la vivencia asociada al proceso de compra y al uso del servicio.

Hoy en día, mejorar la experiencia del cliente se ha convertido en una de las principales prioridades de los ejecutivos a nivel global⁶. Como señala el Índice de Experiencia del Cliente de Forrester, ya no basta con satisfacer las necesidades básicas del usuario para ofrecer una experiencia eficaz, sencilla y satisfactoria. Las organizaciones deben ir más allá, superando deficiencias en rendimiento, comodidad, personalización y confianza, mediante la adopción de nuevas arquitecturas tecnológicas y culturas centradas en el cliente que permitan responder a las expectativas de un consumidor cada vez más informado, conectado y exigente.

Transformación de la Banca

La satisfacción de las nuevas necesidades del consumidor financiero no ha sido un proceso espontáneo, sino el resultado de la resiliencia y capacidad de las entidades bancarias, que han demostrado que pueden redefinir sus modelos de atención, operativos y tecnológicos para brindar al cliente inmediatez, personalización y transparencia. De hecho, los resultados evidencian esta evolución: el 69% de los clientes afirma apreciar a su banco y el NPS (*Net Promoter Score*) promedio del sector se ubica en 18 puntos⁷, lo que refleja una relación cada vez más positiva entre las entidades y sus consumidores.

Las entidades financieras han apostado por un acompañamiento integral a lo largo del *journey* del cliente, entendiendo que la relación con el usuario ya no se limita a la transacción puntual, sino que abarca todo su ciclo de vida financiero. Esto se materializa, entre otras cosas, mediante la creación de ecosistemas digitales, los cuales articulan diferentes actores y servicios para ofrecer soluciones completas, integradas y de alto valor agregado.

En el país, este enfoque ha tomado fuerza en sectores como la movilidad y la vivienda, donde los bancos han pasado de ser solamente proveedores de crédito a crear sus propios ecosistemas. En el caso de la movilidad, por ejemplo, las aplicaciones que integran

⁴ BCG. (2024). Experiencia digital y confianza: factores clave para capturar clientes en la banca latinoamericana.

⁵ Pine II, B. & Gilmore, James. (2013). The experience economy: past, present and future. 10.4337/9781781004227.00007.

⁶ McCarthy, John C. and Ted Schadler (2014), "Closing the Experience Gaps," research report, Forrester Research Inc.

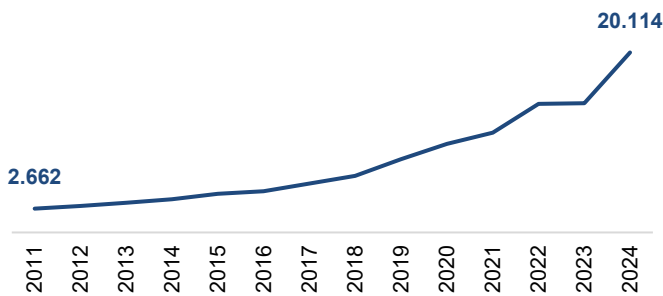
⁷ Asobancaria (2024). Informe PQRS 3.0.

la compra de vehículos, seguros y financiamiento en tiempo real han eliminado fricciones en el proceso de adquisición, permitiendo una experiencia fluida y continua.

De igual forma, en el ámbito de la vivienda se han desarrollado ecosistemas que abarcan desde la búsqueda de propiedades hasta la adquisición o el arriendo, con propuestas personalizadas de financiamiento y seguros que reducen tiempos y mejoran la tasa de conversión de clientes.

Por otra parte, la evidencia empírica demuestra el impacto tangible de esta transformación. Entre 2011 y 2024, el número de operaciones bancarias en Colombia aumentó en un 655%, reflejo de un sistema más robusto y de una base de consumidores que no solo crece, sino que interactúa con mayor frecuencia mediante el sistema financiero (Gráfico 2)⁸.

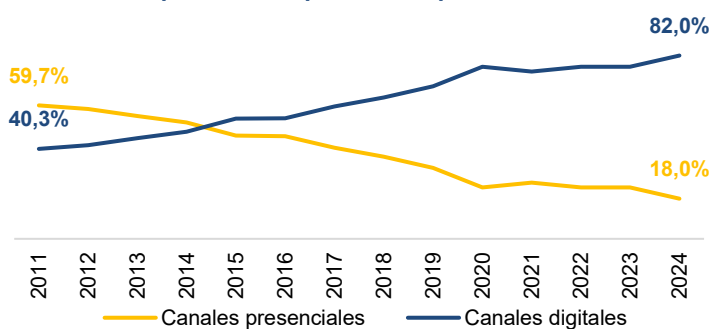
Gráfico 2. Operaciones bancarias realizadas en Colombia 2011-2024 (millones de operaciones)



Fuente: Superintendencia Financiera. Elaboración Asobancaria.

Este incremento ha venido acompañado de un cambio en los canales de operación, donde los medios digitales han adquirido un protagonismo sin precedentes. Mientras hace una década el uso de los canales presenciales y digitales era equilibrado, hoy cerca de ocho de cada diez operaciones se realiza en canales digitales (Gráfico 3).

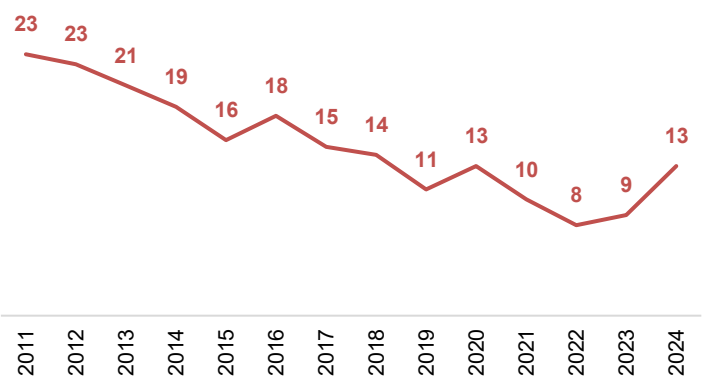
Gráfico 3. Proporción de operaciones por canales 2011-2024



Fuente: Superintendencia Financiera. Cálculos Asobancaria.

Paralelamente, la evolución tecnológica ha permitido mejorar la eficiencia y la calidad del servicio, tal como se refleja en la disminución del número de quejas por cada 100 mil operaciones, que pasó de 23 en 2011 a 13 en 2024⁹ (Gráfico 4). No obstante, los retos actuales trascienden la eficiencia. La verdadera diferenciación se encuentra ahora en la personalización de la experiencia y en la capacidad de las entidades para ofrecer servicios consistentes y coherentes en todos los puntos de contacto.

Gráfico 4. Número de quejas por cada 100 mil operaciones



Fuente: Superintendencia Financiera. Cálculos Asobancaria.

Esta necesidad ha impulsado la adopción de nuevos paradigmas tecnológicos, entre ellos la arquitectura componible, que permite a los bancos integrar y reconfigurar servicios con mayor rapidez. Pero más allá de esta tendencia, se vislumbra un nuevo horizonte en la evolución de la experiencia financiera: la banca tipo Lego, un modelo en el que los servicios financieros se construyen como piezas modulares, fácilmente combinables y adaptables a las necesidades únicas de cada consumidor. Este enfoque representa la siguiente frontera en la satisfacción del cliente, donde la personalización deja de ser un atributo aspiracional para convertirse en la esencia misma del diseño bancario¹⁰.

Banca tipo Lego, el nuevo modelo de personalización

El core bancario se entiende como una plataforma tecnológica en la que convergen la información y las comunicaciones, cuyo propósito es satisfacer las necesidades operativas del banco y responder a factores como la obsolescencia del hardware y el software¹¹. En otras palabras, constituye el núcleo de las operaciones financieras, ya que soporta los productos, servicios y canales a través de los cuales las entidades gestionan sus procesos internos y externos.

Durante más de cuatro décadas, el corazón de las instituciones financieras estuvo determinado por los llamados sistemas

⁸ SFC (2025). Informe de Operaciones.

⁹ SFC (2025). Informe de Quejas.

¹⁰ Deloitte (2024). Composable architectures in financial services – The basics.

¹¹ Sandoval Casana, F. A. (2018). La implementación del core bancario y su influencia en el desarrollo del Banco de Comercio.

monolíticos, infraestructuras centralizadas construidas sobre tecnologías como COBOL o CICS en las que los datos y la lógica de

negocio coexistían en un único bloque. Este modelo resultó funcional durante la era de la digitalización inicial de los años ochenta y noventa, cuando el objetivo era automatizar tareas manuales y garantizar la confiabilidad en el procesamiento por lotes (*batch*).

Sin embargo, la estructura monolítica presentaba retos en materia de innovación, pues cualquier modificación en una función implicaba alterar toda la aplicación, generando altos costos, largos ciclos de desarrollo y riesgos operativos significativos¹². Con la expansión de los canales digitales, la regulación y la demanda de experiencias en tiempo real, el modelo tradicional comenzó a cambiar.

Los bancos enfrentaron entonces el dilema de mantener sistemas robustos pero rígidos, con retos de integrar tecnologías emergentes o responder con agilidad a las expectativas del consumidor. Así, surgió la necesidad de desacoplar el *core* bancario, es decir, separar sus componentes funcionales en unidades más pequeñas, independientes y conectadas mediante APIs estandarizadas. Este proceso marcó el inicio de la transición hacia arquitecturas componibles o modulares¹³.

La arquitectura componible redefine la estructura tecnológica del sistema financiero bajo los principios de microservicios, interoperabilidad y orquestación API. Cada microservicio ejecuta una función de negocio concreta, como apertura de cuentas, cálculo de intereses o validación KYC, y se comunica con otros mediante APIs ligeras y seguras.

De esta manera, los sistemas dejan de comportarse como bloques rígidos y pasan a funcionar como un conjunto de componentes autónomos que pueden integrarse, reemplazarse o escalarse sin afectar el funcionamiento total del *core*. El modelo BIAN (Banking Industry Architecture Network) propone una estandarización de “dominios de servicio” y definiciones que permiten a los bancos ensamblar soluciones provenientes de distintos proveedores con una semántica común¹⁴.

Este principio constituye la base de la Lego-ficación de la banca, es decir, la capacidad de construir servicios financieros como piezas de Lego que pueden combinarse en función de las necesidades específicas del consumidor o del contexto operativo.

El valor de la componibilidad radica en el desacoplamiento del *core* bancario, pues a diferencia del paradigma anterior donde la lógica de negocio residía en sistemas cerrados, la banca componible permite extraer y exponer funciones del *core* a través de APIs estandarizadas.

De esta manera, la capa de innovación, generalmente visible en los canales digitales, puede evolucionar con independencia de la infraestructura subyacente. Esta separación acelera los ciclos de

desarrollo, fomenta la innovación y reduce los costos de mantenimiento, al tiempo que habilita una arquitectura adaptable y resiliente frente al cambio¹⁵.

Más allá de la modernización tecnológica, la banca componible representa una reconfiguración estructural del modelo financiero. Los bancos ya no son instituciones cerradas que controlan toda la cadena de valor, sino plataformas abiertas capaces de integrar a terceros, proveedores tecnológicos y actores no financieros en un mismo ecosistema. Este modelo impulsa la creación de servicios personalizados diseñados para ajustarse dinámicamente al perfil, comportamiento y contexto del cliente.

El caso de Absa Bank (Sudáfrica)¹⁶ ilustra cómo la arquitectura componible puede transformar una institución tradicional en una organización ágil, interoperable y centrada en el cliente. Absa enfrentó el desafío de reconstruir su infraestructura tecnológica sin interrumpir operaciones en más de diez países africanos. Para lograrlo, adoptó el modelo de *Service Domains* definido por BIAN, que permite mapear y reorganizar los procesos bancarios en unidades funcionales independientes, como gestión de pagos, préstamos o relación con clientes, todas conectadas mediante APIs estandarizadas.

Esta estrategia permitió a Absa desacoplar el *core* bancario y sustituir componentes sin alterar la arquitectura global. En lugar de ejecutar una transformación masiva, el banco implementó una modernización gradual basada en principios de Lego-ficación, de manera que cada dominio funcional podía actualizarse o reemplazarse como si fuera una pieza modular.

Los resultados incluyeron una mejora sustancial en la agilidad operativa y en el tiempo de salida al mercado, reduciendo los plazos de lanzamiento de productos digitales de meses a semanas, fortaleciendo la interoperabilidad con terceros y consolidando una plataforma regional que hoy sirve como referencia de componibilidad estandarizada en África.

El ejemplo de WeBank (China) constituye otra evidencia concreta de la viabilidad y escalabilidad de este modelo. Considerada la primera entidad financiera del mundo basada completamente en una arquitectura distribuida componible, WeBank construyó su *core* sobre servidores estándar y software de código abierto, reemplazando los mainframes propietarios por una infraestructura horizontalmente escalable¹⁷.

¹² Tambi, V. K. (2019). *Cloud-Based Core Banking Systems Using Microservices Architecture*. *International Journal of Recent Engineering and Computing*, 7(3), 25–34.

¹³ Kotnik, V. (2024). *Composable architectures in financial services – The basics*. Deloitte Insights.

¹⁴ Banking Industry Architecture Network (BIAN). (2020). *BIAN Certification Framework and Case Study: Absa Bank Transformation*. BIAN Publications.

¹⁵ Kotnik, V. (2024). *Composable architectures in financial services – The basics*. Deloitte Insights.

¹⁶ Banking Industry Architecture Network (BIAN). (2020). *BIAN Certification Framework and Case Study: Absa Bank Transformation*. BIAN Publications.

¹⁷ Huawei Technologies Co., Ltd. (s. f.). *WeBank: Transforming Database Architecture*. Recuperado de <https://e.huawei.com/gr/case-studies/solutions/storage/webank>

Su sistema, compuesto por miles de microservicios desplegados en la nube, se conecta a través de APIs estandarizadas que le permiten procesar más de 1.400 millones de transacciones diarias con una disponibilidad del 99,9%. Este logro rompe con el tradicional “triángulo imposible” entre capacidad, costo y disponibilidad.

Además, el modelo de componibilidad de WeBank facilita la experimentación continua, ya que nuevos productos y algoritmos de riesgo pueden integrarse en cuestión de días sin afectar la operación del *core*. La clave de este éxito radica en el desacoplamiento total del *core* bancario y en la aplicación de principios de Lego-ficación. Cada servicio, desde la gestión de clientes hasta la analítica predictiva, se comporta como un bloque funcional que puede sustituirse, replicarse o actualizarse de manera independiente.

El cambio hacia arquitecturas componibles no es únicamente técnico, sino también experiencial. Las nuevas generaciones de consumidores digitales, móviles y contextuales esperan servicios financieros integrados, transparentes y personalizables. Así, la capacidad de Lego-ficar la banca permite diseñar experiencias únicas a partir de la recombinación de componentes.

Una entidad financiera puede, por ejemplo, ensamblar un servicio de crédito instantáneo integrando módulos de evaluación de riesgo, autenticación biométrica, *scoring* alternativo y firma digital sin desarrollar desde cero cada función. Gracias a las APIs estandarizadas, estos componentes pueden provenir de distintos proveedores y, aun así, comportarse de manera coherente dentro de la interfaz del cliente. La componibilidad trasciende así la eficiencia operativa para convertirse en un motor de personalización y diferenciación competitiva.

El futuro del sistema financiero dependerá de su capacidad para desacoplar, modularizar y estandarizar. La banca componible se consolida como la vía más eficaz para alcanzar este objetivo, ya que combina la flexibilidad arquitectónica de los microservicios con la interoperabilidad de las APIs estandarizadas y la agilidad organizacional del modelo Lego.

Esto responde a una nueva lógica de valor en la que los bancos del futuro no competirán por productos, sino por ecosistemas adaptativos capaces de integrar en tiempo real las expectativas cambiantes de los consumidores. Tal como anticipa BIAN, la componibilidad constituye el núcleo de la banca, donde la tecnología se convierte en el tejido invisible de la experiencia financiera.

Conclusiones e implicaciones para Colombia

El país ha alcanzado un nivel de madurez tecnológica que lo posiciona favorablemente frente a otros mercados de la región. La digitalización de los servicios financieros ha crecido de manera sostenida durante la última década y, para el primer semestre de 2025, cerca del 82% de las operaciones se realizaron a través de canales digitales.

Este avance ha configurado un entorno propicio para que las entidades evolucionen hacia modelos más ágiles y flexibles, donde la componibilidad se convierte en un habilitador clave para responder a

las expectativas de un consumidor que exige inmediatez, personalización y experiencias integradas. En este contexto, la banca componible ofrece a las entidades financieras la posibilidad de Lego-ficar su infraestructura tecnológica, permitiéndoles ensamblar y reconfigurar servicios, reducir tiempos de desarrollo y mejorar la eficiencia operativa sin depender de sistemas rígidos o monolíticos.

Este nuevo paradigma tecnológico implica un cambio profundo en la forma en que las instituciones financieras diseñan, operan y escalan sus servicios. La componibilidad facilita el desacoplamiento del *core* bancario, lo que permite que los distintos módulos de negocio, como créditos, depósitos, pagos o gestión de clientes, operen de manera independiente pero coordinada a través de APIs estandarizadas.

Esto promueve la interoperabilidad entre sistemas internos, habilita la automatización y crea una base sólida para la innovación. En la medida en que los bancos colombianos adopten progresivamente infraestructuras basadas en la nube y arquitecturas de microservicios, podrán alcanzar mayores niveles de agilidad, resiliencia y eficiencia en la gestión operativa, reduciendo los tiempos de salida al mercado de nuevos productos y fortaleciendo la experiencia del cliente.

Sin embargo, la transición hacia la banca componible también plantea desafíos significativos que el sistema financiero colombiano deberá abordar. En particular, uno de los principales es la interoperabilidad entre los distintos sistemas y plataformas del sector, ya que la integración efectiva de datos, procesos y servicios requiere un lenguaje común y reglas de intercambio uniformes.

Aunque la adopción de APIs ha avanzado, aún persisten brechas en los estándares de información y en la alineación funcional de los sistemas heredados, lo que puede generar duplicidades, inconsistencias y mayores costos de mantenimiento. A esto se suma la necesidad de fortalecer las capacidades tecnológicas y el talento digital dentro de las organizaciones, pues la migración hacia modelos componibles exige competencias avanzadas en ingeniería, gestión de datos, seguridad y gobierno de la arquitectura tecnológica.

Desde el punto de vista regulatorio, el país ha mostrado avances importantes que favorecen este proceso. Iniciativas como el *sandbox* de la Superintendencia Financiera de Colombia han permitido a las entidades experimentar con soluciones basadas en APIs abiertas, servicios en la nube e inteligencia artificial, consolidando un entorno de innovación controlada.

Finalmente, la componibilidad redefine el papel de las entidades financieras dentro de la economía digital. Las instituciones ya no solo operarán como prestadoras de servicios, sino que serán capaces de articular múltiples productos y canales con una coherencia total en la experiencia del consumidor. Esto permite ofrecer servicios más personalizados, integrados y consistentes, optimizando la relación con los clientes y elevando los estándares de satisfacción y fidelización.

La adopción de la banca componible fortalecerá la resiliencia tecnológica del sistema, impulsará la eficiencia operativa y consolidará una cultura de innovación sostenible. Así, Colombia podrá avanzar hacia un modelo financiero más ágil, transparente y centrado en el consumidor, reafirmando el liderazgo de la banca colombiana en la transformación digital de la región.

Banca & Economía

2025

Edición 1499

Principales indicadores macroeconómicos

	2021	2022	2023					2024				2025*
	Total	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	Total
Producto Interno Bruto												
PIB Nominal (COP Billones)	1.192,6	1.471	1.585	401	409	435	462	1.706	443	440	476	1.837
PIB Nominal (USD Billions)	318,5	344,6	382,3	102,4	104,1	106,3	106,3	418,9	105,6	104,9	118,8	435,7
PIB Real (COP Billones)	907,4	973	980	236	245	250	266	995	242	249	259	1.020
PIB Real (% Var. interanual)	11,1	7,6	0,7	0,2	1,6	1,8	2,6	1,6	2,6	2,1	3,6	2,6
Precios												
Inflación (IPC, % Var. interanual)	5,6	13,1	9,3	7,4	7,2	5,8	5,2	5,2	5,1	4,8	5,1	5,4
Inflación sin alimentos (% Var. interanual)	3,4	10	10,3	8,8	7,6	6,5	5,6	5,6	5,2	4,8	4,9	5,0
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	3981	4.810	3.822	3.842	4.148	4.164	4.409	4.409	4.070	4.199	4.007	3.800
Tipo de cambio (Var. % interanual)	16	20,8	-20,5	-17,0	-1,0	2,7	15,4	15,4	5,9	1,2	-2,2	-13,8
Sector Externo												
Cuenta corriente (USD millones)	-17.951	-20.879	-8.285	-1.941	-1.577	-1.654	-2.240	-7.412	-2.290	-2.595	...	-10.780
Déficit en cuenta corriente (% del PIB)	-5,7	-6,0	-2,3	-1,9	-1,4	-1,5	-2,1	-1,7	-2,2	-2,5	...	-2,5
Balanza comercial (% del PIB)	-6,4	-4,7	-2,1	-1,9	-2,1	-2,1	-2,9	-2,3	-2,8	-3,6	...	-3,4
Exportaciones F.O.B. (% del PIB)	13,6	21,3	18,8	15,8	16,6	16,7	16,8	16,5	16,0	16,6	...	11,8
Importaciones F.O.B. (% del PIB)	18	25,9	20,9	17,7	18,8	18,8	19,7	18,7	18,8	20,1	...	15,2
Renta de los factores (% del PIB)	-2,8	-4,9	-3,7	-3,3	-3,0	-3,2	-3,2	-3,2	-3,0	-2,9	...	-3,0
Transferencias corrientes (% del PIB)	3,4	3,6	3,5	3,3	3,7	3,8	4,0	3,7	3,6	4,0	...	3,9
Inversión extranjera directa (pasivo) (% del PIB)	3,0	5,0	4,6	3,6	2,7	3,1	4,3	3,4	4,4	3,3	...	...
Sector Público (% del PIB)												
Bal. primario del Gobierno Central	-3,6	-1,0	-0,3	0,0	-0,8	0,0	-1,5	-2,4	-0,9	-0,6	-0,4	-2,4
Bal. del Gobierno Nacional Central	-7,0	-5,3	-4,3	-1,0	-2,3	-0,9	-2,6	-6,8	-2,1	-1,8	-1,6	-7,1
Bal. primario del SPNF	-3,5	-1,4	1,5	...	...	...	...	-0,2	...	...	...	...
Bal. del SPNF	-7,1	-6,0	-2,7	...	...	...	...	-4,9	...	...	...	...
Indicadores de Deuda (% del PIB)												
Deuda externa bruta	53,9	52,4	54,8	50,4	48,1	47,8	48,2	49,7	48,1	49,0	...	...
Pública	32,2	30,1	31,2	29,1	27,5	27,0	27,0	28,4	26,8	27,6	...	...
Privada	21,7	22,3	23,6	21,3	20,6	20,7	21,1	21,3	21,4	21,4	...	...
Deuda neta del Gobierno Central	60,0	53,2	52,7	50,7	54,7	55,8	59,3	55,1	58,6	57,3	...	61,3

*Proyecciones de Asobancaria. Los datos fiscales corresponden a lo proyectado por el Gobierno Nacional en el MFMP 2025.

Fuentes: DANE, Banco de la República, Ministerio de Hacienda y Crédito Público.



@asobancaria



asobancaria colombia



@asobancaria

7



@asobancariaco



www.asobancaria.com



Banca & Economía

2025

Edición 1499

Estados financieros del sistema bancario Colombia

		dic-19	dic-20	dic-21	dic-22	sep-25 (a)	ago-25	sep-24 (b)	Var. real anual (b) - (a)
Activo		785.815	856.824	957.166	1.082.978	1.221.787	1.223.973	1.148.701	1,1%
	Disponible	52.617	62.572	71.927	66.605	60.707	54.600	59.951	-3,7%
	Inversiones	177.620	219.265	240.615	258.271	309.420	319.133	297.408	-1,1%
	Cartera de crédito	528.900	552.795	607.084	709.392	784.854	780.466	735.165	1,5%
	Consumo	157.250	160.437	180.892	213.967	209.389	206.965	200.450	-0,7%
	Comercial	281.453	296.902	319.116	373.204	418.070	417.944	393.653	1,0%
	Vivienda	76.918	82.071	92.494	105.526	135.133	133.665	121.403	5,8%
	Microcrédito	13.279	13.385	14.582	16.696	22.262	21.892	19.659	7,7%
	Provisiones	31.439	40.528	38.248	40.214	42.921	42.995	43.595	-6,4%
	Consumo	11.639	14.879	13.286	17.259	17.584	17.731	19.869	-15,9%
	Comercial	16.090	18.499	18.454	17.781	19.285	19.087	18.052	1,6%
	Vivienda	2.689	3.019	3.342	3.547	4.329	4.476	3.914	5,2%
	Microcrédito	1.021	1.230	1.033	962	1.535	1.518	1.453	0,5%
Pasivo		652.311	716.904	795.679	915.191	1.049.223	1.052.775	968.971	2,9%
	Depósitos y otros instrumentos	546.512	608.429	683.734	748.589	908.549	913.769	831.066	3,9%
	Cuentas de ahorro	201.873	252.027	303.167	304.341	341.301	342.304	303.474	6,9%
	CDT	176.060	175.464	162.670	234.276	357.499	359.665	323.303	5,1%
	Cuentas Corrientes	60.491	75.002	84.846	80.608	75.163	76.496	72.120	-0,9%
	Otros pasivos	21.013	22.931	24.802	27.636	34.429	34.766	29.937	9,3%
Patrimonio		133.503	139.919	161.487	167.787	172.564	171.198	179.730	-8,7%
Utilidades (año corrido)		16.783	10.098	20.134	20.202	13.859	12.268	9.200	43,2%
	Ingresos financieros de cartera	50.486	49.759	46.558	70.627	67.030	59.500	72.432	-12,0%
	Gastos por intereses	18.034	16.197	11.321	32.387	40.419	36.025	46.590	-17,5%
	Margen neto de intereses	33.239	34.068	35.624	40.279	29.874	26.502	28.608	-0,7%
Indicadores (%)									
	Calidad	4,17	4,80	3,82	3,56	4,05	4,13	4,88	-0,83
	Consumo	4,73	6,33	4,44	5,50	5,39	5,55	7,61	-2,22
	Comercial	3,97	4,22	3,50	2,61	3,42	3,47	3,65	-0,23
	Vivienda	3,28	3,49	3,25	2,66	3,30	3,35	3,59	-0,30
	Microcrédito	7,16	7,27	6,81	5,71	7,75	8,05	9,63	-1,87
	Cubrimiento	142,4	152,8	164,9	159,1	135,1	133,3	121,5	-13,59
	Consumo	156,4	146,6	165,6	146,5	155,8	154,3	130,3	25,54
	Comercial	144,1	147,6	165,3	182,6	134,9	131,5	125,7	9,23
	Vivienda	106,6	105,5	111,1	126,4	97,1	100,0	89,7	7,45
	Microcrédito	107,5	126,5	104,0	100,8	88,9	86,1	76,8	12,17
	ROA	2,1	1,2	2,1	1,9	1,5	1,5	1,1	0,45
	ROE	12,6	7,2	12,5	12,0	10,8	10,9	6,9	3,97
	Solvencia	15,4	17,2	22,0	18,6	12,3	13,5	18,7	-6,37
	IRL	0,0	0,0	205,2	184,6	183,1	190,9	194,7	-7,11
	CFEN G1	0,0	109,3	113,5	109,6	117,6	117,6	114,0	3,08
	CFEN G2	0,0	126,5	127,4	121,3	129,8	137,6	133,2	-1,39

Nota: G1 corresponde a bancos con activos superiores al 2% del total y G2 a bancos diferentes a G1 que tengan cartera como activo significativo.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



@asobancaria



asobancaria colombia



@asobancaria

8



@asobancariaco



www.asobancaria.com

**Aso
Ban
Caria**

Banca & Economía

2025

Edición 1499

Principales indicadores de inclusión financiera

	2021	2022						2023						2024	2025
	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	
Profundización financiera - Cartera/PIB (%) EC + FNA	50,9	48,3	47,1	46,8	46,7	46,2	46,2	45,9	45,4	45,3	44,0	44,0	43,4	43,4	
Efectivo/M2 (%)	17,0	16,3	14,7	14,3	13,9	15,0	15,0	14,2	14,1	14,5	15,5	15,5	15,3	15,3	
Cobertura															
Municipios con al menos una oficina o un corresponsal bancario (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		
Municipios con al menos una oficina (%)	79,5	78,7	76,8	77,0	76,8	78,7	78,7	76,7	77,4	76,7	77,2	77,2	73,9		
Municipios con al menos un corresponsal bancario (%)	92,7	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		
Acceso*															
Productos personas															
Indicador de inclusión financiera (%)	90,5	92,3	92,9	93,2	93,7	94,6	94,6	95,0	95,4	95,9	96,4	96,4	96,9		
Indicador de acceso a depósitos (%)	89,1	91,2	92,0	92,4	92,9	94,0	94,0	94,4	94,8	95,4	95,8	95,8	96,4		
Indicador de acceso a crédito (%)	34,5	36,2	35,2	35,3	35,2	35,3	35,3	35,0	35,5	35,2	35,5	35,5	35,6		
Adultos con: (en millones)															
Al menos un producto	33,5	34,7	35,1	35,3	35,6	36,1	36,1	36,4	36,7	37,0	37,7	37,7	37,7		
Depósitos	26,4	28,0	28,4	28,7	29,2	30,5	30,5	30,9	31,2	31,5	37,1	37,1	37,5		
Cuentas de ahorro	28,9	29,9	29,3	29,5	30,6	30,8	30,8	31,2	31,3	31,5	31,9	31,9	32,3		
Cuenta corriente	1,9	1,8													
Depósitos de bajo monto	21,1	23,5	24,2	24,7	25,3	27,5	27,5	28,1	28,5	29,0	29,5	29,5	29,9		
CDT	-	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,4		
Al menos un crédito	12,6	13,5	13,4	14,4	13,5	13,5	13,5	13,4	13,7	13,6	13,7	13,7	13,8		
Crédito de consumo	6,9	7,8	7,4	7,4	7,3	7,3	7,3	7,4	7,4	7,4	8,5	8,5	7,4		
Tarjeta de crédito	7,9	8,5	8,5	8,5	8,5	8,4	8,4	8,4	8,8	8,7	9,0	9,0	9,1		
Microcrédito	2,3	2,3				2,4	2,4	2,3	2,4	2,3	2,2	2,2	2,2		
Crédito de vivienda	1,2	1,3				1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2		
Crédito comercial	0,2	0,5													
Uso*															
Productos personas															
Adultos con: (%)															
Algún producto activo	74,8	77,2	77,8	78,2	79,1	82,7	82,7	82,5	83,0	83,5	83,9	83,9	84,8		
Cuentas de ahorro activas	65,7	51,9				54,5	54,5	54,1	53,3	53,6	66,4	66,4	55,4		
Cuentas corrientes activas	73,7	74,5													
Cuentas CAES activas															
Cuentas CATS activas	76,3	78,6				80,1	80,1	80,7	81,2	81,7	81,7	81,7			
Depósitos electrónicos															
Productos de ahorro a término (CDT)		73,2													

* Vigiladas por la SFC, la SES, y ONG



@asobancaria



asobancaria colombia



@asobancaria

9



@asobancariaco



www.asobancaria.com

Aso
Ban
Caria

Principales indicadores de inclusión financiera

	2021	2022					2023					2024	2025	
	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2
Acceso*														
Productos empresas														
Empresas con: (en miles)														
Al menos un producto	1.028,6	1.077,1				1.169,6	1.169,6					1.232,5		
*Productos de depósito	998,9	1.046,4				1.166,4	1.166,4					1.230,8		
*Productos de crédito	280,2	380,2				417,6	417,6					453,9		
Uso*														
Productos empresas														
Empresas con: (%)														
Algún producto activo	70,5	72,4												
Número de operaciones (trimestral)														
Total operaciones (millones)	11.161	14.397	-	7.500	-	7.808	15.308	3.986	4.499	5.613	6.016	20.114	5.300	5.190
No monetarias (Participación)	56,1	55,8	-	49,2	-	39,0	44,1	37,4	36,9	51,9	53,2	46,8	48,7	40,6
Monetarias (Participación)	43,8	44,2	-	50,8	-	61,0	55,9	62,6	63,1	45,3	46,74	53,1	51,3	59,4
No presenciales (Participación)	75,0	77,0	-	79,5	-	78,4	78,6	79,0	80,6	84,1	83,8	84,0	82,4	81,4
Presenciales (Participación)	25,0	23,0	-	20,5	-	21,6	21,4	21,0	19,4	15,9	16,2	16,0	17,6	18,6
Tarjetas														
Créditos vigentes (millones)	15,6	16,0	15,8	15,5	15,4	15,0	15,0	14,37	14,0	13,8	13,9	13,9	13,4	15,1
Débitos vigentes (millones)	40,8	45,8	46,2	46,4	47,1	47,2	47,2	46,0	44,9	45,4	45,3	45,3	47,6	48,9
Ticket promedio compra crédito (\$miles)	219,9	225,6	211,1	211,8	200,0	212,6	212,6	196,7	199,0	194,7	244,9	244,9	199,3	191,7
Ticket promedio compra débito (\$miles)	124,9	108,1	100,6	100,7	96,0	111,1	111,1	93,2	94,7	91,7	97,1	97,1	93,0	90,6

* Vigiladas por la SFC, la SES, y ONG microfinancieras

Fuentes: Banca de las Oportunidades, Superintendencia Financiera de Colombia.