

En busca de la satisfacción del cliente: evaluación de la UX y la usabilidad en plataformas financieras digitales

- La medición de la experiencia de usuario (UX) y la usabilidad es fundamental para mejorar la satisfacción del cliente y la competitividad de las entidades financieras.
- Herramientas como el UEQ y el SUS proporcionan información clave para mejorar versiones de software, realizar comparaciones con la competencia y detectar áreas de mejora, entre otras.
- La satisfacción del cliente y la intención de uso continuo están directamente influenciadas por la calidad de la UX y la usabilidad de las plataformas digitales.

09 de diciembre de 2024

Director:

Jonathan Malagón González

ASOBANCARIA:

Jonathan Malagón González
Presidente

Alejandro Vera Sandoval
Vicepresidente Técnico

Germán Montoya Moreno
Director Económico

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

En busca de la satisfacción del cliente: evaluación de la UX y la usabilidad en plataformas financieras digitales

Actualmente, tanto el sector público como el privado están realizando esfuerzos por generar un sistema financiero más competitivo e innovador, que tenga al consumidor en el centro. Por un lado, gran parte de los prestadores de servicios financieros ofrecen propuestas de valor cada vez más digitales, lo que ha sido posible gracias al uso intensivo de tecnologías de frontera, como la inteligencia artificial y altas inversiones en innovación. Por otro lado, los gobiernos crean políticas públicas para, entre otras cosas, disminuir el uso de efectivo, apalancar los pagos digitales y generar mayores niveles de inclusión financiera¹.

Aunado a ello, se han dado cambios en el comportamiento del consumidor. La irrupción de la transformación digital ha generado un cambio de paradigma en todos los aspectos de la vida. La tecnología se ha convertido en un elemento necesario para la sociedad y el entorno empresarial, desde la automatización del trabajo hasta digitalización de los servicios, incluidos los financieros².

A medida que las personas están más conectadas y aumenta el acceso a internet y a dispositivos digitales como teléfonos inteligentes, computadores y tabletas, crece la necesidad de contar con servicios financieros 24 horas al día los 7 días a la semana. En particular, Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo especializado de las Naciones Unidas, en 2023 cerca del 93% de la población en países desarrollados tenían acceso a internet³. Para Colombia, la penetración de internet en 2023 se ubicó en 68,3% de la población⁴.

Por esa razón, los bancos 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*⁵ para apoyar sus esfuerzos digitales, reduciendo costos en el camino. Dada la inmediatez que se ha desarrollado en los servicios financieros, los canales digitales ya no representan solo "una forma más barata" para que los bancos interactúen con los clientes. Ahora son fundamentales para generar valor, interactuar con el consumidor, estimular ventas y fidelizar, lo cual aumenta la cuota de mercado.

Estos avances se deben acompañar de una experiencia de usuario (UX) sin fricciones y de una adecuada usabilidad de las diferentes plataformas digitales. La importancia de estos aspectos radica en su impacto directo en la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la competitividad de las entidades financieras. La forma en que un cliente se siente durante el servicio deja una impresión duradera. De hecho, el 91% de los clientes insatisfechos no regresa, y cada cliente insatisfecho

¹ Windasaria, N. A., Kusumawatia, N., Larasatib, N., & Amelia, R. P. (2022). *Digital-only banking experience: Insights from Gen Y and Gen Z*. Recuperator de: <https://www.elsevier.es/en-revista-journal-innovation-Knowledge-376-articulo-digital-only-banking-experience-insights-from-S2444569X22000105>

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

³ ITU. (2023). Global offline population steadily declines to 2.6 billion people in 2023. Recuperado de: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2023/10/10/ff23-internet-use/>

⁴ Statista. (2023). Número de usuarios de internet en Colombia de 2018 a 2027.

⁵ 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 Gregorio Duque Márquez
Juan Esteban León Pérez
Deyi Mildred Anacona Melenje

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

Calendario de Eventos Programación 2025

 27° Congreso de Tesorería Febrero 13 y 14 Cartagena

 15° CAMP Marzo 6 y 7 Cartagena

 13ª Jornada de Libre Competencia Abril 10 Bogotá D.C.

 16° Foro de Vivienda Mayo 6 Bogotá D.C.

 59ª Convención Bancaria Junio 4, 5 y 6 Cartagena

 24° Congreso Panamericano de Riesgo LAFTPADM Julio 17 y 18 Cartagena

 7° FEST Congreso de Finanzas 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, Cibermedicina, 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
sellias@asobancaria.com

Inscripciones:

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

Aso Ban Caria

Una Experiencia:

suele comunicar su experiencia negativa a unas 10 personas⁶.

En esta línea, diversos estudios han encontrado que, en relación con servicios financieros digitales, las experiencias de los clientes están determinadas por la calidad del servicio, la calidad funcional, el valor percibido, el compromiso empleado-cliente, el riesgo percibido y la usabilidad⁷.

Esta edición de Banca y Economía explora cómo medir la UX y la usabilidad, abordando las principales cifras relacionadas con la digitalización del sector financiero en Colombia. A su vez profundiza en aspectos clave de la usabilidad y en el uso de herramientas como los cuestionarios UEQ y SUS para, finalmente, proponer las mejores prácticas para llevar a cabo estas mediciones y optimizar la interacción digital en el sector financiero.

Avances en Transformación Digital

El sistema financiero de Colombia no se ha quedado rezagado en este camino de transformación digital. Según cifras de Banca de las Oportunidades⁸, los canales digitales presentaron un incremento en las operaciones monetarias, pasando de 19,9 % en 2018 a 62,9 % en 2023, con un aumento de más de 40 % en los últimos cinco años (Gráfica 1).

¿Por qué medir la experiencia del cliente digital?

La UX se ocupa de factores relacionados con el usuario (tendencias, expectativas, necesidades, motivaciones y estados de ánimo de los usuarios), con el diseño del sistema (complejidad, propósito, usabilidad y funcionalidad) y con el contexto o entorno donde tiene lugar la interacción⁹. En otras palabras, abarca la aceptación general de un producto, incluyendo aspectos pragmáticos, relacionados con la facilidad de uso y la experiencia emocional del usuario.

Por su parte, la usabilidad es el grado en que determinados usuarios pueden utilizar un producto o sistema para alcanzar ciertos objetivos de manera efectiva y eficiente, de forma que satisfaga sus necesidades en un contexto de uso. En general, la norma ISO 9241 la define como el "Grado en el que un producto puede ser utilizado

por usuarios específicos para alcanzar objetivos específicos con eficacia, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso específico¹⁰.

Gráfico 1: Porcentaje en el número de operaciones



Fuente: Reporte de Inclusión Financiera 2023: avances y retos en Colombia. Banca de las Oportunidades. 2024

Atributos de la usabilidad

Los atributos de la usabilidad son características fundamentales que determinan la experiencia de usuario. A continuación, se presentan los más relevantes (Gráfico 2)¹¹:

- Facilidad de aprendizaje: tiempo que invierte el usuario para operar el sistema por primera vez.
- Eficiencia: grado de productividad que alcanza el usuario una vez aprendido el uso del sistema.
- Facilidad de recordación: después de un periodo de no uso del sistema, qué tan rápido puede recordar el usuario las principales funciones.
- Errores: cómo el sistema puede prevenir los posibles errores y ayudar al usuario a recuperarse de ellos.
- Satisfacción: qué tan complacido se encuentra el usuario con el sistema y su diseño.

⁶ Medina-Merodio, JA, de Pablos-Herederó, C., Jiménez-Rodríguez, ML, de Marcos-Ortega, L., Barchino-Plata, R., Rodríguez-García, D., & Gómez-Aguado, D. (2014). Análisis de la satisfacción de cliente mediante el uso de cuestionarios con preguntas abiertas. *Dina*, 81 (188), 92-99.

⁷ Mbama, C.I., Ezepue, P., Alboul, L. and Beer, M. (2018), "Digital banking, customer experience and financial performance: UK bank managers' perceptions", *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 12 No. 4, pp. 432-451. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0026>

⁸ Banca de las Oportunidades. (2024). Informe de inclusión financiera 2023. Recuperado de: [https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10115193/reporte-de-inclusion-financiera-2023-avances-y-retos-en-colombia/#:~:text=En%20lo%20corrido%20del%202023,monto%20\(%200%2C1%25\)](https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10115193/reporte-de-inclusion-financiera-2023-avances-y-retos-en-colombia/#:~:text=En%20lo%20corrido%20del%202023,monto%20(%200%2C1%25)).

⁹ Berni, A.; Borgianni, Y. From the Definition of User Experience to a Framework to Classify Its Applications. In *Proceedings of the Design Society, Gothenburg, Sweden, 16–20 August 2021*; Cambridge University Press: Cambridge, UK; Volume 1, pp. 1627–1636. [CrossRef]

¹⁰ Iso. (Sf). ISO 9241-11:2018.

Ergonomics of human-system interaction — Part 11: Usability: Definitions and concepts

¹¹ Madan A. & Kumar S. (2012). Usability evaluation methods: a literature review. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/266874640_Usability_evaluation_methods_a_literature_review/fulltext/5444c1290cf2a6a049ab1f0f/Usability-evaluation-methods-a-literature-review.pdf

Gráfico 2: Atributos de la usabilidad



Fuente: Elaboración Asobancaria.

Existe evidencia de que la UX y la usabilidad afectan la satisfacción del cliente y la intención continua de uso. Se ha verificado que la experiencia de usuario es un factor decisivo que influye en la intención de los usuarios de utilizar aplicaciones, por ejemplo, de juegos móviles de manera continua¹². Paralelamente, se demostró que una mejor experiencia de usuario estaba positivamente asociada con una mayor satisfacción del cliente y por ende a una fidelización y una intención continua¹³ (Gráfico 3).

Gráfica 3. relación entre la experiencia de usuario, la lealtad del cliente y la intención continua.



Fuente: Setiyawati, 2022. Elaboración Asobancaria.

En este contexto, los cuestionarios son una herramienta esencial para medir el nivel de satisfacción y la percepción de los usuarios sobre un producto o servicio. A través de ellos se puede obtener información directa y específica sobre la experiencia con los servicios digitales, incluyendo aspectos como el diseño de la plataforma, la agilidad para resolver problemas, la facilidad de uso y la claridad de la información presentada.

Además, los cuestionarios permiten identificar puntos críticos del servicio que pueden influir negativamente en la percepción del cliente, tales como problemas técnicos, falta de soporte adecuado o complejidad en los procesos. La información recopilada mediante estos cuestionarios también permite a las entidades financieras ofrecer servicios más personalizados, lo que conlleva a una mejora continua y a un incremento en la fidelización de los clientes.

¿Cómo medir la experiencia digital del cliente?

En un entorno empresarial en constante evolución, medir la experiencia digital se ha vuelto fundamental para las organizaciones que buscan evaluar la efectividad de sus estrategias, comprender la percepción de los usuarios, generar valor y conocer de manera profunda a sus clientes. Este proceso implica usar herramientas y técnicas diseñadas para capturar los múltiples aspectos de la interacción entre cliente y servicio, que se revisarán a continuación.

Tipos de cuestionarios

En materia de UX, existe el cuestionario UEQ, diseñado para evaluar la experiencia de usuario cubriendo aspectos pragmáticos y hedónicos (Gráfica 4). Permite medir la experiencia del cliente de manera integral, abarcando sus sentimientos, impresiones y actitudes. Consiste en un conjunto de 26 ítems que responden a 6 escalas¹⁴:

- **Atractivo:** Impresión general del producto, si les gusta o no a los usuarios. Ítems: molesto/agradable, bueno/malo, poco atractivo/atractivo, desagradable/agradable, amigable/poco amigable.
- **Claridad:** Facilidad para familiarizarse con el producto. Ítems: incomprensible/comprendible, fácil de aprender/difícil de aprender, complicado/fácil, claro/confuso.
- **Eficiencia:** Facilidad para resolver tareas sin esfuerzo innecesario. Ítems: rápido/lento, ineficiente/eficiente, poco práctico/práctico, organizado/desordenado.
- **Fiabilidad:** Sensación de control sobre la interacción. Ítems: impredecible/predecible, obstructivo/apoyador, seguro/inseguro, cumple/no cumple expectativas.
- **Estimulación:** Motivación y emoción al usar el producto. Ítems: valioso/inferior, aburrido/emocionante, poco interesante/interesante, motivador/desmotivador.

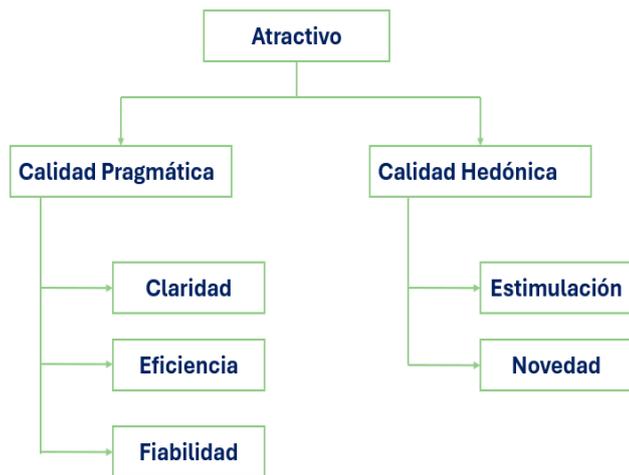
¹² Lei, B.; Lee, J. Analysis on continuous usage intention of chinese mobile games from the perspective of experiential marketing and network externality. J. Inf. Technol. Appl. Manag. 2020, 27, 197–224. [CrossRef]

¹³ Setiyawati, N.; Bangkalang, D.H. The Comparison of Evaluation on User Experience and Usability of Mobile Banking Applications Using User Experience Questionnaire and System Usability Scale. Proceedings 2022, 82, 87. <https://doi.org/10.3390/proceedings2022082087>

¹⁴ Schrepp, Martin & Hinderks, Andreas & Thomaschewski, Jörg. (2014). Applying the User Experience Questionnaire (UEQ) in Different Evaluation Scenarios. 383-392. 10.1007/978-3-319-07668-3_37. Aplicación del Cuestionario de Experiencia de Usuario (UEQ) en diferentes escenarios de evaluación | SpringerLink . pág. 385

- Novedad: Innovación y creatividad del producto. Ítems: creativo/aburrido, inventivo/convencional, usual/vanguardista, conservador/innovador.

Gráfica 4. Estructura del UEQ



Fuente: Schrepp y otros 2014. Elaboración Asobancaria.

Gráfica 5. Ítems del UEQ

Aspecto	Indicador	
Atractividad	Molesto Bueno Desagradable No atractivo Poco amigable	Agradable Malo Agradable Atractivo Amigable
Claridad	Incomprensible Difícil de aprender Complicado Claro	Comprensible Fácil de aprender Fácil Confuso
Eficiencia	Rápido Ineficiente Impráctico Organizado	Lento Eficiente Práctico Desordenado
Fiabilidad	Impredecible Obstruivo Seguro Cumple expectativas	Predecible De apoyo No seguro No cumple expectativas
Estimulación	Valioso Aburrido No interesante Motivador	Inferior Emocionante Interesante Desmotivador
Novedad	Creativo Inventivo Usual Conservador	Aburrido Convencional Innovador A la vanguardia

Fuente: Setiyawati, 2022. Elaboración Asobancaria.

Escala de usabilidad del sistema (SUS)

Dentro de los diferentes cuestionarios de usabilidad, la Escala SUS (System Usability Scale) destaca como uno de los métodos más utilizados en diversos sectores económicos. Esta herramienta permite evaluar la experiencia del usuario de manera sencilla y eficaz, proporcionando una visión clara sobre la usabilidad de un sistema. Consta de 10 preguntas que se responden en una escala Likert de 1 a 5, donde 1 representa "muy en desacuerdo" y 5 "muy de acuerdo" (Gráfica 6). La versatilidad de la SUS la hace aplicable a una amplia gama de productos y servicios, incluyendo aplicaciones web y móviles, plataformas de banca en línea, y otros servicios financieros digitales¹⁵.

La necesidad de métodos rápidos y sencillos para evaluar la usabilidad, especialmente en sistemas industriales, ha hecho de esta escala una opción confiable y de bajo costo para evaluaciones globales. A menudo descrita como una forma "rápida" de medir la usabilidad, la SUS está diseñada para proporcionar resultados rápidos sin sacrificar la precisión.

El cuestionario incluye 5 afirmaciones positivas y 5 negativas, y las puntuaciones se interpretan en una escala de 0 a 100, siendo 68 el punto de referencia medio, según estudios que analizan miles de respuestas. Este estándar permite a los evaluadores identificar con precisión áreas de mejora y comparar la usabilidad de diferentes sistemas en un contexto industrial y digital¹⁶.

Buenas prácticas para realizar una medición de UX y usabilidad

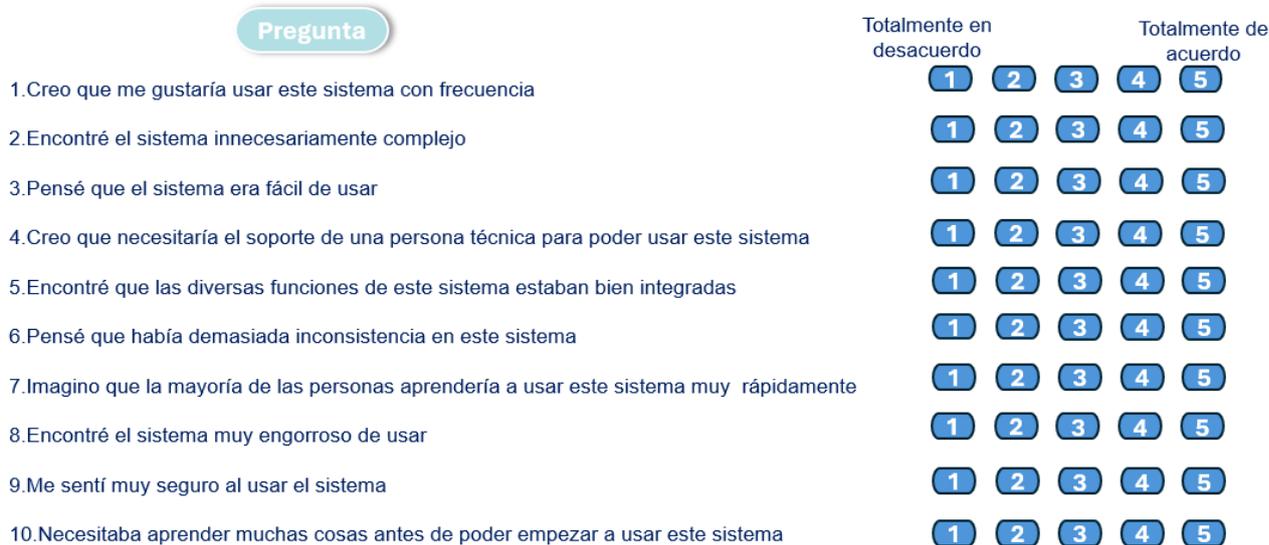
De acuerdo con la Fundación de Diseño de Interacción¹⁷, al desarrollar encuestas de UX y usabilidad, es esencial seguir buenas prácticas para garantizar la recolección de datos útiles y precisos. En particular, la claridad en la redacción es fundamental para asegurar que los participantes comprendan fácilmente cada pregunta, evitando términos confusos o ambiguos que puedan generar malentendidos.

Además, es importante que el cuestionario tenga una longitud adecuada: un formato excesivamente extenso puede desmotivar a los encuestados y comprometer la calidad de las respuestas, mientras que uno demasiado corto podría no capturar toda la información necesaria.

La imparcialidad también juega un rol clave; las preguntas deben estar formuladas de manera neutral, evitando juicios de valor que puedan sesgar las respuestas. Asimismo, el cuestionario debe estar bien estructurado, con preguntas organizadas de forma lógica y opciones de respuesta que permitan un análisis claro de los datos.

¹⁵ Hyzy, M., Bond, R., Mulvenna, M., Bai, L., Dix, A., Leigh, S., & Hunt, S. (2022). *System usability scale benchmarking for digital health apps: Meta-analysis*.
¹⁶ Sauro J, Lewis J.(2016). *Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research*.
¹⁷ Fundación de Diseño de Interacción. (2021). ¿Qué son las encuestas de UX?. Recuperado de: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/surveys>

Gráfica 6. Ítems de la escala de usabilidad del sistema.



Fuente: Setiyawati, 2022. Elaboración Asobancaria.

Es fundamental garantizar la accesibilidad y privacidad de los participantes para fomentar una mayor participación y confianza. De igual manera, una prueba piloto previa puede detectar y corregir posibles problemas con el instrumento de investigación, optimizando el diseño final del cuestionario.

Implicaciones para las entidades financieras

De acuerdo con Schrepp y otros 2014, la utilización de estos instrumentos puede apalancar la mejora continua, realizar análisis de la competencia, testear servicios y determinar áreas de mejora. Específicamente, una de las principales ventajas de estas evaluaciones es la capacidad de aplicar mejoras continuas al medir la experiencia del usuario en nuevas versiones de software. A lo largo de la vida útil de un producto, éste pasa por varios ciclos de rediseño que responden a los comentarios de los usuarios. En cada iteración, surge la necesidad de determinar si la versión revisada ofrece una mejor experiencia de usuario o al menos es comparable a la anterior, especialmente cuando se añaden nuevas funcionalidades que podrían aumentar su complejidad

Además, estas mediciones permiten a las entidades comparar su rendimiento frente a los competidores directos en el mercado. El primer paso es tener una experiencia consistente, pero se debe avanzar en una hoja de ruta que supere las expectativas del consumidor. Otra aplicación clave es comprobar si un nuevo producto cumple con las expectativas de experiencia de usuario. Los usuarios no solo comparan un producto con otros de la misma categoría, sino que también lo evalúan frente a su experiencia con sitios web modernos y dispositivos interactivos como smartphones o tabletas. Estas interacciones cotidianas han elevado las

expectativas, incluso en software profesional como aplicaciones empresariales.

Finalmente, la UEQ permite identificar áreas de mejora. Aunque los datos cuantitativos que ofrece proporcionan una visión general de la experiencia del usuario, pueden no ser suficientes para señalar directamente qué características del producto deben mejorarse. Comparar estos datos con los resultados de pruebas de usabilidad ofrece un enfoque complementario. Mientras que las pruebas de usabilidad suelen identificar problemas concretos a corregir, no ofrecen una visión clara sobre cómo se sienten los usuarios respecto al producto en general. Por lo tanto, combinar ambos enfoques resulta esencial para obtener una imagen completa y orientar las mejoras de manera efectiva.

Conclusiones y consideraciones finales

La transformación digital en el sector financiero ha impulsado el uso de plataformas digitales como aplicaciones bancarias y sitios web, lo que ha incrementado la necesidad de medir la experiencia del usuario (UX) y la usabilidad de estos servicios. Una experiencia sin fricciones se ha vuelto crucial para generar satisfacción, fidelización y competitividad en un entorno donde los clientes exigen soluciones más ágiles y eficientes.

Por su parte, las herramientas como el UEQ y el SUS permiten medir de manera efectiva la experiencia y usabilidad de las plataformas digitales. Estas mediciones proporcionan datos que ayudan a las entidades financieras a identificar áreas de mejora, comprobar si las versiones actualizadas de sus productos superan a las anteriores, y comparar su rendimiento con el de los

competidores.

Así pues, la experiencia del usuario influye directamente en la intención de uso continuo y en la satisfacción del cliente. Las expectativas de los usuarios se han elevado debido a la interacción con dispositivos modernos y otros servicios digitales, lo que subraya la importancia de una UX sólida y bien diseñada en productos financieros.

Principales indicadores macroeconómicos

Colombia

	2021	2022	2023				2024*				
	Total	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	Total
Producto Interno Bruto											
PIB Nominal (COP Billones)	1192,6	1462,5	385,3	379,9	398,0	409,3	1572,5	399,6	408,7	432,4	1708,4
PIB Nominal (USD Billions)	318,5	344,6	81,0	85,8	98,4	99,5	382,3	101,9	104,3	105,5	428,5
PIB Real (COP Billones)	907,4	907,4	236,1	239,1	245,7	257,2	978,2	237,0	244,7	250,6	995,8
PIB Real (% Var. interanual)	11	7,3	2,9	0,1	-0,6	0,3	0,9	0,7	2,1	2,0	1,8
Precios											
Inflación (IPC, % Var. interanual)	5,6	13,1	13,3	12,1	11,0	9,2	9,3	7,4	7,2	5,8	5,6
Inflación sin alimentos (% Var. interanual)	3,4	10	11,4	11,6	11,5	5,0	10,3	8,8	7,65	6,5	5,7
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	3981	4810	4627	4191	4054	3822	3822	3842	3918	4164,2	4014
Tipo de cambio (Var. % interanual)	16	20,8	23,5	1,5	-10,6	-19,3	-19,3	-17,0	-11,4	3,6	5
Sector Externo											
Cuenta corriente (USD millones)	-17951	-21333	-2996	-	-1758	-	-9715	-	-	-	-11140
Déficit en cuenta corriente (% del PIB)	-5,7	-6,2	-3,7	-2,6	-1,8	-2,1	-2,7	-2,0	-1,6	-1,6	-2,6
Balanza comercial (% del PIB)	-6,4	-4,8	-2,7	-2,5	-1,5	-2,2	-2,3	-1,9	-2,2	-2,4	-3,0
Exportaciones F.O.B. (% del PIB)	13,6	21,3	21,1	19,2	17,6	17,3	18,6	15,7	16,5	16,5	-17,2
Importaciones F.O.B. (% del PIB)	18	26,1	23,8	21,7	19,0	19,5	20,9	17,7	18,7	18,9	14,2
Renta de los factores (% del PIB)	-2,8	-4,9	-4,8	-3,7	-3,8	-3,3	-4,0	-3,3	-3,1	-3,1	-3,3
Transferencias corrientes (% del PIB)	3,4	3,6	3,8	3,5	3,4	3,4	3,6	3,3	3,7	3,9	3,4
Inversión extranjera directa (pasivo) (% del PIB)	3	4,9	5,1	6,2	4,0	3,8	4,8	3,7	2,8	3,1	...
Sector Público (acumulado, % del PIB)											
Bal. primario del Gobierno Central	-3,6	-1	0,3	1,2	0,2	...	-0,3	-0,9
Bal. del Gobierno Nacional Central	-7	-5,3	-0,9	0,0	-0,7	-2,7	-4,3	-1,2	-2,1	...	-5,6
Bal. primario del SPNF	-3,5	-1,4	1,5	-0,2
Bal. del SPNF	-7,1	-6	-2,7	-4,9
Indicadores de Deuda (% del PIB)											
Deuda externa bruta	53,9	53,4	55,2	56,1	53,6
Pública	32,2	30,4	31,4	31,8	30,9
Privada	21,7	23	23,8	24,2	22,8
Deuda neta del Gobierno Central	60	57,7	54,1	52,2	52,2	53,8	53,8	51,5	55,4	...	55,3

*Proyecciones de Asobancaria. Los datos fiscales corresponden a lo proyectado por el Gobierno Nacional en el MFMP 2024

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

Estados financieros del sistema bancario Colombia

	dic-20	dic-21	dic-22	dic-23	sep-24 (a)	ago-24	sep-23 (b)	Var. real anual (b) - (a)
Activo	729.841	817.571	924.121	959.797	971.243	971.704	944.430	-2,8%
Disponible	53.794	63.663	58.321	64.582	50.299	56.736	60.672	-21,6%
Inversiones	158.735	171.490	180.818	189.027	207.566	202.095	183.665	6,8%
Cartera de crédito	498.838	550.204	642.473	655.074	665.969	664.839	656.576	-4,1%
Consumo	150.527	169.603	200.582	196.005	188.904	188.948	198.004	-9,8%
Comercial	263.018	283.804	330.686	338.202	350.102	349.894	340.895	-2,9%
Vivienda	72.565	82.915	95.158	102.972	107.945	107.099	100.066	1,9%
Microcrédito	12.727	13.883	16.047	17.896	19.018	18.899	17.611	2,1%
Provisiones	37.960	35.616	37.224	39.752	40.096	40.058	39.526	-4,1%
Consumo	13.729	12.251	15.970	18.644	18.423	18.527	18.458	-5,7%
Comercial	17.605	17.453	16.699	16.335	16.792	16.689	16.489	-3,8%
Vivienda	2.691	3.021	3.189	3.413	3.460	3.410	3.336	-2,0%
Microcrédito	1.133	913	858	1.181	1.341	1.344	1.064	19,1%
Pasivo	640.363	713.074	818.745	856.579	860.737	862.976	842.083	-3,4%
Depósitos y otros instrumentos	556.917	627.000	686.622	731.321	757.344	759.286	717.240	-0,2%
Cuentas de ahorro	246.969	297.412	297.926	286.217	292.589	299.098	271.023	2,0%
CDT	154.188	139.626	207.859	272.465	290.727	289.731	273.528	0,5%
Cuentas Corrientes	75.002	84.846	80.608	75.483	72.120	71.145	72.857	-6,4%
Otros pasivos	9.089	9.898	11.133	10.841	10.284	11.073	11.590	-16,1%
Patrimonio	89.479	104.497	105.376	103.218	110.506	108.729	102.348	2,0%
Utilidades (año corrido)	4.159	13.923	14.222	8.133	6.329	5.435	6.156	-2,8%
Ingresos financieros de cartera	45.481	42.422	63.977	91.480	65.439	58.529	68.064	-9,1%
Gastos por intereses	14.571	9.594	28.076	60.093	41.592	37.414	44.463	-11,6%
Margen neto de intereses	31.675	33.279	38.069	35.918	27.444	24.496	26.927	-3,7%
Indicadores (%)								
Calidad	4,96	3,89	3,61	4,90	4,98	5,00	4,79	0,19
Consumo	6,29	4,37	5,44	8,10	7,45	7,54	7,69	-0,24
Comercial	4,55	3,71	2,73	3,42	3,85	3,82	3,55	0,31
Vivienda	3,30	3,11	2,47	3,03	3,49	3,50	2,80	0,69
Microcrédito	7,13	6,47	5,46	8,50	9,49	9,74	7,39	2,10
Cubrimiento	153,5	166,2	160,6	123,8	121,0	120,6	125,7	4,75
Consumo	145,1	165,4	146,4	117,4	130,9	130,0	121,2	9,74
Comercial	147,1	165,6	184,7	141,2	124,4	124,8	136,3	-11,88
Vivienda	112,3	117,1	135,5	109,3	91,8	91,0	118,9	-27,08
Microcrédito	124,8	101,7	97,9	77,7	74,3	73,0	81,8	-7,49
ROA	0,6	1,7	1,5	0,8	0,9	0,8	0,9	0,00
ROE	4,6	13,3	13,5	7,9	7,7	7,6	8,1	-0,39
Solvencia	16,3	20,5	17,1	16,5	17,3	17,0	15,9	1,44
IRL	213,1	204,4	183,7	194,0	190,1	190,2	190,0	0,06
CFEN G1	0,0	113,5	109,6	115,5	114,0	114,6	113,8	0,21
CFEN G2	0,0	134,4	127,3	134,4	131,4	131,2	130,5	0,91

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

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

Principales indicadores de inclusión financiera

Colombia

	2021					2022					2023					2024	
	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2
Profundización financiera - Cartera/PIB (%) EC + FNA	52,3	50,7	49,5	49	50,9	50	49,4	48,6	48,3	48,3	47,1	46,8	46,7	46,2	46,2	45,9	45,4
Efectivo/M2 (%)	16,02	16,51	16,46	17,04	17	16,2	15,9	15,6	16,3	16,3	14,7	14,3	13,9	15,0	15,0	14,2	14,08
Cobertura																	
Municipios con al menos una oficina o un corresponsal bancario (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	-	-	-	100	100		
Municipios con al menos una oficina (%)	72,8	72,9	72,8	72,8	79,5	79,1	77,8	77,8	78,7	78,7	-	-	-	78,7	78,7		
Municipios con al menos un corresponsal bancario (%)	100	100	100	92,7	92,7	98,6	98,7	99,6	100	100	-	-	-	100	100		
Acceso																	
Productos personas																	
Indicador de bancarización (%) SF*	89,4	89,4	89,9	90,5	90,5	91,2	91,8	92,1	92,3	92,3	-	-	-	94,6	94,6		
Adultos con: (en millones)																	
Al menos un producto SF	32,7	32,9	33,1	33	33,5	33,8	34,2	34,4	34,7	34,7	-	-	-	36,1	36,1		
Cuentas de ahorro	28,4	28,3	28,6	28,9	28,9	29,2	29,5	29,6	29,9	29,9	-	-	-	30,8	30,8		
Cuenta corriente SF	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,8	-	-	-	-	-		
Cuentas CAES SF	3,0	3,0	3,0								-	-	-	-	-		
Cuentas CATS SF	9,2	10,5	11,8		21	21,7		23,0	23,5	23,5	-	-	-	27,5	27,5		
Depósitos electrónicos CDT	0,85	0,83	0,75	-	-	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	-	-	-	-	-		
Al menos un producto de crédito(en millones)	12,8	12,9	12,6	12,6	12,6	12,8	13,2	13,5	13,6	13,6	-	-	-	-	13,5		
Crédito de consumo SF	6,86	6,9	6,9	6,9	6,9	7,1	7,4	7,7	7,8	7,8	-	-	-	7,3	7,3		
Tarjeta de crédito SF	8,11	8,1	7,7	7,9	7,9	8,0	8,2	8,4	8,5	8,5	-	-	-	6,6	6,6		
Microcrédito SF	2,44	2,4	2,3	2,3	2,3	2,30	2,34	2,36	2,3	2,3	-	-	-	2,4	2,4		
Crédito de vivienda SF	1,19	1,1	1,2	1,2	1,2	1,23	1,25	1,27	1,3	1,3	-	-	-	1,2	1,2		
Crédito comercial SF	0,54	0,5	0,4	0,2	0,2	0,46	0,45	0,44	0,5	0,5	-	-	-	-	-		
Uso																	
Productos personas																	
Adultos con: (%)																	
Algún producto activo SF	74,4	74,6	75,5	74,8	74,8	76,2	76,9	77,7	77,2	77,2	-	-	-	82,7	82,7		
Cuentas de ahorro activas SF	62,2	65,3	65,8	65,7	65,7	65,9	65,2	64,9	51,9	51,9	-	-	-	54,5	54,5		
Cuentas corrientes activas SF	82,3	80,2	78,5	73,7	73,7	76,9	76,5	76,3	74,5	74,5	-	-	-	-	-		
Cuentas CAES activas SF	82,1	82,2	82,1								-	-	-	-	-		
Cuentas CATS activas SF	72,3	73,8	75,1		76,3	77,8		80,2	78,6	78,6	-	-	-	-	80,1		
Depósitos electrónicos	70,1	71,4	71,7								-	-	-	-	-		
Productos de ahorro a término (CDTs)	69,5	64,6	75,6	-	-	77,5	79,3	80,1	73,2	73,2	-	-	-	-	-		

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

Principales indicadores de inclusión financiera

Colombia

	2021					2022					2023				
	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total
Acceso															
Productos empresas															
Empresas con: (en miles)															
Al menos un producto SF	926,3	924,2	923,8	1028,6	1028,6	1029,0	1038,7	1065,7	1077,1	1077,1	-	-	-	1169,6	1169,6
*Productos de depósito SF	899,2	897,6	898,2	997,9	998,9	1004,0	1013,0	1039,8	1046,4	1046,4	-	-	-	1166,4	1166,4
*Productos de crédito SF	368,9	287,4	282,8	280,2	280,2	289,6	294,2	300,6	380,2	380,2	-	-	-	417,6	417,6
Uso															
Productos empresas															
Empresas con: (%)															
Algún producto activo SF	68,3	68,2	68,1	70,5	70,5	71,4	71,2	72,1	72,4	72,4	-	-	-	-	-
Operaciones (semestral)															
Total operaciones (millones)	-	4.939	-	6.222	11.161	-	6.668	-	7.769	14.397	-	7.500	-	7.808	15.308
No monetarias (Participación)	-	55,4	-	56,7	56,1	-	55,4	-	56,0	55,8	-	49,2	-	39,0	44,1
Monetarias (Participación)	-	44,6	-	43,3	43,8	-	44,6	-	44,0	44,2	-	50,8	-	61,0	55,9
No monetarias (Crecimiento anual)	-	-8,7	-	12,4	2,3	-	34,0	-	23,2	27,9	-	29,4	-	39,2	34,7
Monetarias (Crecimiento anual)	-	30,5	-	29,3	29,1	-	33,1	-	27,1	29,8	-	1,1	-	-29,9	-15,7
Tarjetas															
Crédito vigentes (millones)	14,9	14,6	15,0	15,6	15,6	15,9	16,0	16,1	16,0	16,0	15,8	15,5	15,4	15,0	15,0
Débito vigentes (millones)	39,2	38,4	39,7	40,8	40,8	41,1	42,6	43,7	45,8	45,8	46,2	46,4	47,1	47,2	47,2
Ticket promedio compra crédito (\$miles)	197,6	208,2	201,4	219,9	219,9	215,3	225,2	209,5	225,6	225,6	211,1	211,8	200,0	212,6	212,6
Ticket promedio compra débito (\$miles)	116,8	118,1	114,5	124,9	124,9	119,1	116,5	112,5	108,1	108,1	100,6	100,7	96,0	111,1	111,1

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