

# El bienestar financiero como objetivo de la inclusión

Juliana Lagos Camargo

Directora de Investigación, Innovación y Desarrollo  
Superintendencia Financiera de Colombia





La **inclusión financiera** no es un fin, **es un propósito colectivo** que debe asegurar **bienestar.**

# Estudios recientes evidencian **distintas formas en que los servicios financieros pueden generar bienestar** en las personas y los hogares



## Ahorro

Permite **generar capital de trabajo** y hacer frente a los choques financieros sin reducir el consumo.



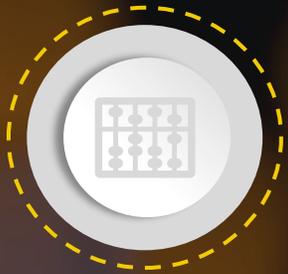
## Saldo captaciones/PIB

No. CA: 75 millones  
No. DBM: 40 millones

# 44%

**CGAP 2019: “Los servicios financieros son esencialmente herramientas que las personas pueden usar de manera diferente para lograr sus propios objetivos (Teoría del cambio)”.**

# Estudios recientes evidencian **distintas formas en que los servicios financieros pueden generar bienestar** en las personas y los hogares



## Aseguramiento

Aumenta su resiliencia ante eventos inesperados al **mitigar el riesgo y gestionar** las crisis.

### Primas/PIB

Prim. emitidas microseguros: \$837 mml  
Prim. emitidas seg. masivos: \$12,9 bn

**3%**

**CGAP 2019: “Los servicios financieros son esencialmente herramientas que las personas pueden usar de manera diferente para lograr sus propios objetivos (Teoría del cambio)”.**

# Estudios recientes evidencian **distintas formas en que los servicios financieros pueden generar bienestar** en las personas y los hogares



## Crédito



Facilita **emprender, hacer negocios** y enfrentar choques.

## Cartera/PIB

No. desembolsos hogares: 332,7 ml  
No. desembolsos empresas: 29,7 ml

# 48%

CGAP 2019: “Los servicios financieros son esencialmente herramientas que las personas pueden usar de manera diferente para lograr sus propios objetivos (Teoría del cambio)”.

# Estudios recientes evidencian **distintas formas en que los servicios financieros pueden generar bienestar** en las personas y los hogares



## Pagos

**Reduce los costos de transacción** de los hogares al acceder, enviar recursos y transar de manera inmediata y a un menor precio.

**No. transacciones/adulto**

No. transacciones dig: 1.748 millones

No. transacciones no dig: 3.147 millones

**145**

**CGAP 2019: “Los servicios financieros son esencialmente herramientas que las personas pueden usar de manera diferente para lograr sus propios objetivos (Teoría del cambio)”.**

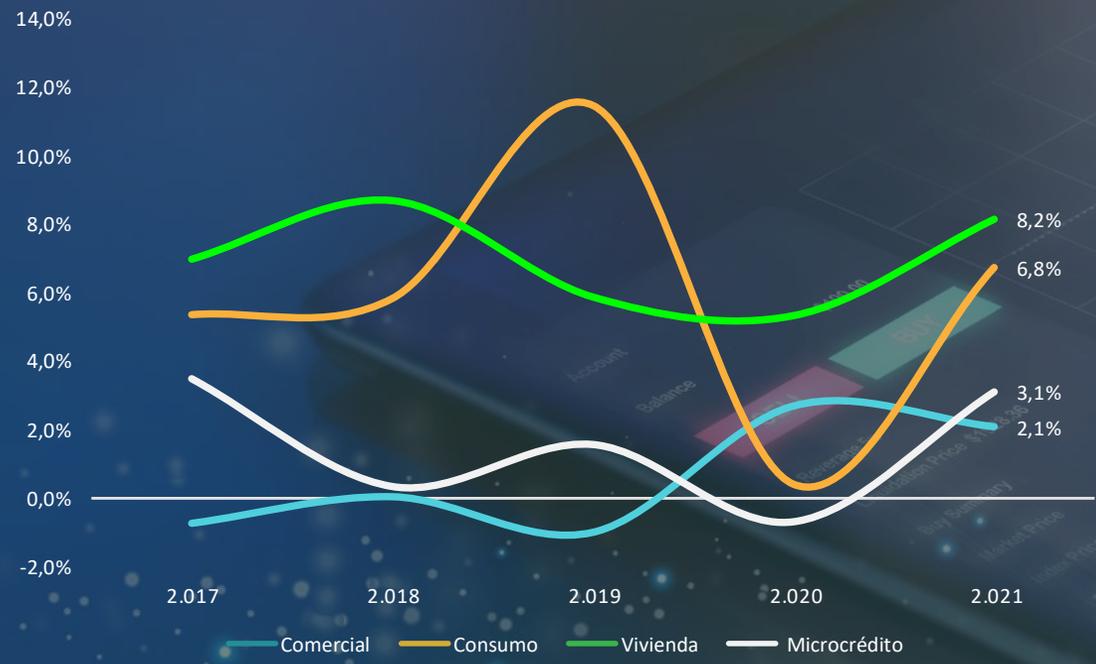


**2021:** año de reactivación

**¿Mayor y mejor  
inclusión?**

# Los desembolsos de créditos acompañaron la reactivación de la economía

## Crecimiento real de la cartera bruta



### Empresas



Monto  
Número

	2020	2021
Monto	\$219.68b	\$244.33b
Número	26.8 ml	29.7 ml

### Hogares



Monto  
Número

	2020	2021
Monto	\$139.83b	\$204.84b
Número	265.3 ml	332.7 ml

Fuente: SFC. Cifras de balance con corte a diciembre de 2021. B: billones de pesos.

# La digitalización **consolidó el acceso y uso de los servicios financieros**, mientras que la articulación pública y privada mostró su efectividad

Los depósitos de bajo monto en cifras

**40 millones**  
de cuentas en 2021.

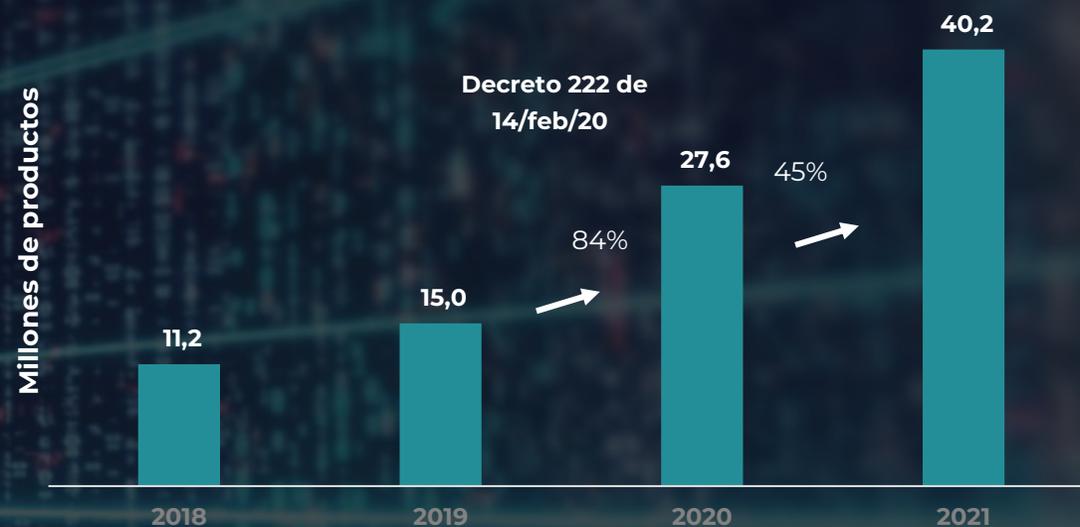
**84%** (2020)    **45%** (2021)

Crecimiento anual desde la expedición del Decreto 222 de 2020.

**\$ 80.700**  
Saldo promedio de estos depósitos.

**22 entidades financieras**  
cuentan con este producto.

Número de depósitos de bajo monto (DBM) y variación porcentual anual, 2018-2021

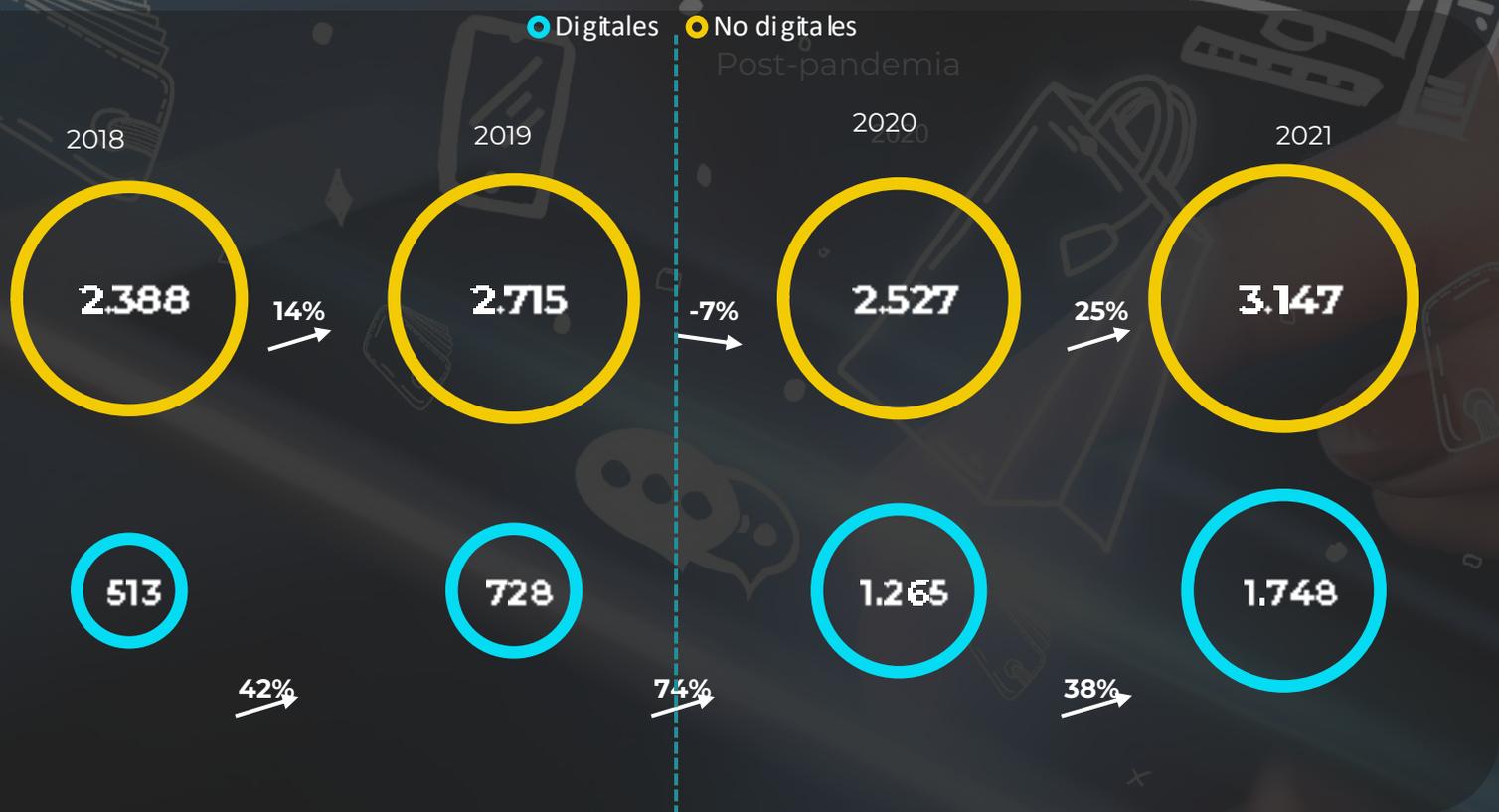


Fuente: Equipo RIF con datos de SFC

La **apropiación de las tecnologías a partir de la experiencia**, la disponibilidad de canales y masificación de los mismos fueron clave para lograr este resultado.

# Las transacciones digitales se consolidan entre las preferencias de los consumidores y las nuevas dinámicas del mercado

## Número de transacciones monetarias por tipo de canal\* (millones)



El uso de los canales digitales se incrementó

**38,2%**

Las transacciones monetarias superaron los

**1.700** millones de operaciones.

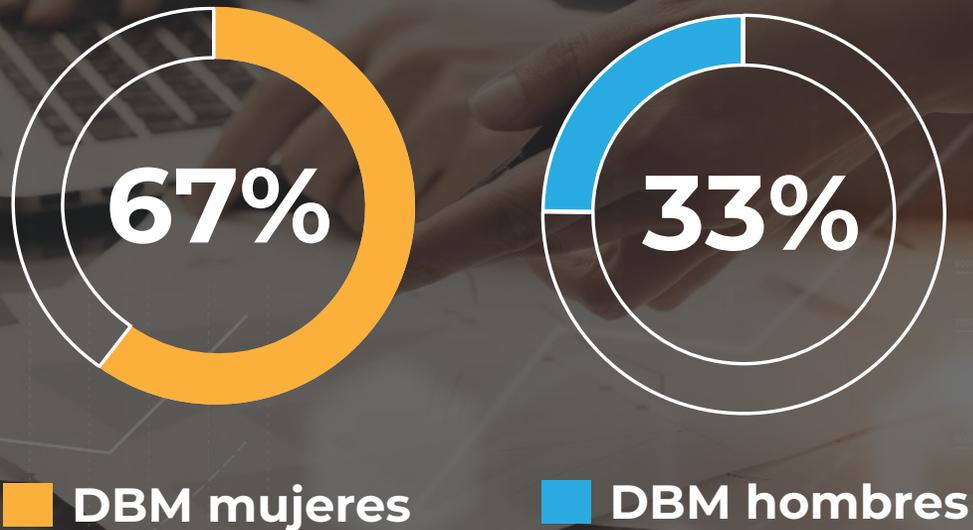
El regreso a la presencialidad no modificó el ritmo de **crecimiento de las transacciones digitales.**

# Los productos financieros apoyados en tecnologías han sido una pieza clave para cerrar brechas de género

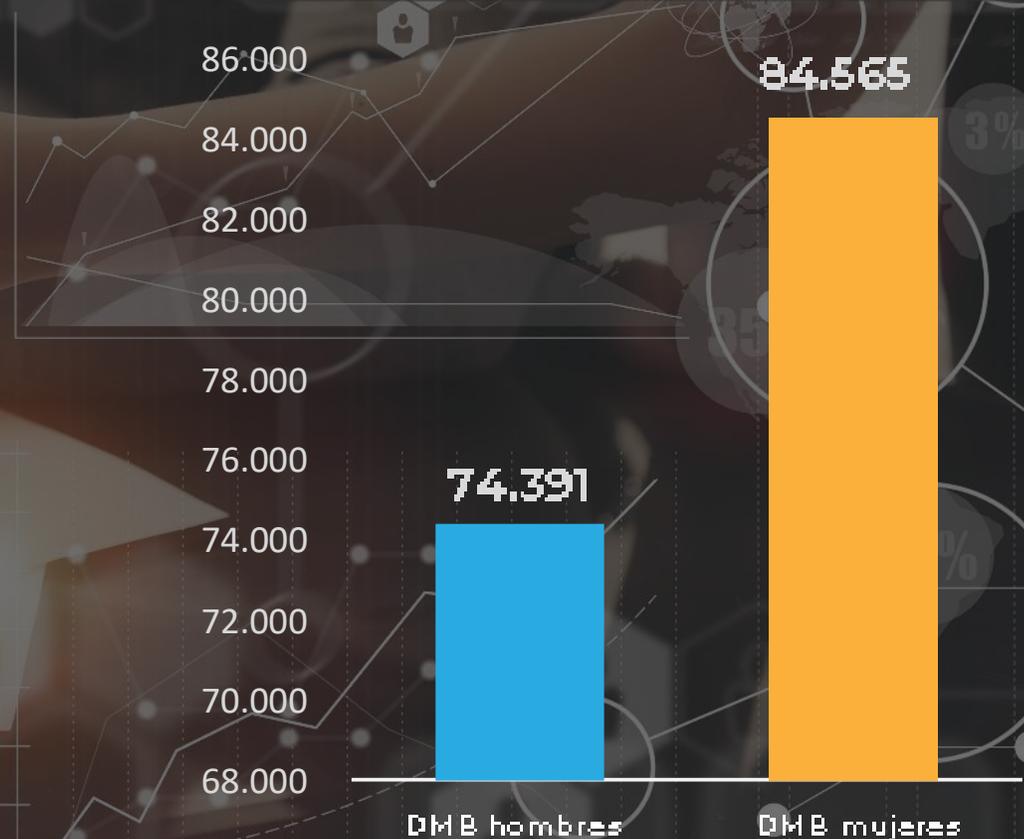
Número de transacciones monetarias según tipo de canal\* (millones)

## Depósitos de bajo monto

Participación entre hombres y mujeres - Número



## Saldo promedio entre hombres y mujeres (\$)



# Los corresponsales se consolidan como los puntos de acceso que permiten llegar a más colombianos con una oferta de productos y servicios

42%

Crecimiento de los puntos de acceso al pasar de **940 mil** a **1,3 millones**

70%

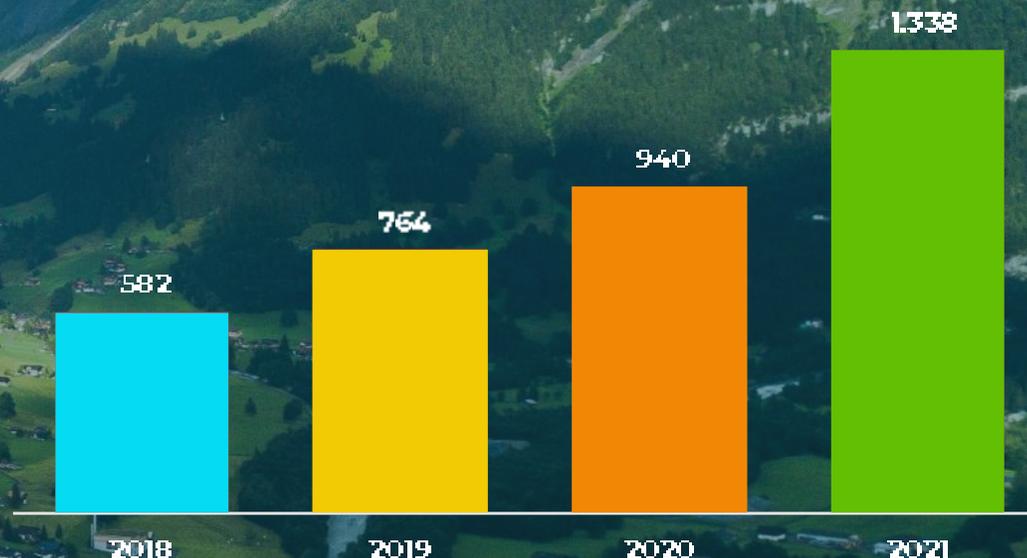
Aumentó el número de **corresponsales**

34%

Creció el número de **datáfonos**

El número de oficinas y cajeros continuó reduciéndose.

Número de puntos de contacto de acceso del sistema financiero en total\*\* (miles)



\*Incluye corresponsales activos y oficinas \*\*Total incluyendo corresponsales, oficinas, datáfonos y cajeros.

# Los corresponsales se consolidan como los **puntos de acceso que permiten llegar a más colombianos** con una oferta de productos y servicios

Número de puntos de contacto físicos\* del sistema financiero por cada 10 mil adultos y por nivel de ruralidad

2021 2020



Los corresponsales **móviles y digitales** comienzan a dinamizarse y se convierten en una herramienta **de importancia** para **lograr mayor capilaridad**.

La cobertura creció en todos los **niveles de ruralidad**.

Comparado con las zonas rurales, el crecimiento sigue siendo mayor en las **ciudades**.

# Los seguros inclusivos: una herramienta que promueve la **inclusión sostenible**

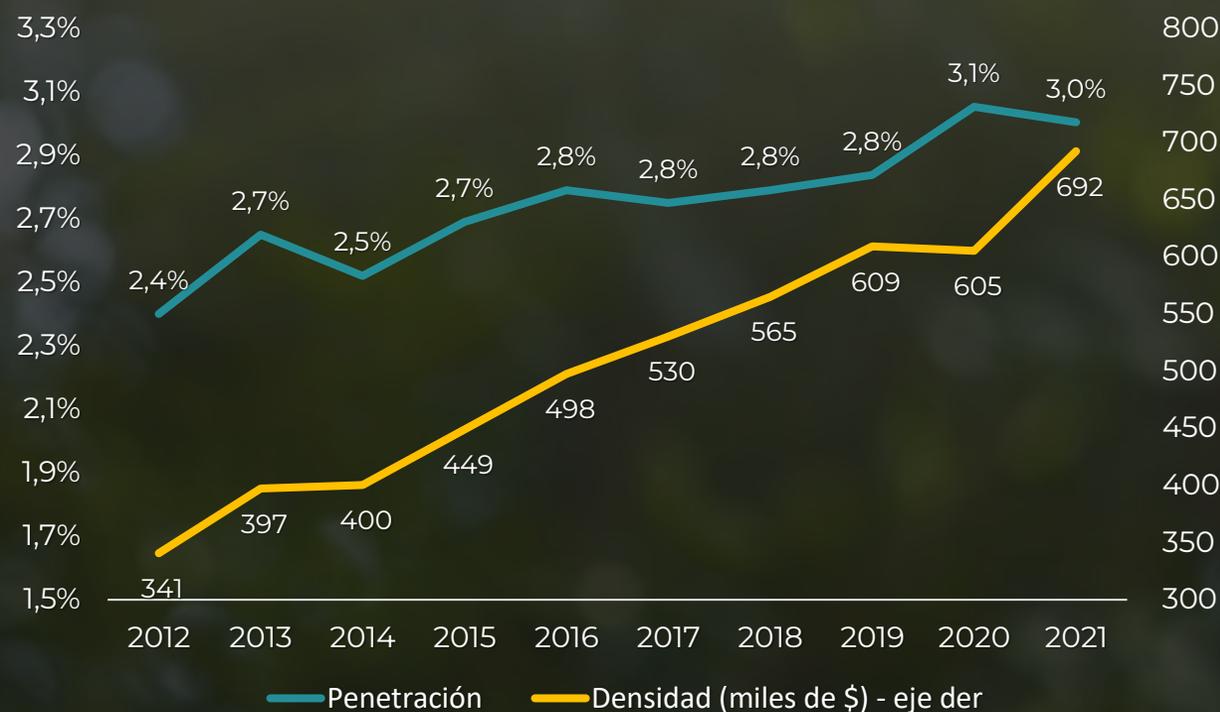
En 2021 la **penetración de los seguros** se mantuvo en

**3%.**

El **gasto por habitante** en seguros (densidad) alcanzó los

**\$ 692.348.**

### Penetración y densidad del seguro 2012-2021



# Los seguros inclusivos: una herramienta que promueve la **inclusión sostenible**

El **mercado de microseguros** creció frente a 2020, aunque sigue siendo incipiente

**2,4%** Representaron las **primas** mientras que en 2020 fue de 2,0%.

La mitad de las aseguradoras **ofrecen** este producto.

Las **líneas más representativas** fueron vida grupo voluntario, accidentes personales y vida individual.

**3**pp vs. **Brecha dentro del total de 14,3**pp **pólizas** a favor de los hombres.

# Los seguros inclusivos: una herramienta que promueve la **inclusión sostenible**

El mercado de **seguros masivos** es diversificado y mantiene su expansión

**36,4%**

De las **primas emitidas** correspondió a este segmento (35,6% en 2020).

The background features a dark blue and teal color palette with abstract financial data visualizations. On the left, there are blurred vertical bars in shades of orange, yellow, and green. In the center and right, there are faint, glowing lines and shapes that suggest a digital interface or a hand interacting with a screen. The overall aesthetic is modern and tech-oriented.

10 años de seguimiento  
a los indicadores de  
inclusión...

**¿Qué podemos  
concluir?**

Más allá del indicador, la inclusión financiera es un proceso en el que **cada acción coordinada cuenta para la generación de bienestar**

**Identificación**

**Acompañamiento**

**Educación y  
generación de  
capacidades**

# Iniciación: generación de ingreso



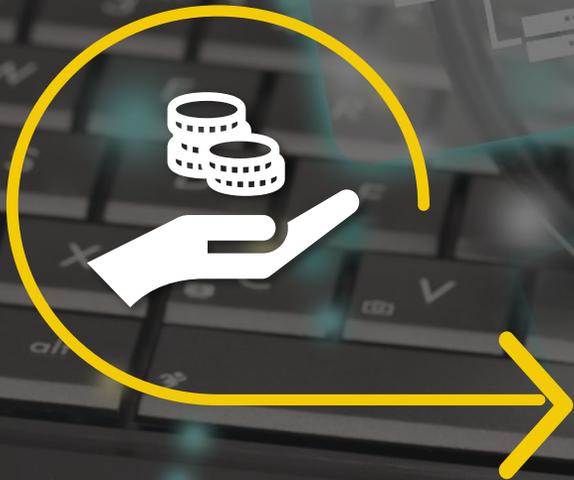
Brindar herramientas y apoyos que promuevan la generación de capacidades mínimas de ingreso y/o ahorro (**subsidios con propósito y transferencias monetarias**).

**Pilar público**

# Transición: oferta de servicios financieros de “apoyo”

Promover el diseño y desarrollo de productos y servicios financieros encaminados a corregir fallas de mercado (garantías, programas de estímulo, líneas subsidiadas).

**Pilar público - privado**



# **Consolidación:** autonomía y acceso a un portafolio diverso

Acceso y uso de productos y servicios que reconocen la evolución de los consumidores financieros y responden a sus necesidades.

**Pilar privado**



Descárguela en  
su dispositivo





@SFCsupervisor



Superintendencia Financiera  
de Colombia



superfinanciera



Superintendencia Financiera  
de Colombia



superfinanciera

**#LaSuperSomosTodos**



[super@superfinanciera.gov.co](mailto:super@superfinanciera.gov.co)  
[www.superfinanciera.gov.co](http://www.superfinanciera.gov.co)