

El bienestar financiero como objetivo de la inclusión

Juliana Lagos Camargo

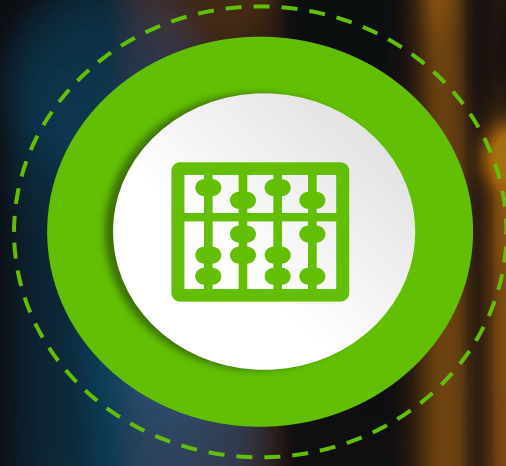
Directora de Investigación, Innovación y Desarrollo
Superintendencia Financiera de Colombia





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)”.

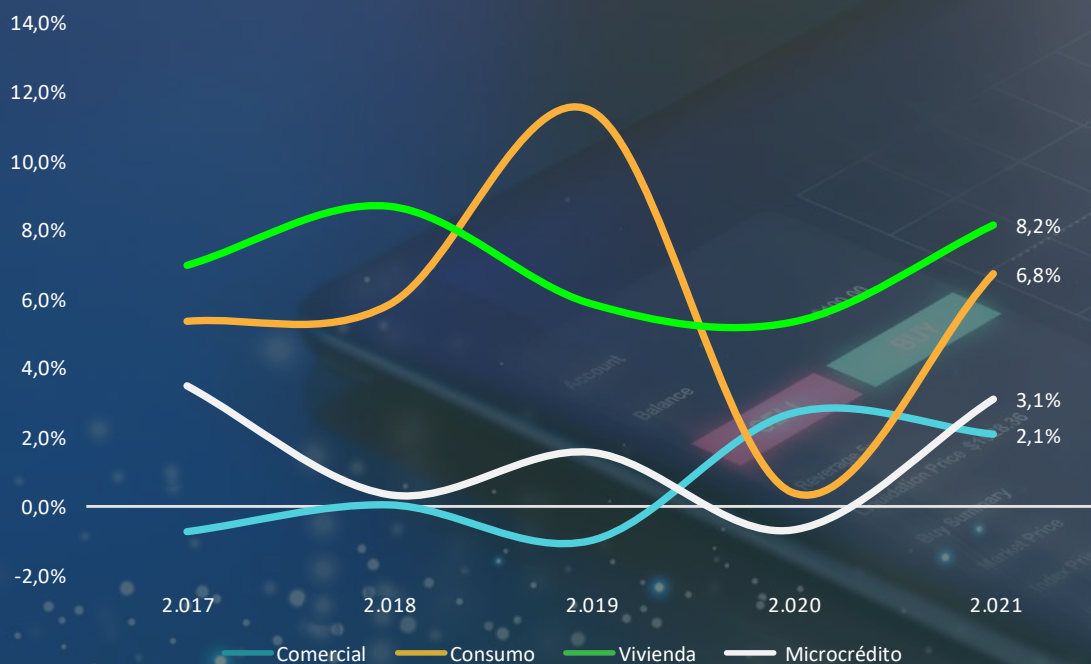


2021: año de reactivación

**¿Mayor y mejor
inclusión?**

Los desembolsos de créditos **acompañaron la reactivación de la economía**

Crecimiento real de la cartera bruta



Empresas



Monto
Número

2020

\$219.68b

26.8 ml

2021

\$244.33b

29.7 ml

Hogares



Monto
Número

2020

\$139.83b

265.3 ml

2021

\$204.84b

332.7 ml

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.

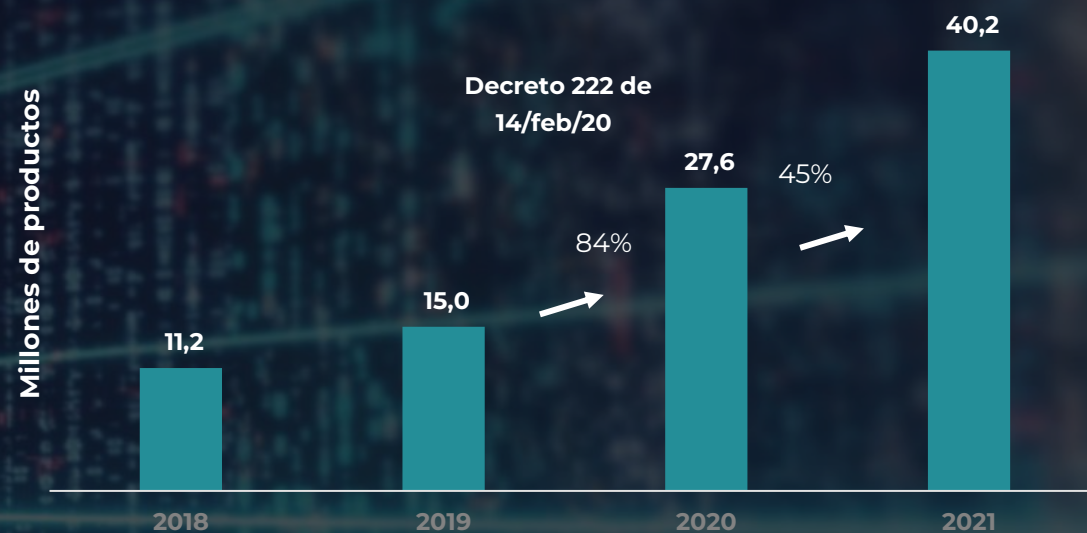
84% (2020) **45%** (2021)

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

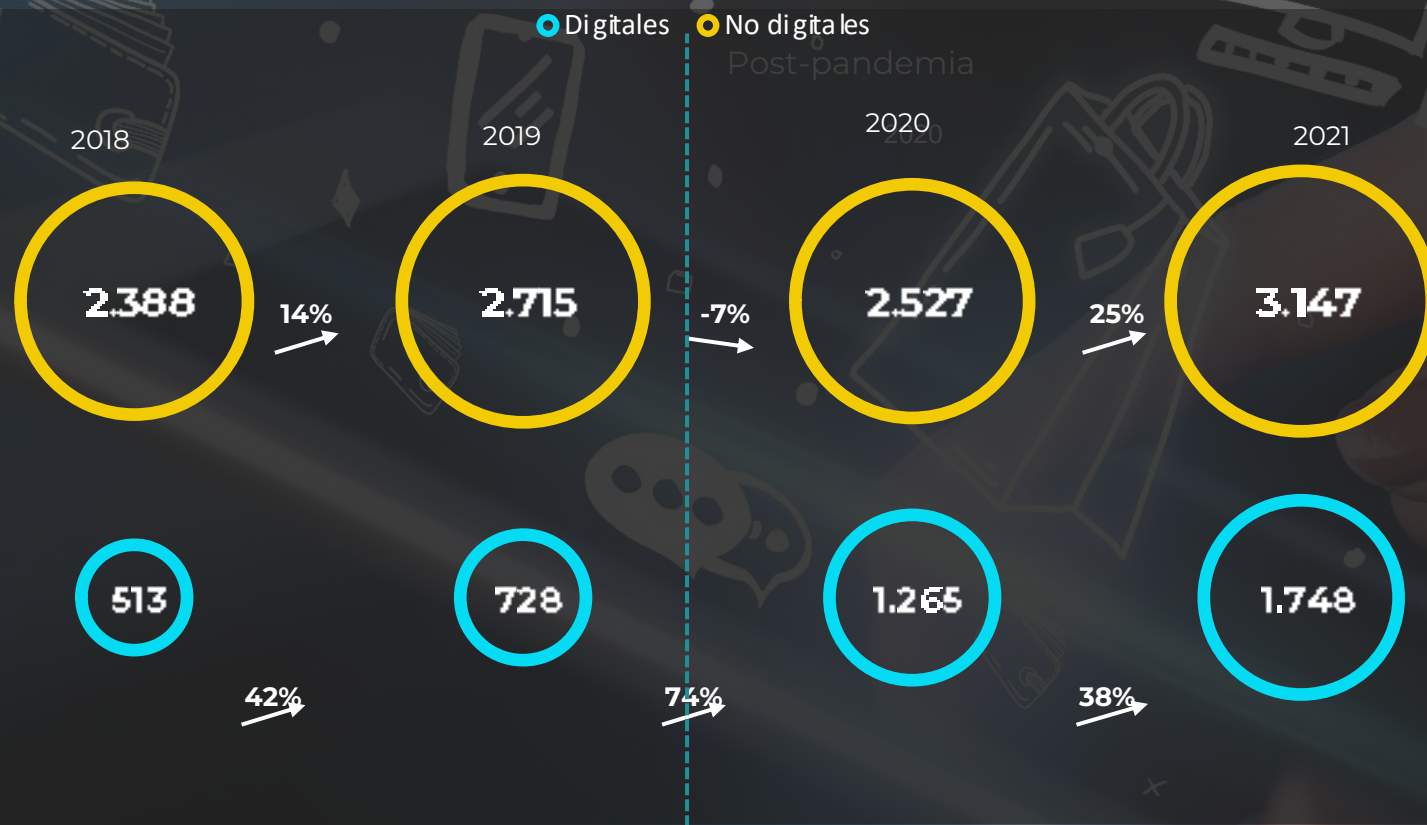


Fuente: Equipo RIF con datos de SFC

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.

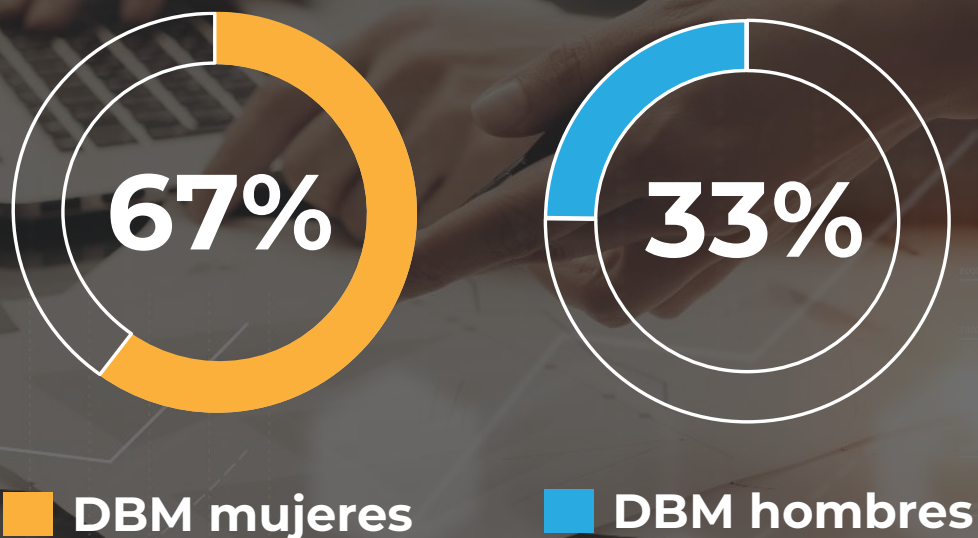
El regreso a la presencialidad no modificó el ritmo de **crecimiento de las transacciones digitales.**

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

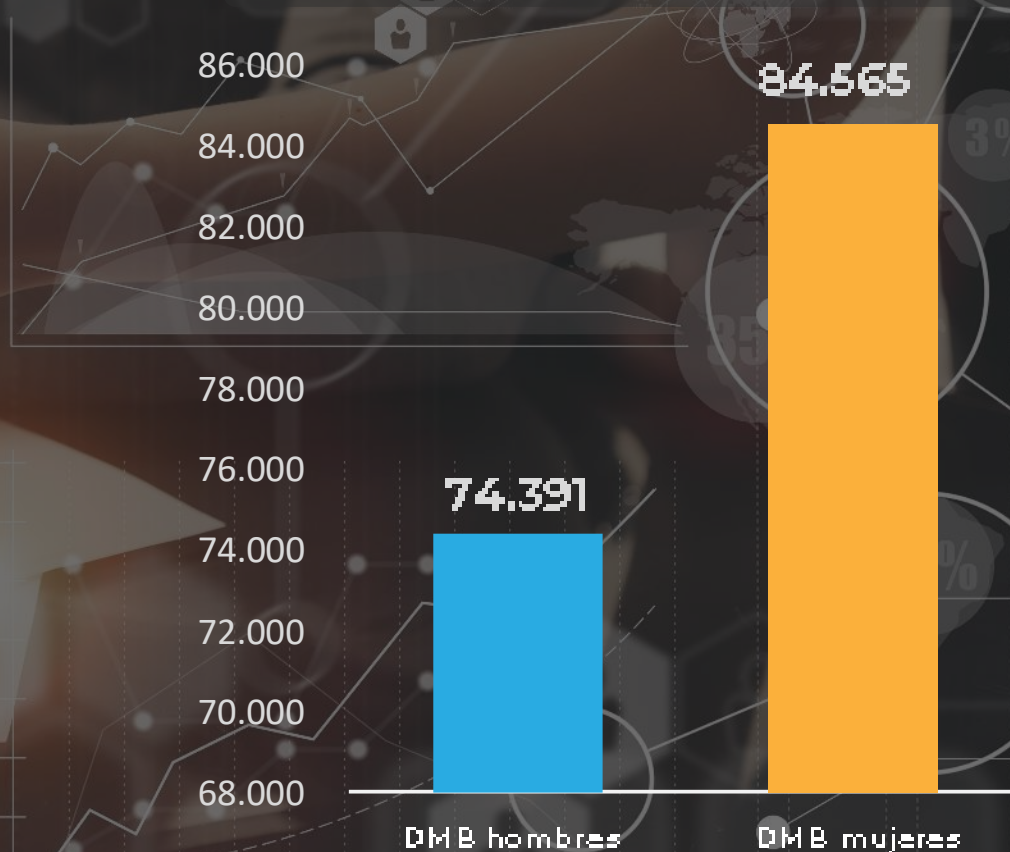
Número de transacciones monetarias según tipo de canal* (millones)

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%

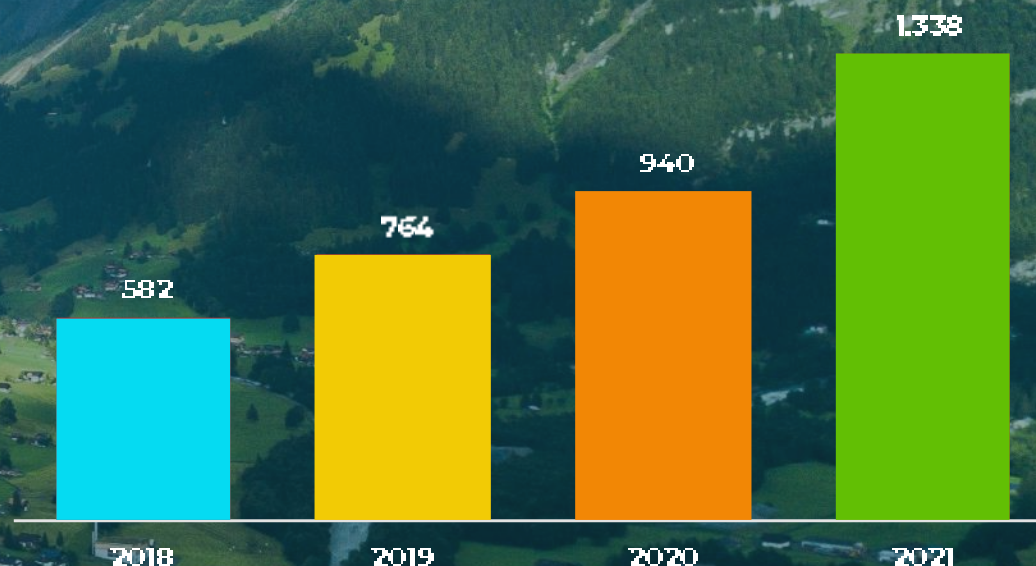
Aumentó el número de **corresponsales**

34%

Creció el número de **datáfonos**

El número de oficinas y cajeros continuó reduciéndose.

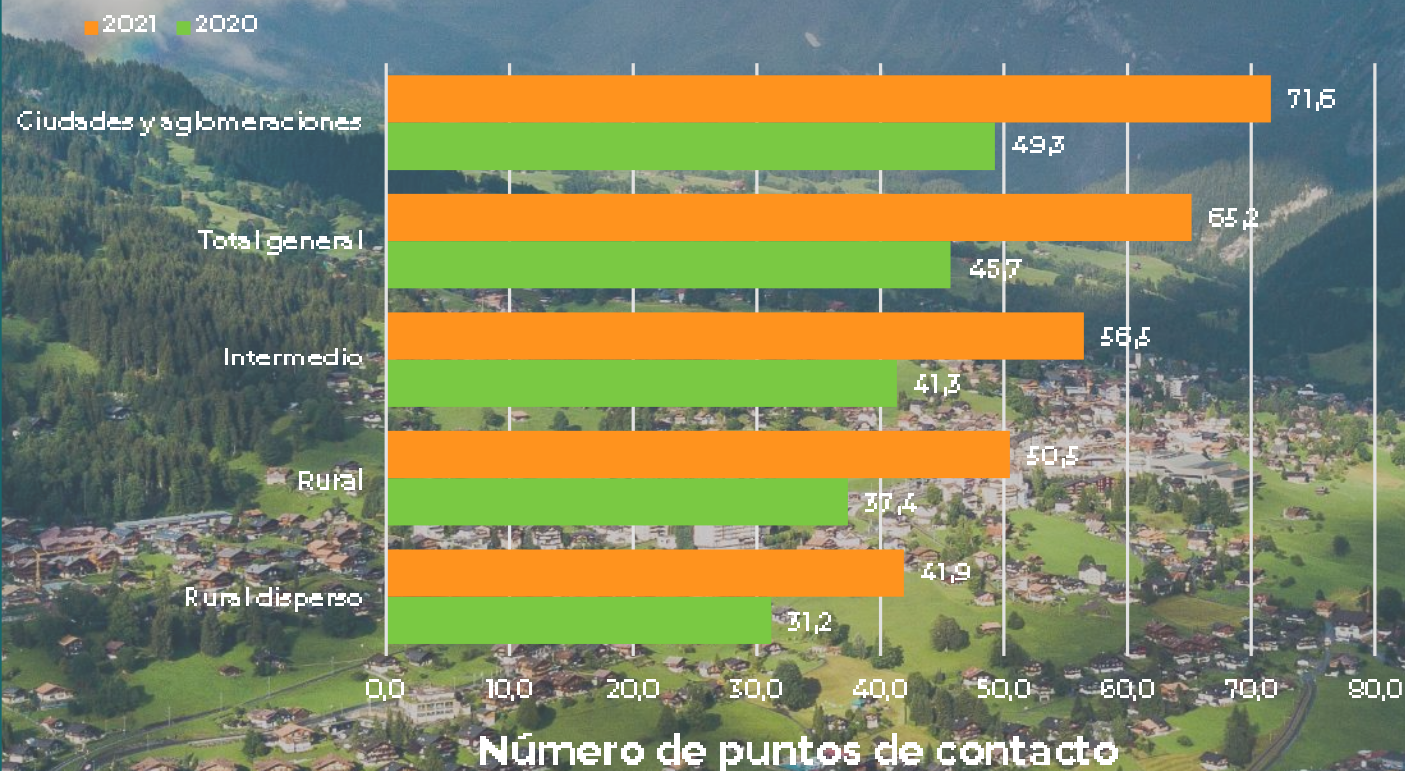
Número de puntos de contacto de acceso del sistema financiero en total (miles)**



*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



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**.

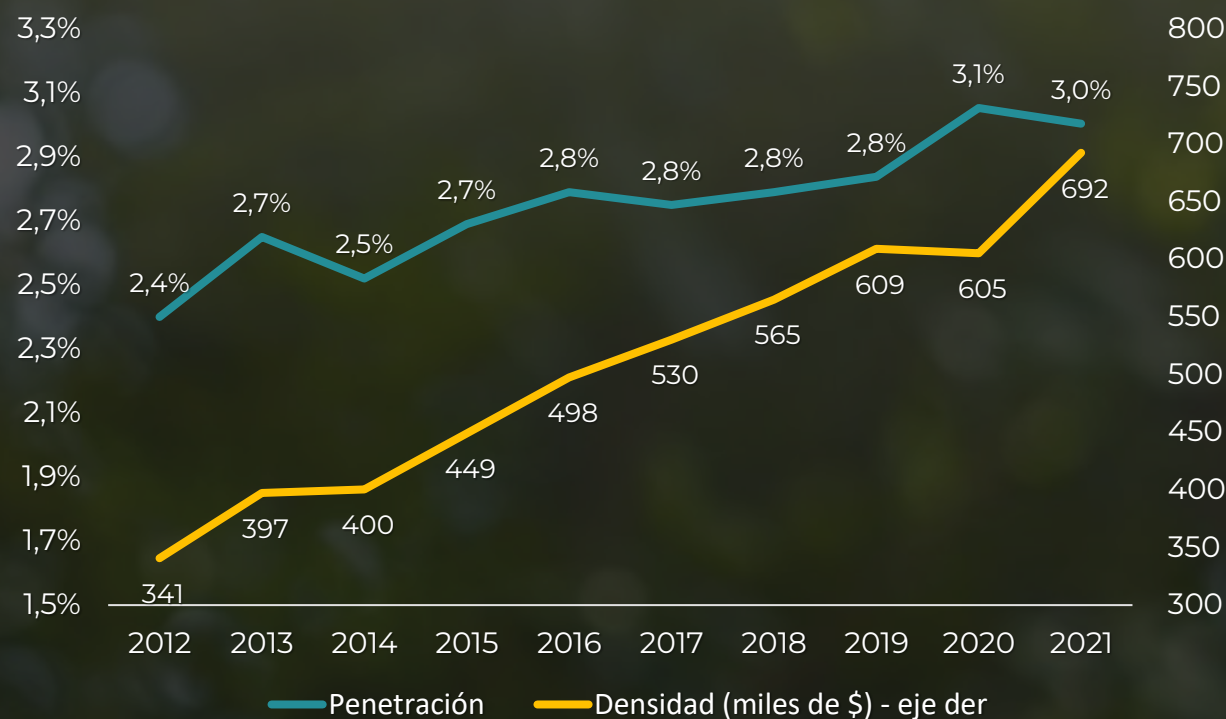
Comparado con las zonas rurales, el crecimiento sigue siendo mayor en las **ciudades**.

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

Fuente: Equipo RIF con datos de SFC


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).



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
www.superfinanciera.gov.co