ESTRATEGIAS PARA FOMENTAR EL AHORRO FINANCIERO INCLUSIVO:

evidencia y lecciones de **América Latina**

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES | 20 AÑOS

ESTRATEGIAS
PARA FOMENTAR EL AHORRO FINANCIERO INCLUSIVO: EVIDENCIA Y LECCIONES DE AMÉRICA LATINA

Banca de las Oportunidades

Paola Arias

Directora

Michael Bryan

Jefe de análisis económico

Lorena García

Coordinadora de programas

Adriana Yauhar

Profesional gestor de proyectos

Paula Márquez

Analista económico

Agradecimiento especial a Inversiones & negocios MATE por sus aportes en el desarrollo de este estudio.

Ana Milena Neegrette

Gerente

Any Benítez

Directora del proyecto e investigadora

Ivonne Villada

Investigadora especialista en inclusión financiera

Mauricio Romero

Investigador senior

.Puntoaparte Editores

Andrés Barragán

Dirección editorial

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES | 20 AÑOS

MATE Inversiones & Negocios

CONTENIDO

00 Introducción — pág 4

01 Metodología del estudio — pág 7

02 Glosario — pág 10

03 Relevancia económica y determinantes del ahorro en contextos de vulnerabilidad — pág 16

04 Recomendaciones para la promoción del ahorro financiero de poblaciones de bajos ingresos y/o vulnerables — pág 25

- **PILAR 1.** Diseño del producto — Pág 30
- **PILAR 2.** Educación Financiera y prácticas de comunicación — Pág 52
- **PILAR 3.** Ciclo de evaluación — Pág 56
- **PILAR 4.** Sostenibilidad y escalabilidad — Pág 62
- **PILAR 5.** Transversalización de la perspectiva de género — Pág 69

05 Conclusiones — pág 75

Bibliografía — **Pág 82**

Anexos — **Pág 88**

00
01
02
03
04
05

00 INTRODUCCIÓN

El ahorro en Colombia continúa siendo limitado, especialmente entre los hogares de bajos ingresos y en condición de vulnerabilidad. Según la Encuesta de Demanda de Banca de las Oportunidades (2022), la mayoría de los colombianos afirmó no ahorrar de ninguna modalidad (56%) Si bien una proporción importante de la población logra generar excedentes, estos no necesariamente se canalizan a través de mecanismos formales del sistema financiero. Por el contrario, es común que las personas —particularmente en segmentos vulnerables—, recurran a formas de ahorro no financiero, entendidas como modalidades de acumulación de valor o reserva de riqueza que no se mantienen en productos o instrumentos financieros formales ni en activos monetarios tradicionales, sino en bienes, activos físicos o mecanismos alternativos al sistema financiero tales como el ahorro en el hogar (18,0%), esquemas comunitarios como las "natilleras" (6,1%) o en especie (4,2%).

El ahorro constituye un pilar fundamental del bienestar financiero. Permite a los hogares planificar y alcanzar objetivos de mediano y largo plazo, como la adquisición de vivienda o el acceso a la educación, así como enfrentar choques e imprevistos sin recurrir a estrategias que profundicen su vulnerabilidad, tales como el endeudamiento informal o la descapitalización de activos productivos. En este sentido, promover el ahorro, especialmente a través de mecanismos financieros, es clave no solo para la inclusión financiera, sino también para la resiliencia económica de las personas y los hogares.

No obstante, en el ámbito del ahorro financiero, los programas implementados por proveedores de servicios dirigidos a poblaciones de bajos ingresos, aunque han logrado avances en la apertura de productos de depósito a la vista y a término, no consiguen que estos se utilicen de manera sostenida. La evidencia muestra que el principal reto no radica en el acceso, sino en la activación, el uso recurrente, la acumulación y la consolidación de hábitos de ahorro en el tiempo.

Si bien una proporción importante de la población logra generar excedentes, estos no necesariamente se canalizan a través de mecanismos formales del sistema financiero.

En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo recopilar, analizar y sistematizar experiencias, programas e intervenciones tanto a nivel nacional como en América Latina, orientadas a promover el ahorro en personas de bajos ingresos y/o en condición de vulnerabilidad. Para ello, se realizó una revisión de literatura y de experiencias en Colombia y en la región, complementada con entrevistas semiestructuradas a expertos en inclusión financiera, entidades financieras, representantes de la banca multilateral y otros actores con trayectoria en este tipo de programas.

El éxito de los programas de ahorro financiero depende de la articulación coherente de decisiones de diseño. Más que productos aislados, los modelos efectivos construyen ecosistemas que involucran: (i) la integración de los componentes del producto a los flujos financieros cotidianos de las personas, como pagos, transferencias, subsidios o ingresos laborales; (ii) la reducción de fricciones en el proceso de ahorro (costos, trámites o barreras de acceso); (iii) la vinculación del ahorro con objetivos concretos y significativos para los usuarios; (iv) la incorporación de herramientas de educación financiera, contextualizada, no aislada, y con enfoque en las ciencias del comportamiento (compromisos, recordatorios o etiquetado de metas); y (v) el diseño de incentivos que no se limitan a la tasa de interés, ya que las poblaciones de bajos ingresos y vulnerables priorizan la liquidez, la seguridad, la confidencialidad y otros atributos de los productos que les permiten concentrar sus esfuerzos en alcanzar sus metas.

La estructura de este documento busca ofrecer recomendaciones prácticas y estratégicas para el desarrollo de programas de ahorro financiero. La primera sección corresponde a la presente introducción. En la segunda, se describe la metodología de investigación empleada para la elaboración del estudio. La tercera sección aborda los principales conceptos analizados en el documento. A continuación, la cuarta sección examina la relevancia del ahorro en el crecimiento económico, así como sus principales determinantes en Colombia. Posteriormente, en la quinta sección, se presentan los casos de estudio seleccionados, con aprendizajes clave organizados en cinco pilares: (i) diseño del producto (que incluye simplicidad, incorporación de mecanismos conductuales, incentivos y canales y experiencia de usuario), (ii) educación financiera y prácticas de comunicación, (iii) ciclo de evaluación, (iv) sostenibilidad y potencial de escalamiento, y (v) transversalización de la perspectiva de género. Finalmente, la sexta sección ofrece, a manera de conclusión, los principales hallazgos de lo que ha funcionado y lo que no en la promoción del ahorro financiero en segmentos priorizados.

01 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El estudio se desarrolló a partir de una metodología con tres etapas:

1. REVISIÓN DOCUMENTAL:

Se realizó un análisis sistemático de literatura y evidencia relevante, incluyendo estudios académicos, evaluaciones de impacto, reportes de organismos internacionales y documentación de programas y experiencias orientadas a promover el ahorro financiero en poblaciones de bajos ingresos, tanto a nivel nacional como regional, con énfasis en América Latina.

Es importante aclarar que la revisión documental realizada en la etapa 1 no tiene un enfoque académico, sino de investigación aplicada, cuyo propósito es identificar lecciones aprendidas que sirvan como insumos prácticos para el diseño de programas de ahorro financiero en Colombia dirigidos a poblaciones vulnerables y de bajos ingresos.

La revisión documental estuvo basada en las siguientes preguntas centrales de búsqueda:

- ¿Cuáles son las experiencias de promoción de ahorro financiero (foco en personas de bajos ingresos) más destacadas en América Latina y el Caribe?
- ¿Cuáles son los programas, gubernamentales o liderados desde entidades financieras, de inclusión financiera y de promoción del ahorro más destacados en la región?
- ¿Qué evidencia existe sobre la efectividad de las iniciativas de promoción del ahorro financiero?

2. ANÁLISIS CUALITATIVO:

Se llevaron a cabo trece entrevistas semiestructuradas con actores clave del ecosistema financiero. Estas incluyeron representantes de entidades financieras (bancos, cooperativas y una fintech), expertos técnicos en inclusión financiera y un representante de un organismo de cooperación internacional (banca multilateral). Estas entrevistas permitieron complementar la evidencia documental con aprendizajes prácticos, desafíos operativos y factores de éxito desde la perspectiva de los implementadores de estos programas.

La selección de las experiencias y de los actores entrevistados se realizó con base en criterios orientados a maximizar el valor analítico del estudio, priorizando: (i) iniciativas previamente identificadas en la revisión documental; (ii) experiencias con componentes innovadores en producto, canales o experiencia de usuario; (iii) programas dirigidos a población de bajos ingresos o con barreras de acceso; y (iv) iniciativas con potencial de sostenibilidad y escalabilidad. Asimismo, se tuvieron en cuenta recomendaciones de expertos y actores clave del sector.

El diseño de los instrumentos de recolección de información se estructuró a partir de las categorías de análisis del estudio y de los hallazgos preliminares de la revisión documental, lo que permitió adaptar las entrevistas según el tipo de actor.

3. TRIANGULACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN:

El análisis del estudio se basó en un proceso de triangulación que integró la información proveniente de la revisión documental, las entrevistas semiestructuradas y las fuentes adicionales identificadas durante la investigación. Este enfoque permitió validar los hallazgos, identificar patrones consistentes y construir un análisis sólido y aplicado.

La organización y el análisis de la información se estructuraron a partir de las siguientes categorías: comunicación, incentivos, canales y experiencia de usuario, educación financiera, diseños conductuales, simplicidad, ciclo de evaluación y transversalización de la perspectiva de género. Estas orientaron tanto la recolección como la sistematización inicial.

Como resultado de este proceso, los hallazgos y recomendaciones del estudio se organizaron en los cinco pilares estratégicos mencionados anteriormente.

02 GLOSARIO

A.

Ahorro: proceso mediante el cual las personas reservan una parte de sus ingresos o recursos disponibles para su uso futuro, con el fin de enfrentar emergencias, cumplir metas financieras o mejorar su bienestar económico a lo largo del tiempo. En el contexto de las políticas de inclusión financiera, el ahorro constituye uno de los principales mecanismos para fortalecer la resiliencia económica de los hogares y facilitar su integración al sistema financiero.

Ahorro financiero: acumulación de recursos realizada a través de instituciones financieras reguladas —como bancos, cooperativas, entidades de microfinanzas o billeteras digitales— que ofrecen mecanismos seguros para guardar dinero y realizar transacciones. Este tipo de ahorro comúnmente se conoce como ahorro formal. En el marco de la política de inclusión financiera promovida por Banca de las Oportunidades, el ahorro financiero es un instrumento clave para ampliar el acceso de poblaciones de bajos ingresos a servicios financieros seguros y sostenibles.

B.

Bienestar financiero: estado en el que se tiene control sobre las finanzas diarias y mensuales, se tiene la capacidad de afrontar un impacto financiero, está encaminado a alcanzar las metas financieras y se tiene la libertad financiera para tomar las decisiones que permiten disfrutar de la vida (Consumer Financial Protection Bureau, 2015).

C.

Canales: medios a través de los cuales las personas acceden y utilizan los productos de ahorro, incluyendo canales digitales, presenciales o híbridos.

Ciclo de evaluación: conjunto de mecanismos de diseño, seguimiento y análisis utilizados para monitorear la implementación de programas de ahorro, evaluar sus resultados e incorporar aprendizajes para realizar ajustes iterativos en el diseño de las iniciativas.

D.

Diseño conductual: conjunto de herramientas basadas en la economía del comportamiento orientadas a influir en las decisiones financieras de los usuarios. Incluye mecanismos como recordatorios, metas de ahorro, opciones predeterminadas (defaults), automatización de depósitos, compromisos sociales o señales de progreso.

Diseño del producto: dimensión que agrupa las decisiones que definen la configuración central de un programa, producto o iniciativa de ahorro desde su concepción. En el presente estudio incluye aspectos como simplicidad del producto, mecanismos conductuales, incentivos y diseño de canales de acceso.

Diseño de productos con enfoque de género: consiste en desarrollar soluciones financieras que consideran de manera intencional las necesidades, barreras y contextos específicos de las mujeres. Implica un proceso centrado en la usuaria, basado en evidencia y en su participación activa, que permita crear productos, canales y experiencias accesibles, pertinentes y orientadas a su bienestar económico (Banca de las Oportunidades & Asobancaria, 2024; Women's World Banking, 2024).

E.

Educación financiera: proceso mediante el cual las personas desarrollan conocimientos, habilidades, actitudes y confianza para comprender productos, conceptos y riesgos financieros, y así tomar decisiones informadas sobre el uso del dinero, el ahorro, el crédito y otros servicios financieros, contribuyendo a mejorar su bienestar económico (OCDE, 2012; OCDE, 2020)

Escalabilidad: potencial de una iniciativa para ampliar su cobertura y llegar a un mayor número de usuarios sin perder eficiencia operativa ni calidad en la prestación del servicio.

Experiencia de usuario: comprende la facilidad de uso, la confianza, la claridad de la información y las rutas de interacción con el servicio.

D.

Diseño conductual: conjunto de herramientas basadas en la economía del comportamiento orientadas a influir en las decisiones financieras de los usuarios. Incluye mecanismos como recordatorios, metas de ahorro, opciones predeterminadas (defaults), automatización de depósitos, compromisos sociales o señales de progreso.

Diseño del producto: dimensión que agrupa las decisiones que definen la configuración central de un programa, producto o iniciativa de ahorro desde su concepción. En el presente estudio incluye aspectos como simplicidad del producto, mecanismos conductuales, incentivos y diseño de canales de acceso.

Diseño de productos con enfoque de género: consiste en desarrollar soluciones financieras que consideran de manera intencional las necesidades, barreras y contextos específicos de las mujeres. Implica un proceso centrado en la usuaria, basado en evidencia y en su participación activa, que permita crear productos, canales y experiencias accesibles, pertinentes y orientadas a su bienestar económico (Banca de las Oportunidades & Asobancaria, 2024; Women's World Banking, 2024).

E.

Educación financiera: proceso mediante el cual las personas desarrollan conocimientos, habilidades, actitudes y confianza para comprender productos, conceptos y riesgos financieros, y así tomar decisiones informadas sobre el uso del dinero, el ahorro, el crédito y otros servicios financieros, contribuyendo a mejorar su bienestar económico (OCDE, 2012; OCDE, 2020)

Escalabilidad: potencial de una iniciativa para ampliar su cobertura y llegar a un mayor número de usuarios sin perder eficiencia operativa ni calidad en la prestación del servicio.

Experiencia de usuario: comprende la facilidad de uso, la confianza, la claridad de la información y las rutas de interacción con el servicio.

I.

Incentivos: mecanismos financieros o no financieros orientados a motivar el ahorro, tales como tasas preferenciales, contrapartidas al ahorro (*matching*), premios, beneficios comerciales o acceso a otros productos financieros.

Inclusión financiera: acceso y uso efectivo de productos y servicios financieros —como ahorro, crédito, pagos y seguros— que son adecuados, asequibles y adaptados a las necesidades de las personas. La inclusión financiera busca ampliar la participación de poblaciones tradicionalmente excluidas del sistema financiero, fortaleciendo su capacidad para gestionar recursos, enfrentar riesgos y mejorar su bienestar económico (OCDE, 2012; OCDE, 2020).

Inclusión financiera con enfoque de género: enfoque que reconoce y aborda las brechas existentes entre hombres y mujeres en el acceso, uso y calidad de los servicios financieros, derivadas de factores estructurales como menores ingresos, informalidad laboral, responsabilidades de cuidado y normas sociales. Implica el diseño de productos, canales y estrategias adaptadas a las necesidades específicas de las mujeres, con el fin de promover su autonomía económica y bienestar (CAF, 2018).

N.

***Nudges* (empujones conductuales):** intervenciones de bajo costo que modifican la forma en que se presentan las opciones a las personas con el fin de influir en su comportamiento sin restringir su libertad de elección.

P.

Población de bajos ingresos y/o vulnerable: personas u hogares que se ubican en los niveles inferiores de la distribución del ingreso y que enfrentan mayores restricciones para acceder y utilizar servicios financieros. En el contexto colombiano, esta categoría suele corresponder a hogares en situación de pobreza o vulnerabilidad según las mediciones oficiales del Departamento Administrativo Nacional de

Estadística (DANE), así como a poblaciones clasificadas en los grupos de menor capacidad socioeconómica del SISBÉN IV, que son priorizadas por las políticas públicas de inclusión financiera y protección social.

Prácticas de comunicación (*framing*): estrategias mediante las cuales se presentan los productos o mensajes financieros para influir en la percepción y comportamiento de los usuarios. Incluye el uso de narrativas, mensajes simples, visualizaciones o metas que faciliten la comprensión y promuevan el ahorro.

Programas de ahorro: en el marco de este estudio, los programas de ahorro se entienden como conjuntos de intervenciones institucionales orientadas a promover el uso sostenido de mecanismos de ahorro financiero, que combinan el diseño de productos con estrategias complementarias como incentivos, herramientas de educación financiera, prácticas de comunicación, diseño de canales de acceso y mecanismos de acompañamiento o seguimiento a los usuarios.

Prueba A/B: es un experimento controlado que compara dos versiones de un mismo elemento (A = control, B = variante) para evaluar cuál genera mejores resultados en métricas específicas, por ejemplo: clics, conversiones o retención.

S.

Simplicidad: reducción de reglas, requisitos y condiciones que puedan generar fricción operativa o carga cognitiva para el usuario. En este estudio se analiza como una decisión estructural de diseño asociada a la escalabilidad, sostenibilidad operativa y claridad institucional de los programas de ahorro.

Sostenibilidad: capacidad de un programa o producto de ahorro para mantenerse en el tiempo desde el punto de vista financiero, operativo e institucional, generando valor tanto para los usuarios como para las entidades que lo implementan.

00
01
02
03
04
05

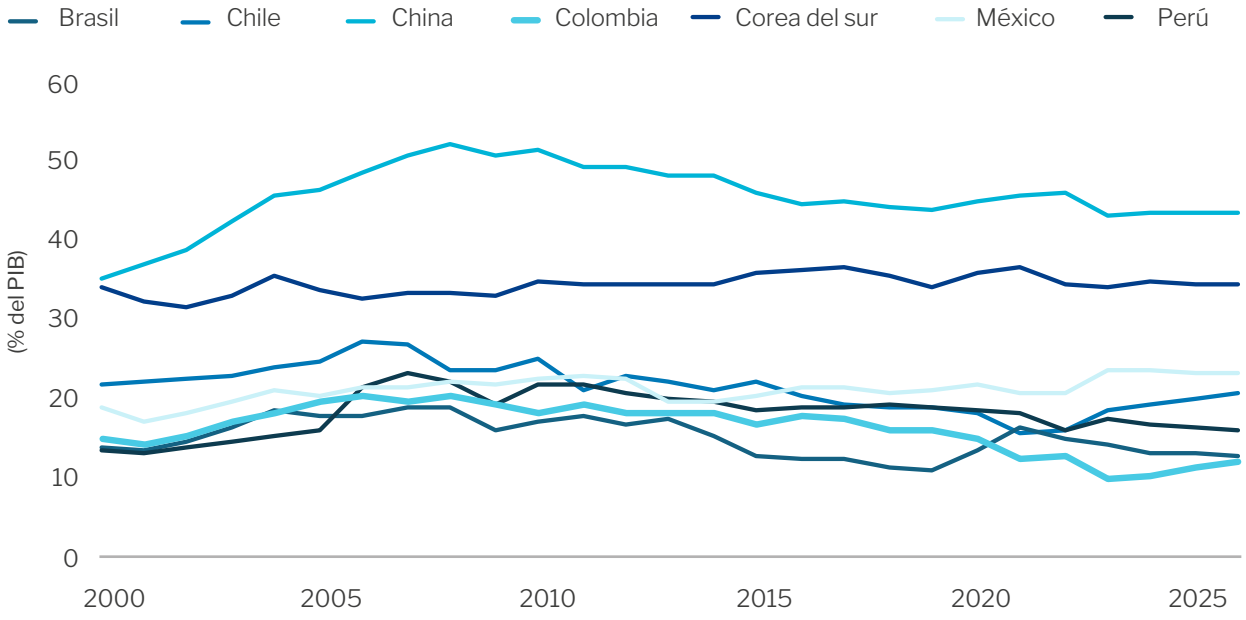
03

RELEVANCIA ECONÓMICA Y DETERMINANTES DEL AHORRO EN CONTEXTOS DE VULNERABILIDAD

El ahorro es una de las palancas principales para promover el crecimiento económico de los países. Un mayor nivel de ahorro interno se traduce en una mayor capacidad para financiar la inversión con recursos propios, lo que reduce la dependencia del capital externo, abarata el financiamiento productivo y protege a la economía frente a la volatilidad de los flujos internacionales. Entre los componentes del ahorro, el de los hogares resulta particularmente relevante. Cuando los hogares no ahorran, el sistema financiero carece de los recursos estables necesarios para transformar depósitos en crédito productivo, y el mercado de capitales pierde la profundidad requerida para financiar proyectos de largo plazo. Históricamente, América Latina ha sido una región caracterizada por bajos niveles de ahorro. De hecho, el Banco Mundial (2013) proyectó que hacia 2030 la región podría registrar la tasa de ahorro más baja del mundo. Esta trayectoria se refleja en Colombia, cuya situación resulta aún más preocupante. Según proyecciones del FMI (2025), el país cerró ese año con una tasa de ahorro nacional bruto de 12,5% del PIB, el nivel más bajo de la muestra analizada. Mientras Brasil, México y Perú han mantenido tasas relativamente estables en torno al 20% del PIB, Colombia registra una caída sostenida desde 2006, que lo ha relegado al último lugar entre los países de referencia. El desafío se intensifica al comparar con economías asiáticas como China y Corea del Sur, que han logrado sostener niveles de ahorro superiores al 30% del PIB, consolidando un margen de maniobra mucho mayor para financiar inversión interna y fortalecer su resiliencia frente a choques externos.

Gráfico 1

Ahorro nacional bruto (% del PIB) 2000–2027

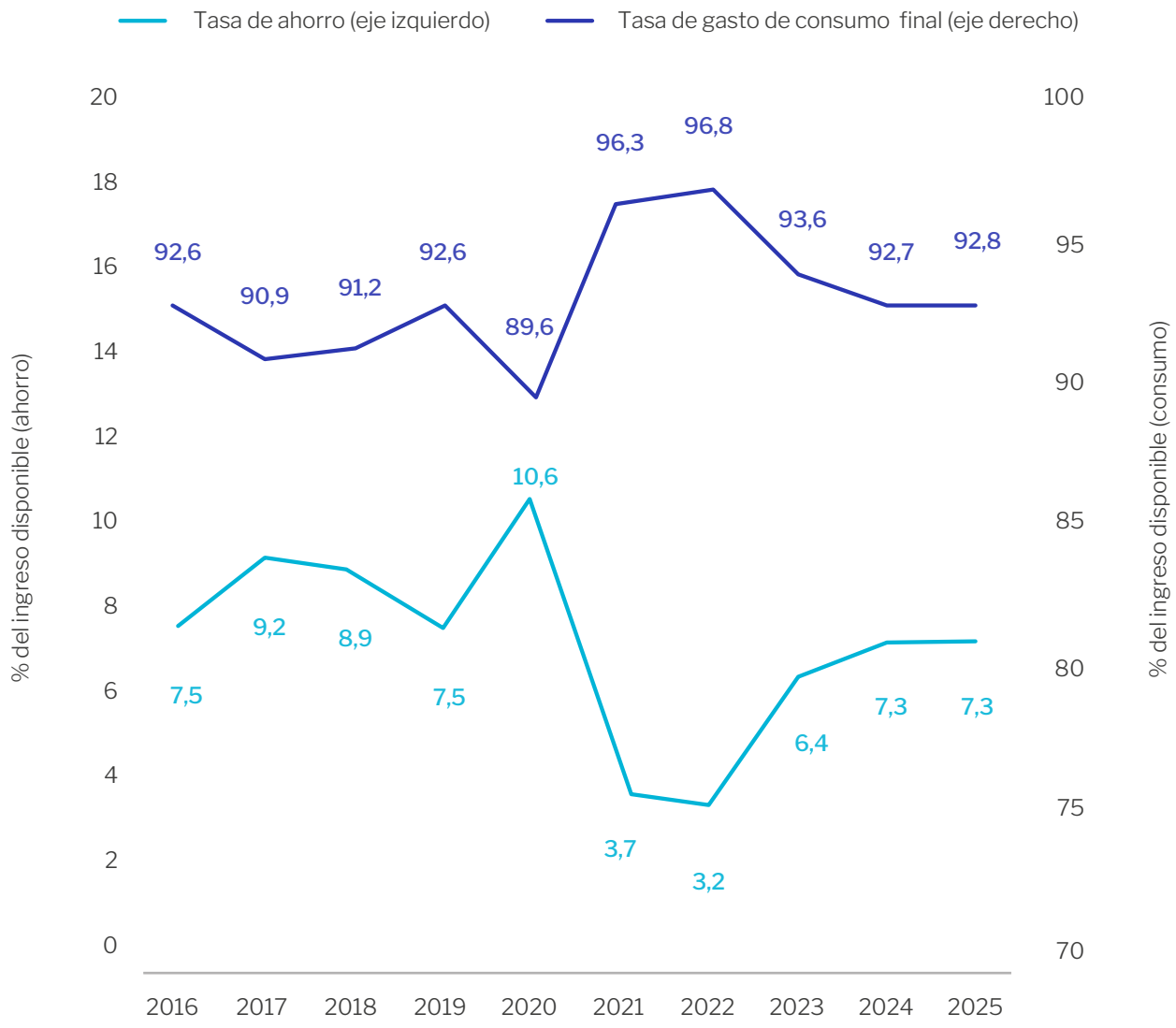


Nota: Ahorro nacional bruto como porcentaje del PIB. Incluye ahorro de hogares, empresas y sector público.
Fuente: FMI, World Economic Outlook, abril 2025. Cifras 2000–2027. Las cifras a partir de 2024 son proyecciones.

El comportamiento de ahorro de los hogares explica en buena medida este rezago. En promedio, los hogares colombianos destinan entre el 7% y el 9% de su ingreso disponible al ahorro, sin haber logrado superar de manera sostenida ese umbral en la última década. Como muestra el Gráfico 2, el consumo absorbe más del 90% del ingreso disponible, proporción que se acentuó durante la pandemia. Aunque desde 2023 se registra una recuperación parcial que llevó la tasa de ahorro al 7,3% en 2025, aún no retorna a los niveles prepandemia (DANE, 2025).

Gráfico 2

Ahorro y consumo de los hogares colombianos 2016–2025



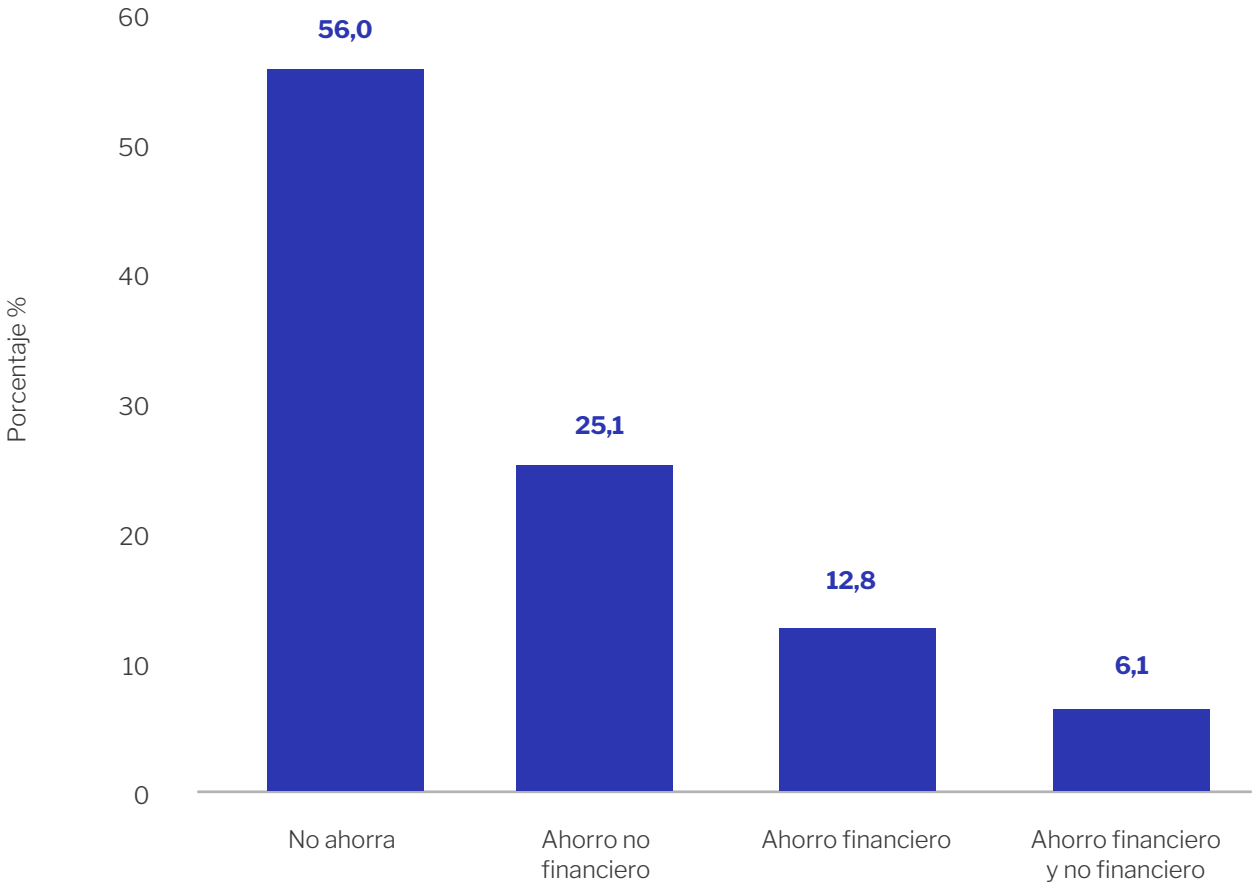
Fuente: DANE, Cuentas Nacionales Trimestrales por Sector Institucional (CNTSI), IV trimestre de 2025. Cálculos propios.

EL AHORRO DE LA POBLACIÓN ADULTA EN COLOMBIA

El ahorro de la población adulta en Colombia continúa siendo débil. Como muestra el Gráfico 3, el 56% no ahorra bajo ninguna modalidad y, del 44% restante, la mayoría lo hace de manera informal, es decir, sin utilizar instrumentos financieros, ya sea a través de cadenas, prestamistas o guardando efectivo en casa. Solo el 12% accede a instrumentos financieros o formales de ahorro y apenas el 6% combina ambas modalidades (Banca de las Oportunidades, 2022). Tanto quienes no ahorran como quienes lo hacen por fuera del sistema financiero, no generan los depósitos que este requiere para intermediar recursos hacia la inversión productiva, perpetuando el ciclo de bajo ahorro, baja inversión y bajo crecimiento.

Gráfico 3

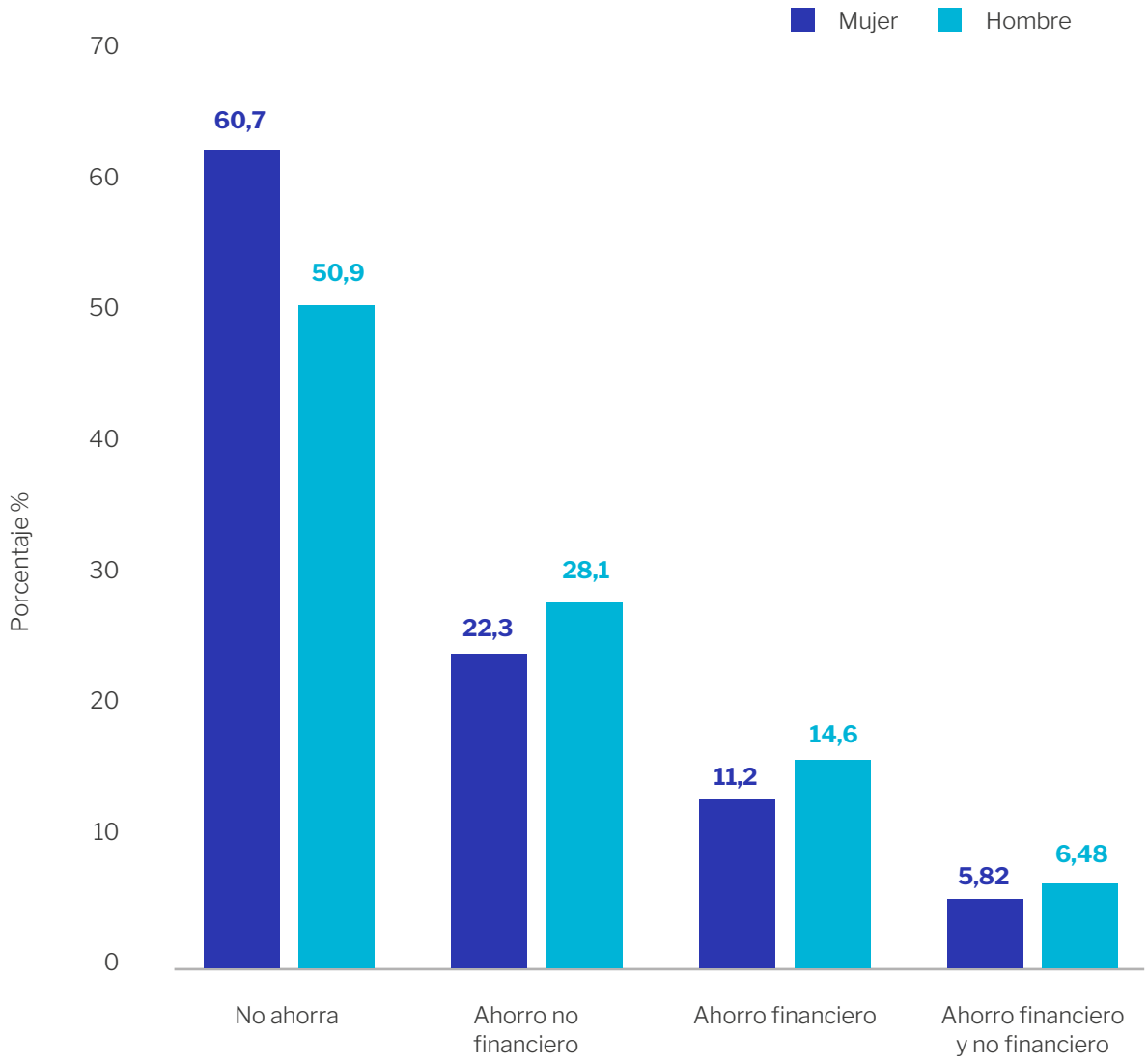
Distribución de los adultos colombianos según modalidad de ahorro 2022



Fuente: Banca de las Oportunidades, Encuesta de Demanda de Servicios Financieros (2022). Cálculos propios.

La brecha es, además, marcadamente desigual por género. El 60,7% de las mujeres no ahorra de ninguna forma, frente al 50,9% de los hombres. Cuando sí ahorran, los hombres acceden en mayor proporción a instrumentos financieros, reflejo de su mayor participación en el empleo formal. Para las mujeres, la combinación de mayor informalidad laboral y menor cobertura de seguridad social dificulta aún más la acumulación de activos (Banca de las Oportunidades, 2022).

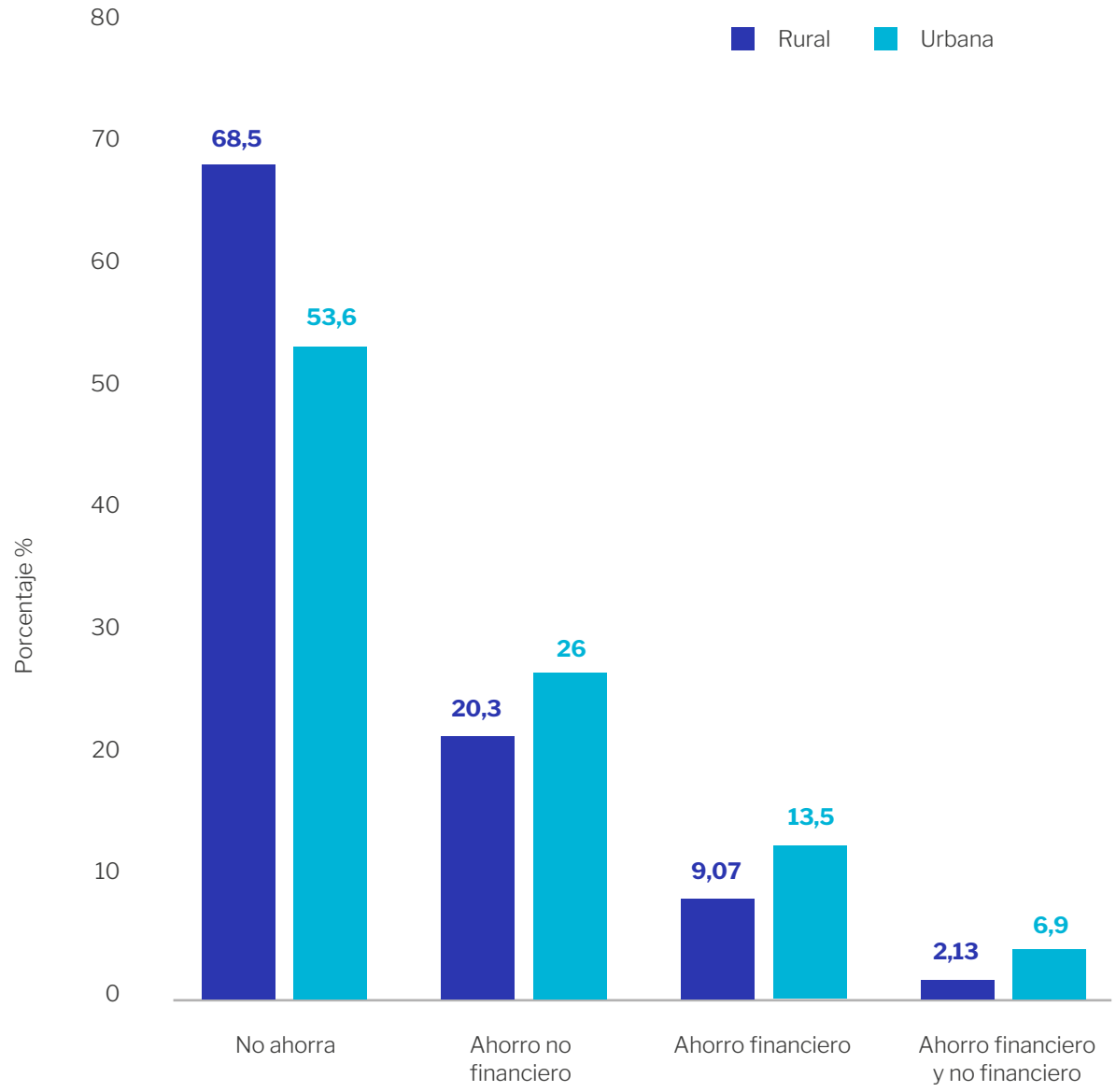
Gráfico 4
Modalidad de ahorro de los adultos colombianos según género 2022



Fuente: Banca de las Oportunidades, Encuesta de Demanda de Servicios Financieros (2022). Cálculos propios.

Al observar el nivel de ruralidad, el patrón se agudiza en los municipios más rurales. El 68,5% de los adultos en zonas rurales no ahorra de ninguna forma, frente al 53,6% en zonas urbanas. El acceso al ahorro financiero también es menor: el 13,5% de los adultos urbanos accede a instrumentos formales y el 6,9% combina modalidades, mientras que en los municipios más dispersos esas cifras caen a 9,1% y 2,1% respectivamente (Banca de las Oportunidades, 2022).

Gráfico 5
Modalidad de ahorro según nivel de ruralidad

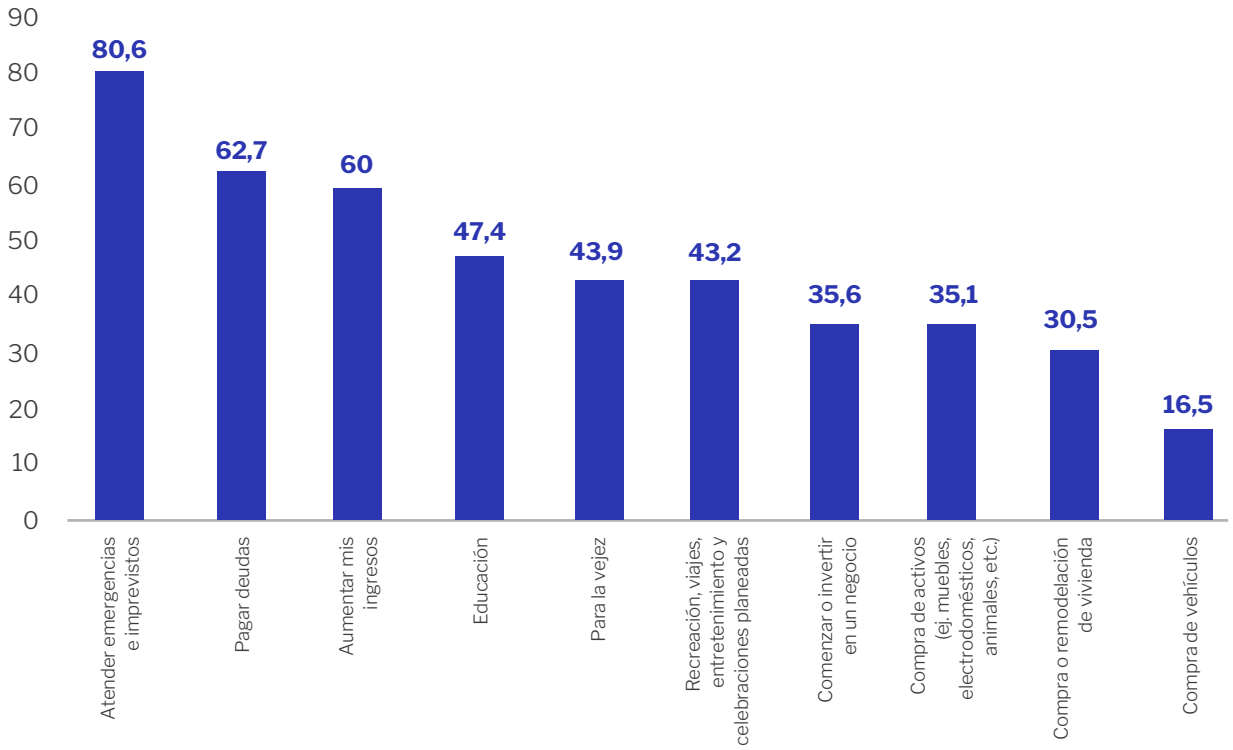


Fuente: Banca de las Oportunidades, Encuesta de Demanda de Servicios Financieros (2022). Cálculos propios.

Melo, Zárate y Téllez (2006) identifican cuatro motivos principales de ahorro en los hogares colombianos: la jubilación, los gastos esperados del ciclo de vida, la precaución ante imprevistos y la acumulación de patrimonio. Los datos de la Encuesta de Demanda de Inclusión Financiera confirman que, en Colombia, el motivo precaución domina ampliamente. El 80,6% de los colombianos ahorra para atender emergencias e imprevistos, mientras que el ahorro para la vejez, con el 43,9%, ocupa apenas el quinto lugar (Banca de las Oportunidades, 2022).

Gráfico 6

Principal destino de ahorro de los adultos en Colombia



Fuente: Banca de las Oportunidades, Encuesta de Demanda de Servicios Financieros (2022). Cálculos propios.

FACTORES QUE EXPLICAN EL BAJO AHORRO EN COLOMBIA

Además del diseño y configuración de soluciones de ahorro -elementos analizados a lo largo del presente documento-, el bajo nivel de ahorro en los hogares colombianos responde a un conjunto de factores que operan simultáneamente sobre los diferentes componentes del ahorro nacional.

INFORMALIDAD LABORAL Y SISTEMA PENSIONAL

El 55,3% de la población ocupada en Colombia se encuentra en condición de informalidad, nivel que prácticamente no ha variado en los últimos dos años (DANE, 2026). En centros poblados y zonas rurales dispersas, esa proporción escala al 83,2%. Esta estructura del mercado laboral tiene un doble efecto sobre el ahorro. Por un lado, los trabajadores informales perciben ingresos más bajos y volátiles, lo que reduce su capacidad de acumulación. Por otro, quedan excluidos del sistema de seguridad social, que en las economías modernas constituye el principal mecanismo institucional de ahorro forzado a través de pensiones y cesantías. Las consecuencias de esa exclusión se materializan en la vejez, donde solo el 26,1% de la población en edad de jubilación recibe una pensión.

DESIGUALDAD, POBREZA Y VULNERABILIDAD

Colombia se ubica entre los países más desiguales de América Latina. En 2024, el coeficiente de Gini alcanzó 0,55 (DANE, 2025a). Una distribución del ingreso tan concentrada implica que una proporción mayoritaria de los hogares opera con márgenes reducidos entre ingresos y gastos, lo que limita estructuralmente su capacidad de generar excedentes para el ahorro financiero o formal.

A esto se suma un alto nivel de pobreza. En 2024, el 31,8% de los colombianos se encontraba en condición de pobreza monetaria y el 11,7% en pobreza extrema. En las cabeceras municipales, la incidencia de pobreza monetaria fue del 28,6%, mientras que en los centros poblados y zonas rurales dispersas llegó al 42,5%. En estas últimas la pobreza extrema alcanzó el 21,8%, cifra 2,5 veces superior a la registrada en las cabeceras, lo que equivale a 16,2 millones de personas en esa condición a nivel nacional. Adicionalmente, la pobreza multidimensional cerró 2025 en 9,9%, lo que representa 5,2 millones de personas con privaciones simultáneas en educación, salud, trabajo y acceso a servicios públicos (DANE, 2026).

COMPORTAMIENTOS Y MIOPÍA INTERTEMPORAL

Incluso cuando el ingreso permite ahorrar, el comportamiento de los hogares reproduce un patrón documentado en la economía conductual: la preferencia sistemática por el consumo presente sobre la acumulación futura. Los individuos descuentan el futuro de forma hiperbólica, sobrevalorando el consumo inmediato de manera desproporcionada frente a cualquier período posterior. Según un análisis de exclusión del financiamiento formal realizado por Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia (2025), el 70,8% de los encuestados fue clasificado como impaciente, con un nivel de paciencia promedio de 0,04 sobre 1, mientras que solo el 14,2% resultó paciente. En contextos de ingreso volátil y alta incertidumbre, ese sesgo se intensifica, pues la necesidad de cubrir los gastos inmediatos absorbe tanto el ingreso disponible como el horizonte de planeación del hogar, desplazando la decisión de ahorro en el largo plazo.

04

RECOMENDACIONES PARA LA PROMOCIÓN DEL AHORRO FINANCIERO DE POBLACIONES DE BAJOS INGRESOS Y/O VULNERABLES

Diversos estudios han documentado que las personas de bajos ingresos o irregulares desarrollan estrategias de ahorro. Ante niveles elevados de incertidumbre económica, los hogares adoptan múltiples mecanismos para gestionar sus recursos, con el fin de enfrentar emergencias, financiar gastos importantes o cumplir metas de corto y mediano plazo.

La evidencia muestra que, en estos contextos, las personas recurren a estrategias de ahorro sustentadas en mecanismos no financieros (guardar dinero en la casa, debajo del colchón, en natilleras o cadenas, o acumular progresivamente activos como animales o materiales de construcción).

Este tipo de prácticas está expuesto a riesgos de pérdida y depreciación. Además, al no canalizarse a través de instituciones financieras reguladas, se dificulta que el sistema identifique su existencia, lo cual afecta la posibilidad futura de acceder o profundizar en productos financieros como el crédito.

Gráfico 7
Clasificación del ahorro: financiero y no financiero

Categoría	Descripción	Ejemplos
Ahorro financiero	Es la acumulación de recursos monetarios a través de productos o instrumentos administrados por entidades financieras formales o instituciones autorizadas. A esta modalidad se le conoce como ahorro formal **Ventajas:** ■ Mayor seguridad en la custodia de los recursos. ■ Posibilidad de obtener rendimientos financieros. ■ Facilita pagos, transferencias y otras transacciones formales. ■ Contribuye a la generación de historial financiero ■ Puede facilitar el acceso a crédito, seguros y otros servicios financieros. ■ Favorece la trazabilidad y organización de las finanzas personales o productivas. ■ En algunos casos, ofrece mecanismos de protección frente a pérdidas o fraudes.	Cuentas de ahorro, billeteras digitales, depósitos a término En grupos de ahorro ligados a cuentas

Ahorro no financiero

Corresponde a mecanismos de acumulación de valor que no dependen de productos financieros formales ni de procesos de intermediación institucional.

Suele estar asociado a prácticas autogestionadas, familiares, comunitarias o de subsistencia. A esta modalidad se le conoce como prácticas informales de ahorro.

Ventajas:

- Fácil acceso y uso inmediato de los recursos.
- No requiere documentación, apertura de productos ni trámites formales.
- Mayor percepción de control directo sobre el ahorro.
- Puede adaptarse mejor a ingresos variables o informales.
- Algunos activos cumplen simultáneamente funciones de ahorro, producción o consumo.
- Puede resultar más comprensible o confiable en contextos de baja inclusión financiera.

Desventajas:

- Mayor exposición a robos, perdidas o deterioro físico.
- Ausencia de protección institucional o mecanismos de respaldo.
- Posible pérdida de valor frente a inflación o desvalorización del activo.
- Baja liquidez en algunos activos reales.
- Dificultad para generar historial financiero.
- Limitado acceso a otros servicios financieros asociados.

En efectivo: guardado en casa o con amigos y familiares o en natilleras, cadenas y grupos de ahorro no ligados a productos financieros

En especie: ganado, materiales de construcción.

Ahorro no financiero	Riesgo de uso no planificado o consumo anticipado de los recursos. Menor trazabilidad y capacidad de gestión financiera de largo plazo.

Fuente: Banca de las Oportunidades

La literatura también muestra que el escaso uso de productos de ahorro financiero no responde necesariamente a una falta de interés o disciplina por parte de las personas, sino a la ausencia de instrumentos que se ajusten a sus necesidades, a la irregularidad de sus ingresos y a las fricciones operativas o cognitivas que enfrentan al interactuar con el sistema financiero (J-PAL, 2021; Burgess, 2015). En este sentido, factores como la simplicidad del producto, la claridad de los incentivos, el acceso a canales confiables y el uso de herramientas de diseño conductual pueden influir de manera significativa en la adopción y uso sostenido de mecanismos de ahorro financiero.

En este contexto, promover el ahorro financiero entre poblaciones de bajos ingresos requiere ir más allá de la simple oferta de productos y considerar de manera integral los distintos factores que influyen en las decisiones de ahorro. A partir de la evidencia revisada y de los aprendizajes derivados de las experiencias analizadas, este informe presenta un conjunto de recomendaciones para fomentar el ahorro financiero en poblaciones de bajos ingresos. Estas recomendaciones se organizan en cinco pilares: (i) diseño del producto, (ii) educación financiera y prácticas de comunicación, (iii) ciclo de evaluación, (iv) sostenibilidad y escalabilidad y, (v) transversalización de la perspectiva de género.

Gráfico 8
Cinco pilares para promover el ahorro financiero en población de bajos ingresos

01

Diseño del Producto

Productos simples, accesibles y alineados con las necesidades y comportamientos de las personas.

02

Educación financiera y prácticas de comunicación

Mensajes claros, oportunos y relevantes que desarrollen capacidades y motiven buenas decisiones.

03

Ciclo de evaluación

Medir, aprender y ajustar de forma continua para mejorar resultados y generar mayor impacto.

04

Sostenibilidad y escalabilidad

Modelos viables y escalables que aseguren la permanencia en el tiempo y el alcance a más personas.

05

Transversalización de la perspectiva de género

Incorporar enfoque de género para eliminar barreras y promover la autonomía económica y el bienestar.

Fuente: Banca de las Oportunidades

Pilar 1.

DISEÑO DEL PRODUCTO

El diseño de las soluciones de ahorro financiero constituye un factor determinante para lograr que las personas y los hogares las utilicen de manera sostenida. Diversos estudios han identificado que las principales barreras al ahorro financiero no son únicamente económicas, sino también de diseño: costos de acceso, complejidad de los productos, falta de flexibilidad y escasa adecuación a los ingresos variables (BID, 2016). En esta línea, el diseño de productos de ahorro efectivos requiere reducir fricciones, facilitar la comprensión y adaptarse a las realidades de los usuarios, especialmente en contextos de vulnerabilidad. Asimismo, los marcos conceptuales sobre ahorro inclusivo destacan que los productos deben considerar atributos clave como accesibilidad, flexibilidad, seguridad, liquidez y relevancia para el usuario, integrando tanto necesidades funcionales como conductuales *(FOMIN, 2014*.

Esto implica diseñar soluciones que no solo permitan ahorrar, sino que faciliten activamente el proceso de acumulación de recursos en contextos de alta incertidumbre y restricción presupuestaria.

En el contexto de la digitalización financiera, estos principios adquieren aún mayor relevancia. Las guías sobre pagos digitales responsables subrayan que el diseño de productos debe estar centrado en el usuario, ser transparente y adaptarse a sus capacidades, evitando la sobrecarga cognitiva y asegurando que las soluciones digitales sean comprensibles, seguras y accesibles para poblaciones vulnerables *(Better Than Cash Alliance, 2021–2023)*. Esto refuerza la importancia de integrar criterios de experiencia de usuario y protección del consumidor.

Estos hallazgos refuerzan la necesidad de integrar herramientas conductuales como parte estructural del diseño del producto, y no como elementos accesorios.

La evidencia experimental en economía del comportamiento muestra que el diseño del producto influye directamente en la decisión de ahorrar. Intervenciones como el establecimiento de metas, el uso de recordatorios, los mecanismos de compromiso y los incentivos han demostrado ser efectivos para aumentar tanto la participación como los saldos de ahorro, especialmente en poblaciones de bajos ingresos *(J-PAL/IPA, 2021).* Estos hallazgos refuerzan la necesidad de integrar herramientas conductuales como parte estructural del diseño del producto, y no como elementos accesorios. Adicionalmente, de acuerdo con la OCDE (2026), promover un sistema financiero inclusivo requiere no solo ampliar la oferta de soluciones financieras, sino también remover las barreras que dificultan su acceso y uso efectivo, reconociendo que la inclusión implica reducir obstáculos operativos y estructurales que limitan la participación de los consumidores.

La evidencia muestra que no existe un producto perfecto, único y aplicable a todos los casos; más bien, existen principios generales a considerar en el diseño de productos costo-efectivos que permitan a las personas alcanzar sus metas de ahorro *(J-PAL, 2021)*. En consecuencia, el diseño efectivo de programas e instrumentos de ahorro no se basa en un modelo único o estandarizado, sino en la capacidad de integrar diferentes elementos que respondan a las necesidades de los usuarios y al contexto institucional.

A continuación se presentan cuatro elementos clave para el diseño de productos de ahorro dirigidos a poblaciones de bajos ingresos:

- *Simplicidad;*
- *Incorporación de mecanismos conductuales;*
- *Incentivos;*
- *Canales de acceso y la experiencia de usuarios.*

1.1 SIMPLICIDAD

La evidencia muestra de manera consistente que la complejidad, tanto operativa como cognitiva, constituye una de las principales barreras para el acceso, uso y apropiación de productos financieros por parte de poblaciones de bajos ingresos. Procesos extensos, múltiples requisitos, estructuras tarifarias poco transparentes y productos difíciles de comprender incrementan la carga cognitiva y desincentivan la adopción (Wright, 2003). Esquemas con múltiples condiciones generan confusión y reducen la apropiación. En contraste, la simplificación a una o pocas condiciones claras y visibles disminuye la carga cognitiva y mejora la comprensión inmediata del producto.

En este contexto, la simplicidad no debe entenderse únicamente como reducción de requisitos, sino como un principio de diseño transversal que busca minimizar fricciones, facilitar la comprensión y permitir un uso intuitivo del producto. En este sentido, los hallazgos de la investigación sugieren que la simplicidad puede traducirse en tres componentes clave, a saber:

Gráfico 9
Tres componentes clave para el diseño simple de productos

Componente	¿Qué implica?	Recomendaciones
Condiciones de acceso	Reducir requisitos y reglas complejas	Minimizar trámites y comunicar reglas claras
Ahorro desde montos pequeños	Facilitar ahorro con ingresos bajos o variables	Permitir aportes pequeños y frecuentes
Autonomía del usuario	Adaptar el producto a distintas realidades	Flexibilidad en aportes, retiros y frecuencia

Fuente: Banca de las Oportunidades

1.2
INCORPORACIÓN DE MECANISMOS CONDUCTUALES

Las investigaciones conductuales indican que nuestras decisiones sobre consumo y ahorro no son perfectamente racionales y que, en cambio, están influenciadas por varios "sesgos del comportamiento". Una explicación central de estos sesgos proviene de las teorías de procesamiento dual, que distinguen entre un pensamiento rápido, automático e intuitivo y un pensamiento más lento, analítico y deliberativo *(Kahneman, 2011)*.

El pensamiento automático, rápido e intuitivo opera con bajo esfuerzo cognitivo y guía gran parte de nuestras decisiones cotidianas. Por ejemplo, un usuario puede juzgar en segundos si una aplicación financiera parece confiable basándose únicamente en señales visuales como el diseño, el uso de colores o la presencia de un ícono de seguridad. En cambio, el pensamiento analítico implica un procesamiento más lento, que requiere esfuerzo consciente, como cuando una persona compara tasas de interés, evalúa condiciones contractuales o calcula el impacto de un retiro anticipado en sus metas de ahorro. En la práctica, muchas decisiones financieras se toman predominantemente desde el pensamiento automático, lo que explica por qué la complejidad, la ambigüedad o el exceso de opciones pueden inhibir la acción o conducir a decisiones subóptimas *(Ideas42, 2018)*.

Desde una perspectiva aplicada, experiencias como la desarrollada por Ideas42 sugieren la estructura del diseño conductual para servicios financieros digitales en cuatro dominios interrelacionados: captar la atención, inspirar confianza y credibilidad, simplificar la decisión y facilitar la acción.

La evidencia empírica refuerza que estos principios no solo explican el comportamiento, sino que pueden ser utilizados para modificarlo. Experimentos en contextos de microfinanzas han mostrado que intervenciones conductuales —como el uso de metas de ahorro, recordatorios y mecanismos de compromiso— pueden aumentar significativamente los niveles de ahorro entre poblaciones de bajos ingresos *(Atkinson et al., 2010)*. Estos resultados son consistentes con evaluaciones experimentales más recientes en países de ingresos bajos y medios, que demuestran que los productos de ahorro diseñados con un propósito explícito —es decir, orientados a metas concretas y apoyados en mecanismos conductuales— incrementan los saldos de ahorro y, en varios contextos, se traducen en mayores inversiones en educación, salud y actividades productivas *(J-PAL, 2021)*. Con base en la evidencia obtenida, se presentan las siguientes recomendaciones para incorporar diseños conductuales en las soluciones de ahorro:

AHORRO CON PROPÓSITO

La solución de ahorro debe ayudar a las personas a responder la pregunta: ¿para qué estoy ahorrando? Fijar metas concretas, explícitas y alcanzables de ahorro contribuye a superar la tendencia de gastar y sobrevalorar el presente por encima de la planeación del futuro. Diversos estudios indican que, cuando las personas definen objetivos específicos y alcanzables, aumentan sus saldos de ahorro, la frecuencia de depósitos y reducen los retiros, como se observó en el Banco CARD de Filipinas, donde esta estrategia se asoció con incrementos significativos en depósitos y balances *(Burgess, E. 2015)*.

La evidencia destaca que soluciones que facilitan el etiquetado del ahorro —incluso mediante mecanismos simples como el uso de íconos visuales y una declaración de compromiso no vinculante— para un uso específico pueden incrementar la acumulación a través de procesos de *mental accounting (J-PAL, 2021)*.

AUTOMATIZACIÓN Y USO DE *DEFAULTS* (OPCIONES PREDETERMINADAS)

Cuando existen numerosas alternativas, las personas tienden a caer en la inercia y a postergar la toma de decisiones. Asimismo, suelen otorgar mayor importancia al consumo presente que al consumo futuro, obteniendo más satisfacción al gastar el dinero hoy que al reservarlo para beneficios posteriores. Incluso cuando el cliente decide ahorrar, los planes de ahorro requieren atención constante y acciones sistemáticas que, en muchos casos, resultan difíciles de sostener en el tiempo. En este contexto, la automatización de ciertos hábitos de ahorro por parte de los proveedores de servicios financieros contribuye a que los clientes superen algunos de los obstáculos que dificultan la acumulación de recursos (FOMIN, 2014).

La evidencia proveniente de la economía del comportamiento muestra que los mecanismos de ahorro por default son particularmente efectivos para inducir decisiones de ahorro, ya que reducen la necesidad de acción activa por parte del usuario. Estudios sobre ahorro previsional en Estados Unidos demuestran que la incorporación automática en planes de ahorro incrementa significativamente las tasas de participación y los niveles de ahorro, en comparación con esquemas en los que las personas deben optar de manera activa por participar (Beshears, Choi, Laibson & Madrian, 2009).

De allí, que resulta clave incluir mecanismos de ahorro por default, en los cuales las personas puedan ahorrar sin percibir que están realizando acciones adicionales. Entre estos mecanismos destacan la incorporación de “bolsillos” con tiempos específicos para su uso, candados que se desbloquean según plazos previamente definidos y opciones de visualización que impiden al usuario observar de manera constante el dinero disponible.

La evidencia empírica también muestra que la efectividad de estos mecanismos depende del perfil de ingresos del usuario. Según la experiencia de un banco en Colombia, los clientes con ingresos fijos utilizan con mayor

frecuencia débitos automáticos, mientras que las personas con ingresos variables prefieren mecanismos flexibles de ahorro.

En un experimento realizado con 1.375 prestatarios de microcrédito del Crédito Hipotecario Nacional (CHN) en Guatemala, se probó un producto de ahorro vinculado al pago del préstamo. Algunos usuarios recibieron recordatorios de ahorro y otros un monto sugerido de ahorro por defecto. Los resultados muestran que este último mecanismo fue el más efectivo: incrementó significativamente la proporción de clientes que utilizaron la cuenta y elevó tanto los depósitos como los saldos acumulados. Además, inducir ahorro durante el ciclo de crédito no deterioró el repago y, por el contrario, se asoció con mejores resultados en el cumplimiento de las obligaciones.

CONTROL DEL GASTO Y PLANIFICACIÓN DEL AHORRO

Una característica del ahorro no financiero en la población de bajos ingresos es la tendencia a utilizar estrategias diferentes para cada objetivo de ahorro. Una misma persona puede, por ejemplo, invertir en animales para metas de largo plazo o celebraciones importantes; conformar un grupo de ahorro destinado al pago de gastos escolares; y mantener dinero en efectivo debajo del colchón para enfrentar posibles emergencias (Martin, Xavier, 2013). Este tipo de organización responde a lo que la economía del comportamiento denomina "contabilidad mental", mediante la cual las personas separan recursos según su uso esperado, lo que les permite planificar mejor sus gastos y reducir la tentación de destinar el dinero a fines distintos de los previstos. En el diseño de productos de ahorro, se puede apoyar al cliente en el control del gasto mediante la etiquetación de cuentas para fines específicos, con el propósito de desalentar retiros anticipados de los fondos. Asimismo, es recomendable ofrecer mecanismos de visualización claros y tangibles que reduzcan la abstracción del ahorro, fortalezcan la confianza en el producto y faciliten la continuidad del hábito, al hacer visible el progreso hacia objetivos concretos.

Una de las billeteras digitales más importantes en Colombia incorporó "bolsillos de ahorro" para que los usuarios puedan separar recursos según metas específicas. La herramienta permite crear hasta diez bolsillos, automatizar aportes periódicos y visualizar el ahorro de manera independiente al saldo general disponible. Además, incluye incentivos mediante la rentabilidad sobre los montos acumulados.

FORMALIZACIÓN DE PRÁCTICAS EXISTENTES DE AHORRO NO FINANCIERAS QUE FUNCIONAN

La experiencia demuestra que trasladar dinámicas y comportamientos ya internalizados por los usuarios —como los mecanismos de ahorro grupales— al entorno financiero (a través de cuentas de ahorro) y digital (billeteras con "candados" o bolsillos virtuales) facilita la comprensión, reduce fricciones y

fortalece la apropiación del producto. Las personas confían más en mecanismos que les resultan familiares, y la formalización es más efectiva cuando mantiene la lógica original de las prácticas o hábitos existentes, al tiempo que simplifica procesos y disminuye barreras de acceso.

Una experiencia de ahorro digital en Colombia, orientada a población rural y personas con ingresos bajos, adaptó dinámicas tradicionales de ahorro grupal al entorno financiero mediante herramientas digitales simples y cercanas para los usuarios. El modelo incorporó mecanismos conductuales como el compromiso social, reglas compartidas, recordatorios y seguimiento colectivo del ahorro, aprovechando prácticas comunitarias ya existentes para fortalecer la confianza y facilitar la continuidad del hábito. Asimismo, integró funcionalidades digitales como bolsillos de ahorro, candados virtuales y comunicación a través de WhatsApp, reduciendo barreras de uso y facilitando la transición del ahorro no financiero al ahorro financiero.

EQUILIBRIO ENTRE LIQUIDEZ Y DISCIPLINA DEL AHORRO

Aunque se diseñen productos con propósitos de ahorro claros, los usuarios deberían poder acceder a sus fondos en caso de emergencias. Los grupos de ahorro, por ejemplo, proporcionan disciplina para ahorrar de manera periódica —muy influenciada por la presión y el compromiso social— y, al mismo tiempo, ofrecen cierta flexibilidad frente a situaciones imprevistas. La combinación de liquidez e iliquidez presente en los mecanismos informales resulta especialmente atractiva para familias que enfrentan altos niveles de incertidumbre, pero que a su vez requieren instrumentos que les permitan comprometerse con el ahorro a mediano y largo plazo (Martin, Xavier, 2013)). Este equilibrio entre liquidez y disciplina constituye un elemento fundamental de los mecanismos no financieros de ahorro, el cual debería ser incorporado en el diseño de productos para aumentar su efectividad y aceptación entre los usuarios.

Gráfico 10
Recomendaciones para incorporar mecanismos conductuales

01
Ahorro con propósito

¿Qué implica?

Fortalecer el compromiso con el ahorro mediante metas claras

Principales herramientas

Metas explícitas, etiquetado del ahorro, visualización de objetivos

Resultado esperado

Mayor frecuencia de ahorro y reducción de retiros

02
Automatización y uso de defaults

¿Qué implica?

Reducir la indecisión y facilitar hábitos automáticos

Principales herramientas

Débitos automáticos, ahorro al recibir ingresos, aportes predeterminados

Resultado esperado

Mayor persistencia y acumulación de ahorro

03
Control del gasto y planificación del ahorro

¿Qué implica?

Ayudar a organizar recursos y reducir el gasto impulsivo

Principales herramientas

Bolsillos, subcuentas, visualización del progreso, fricción inteligente

Resultado esperado

Mejor control financiero y continuidad del ahorro

04
Formalización de prácticas existentes de ahorro no financieras que funcionan

¿Qué implica?

Traducir dinámicas informales al entorno financiero y digital

Principales herramientas

Grupos de ahorro, candados digitales, reglas compartidas

Resultado esperado

Mayor apropiación y confianza en el producto

05
Equilibrio entre liquidez y disciplina de ahorro

¿Qué implica?

Combinar acceso a recursos y mecanismos de compromiso

Principales herramientas

Restricciones suaves, subcuentas, liquidez parcial

Resultado esperado

Protección del ahorro sin perder flexibilidad

1.3
INCENTIVOS PARA FOMENTAR HÁBITOS DE AHORRO

Los incentivos monetarios directos pueden resultar costosos y difíciles de sostener para los proveedores de servicios financieros. En contraste, son más efectivos aquellos incentivos integrados al diseño del producto, como recompensas por el cumplimiento de metas, mecanismos alineados con aspiraciones relevantes para las personas de bajos ingresos o beneficios vinculados a otros productos. Desde una perspectiva conductual, estos incentivos refuerzan la motivación y facilitan tanto la adopción como la persistencia del hábito de ahorro.

Sin embargo, la evidencia sobre el impacto de los incentivos es mixta y depende de su diseño e implementación. Evaluaciones de programas sociales muestran que los incentivos pueden ser efectivos para activar el ahorro en el corto plazo, especialmente cuando se combinan con subsidios o acompañamiento. No obstante, su efecto tiende a debilitarse una vez desaparecen estas condiciones, particularmente en contextos de ingresos inestables (Secretaría Distrital del Hábitat, 2024).

En paralelo, estudios experimentales han encontrado que incentivos temporales —como premios o sorteos— pueden generar aumentos en la apertura de cuentas de ahorro, sin embargo, su sostenimiento no siempre permanece después de finalizada la intervención, *(Higgins & Seira, 2018).* Esto sugiere que los incentivos, por sí solos, no garantizan la sostenibilidad del hábito de ahorro si no se abordan restricciones estructurales como la generación de ingresos.

Por otra parte, en contextos de alta inflación, los incentivos al ahorro también pueden cumplir un rol de protección del valor de los recursos. Experiencias en América Latina muestran que mecanismos que resguardan el poder adquisitivo del ahorro —ya sea mediante indexación o incentivos financieros adecuados— son fundamentales para evitar la desvalorización de los depósitos y sostener la confianza en el sistema financiero, especialmente entre los hogares de menores ingresos *(Szalachman, 2003).*

Un punto crítico es que el ahorro también debe ser un buen negocio para la institución. Si el producto no genera valor económico directo o indirecto, difícilmente se sostendrá más allá de un piloto. En este sentido, el diseño de incentivos debe equilibrar impacto en el comportamiento del usuario y sostenibilidad operativa del modelo.

Uno de los aprendizajes centrales es que los incentivos funcionan mejor cuando son simples, visibles y fáciles de comprender. Los esquemas de contrapartida al ahorro (*matching*),

por ejemplo, establecen una relación directa entre el esfuerzo del usuario y la recompensa obtenida, haciendo tangible el beneficio de ahorrar. La experiencia de BEPS —Beneficios Económicos Periódicos (BEPS)— en Colombia, demuestra que el incentivo del 20% adicional sobre el ahorro acumulado se convirtió en un referente fácil de recordar por los usuarios, fortaleciendo tanto la motivación como la confianza en el programa. Esto sugiere que, para poblaciones de bajos ingresos, la claridad y la percepción inmediata del beneficio pueden ser más importante que incentivos complejos o difíciles de visualizar.

La investigación también evidencia que distintos incentivos cumplen funciones específicas dentro del ciclo de uso del producto. Algunos mecanismos son más efectivos para promover la apertura de cuentas o la vinculación inicial, mientras que otros refuerzan la persistencia del ahorro en el tiempo. Por ello, los programas más exitosos combinan herramientas de entrada -como bonos de vinculación o premios iniciales- con mecanismos de mantenimiento que consolidan el hábito, tales como la automatización, las metas de ahorro, los recordatorios y los beneficios asociados al uso continuo del producto.

Otro hallazgo relevante es que los incentivos alineados con aspiraciones significativas generan mayor impacto que los premios monetarios pequeños o simbólicos. La evidencia muestra que metas vinculadas con vivienda, educación o emprendimiento movilizan más el ahorro porque conectan directamente con objetivos de vida relevantes para los hogares. Esto explica por qué programas como BEPS obtuvieron mejores resultados con incentivos asociados a vivienda que con sorteos de menor valor o menor pertinencia para la población objetivo.

Asimismo, las experiencias analizadas evidencian el potencial de integrar el ahorro a comportamientos cotidianos mediante incentivos asociados al consumo y al uso de canales digitales. Mecanismos como cashback, el redondeo automático de compras o el ahorro automático sobre ingresos transforman actividades rutinarias en oportunidades de acumulación progresiva, reduciendo el esfuerzo cognitivo y facilitando la construcción del hábito de ahorro. Experiencias como Yape en Perú, GanAhorro y Millas para el Retiro en México muestran que estos mecanismos son especialmente efectivos cuando el proceso es automático, flexible y visible para el usuario.

Los incentivos logran mayor sostenibilidad cuando se integran dentro de una propuesta de valor más amplia. Vincular el ahorro con mecanismos de protección -como microseguros, acceso futuro a crédito o cobertura frente a la inflación- fortalece el valor percibido del producto y aumenta la confianza en el sistema financiero. La experiencia de BancoEstado en Chile demuestra, además, que proteger el valor real del ahorro puede convertirse en un incentivo estructural en sí mismo, especialmente en contextos inflacionarios donde preservar el poder adquisitivo resulta crucial para los hogares de bajos ingresos.

BOX 1

EL CASO DE BEPS DE COLPENSIONES EN COLOMBIA

Colpensiones es la administradora de pensiones públicas de Colombia con 7,1 millones de afiliados pagando la mayoría de las pensiones en el país, con más de 1,8 millones de pensionados al cierre del año 2025 (Colpensiones).

Además de pensiones, Colpensiones lidera un programa alternativo de ahorro para la vejez dirigido a personas de bajos ingresos que se llama los Beneficios Económicos Periódicos -BEPS.

Los Beneficios Económicos Periódicos (BEPS) son un programa estatal de ahorro previsional orientado a proteger la vejez de los colombianos con ingresos inferiores a un salario mínimo que, por su trayectoria laboral (frecuentemente informal), no logran cotizar lo suficiente para una pensión.

El diseño del programa se adapta a los ingresos variables de la población objetivo: el ahorro es flexible, sin cuotas obligatorias, ni periodicidad fija, lo que permite que trabajadores independientes, informales o rurales puedan ahorrar cuando disponen de los recursos. Sin embargo, por tratarse de una cuenta de ahorro previsional, es de largo plazo y sólo puede decidirse sobre su uso al cumplirse la edad de retiro (57 años las mujeres y 62 años los hombres)

INCENTIVOS DESARROLLADOS POR LOS BEPS

Los BEPS han utilizado sorteos como mecanismo para incentivar el ahorro, otorgando oportunidades de participación según el monto acumulado.

- Sorteos de bonos de consumo. En 2025 se entregaron 1.040 bonos para redimir en supermercados, cada uno por un valor de COP $2,35 millones como reconocimiento al esfuerzo de ahorro. En este esquema, quienes ahorraban COP $100 mil obtenían una oportunidad de ganar, quienes alcanzaban COP $400 mil recibían oportunidades adicionales, y quienes realizaban el ahorro máximo al año podían acumular hasta 38 oportunidades.

BOX 1

- Sorteos de vivienda. El sorteo "Ahorrar es Ganar" 2024 de Colpensiones premió a sus ahorradores con 8 bonos de vivienda y equipamiento valorados en COP $181 millones cada uno. Por cada COP $50 mil pesos ahorrados se obtenía una oportunidad para ganar. Para el año 2023 entregó 9 bonos de COP $161 millones de pesos cada uno. Para los años 2022, 2021 y 2020 entregó 8 bonos de COP $132 millones, COP $108 millones y COP $102 millones cada uno.

- Combinación de bonos en efectivo y bonos de vivienda. En el 2019 se realizaron sorteos quincenales, mensuales y semestrales con un total de 5.200 premios en efectivo de COP $100 mil cada uno y dos bonos para adquisición de vivienda y equipamiento por valor de COP $102 millones cada uno. Cumpliendo requisitos de ahorro de COP $55 mil quincenales y para la vivienda al menos COP $500 mil en el semestre.

- En años anteriores también se experimentó con otros premios, como sorteos de motocicletas en 2016. Sin embargo, estos no generaron los resultados esperados, en parte porque varios de los ganadores correspondían a personas mayores que no tenían posibilidades de utilizarlas.

- Microseguros de vida gratuitos por ahorro. Las personas que realizan al menos seis transacciones de ahorro o al menos $350 mil en el año acceden automáticamente a una cobertura que incluye un seguro de vida, amparo exequial y protección frente a enfermedades graves. La activación del seguro se realiza de forma automática por Colpensiones una vez verificado el cumplimiento de los requisitos.

El diseño busca vincular el hábito de ahorro con un beneficio de protección: a mayor nivel de ahorro, mayor cobertura del seguro. Además, el seguro no tiene límite de edad, lo que lo convierte en un instrumento inclusivo para personas mayores que generalmente no tienen acceso a seguros formales. Este incentivo fideliza entre 200 mil y 400 mil personas al año.

BOX 1

COMPARACIÓN DE USO DE INCENTIVOS.

Una encuesta interna realizada en 2024 a 659 participantes del programa mostró que el 58% de los usuarios incrementó su ahorro debido a algún incentivo del programa. Entre quienes aumentaron su ahorro, el 56,5% lo hizo motivado por los sorteos de vivienda, mientras que el 43,5% restante señaló como principal motivación el incentivo del 20% adicional al ahorro (contrapartida). Por otro lado, entre quienes no incrementaron su ahorro, el 33% manifestó que no lo hizo porque no cree que vaya a ganar el premio o no confía en el azar.

Gráfico 11
Diez aprendizajes de la aplicación de incentivos para motivar el ahorro

01
Contrapartida al ahorro (matching)

¿Qué funciona?

Es fácil de entender y genera motivación directa.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Requiere sostenibilidad financiera del programa.

Principales aprendizajes

Los incentivos simples y tangibles generan mayor recordación y confianza.

02
Combinación de incentivos

¿Qué funciona?

Mezclar incentivos financieros y no financieros fortalece apertura y permanencia.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Un solo incentivo rara vez sostiene el ahorro en el tiempo.

Principales aprendizajes

Los incentivos deben adaptarse al momento del usuario (vinculación, persistencia, uso).

03
Incentivos aspiracionales

¿Qué funciona?

Vivienda, educación o emprendimiento generan alta motivación.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Los micro incentivos simbólicos tienen menor impacto.

Principales aprendizajes

Las personas ahorran más cuando existe una meta significativa.

04
Sorteos y premios

¿Qué funciona?

Funcionan cuando están alineados con referentes culturales conocidos.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Pierden efectividad si el usuario no confía en la posibilidad de ganar.

Principales aprendizajes

La expectativa de poder ganar y tentar a la suerte motivan el ahorro.

05
Cashback y ahorro desde el consumo

¿Qué funciona?

Reduce fricciones y convierte hábitos cotidianos en ahorro automático.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Requiere alianzas tecnológicas y operativas robustas.

Principales aprendizajes

El ahorro funciona mejor cuando se integra al comportamiento cotidiano.

06
Incentivos vinculados a otros productos

¿Qué funciona?

Seguros, crédito o protección social fortalecen fidelización.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Pueden aumentar complejidad operativa.

Principales aprendizajes

El ahorro cataliza el acceso a nuevos productos financieros favoreciendo la inclusión.

07
Incentivos para uso de canales digitales

¿Qué funciona?

Favorecen pagos digitales y permanencia del dinero en el ecosistema financiero.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Si no existen beneficios visibles, el usuario retira el dinero rápidamente.

Principales aprendizajes

Incentivar el uso digital aumenta la probabilidad de ahorro posterior.

08
Incentivos a asesores y canales

¿Qué funciona?

Mejoran promoción y acompañamiento del ahorro.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Si los asesores solo son medidos por crédito, el ahorro pierde prioridad.

Principales aprendizajes

La sostenibilidad depende también de los incentivos institucionales internos.

09
Subsidios e incentivos sociales

¿Qué funciona?

Activan el ahorro en poblaciones vulnerables.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

El hábito puede desaparecer cuando termina el incentivo.

Principales aprendizajes

El ahorro sostenible requiere complementar ingresos y estabilidad económica.

10
Protección frente a inflación

¿Qué funciona?

Genera confianza y protege el valor del ahorro.

Limitaciones o qué no funciona tan bien

Requiere mecanismos financieros robustos y comprensibles.

Principales aprendizajes

Proteger el valor real del ahorro fortalece el uso del sistema financiero.

1.4
CANALES DE ACCESO Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Uno de los principales desafíos para los proveedores de servicios financieros en la región que ofrecen cuentas de ahorro a receptores de remesas y a otros clientes de bajos ingresos ha sido garantizar un acceso conveniente, económico y seguro para realizar depósitos, retirar efectivo y efectuar transacciones. A esto se suma el reto geográfico de desplegar infraestructura de sucursales y cajeros automáticos en zonas rurales de baja densidad poblacional. Incluso cuando existe proximidad física a los servicios bancarios, los bancos comerciales tradicionalmente han carecido de incentivos para atender a clientes de bajos ingresos (FOMIN, 2014).

En este contexto, la evidencia reciente subraya que la inclusión financiera y la inclusión digital están profundamente interrelacionadas. El acceso a teléfonos móviles, internet y herramientas digitales se ha convertido en un habilitador clave para el uso efectivo de servicios financieros, al reducir costos de transacción, ampliar la cobertura territorial y facilitar la interacción con los usuarios. *El Global Findex* - la principal fuente mundial de datos, elaborada por el Banco Mundial, que mide cómo los adultos en más de 140 economías gestionan sus finanza- muestra que, en muchos países, el crecimiento en la tenencia y uso de cuentas está estrechamente vinculado a la expansión de los servicios financieros digitales, lo que refuerza la importancia de diseñar canales accesibles, simples y adaptados a las capacidades digitales de la población (World Bank, 2025).

Gráfico 12
Nueve aprendizajes de los canales y la experiencia de usuarios de productos de ahorro financiero

01
Producto y canal deben diseñarse de manera integrada

¿Qué funciona?

Funcionalidades digitales simples y visibles dentro del canal.

Principal hallazgo

El canal es parte del producto y determina su uso efectivo.

02
Modelos multicanal

¿Qué funciona?

Combinar presencia física, asesores y herramientas digitales.

Principal hallazgo

Facilita transición progresiva hacia la digitalización.

03
Aprovechar canales existentes acelera la adopción

¿Qué funciona?

Integrar soluciones dentro de APPs y canales ya conocidos por el usuario.

Principal hallazgo

Reducir fricciones facilita adopción masiva.

04
La experiencia digital es progresiva

¿Qué funciona?

Aprendizaje gradual del uso de canales digitales.

Principal hallazgo

Los productos deben adaptarse a distintos niveles de alfabetización digital.

05
La tecnología fortalece la confianza cuando genera transparencia

¿Qué funciona?

Chatbots, registros automáticos y trazabilidad.

Principal hallazgo

La tecnología puede actuar como un tercero imparcial.

06

Reducir costos de transacción

¿Qué funciona?

Redes de corresponsales, canales simples y soluciones adaptadas al territorio.

Principal hallazgo

La principal barrera no es la falta de voluntad, sino el costo de ahorrar.

07

La confianza sigue requiriendo presencia física en esta población

¿Qué funciona?

Oficinas, corresponsales y acompañamiento inicial.

Principal hallazgo

La inclusión financiera también es un desafío relacional.

08

La confianza es condición habilitante del ahorro digital

¿Qué funciona?

Visualización clara del dinero, acceso simple y respaldo cuando falla lo digital.

Principal hallazgo

El usuario necesita sentir control y seguridad sobre sus recursos.

09

Fortalecer herramientas para asesores comerciales

¿Qué funciona?

Guiones simples, mensajes claros y materiales de apoyo.

Principal hallazgo

El asesor también hace parte de la experiencia de usuario.

Un caso emblemático en la región sobre el aprovechamiento de canales existentes es Pix en Brasil. En lugar de desarrollar una aplicación independiente, Pix se integra en las aplicaciones móviles y plataformas de banca en línea de bancos y *fintech*. Este diseño permitió que los usuarios accedieran al sistema desde los mismos entornos donde ya gestionaban sus recursos financieros, reduciendo las fricciones de uso y facilitando una adopción masiva. La combinación de simplicidad, disponibilidad de canales y experiencia de usuario ha consolidado a Pix como una verdadera revolución en la inclusión financiera de Brasil:

BOX 2

EL CASO DE PIX: PAGOS INSTANTÁNEOS, CANALES DIGITALES E INCLUSIÓN FINANCIERA A GRAN ESCALA QUE HA AMPLIADO EL ACCESO AL SISTEMA FINANCIERO EN BRASIL

Las estadísticas del Banco Central de Brasil evidencian que la escala de Pix es ya masiva: se reportan más de 170 millones de personas usuarias (aproximadamente el 80% de la población) y más de 7 mil millones de transacciones solo en enero de 2026. Además, el volumen mensual ha alcanzado órdenes de magnitud muy elevados (por ejemplo, R$3 billones en octubre de 2025, equivalentes a aproximadamente US $557,3 mil millones).

Si bien Pix no es constituye un "producto de ahorro" en sentido estricto (no genera rendimientos ni crea una cuenta de ahorro por sí mismo), sí facilita el ahorro financiero al reducir fricciones y costos asociados con la recepción, el movimiento y la conservación de dinero en cuentas. Esto se traduce, por ejemplo, en la posibilidad de mantener parte del ingreso en saldo digital, transferirlo de manera inmediata a una cuenta de ahorro u otro instrumento financiero. De acuerdo con Plano CDE (2022), Pix ha sido un habilitador clave de la digitalización de pagos, especialmente en hogares de menores ingresos (estratos D/E, base de la pirámide). El 50% de los usuarios de Pix en estos segmentos no había realizado transacciones digitales previamente y, según cifras del Banco Central de Brasil citadas en el informe, hasta agosto de 2021 cerca de 40 millones de personas efectuaron un "Pix" sin haber realizado previamente una transferencia bancaria digital tradicional. *(Plano CDE & Baillie Gifford, 2022).*

BOX 2

LA SIMPLICIDAD DEL PRODUCTO

Según el paper de Sampaio & Ornelas (2024), el producto Pix tiene las siguientes características:

- **Transferencias instantáneas 24/7:** Permite mover dinero en segundos.
- **Bajo costo para las personas (y tarifas bajas en general):** al disminuir el precio de transferir o recibir dinero, se reducen las fricciones asociadas con mantener los recursos dentro del sistema financiero en lugar de retirarlos en efectivo.
- **Reducción del costo fijo de entrada al sistema financiero:** al facilitar pagos y transferencias, Pix incentiva a más personas a incorporarse al sistema bancario. El estudio estima que un incremento del 1% en usuarios activos de Pix se asocia con un aumento del 0,80% en la apertura de primeras cuentas bancarias, condición habilitante para el ahorro financiero.
- **Canal móvil como puerta de entrada:** la migración de interacciones bancarias hacia dispositivos móviles reduce costos de tiempo y desplazamiento, especialmente en poblaciones vulnerables, y facilita micro-decisiones orientadas a "guardar" dinero.
- **Disminución de la dependencia del efectivo:** el estudio documenta que la participación del efectivo en las transacciones cayó de 42% en 2020 a 22% en 2023, mientras que el dinero en circulación se redujo en un 10%, evidenciando un desplazamiento estructural hacia pagos digitales.
- **Facilitación de "auto-transferencias" entre cuentas:** Pix simplifica la optimización de la ubicación de los recursos (mover de una cuenta transaccional a otra), aspecto relevante en Brasil, donde muchas personas poseen más de una cuenta.
- **Pagos G2P asociados a Pix:** el *Banco Mundial* señala que la simplicidad ha sido una ventaja central. Por ser "extremadamente fácil de usar", Pix se popularizó rápidamente y mitigó limitaciones de las transferencias tradicionales. Además, favoreció pagos en el comercio al permitir la confirmación inmediata de la recepción por parte del vendedor y facilitó el ahorro en cuentas, incluso en contextos de tasas de ahorro inferiores a la inflación *(World Bank, 2022).*

BOX 2

LOS CANALES DE ATENCIÓN

- **Canales de operación de Pix:** el sistema se utiliza dentro de las aplicaciones móviles y plataformas de banca en línea de bancos y fintech, y no mediante una aplicación exclusiva del Banco Central de Brasil. Esta integración facilita la adopción, ya que Pix opera en los mismos entornos donde los usuarios ya gestionan sus recursos financieros *(Banco Central do Brasil, s. f.-a).*

- **Experiencia de usuario estandarizada para reducir fricciones:** el Banco Central de Brasil establece requisitos mínimos para garantizar alta visibilidad de Pix en las aplicaciones y recorridos consistentes. Asimismo, promueve la minimización en la captura de datos (por ejemplo, en pagos mediante llave, solicita únicamente la llave) y el uso de mensajes y confirmaciones claras *(Banco Central do Brasil, 2020; Banco Central do Brasil, 2025).*

- **Inclusión mediante "cash-out" en comercios:** a través de *Pix Saque* y *Pix Troco* es posible retirar efectivo en puntos de atención y comercios mediante una transacción Pix, ampliando el acceso en zonas con menor disponibilidad de cajeros automáticos *(Banco Central do Brasil, s. f.-b).*

- **Riesgos operativos del canal móvil y respuesta antifraude:** al concentrarse el uso de Pix en teléfonos celulares, se incrementaron riesgos asociados como fraudes y robos de dispositivos. En 2021 se reforzaron mecanismos tecnológicos para habilitar la cancelación y/o devolución de transacciones ante sospecha de fraude, fortaleciendo así la confianza en el sistema. *(Rimonato & Santos, 2021).*

Gráfico 13
Elementos clave en el diseño de productos

Diseño de producto

Simplicidad

- Condiciones de acceso
- Ahorro desde pequeños montos
- Autonomía del usuario

Incentivos

- Estrategias tipo premios y cashback para fomentar el ahorro

Incorporación mecanismos conductuales

- Ahorro con propósito
- Opciones por defecto para ahorrar
- Planeación de gastos y ahorro
- Prácticas de ahorro común en productos financieros
- Equilibrio: liquidez y disciplina

Canales y experiancia de usuario

- Productos fáciles de entender y de usar cercanos al día a día de las personas

Uso sostenido del ahorro

Más personas ahorrando, por más tiempo y más seguido, alcanzando sus metas y construyendo su bienestar financiero

Pilar 2.

EDUCACIÓN FINANCIERA Y PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

Las entrevistas con expertos coinciden en que la educación financiera tradicional —basada en cursos, cartillas o contenidos extensos— tiene un impacto limitado en el cambio de comportamientos financieros. Esta conclusión también ha sido documentada en la literatura internacional. Un meta-análisis del Banco Mundial muestra que los programas de educación financiera basados únicamente en capacitación generan efectos modestos en el comportamiento financiero de las personas (Miller et al., 2015). En contraste, organismos como el BID, CGAP y la OECD destacan que las intervenciones más efectivas son aquellas que integran la educación financiera en el uso de los productos financieros y en los momentos en que las personas toman decisiones económicas.

A continuación, se presentan algunos casos y ejemplos analizados en este pilar de educación financiera.

La evidencia de campañas masivas de educación financiera, como la estrategia "En tu cuenta cada peso cuenta" de Banca de las Oportunidades -orientada a fomentar el ahorro en población de bajos ingresos, particularmente mujeres beneficiarias del programa de transferencias del gobierno *Más Familias en Acción*, sugiere una recomendación clara de diseño: comenzar por desmitificar las barreras de confianza (por ejemplo, demostrar que sí es posible ahorrar en la cuenta donde se reciben subsidios y que hacerlo no implica perderlos) y reforzar este mensaje mediante un despliegue multicanal apoyado en actores locales de confianza y actividades territoriales, en lugar de depender exclusivamente de pauta masiva. En contraste, el estudio muestra que apoyarse únicamente en canales más "pasivos" (materiales impresos o SMS) tiende a tener bajo impacto y enfrenta problemas de recordación y exposición, lo que evidencia la necesidad de rediseño y acompañamiento presencial (Martínez Restrepo et al., 2017).

Un ensayo aleatorizado (*RCT*) con seguimientos de corto, mediano y largo plazo de una iniciativa de educación financiera digital, denominada ***LISTA*** y dirigida a beneficiarias de *Familias en Acción*, encontró mejoras sostenidas en conocimientos y prácticas financieras. También se observó un aumento persistente en el hábito de ahorrar, aunque principalmente a través de mecanismos in-

formales (+15 p.p. en el corto plazo; +11 p.p. en el mediano; +10 p.p. en el largo). En contraste, el impacto sobre el ahorro formal fue limitado con el tiempo. La implicación para el diseño de programas es clara: la educación financiera contribuye, pero para traducirla en ahorro formal es necesario complementarla con medidas que reduzcan barreras desde la oferta —por ejemplo, productos adecuados, canales accesibles y menor fricción para abrir y utilizar cuentas (Attanasio et al., 2019).

El caso de **Acreimex (México),** desarrollado con el apoyo de **BFA Global** muestra que en su modelo de crédito grupal el ahorro estaba incorporado como un pequeño componente dentro de la cuota (aproximadamente USD $1,5 o mediante redondeo). Como resultado, las socias no percibían el monto acumulado como un ahorro significativo y con propósito, sino como un "excedente" destinado a gastos inmediatos. A partir de esta observación, la intervención buscó reformular el ahorro como una herramienta con propósito. La hipótesis era que, mediante un cambio en la forma de comunicar y presentar la opción de ahorro, se podría motivar a las socias a ahorrar más y reconocer el valor de estos recursos como un fondo acumulable para la tranquilidad financiera, y no como un pequeño excedente ocasional para gastar (BFA Global. 2025).

Los resultados muestran que una oferta clara puede impulsar el ahorro. Cuando este se presentó mediante un menú simple de opciones y con mensajes orientados a construir un "fondo para la tranquilidad financiera", la adopción alcanzó niveles muy altos (92% de aceptación) y el saldo promedio aumentó cerca de un 37% frente al grupo de control.

Sin embargo, el caso también evidencia que la adopción inicial no garantiza persistencia, ya que en fases posteriores muchas socias no mantuvieron sus metas de ahorro. Esto sugiere que, para consolidar hábitos sostenidos, es necesario integrar el concepto de "ahorro con propósito" al ADN estratégico de las instituciones: definir metas e indicadores, realizar seguimiento periódico, alinear incentivos al ahorro sostenido, simplificar la oferta y eliminar fricciones operativas.

La educación financiera contribuye, pero para traducirla en ahorro formal es necesario complementarla con medidas que reduzcan barreras desde la oferta

Gráfico 14
Ocho lecciones aprendidas en el diseño de programas y estrategias educación financiera

01
Educación integrada al producto

¿Qué funciona?

Aprender usando cuentas, billeteras y herramientas reales.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Cursos aislados y capacitación teórica tradicional.

Principal hallazgo

La educación debe ocurrir durante el uso del producto financiero.

02
Educación contextual y adaptada

¿Qué funciona?

Materiales visuales, metodologías participativas y adaptación cultural.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Contenidos estandarizados para toda la población.

Principal hallazgo

La pertinencia cultural y territorial mejora apropiación y confianza.

03
Rol del asesor como educador

¿Qué funciona?

Asesores con mensajes simples y herramientas claras.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Comunicación convencional, estándar o excesivamente técnica.

Principal hallazgo

El asesor es parte de la experiencia educativa del usuario.

04
Grupos de ahorro como educación aplicada

¿Qué funciona?

Aprendizaje práctico, disciplina colectiva y capital social.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Esperar que la educación financiera sea automática.

Principal hallazgo

Se requiere un puente explícito hacia productos formales.

05
Educación financiera orientada al bienestar

¿Qué funciona?

Fortalecer capacidades para enfrentar choques y planificar.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Limitarse a enseñar el uso de productos.

Principal hallazgo

El objetivo final es mejorar el bienestar financiero, no solo uso.

06

Integrar alfabetización digital y financiera

¿Qué funciona?

Acompañamiento presencial junto con herramientas digitales simples.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Asumir que el canal digital genera adopción automáticamente o asumir que las personas tienen tiempo para capacitaciones presenciales.

Principal hallazgo

La educación financiera digital es un proceso progresivo.

07

Transparencia y comparabilidad

¿Qué funciona?

Explicar claramente costos, beneficios y rendimientos.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Información sin conexión con la realidad del cliente y omitiendo detalles relevantes para la toma de decisiones.

Principal hallazgo

La claridad y contextualización facilita decisiones financieras informadas.

08

Comunicación del ahorro con propósito en momentos enseñables

¿Qué funciona?

Mensajes simples vinculados a metas y emitidos en momentos clave como la recepción de ingresos, fechas de alto consumo o decisiones de retiro.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Presentar el ahorro como un excedente pequeño, abstracto o resultado del sacrificio excesivo.

Principal hallazgo

La forma de comunicar puede contrarrestar impulsos de gasto y refuercen hábitos de ahorro.

CICLO DE EVALUACIÓN

Un pilar emergente en este estudio ha sido el **monitoreo y la evaluación** que acompañan a los programas de ahorro. De ello surge una lección transversal: en programas de ahorro dirigidos a población de bajos ingresos, medir únicamente la "apertura" de cuentas o el "uso agregado" no resulta suficiente para comprender la realidad ni para tomar decisiones estratégicas orientadas a mejorar y escalar. A continuación, se presentan tres recomendaciones:

1. ¿CÓMO MEDIR?

Entre las iniciativas documentadas, tanto en fuentes primarias como secundarias, se identifican tres capas de evaluación que deberían integrarse:

MONITOREO OPERATIVO CONTINUO: INDISPENSABLE PARA LA GESTIÓN DIARIA

El monitoreo operativo continuo consiste en el seguimiento sistemático y permanente de los indicadores esenciales de funcionamiento de un programa o producto de ahorro. Su objetivo es garantizar que las acciones planificadas se ejecuten conforme a lo previsto y que los resultados operativos se mantengan en niveles adecuados para la gestión diaria. De esta manera, la entidad financiera asegura la eficiencia del programa, detecta oportunamente desviaciones y fortalece la capacidad de respuesta frente a los retos de la operación.

La experiencia de un banco en Colombia muestra que se monitorean indicadores clave de desempeño (KPI) relacionados con uso, actividad y saldos. Por ejemplo: alrededor de 95.000 clientes activos al primer año de lanzamiento, baja dormancia y un saldo promedio cercano a COP $500.000.

Por su parte, una entidad cooperativa realiza seguimiento a asociados, ahorradores activos y montos acumulados. Sin embargo, identifica como principal cuello de botella la dormancia temprana, ya que muchas cuentas permanecen únicamente con un depósito inicial.

Finalmente, una fintech monitorea indicadores como uso activo, permanencia de saldo, activación, reactivación y el impacto de campañas. Reconoce que la dormancia aumenta tras la finalización de las dispersiones de subsidios públicos. Una buena práctica identificada consiste en definir desde el inicio KPI que reflejen el "ciclo de vida" del ahorro (no solo la apertura), tales como:

- **Activación:** primer depósito
- **Recurrencia:** número de depósitos por mes
- **Permanencia de saldo**
- **Dormancia**
- **Canal:** cash-in/cash-out vs. digital

La dormancia aparece como el "enemigo común" en la banca, las cooperativas y las billeteras digitales.

Para una entidad financiera, implementar un monitoreo continuo de programas y productos de ahorro no es solo una obligación operativa: es una oportunidad estratégica para crecer con propósito. Significa contar con sistemas robustos capaces de recopilar y analizar información en tiempo real sobre el comportamiento de los clientes, y con equipos preparados para transformar esos datos en decisiones ágiles basadas en evidencia. Más allá de la eficiencia, este monitoreo refleja un compromiso genuino con la inclusión financiera, fortalece la reputación institucional y genera confianza duradera entre clientes y reguladores.

Al mismo tiempo, abre la puerta a conocer mejor a cada usuario, identificar sus perfiles y ofrecer soluciones diferenciadas que respondan a sus hábitos de ahorro y capacidad económica. Y dado que el acceso a productos de ahorro suele ser la puerta de entrada a otros servicios financieros, mejorar la pertinencia y efectividad de estos productos se convierte en una acción estratégica y sostenible, que asegura tanto la fidelización de los clientes como el crecimiento responsable de la entidad.

EVALUACIÓN DE RESULTADOS CON CONTRAFACTUAL, CUANDO SEA VIABLE: PILOTOS, GRUPOS DE CONTROL O PRUEBAS A/B PARA SABER "QUÉ FUNCIONA"

Una evaluación de resultados con contrafactual es un método de evaluación de impacto que permite saber si un programa o producto, realmente tuvo impacto. Para ello se compara lo que pasó con las personas que recibieron el programa o producto (grupo beneficiario o grupo tratamiento) contra lo que habría pasado si no lo hubieran recibido (el contrafactual o grupo control). En programas de ahorro se podría, por ejemplo, implementar una evaluación con contrafactual para comprobar si un incentivo es más efectivo que otro, o si las características de un producto resultan más pertinentes que otro.

Un caso de un banco analizado combina tableros y seguimiento semanales con enfoques experimentales y grupos de control. En este proceso, la entidad no solo evalúa el desempeño de su producto de ahorro, sino también otros productos financieros ofrecidos al mismo segmento de clientes. A seis meses, reporta una morosidad baja entre los inte-

grantes de los grupos de ahorro (1,75%) y una adopción sostenida. Sin embargo, reconoce la necesidad de mejorar la disponibilidad de datos individuales desagregados (como sexo y patrón de ingresos) para focalizar mejor sus estrategias y ajustar la oferta de productos.

Este banco evidencia cómo el monitoreo operativo continuo se puede combinar con una evaluación con contrafactual para obtener información más robusta sobre el desempeño del producto.

La implementación de estas evaluaciones no resulta sencilla para una entidad, ya que requiere esfuerzos extra para el diseño metodológico de la evaluación, su implementación y análisis. Por ejemplo, expertos que puedan definir a través de técnicas como asignación aleatoria, emparejamiento estadístico o modelos econométricos, un grupo de tratamiento y un grupo de control, tiempo para seguimiento de clientes, inversión en sistemas de información y personal especializado en análisis de datos.

No obstante, implementar una evaluación contrafactual en los productos de ahorro brinda a la entidad financiera un beneficio estratégico invaluable: la posibilidad de demostrar con evidencia sólida que sus iniciativas realmente transforman el comportamiento de los clientes. Al medir cuánto más ahorran las personas gracias al programa en comparación con lo que habrían hecho sin él, la entidad gana claridad para optimizar sus productos, credibilidad frente a reguladores e inversionistas, y confianza de los propios clientes. Más allá de los números, esta práctica convierte los datos en una narrativa tangible: un banco que no solo ofrece servicios, sino que impulsa hábitos financieros saludables y sostenibles que redundan en el bienestar de las personas y de la entidad misma.

MEDICIÓN DE IMPACTO Y EFECTOS SOBRE EL BIENESTAR:

Las mediciones de impacto y de efectos sobre el bienestar financiero son procesos sistemáticos que permiten analizar de manera integral la capacidad de una persona para manejar sus ingresos y gastos presentes mediante decisiones informadas, enfrentar posibles choques financieros futuros a través de mecanismos como el ahorro y los seguros, y planear sus metas utilizando distintos instrumentos financieros —como cuentas de ahorro o crédito— y no financieros, como la elaboración de presupuestos.

Una entidad con mediciones robustas en el segmento de microfinanzas evalúa la reducción de la pobreza, el bienestar y la resiliencia de sus clientes mediante un modelo integral que articula productos de ahorro, crédito, seguros y capacitación. La evidencia del informe aporta lecciones de diseño relevantes: medir únicamente el “% de clientes que ahorra” resulta insuficiente. Aunque el 61% de los participantes reporta que su ahorro o colchón financiero se mantuvo o aumentó, solo el 22% tendría capacidad de sostenerse cerca de seis meses con dichos recursos. Por ello, se recomienda incorporar métricas más precisas, como los “meses de ahorro o colchón disponibles” y la capacidad de respuesta ante choques económicos, para capturar de manera más completa la resiliencia financiera de los clientes.

Además, el ahorro debe adaptarse a márgenes reducidos: el 83% de los ahorradores mantiene saldos inferiores a USD 25, lo que evidencia la pertinencia de estrategias basadas en micro-montos, simplicidad operativa y liquidez inmediata. El informe recomienda complementar el ahorro con seguros —se registran 483 mil hogares con seguros voluntarios y en la mayoría de los ramos se indemniza aproximadamente el 80% de los siniestros— y con crédito responsable. Asimismo, sugiere aplicar segmentación para construir "escaleras" de acumulación, dado que el 81% del saldo total se concentra en un grupo reducido de ahorradores. Finalmente, persisten brechas territoriales: el saldo urbano duplica al rural y el ahorro urbano creció un 21% en un año, lo que señala fricciones de canal y confianza en la ruralidad. (Fundación Microfinanzas BBVA, 2024).

Si bien la implementación de estas evaluaciones también requiere de esfuerzos extra al interior de la entidad financiera, esta se convierte en un instrumento que permite comprender de manera integral cómo sus productos impactan la vida económica de los clientes. Al medir si los usuarios pueden manejar sus ingresos y gastos presentes, enfrentar imprevistos futuros mediante ahorro o seguros, y planear metas con instrumentos financieros y no financieros, la entidad obtiene evidencia valiosa para ajustar la pertinencia de sus productos de ahorro. Esto no solo fortalece la confianza y fidelización de los clientes, sino que también abre la puerta a una inclusión financiera más efectiva y sostenible, consolidando a la institución como un actor responsable que impulsa estabilidad y crecimiento económico con propósito.

2 ¿CUÁNDO MEDIR?

La evaluación no debe diseñarse al final del proceso. Es fundamental medir el impacto de manera articulada con los KPI operativos desde etapas tempranas. La evidencia sectorial muestra que la ausencia de una cultura evaluadora conduce con frecuencia a implementar programas sin medir su pertinencia, eficacia o impacto, lo que impide identificar qué herramientas y canales funcionan mejor (Vera & Tamayo, 2022). Diseñar una agenda de evaluación desde el inicio permite iterar rápidamente con los usuarios —ajustando producto, comunicación y canal— antes de escalar o lanzar un piloto.

En este sentido, una agenda integral puede incluir:

- *Evaluación de necesidades y diagnóstico*
- *Evaluación de procesos y concepto*
- *Línea base*
- *Evaluación de medio término*
- *Evaluación de resultados*
- *Evaluación de impacto (cuando sea viable)*

3. ¿QUÉ MEDIR?

Los programas de educación financiera requieren una agenda de evaluación que capture lo que realmente importa, más allá de lo que resulta fácil de contabilizar. La CAF (2025) recomienda diseñar la evaluación como un ciclo de aprendizaje, partiendo de una teoría del cambio y una línea base que permita comparar avances en el tiempo. Una buena práctica consiste en trabajar con un número reducido de indicadores clave y, sobre todo, con evidencia de comportamiento (no únicamente asistencia). Para ello, se sugiere combinar encuestas pre y post con observación directa y, cuando sea posible, datos administrativos como uso de cuentas, depósitos/retiros y recurrencia del ahorro.

Asimismo, se recomienda organizar la información en una matriz auditable que incluya objetivos, indicadores, fuentes y riesgos, garantizando trazabilidad y transparencia. Finalmente, cuando se busque atribuir impacto, es aconsejable emplear diseños más rigurosos, ya sean experimentales o cuasi-experimentales, que permitan establecer relaciones causales entre la intervención y los resultados observados.

BOX 3

LAS EVALUACIONES EN EL MARCO DE LOS PROGRAMAS G2P

Las evaluaciones realizadas en el marco de los programas G2P (Government-to-Person) evidencian efectos positivos en la inclusión financiera y en el comportamiento de ahorro. En particular, se han documentado evaluaciones de resultados alrededor de programas de transferencias monetarias que muestran impactos cuando los subsidios se canalizan a través del sistema financiero y mediante plataformas digitales.

En Colombia, el caso de Ingreso Solidario (IS) reporta que el programa permitió que aproximadamente 650 mil beneficiarios reactivaran o abrieran un producto financiero (hasta 759 mil en productos de depósito). Además, el canal digital no solo funcionó como mecanismo de recepción del giro: el 30% de los beneficiarios utilizó el subsidio por medios electrónicos para pagos o transferencias, y el 28% depositó recursos en su monedero o cuenta de ahorro, lo que sugiere retención de saldo y un “puente” hacia el ahorro (Vera & Tamayo, 2022).

BOX 3

Lecciones recurrentes en las evaluaciones:

- **Los pagos G2P pueden activar la inclusión financiera (apertura y uso de cuentas) y facilitar la retención de saldos.** Sin embargo, el ahorro no surge de manera automática: se requiere un diseño explícito que incorpore metas, funcionalidades específicas (ej. bolsillos de ahorro), incentivos, acompañamiento y mensajes claros orientados a la retención de recursos (Vera & Tamayo, 2022).

- **Billeteras digitales y profundidad financiera.** El pago de subsidios a través de billeteras digitales promueve el ahorro y dinamiza las transacciones. En Colombia, este mecanismo incrementó el ahorro en aproximadamente COP $24.309 y generó más operaciones (más del 20%). No obstante, este cambio no se traduce automáticamente en una mayor adopción de productos financieros adicionales, lo que evidencia que la billetera digital impulsa el ahorro transaccional pero no profundiza la inclusión financiera (Amado Morales, 2024).

- **Fricciones de "última milla":** Persisten limitaciones estructurales que impiden asumir que el canal digital cubre a toda la población, especialmente en zonas rurales. En el caso de Ingreso Solidario (IS), se proyectó bancarizar a 1,8 millones de beneficiarios no bancarizados; sin embargo, cerca de 600 mil no pudieron ser bancarizados y recibieron el subsidio por giro. Además, solo el 24% de los hogares rurales cuenta con internet fijo, lo que evidencia la necesidad de una estrategia de "última milla" que combine corresponsales, infraestructura local y mecanismos de aceptación comunitaria (BID/IPA, 2022).

- **Comunicación, confianza y segmentación digital:** El canal digital mejora los resultados cuando se acompaña de estrategias de comunicación claras, apoyo en redes de confianza (familiares y vecinos) y una segmentación diferenciada según capacidades digitales. Estas condiciones permiten que los beneficiarios no solo reciban el subsidio, sino que lo utilicen de manera más activa en pagos, transferencias y ahorro formal (BID/IPA, 2022).

Pilar 4.

SOSTENIBILIDAD Y ESCALAMIENTO

La sostenibilidad y el potencial de escalamiento de los programas de ahorro dirigidos a poblaciones vulnerables y de bajos ingresos constituyen un reto central para las entidades financieras involucradas. Por esta razón, esta dimensión emerge como un factor que condiciona directamente el diseño de las iniciativas.

Maldonado et al. (2018) advierten que la oferta de servicios financieros aún requiere mejoras sustantivas para responder a las necesidades de estos segmentos. La experiencia regional del Proyecto Capital aporta tres lecciones relevantes:

Modelo de negocio centrado en el gobierno. Muchas entidades pagadoras han basado su esquema en las comisiones por dispersión masiva, lo que tiende a posicionar al gobierno como cliente principal y no al beneficiario final.

Ruta gradual de inclusión financiera. La inclusión sostenible suele avanzar en etapas: primero uso transaccional (pagos, envíos), luego depósitos y seguros, y posteriormente crédito e inversiones.

El ahorro como puerta de entrada. El ahorro constituye un mecanismo más inclusivo que el crédito, dado que este último por naturaleza selecciona y excluye.

Asimismo, se identifican modelos que trascienden la lógica de la comisión, combinando fintech, corresponsales (que aportan capilaridad a bajo costo) y esquemas de microtransacciones o retiros de bajo valor para el usuario, como base para sostener el uso y facilitar la escala.

Pese a las restricciones de confidencialidad, el estudio logró identificar prácticas y condiciones clave que favorecen la sostenibilidad y escalabilidad de las iniciativas de ahorro para población de bajos ingresos.

Al triangular estos insumos con la literatura disponible, se consolidan los siguientes 11 aprendizajes que orientan el diseño y la implementación de programas de ahorro inclusivos.

Gráfico 15
Diseño y la implementación de programas de ahorro inclusivos

01
Diseñar iniciativas integrales

¿Qué funciona?

Combinar impacto social, diseño conductual y sostenibilidad financiera.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Modelos que priorizan solo uno de estos elementos tienden a fracasar.

Principal hallazgo

La sostenibilidad depende del equilibrio entre misión social y viabilidad operativa.

02
Diseñar modelos sostenibles para cuentas G2P

¿Qué funciona?

Escala, canales de bajo costo y activación del uso posterior al subsidio.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Alta dormancia y bajos saldos hacen difícil la rentabilidad individual.

Principal hallazgo

El modelo debe pensarse a nivel de portafolio y no solo de cuenta individual.

03
Proteger el ahorro frente a la inflación

¿Qué funciona?

Garantizar valor real del ahorro y ofrecer conveniencia.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

La inflación puede desincentivar o destruir el ahorro formal.

Principal hallazgo

La estabilidad macroeconómica y regulación condicionan la sostenibilidad.

04
Definir el modelo de negocio desde el inicio

¿Qué funciona?

Estrategia clara de escalamiento y profundización del cliente.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Programas sin caso de negocio suelen quedarse en pilotos.

Principal hallazgo

Los factores que condicionan la escalabilidad y sostenibilidad deben incorporarse desde el diseño inicial.

05
Entender la sostenibilidad de forma multidimensional

¿Qué funciona?

Escala, eficiencia operativa, confianza y seguimiento permanente.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Pensar solo en margen financiero limita sostenibilidad.

Principal hallazgo

La sostenibilidad también depende de acompañamiento y fidelización.

06

Reducir costos operativos y transaccionales

¿Qué funciona?

Automatización, canales digitales y procesos simples.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Los pequeños ahorros generan altos costos operativos.

Principal hallazgo

La eficiencia operativa es clave para atender segmentos vulnerables.

07

Usar el ahorro como puerta de entrada

¿Qué funciona?

Venta cruzada responsable hacia seguros, pagos y crédito.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

El ahorro “solo” rara vez sostiene el modelo.

Principal hallazgo

El valor está en profundizar la relación con el cliente.

08

Combinar tecnología y cercanía humana (hi-tech + hi-touch)

¿Qué funciona?

Digitalización acompañada de asesoría y presencia territorial.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

La digitalización aislada puede aumentar abandono y desconfianza.

Principal hallazgo

La confianza sigue requiriendo acompañamiento humano.

09

Evitar dependencia excesiva de fondeo subsidiado

¿Qué funciona?

Movilizar ahorro local y fortalecer depósitos propios.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

El financiamiento subsidiado puede desalinear incentivos.

Principal hallazgo

La arquitectura financiera también define sostenibilidad.

10

Convertir el ahorro en pilar estratégico

¿Qué funciona?

Ecosistemas financieros centrados en ahorro y transacciones.

¿Qué no funciona o tiene limitaciones?

Ver el ahorro solo como complemento del crédito limita su potencial.

Principal hallazgo

El ahorro puede ser puerta de entrada a otros productos financieros (seguros, pagos digitales, inversión), no solo al crédito. Esto amplía las oportunidades de vinculación y fidelización de clientes.

BOX 4

EL CASO DE BANCOESTADO DE CHILE

BancoEstado nació a partir de la fusión de cuatro entidades financieras estatales preexistentes en Chile, hoy es el único banco estatal en Chile que opera de manera independiente como institución comercial regulada.

LA CONSTRUCCIÓN DE UN ECOSISTEMA DE INCLUSIÓN FINANCIERA:

Chile ha desarrollado una cultura histórica de ahorro, inicialmente a través de las libretas físicas de BancoEstado, que acompañaron a generaciones desde la infancia y consolidaron hábitos de ahorro familiar integrados al ciclo vital de las personas. Sin embargo, la verdadera masificación ocurrió en 2007 con el lanzamiento de la CuentaRUT, una cuenta de débito vinculada directamente al número de identidad nacional.

Al asociar la cuenta al documento de identidad —"tu RUT es tu cuenta"— se redujeron las fricciones cognitivas y se generó una estandarización que permitió escalar el acceso a nivel nacional, creando una base simple sobre la cual se incorporaron posteriormente funcionalidades más sofisticadas.

Hoy, el 83% de los habitantes del país son clientes de BancoEstado, con más de 15 millones de personas que poseen una CuentaRUT y cerca de 12,6 millones de cuentas de ahorro activas (BancoEstado).

En paralelo, desde 2005 BancoEstado impulsó la CajaVecina, un sistema de servicios financieros que opera en locales comerciales mediante una plataforma tecnológica que facilita las transacciones de los clientes. Este modelo trajo como principal beneficio una mayor conectividad: antes era necesario recorrer kilómetros para llegar a una sucursal, mientras que ahora basta con acudir al almacén del barrio para realizar trámites financieros. Actualmente, BancoEstado ofrece cobertura en el 100% de las comunas del país, ya sea a través de sucursales o puntos de CajaVecina, consolidando así un ecosistema de inclusión financiera con alcance nacional.

BOX 4

LA PANDEMIA COMO CATALIZADOR DEL AHORRO:

Durante la pandemia, la infraestructura de BancoEstado fue sometida a una prueba de máxima exigencia: la gestión de pagos masivos de beneficios sociales, la atención de filas históricas en sucursales, la presión sobre los sistemas tecnológicos y la necesidad de una digitalización acelerada. En este contexto, el desarrollo de una aplicación móvil como canal financiero surgió como respuesta a los confinamientos en Chile, considerados entre los más estrictos y prolongados del mundo.

El avance hacia la digitalización evidenció limitaciones tecnológicas internas —como la asignación de números de cuenta por sucursal, que incluso generó agotamiento de numeraciones en oficinas centrales— y obligó al banco a acelerar la modernización de sistemas con más de 40 años de antigüedad.

En este escenario, la aplicación móvil dejó de ser un canal complementario y se transformó en el principal habilitador para la apertura de cuentas, la gestión remota y la educación financiera digital. La estrategia no consistió en crear un nuevo producto, sino en simplificar y escalar lo existente.

A partir de este proceso, BancoEstado consolidó un modelo de ahorro que hoy combina:

1. Ecosistema multicanal como habilitador de inclusión

   La digitalización no sustituyó la presencialidad, sino que la complementó mediante un modelo integrado:

   - Aplicación móvil con millones de usuarios activos.
   - Plataforma web para gestión en línea.
   - Sucursales físicas con cobertura nacional.
   - Red CajaVecina en comercios de barrio, que amplía el acceso a servicios financieros básicos.

BOX 4

2. Diseño conductual integrado en la experiencia

La aplicación móvil no se limita a mostrar información, sino que traduce conceptos financieros complejos (capitalización, reajuste, penalización) en visualizaciones simples y comparables en tiempo real:

- Visualización inmediata de saldo, intereses, reajustes por inflación (UF: unidad de cuenta reajustable según la inflación (IPC) que se utiliza para proteger el valor del dinero en el tiempo) y número de giros disponibles.
- Alertas preventivas antes de perder reajustes o intereses.
- Transparencia sobre penalizaciones aplicables.
- Visualización del progreso acumulado en metas de ahorro.
- Incentivo estructural: protección frente a la inflación
- Los clientes tienen acceso a productos de ahorro en Unidades de Fomento, indexadas a la inflación. Esto garantiza la preservación del poder adquisitivo y constituye un mecanismo de protección real frente a la pérdida de valor del dinero.

ESTRATEGIA DE PROFUNDIZACIÓN: GAMIFICACIÓN

Una vez alcanzada la masificación cercana al universo bancarizable, el desafío dejó de ser la apertura de cuentas y pasó a la profundización del uso y al incremento de saldos promedio. Así, el banco inició una nueva fase orientada a fortalecer hábitos, permanencia y metas de ahorro mediante herramientas de gamificación integradas en la aplicación:

- Definición de metas personalizadas (ej. vivienda, vacaciones, bienes de consumo).
- Reglas automáticas de ahorro (redondeo de compras, ahorro fijo programado, ahorro por eventos específicos).

BOX 4

- Activación de “micro-recompensas conductuales”, como transferencias automáticas al detectar gastos discrecionales.

- Sugerencias personalizadas basadas en patrones de gasto identificados por la aplicación.

SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

Contrario a la percepción tradicional de que los productos de ahorro generan bajo margen, en BancoEstado el ahorro constituye un producto rentable y estable. Su sostenibilidad se explica por:

- Bajo costo de captación.

- Alta estabilidad de los saldos.

- Comportamiento inelástico frente a la tasa en segmentos de bajos ingresos.

- Profundización digital que reduce costos operativos por transacción.

El ahorro, además de cumplir un rol social, se consolida como una fuente estructural de fondeo para el banco, fortaleciendo su modelo comercial y su capacidad de inclusión financiera sostenible.

Pilar 5.

TRANSVERSALIZACIÓN DE LA **PERSPECTIVA DE GÉNERO**

La evidencia reciente demuestra que incorporar una perspectiva de género en el diseño de productos, programas de ahorro e iniciativas de educación financiera es esencial para generar cambios efectivos en el comportamiento financiero de las personas. A continuación, se presentan las cuatro principales razones por las que la transversalización de género resulta estratégica e indispensable:

5.1 ACCESO Y USO DE SERVICIOS FINANCIEROS CON IMPACTO EN EL BIENESTAR ECONÓMICO DE LAS MUJERES.

Diversas evaluaciones de impacto en América Latina evidencian que las intervenciones orientadas a promover el ahorro formal entre mujeres se asocian con mejoras en el gasto en alimentación, educación y adquisición de activos productivos. Asimismo, revisiones de literatura muestran que, aunque los efectos del acceso a servicios financieros pueden variar según el contexto, el ahorro tiende a generar impactos más consistentes que otros servicios financieros y contribuye al fortalecimiento del empoderamiento económico femenino (Yancari et al., 2026).

Producto de ahorro con enfoque de género "Ahorro Mujer": *Una cooperativa en Colombia desarrolló una línea de ahorro dirigida específicamente a mujeres, con el propósito de promover su empoderamiento económico y fortalecer su capacidad de planificación financiera de mediano y largo plazo. Este producto reconoce las barreras que muchas mujeres enfrentan para acceder y usar servicios financieros —como menor control sobre los recursos del hogar o dificultades para acumular capital— y busca contribuir a su autonomía económica mediante instrumentos de ahorro accesibles.*

El producto ofrece condiciones de entrada simples y asequibles, lo que facilita la inclusión financiera de mujeres con ingresos bajos o variables. Entre sus principales características se destacan: una tasa de interés del 4% efectivo anual, un monto mínimo de ahorro de COP $10.000 mensuales y un plazo mínimo de permanencia de seis meses. Estas condiciones permiten iniciar procesos de acumulación de capital con montos pequeños y metas alcanzables.

5.2 COMPLEMENTAR DISEÑO DE PRODUCTO CON ESTRATEGIAS DE ACOMPAÑAMIENTO.

La evidencia internacional muestra que los productos de ahorro dirigidos a mujeres son más efectivos cuando se combinan con programas de educación financiera y redes de apoyo. Las decisiones económicas no dependen únicamente del nivel de conocimiento financiero, sino también de factores estructurales y conductuales que afectan de manera diferenciada a mujeres y hombres. En este sentido, CAF (2025) plantea que un programa de educación financiera bien diseñado debe orientarse a generar cambios reales de comportamiento y no solo a incrementar el conocimiento, evaluando específicamente si dichos cambios se producen en las mujeres de la población objetivo.

Perspectiva de género en el diseño de productos y estrategias: *La revisión de la experiencia de una institución microfinanciera en Colombia evidencia que un primer elemento relevante es la composición de su base de clientes, donde las mujeres tienen un peso central. Aproximadamente el 60% de los usuarios son mujeres, muchas de ellas microempresarias en contextos de vulnerabilidad socioeconómica, con bajos niveles de educación formal y alta presencia en zonas rurales. Esta realidad ha llevado a la institución a diseñar productos financieros —incluidos los instrumentos de ahorro— considerando las condiciones específicas en que operan los negocios liderados por mujeres y su relación con la gestión del hogar y la economía familiar.*

En este contexto, el banco ha identificado que los productos de ahorro con propósito son particularmente utilizados por mujeres. Estos productos, basados en metas específicas como mejorar la vivienda o invertir en el negocio, facilitan que las usuarias definan objetivos concretos de ahorro y mantengan el hábito en el tiempo. Además, incorporan incentivos escalonados y mecanismos que limitan el retiro anticipado, reforzando la persistencia del ahorro y ayudando a separar los

recursos del negocio de los gastos cotidianos del hogar, un desafío recurrente en microemprendimientos femeninos.

Otro aspecto clave es la articulación entre ahorro y crédito, que funciona como un incentivo adicional para las emprendedoras. En Bancamía, el cumplimiento de metas de ahorro puede traducirse en mejores condiciones de acceso al crédito, fortaleciendo la capacidad de inversión en sus unidades productivas. Este mecanismo reconoce que el financiamiento es una de las principales barreras para los microemprendimientos liderados por mujeres y utiliza el ahorro como señal de disciplina financiera, facilitando su inclusión en productos crediticios en condiciones más favorables.

5.3 TRES BUENAS PRÁCTICAS:

- **Diagnóstico y segmentación inicial:** realizar un análisis desde el inicio por sexo y otros perfiles relevantes para identificar barreras y necesidades diferenciadas.

- **Diseño con arquitectura de decisiones:** incorporar simplificación de pasos, recordatorios, metas visibles y microacciones que reduzcan fricciones y sesgos conductuales.

- **Evaluación con indicadores de comportamiento:** medir resultados observables y no solo participación, utilizando línea de base y desagregación por sexo para ajustar el programa en el tiempo (CAF, 2025).

Programa implementado por una microfinanciera en Perú: Un programa implementado por una microfinanciera en Perú, orientado a promover la inclusión financiera de mujeres emprendedoras de bajos ingresos, se basa en un modelo de crédito grupal. En este esquema, mujeres que se conocen y confían entre sí forman grupos para acceder a financiamiento y acompañamiento financiero, lo que facilita el acceso al crédito para personas tradicionalmente excluidas del sistema financiero formal.

Además del acceso al financiamiento, el programa incorpora capacitación en educación financiera, gestión de negocios y desarrollo productivo, con el objetivo de fortalecer las capacidades empresariales de las participantes y mejorar la sostenibilidad de sus emprendimientos. Este enfoque reconoce que muchas mujeres enfrentan barreras adicionales —como falta de historial crediticio, menor acceso a redes empresariales o responsabilidades de cuidado— que limitan su acceso a servicios financieros tradicionales.

BOX 5

NUDGES (EMPUJONES CONDUCTUALES) PARA PROMOVER EL USO DE SERVICIOS FINANCIEROS ENTRE MUJERES MICROEMPRESARIAS EN PERÚ

Un estudio experimental realizado en Perú evaluó el uso de nudges para promover la utilización de productos financieros —principalmente ahorro y crédito— entre mujeres microempresarias clientas de instituciones microfinancieras. El experimento, implementado mediante ensayos controlados aleatorizados (RCT, por sus siglas en inglés) en colaboración con dos microfinancieras se basó en el envío de mensajes por WhatsApp diseñados a partir de principios de economía del comportamiento y narrativas de pares.

El diseño partió de un estudio cualitativo que identificó diversos sesgos conductuales que afectan las decisiones financieras de las mujeres:

- **Sesgo del presente:** tendencia a priorizar necesidades inmediatas sobre decisiones de ahorro a largo plazo.
    - El progreso económico de las emprendedoras entrevistadas es percibido como resultado de pequeños sacrificios a lo largo del tiempo, lo que genera una sensación de avance lento y gradual, resumida en la expresión 'poquito a poquito'. Esta percepción se relaciona con el limitado tiempo disponible para manejar el negocio y la carga familiar, lo que evidencia un marcado sesgo del presente".
- **Baja autoeficacia:** muchas mujeres tienden a subestimar sus capacidades para tomar decisiones financieras o expandir sus negocios.
    - "De manera transversal se identificó el sesgo de autoeficacia. Las mujeres manifestaron la necesidad de consultar y buscar información en personas consideradas exitosas, lo que evidenció una confianza limitada en sus propias habilidades para tomar decisiones importantes, como el momento oportuno para realizar compras o ampliar el negocio".

BOX 5

- **Sobrecarga cognitiva:** derivada de la combinación entre responsabilidades familiares y gestión del negocio.

    - “La carga familiar, sumada a las preocupaciones relacionadas con el manejo del emprendimiento —fortalecimiento de capacidades, búsqueda de información y definición de metas de crecimiento— parece generar una sobrecarga cognitiva que distrae a las mujeres del objetivo de expansión de sus negocios”.

A partir de estos hallazgos, se diseñaron mensajes breves enviados por WhatsApp, protagonizados por un personaje ficticio (una microempresaria) que relataba su experiencia financiera. Este enfoque buscó aprovechar el efecto de pares, dado que las mujeres emprendedoras tienden a confiar más en experiencias y consejos de otras mujeres con trayectorias similares.

PRINCIPALES HALLAZGOS PARA AHORRO Y GÉNERO

El experimento aporta aprendizajes relevantes para el diseño de productos de ahorro dirigidos a mujeres:

1. **Influencia de sesgos conductuales** Las decisiones de ahorro y crédito no dependen únicamente del acceso o de la información disponible, sino también de factores conductuales como la confianza en las propias capacidades, la presión del corto plazo y la carga mental asociada al emprendimiento y al cuidado familiar.

2. **Efecto de pares como herramienta de inclusión** Las mujeres tienden a buscar validación y consejo en otras empresarias de su comunidad o en referentes cercanos. Incorporar historias o testimonios de pares puede aumentar la confianza y la motivación para utilizar servicios financieros.

3. **Impacto de los nudges en el acces**o La intervención mostró efectos positivos en la probabilidad de contar con una cuenta de ahorro, aunque no se observaron cambios significativos en los montos acumulados. Esto sugiere que los empujones facilitan la adopción inicial, pero requieren complementarse con otros mecanismos para sostener el hábito de ahorro.

BOX 5

4. **Diseño de mensajes con enfoque de género** Las mujeres microempresarias enfrentan restricciones de tiempo, responsabilidades de cuidado y percepciones de riesgo más altas respecto al crédito. Por ello, los productos financieros y las estrategias de comunicación deben considerar estas dinámicas para lograr mayor impacto.

En conjunto, el estudio evidencia que la incorporación de herramientas de economía del comportamiento —especialmente aquellas basadas en narrativas de pares y refuerzo de la autoeficacia— puede mejorar el uso de servicios financieros entre mujeres. No obstante, su efectividad depende de la articulación con productos adecuados y estrategias de acompañamiento que fortalezcan la inclusión y la sostenibilidad del ahorro.

00
01
02
03
04
05

05 CONCLUSIONES

A partir de la revisión de evidencia y las experiencias analizadas, es posible identificar un conjunto de aprendizajes transversales sobre lo que no ha funcionado y aquello que ha demostrado mayor efectividad en el diseño de programas de ahorro.

LO QUE NO HA FUNCIONADO

Enfoques centrados únicamente en el acceso. La expansión de cuentas sin estrategias posteriores de activación ha derivado en altos niveles de dormancia. La apertura, por sí sola, no garantiza uso ni acumulación de ahorro.

Productos con alta complejidad operativa o cognitiva. Diseños con múltiples condiciones poco claras o procesos engorrosos generan fricción y desincentivan el uso, especialmente en contextos de bajos ingresos.

Experiencias de usuario deficientes en canales digitales. Interfaces poco intuitivas, procesos largos o dificultades en operaciones básicas afectan directamente la adopción y el uso frecuente de los productos.

Educación financiera tradicional desvinculada del producto. Los programas basados exclusivamente en capacitación o contenidos informativos han mostrado impactos limitados cuando no están integrados al uso real de los productos financieros.

Dependencia excesiva en la tasa de interés como incentivo. La evidencia muestra que la rentabilidad financiera, por sí sola, no moviliza el ahorro en estos segmentos, donde priman factores como liquidez, seguridad, confidencialidad y motivación.

Falta de interoperabilidad y fricciones en el ecosistema. Las limitaciones para transferir recursos entre plataformas, realizar depósitos o retirar dinero reducen la utilidad del producto y afectan su uso cotidiano.

Diseños rígidos que no consideran ingresos variables. Productos que exigen montos fijos, frecuencia constante o restricciones de liquidez tienden a ser incompatibles con la realidad financiera de los usuarios.

Desconexión con prácticas y contextos locales. La falta de integración con mecanismos de ahorro informales o prácticas culturales limita la adopción y apropiación de los productos.

LO QUE SÍ HA FUNCIONADO

Vincular el ahorro a metas claras, concretas y alcanzables. Los productos que definen objetivos específicos (vivienda, educación, emergencias) logran mayor compromiso y persistencia. Las metas hacen tangible el propósito del ahorro y fortalecen la motivación para sostener el comportamiento en el tiempo.

Incorporar mecanismos de ahorro por defecto (default) y automatización. Las soluciones que facilitan el ahorro sin requerir decisiones constantes —como débitos automáticos, redondeo de compras o reglas simples de ahorro— reducen la fricción y aumentan la probabilidad de acumulación sostenida.

Utilizar herramientas de diseño conductual para reforzar hábitos. Elementos como la visualización del progreso, recordatorios oportunos, metas intermedias y retroalimentación continua permiten sostener el comportamiento de ahorro, reduciendo la dependencia de la disciplina individual.

Diseñar incentivos tangibles vinculados al comportamiento. Los incentivos más efectivos son aquellos asociados a logros concretos (cumplimiento de metas, constancia en el ahorro), combinando beneficios financieros y no financieros que refuerzan la motivación y el sentido de avance.

Implementar estrategias multicanal adaptadas a las necesidades del usuario. La combinación de canales digitales con presencia territorial permite ampliar el acceso, resolver barreras operativas (cash in/cash out) y fortalecer la confianza, especialmente en poblaciones que aún requieren interacción presencial.

Integrar el ahorro en ecosistemas financieros más amplios. Los productos que se articulan con pagos, transferencias, subsidios o crédito logran mayor uso y relevancia, al insertarse en los flujos financieros cotidianos de las personas.

Aprovechar y formalizar prácticas de ahorro existentes. La incorporación de mecanismos comunitarios o culturalmente arraigados (como tandas, natilleras o grupos de ahorro) facilita la adopción y apropiación de los productos formales, al construir sobre prácticas ya conocidas por los usuarios.

Diseñar soluciones que fortalezcan la seguridad y la autonomía económica. Funcionalidades como validaciones biométricas, alertas de transacciones y control sobre el uso del dinero aumentan la confianza y son especialmente relevantes para mujeres y otros grupos con mayores restricciones de acceso y control financiero.

Aplicar enfoques centrados en el usuario con mejora continua. Los programas más efectivos combinan diseño centrado en las personas, herramientas conductuales y ciclos de evaluación permanente, lo que permite ajustar productos, identificar barreras y mejorar la implementación de manera iterativa.

IMPLICANCIAS ESTRATÉGICAS PARA EL DISEÑO DE PROGRAMAS DE AHORRO

En conjunto, estos aprendizajes ayudan a identificar un conjunto de implicancias para el diseño de programas de ahorro dirigidos a poblaciones vulnerables o de bajos ingresos, como se mencionan en estos cinco (5) puntos estratégicos:

01

El foco debe desplazarse desde el acceso hacia el uso y la acumulación. La evidencia confirma que el principal desafío no es la bancarización, sino la activación y persistencia en el uso. Esto implica diseñar productos y ecosistemas que acompañen el comportamiento financiero en el tiempo.

02

El diseño del producto (incluye el canal) es el principal determinante del comportamiento. Más allá de componentes aislados, el éxito depende de la integración coherente de simplicidad, flexibilidad, diseño conductual, incentivos y, junto al producto, siempre estará concebido integralmente los canales. El producto y los canales son las herramientas de cambio de comportamiento.

03

El ahorro requiere ser integrado en ecosistemas financieros cotidianos. Los productos aislados tienen bajo uso. En cambio, aquellos que se insertan en flujos existentes —pagos, subsidios, transferencias— logran mayor relevancia, frecuencia de uso y sostenibilidad.

04

La sostenibilidad y escalabilidad deben ser condiciones de diseño. El ahorro puede constituirse como un producto viable y estratégico para las instituciones financieras, siempre que se diseñe con un caso de negocio desde el inicio, el cual debe proyectarse para la escala, eficiencia operativa y uso activo desde el inicio.

05

La efectividad depende de un enfoque centrado en las personas. Incorporar las realidades de los usuarios —incluyendo género, contexto cultural y restricciones operativas— es clave para lograr adopción, uso y resultados sostenidos.

BIBLIOGRAFÍA

» Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab (J-PAL). (2021). Commitments to save (J-PAL Policy Bulletin). **https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/publication/Commitment-Savings-Bulletin-5.21.21.pdf**

» Amado Morales, L. G. (2024). The Impacts of Receiving a Digital Cash Transfer on Financial Deepening: Evidence from Daviplata (Documento CEDE No. 38). SSRN. **https://ssrn.com/abstract=4967896**

» Attanasio, O., Bird, M., Cardona-Sosa, L., & Lavado, P. (2019, June). Freeing Financial Education via Tablets: Experimental Evidence from Colombia (NBER Working Paper No. 25929). National Bureau of Economic Research. **https://www.nber.org/papers/w25929**

» Atkinson, Jesse. et al. 2010. Creating incentives to save among microfinance borrowers: A behavioral experiment from Guatemala. **https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/mfg-en-paper-creating-incentives-to-save-among-microfinance-borrowers-a-behavioral-experiment-from-guatemela-aug-2010.pd**f

» Banca de las Oportunidades (2022). Encuesta de Demanda de Servicios Financieros. Banca de las Oportunidades. **https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2022-12/Encuesta%20de%20demanda%202022%20VF.pdf**

» Banca de las Oportunidades & Asobancaria (2024). Cerrando brechas: Hacia la construcción de un marco de acción para la inclusión financiera de las mujeres. **https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2025-07/Cerrando%20brechas_%20marco%20de%20accio%CC%81n%20para%20la%20inclusio%CC%81n%20financiera%20de%20las%20mujeres.pdf**

» Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia. (2025). Reporte de Inclusión Financiera 2024. **https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2025-06/BDO_RIF%202024_20062025.pdf**

» Banco Central do Brasil. (s. f.-a). Pix (FAQ). **https://www.bcb.gov.br/meubc/faqs/s/pix**

» Banco Central do Brasil. (2020, abril). Requisitos mínimos para a experiência do usuário (Pix) (Versão 2.1.0). **https://usemobile.com.br/wp-content/uploads/2020/06/requisitos-minimos-experiencia-usuario-pix-2.1.0.pdf**

» Banco Central do Brasil. (s. f.-b). Pix Saque e Pix Troco. **https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/pix-saque-troco**

» BancoEstado. **https://www.bancoestado.cl/content/bancoestado-public/cl/es/home/home.html#/**

» Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2016). How to raise household savings in Latin America and the Caribbean: Constraints and best practices. **https://publications.iadb.org/en/publications/english/viewer/How-to-Raise-Household-Savings-in-LAC-Constraints-and-Best-Practices.pdf**

» Banco Mundial (2013). Capital for the future: Saving and investment in an interdependent world. World Bank. **https://documents1.worldbank.org/curated/en/844231468175437615/pdf/Capital-for-the-future-saving-and-investment-in-an-interdependent-world.pdf**

» Better Than Cash Alliance. (2021–2023). Responsible digital payments guidelines. **https://www.betterthancash.org/explore-resources/responsible-digital-payments-guidelines**

» BFA Global. (2025). Del redondeo al propósito: redefiniendo el ahorro como una herramienta de tranquilidad financiera vinculada al pago de crédito (Nota de aprendizaje FinnSalud No. 2). **https://bfaglobal.com/wp-content/uploads/2025/12/Nota-Aprendizaje-2-FinnSalud.pdf**

» Burgess, E. (2015). El ahorro inclusivo para los clientes de remesas: Un marco conceptual práctico. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), BID. **https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/el_ahorro_inclusivo_para_los_clientes_de_remesas_un_marco_conceptual_practico_mfg_sp_01_2015.pdf**

» CAF – Banco de Desarrollo de América Latina (2018). Inclusión financiera de las mujeres en América Latina: Situación actual y recomendaciones de política. **https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1162/Inclusion%20financiera%20de%20las%20mujeres%20en%20America%20Latina.%20Situacion%20actual%20y%20recomendaciones%20de%20politica.pdf**

» CAF. (2025). Guía para el Diseño y Adaptación de Programas de Educación Financiera con Perspectiva de Género y Economía del Comportamiento [Guía]. CAF.

» Consumer Financial Protection Bureau (2015). Financial well-being: The goal of financial education. **https://files.consumerfinance.gov/f/201501_cfpb_report_financial-well-being.pdf**

» DANE. (2025a). Pobreza monetaria y clases sociales 2024. Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

» DANE. (2026). Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) — Empleo informal y seguridad social. Trimestre móvil diciembre 2025 – febrero 2026. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. **https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad...**

» FMI (2025). World Economic Outlook, abril 2025. Fondo Monetario Internacional. **https://www.imf.org/en/publications/weo/issues/2025/04/22/world-economic-outlook-april-2025**

» Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN). (2014). El ahorro inclusivo para los clientes de remesas: Un marco conceptual práctico. **https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/el_ahorro_inclusivo_para_los_clientes_de_remesas_un_marco_conceptual_practico_mfg_sp_01_2015.pdf**

» Fundación Confianza. **https://confianza.pe/negocios/inclusion/palabra-de-mujer**

» Fundación Microfinanzas BBVA. (2024). Informe de Impacto 2024: Construyendo hogares resilientes que miran hacia el futuro. **https://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/wp-content/uploads/2025/05/Informe-de-Impacto-2024.pdf**

» García, J. F., Moreno, K., Agudelo, M. F., & Romero, N. (2022, julio). Estudio cualitativo sobre Ingreso Solidario: perspectivas de los usuarios frente a la implementación del programa y sus modalidades de pago (IDB-DP-00957). Banco Interamericano de Desarrollo / Innovations for Poverty Action. **https://poverty-action.org/sites/default/files/publications/Estudio-cualitativo-sobre-Ingreso-Solidario-perspectivas-de-los-usuarios-frente-a-la-implementacion-del-programa-y-sus-modalidades-de-pago.pdf**

» Higgins, Sean. Seira, Enrique. 2018. The Long-Term Effects of Temporary Incentives to Save: Evidence from a Prize-Linked Savings Field Experiment. **https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/research-paper/Long-Term-Effect-of-Temporary-of-Incentivs-to-Save_Gertler.et_.al_March2018.pdf**

» Ideas42. (2018). Behavioral design for digital financial services: A design workbook and playbook **https://www.ideas42.org/wp-content/uploads/2018/04/ideas42_DFSplaybook.pdf**

» John Beshears, James J. Choi, David Laibson & Brigitte C. Madrian, 2009. The Importance of Default Options for Retirement Savings Outcomes: Evidence from the United States. **https://www.nber.org/papers/w12009**

» J-PAL/IPA – "Savings" Resource Pages. Síntesis de evidencia experimental sobre metas, recordatorios, compromisos y sorteos. **https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/publication/Commitment-Savings-Bulletin-5.21.21.pdf**

» Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Macmillan. **https://dn790002.ca.archive.org/0/items/DanielKahnemanThinkingFastAndSlow/Daniel%20Kahneman-Thinking%2C%20Fast%20and%20Slow%20%20.pdf**

» Martin, Xavier. (2013). Ahorro programado inclusivo en América Latina y el Caribe. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), Banco Interamericano de Desarrollo. **https://publications.iadb.org/en/publications/spanish/viewer/Ahorro_programado_inclusivo_en_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe_es.pdf**

» Martínez Restrepo, S., Pertuz Molina, M. C., & Maya Scarpetta, N. (2017, marzo). Evaluación de la estrategia de educación financiera en medios masivos para fomentar el ahorro "En tu cuenta cada peso cuenta" (Informe final). Fundación Capital.

» Melo, L., Zárate, H. y Téllez, J. (2006). El ahorro de los hogares en Colombia. Borradores de Economía, 428. Banco de la República.

» Miller, M., Reichelstein, J., Salas, C., & Zia, B. (2015). Can You Help Someone Become Financially Capable? A Meta-Analysis of the Literature. **https://documents1.worldbank.org/curated/en/671911507542286492/pdf/120319-JRN-WBRO-30-2-PUBLIC-Can-You-Help-Someone-Become.pdf**

» OECD (2012). Principios de alto nivel de la OCDE/INFE Sobre Estrategias Nacionales De Educación Financiera. **https://doi.org/10.1787/b6152780-es**

» OECD (2020). OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy. **https://www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeglobalfinancialliteracysurveyreport.htm**

» OCDE. (2026). Supporting financial access and inclusion through quality financial products (OECD Business and Finance Policy Papers No. 972). OECD Publishing. **https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2026/02/supporting-financial-access-and-inclusion-through-quality-financial-products_7982ff3b/8bef2589-en.pdf**

» Plano CDE & Gifford, Baillie. 2022. (estudo) +inclusão financeira no Brasil 2022. **https://www.planocde.com.br/pt/wp-content/uploads/2022/12/Relatorio_InclusaoFinanceira_PlanoCDE-compactado.pdf**

» Proyecto Capital. (2018). Educación financiera: Caja de herramientas de Proyecto Capital en América Latina (Toolkit). Instituto de Estudios Peruanos. **https://repositorioproyectocapital.com/wp-content/uploads/2018/04/otro-educacion-financiera-proyecto-capital-toolkit-2018.pdf**

» Rimonato, I. P. de O. S., & Santos, J. P. dos. (2021). PIX solução tecnológica de inclusão financeira. Research, Society and Development, 10(13), e106101321139. **https://doi.org/10.33448/rsd-v10i13.21139**

» Szalachman, Raquel. 2003. Promoviendo el ahorro de los grupos de menores ingresos: experiencias latinoamericanas. **https://ideas.repec.org/p/ecr/col035/5107.html**

» Secretaría Distrital del Hábitat. (2024). Evaluación de resultados del programa Mi Ahorro Mi Hogar. **https://www.sdp.gov.co/gestion-socioeconomica/evaluacion-politicas-publicas/evaluaciones/evaluacion-de-resultados-del-programa-mi-ahorro-mi-hogar**

» Vera, A., & Tamayo, C. E. (Eds.). (2022). Ensayos sobre inclusión financiera en Colombia (Vol. II). Asobancaria.

» Women's World Banking (2024). A practical guide to revolutionizing product design in financial services. **https://www.womensworldbanking.org/wp-content/uploads/2024/11/WWB_A-Practical-Guide-to-Revolutionizing-Product-Design_20241031_Global_Rev02_Final.pdf**

» World Bank. (2022). The payment system used by Auxílio Emergencial: Introduction of the Digital Social Account, and the banking of more than 100 million people in 9 months [Technical note]. World Bank. **https://openknowledge.worldbank.org/bitstreams/1f-02ca52-6be0-57b0-a090-a416a3f19e0e/download**

» World Bank – Global Findex 2025. **https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/21bf9875-a33f-4da0-8cec-21857df1211f/content**

» Wright, G. A. N. (2003). Designing savings services for the poor (Micro Banking Bulletin No. 9). MicroSave. **https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/mfg-en-paper-designing-savings-services-for-the-poor-2003.pdf**

» Yancari Cueva, J., Morrison, A., Trivelli Ávila, C., & Díaz Vásquez, R. (2026). Evaluación de diferentes empujones o nudges en la expansión del uso de servicios financieros de mujeres microempresarias en Perú (Nota técnica IDB-TN-3254). Banco Interamericano de Desarrollo.**https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Evaluacion-de-diferentes-empujones-o-nudges-en-la-expansion-del-uso-de-servicios-financieros-de-mujeres-microempresarias-en-Peru.pdf**

ANEXO 1

RELACIÓN DE EXPERTOS ENTREVISTADOS

Tipo de experto	Experiencia	Geografía
Experta técnica	Consultora y asesora estratégica mexicana especializada en inclusión financiera, salud financiera y digitalización de micro y pequeñas empresas en América Latina. Colaboradora en organizaciones multilaterales	Regional
Experta técnica	Consultor para agencias internacionales, bancos centrales y superintendencias de bancos en más de dos docenas de países. Autora de libros y artículos sobre comercio internacional, pobreza, desarrollo económico, regulación financiera, finanzas rurales y microfinanzas.	Regional
Experta técnica	Experta en inclusión financiera y transformación digital. Ex presidenta de una de las billeteras digitales más grande de Colombia.	Colombia
Cooperante multinacional	Representante de una entidad multilateral para Ecuador y experta en inclusión y educación financiera.	Regional
Colaboradores de instituciones financieras	Colaboradoras y líderes de un Grupo de Crédito y Ahorro local	Colombia

Tipo de experto	Experiencia	Geografía
Colaboradora de institución financiera	Gerente de captación de uno de los bancos más grandes de Colombia	Colombia
Colaboradores de instituciones financieras	Colaboradores desde distintas áreas de una microfinanciera en Colombia	Colombia
Colaboradora de institución financiera – caso de estudio	Gerente de aceleración de negocio de una microfinanciera en Colombia	Colombia
Colaboradora de institución financiera – caso de estudio	Investigadora de distintas consultoras y multilaterales en Perú, experta en temas de género en la ruralidad, inclusión financiera, digitalización de pagos y economía digital entre otras temáticas	Perú
Colaboradora de institución financiera– caso de estudio	Gerente de Banca personas de un banco público en Chile	Chile

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES | 20 AÑOS