



La Corporación Financiera Internacional
(IFC) PRESENTA

La migración venezolana en Colombia:

una oportunidad para el
sector financiero



IFC y la inclusión financiera de migrantes



Elizabeth Marcano
Country Manager
Andean Region



Jeffrey Bower
Senior Investment Officer
Upstream LAC



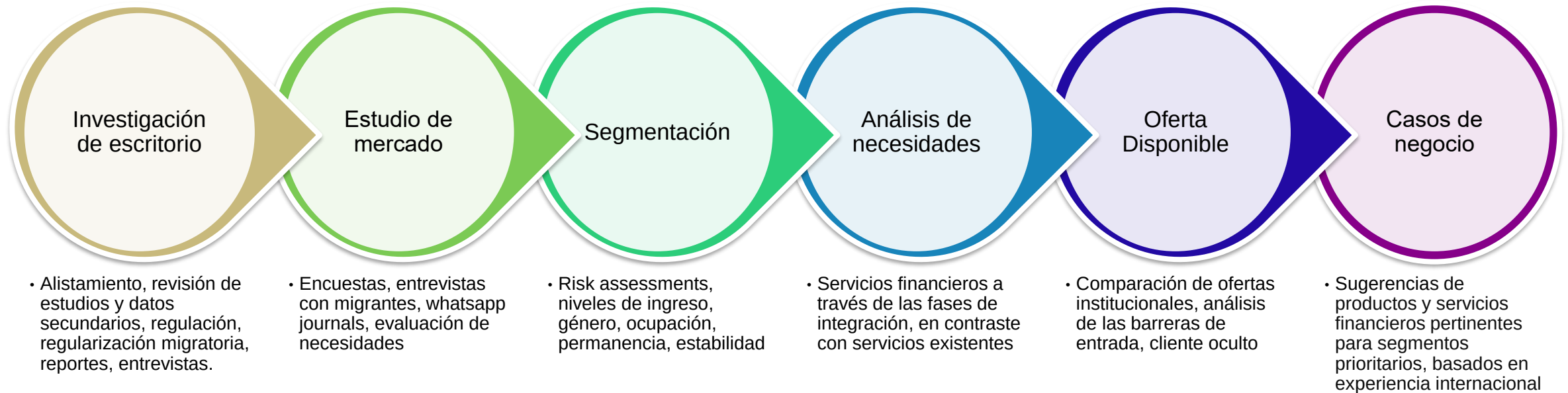
Ricardo García
Regional Microfinance Specialist
Operations Officer, Advisory



Lina Kee
Supervisor
Creating Markets Advisory



Martin Spahr
Senior Industry Specialist,
Microfinance and Financial Inclusion





Santiago Ruge
Sparkassenstiftung Alemana



Laura Cordero
Consultora Independiente



Rodolfo Monsberger
Sparkassenstiftung Alemana



Meik Proescher
Sparkassenstiftung Alemana

AGENDA

2:30 horas

1° Sesión

Bienvenida

IFC y la inclusión financiera de migrantes en Colombia

I. Características generales de la población migrante

II. Acceso al mercado financiero

III. La población venezolana en Colombia – segmentación del mercado

IV. Oportunidades de negocio

Casos de Negocio – Sesiones de Break-Out:

Mesa 1: Cuentas y pagos

Mesa 2: Crédito de consumo (necesidades básicas)

Mesa 3: Crédito productivo

3° Sesión

V. Conclusiones y experiencia IFC

Objetivos del estudio

- Revelar las realidades de la población migrante: **¿Quiénes son?**
- **¿Qué acceso tienen** al mercado financiero hoy?
- **¿Cuál es la demanda** y cuál es la brecha entre la oferta y la demanda?
- Identificar los motivos de la baja inclusión financiera: **¿cuáles son las barreras** y como las podemos mitigar?
- Identificar los **segmentos** de clientes y sus necesidades
- Determinar **oportunidades de negocio**: ¿cuáles son, qué volúmenes e ingresos potenciales existen para el mercado?

Análisis de la demanda



1.200

Encuestas aplicadas a población migrante



18

Entrevistas en profundidad con migrantes



9

Grupos focales



10

Diarios de WhatsApp para análisis de micronegocios

Análisis de la oferta



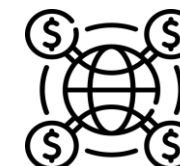
25

Entrevistas con entidades financieras



50

50 experiencias Mystery Shopping



10

Entrevistas con actores del ecosistema



Características generales de la población migrante

¿Qué sabemos de los migrantes?

La experiencia internacional muestra que existen ciertos **estereotipos** muy habituales alrededor de la población migrante y refugiada.

Veamos algunos de los más relevantes, y qué nos dicen los datos al respecto.

¿QUÉ SABEMOS DE LOS MIGRANTES?

Estereotipo:

**“¡Hoy están acá, mañana
quién sabe dónde estarán!”**

La movilidad y temporalidad, es una característica inherente de los migrantes y solo están acá esperando su regreso.

Hallazgos:

“¡Estamos acá para quedarnos!”

- **96%** se proyecta en el país.
- **90%** llevan más de 2 años en el país.
- **82%** han vivido siempre en el mismo municipio al que llegaron.

“Yo pretendo quedarme aquí, ya tengo un trabajo, conozco gente y me relaciono con personas, prefiero aguantar la situación aquí que empezar de cero en otro lado, en otro lado es igual, en todos lados es difícil y hay que sobrevivir”.

Leomar, Medellín

Los migrantes demuestran una alta estabilidad personal y laboral.



Promedio de **17 meses** de estabilidad en su vivienda a lo largo de toda la muestra. *

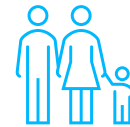


Promedio de **19 meses** de estabilidad laboral en las actividades que realizan. *

“Es un gran logro tener mi propio establecimiento, mi propia empresa, eso en la parte económica, **pero en lo personal mi hija es lo mejor que me ha pasado acá**”.

Alexandra, Bogotá

La población infantil que crecerá en Colombia y adaptará la cultura colombiana es significativa.



71% de la población adulta con menores de edad a cargo



54% de la población adulta con niños escolarizados

“El venezolano no vino a hacer turismo para acá, **el venezolano viene por una mejor calidad de vida para él y sus hijos, más nada**”.

Alipio, Cúcuta

El establecimiento de una red de contactos en la comunidad es un incentivo a la estabilidad.



80% conocían a alguien en Colombia antes de desplazarse (familiares y amigos).

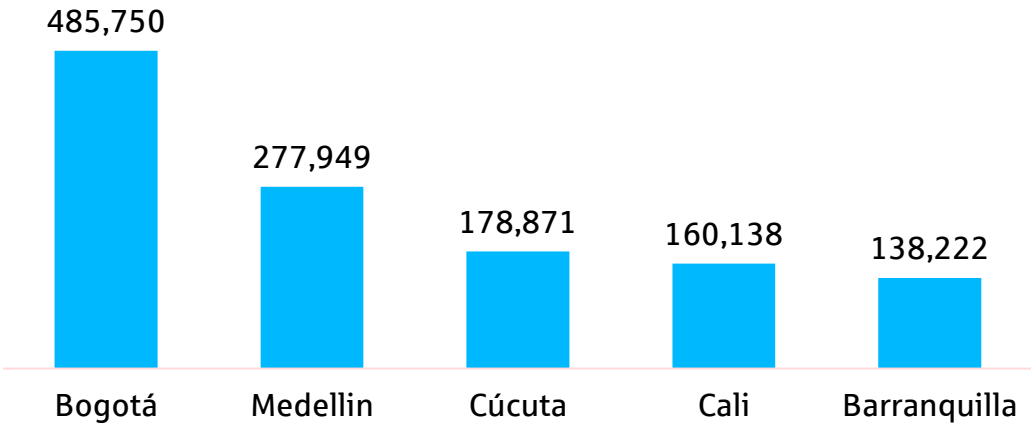
Valoran mucho las redes que han construido en su nuevo entorno y es un motivo muy importante para no volver a moverse.

Las redes y el acceso a oportunidades económicas explican en gran parte la **concentración** de la población en ciertas ciudades:



88% se ubican en zonas urbanas: más de 1.2 millones están en 5 ciudades y sus alrededores.

Total población proveniente de Venezuela.



Fuente: RUMV, Feb 2022

¿QUÉ SABEMOS DE LOS MIGRANTES?

Estereotipo:

“A los migrantes no les gusta trabajar - viven de los subsidios”.

58% de los colombianos cree que los refugiados y migrantes son una carga para el país y un **66%** opina que los refugiados y migrantes **aumentan los niveles de pobreza.**

(Fuente: Encuesta de Percepción de la Migración en Colombia del Observatorio del Proyecto Migración Venezuela)

Hallazgos:

“Trabajamos duro, igual que nuestros hermanos colombianos”.

- La tasa de desempleo de la población migrante - **15%** - no es muy distinta a la de la población colombiana (14%)
- **1,3** millones de migrantes son población económicamente activa
- **30%** de la población migrante cuenta con educación media, un poco mayor a la de la población local (26%)

LA MAYORIA DE LA POBLACIÓN ES ECONÓMICAMENTE ACTIVA Y HAY UN POTENCIAL NO APROVECHADO

Población económicamente activa: 1.3M



500K Trabajadores
asalariados



580K Trabajadores
independientes



220K Buscan empleo

El nivel de subempleo es del **60%** entre la población migrante, con una **brecha de género** significativa:

Nivel de subempleo
población migrante



55%



70%

¿QUÉ SABEMOS DE LOS MIGRANTES?

Estereotipo:

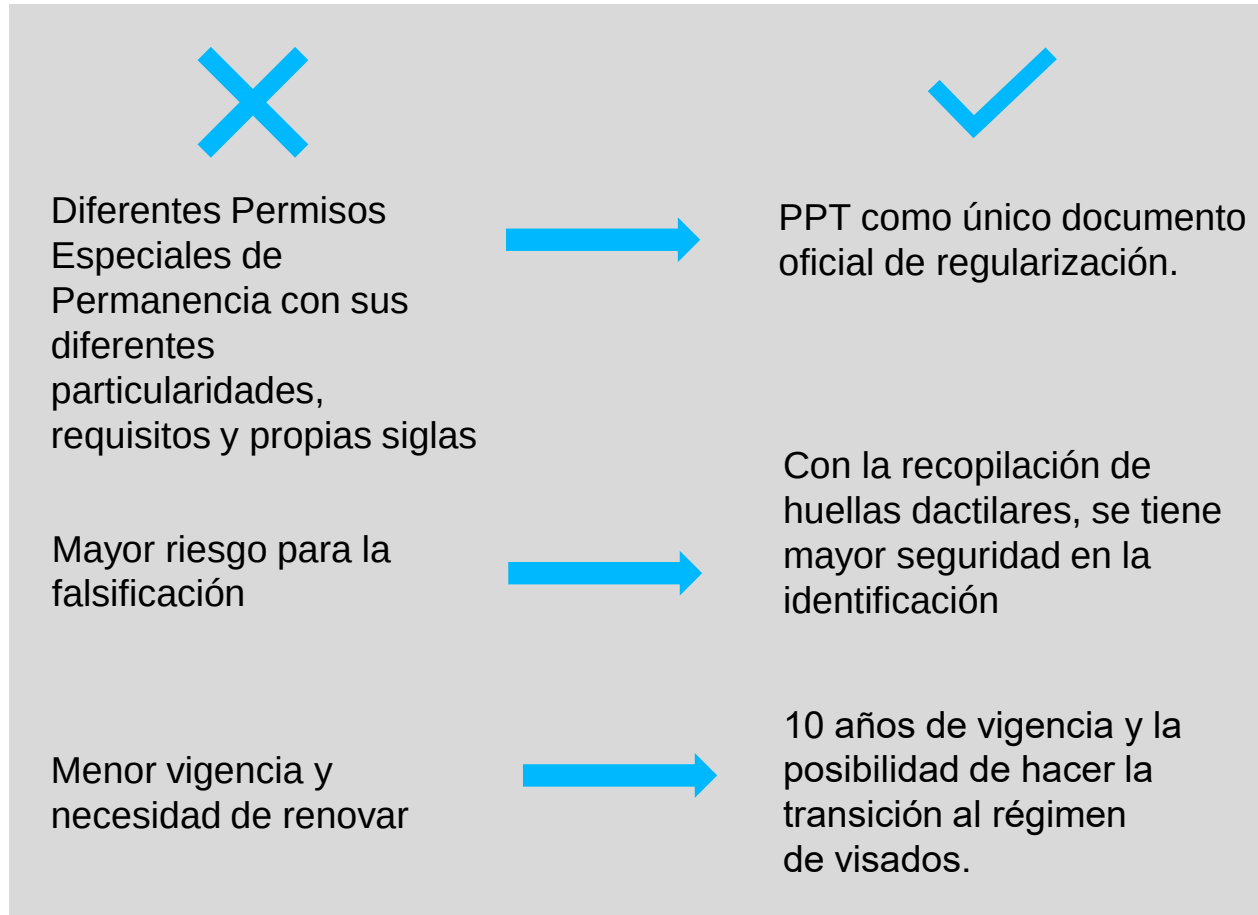
"Les conviene la informalidad, no tienen incentivos de regularizarse en el país"

Hallazgos:

"Somos conscientes de la importancia de tener los papeles en regla".

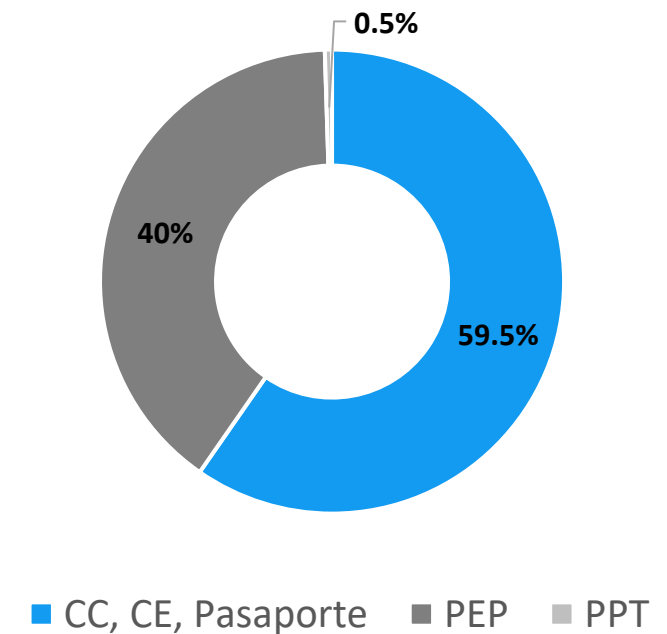
- 2,1 M personas migrantes se inscribieron y finalizaron el Registro Único de Migrantes Venezolanos
- 1,6 M personas migrantes finalizaron el registro biométrico
- 950K Permiso por Protección Temporal¹⁴ entregados durante últimos 6 meses

Hay ventajas del nuevo Permiso por Protección Temporal (PPT)



... pero la aceptación en el sector financiero va lenta.

Vinculaciones totales por tipo de documento



Fuente: Elaboración propia con de datos de la SFC (Septiembre 2021).

¿QUÉ SABEMOS DE LOS MIGRANTES?

Estereotipo:

“Hay que empezar de cero para su inclusión financiera”.

- Los migrantes desconocen los servicios financieros locales o tienen bajos niveles de educación y cultura financiera

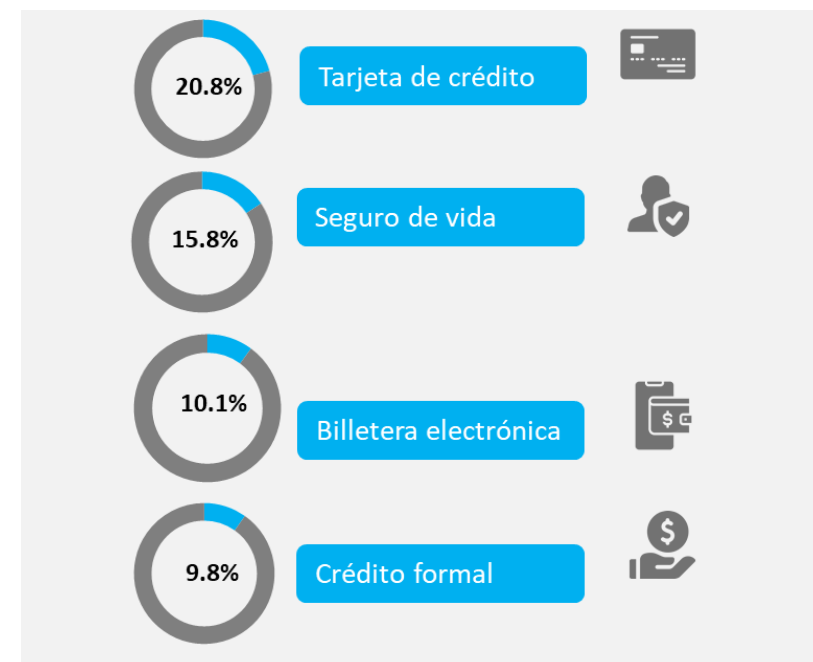
“En la época próspera de Venezuela era mucho más fácil obtener un crédito y pagarlo de lo que es actualmente para los colombianos”.

Kelly, Bogotá

Hallazgos:

"Los migrantes demuestran una alta estabilidad personal y laboral."

El **73%** de los adultos en Venezuela tuvieron acceso a una cuenta* pero no es el único producto que usaban:



* Global Findex Database, 2017

PUNTOS CLAVES: ¿QUÉ SABEMOS DE LOS MIGRANTES?

1

ESTABILIDAD

Tienen intención de arraigarse e invierten en construir redes personales.

2

CAPACIDAD DE GENERAR INGRESOS

Tienen una tasa de ocupación similar a la población local.

3

PREFERENCIA POR LA FORMALIDAD

La gran mayoría está en proceso de regularización.

4

EXPERIENCIA FINANCIERA PREVIA

Alto grado de acceso previo al sistema financiero.

Los hallazgos de nuestro estudio apuntan a **la necesidad de profundizar en el conocimiento** de este mercado. También identifican **una demanda de productos y servicios financieros** a analizar en la siguiente sección.

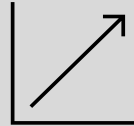


Acceso al mercado financiero

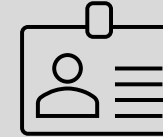
SE ESTÁN DANDO LOS PRIMEROS PASOS PARA RECONOCER EL POTENCIAL



54 entidades financieras del sector financiero formal **empezaron a atender a los migrantes** en la actualidad



Stock total histórico de **migrantes atendidos:**
> 420.000 migrantes según SFC



Las primeras **entidades superaron las barreras** documentales con el nuevo PPT

PERO EL ACCESO A PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS VA LENTO



18% de adultos migrantes cuentan con acceso a un producto o servicio financiero actualmente en Colombia.



88% de la población colombiana tiene acceso a un producto financiero*.

Brecha de género con respecto al acceso a un producto o servicio financiero actualmente en Colombia

Hombres



23%

Mujeres



16%

Hombres



91%

Mujeres



85%

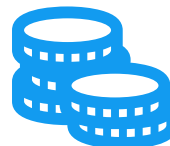
El nivel de la inclusión financiera de la población migrante es significativamente más bajo que el de la población local.

HAY MUCHO FLUJO DE DINERO QUE ESCAPA DEL SECTOR FINANCIERO FORMAL



Se observa un uso frecuente de mecanismos informales de ahorro.

- Solo un **9%** de los encuestados afirmó que está ahorrando formalmente en el sistema financiero
- Por falta de acceso existe un uso frecuente de prácticas de ahorro grupal con un monto promedio de **COP 464.000**.



Un porcentaje bajo de la población migrante acude a entidades financieras formales para cubrir sus necesidades financieras:

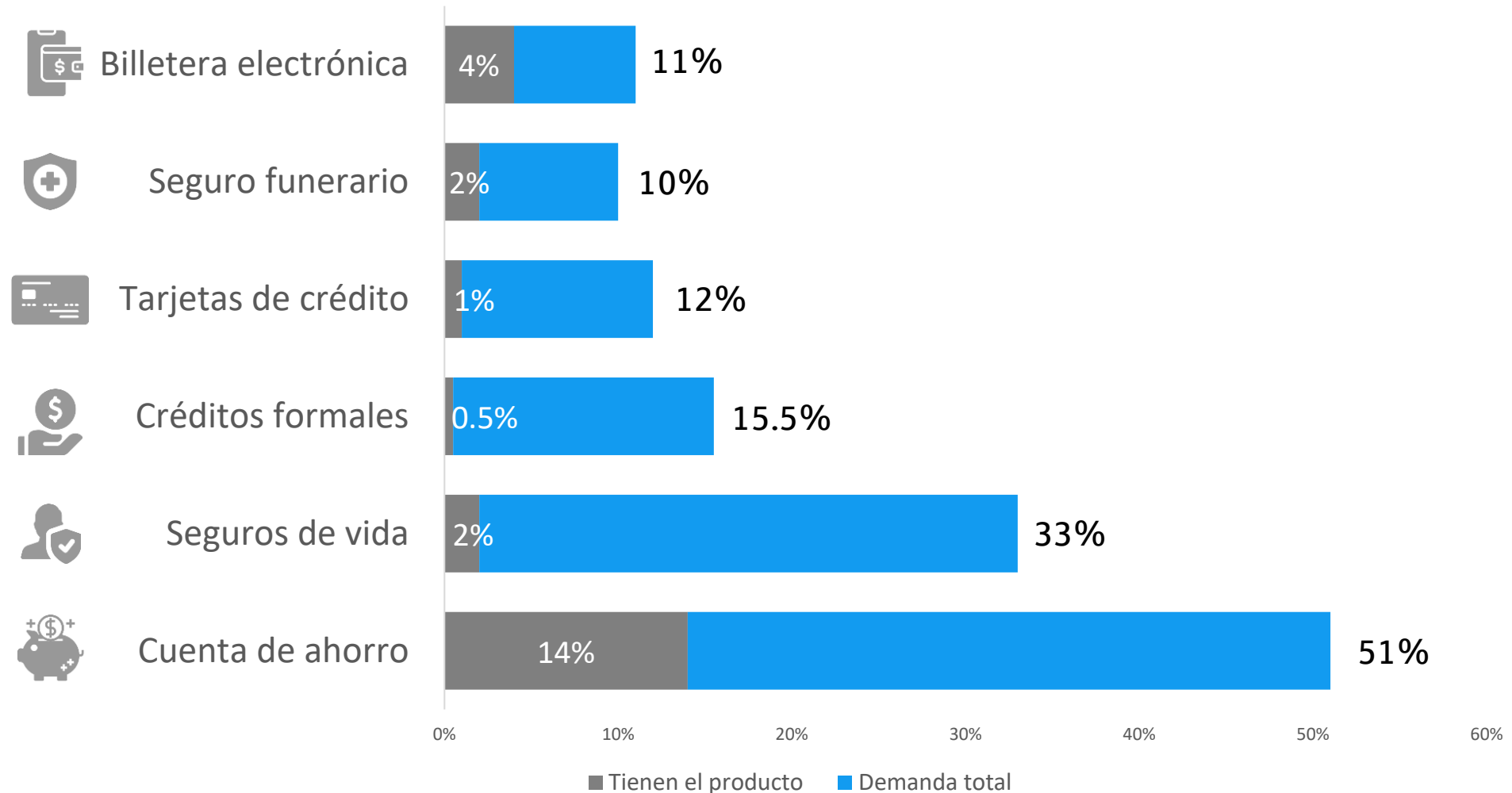
- Apenas el **0,4%** de los encuestados acude a bancos o cooperativas
- Mientras que el **68%** afirmó que acude a familiares o amigos y un **7%** a préstamos informales para cubrir sus necesidades



Las remesas son uno de los flujos financieros más importantes y estables de la población migrante:

- El **70%** de la población adulta envía remesas periódicamente, por un valor promedio de **COP 100.000** mensuales
- El sistema financiero sólo capta el **14%** de estos flujos a través de los bancos

Y UNA DEMANDA DESATENDIDA POR DIFERENTES PRODUCTOS



Fuente: Elaboración propia, datos encuesta.

MOTIVOS DE LA BAJA INCLUSIÓN FINANCIERA DE LOS MIGRANTES

1. Falta de conciencia del mercado

Del volumen de población migrante en el país.

2. Falta de información

No se conoce el potencial de la población y sus características particulares.

3. Un contexto inestable

La pandemia, factores políticos y económicos, elevan la aversión al riesgo.

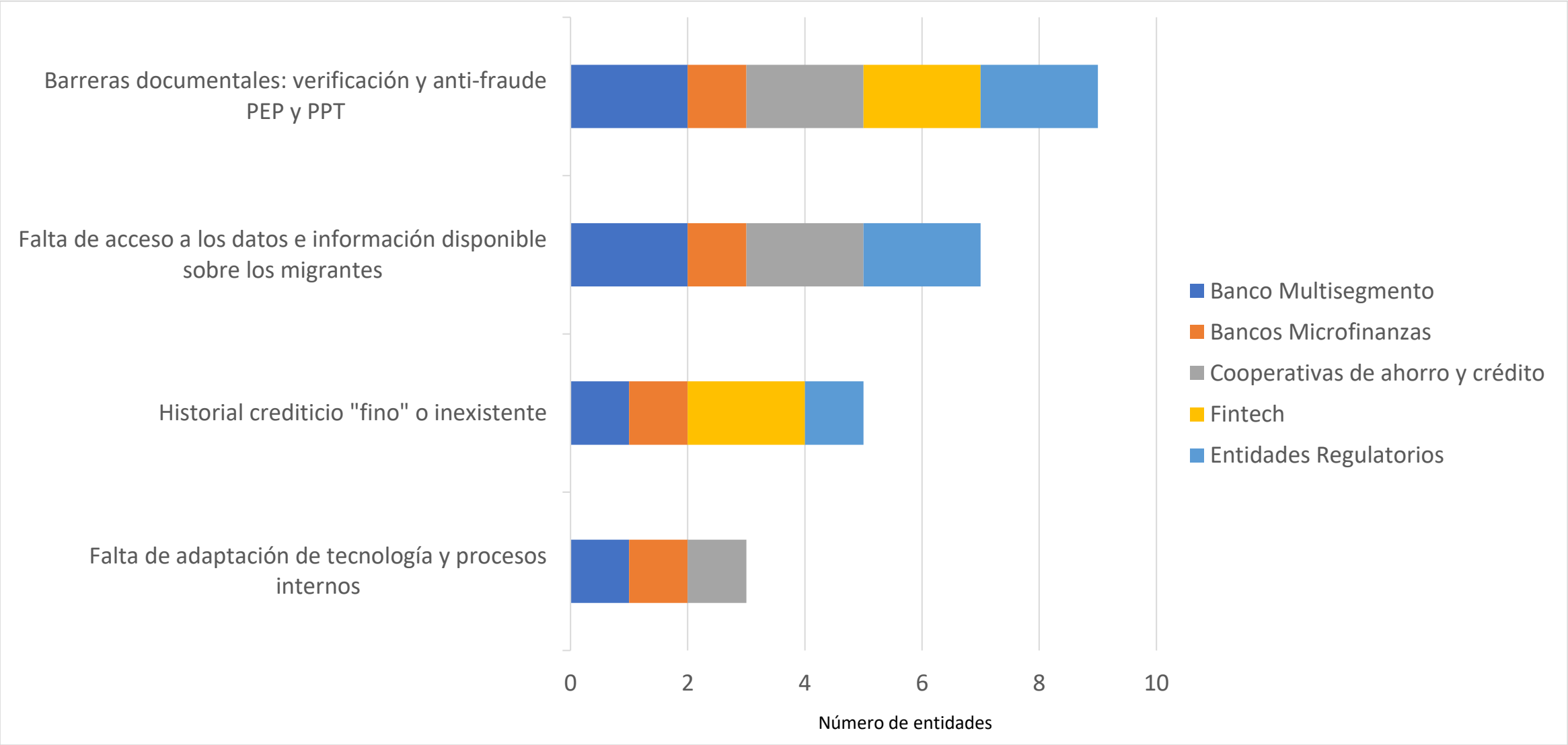
4. Existen barreras internas

Son conocidas, pero requieren inversión y tiempo para romperlas.

Los migrantes pasan bajo el radar:

La industria financiera de Colombia se ha fijado en este nuevo mercado sólo parcialmente

HAY BARRERAS A LA INCLUSIÓN FINANCIERA QUE ENFRENTAN LAS ENTIDADES FINANCIERAS

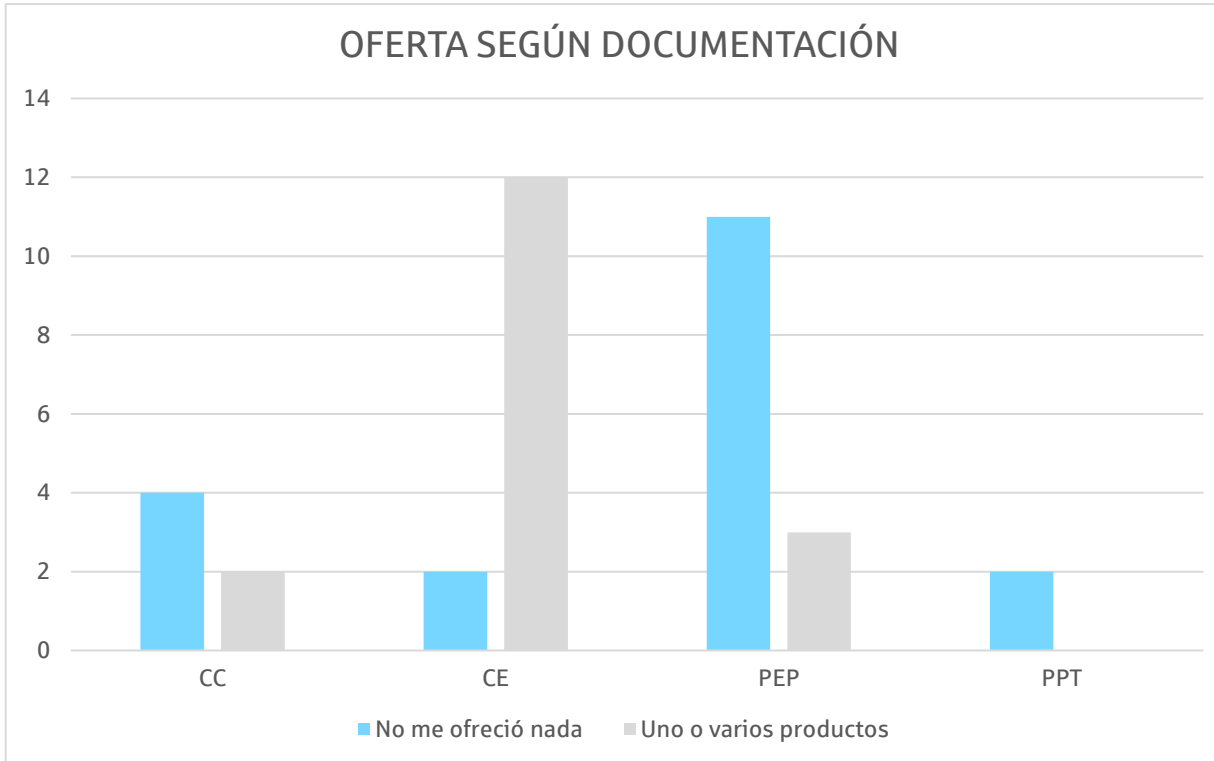


EL EJERCICIO DE MYSTERY SHOPPING REVELA LAS BARRERAS AL ACCESO PERSISTENTES

El **documento de identidad** constituye una barrera:

- En el **53%** del total de los casos el documento de identidad fue aludido como la causa para no ofrecer un producto financiero
- A **4 de cada 5** clientes potenciales venezolanos con PEP/PPT se les dijo que la institución no aceptaba dicho documento
- Mientras que al **70%** de los clientes potenciales con CC/CE se les ofreció al menos un producto
- De los **22** casos que se interesaron por productos de crédito, sólo a **5** se ofreció iniciar una solicitud. El principal motivo de no aceptar una solicitud era el documento de identidad

OFERTA SEGÚN DOCUMENTACIÓN



¿Qué hay detrás de estos hallazgos?

1

Hay una demanda desatendida

Hay una baja penetración del mercado.

Tienen una amplia experiencia previa en el manejo de productos financieros.

2

No hay necesidad de desarrollar nuevos productos

Los productos financieros cubren las necesidades identificadas.

Menores modificaciones pueden ayudar a mitigar riesgos y ampliar el acceso.

3

Superación de barreras

El nuevo PPT ofrece la solución para reducir las barreras documentales.

El riesgo de crédito puede gestionarse incluso si el cliente no tiene historial de crédito.

4

Falta de conocimiento del mercado

El segmento de migrantes es poco conocido.

Pero representan una gran oportunidad para el sector financiero.

El mercado de la población migrante es diverso.
Hay que **segmentar el mercado e identificar las necesidades** de cada segmento.



La población venezolana en Colombia

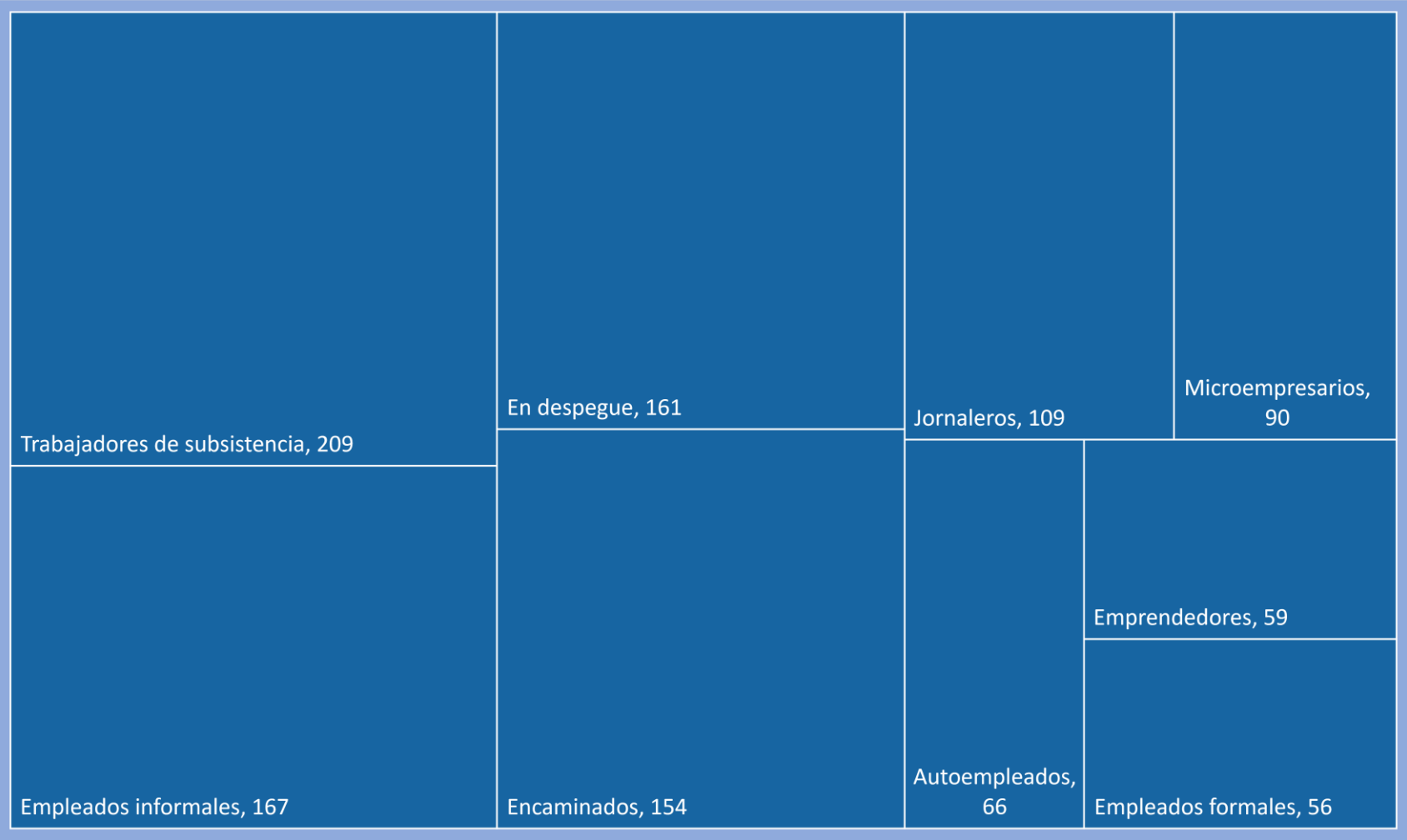
Segmentación de mercado

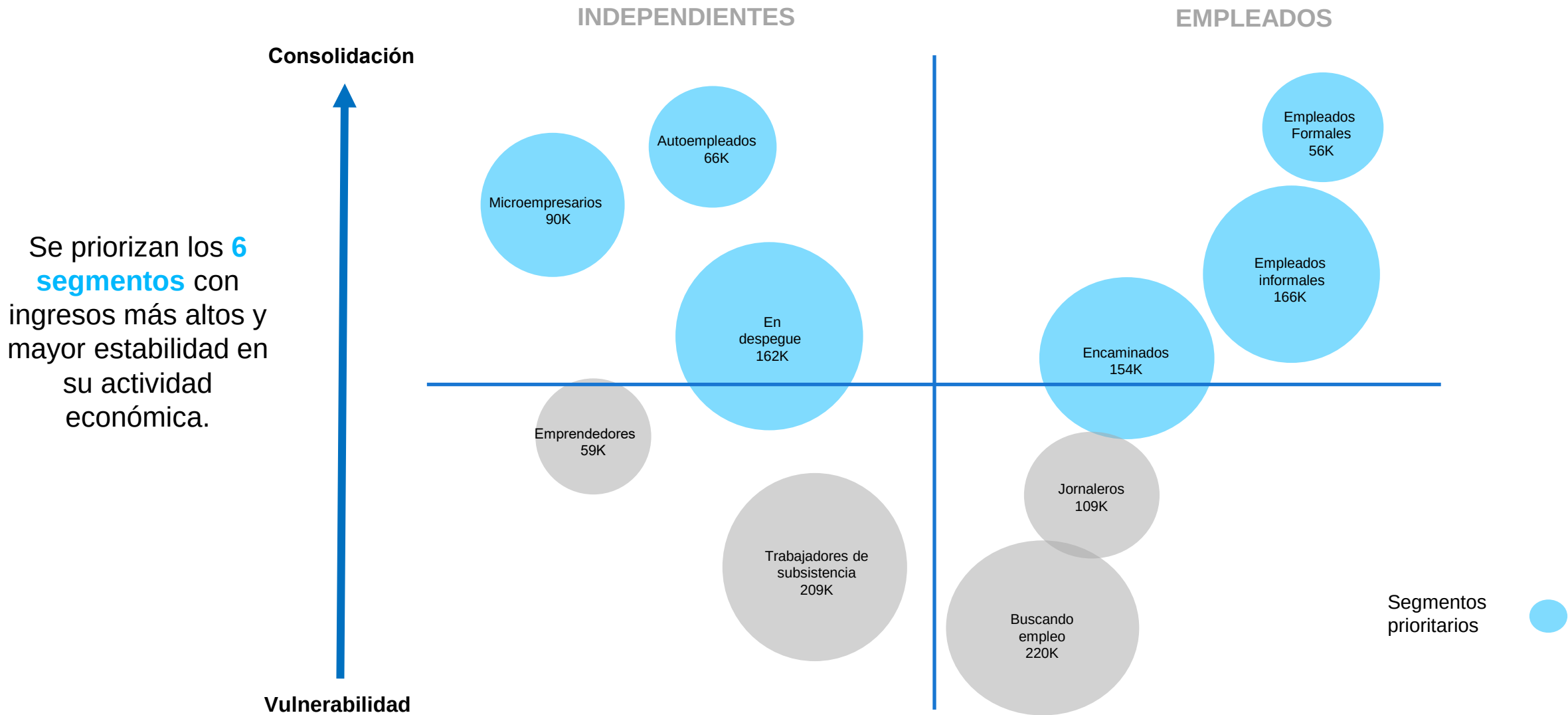
La población ocupada **fue segmentada** de acuerdo con las características de sus **actividades de generación de ingresos**:

Variables de Segmentación
Tipo de actividad
Nivel de ingresos
Nivel de formalidad
Estabilidad de ingresos
Antigüedad en la actividad
Regularización migratoria



Se obtuvieron 9 segmentos con los que se desarrolló un perfil de cliente por medio de metodologías cualitativas:





SEGMENTOS PRIORIZADOS



Microempresarias/os (90K)



“Tener un negocio que me permite ayudar a mi familia y dar empleo a otros venezolanos es mi mayor logro, aunque todavía me falta mucho”.
Jenny M.



Adultos con un negocio propio hace más de un año



Predominan las ventas de comida preparada, textiles, salones de belleza y otros



30% alcanzó algún nivel de educación superior, 52% secundaria



Ingresos promedio 500 mil COP, 15% mayor a 900 mil COP



En proceso de regularización y alto nivel de informalidad



Buscan el fortalecimiento de sus negocios a través de mayor eficiencia productiva

Empleados formales (56K)



“Para mí es un gran logro tener un empleo estable con un ingreso superior al salario mínimo en Colombia”.
Oscar R.



Adultos en su mayoría hombres trabajando en empleos formales hace más de un año



Centros de llamadas, reparación de vehículos, meseros, atención al cliente



50% alcanzó algún nivel de educación superior



Ingresos promedio 1M COP



Regularizados y aportan al SSS



Buscan mejorar su nivel de consumo, calidad de vida y recreación.

SEGMENTOS PRIORIZADOS



Autoempleados/as (66K)



“Aquí ya tengo mis clientes y mi trabajo me permite cubrir mis necesidades y las de mis hijas”.

Franklin L.



Trabajadores por cuenta propia con ingreso superior al salario mínimo



Mensajeros, conductores de vehículos livianos, albañiles, otros



32% alcanzó un nivel de educación superior



Ingreso promedio 950 mil COP



En proceso de regularización y alto nivel de informalidad



Buscan mayor estabilidad de ingresos, formalizar sus actividades o emprender



Buscan acceder al sistema financiero y mejorar su nivel de consumo

Empleados informales (167K)



“Aunque no gano mucho, tengo estabilidad y puedo cubrir los gastos de mi hogar y las necesidades de mi familia”.

Maryory M



Adultos ocupados como dependientes en empleos informales por más de un año.



Vendedores de tiendas, ayudantes de cocina, meseros, otros.



40% alcanzó un nivel de educación superior



Nivel de ingreso promedio cercano al SMLV (800.000 COP)



En proceso de regularización migratoria

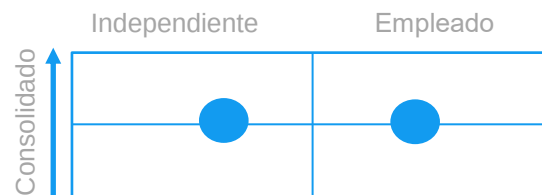


Buscan empleos de mayor calidad u oportunidades de emprendimiento



Buscan acceder al sistema financiero y construir un historial en el país.

SEGMENTOS PRIORIZADOS



En despegue (162K)



“Pude acceder a un documento de identidad acá, todavía no lo he utilizado pero es muy importante estar legal”.

Maryory T.



Trabajadores por cuenta propia con ingreso variable, mayoría mujeres (68%)



Peluqueros, oficios varios, trabajo doméstico



43% alcanzó algún nivel de educación superior



Ingreso promedio 500.000 COP, 23% igual o mayor a 900 mil COP



En proceso de regularización, actividades económicas informales



Buscan mayor estabilidad de ingresos, formalizar sus actividades o emprender

Encaminados (154K)



“Es muy importante tener un ingreso y poder ayudar a mí mamá que actualmente depende de mí”.

Roger L.



Dependientes en actividades informales durante un tiempo menor a un año



Mecánicos, trabajadores de construcción, vendedores/as o cocineros/as



40% alcanzó un nivel de educación superior



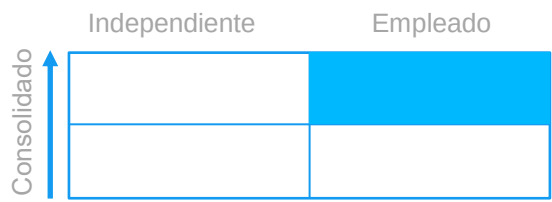
Nivel de ingreso promedio 700.000 COP



En proceso de regularización migratoria



Buscan estabilidad y mejores condiciones laborales que les permita proyectarse al futuro



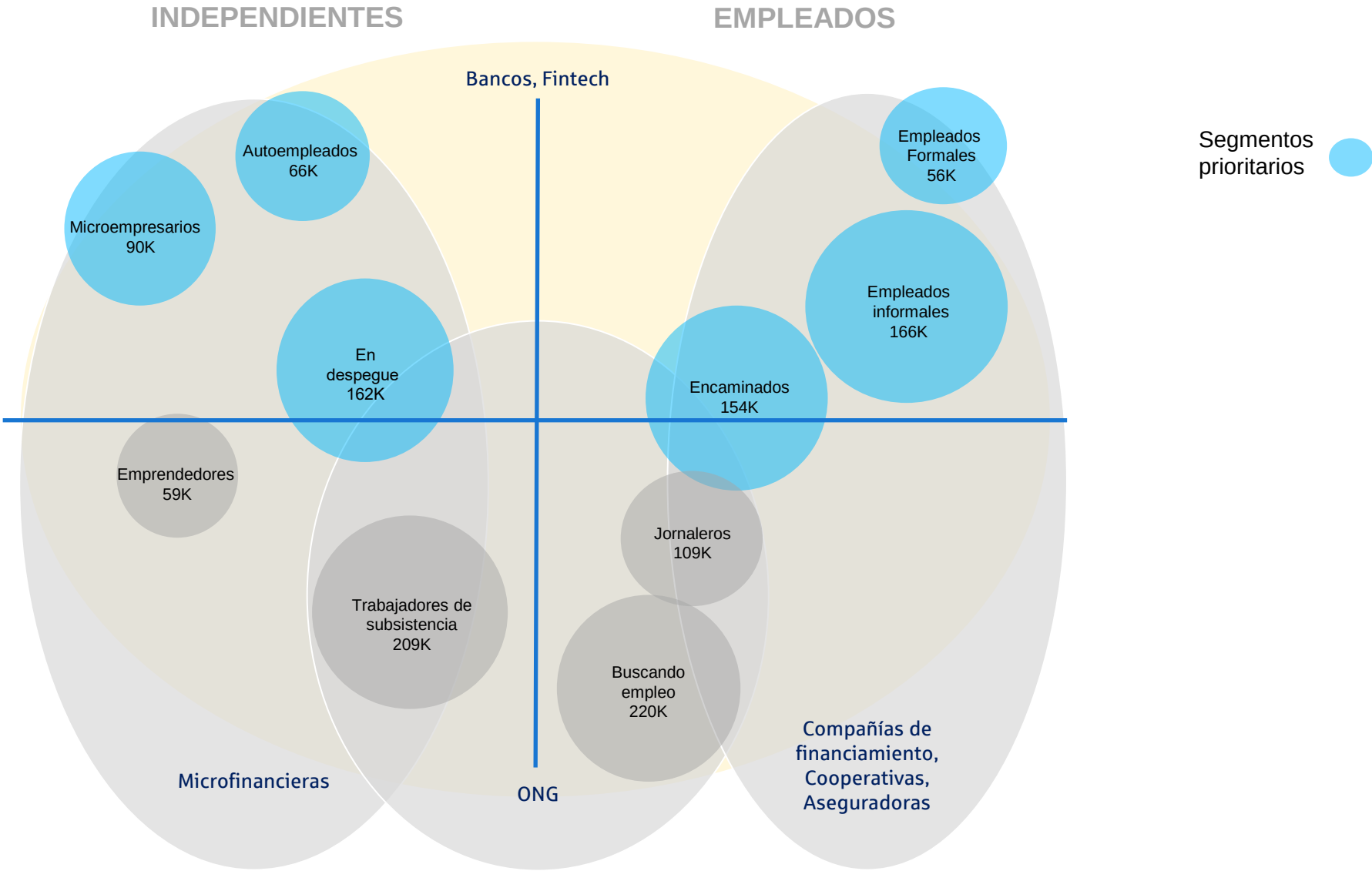
Mujeres Asalariadas (97K)

“Estar reunidos con mi esposo y mi hija y tener una tranquilidad, es algo que ya no podíamos tener en Venezuela”

-  Mujeres menores de 45 años, empleadas con permanencia mayor a un año en su actividad.
-  Viven en pareja, 75% tiene hijos menores de edad
-  Ayudantes de cocina, servicio doméstico, oficios varios, centros de llamadas.
-  Ingreso promedio igual al SMLV (900.000 COP)
-  35% alcanzó educación superior
-  En proceso de regularización migratoria
-  Buscan empleos de mayor calidad u oportunidades de emprendimiento
-  Buscan acceder al sistema financiero y construir un historial en el país.



El mercado de migrantes requiere la oferta de valor de diferentes tipos de organizaciones financieras y no financieras.

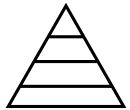


IV

Oportunidades de negocio



Existe un mercado de la población migrante **muy diverso**.



Se **segmentó el mercado** basado en las variables relevantes **para determinar el potencial para el sector financiero**.



Se **definieron los segmentos prioritarios** que pueden generar volumen e ingresos significativos.

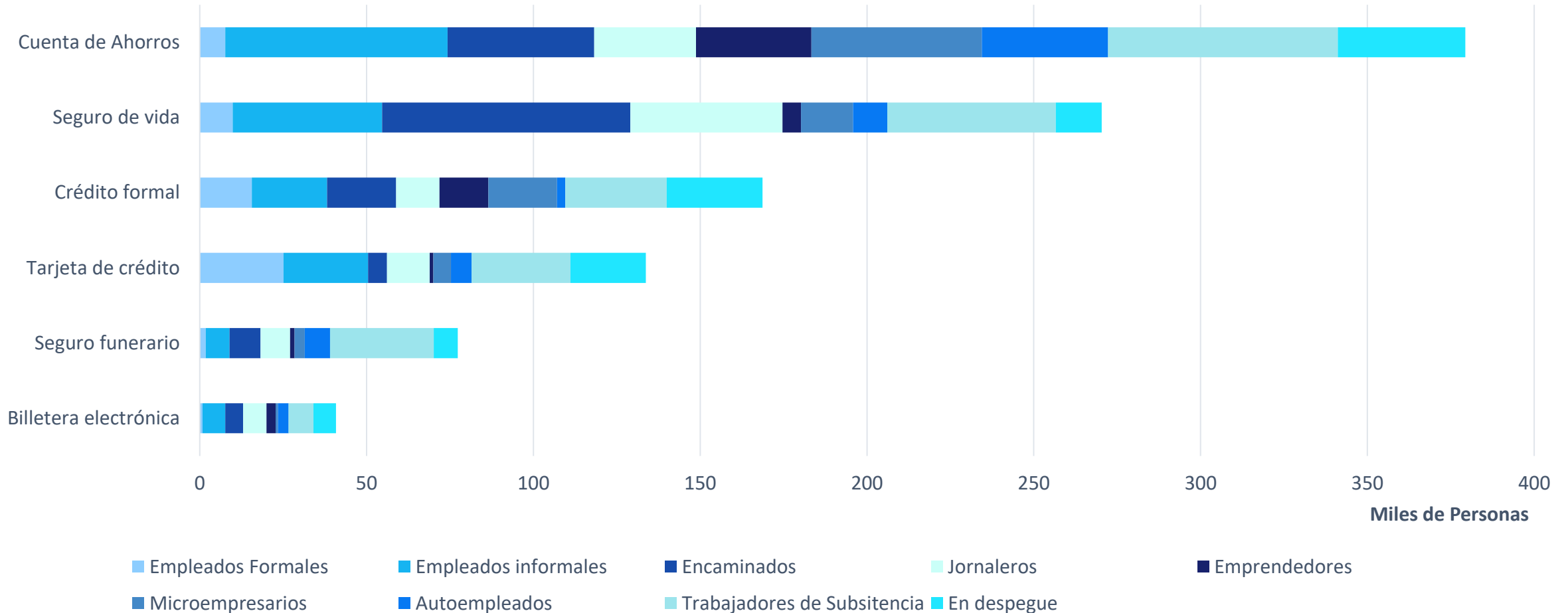


Se **identificaron las necesidades atendidas** y no atendidas de estos segmentos.

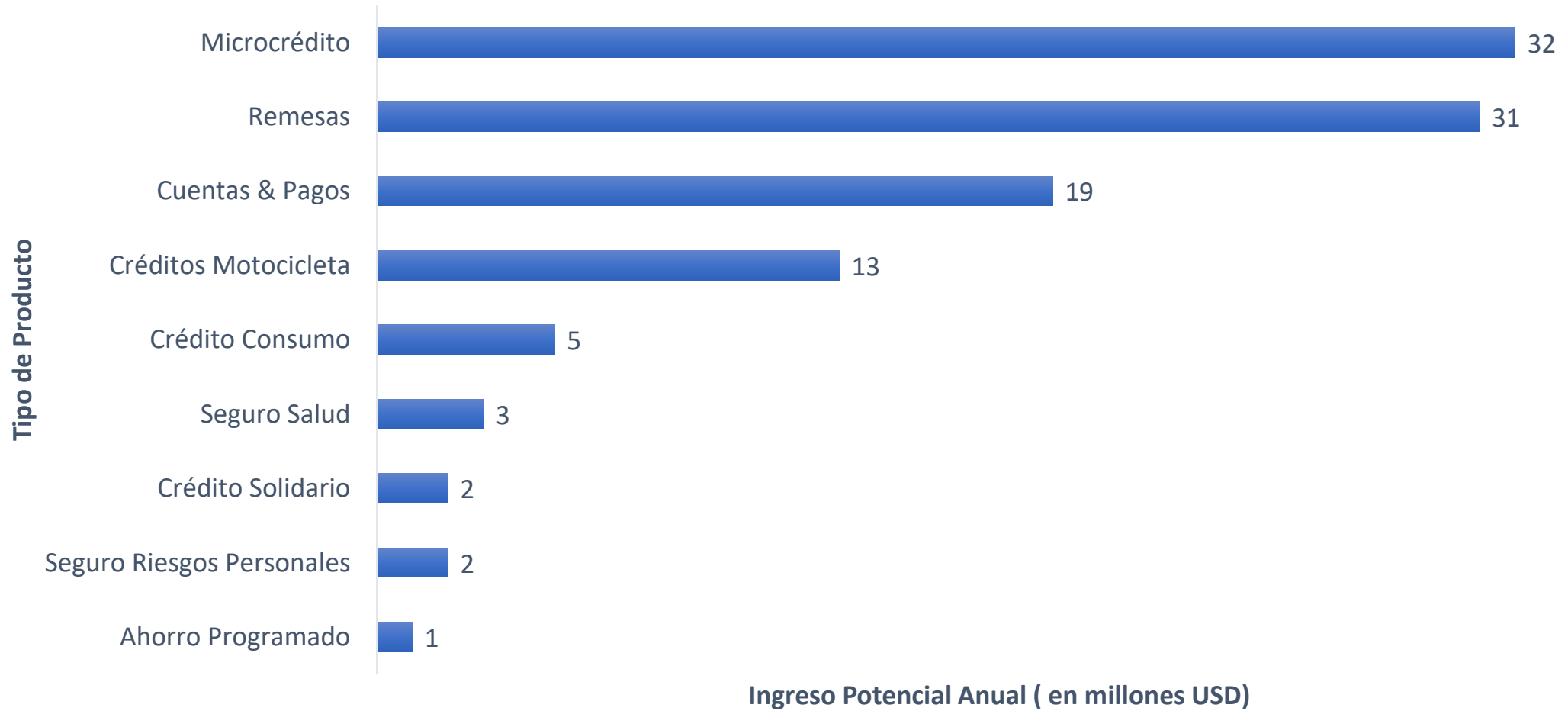


Según las necesidades **se definieron los productos idóneos** para los segmentos más relevantes.

La segmentación de mercado permite **dimensionar el volumen de población migrante** que puede beneficiarse de diferentes tipos de producto.



LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y SU POTENCIAL DE INGRESOS



Segmentos prioritarios



Empleados formales



Empleados informales



Encaminados

Trabajadores asalariados



Microempresarios



Autoempleados



En despegue

Trabajadores a cuenta propia

Crédito de consumo

- 149 mil personas representan un potencial para crédito de consumo

Crédito productivo

- De las 586 mil personas que trabajan por cuenta propia o cuentan con un negocio, 161 mil demandan crédito

Cuentas y pagos / Remesas

- 70% Envía remesas
- 53% Busca acceso a cuentas y servicios transaccionales básicos

Seguros

- 41% busca acceso o mejora de cobertura básica con seguros

Productos

IV

CASOS DE NEGOCIO - (Sesiones de Breakout)

Sesiones de
Break-Out:
35 minutos

MESA DE TRABAJO 1:
Cuentas y pagos

MESA DE TRABAJO 2:
Crédito de consumo

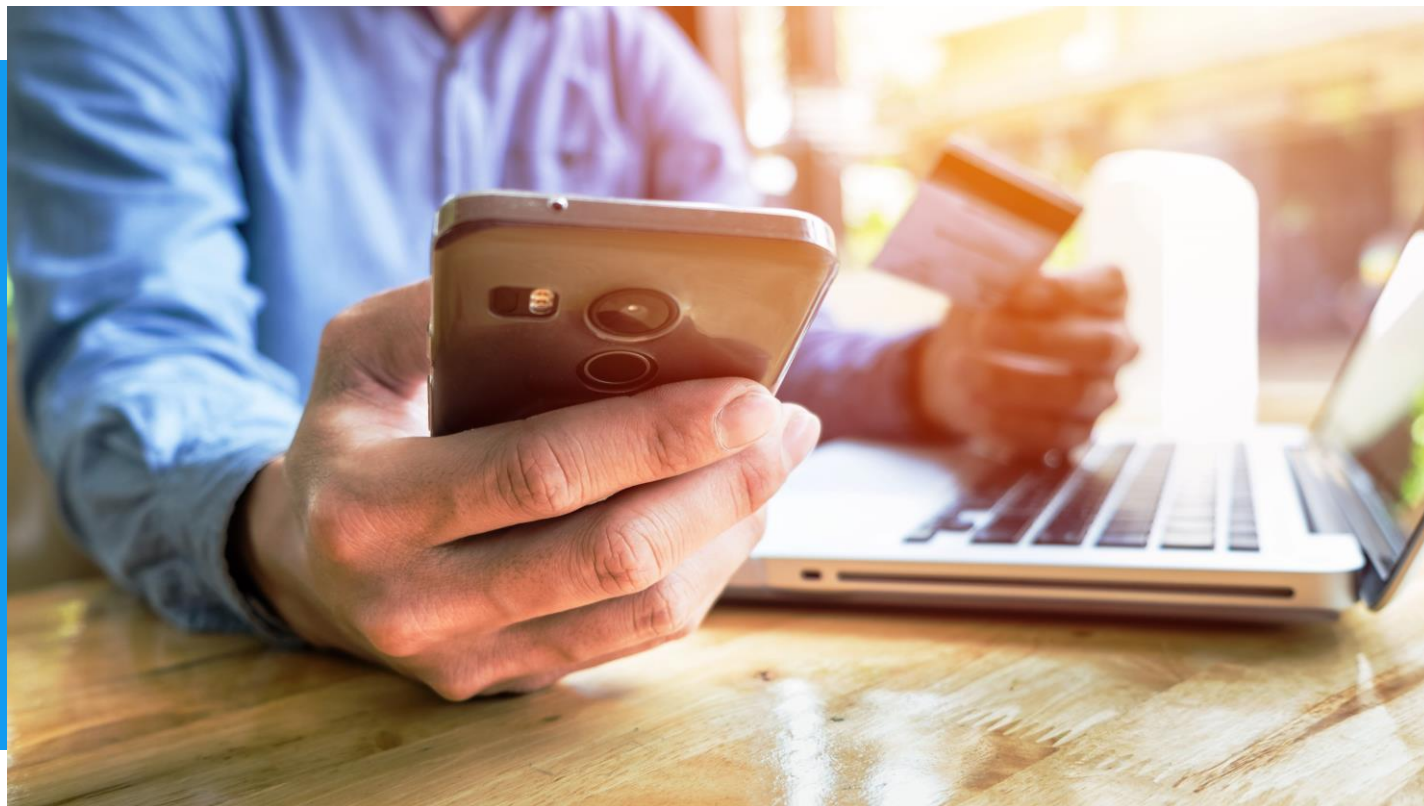
MESA DE TRABAJO 3:
Crédito productivo

BREAKOUT ROOM UNO

Oportunidad Cuentas y Pagos

Oportunidad de Mercado

Te facilito tus pagos y remesas



“Necesito tener una cuenta para poder recibir y realizar pagos “

“Nuestras familias en Venezuela necesitan ayuda”

15,8% de los FDPs tiene una cuenta en la actualidad

82% de los FDPs sin cuenta de ahorro

52% de los FDPs busca abrir una cuenta o una billetera

75% de los FDPs envían remesas

¿Por qué es importante ofrecer productos transaccionales?

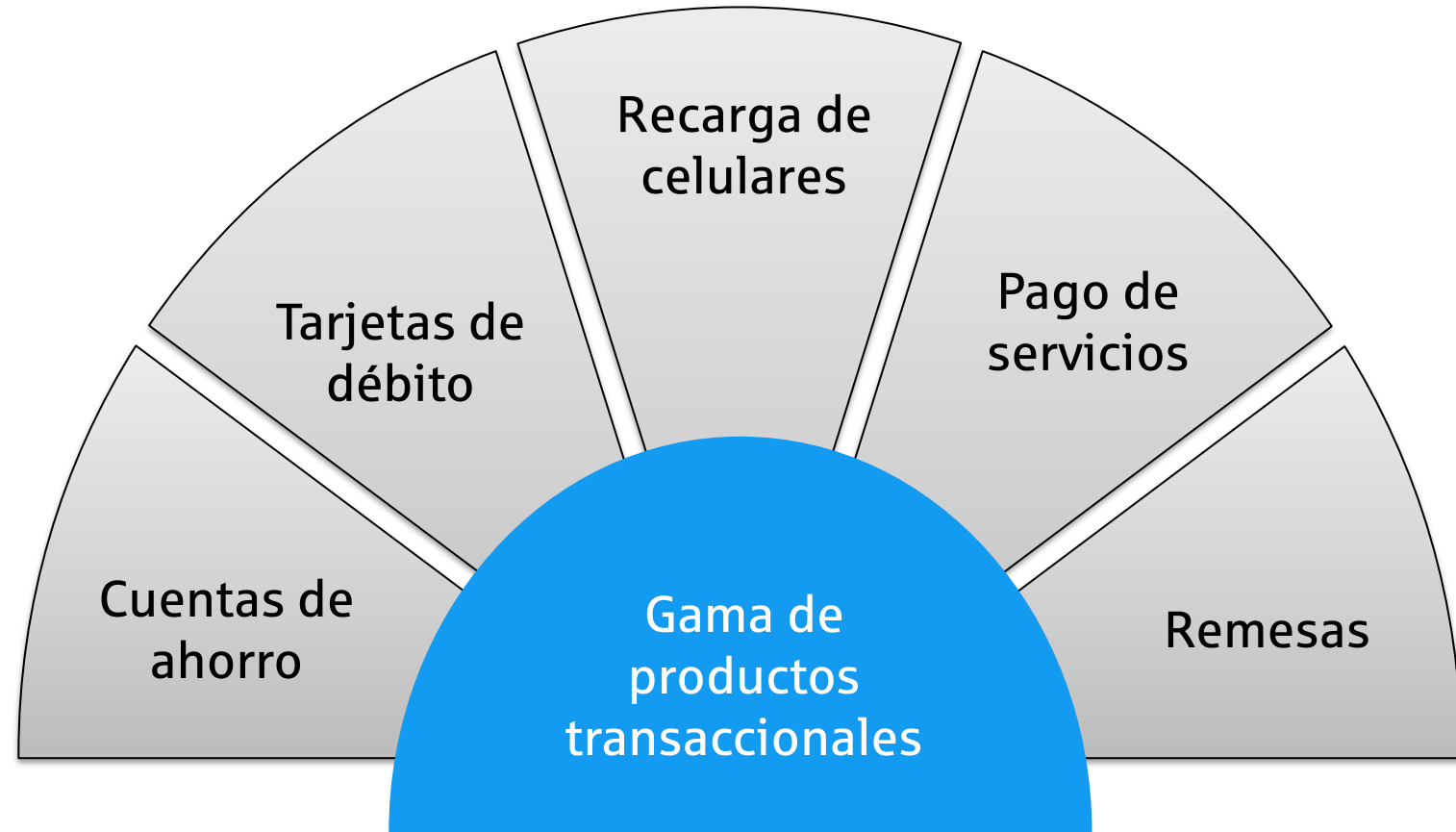
Ventajas

Venta cruzada

Flujo integral

Trazabilidad

Rentabilidad

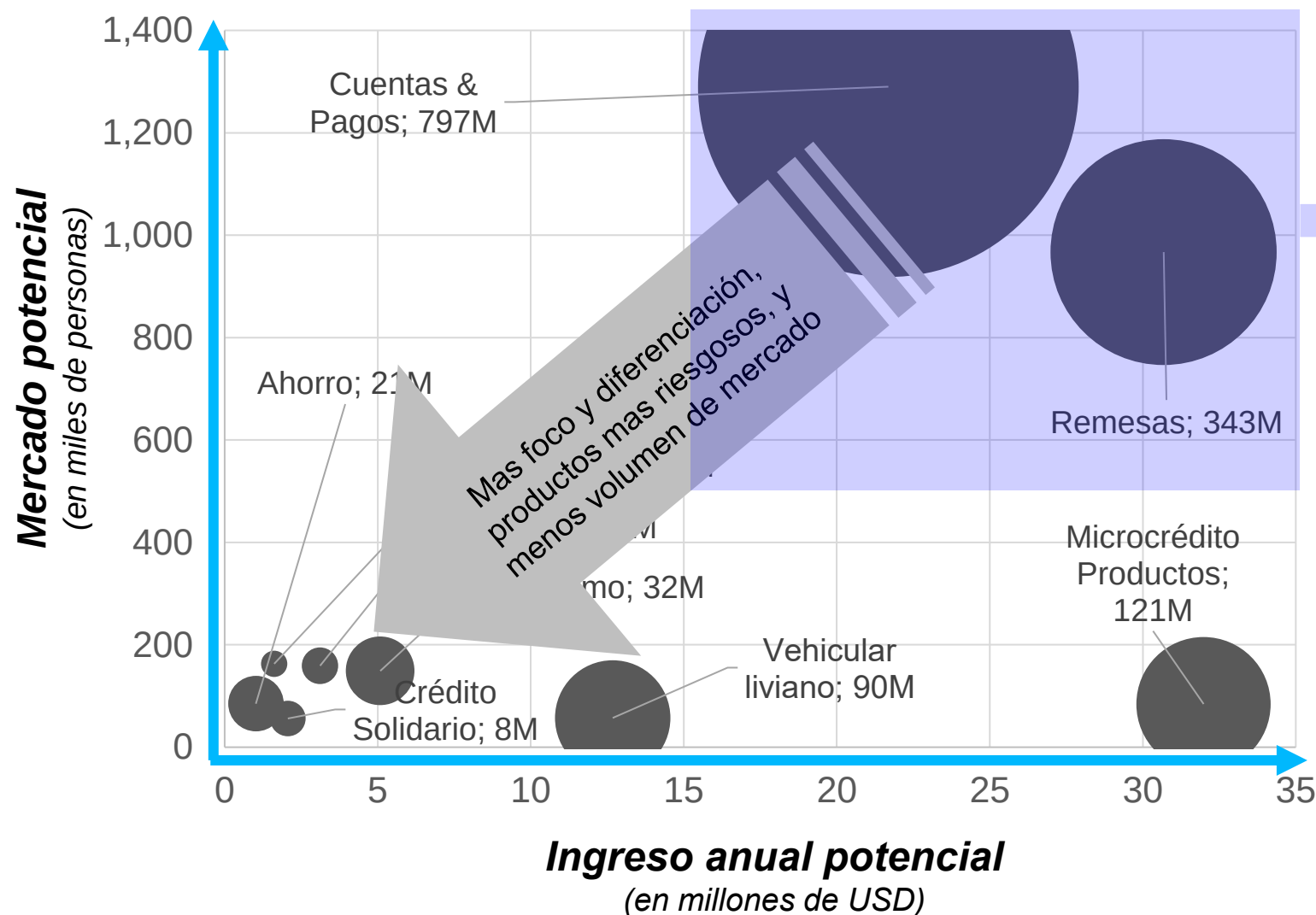


Se atienden todos los segmentos

Overview casos:

Eje X: Ingresos anuales potenciales / Eje Y: N° de potenciales clientes

Tamaño burbuja: Volumen potencial



Productos que permiten generar un historial financiero, predecir comportamientos y analizar perfiles de riesgo

REPRESENTAN UNA OPORTUNIDAD PARA HACER UN UPGRADE DE LOS MEJORES CLIENTES

Supuestos y datos utilizados

Dependiendo del producto
se realizó una
estratificación según
ingresos
(< 500K COP, entre 500 y
900 K COP, y mas de 900K
COP)

Cada estratificación de
ingresos fue ponderada
con un % realista de
potenciales clientes,
porcentajes que varían
dependiendo del
producto

Recarga de
celulares se
aplica un 5%
de comisión

Comisión
pago de
servicio →
USD 0,5 por
transacción

Comisión por
tarjeta de
debito 0,77%
de la compra

Comisión por
remesas
USD2,1

Costo
oportunidad
captaciones
(Bancoldex):
4,95%

Personas por
hogar /
recibos pago
servicios por
hogar:
2 / 3

CATS & TD, REC, PS

Potencial FDPs:

1.289 M

Volumen Transaccional:

1140 M USD

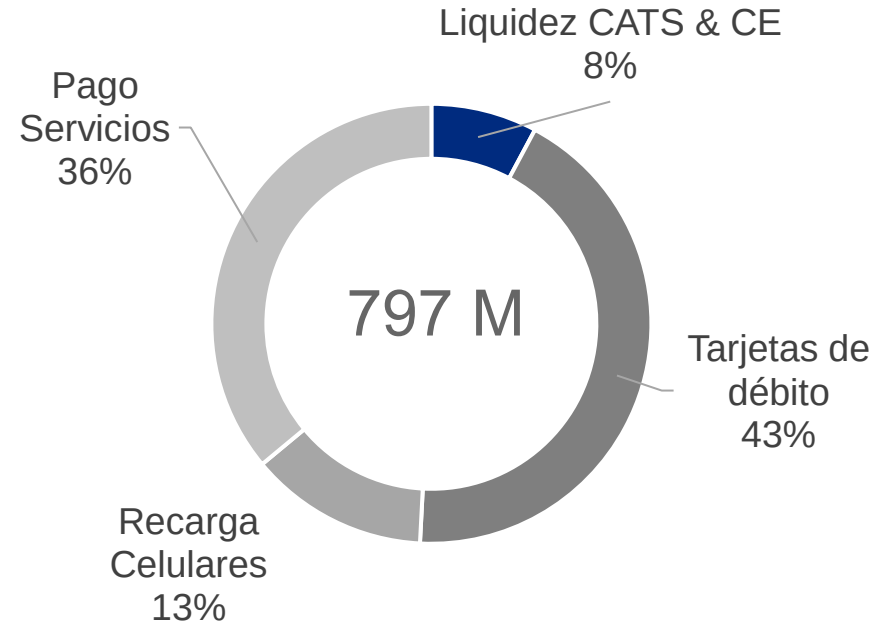
76 M USD Liquidez
418 M USD Tarjetas Débito
128 M USD Recargas Celular
175 M USD Pago Servicios
343 M USD Remesas

Potencial ingresos anuales:

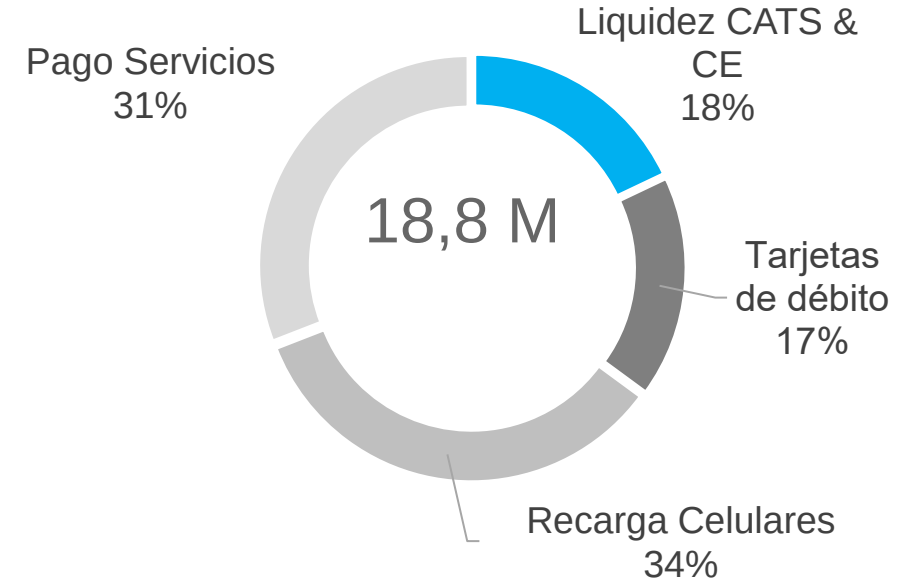
50 M USD (remesas incluídas)

VOLUMEN E INGRESOS

DISTRIBUCIÓN VOLUMENES ANUALES



DISTRIBUCIÓN INGRESOS ANUALES



La combinación de productos evitan cuentas inactivas y representan un quick win.

Las remesas pueden ser usadas como mecanismo de on-boarding.

CATS, CE

Potencial en N° de FDPs:

1.289 M

Potencial de captaciones:

76 M USD

Potencial ingresos anuales:

3,4 M USD

SUPUESTOS

Personas
mayores que no
tengan ni CA ni
CE.

Saldo Ø cuentas:

Ingresos < 900K COP: 37K COP

Ingresos >900K COP: 114K COP

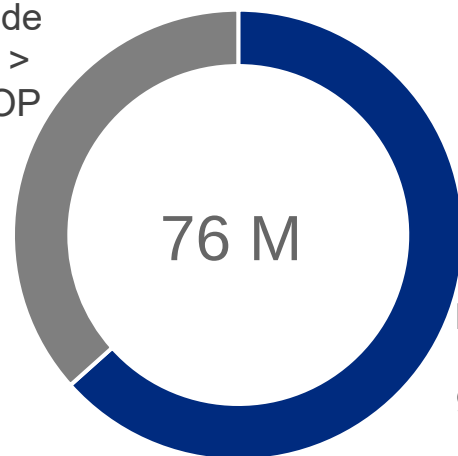
DATO

Costo oportunidad captaciones
(Bancoldex):

4,95%

DISTRIBUCIÓN VOLÚMENES

Rangos de
Ingreso >
900K COP
37%



Rangos de
Ingreso <
900K COP
63%

CONCLUSIONES PRELIMINARES

- Liquidez a captar por cuentas de uso transaccional es baja, pero las oportunidades vinculadas son altas

OPORTUNIDADES VINCULADAS:

- Volumen e ingresos por transacciones vinculadas con tarjetas de débito.
- Pago de Servicios básicos (p.ej. luz, agua).
- Recargas de celulares.
- Débitos de primas de seguros masivos.
- Análisis de data transaccional

TARJETA DE DÉBITO

Potencial FDPs:

725 K Tarjetas

Volumen Transaccional:

418 M USD

Potencial ingresos anuales:

3,2 M USD

Documentación:

- 70% aplicó al ETP
- 29% cuentan con CCC, CE, PEP

SUPUESTOS

Personas
mayores que
no tengan ni
CA ni CE.

Personas con
ingresos
mayores a:

500K COP

Volumen Transaccional:

Ingresos 500 a 900K COP:
20% del ingreso promedio.

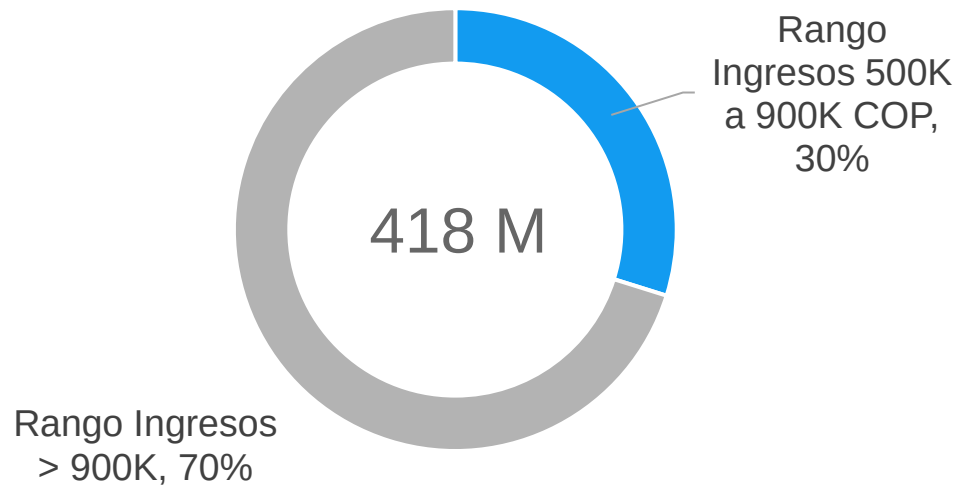
Rango Ingresos > 900K COP:
40% del ingreso promedio.

DATO

Ingreso IF sobre
transacción:

0,77%

DISTRIBUCIÓN VOLUMENES



CONCLUSIONES PRELIMINARES

- Considerando el bajo costo y riesgo, y el potencial para analizar transaccionalidad, se justifica una estrategia masiva.
- No se consideraron posibles ingresos por la emisión de tarjetas o cuotas de mantenimiento que por lo general se aplican.

RECARGAS CELULARES

Potencial FDPs:

967 M

Volumen Transaccional:

128 M USD

Potencial ingresos anuales:

6,4 M USD

Documentación:

- 70% aplicó al ETP
- 29% cuentan con CCC, CE, PEP

SUPUESTOS

Personas
mayores que
no tengan ni
CA ni CE.

Personas
interesadas en
recargar por la
CE o CAT:

75%

Recargas mensuales:

Ingresos < 500K COP: 27K COP

Ingresos 500K a 900K COP: 45K
COP

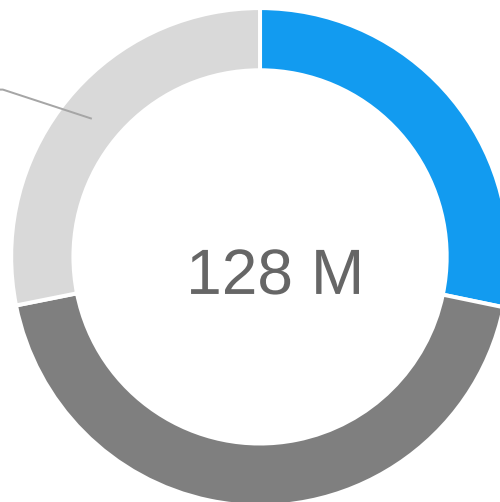
Ingresos > 900K COP: 75K COP

Comisión sobre volumen
de recargas:

5%

DISTRIBUCIÓN VOLUMENES

Recargas
anuales en M
COP, Rango
Ingresos >
900K, 28%



Recargas
anuales en M
COP, Rango
Ingresos <
500K, 28%

Recargas anuales en M COP,
Rango Ingresos 500K a 900K, 44%

CONCLUSIONES PRELIMINARES

- Demanda masiva y transversal a los segmentos.
- Incentiva el USO de las cuentas
- Es un disparador de ventas cruzadas
- Crédito de consumo para celulares
- Planes de pago para servicio de telefonía y compra de celular → historial crediticio

PAGO SERVICIOS

Potencial FDPs:

322 K hogares

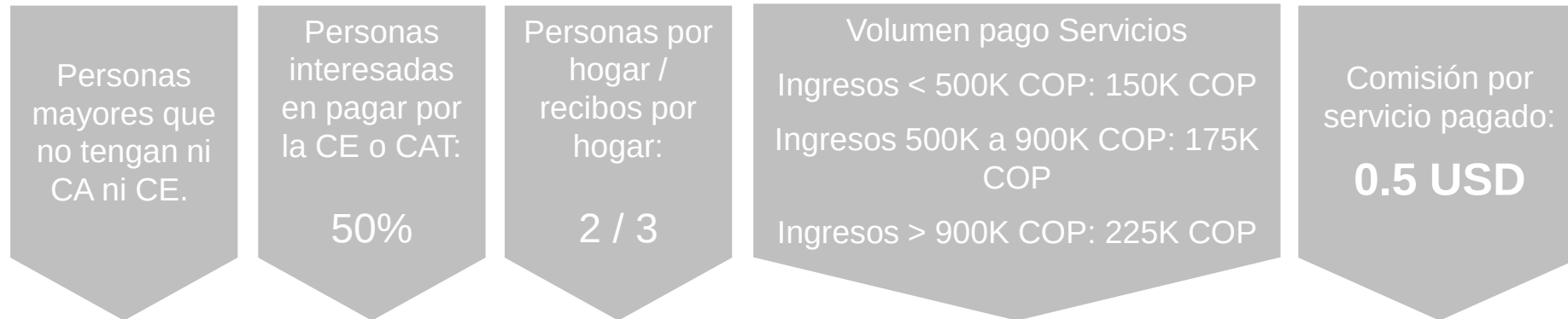
Volumen Transaccional:

175 M USD

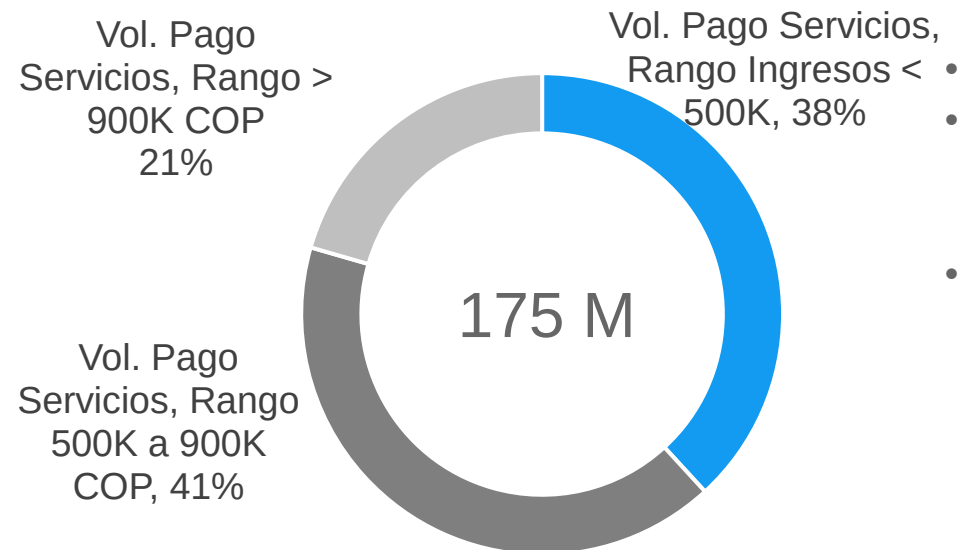
Potencial ingresos anuales:

5,8 M USD

SUPUESTOS



DISTRIBUCIÓN VOLUMENES



CONCLUSIONES PRELIMINARES

- Un volumen de negocio alto
- Alta demanda si se realizan débitos automáticos que eviten demoras en sucursales.
- Valor agregado importante y apreciado a las cuentas transaccionales (CATS, CE, CA, CN).

REMESAS

Potencial FDPs:

790 K

Potencial de envíos anuales:

343 M USD

Potencial ingresos anuales:

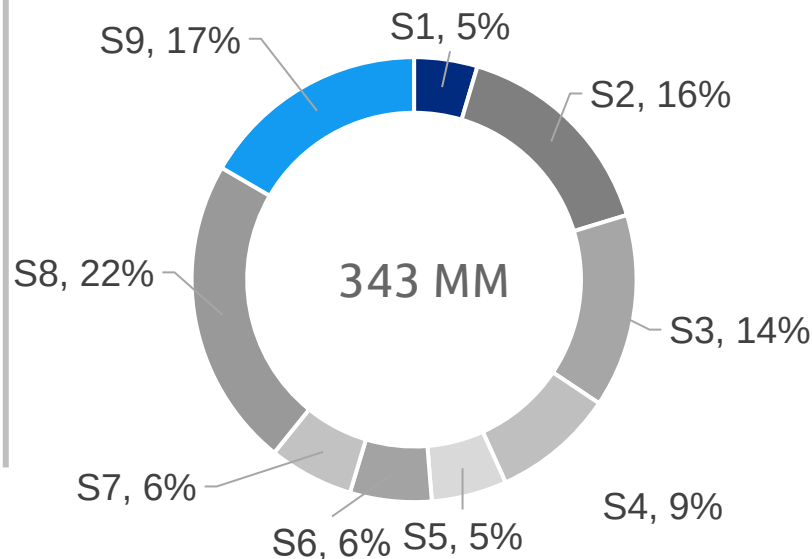
30,6 M USD

“Nuestros seres queridos nos necesitan en Venezuela”

SUPUESTOS

Comisión sobre volumen:
8%
(equivale a 2,1 USD por envío)

DISTRIBUCIÓN VOLUMENES



DATOS

75%
de la PEA envían montos de manera regular.

Promedios montos mensuales enviados PEA:
111K COP

24%
de los ingresos se destinan a remesas

CONCLUSIONES PRELIMINARES

- Volúmenes de negocio atractivos
- Onboarding: disparador de la venta cruzada
- Análisis integral del flujo ingresos y egresos
- Alianzas con redes que ya atienden el mercado venezolano

La inclusión financiera comienza siempre por cuentas de ahorro. La trazabilidad de flujos de fondos e historial financiero se construye a partir de la cuentas de ahorro y todos los productos asociados.

Dificultad:

Baja (● ○ ○)

Riesgos:

Bajos (● ○ ○)

Quick win:

- Evita cuentas inactivas
- Generación de historial financiero (perfil de riesgo)
- Remesas como mecanismo de on-boarding

Oportunidades vinculadas:

- Uso de infraestructura, procesos existente y personal ya capacitado
- Bajo costo y riesgo
- Upgrade de los clientes con flujos mas estables luego de 6 a 12 meses
 - ✓ Productos de crédito
 - ✓ Seguros vinculados

Recomendaciones:

- Venta cruzada – enfoque integral
- Uso de **canales digitales**
- **Educación financiera y Digital**

BREAKOUT ROOM DOS

Oportunidad Crédito de consumo

Oportunidad de Mercado

Te apoyo a mejorar tus condiciones de vida

Hay necesidades reales de compra de bienes de consumo básicos para el hogar y para uso personal o profesional que podrían ser objeto de un primer acceso a crédito formal. Hay también una gran necesidad de acceder a un primer crédito que permita construir historial crediticio.

Solamente 1,3% de la población migrante tiene acceso a crédito formal o tarjeta de crédito en Colombia.

20,8% tuvo tarjeta de crédito en Venezuela. 9,8% crédito formal.

El 11% demanda tarjeta de crédito y el 15 % crédito formal.

El crédito de consumo es una opción viable para ciertos segmentos, sobre todo al ligar el crédito a la compra de un producto específico, que permita asegurar el destino del crédito y con ello mitigar riesgos para las entidades financieras.

Potencial FDPs:

149 K clientes

Potencial de colocación:

31 M USD

Potencial ingresos anuales:

5 M USD

SEGMENTOS:



S1 Empleados formales



S2 Empleados informales



S3 Encaminados

PRODUCTOS

Analizados:

Crédito de consumo ordinario

Crédito de consumo de bajo monto

Relacionados:

Tarjeta de crédito

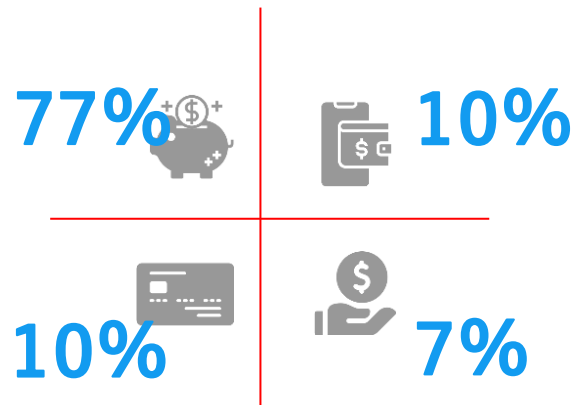
Crédito vehicular (moto)

SEGMENTOS A LOS QUE SE DIRIGE PRIORITARIAMENTE ESTA OPORTUNIDAD

Si bien esta oportunidad puede ser aprovechada por diferentes perfiles dentro del mercado migrante, nos centraremos en los trabajadores dependientes con estabilidad en sus ingresos.



S1 Empleados formales
(56.000 personas)
TIENEN:



NECESIDADES

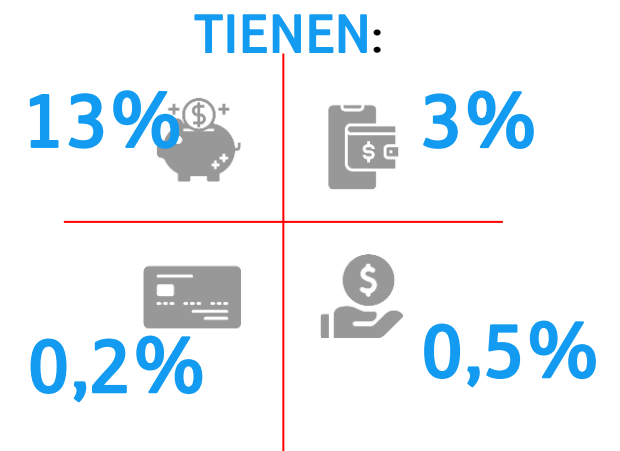
*Activos para el hogar
Activos para el trabajo
Mayor conocimiento de la oferta financiera.*

DEMANDA DE PRODUCTOS FINANCIEROS

*Crédito formal
Tarjeta de crédito (S1)*



S2 Empleados informales
S3 Encaminados
(320.000 personas)
TIENEN:



UNA OPCIÓN DE PRODUCTO: CRÉDITO DE CONSUMO ORDINARIO

Aunque el crédito al consumo es tradicionalmente de libre inversión, asegurar el destino del crédito a través de alianzas ayuda a mitigar el riesgo a las entidades financieras. Por otro lado, permite acercar la oferta financiera disponible al cliente potencial.

CRÉDITO DE CONSUMO ORDINARIO

SEGMENTOS



FILTROS

Personas sin acceso a crédito.

Demandan producto de crédito.

Ingresos >900K COP

Permanencia en sus ingresos.

SUPUESTOS

Ligado a la compra de un producto específico.

Monto, plazo y tasa según promedios del mercado.

POTENCIAL

Potencial FDPs:

82 K clientes

Potencial de colocación:

21 M USD

Potencial ingresos anuales:

2,2 M USD

*Monto promedio: 992K; Plazo promedio: 18 meses; Tasa de interés estimada: 15%.

CRÉDITO DE CONSUMO DE BAJO MONTO

SEGMENTOS



FILTROS

Personas
sin acceso
a crédito.

Demanda
n producto
de crédito.

Ingresos
entre 500
y 900K

Permanen
cia en sus
ingresos.

SUPUESTOS*

Ligado a la compra de un
producto específico.

Monto, plazo y tasa según
promedios del mercado.

Figura regulatoria
específica para primer
crédito en el sistema.

POTENCIAL

Potencial FDPs:

67 K clientes

Potencial de colocación:

10 M USD

Potencial ingresos
anuales:

2,9 M USD

*Monto promedio: 581K; Plazo promedio: 9 meses; Tasa de interés estimada: 43,8%.

El nivel de ingresos, de formalidad, y de inclusión financiera va a determinar la opción de producto más idónea para cada potencial cliente.

Se trata de una oportunidad con gran potencial de inclusión financiera, que se puede aprovechar mejor incluyendo medidas que mitiguen riesgos.

Dificultad:
Baja (●○○)

Riesgos:
Alto (●●●)

Barreras:

- PPT en los canales digitales.
- Información financiera / historial crediticio.
- Autoexclusión

Oportunidades vinculadas:

- Productos transaccionales
- Plan de ahorro
- Seguros vinculados

Uso de **data alternativa**.

Quick win:

Empleados formales .

Recomendaciones:

Uso de **canales digitales**.

Marketing específico

Educación financiera digital

- ¿Es el crédito de consumo un **producto apropiado** para dar acceso a crédito a la población migrante?
- ¿Cuál es el mayor **desafío** que plantea esta propuesta?
- ¿Qué factores **impiden o limitan** la oferta de productos a este segmento?
- ¿Qué aspectos de la propuesta les parecen **más interesantes**? ¿Cuáles **no convencen**?
- ¿Cómo **valoran la oportunidad** en términos de tamaño de mercado y volumen de negocio?
- ¿Qué **necesitaría** su entidad para ofrecer crédito de consumo a la población migrante?

BREAKOUT ROOM TRES

Oportunidad Crédito productivo

Oportunidad de Negocio: Crédito productivo

Seamos socios en tus emprendimientos

*Los migrantes empezaron "desde cero" aquí en Colombia. Ellos **necesitan acceder a créditos formales para ampliar sus microempresas y aumentar sus ingresos.***

Muchos ya cuentan con características adecuadas para brindarles este acceso.

Casi 600K de la PEA trabajan a cuenta propia o tienen un negocio.

De ellos, 161K demandan un producto de crédito.

Casi 30% tiene prestamos informales como única fuente de financiamiento accesible.



Un préstamo de hasta USD 10,000 a un cliente con negocio propio o autoempleado para capital de trabajo o activos fijos.



Evaluación crediticia en situ



Referencias personales /comerciales y historial crediticio



Enfoque en los flujos de negocio



Plazos de acuerdo a la inversión



Pago de cuotas adecuadas de acuerdo al flujo generado

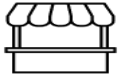
RIESGOS / LIMITACIONES

- Nivel alto de informalidad
- Ninguna o poca garantía
- No tienen vivienda propia
- No presentan garante colombiano
- Montos de créditos bajos / altos costos transaccionales
- Falta de historial crediticio
- Autoexclusión

MITIGACIÓN

- Incremento moderado de la tasa de interés
- Montos pequeños y plazos cortos
- Permitir presentación de garantes venezolanos
- Análisis de datos transaccionales de cuentas
- Acceso a fondos de garantía
- Campañas de inclusión financiera

Segmentos priorizados



Microempresarios consolidados – 90K

Microempresario con ingresos medios y estables y negocios informales con antigüedad de más de un año.



Autoempleados – 66K

Trabajadores por cuenta propia con ingresos medios (I-III SMLMV) pero mayores barreras de acceso.



En despegue – 162K

Trabajadores por cuenta propia con formación técnica e interés de emprender. Ingresos variables.

Consolidados



VULNERABILIDAD

Vulnerables

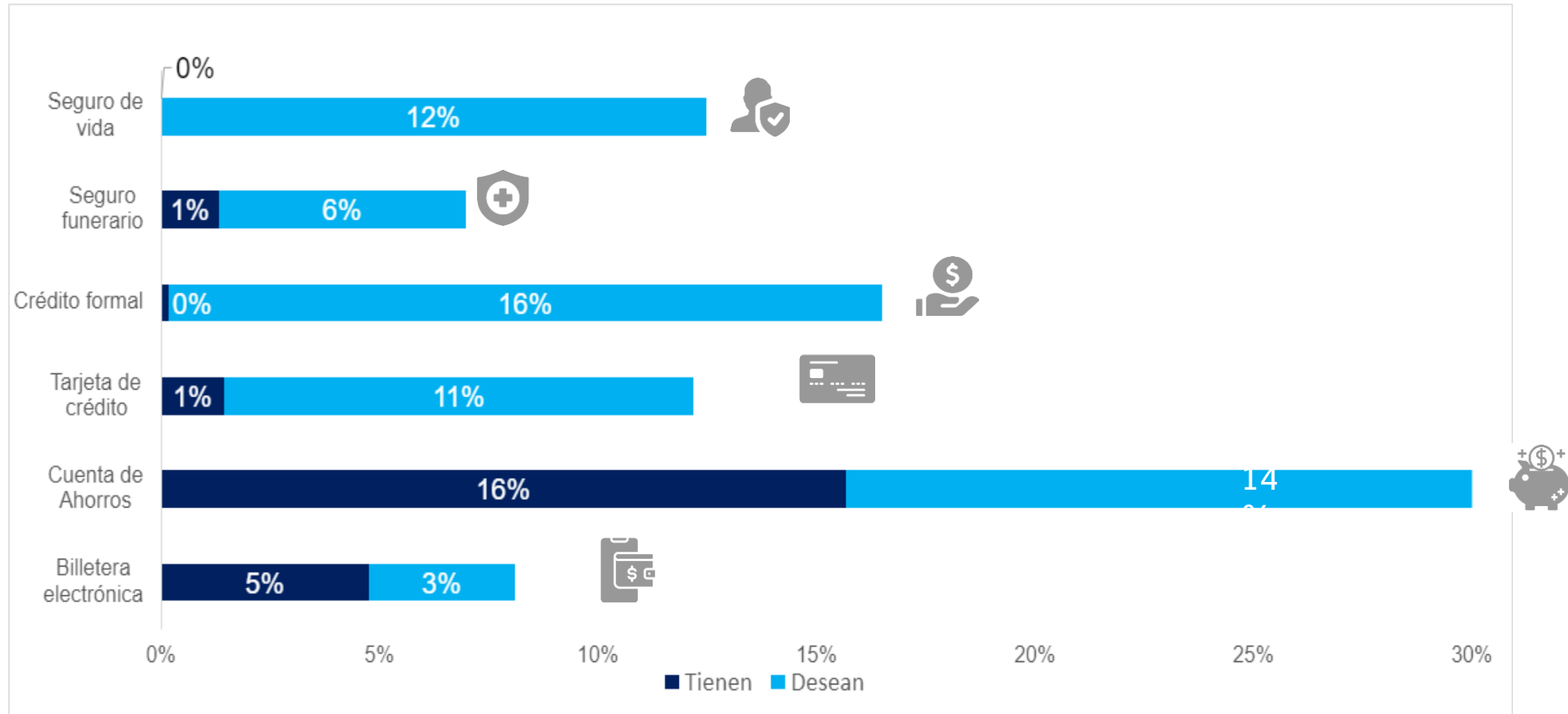
¿Cuál es su situación?

- Cuentan con una antigüedad promedio de su actividad económica de más de 2 años
- Viven en promedio desde hace 1 año y medio en su vivienda
- Casi un tercio acude a prestamos informales
- Sin historial crediticio en Colombia
- Sin acceso a un crédito formal

¿Cuál es su necesidad?

- Acceso a capital para mejorar su calidad de vida
- Quieren mejorar su situación laboral y crecer su negocio

TRABAJADORES A CUENTA PROPIA – Demanda desatendida

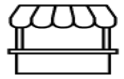


- demanda insatisfecha en el mercado
- amplia experiencia previa en el manejo de créditos en Venezuela (36%)

Fuente: Elaboración propia, datos encuesta.

MICROCRÉDITO para trabajadores a cuenta propia

SEGMENTOS



FILTROS

Personas
sin acceso
a crédito

Ingresos
mayores a
900K

Permanen
cia en el
país:
> 2 años

Actividad
económica
> 1 año

SUPUESTOS

Montos Ø de colocación:
5.5 M COP

Plazo promedio: **18 meses**

Tasa anual efectiva: **según
promedio de mercado**

Ingreso Ø anual: **1.5 M COP**

POTENCIAL

Potencial en números:

84 K clientes

Potencial de colocación:

121 M USD

Potencial ingresos
anuales:

32 M USD

El nivel de ingresos, su estabilidad y formalidad del negocio va a determinar el acceso y el monto de crédito para cada potencial cliente.

Se trata de una oportunidad con gran potencial de inclusión financiera, que se puede aprovechar mejor incluyendo medidas que mitiguen riesgos y que amplíen el acceso para los migrantes.

Dificultad:
Baja (●○○)

Riesgos:
Alto (●●●)

Consideraciones:

- Aprovechar personal y infraestructura ya existente
- Garantías solidarias entre venezolanos reducen riesgos
- Ahorros previos al crédito ayudan en el análisis de excedentes a migrantes sin historial crediticio
- Incluir programas de fomento al microempresario venezolano
- 50K emprendedores se excluyeron - es un segmento futuro

Oportunidades vinculadas:

- Productos transaccionales, incl. ahorro
- Productos de crédito de consumo
- Seguros vinculados a la salud y vida

Quick win:

Microempresarios consolidados

V

Conclusiones y experiencia IFC

La inclusión de migrantes y refugiados genera valor para la economía colombiana.

Demanda

- **2.3 millones** de ciudadanos venezolanos viven en Colombia, de los cuales **950 mil ya tienen un documento de identidad**
- Es una población con vocación de permanencia, de los cuales el **68% está en edad de trabajar** y cuentan con mecanismos de generación de ingresos
- Sin embargo, más del **80% de la población mayor de edad no tiene un producto financiero** y solo el **1% ha accedido a crédito**

Oferta

- **54 entidades** han abierto ya la puerta a más de **420k** personas con más de **563k** productos financieros vinculados
- **La brecha de acceso** al sistema financiero entre la población migrante y los colombianos **es del 60%**
- La política migratoria nacional, la regulación del sector financiero, e iniciativas conjuntas actualmente **reducen las principales barreras de acceso**

Oportunidades

- Los productos transaccionales con un potencial de volumen de más de **USD 1,190 millones** ofrecen una oportunidad masiva para capturar flujos informales y conocer al cliente
- Hoy los 6 segmentos prioritarios entre asalariados e independientes (700k) ofrecen un potencial **de USD 152 millones de colocación y USD 37 millones de ingresos p.a.**
- Para aprovechar las oportunidades presentadas, **es necesario tomar acciones claras**

En línea con su misión, objetivos e intervenciones en curso a escala global, IFC busca apoyar al sistema financiero colombiano en la prestación de servicios financieros a migrantes y refugiados.

Ofrecemos una amplia gama de apoyo que incluye financiamiento, asistencia técnica, entre otros.

Financiación e inversiones	Préstamos preferenciales y subordinados, capital a instituciones promotoras
Asistencia técnica	Dirigida al alistamiento para inversión
Mecanismos de riesgo compartido	Para reducir barreras y ampliar el acceso a financiamiento
Mejoramiento del ecosistema	Para generar valor de forma sistémica
Visitas de observación	Para facilitar el intercambio de experiencias
Conexión con socios WBG	Para participar en otros proyectos y programas
Network	Para conectar con otros inversionistas y donantes



1. Se enviará un correo a los participantes después del Webinar.
2. En el correo encuentran un link para descargar la presentación.
3. También estará acompañado de una encuesta corta.
4. Si quieren descargar la presentación y realizar la encuesta, lo pueden hacer directamente después de que salgan de la reunión.

Jeffrey Bower - jbower@ifc.org

Santiago Ruge - santiago.ruge@dsik.org

Meik Proescher – meik.proescher@sparkassenstiftung.de

Laura Cordero - laura.corderoa@sparkassenstiftung.de

Rodolfo Monsberger – rodolfo.monsberger@sparkassenstiftung.de

¡Muchas gracias!