



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Iniciativa de Finanzas Rurales (IFR) Memorias del Congreso Nacional de Inclusión Financiera Rural - 2019



Julio, 2020

Este documento fue producido para su revisión por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. Fue preparado por Chemonics International Inc. para la Iniciativa de Finanzas Rurales, contrato número, AID-514-C-15-00002. Las opiniones expresadas en este documento no necesariamente reflejan las de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, ni las del Gobierno de los Estados Unidos.

Congreso Nacional de Inclusión Financiera Rural

Memorias

Contrato No: Contract AID-514-C-15-00002

Presentado a:

Nathan Strand, Oficial de Contratos; y
Germán Sanz, Representante del Oficial de Contratos
Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
Carrera 45 No 24-27 Puesto 2, Bogotá

Presentado por:

Chemonics International
Director Asdrúbal Negrete
Carrera 7 No 80-49, Oficina 703, Bogotá
Junio de 2017

Fotografía de portada:

Caficultor del municipio de Pitalito (Huila). Fotografía de Hanz Rippe /Fernanda Pineda para USAID.

DISCLAIMER

Este documento fue producido para su revisión por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. Fue preparado por Chemonics International Inc. para la Iniciativa de Finanzas Rurales, contrato número, AID-514-C-15-00002. Las opiniones expresadas en este documento no necesariamente reflejan las de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, ni las del Gobierno de los Estados Unidos.

TABLA DE CONTENIDO

I.	LISTA DE ACRÓNIMOS.....	4
II.	PRESENTACIÓN GENERAL DEL CONGRESO	5
III.	PALABRAS DE INSTALACIÓN	6
IV.	PÁNEL 1 - ALIANZA PARA MEJORAR LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN ZONAS DE ESTABILIZACIÓN Y CONSOLIDACIÓN.....	9
V.	PÁNEL II- RETOS DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA.....	19
VI.	PÁNEL III – LOS ROSTROS DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA	23
VII.	PANEL: TRABAJO COLABORATIVO EN LOS ECOSISTEMAS DIGITALES.....	28
VIII.	PANEL: INTERCONECTIVIDAD E INTEROPERABILIDAD PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL 30	
IX.	PANEL: LECCIONES APRENDIDAS Y RETOS EN EL DESARROLLO DE SOLUCIONES DIGITALES PARA POBLACIÓN VULNERABLE	32
X.	PANEL: MECANISMOS ALTERNATIVOS PARA FINANCIAMIENTO: FONDO PARA LA PAZ.....	37
XI.	PANEL: EXPERIENCIAS EXITOSAS DE ATENCIÓN FINANCIERA A PRODUCTORES AGROPECUARIOS 43	
XII.	PANEL: HACIENDO SOSTENIBLE LA FINANCIACIÓN DEL AGRO COLOMBIANO.....	45
XIII.	PANEL: UN MODELO INNOVADOR DE EDUCACIÓN FINANCIERA	46
XIV.	PANEL: GARANTÍAS ALTERNATIVAS PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA DE POBLACIÓN VULNERABLE	47
XV.	PANEL: BANCA DE LAS OPORTUNIDADES: RETOS PARA LA INCLUSIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA MIGRACIÓN VENEZOLANA.....	50
XVI.	PANEL: EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA PARA ENTREGAR SERVICIOS DE INCLUSIÓN FINANCIERA A ZONAS RURALES.....	52
XVII.	PANEL: EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE POBLACIONES VULNERABLES A TRAVÉS DE SERVICIOS FINANCIEROS.....	55
XVIII.	PANEL: PROGRAMA SOY LÍDER, O ¿CÓMO LA COMUNIDAD PROMUEVE Y APOYA SERVICIOS FINANCIEROS INCLUYENTES?.....	57
XIX.	PANEL: SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA POTENCIAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO	58

I. LISTA DE ACRÓNIMOS

ACRÓNIMO	DEFINICIÓN
ABs	Agentes Bancarios Móviles
AGM	Agencias Móviles
AM	Asesores Móviles
BdO	Banca de las Oportunidades
CBs	Corresponsales Bancarios
CATS	Cuentas de ahorro de Tramitación Simplificada
CSMS	Short Message Service Center
CAES	Cuentas de Ahorro Electrónicas
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
DCA	Development Credit Authority
FMI	Fondo Monetario Internacional
IF	Intermediarios Financieros
IFR	Iniciativa de Finanzas Rurales
IVR	Interactive Voice Response
KYC	Know Your Client
GPS	Georeferencia Posición Satelital
ONG	Organización No Gubernamental
PDA's	Puntos de Atención
POS	Points of Sales (Puntos de venta)
pp	Puntos porcentuales
SIF	Superintendencia Financiera de Colombia
SMS	Short Message Service
URF	Unidad de Regulación Financiera
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

II. PRESENTACIÓN GENERAL DEL CONGRESO

En agosto de 2015 la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) dio inicio a la Alianza por la Inclusión Financiera Rural. A esta iniciativa se sumaron 30 entidades financieras con el objetivo de mejorar la productividad, promover el crecimiento económico y alentar la inclusión de las familias rurales al sistema financiero, con lo que contribuyen a mejorar la calidad de vida en 197 municipios del país, ubicados en los departamentos de Antioquia, Bolívar, Caquetá, Cauca, Córdoba, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Sucre, Valle del Cauca y Tolima.

En cuatro años de implementación, la Alianza permitió que las entidades financieras ampliaran su cobertura, movilizaran más de USD \$848 millones en servicios financieros, y facilitarán la inclusión de 633.638 habitantes de las zonas rurales de Colombia más golpeadas por la violencia. Estas personas accedieron por primera vez a una cuenta de ahorros, a un crédito para impulsar su negocio o a un microseguro para proteger su unidad productiva.

Para mostrar los resultados de esta Alianza, la Iniciativa de Finanzas Rurales (IFR) llevó a cabo en Bogotá el Congreso Nacional de Inclusión Financiera Rural. El evento contó con la participación de la Vicepresidenta de la República, Marta Lucía Ramírez, el administrador adjunto de USAID para América Latina y el Caribe, John Barsa, el Ministro de Agricultura, Andrés Valencia, el Superintendente Financiero, Jorge Castaño, el director de la Unidad de Regulación Financiera, Felipe Lega, el Co-director del Banco de la República, Gerardo Hernández, el Presidente de Asobancaria, Santiago Castro, la Presidenta Ejecutiva de Asomicrofinanzas, María Clara Hoyos, así como personal directivo y operativo de las 30 entidades financieras pertenecientes a la Alianza.

Durante el evento, al que asistieron 1.298 personas, las entidades financieras expusieron las diferentes acciones que han venido implementando con el apoyo técnico y financiero de USAID. Estas incluyen metodologías innovadoras de ahorro y crédito, el diseño de productos y servicios adecuados a las necesidades de la población rural, y el desarrollo de innovaciones tecnológicas y canales alternativos para llevar la banca hasta la ruralidad dispersa. El Congreso sirvió además para generar diálogos entre los diversos actores que están interesados en el desarrollo del campo colombiano, como el gobierno nacional y los gobiernos locales, medios de comunicación, sector financiero, sector productivo y los productores rurales que también se hicieron presentes.

El presente documento recoge los aportes hechos por los participantes al evento a través de los paneles centrales, los paneles por salones temáticos y las diferentes ponencias presentadas.

III. PALABRAS DE INSTALACIÓN

El Congreso Nacional de Inclusión Financiera Rural tiene como objetivo compartir los desafíos y avances de la Alianza por la Inclusión Financiera Rural, así como socializar buenas prácticas, lecciones aprendidas, innovaciones tecnológicas, metodologías transformadoras, productos y servicios que entidades públicas y privadas han desarrollado en los últimos 4 años con el apoyo técnico y financiero de USAID. La Alianza busca avanzar en las metas de inclusión financiera de micro, medianos y pequeños empresarios de las zonas rurales de Colombia.

Este esfuerzo del sector financiero, del Gobierno Nacional y la cooperación de los Estados Unidos es una respuesta a las décadas de conflicto interno que vivió el país, y a las profundas desigualdades que aún son evidentes en algunas zonas rurales de Colombia, pero que disminuyen con el trabajo conjunto en el desarrollo del campo.

**Palabras de
JOHN BARSA**

Administrador Adjunto para América Latina y el Caribe de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional - USAID



El Gobierno de los Estados Unidos contribuye desde hace varios años a la generación de alternativas económicas lícitas en municipios rurales, sobre todo en aquellas regiones que han sido afectadas por la violencia, el narcotráfico, la minería ilegal y la presencia de grupos armados ilegales. A través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) se han ejecutado diversos programas de cooperación para el fortalecimiento de actividades productivas en varios territorios de Colombia. Sin embargo, un asunto preocupante es que muchos de estos emprendimientos rurales, y de pequeños campesinos no tienen acceso a servicios financieros de calidad que les permitan solventar sus necesidades de financiamiento para crecer y consolidar sus negocios y emprendimientos. Por esto, en el año 2015 se puso en marcha la Alianza para la Inclusión Financiera Rural por medio de una serie de incentivos para acompañar al sector financiero colombiano a mejorar el acceso a servicios financieros en varios de los municipios rurales más afectados por la violencia.

Se ha incentivado el acceso a créditos productivos, productos de ahorro, seguros y otros servicios financieros a 633 mil micro, pequeños, y medianos empresarios que anteriormente tenían dificultades para acceder este tipo de producto. El sector privado ha movilizado cerca de 840 millones de dólares en servicios financieros, y han apoyado la creación de empleo y el financiamiento de actividades económicas lícitas. De esta manera la inclusión financiera ha demostrado que es un instrumento efectivo para combatir la pobreza y promover la construcción de paz.

**Palabras de
MARTHA LUCÍA RAMÍREZ DE RINCÓN
Vicepresidenta de la República Colombia**



Entidades internacionales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional, y la CEPAL afirman que el crecimiento de América Latina estará en 2%, y el crecimiento de Colombia va a estar por encima del 3%, lo que demuestra que están pasando eventos importantes, como mayor crecimiento en la inversión extranjera directa, así como que las medidas económicas tomadas por el actual gobierno son las correctas; que la Ley de Financiamiento está produciendo resultados, y que es necesario acelerar para fomentar el crecimiento económico. Para esto es necesario consolidar el crecimiento de la demanda, lo que depende de la confianza, por esto es importante que cada colombiano desde la cotidianidad realice una apuesta por

el progreso de Colombia, por las posibilidades de Colombia.

El Gobierno nacional está llevando a cabo un esfuerzo para realizar un pacto por el crecimiento y la generación de empleo en todos y cada uno de los sectores de la economía. Se tomaron en cuenta aquellos sectores que tienen mayor potencial de crecimiento, mayor potencial de exportaciones y de generación de empleos. Se revisaron en 45 gremios de la producción los limitantes para el crecimiento, los factores que afectan una mayor dinámica para la generación de empleos y exportaciones. Asimismo, se ha asumido un compromiso de agilizar trámites, mejorar la calidad regulatoria, contribuir a eliminar cuellos de botella, y de parte de esos 45 gremios el compromiso de generar exportaciones y empleos de calidad. Con este pacto se pueden crecer los empleos en cerca de 860 mil, aumentar las exportaciones de esos sectores en 3.500 millones de dólares.

Colombia es un país que está creciendo, que tiene confianza por parte de la inversión extranjera, que tiene oportunidades reales de aumentar sus exportaciones, porque tiene un aparato productivo diversificado, sólido. Se debe continuar en el esfuerzo para seguir mejorando los niveles de innovación y de productividad, debemos lograr una transformación de las zonas rurales de Colombia, porque tenemos regiones en las que todavía estamos viviendo en el Siglo XIX.

A marzo de 2019 había 28,4 millones de colombianos con acceso a algún producto del sistema financiero, es decir, el 82,3% de los colombianos están incluidos financieramente. Hay análisis especializados como el de The Economist que en su reporte sobre la inclusión financiera reconoce que Colombia está en el primer lugar entre los 55 países que están evaluando y eso muestra una estrategia sólida. El análisis explica que el aumento en la inclusión financiera responde a una política de Gobierno de la mano del sector financiero y a un sistema regulatorio que ha sido favorable para lograr mayor inclusión financiera.

La promoción de la banca móvil y el desarrollo de las garantías mobiliarias son parte del trabajo que ha apoyado USAID y que se ha hecho de la mano del Programa Banca de las Oportunidades con el apoyo de la Superintendencia Financiera en protección, y educación del consumidor financiero a través del uso de las tecnologías emergentes. A esto también ha contribuido el fortalecimiento de la estrategia de

educación financiera y asistencia técnica para el desarrollo de proyectos que permitan mayor inclusión financiera en las zonas rurales.

USAID promueve el marco regulatorio para inclusión financiera, diseño de nuevos productos de ahorro y crédito con entidades financieras, los microseguros, educación financiera. Hoy, por ejemplo, en el marco de este evento se lanza el producto de transferencias inmediatas, es decir, en tiempo real.

Todavía hay 6,1 millones de adultos que se deben incluir financieramente más 1,4 millones de venezolanos que están en Colombia que también requieren de los servicios financieros. Y es que, así como hay avances, hay áreas que son críticas, en las cuales hay que trabajar:

Empoderamiento financiero de la mujer: Solo el 39% de la población femenina tiene un producto crediticio. Estudios del Fondo Monetario Internacional demuestran que, si la mujer está incluida en el sistema económico, y por supuesto financieramente, va a contribuir a que el crecimiento del producto bruto mundial esté alrededor de dos puntos y medio por encima de las cifras actuales. Por su parte, el Banco Interamericano de Desarrollo afirma que si la mujer es incluida financieramente habrá un crecimiento del producto interno bruto latinoamericano del 35% adicional en los próximos años.

Observatorio de inclusión financiera rural. Se necesita un observatorio sobre la mujer, que nos permita saber cómo se están utilizando los productos financieros. Para ello solicito ayuda a USAID, para que con la Superintendencia Financiera y con el sistema financiero se cree este Observatorio, cuya información nos servirá para diseñar políticas públicas, para diseñar productos, para atender a las necesidades de la población rural. Se sabe que hay regiones rezagadas como la región Caribe y la región Pacífica, donde hay rezago en servicios financieros y donde el potencial es enorme por sus actividades productivas y debido a sus condiciones se debe ser creativo para llegar más eficientemente.

Impulsar los pagos digitales: es fundamental por razones como seguridad de los usuarios, acabar con la corrupción, avanzando en servicios financieros digitales que reduzcan los costos de transacción y que faciliten, a través de corresponsales digitales la formalización de todo el sistema de pagos.

Atender los flujos de la población venezolana, la única manera en que podemos lograr que sean útiles es dándoles acceso a los servicios financieros para que puedan formalizarse y sacar adelante sus proyectos productivos.

Colombia necesita que los intermediarios financieros lleguen a toda la población, incluyendo a adultos mayores, jóvenes, mujeres, personas en situación de discapacidad, microempresarios y campesinos. Debe ser un compromiso de todos.

La única manera estable para que Colombia acabe el narcotráfico, que es la gran tragedia de Colombia, es generando desarrollo, formalizando y dándole acceso a todos a estos servicios financieros que permitan mayor dinamismo de la economía colombiana, porque se tiene con qué crecer más del 3% y no se puede ser inferior a este reto 200 años después de que nuestros libertadores no fueron inferiores al reto de combatir en condiciones tan desiguales, esa dependencia que teníamos de España, hoy se debe enfrentar la pobreza y la informalidad que existe en las zonas rurales de Colombia.

IV. PÁNEL I - ALIANZA PARA MEJORAR LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN ZONAS DE ESTABILIZACIÓN Y CONSOLIDACIÓN



PANELISTAS

John Barsa - Administrador Adjunto de USAID para América Latina y el Caribe

Maritza Pérez – Vicepresidenta Ejecutiva del Banco Davivienda

Alejandro Figueroa – Presidente del Banco de Bogotá

Leonor Melo de Velasco – Presidenta del Banco Mundo Mujer

MODERADORA

Silvia Corzo

- **¿Por qué es importante para USAID trabajar con el sector privado, y concretamente con el sector financiero para avanzar en la inclusión financiera del país?**

John Barsa - USAID

USAID está trabajando con el sector privado para ayudar a impulsar el crecimiento económico inclusivo. En USAID creemos que para hacer sostenible el empoderamiento económico se tiene que incluir la participación sólida del sector privado; el liderazgo del sector privado es esencial para impulsar el crecimiento económico y reducir la desigualdad social y económica. El sector privado ofrece tecnologías, innovación, experiencia y redes de apoyo que pueden ayudar a avanzar en nuestros objetivos de desarrollo. Trabajar con el sector privado no es un lujo, es una necesidad. Es por eso que en USAID estamos transformando la forma en que aportamos nuestro compromiso con el sector privado, aprovechar la experiencia del sector privado desde el comienzo de nuestros proyectos, significa cocreación, codiseño y cofinanciación, es un enfoque que aprovecha las mejores ideas e innovaciones para abordar los desafíos de desarrollo más difíciles.

La Alianza Financiera Rural que estamos discutiendo es un ejemplo importante de nuestra estrategia de participación del sector privado, abordamos este reto desde el ángulo de oferta y demanda. Por la oferta estamos brindando incentivos para que el sector privado ofrezca servicios financieros lo que ayudará a prosperar en la economía lícita. Por la demanda con quienes solicitan créditos, ayudamos a que los “prestatarios” sean más atractivos para las instituciones financieras. Las tasas de incumplimiento de los

préstamos respaldados por USAID son inferiores a 7%, mientras que la tasa de incumplimiento urbana es el 10%, porque los clientes rurales aprecian tener acceso a servicios financieros formales, cuando sus alternativas eran prestamistas locales o usureros. Los pequeños empresarios del campo no necesariamente evitaron los servicios financieros debido a las altas tasas de interés, sino al alto costo para acceder a estos servicios.

Hemos ayudado a las instituciones financieras a comprender mejor las limitaciones y oportunidades que enfrentan los campesinos, lo que ha permitido que esas instituciones desarrollen nuevas estrategias y modelos que permitan una operación sostenible en las zonas rurales. El trabajo desarrollado por USAID con los sectores financieros se articula perfectamente con los tres pilares del actual Plan de Desarrollo, más legalidad, más seguridad y más emprendimiento. Finalmente, USAID está trabajando para llegar a que la asistencia extranjera ya no sea necesaria, creemos que cada país debe liderar su propio camino de desarrollo, al financiar e implementar sus propias soluciones a sus desafíos de desarrollo. El involucramiento del sector privado es un componente crítico para encontrar, financiar e implementar esta solución.

- **¿Cómo fue ese reto? ¿Cómo fue llegar a estas zonas tan apartadas, convencer a la gente para que se uniera a esta iniciativa, a las entidades financieras que nos acompañan? ¿Cómo fue esta experiencia, por qué es tan importante vincularlos a ellos?**

John Barsa - USAID

Hemos logrado mucho junto con los socios, el gobierno, USAID, pero además a la Alianza que tenemos con el sector privado, con los grupos financieros. Se han aprendido lecciones y esto nos guía para, en el futuro, hacer más programas.

- **Quisiera ahora preguntarle al Banco de Bogotá, ¿Cómo ha sido esta experiencia de llevar el Banco en un bus a zonas tan apartadas? ¿Cómo fue y de dónde surgió esta idea?**

Alejandro Figueroa – presidente del Banco de Bogotá



USAID nos enseñó cómo atender el microcrédito, porque nosotros no estábamos atendiendo suficientemente a todos los microempresarios. USAID, con una metodología muy especial, basada en el conocimiento de la psicología del cliente y de su perfil de pago nos ayudó a hacerlo. Ese aspecto ha sido fundamental y es la metodología que seguimos aplicando. Ahora bien, el bus es una donación de USAID con la que hemos llegado a más de 90 municipios rurales, lo cual ha sido muy interesante porque estamos facilitando a la gente el acceso a los servicios financieros y aprender sobre sus finanzas fundamentales. El Banco de Bogotá tiene presencia en más de 900 municipios del país, con oficinas y corresponsales; ahora, también con el apoyo de USAID llevaremos la banca digital a todos estos sitios. Esta experiencia hace parte de la estrategia global del Banco, porque creemos que no sólo es parte de nuestra estrategia, sino una obligación con el País, porque debemos

vincular a todos los campesinos de Colombia para poder acabar con el narcotráfico, y si no es a través de proyectos productivos no vamos a salir adelante.

- **Davivienda ha sido líder en la inversión integrada a diferentes cadenas de valor agrícola, en donde participan los productores, los proveedores, las personas que llevan los insumos... ¿Cómo ha sido esta experiencia?, ¿Cuáles han sido los principales desafíos de lo que ustedes se han encargado de liderar?**

Maritza Pérez - Davivienda



Davivienda hace 7 años decidió iniciar el proceso de servicios digitales y móviles, esa decisión es importante en la estrategia de inclusión rural porque permite innovar en cómo llegar a los ciudadanos, sin importar su ubicación geográfica. Con este mecanismo hoy tenemos en la plataforma Daviplata a 5,5 millones de colombianos. Esto ha permitido cambiar paradigmas, se brinda educación financiera de una forma distinta, aprovechando tecnologías como el celular y las tecnologías emergentes. En las zonas rurales se tienen 2,3 millones de colombianos con un primer producto financiero a través del celular.

En el mundo rural existen cadenas de valor agrícolas, y Davivienda ha decidido fortalecer la cadena de café en Tolima y Huila. Para fortalecerlo, junto con USAID diseñamos y ejecutamos una metodología de financiamiento, un mecanismo para conectar a una empresa ancla como una cooperativa de café, los productores, los recolectores, y quien entrega los insumos, de esta manera se atiende al ecosistema completo y logramos que la forma de conectarnos sea una innovación. Lo que podríamos llamar en ese ciclo productivo del café, una empresa ancla, en este caso la

cooperativa de café, pero que también vienen los productores, también vienen los recolectores, también viene quien les entrega los insumos, es decir, vemos ese ecosistema completo, y la forma de conectarlo ha sido una innovación aprovechando la tecnología y el tema digital. Esta ha sido una experiencia muy interesante porque es la combinación de diseñar productos fáciles, conectar ecosistemas productivos regionales y la utilización de tecnologías sencillas, así se rompen paradigmas de costos, los usuarios no pagan esta plataforma y con la utilización que todos los actores hacen de este sistema, hacen que el modelo sea rentable.

- **Las mujeres estamos formando parte más activa del desarrollo económico del País, por eso le quiero preguntar a la señora Leonor Melo de Velasco, presidente del Banco Mundo Mujer, ¿Cómo ha sido para ustedes esta experiencia del Banco en el empoderamiento de la mujer? ¿Qué tan fácil o difícil ha sido vincularla a esta Alianza?**

Leonor Melo de Velasco – Mundo Mujer



El Banco mundo Mujer ha sido pionero en las microfinanzas rurales; desde que éramos fundación iniciamos crédito rural y crédito agropecuario. Al realizar estudios de mercado conocimos las necesidades y las habilidades de la mujer empresaria campesina, nos dimos cuenta de que la mujer campesina es el eje del hogar, se levanta muy temprano, prepara el desayuno para que los niños puedan ir a estudiar, para que el esposo salga a jornalear para que genere dinero, porque en la parcela tienen alimento, pero se necesita dinero y además maneja su microempresa de pollos, gallinas o la huerta. Cuando la mujer recibe el crédito, cuando ella firma el pagaré, cuando ella interioriza que es sujeto de crédito, se fortalece su autoestima, se empodera, va perdiendo dependencia emocional del hombre. La mujer piensa primero en la familia y de las utilidades mejora la alimentación, mejora el vestido, y lo más importante, brinda más y mejores oportunidades para sus hijos, quiere que sus hijos tengan una vida mejor. Esto le permite tomar decisiones en el hogar, en la familia, en la comunidad, y con Banco Mundo Mujer tiene educación financiera.

El Banco Mundo Mujer y la Fundación Mundo Mujer somos un equipo, la Fundación cada año realiza la Feria Empresarial y el Foro Académico. Este año llegarán mujeres empresarias de siete departamentos del suroccidente colombiano, y en la rueda de negocios van a asistir compradores de los siete departamentos. Por vía remota se va a instalar E-Commerce para que tengan una tienda virtual con sus productos, los puedan presentar y negociar. De manera que estamos contribuyendo permanentemente al crecimiento de estas mujeres que son un referente y un ejemplo de su comunidad, ellas aportan para una Colombia próspera y en paz, son familias autosuficientes, felices, con el compromiso de permanecer en el campo.

- **Se puede leer la felicidad de contarnos lo que han avanzado, ¿Cuáles son los desafíos para los siguientes años después de la experiencia que han vivido en las regiones?**

Maritza Pérez - Davivienda

Creo que tenemos que fortalecer la infraestructura de conexión digital en el País, a pesar de que tenemos brechas de educación financiera, e inclusión financiera, no tenemos que hacer el recorrido que hicieron los países desarrollados, debemos aprovechar las nuevas tecnologías. En Colombia tenemos el

reto de asegurar que realmente en cada rincón del país exista infraestructura y conectividad para adquirir conocimientos y para manejar el dinero. Con USAID desarrollamos un modelo muy interesante, con la experiencia y el número de clientes que tenemos, dando crédito a quien nunca lo había tenido, 100% móvil. Es un modelo de aprobación de crédito para personas sin experiencia de crédito en zonas rurales, lo llamamos Nanocrédito, además aprovechando que Colombia tiene una legislación y un contexto regulatorio que permite procesos de innovación, empezamos el crédito 100% móvil en el celular; ahorrar con los bolsillos de ahorro.

El ecosistema deja que los problemas se resuelven cuando nos conectamos, y juntos en un ecosistema: empresarios, entidades financieras, campesinos, y los comerciantes se conectan vamos a tener ese propósito: un País donde hay menos efectivo, un País donde seguramente podemos tener mayor transparencia en los negocios y podemos tener una economía más transparente, porque es más digital.

Alejandro Figueroa – Banco de Bogotá

El reto más importante es llegar al 100% de los colombianos, y la tecnología nos va a ayudar con este reto, porque lo hace mucho más simple, mucho más económico. También hay que dar mensajes de presencia, por ejemplo, USAID nos ayudó, aportó parte de los recursos para dos oficinas que tienen mucho significado como son la de San Vicente del Caguán y la de Santander de Quilichao, es un mensaje de cómo se llega a zonas que han estado en el centro del conflicto.

Pero lo más importante para todos estos proyectos campesinos es que haya una empresa grande, importante, que este adquiriendo sus productos y esté ayudando a sacarlos a exportación. Es un punto de los que más tenemos que trabajar que sería el gran complemento del apoyo al sector productivo.

Leonor Melo de Velasco – Banco Mundo Mujer

Como pensamos en lo rural, la electrificación es muy importante, cambia totalmente la vida del campesino tener acceso para los motores, para el trapiche, para los tanques de frío, da más valor agregado, y para la parte lúdica la utilización del televisor es tener acceso al mundo.

Mejorar las comunicaciones, ampliarlas y tecnificarlas es indispensable, aumentar la conectividad. En realidad, hay que reconocer al Gobierno Nacional su compromiso e interés con las TICS, porque nos ayuda con el esfuerzo de la banca al digitalizar y las App donde pueden hacer transacciones, ver saldos, no tener que ir a la oficina a preguntar, acceder más fácilmente a crédito y ahorro y tener un País de propietarios, con una inclusión financiera mucho más rápida y fluida. También es muy importante mejorar las vías terciarias, hay caminos intransitables por donde no pueden sacar sus cosechas, y como esto es un conjunto del trabajo de todos, debemos reforzar la seguridad también.

El gran apoyo de USAID ha sido fundamental, una revolución, una transformación, su modelo metodológico de educación financiera tiene mucho impacto. El análisis interno y el diagnóstico para estructurar el área de comunicaciones, una entidad como Banco Mundo Mujer en crecimiento constante tiene que fortalecer su cultura y tener una comunicación fluida; también en la parte móvil tenemos al App para los analistas de crédito rurales, para gestión integral de comercialización que aumenta la eficiencia y la productividad, y dar mayor servicio a los clientes, o sea que eso ha sido fundamental y con la garantía de más acceso.

PARTE 2



PANELISTAS

John Barsa - Administrador Adjunto de USAID para América Latina y el Caribe

Miguel Charria – Presidente de Bancamía

Patricia Pérez – Gerente General de Microempresas de Colombia

Fabio Andrés Montoya – Director Ejecutivo de Interactuar

Gustavo Vega - Presidente de ACH Colombia

MODERADORA

Silvia Corzo

- **Se ha destacado Bancamía por su estrategia para acercar los servicios financieros a la población rural, reduciendo los costos y los tiempos de desplazamiento de los clientes rurales para acceder a estos servicios. ¿Cómo ha sido esta experiencia?, ¿cómo han hecho para que todo esto sea mucho más fácil, para que sea más conveniente? ¿Cuál es el interés de Bancamía de participar en esta parte de todo el desarrollo?**

Miguel Charria – Bancamía



Bancamía hace parte del grupo Fundación Microfinanzas BBVA, desde nuestro origen hemos trabajado con la misión del desarrollo de los microempresarios tanto del campo como de la ciudad. En una entidad con una misión social como la nuestra, es tan importante la sostenibilidad financiera como llegar al mayor número de microempresarios posible, esos microempresarios sean en su gran mayoría vulnerables, desde el punto de vista de sus ingresos, o desde el punto de vista geográfico; asimismo, es importante llegar a la mayoría de los municipios del país, al 100%. Bancamía hace su trabajo y su actividad sin apartarse de su misión social, es así como en el año 2012 como decisión estratégica apostamos por el campo colombiano, ya que es allí donde la pobreza ha sido mucho más severa, donde se ha vivido con mayor intensidad el conflicto armado, donde los niveles de pobreza y pobreza extrema son casi el doble de la media nacional. Somos muy conscientes de la deuda que tenemos todos con el campo colombiano.

Nuestro modelo de aproximación a los clientes es el modelo de banca relacional, asesoramos a todos y cada uno de los más de un millón de clientes que hoy atendemos. Pero cuando estamos en zonas rurales dispersas, es mucho más complejo tanto para la entidad que presta el servicio, como para el propio cliente, ya que representa dinero para transportarse hasta la oficina, dejar su negocio solo, por tanto, tenemos una apuesta donde los grandes proyectos de Bancamía han sido para tratar de llevar la tecnología al servicio de estos microempresarios, que ha sido un problema en todos los países de Latinoamérica. Se ha logrado tener un modelo sostenible que permite la relación uno a uno con los clientes.

Hoy tenemos una oficina virtual para hacer transacciones desde casa, tenemos banca móvil desde la que pueden hacer ese mismo tipo de transacciones, estamos aprovechando la presencia que tenemos frente a ellos para darles formación tecnológica, para enseñar a utilizar estas herramientas y para que poco a poco logremos hacer un tránsito de estos clientes a clientes digitales.

- **Interactuar lleva 30 años de experiencia ofreciendo servicios de desarrollo empresarial, complementados con acceso financiero. ¿En qué consiste el modelo y cómo ha sido la experiencia en Antioquia y Sucre?**

Fabio Andrés Montoya – Interactuar



Interactuar nació hace 35 años, con la convicción de que hay una oportunidad de generar país a través de los negocios; en todo este tiempo hemos desarrollado una plataforma de servicios financieros, con microcrédito, con microseguros y estamos convencidos que, acompañando a ese empresario, conectándolo con mercados, enseñándole cómo gerenciar su negocio, enseñándole temas vocacionales para que puedan emprender, hemos impactado todos los campos económicos de la microempresa.

Estamos trabajando en la construcción de encadenamientos productivos en el marco de nuestro proyecto con USAID, donde la empresa ancla nos aporta una gran cantidad de información, el microempresario, el pequeño agricultor puede vender a mejores precios y nosotros logramos prestar con mejores condiciones a esa empresa, y ante todo estamos empujando para que estas familias tengan un mejor ingreso del que tienen normalmente.

- **¿Cómo ha fortalecido Microempresas de Colombia su modelo de atención en la ruralidad dispersa, y cuáles han sido los retos y los desafíos en esta tarea?**

Patricia Pérez – Microempresas de Colombia



Microempresas de Colombia está radicada en Antioquia, para llegar a la ruralidad tuvimos que diseñar canales, para acompañar al microempresario en su formación y en todos los servicios. En alianza con USAID desde hace 4 años hemos diseñado el cómo llegar a las zonas más distantes de Antioquia, donde hay un problema de seguridad, especialmente en las zonas rurales. Con ese apoyo se diseñó un plan de fortalecimiento interno, iniciando con un diagnóstico y nos acompañaron en el mejoramiento de nuestras debilidades como comunicación, mercadeo y la implementación de servicios digitales para prestar los servicios a cero costos, así se diseñaron corresponsales rurales, para brindar al micro empresario rural posibilidades, las mismas posibilidades de los microempresarios de la zona urbana; también se instaló la oficina móvil, para que vaya a las veredas, y presten los mismos servicios y

transacciones de una oficina normal. También se ha diseñado Credifácil, el cual ha sido aceptado y tiene más uso en las zonas rurales que en las zonas urbanas.

- **¿Cómo ha sido la inclusión de ACH en las regiones? ¿Cómo ha sido esto de facilitar las transacciones entre ellos?**

Gustavo Vega - ACH Colombia



En este momento estamos desarrollando un nuevo servicio de transferencias inmediatas de manera que el usuario, a través de la aplicación de su entidad financiera, pueda enviar dinero en pocos segundos a otra persona en cualquiera de las entidades financieras vinculadas. Con esta herramienta se busca apalancar las estrategias de las entidades financieras creando un ecosistema para promover pagos electrónicos y disminuir el uso del efectivo.

En este proceso hemos contado con entidades financieras, el Banco de la República, la Superintendencia Financiera, la Unidad de Regulación Financiera (URF), aliados tecnológicos y USAID.

- **Señor Barsa, después de haber escuchado a los actores de las entidades financieras que han formado parte de esta Alianza, ¿Cuál es su balance?**

John Barsa - USAID

Cada persona que se encuentre en este recinto debe tener sentido de orgullo y esperanza porque sin duda alguna vamos por buen camino y en USAID estamos honrados de estar en ese camino para una Colombia más próspera. Gracias a todos por este esfuerzo, gracias por este evento.

- **Quiero presentarles a una persona que ha sido muy importante en el desarrollo de todo este programa, ha hecho que la Alianza por la Inclusión Financiera Rural haya tenido una credibilidad, que haya superado muchos obstáculos para llegar a las regiones, y quiero presentarles al Coordinador del Portafolio de Servicios Financieros Rurales, el señor Germán Sanz, para que nos acompañe en esta última franja del panel con el doctor Vega. ¿Quisiera también que usted nos compartiera lo que ha sido para ustedes hacer este desarrollo?**

Germán Sanz - USAID



A nombre del Director de la Misión, Larry Sacks, les doy la bienvenida a este evento; él hace poco tiempo deseaba comprar café para sus allegados en Estados Unidos, pero el café deseaba comprárselo a un productor de una de las zonas en las que USAID ha trabajado, para pagarlo utilizó los servicios de ACH y quisiera mostrarles un corto video en el que quedó registrada su experiencia de compra utilizando Transferencias Ya.

El gran impacto de este tipo de aplicación, reconociendo que llevar efectivo a zonas rurales es complicado, es fomentar ecosistemas con menor uso de efectivo, y para eso las aplicaciones, donde recibo la consignación es muy importante.

Doctor Vega, este es un proyecto que está en marcha, quiero abrir el espacio para que nos diga cómo vinculamos a otras entidades financieras en este piloto y que podamos masificar este servicio.

Gustavo Vega - ACH Colombia

ACH Colombia es un sistema de pagos de bajo monto; nuestro rol es vincular la mayor cantidad de entidades financieras, para que nos permitan crear un verdadero ecosistema. Hoy tenemos bancos comerciales, cooperativas, sociedades especializadas en depósitos de pagos, estamos abiertos a fiduciarias, entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, con el potencial, las estrategias de cada entidad se puede crear este ecosistema en Colombia de gran beneficio para el país, con una excelente experiencia del usuario, que brinde seguridad, confiabilidad y disponibilidad del servicio en todo momento.

- **¿Qué tan difícil es lograr que algo tan complejo parezca tan simple como lo vimos en el video de ese caficultor que le mandó la carga de café a la Embajada?**

Gustavo Vega - ACH Colombia

Hace un año iniciamos este reto; inicialmente fue importante dialogar con las entidades financieras para apalancar el ecosistema, hacerlo transaccional, luego se buscaron los aliados tecnológicos para crear este nuevo servicio, y contamos con el apoyo del Gobierno, especialmente del Banco de la República, la Superintendencia Financiera y la URF.

Pensando en el usuario, en que su experiencia fuera sencilla, se necesitaba solo el número celular para hacer una transferencia inmediata, sin número de cuenta ni banco ya que puede hacer la experiencia más difícil. Especialmente en la validación de la experiencia del usuario el apoyo de USAID ha sido fundamental, para que fuera fácil de utilizar y que generara confianza y seguridad.

No ha sido fácil, pero este proyecto ya es una realidad para el país. Esperamos beneficios, prosperidad, desarrollo, inclusión, se tiene un gran potencial por delante para desarrollar este servicio.

V. PÁNEL II- RETOS DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA



PANELISTAS

Andrés Valencia – Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural
Jorge Castaño – Superintendente Financiero
Gerardo Hernández – Director del Banco de la República
Felipe Vega – Director de la Unidad de Regulación Financiera
Santiago Castro – Presidente de ASOBANCARIA
María Clara Hoyos – Presidenta de ASOMICROFINANZAS

MODERADOR

Ricardo Ávila – Director del Diario Portafolio

- **¿Cuáles son los principales desafíos que identificados desde el Ministerio de Agricultura para lograr mayor inclusión financiera en el campo colombiano?**

Andrés Valencia – Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural

El Gobierno ha identificado diferentes factores que dificultan la inclusión financiera de los campesinos y que no les permiten acceder al crédito por primera vez y de esta manera fortalecer la producción o sus finanzas. Así que los principales desafíos que se identifican para lograr el avance del sector rural y agropecuario en el país son:

En primer lugar, no todos los campesinos tienen cómo pagar el crédito y esto en parte obedece a las garantías que necesita el sector financiero para el pago, ya que no hay titulación de la tierra. Este gobierno destinó 150 millones de dólares para catastro rural que debe generar incentivos para legalizar la tierra de manera más acelerada, factor esencial para que campesinos, productores y propietarios puedan acceder al crédito utilizando su tierra como garantía. Es importante utilizar los mecanismos del programa Agricultura por Contrato para respaldar los créditos que obtengan los productores del campo. Hay un enorme reto, formalizar las relaciones entre productores y compradores y que ese contrato sirva de garantía, ya que la Superfinanciera asegura que estos contratos son una garantía idónea para la adquisición y pago de créditos.



La educación financiera se presenta como un desafío constante para el sector rural y agropecuario. No todos los campesinos conocen los beneficios o el funcionamiento de las entidades financieras, microfinancieras o cooperativas; se ha identificado que la educación financiera en el sector rural es mucho más baja que el promedio nacional. Muchos campesinos acceden a créditos gota a gota con altos intereses, lo que los obliga a aferrarse a un sistema informal por lo cual es urgente impulsar la legalización de tierras y hacer mayor presencia con las microfinanzas. Desde las entidades financieras debe mejorarse la originación de créditos, pues existen diferencias en los ciclos de los cultivos o de los negocios del sector y esto afecta las finanzas y operación de la producción agropecuaria lo que no permite que los productores accedan con confianza al crédito formal.

- **¿Cómo compatibilizar el choque entre la informalidad del campo colombiano con las exigencias regulatorias de la banca?**

Jorge Castaño – Superintendencia Financiera

Para compatibilizar la informalidad y las nuevas exigencias regulatorias es necesario hacer una reflexión sobre el camino que se ha recorrido en Colombia para llegar a cumplir las metas actuales que son muy exigentes, para moverse a poblaciones que no se están acercando al sistema financiero; no solo debemos mirar el sector rural, también hay grupos de edades que no lo hacen; no solo debemos pensar en los grupos vulnerables, se debe pensar en beneficiar a todos. Las autoridades deben acompañar el proceso de inclusión financiera en todo el territorio nacional. Se debe conocer el balance adecuado de acompañamiento, y la transformación digital es el camino sobre el cual avanzar en tener ese balance.



Se debe pensar no solo en los créditos; la inclusión financiera también son productos de transaccionalidad, es tener algún mecanismo que me proteja el activo”. De esta manera es necesario moverse hacia otros segmentos adicionales y ofrecer beneficios económicos además de un buen servicio a la población, por ejemplo: cuentas transaccionales de ahorro, de trámites ilimitados, hay que lograr la sostenibilidad a través de los servicios digitales. Hace pocos años era imposible abrir cuentas sin visita a la oficina y con varios documentos, hoy, gracias a un marco regulatorio de dos o tres datos fundamentales se puede hacer. Allí es donde inicia la transformación digital.

- **¿Cuáles son los retos de la inclusión financiera en el país?**

Felipe Lega - Unidad de Regulación Financiera

Es clave conocer el nivel de educación financiera en Colombia y las causas de las brechas que existen en materia financiera y de acceso a la bancarización; por ello, es importante generar ese ecosistema, para lograr atender las características del sector rural con todas las oportunidades de mejora, y es que tienen acceso a la infraestructura financiera. La URF realizó una actualización de la regulación colombiana, pues estas políticas tenían 13 años sin revisión; esta actualización permite que se reconozcan actores en el campo financiero, especialmente en lo referente a la transparencia en tarifas y demás servicios, eso representa la madurez del sistema.



Una de las razones por las cuales se trabaja en el desarrollo del ecosistema de pagos digitales es porque corresponde a una construcción entre las entidades y las autoridades, y se hace en conjunto con las entidades privadas, que son quienes hacen la implementación y quienes la perciben. La revisión de los sistemas de pago es un eje fundamental y transversal para que se conviertan en digitales en todo el territorio nacional. Los corresponsales bancarios son fundamentales para alcanzar las metas de la inclusión financiera, pero es necesario tener un marco regulatorio que se acomode a todas las realidades de la tecnología, que actualmente permite mayores flexibilidades, mayores sistemas en corresponsalía virtual y digital, y apalancar los logros y metas de inclusión financiera.

- **¿Cuáles son los lineamientos de política pública que impactan la inclusión financiera en el país?**

Gerardo Hernández - Banco de la República

En este tema es importante iniciar señalando de dónde venimos y lo que no se debe hacer para impulsar la inclusión financiera. Todo el trabajo de microfinanzas ha sido un trabajo de política pública de muy largo plazo, iniciando con el impulso al microcrédito, luego la creación y masificación de corresponsales, después la banca móvil, ahora se habla de pagos digitales; es decir, ha sido un proceso a través del cual se ha logrado algo que es extraordinario, tanto las entidades reguladas como las no reguladas que están trabajando en microfinanzas tienen metodologías apropiadas, tienen calidad de cartera adecuada fruto de un trabajo constante.



No se puede pensar que a través de regulación o de leyes se va a poder conseguir éxito o mayor cobertura en la inclusión, principalmente en lo que tiene que ver con la inclusión financiera rural, pues es mucho más compleja que la inclusión urbana, que ha tenido un crecimiento sólido y acompañado por las entidades y la política pública. Los sistemas de pago son fundamentales, si no se hace una mejora que permita los sistemas de pagos digitales, interoperables, más económicos, con mayor acceso, difícilmente se llegará a sectores vulnerables y al sector agropecuario.

- **¿Cuál es el reto para el acceso a los servicios financieros para las entidades y para el Gobierno Nacional?**

María Clara Hoyos – ASOMICROFINANZAS

Según el DANE existe un espacio amplio para trabajar en inclusión financiera ya que tenemos 10.1 millones de microempresarios y negocios por cuenta propia de los cuales, con acceso a crédito solo tenemos cerca de 3.200.000. El artículo 63 del Plan Nacional de Desarrollo dicta que muchas de las entidades no vigiladas por la Superfinanciera van a poder tener acceso a recursos de Finagro para llevar estos servicios financieros y no financieros a los usuarios de sus servicios.

Siendo las entidades financieras las que se encuentran atendiendo a los microempresarios de las zonas campesinas, se hace una invitación a las entidades gubernamentales para que escuchen a estas entidades financieras que conocen los desbalances que existen en la realidad colombiana.



- **¿Cuáles son los desafíos más importantes de la inclusión financiera?**

Santiago Castro - ASOBANCARIA



Uno de los desafíos más importantes en la inclusión financiera es llevar educación financiera a todo el territorio nacional, lo que se debe impartir desde los planteles educativos y no solo cuando se requiere un producto financiero. En cartera se ha llegado a 21.9 millones de pesos en el sector agrícola en los últimos cinco años. Y en datos porcentuales se está creciendo al 6.9 por ciento.

Sobre cobertura móvil, el principal reto es brindar mayor cobertura al sector rural y agropecuario a través del uso de la tecnología digital y las entidades financieras están en capacidad de brindarla.

Y sobre educación financiera real, esta se debe impartir desde la escuela, no esperar a necesitar un producto financiero.

VI. PÁNEL III – LOS ROSTROS DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA



PANELISTAS

Agustina Quina Quina – Artesana tradicional de Santander de Quilichao (Cauca) y cliente de Contactar

María Andrade – Microempresaria del municipio de La Macarena (Meta), y asociada a la Cooperativa Congente.

Karina Lora – comerciante y participante del Grupo de Ahorro y Crédito de Financiera Opportunity en San Jacinto (Bolívar).

Lucero Herrera – cultivadora de pitaya de La Argentina (Huila) y asociada a la Cooperativa Coofisam.

Juan Carlos Pinilla – microempresario de Lejanías (Meta) y cliente de la Financiera Crezcamos.

Moderador

Yamit Palacios – Caracol Radio

- **¿En dónde estaban ustedes antes de tener una relación con cada una de estas instituciones, con las entidades de ahorro y crédito con las que se han relacionado?**

Agustina Quina Quina - Santander de Quilichao, Cauca



La artesana y su familia se dedica a producir esteras y sudaderos (artículo que se ubica para montar a caballo debajo de la silla o de la enjalma). La señora Quina y su familia trabajaba inicialmente con recursos propios para comprar materia prima, pero con el primer crédito de Contectar aumentaron la cantidad de materia prima y lo mismo con el segundo crédito que la entidad realizó a esta artesana. La materia prima es comprada a los familiares que tienen las condiciones físicas para recolectar juncos mientras la artesana se dedica a la elaboración de los productos finales, debido a que tiene como pagar suficiente materia prima puede aceptar pedidos mayores que ahora ya tienen capacidad para atender. Doña Agustina fue

hasta la sede de Contectar en Santander de Quilichao, donde una asesora le explicó cuál era el proceso y rápidamente accedió al crédito.

Karina Lora – San Jacinto, Bolívar

Karina comercializa las mochilas fabricadas en San Jacinto por manos de artesanas de la región, en busca de innovación se les añaden otros accesorios. Opportunity le ha brindado la oportunidad de aprender a ahorrar por medio de una metodología en la cual un grupo de mujeres se reúne cada quince días, les hace acompañamiento una capacitadora, cada uno deposita su ahorro y un miembro del grupo se dirige a la entidad financiera y allí consignan como ahorro programado.

Anteriormente se ahorra en alcancía, pero no era comunitario. La entidad financiera les brinda la oportunidad de programar su ahorro, de reunirse para generar capital social. Cada persona también realiza su ahorro personal o familiar con un propósito.



Juan Carlos Pinilla – Lejanías, Meta



Crezcamos ha brindado un apoyo oportuno ya que el productor se encontraba en “pre-quebra” por falta de capital para compra de insumos; en el negocio de piscicultura es vital contar con flujo de caja permanente para comprar la alimentación de los peces. Crezcamos tenía la campaña “Ojo con la plata sola, póngala a trabajar”, en la sede de Granada (Meta), fue allí donde Juan Carlos dialogó con la gerente y al tercer día tenía el desembolso del crédito. Para él se trata de una entidad que presta el servicio en el momento oportuno, que vale la pena, y que prácticamente definió el futuro del negocio y del microempresario y su familia. Hoy, celebrando el bicentenario se llama a que se apoye a los campesinos, quienes fueron los primeros soldados, si usted quiere abrazar a un campesino hay que comprar sus productos ya que se está permitiendo que se queden en la región, que vivan su arraigo, que quieran a su familia y que tenga la motivación para seguir en el campo, además que tenga motivación

para seguir produciendo bien y no dedicándose a la guerra, que produzca lo que otros van a consumir, así también se garantiza que el campesino pague sus créditos.

Lucero Herrera –La Argentina, Huila

Lucero pertenece a Propitahaya del Huila que exporta pitahaya a Hong Kong y Malasia, quienes inicialmente producían, pero no sabían comercializar su producto y menos conjuntamente. Posteriormente una ONG canadiense les enseñó a comercializar y apalancó un crédito con Coofisam, el cual les sirvió para pagar oportunamente al campesino mientras la exportadora les pagaba.

Este crédito les sirvió porque al pagar oportunamente se creó fidelización entre el productor y la asociación y no exponerse a vender individualmente y correr el riesgo del no pago.



María Andrade – La Macarena, Meta



La señora Andrade tiene una panadería, unidad productiva que en su momento fue visitado por el instructor de semilla cooperativa de Congente, quien le ofreció un plan de ahorro para que, con base en ese ahorro, se le pueda realizar un crédito para ampliación y mejoramiento de la panadería.

La Cooperativa creó un grupo de ahorro que se reúne quincenalmente, en el cual cada participante aporta un tope mínimo de ahorro de \$20.000, el instructor deposita el dinero en la cooperativa y se evita hacer largas filas y los costos del desplazamiento.

Yamit Palacios- Moderador

De cada uno de estos relatos se obtienen dos palabras de resumen: Confianza, alguien confía en los emprendimientos o los productores y cercanía, quien se acercó a ellos, quien les atendió era alguien que entendía cuál era su negocio, su actividad, cuál era su necesidad, y eso es parte fundamental de lo que muchos usuarios de las entidades financieras quieren sentir.

- **¿Usted ve que su negocio crece?, ¿En qué le gustaría que se convirtiera su negocio?**

Agustina Quina Quina – Santander de Quilichao, Cauca

Contactar capacita en el manejo del dinero, antes se vendía y no se sabía en qué se gastaba, ahora estamos invirtiendo. Agustina sueña con que el negocio crezca, varios familiares ya son clientes de Contactar, y se dedican al mismo oficio.

- **Una vez esos grupos tienen dinero suficiente, ¿qué hacen con ese dinero?**

Karina Lora – San Jacinto, Bolívar

Opportunity brinda la oportunidad de que además de ahorrar, se pueden solicitar créditos. Hasta el momento no se ha solicitado porque no existe la necesidad, Opportunity ha brindado capacitación y nos ha abierto las puertas al crédito. En esta metodología el mismo grupo puede servir como referencia ya que estamos depositando en ahorro aproximadamente \$600.000 mensuales.

En cuanto a la venta de las artesanías, la idea es crecer con el negocio porque en el pueblo no estamos comercializando bien, quienes se llevan gran parte de la ganancia son los intermediarios que compran a precios muy bajos y venden a precios altos.

- **¿Cuál es el siguiente paso para su empresa? ¿cómo hacerlo más grande para beneficiar a más gente, o emplear a más gente, o para asociarse con más gente?**

Juan Carlos Pinilla – Lejanías, Meta

A nivel de empresa hay muchas oportunidades de crecimiento. El crecimiento que viene es procesar el pescado, hacer filetes, para tener valor agregado y llegar directamente al consumidor y el cumplirlo depende del comportamiento con las entidades financieras porque no tengo el capital económico propio para realizar este proyecto.

Se han tenido ayudas del Gobierno con el proyecto Pares, en la región hay un container, es necesario implementar los equipos de frío, hacer conexiones anexas, tratamiento de aguas, conexiones eléctricas, falta el transporte para los insumos y el especializado en frío. También se realizaron análisis cromatológicos, para reducir el costo del alimento para piscicultura con variedades de la zona y para tratar de bajar un poco el costo al concentrado y ofrecer un mejor producto.

- **Hablemos de la posibilidad de escalar las actividades de la asociación de Pitahaya.**

Lucero Herrera – La Argentina, Huila

La meta inmediata es consolidar la comercialización tipo exportación, porque la fruta nacional no da margen de ganancia, no cubre los gastos que genera la producción del cultivo. Se necesitan más exportadoras confiables que ayuden a vender el producto fuera del país.

Luego la transformación de la fruta, en el exterior se vende con buen margen derivados de la fruta como pulpa y deshidratados, y otras presentaciones como snacks, pero que en nuestro medio muchas personas no conocen.

- **Todos acá estamos preocupados por la deforestación en el sur del país, hemos visto en las noticias la cantidad de hectáreas deforestadas para múltiples cosas, para cultivos ilícitos, para ganadería extensiva, ¿Qué tienes para compartírnos sobre esta situación?**

María Andrade – La Macarena, Meta

En este momento el municipio de La Macarena está sufriendo un problema de deforestación, debido a la falta de vías de comunicación y de penetración, obligando a los habitantes a tener extensiones de ganado, lo que requiere deforestar mucho bosque para sembrar pasto. Es necesario hacer un pare en esto que afecta no solo a la región. Se debe educar a la gente para que no existan grandes extensiones de ganado, que tengan calidad no cantidad; hay tres quesilleras, y personas que ordeñan diariamente hasta 70 vacas, es mejor tener productividad con un mayor promedio de leche por vaca, lo que implicaría menor extensión en pasto y menor deforestación.

- **¿Con qué persona del auditorio le gustaría tomarse un tinto para entablar una charla y qué le gustaría decirle?**

María Andrade: – La Macarena, Meta

Con el Ministro de Agricultura y le diría que mire a La Macarena con buenos ojos, hay gente buena y además es un sitio turístico muy hermoso. Hay que capacitar a los campesinos para sus lecherías y ayudarles a sembrar cacao.

Lucero Herrera –La Argentina, Huila

Con el sector financiero para que la atención en el sector rural sea los domingos, el día que el campesino baja a la cabecera municipal y que además nos manejen tasas de interés especiales, bajas para el sector agropecuario, no solo cuando la entidad financiera requiera más clientes, que sean permanentes, porque así el campesino se puede programar y adquirir esos créditos a una tasa favorable. Los incentivos al crédito rural que se necesita que las cooperativas brinden y que solo existen en ciertas entidades como Banco Agrario y Coofisam en La Argentina.

Juan Carlos Pinilla – Lejanías, Meta

Con socios para establecer la cadena de frío para la piscicultura.

Karina Lora – San Jacinto, Bolívar

Con todas las entidades financieras que apoyan a las cooperativas y las asociaciones que existen en San Jacinto y en Montes de María para no olvidar a los campesinos, al sector agrícola para que los acompañen y les generen confianza en sus productos.

Agustina Quina Quina – Santander de Quilichao, Cauca

Con todos aquellos que hacen parte de Contactar por agradecimiento.

Yamit Palacios - Moderador

Se está pensando en un país en paz y hay cosas muy simples que no se han resuelto como carreteras, desintermediación de la relación comercial para que el precio no sea impuesto por el comercializador, capacitación para la asociatividad, y muchos productores están sacando adelante sus microempresas a pesar de esas falencias, no se está solicitando nada distinto al quehacer de las diferentes instituciones y empresas, imaginen como se pudiera desarrollar las microempresas rurales si pudiéramos suplir todas estas ausencias.



VII. PANEL: TRABAJO COLABORATIVO EN LOS ECOSISTEMAS DIGITALES

Panelistas:

Fernando Maldonado – USAID

Mac Wallace - Director de Zest Finance

Fernando Maldonado - USAID

Colombia se encuentra en el primer lugar de Inclusión Financiera en el ranking del Microscopio Global, esto se atribuye a que desde hace más de una década el país ha puesto en marcha una estrategia de inclusión financiera nacional. Esta estrategia ha sido clave en manejar una regulación que fomenta la creación de productos financieros electrónicos, facilita el acceso a los microcréditos, fomenta la participación de agentes no bancarios y, recientemente, de las empresas de tecnologías financieras que intentan una prestación de productos y servicios inclusivos. Sin embargo, aún existen barreras para la inclusión financiera en Colombia, por ejemplo, los obstáculos para hacer ecosistemas de pagos, y la falta de conocimiento suficiente sobre la demanda de productos financieros por parte de pequeñas empresas y personas de ingresos bajos y medianos.

USAID está interesado en desarrollar o colaborar en el desarrollo de ecosistemas digitales porque: son seguros, inclusivos y confiables, se quiere avanzar en el desarrollo internacional y en la asistencia humanitaria con tecnologías digitales más efectivas y apropiadas y fortalecer los ecosistemas digitales fomenta sociedades más resistentes y autosuficientes. De acuerdo con datos del Banco Mundial, casi dos millones de adultos permanecen sin acceso a una cuenta bancaria, sin embargo, en este mismo segmento, más de un millón de adultos tiene teléfono móvil, por lo tanto, no se están utilizando la potencia de ciertas funciones digitales.

Se debe reconocer que los obstáculos no son unilaterales, para tener un ecosistema resistente y sostenible en términos generales se requieren de ciertas condiciones: Gobierno y sector privado dedicados y comprometidos: las soluciones no van a venir de un solo sector sino de ambos, y sobre todo se debe trabajar en conjunto y se necesita una infraestructura amplia, penetrante, junto con instituciones capacitadas en herramientas y conocimientos para la aplicación digital, y una población empoderada que tome ventaja de esa infraestructura.

El Banco Mundial indica que a 2018 existe un déficit mundial de más de 200 billones de dólares en la brecha financiera entre servicios financieros y poblaciones rurales. En cuanto a la oferta hay una gran oportunidad de parte de los proveedores de servir al segmento que actualmente no está accediendo ni utilizando servicios financieros formales y en cuanto a la demanda las vidas financieras de las poblaciones rurales son muy complejas, y se necesitan varios productos financieros que generen verdadero valor en las poblaciones rurales. Para lograr suplir esta necesidad es fundamental: ofrecer productos y servicios con fácil acceso, fácil pago, y capacitación del consumidor, lo que puede lograrse a través de una infraestructura confiable, y un sector público comprometido; tener claro si los productos que se ofrecen están bien diseñados para la población, buscando que lo digital pueda ayudar a ofrecer servicios de fácil acceso y con educación financiera para sobrepasar los miedos de la población.

Mac Wallace - Director de Zest Finance

Realizar inclusión financiera en Colombia, a través de un ecosistema seguro, abierto e interoperable significa realizar acciones en varios niveles:

- I. Los formuladores de política pública frente al tema deben fomentar un entorno favorable a través de políticas e interacciones efectivas.

- Los reguladores se enfrentan a nuevos desafíos y oportunidades para crear un entorno favorable que conduzca a la inclusión financiera. El entorno favorable es importante para los encargados de generar políticas.
 - Los reguladores tienen la oportunidad de aprovechar la tecnología digital para recolectar datos para estudiar de manera más efectiva los mercados.
 - Los reguladores pueden interactuar directamente con los consumidores a través de sistemas digitales, para quejas, reclamos y proteger a los consumidores.
 - Con la tecnología digital los reguladores tienen oportunidad de escoger proveedores y proteger consumidores.
 - La tecnología digital ofrece buenas oportunidades para generar un entorno favorable.
2. Los proveedores de servicios tienen un papel clave en la colaboración para el desarrollo de una infraestructura financiera común de la que se benefician todos.
 - La construcción de infraestructura financiera común ayuda tanto a los proveedores como a los consumidores.
 - La colaboración entre proveedores es un desafío por el temor porque costos y beneficios no se puedan compartir entre todos los participantes.
 3. Los proveedores deben asociarse entre ellos para desarrollar productos compartidos, a medida del mercado.

Para potenciar la inclusión financiera se necesitan tres condiciones: entorno favorable, infraestructura común y creación de productos que beneficien a todos.

VIII. PANEL: INTERCONECTIVIDAD E INTEROPERABILIDAD PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL

Panelistas:

Gustavo Vega – ACH Colombia

Santiago Gallego - Visionamos

Moderadora

Silvia Corzo

Gustavo Vega – ACH Colombia

Todas las industrias han evolucionado a través del tiempo y la banca no ha sido la excepción, antes los pagos se hacían a través de cheques, tarjetas, ahora por dispositivos móviles y celulares. Los usuarios también son distintos, más exigentes, y necesitan conectividad en todo momento. El usuario de hoy quiere ser autosuficiente, las entidades financieras desean ofrecer nuevos servicios y el gobierno crea iniciativas para promover los pagos electrónicos, disminuir el uso de efectivo y promover la inclusión financiera.

Pensando en las necesidades y características de estos clientes, en asocio con USAID se ha creado un nuevo servicio que le va a permitir a los colombianos enviar, solicitar o recibir dinero en segundos, buscando la mejor experiencia para los clientes, aprovechando nuevos mecanismos para desarrollar servicios y productos, validando la experiencia con el cliente. Este servicio permite hacer transacciones de bajo monto, muy enfocadas a las personas, sin importar si se tiene cuenta de ahorros; la llave de acceso es el número celular, para transferir solo se necesita conocer el número celular de la persona a quien se le deposita, no hay necesidad de inscribirse ni se necesita conocer los datos bancarios, solo se maneja a través de la aplicación de la entidad financiera de cada uno. El receptor recibe un mensaje de texto y decide en cuál entidad desea recibir los fondos girados y si no tiene un producto financiero tiene un día para adquirirlo en cualquier entidad financiera. Los beneficios para los usuarios son: enviar dinero de una manera rápida, segura, fácil, sin desplazarse, en cualquier momento del día, y algo muy importante es aportar a disminuir el uso del efectivo, alineado con las iniciativas del Gobierno de promover los pagos electrónicos.

Este servicio contribuye a la inclusión financiera. Pero hay metas importantes por alcanzar: más colombianos que puedan acceder a productos financieros y que realmente los utilicen, promover los pagos electrónicos, disminuir el efectivo, formalización de la economía y que con esto se contribuya con el desarrollo del país.

Santiago Gallego - Visionamos

Visionamos es un sistema de pagos de naturaleza cooperativa, detrás de Visionamos está el único banco cooperativo de Colombia que es el Banco CoopCentral, y centrados exclusivamente en el sector de la economía solidaria, cooperativas, fondos de empleados, y asociaciones mutuales. Desde su creación hace 15 años el principio siempre ha sido trabajar interoperados; las cooperativas y fondos que hacen parte del sistema de pagos Red CoopCentral deben estar interconectados.

El primer obstáculo que se ha presentado es conectarse con la banca tradicional y gracias a que el banco hace parte de ACH, hace tres años se logró un acuerdo con ACH para que a través del Banco se pudieran vincular directamente todas las organizaciones que hacen parte de CoopCentral, lo que significa que una cooperativa o un fondo que hace parte de la Red puede hacer transacciones interbancarias, enviar y recibir dinero desde la cuenta de su cooperativa o fondo.

CoopCentral está conformada por 121 organizaciones integradas a través de la plataforma, más de 320 mil usuarios, 121 cajeros de banca compartida, 95 corresponsales solidarios, más de 520 oficinas conectadas en red, lo que significa que cualquier persona de las 320 mil puedan ir a cualquier oficina a hacer sus transacciones en tiempo real. También tienen 2.693 cajeros electrónicos en alianza con Servibanca, y más de 2,5 millones de personas vinculadas a todas estas 121 organizaciones.

El proyecto con ACH es un mecanismo para lograr que estas personas tengan una relación más profunda con las organizaciones cooperativas, Los niveles de confianza de los clientes con las cooperativas es mayor que con la banca tradicional. Hay una relación directa, son atendidos por personas de zona, se conocen de toda la vida, y es una importante oportunidad para hacer crecer este proyecto.

Para conectar a todas estas organizaciones tenían que hacer un desarrollo de unas plataformas tecnológicas muy importantes. Hoy tienen la banca virtual, en las páginas de las organizaciones, la App para hacer todas las transacciones que hoy normalmente se hacen en la banca tradicional.

IX. PANEL: LECCIONES APRENDIDAS Y RETOS EN EL DESARROLLO DE SOLUCIONES DIGITALES PARA POBLACIÓN VULNERABLE

Panelistas:

Patricia Pérez – Gerente de Microempresas de Colombia

Melba Rojas – Gerente de Coofisam

Mauricio Múnera – Director de Inclusión Financiera de Bancolombia

Moderador

Asdrubal Negrete – Director de la Iniciativa de Finanzas Rurales de USAID

En la Alianza por la Inclusión Financiera Rural, la Iniciativa de Finanzas Rurales es un componente más que brinda asistencia técnica a las entidades financieras participantes del programa, donde uno de los retos es trabajar con un sector rural con una geografía amplia y dispersa. En esta asistencia se logró la apertura de nuevas oficinas y nuevos corresponsales, pero el principal desafío es tener canales innovadores, efectivos y de bajo costo, por eso se trabaja en mejorar la interoperabilidad de los corresponsales bancarios, las acciones de los asesores móviles y en servicios financieros digitales.

Para abordar los pagos y transferencias se planteó un ecosistema que facilitara al usuario adaptarse a un medio digital, pero en los niveles de inclusión identificados en IFR; no se trata de solo promover pagos y transferencias, sino lograr verdadera inclusión financiera, aprovechando que el gobierno y las entidades está comprometidas con esta inclusión. Para ello se realizaron varias actividades como la presentación de experiencias de interoperabilidad en Filipinas, un estudio de caracterización del usuario colombiano digital, asistencia técnica en el desarrollo de productos digitales, y el fortalecimiento de capacidades internas de los aliados para enfrentarse a la transformación y a los nuevos retos.

Los retos que se presentan en inclusión financiera son entender al usuario y hacer desarrollos entorno a este usuario, construir colaborativamente soluciones que impacten la vida de las personas, obtener niveles de aceptación y uso de los productos, aumentar los niveles de usabilidad de los productos digitales y educar al usuario financiero digital de forma efectiva y sostenible.

- **Construir soluciones digitales o productos digitales para los usuarios en las zonas rurales requiere de un proceso de preparación o de adaptación por parte de las organizaciones. Nos gustaría que nos compartieran cuáles son las lecciones aprendidas y cómo han afrontado ese proceso al interior de sus organizaciones.**

Melva Rojas - Coofisam

En Coofisam, cooperativa de 58 años de trabajo en el sector agropecuario, se ha encontrado como base y como fortaleza la confianza que se ha generado en los asociados; cuando incursionamos en el proyecto de transformación digital el primer trabajo se hizo con el talento humano de la Cooperativa y se decidió que lo lideraran jóvenes de las áreas de crédito y tecnología, que se identificaran con esta clase de proyectos. A partir de allí se inició el trabajo de sensibilización y de capacitación con todos los funcionarios y fue el talento humano el que tuvo inicialmente la experiencia digital, así se puede transmitir el mensaje a los asociados impactando su vida de manera positiva.

Una lección importante fue creer que el marketing del nuevo proyecto debía ser digital sin tener en cuenta que el nicho de mercado es el sector rural y no están en la era digital, y por tanto desde la Cooperativa debíamos primero acompañar la digitalización de nuestros asociados.

Enviar mensajes de texto no es bien aceptado porque no se puede dejar el estar al lado del asociado, se debe enseñar el proceso de avanzar a la transformación digital, es clave el trabajo y la sensibilización con el talento humano de la cooperativa.

Mauricio Múnera - Bancolombia

La transformación digital no es solamente un área específica de innovación, es un tema que está en el ADN de cada uno de los empleados del Grupo Bancolombia, democratizar la innovación y democratizar todos los procesos de transformación es un pilar, y ha sido el principal reto para Bancolombia; el segundo reto es poder acompañar al cliente desde sus necesidades, y el Banco invita a pensar distinto, salirse de la zona de confort porque así, a través de procesos distintos, se entiende al cliente, sus necesidades, cómo interactúa con su entorno y se logra cercanía y se logra acercamiento, así nace la transformación digital.

Patricia Pérez – Microempresas de Colombia

Microempresas de Colombia conoce al microempresario, para conocerlo se hicieron estudios sobre las necesidades que tenían. A partir de esas necesidades se empezaron a desarrollar los productos. Con todo el tema digital ya se llevaban dos años de trabajo, sensibilizando sobre qué es lo que se hacía, entendiendo que operamos con dos metodologías: una para la zona urbana y otra para la zona rural, siendo esta última donde está el 76% de nuestros microempresarios y por tanto donde más se necesitaba utilizar.

Se hicieron grupos focales dentro de la institución y se revisó lo que el microempresario buscaba y las necesidades de los asesores para poder llevar la solución, entendiendo las necesidades de los asesores se pudo detectar cómo ayudar a solucionar la necesidad del cliente. Inicialmente se obtuvo un producto muy robusto que fue convirtiéndose a algo más liviano, ágil y oportuno para solucionar la necesidad del microempresario.

- **¿Qué busca Bancolombia en ese proceso estratégico de inclusión llamado Bancolombia a la Mano**

Mauricio Múnera – Bancolombia

En el año 2013 se trabajó un proyecto con la Fundación Bill y Melinda Gates enfocado en ahorro. El objetivo del proyecto era llegar con un producto financiero fácil, rápido y agradable a nuestros clientes. Paralelamente el Gobierno, la Superintendencia Financiera y la URF trabajaban en productos de trámite simplificado, es allí cuando iniciamos con un producto de ahorro al que denominamos Ahorro a la Mano, enfocado en las necesidades de ahorro de las personas. En ese mismo tiempo el Gobierno nos permitió tener un producto de crédito de trámite simplificado, ese producto acompañaba lo que nosotros estábamos haciendo con el ahorro; así fue como se empezó a robustecer la plataforma para tener también el producto de crédito y tener giros, recibir remesas, pagar facturas, realizar pagos con código QR, bolsillo y poder trascender de ahorro a la mano a un crédito de bajo monto.

Es una plataforma completamente disruptiva, hoy se tienen más de 1'600.000 clientes, con una usabilidad del 58%. Bancolombia a la Mano nació de entender a los clientes, de escucharlos y entenderlos, y lo que hoy se tiene es un ecosistema.

- **¿Cómo fue el proceso de volver realidad el pagaré digital desde Coofisam y cómo animar a otros actores que todavía están pensando en llevarlo a cabo?**

Melba Rojas - Coofisam

Inicialmente se revisó qué se permite según la legislación colombiana y en ese campo se permite una autorización de equivalencia funcional, tanto de los títulos desmaterializados como la custodia de los mismos, además de la autenticación de las certificaciones que emite Deceval de esos títulos desmaterializados.

Deceval hizo una propuesta de los requerimientos que debía cumplir la cooperativa, y conociendo que Coofisam cumplía con todos los requisitos se firmó el convenio para el desarrollo de la integración entre nuestro Core Bancario y Visionamos. En el proceso definitivo en el que Coofisam desmaterializa los títulos a partir de un código OTP que se envía al celular como mensaje de texto, o al correo electrónico. El asociado firma totalmente digital el pagaré y Deceval hace la custodia de los títulos. A nivel de costos, la evaluación en tema ambiental, en tema de integralidad, de autenticidad de la información, es muy favorable para Coofisam. Para firmar un título Deceval cobra 568 pesos única vez, y luego de forma mensual, una custodia, una mensualidad de 10,33 pesos. Obviamente que estas cifras varían de acuerdo a la cantidad de títulos que cada entidad esté capacitada para emitir.

Para las entidades del sector cooperativo las invitamos para que lo empecemos a hacer porque es sencillo y las ventajas que tenemos a nivel de integralidad, de autenticidad de la información, de custodia, de minimizar riesgos precisamente de la custodia de los títulos es muy importante.

- **En los ejercicios de caracterización del usuario colombiano y de otras partes del mundo, se muestra resistencia a usar plataformas digitales, porque hay temores en seguridad, no se encuentra la forma de aprender cómo utilizar esos servicios, entendiendo que Microempresas de Colombia utilizó un producto que tuvo una aceptación superior al 30%, y teniendo una estrategia de educación financiera y acompañamiento al usuario, ¿Cómo Microempresas le enseña a un usuario rural, de una edad avanzada a descargar una App y usarla con el producto financiero?**

Patricia Pérez – Microempresas de Colombia

Inicialmente se le enseña al microempresario a utilizar una App, se le ayuda a quitar los miedos en su utilización. Microempresas de Colombia tenía una app que no se utilizaba, así que con el acompañamiento de unos consultores de USAID decidimos lanzar el crédito digital y relanzar la app. Antes del relanzamiento de la app se llevó a cabo una campaña de comunicaciones por medio de la cual se informaba que la utilización era muy sencilla; se ayudó en el primer paso que se debe dar: quitar el miedo a los usuarios. Se hizo el relanzamiento y se pensó que los microempresarios simplemente aprenderían el uso, pero en realidad es la fuerza comercial quien debe llevar de la mano a los microempresarios en su uso. Desde la cooperativa se clasificaron los microempresarios que eran objeto del crédito, esa información se les entrega a los asesores y ellos visitaban a los microempresarios y les explicaban cómo utilizar la app y el crédito.

La usabilidad es alta porque se lleva al microempresario de la mano por la fuerza comercial, los asesores acompañan continuamente para enseñar, inicialmente bajan la App, luego se motiva para su uso ya que el crédito sale entre 3 segundos y 1 minuto, así que el microempresario obtiene agilidad y oportunidad con este crédito que ya tiene monto y tasa asignada. Se tienen incentivos para su utilización como tasa inferior y así se motiva al microempresario para bajar la App. Estos productos y esta App son muy sencillos para que el microempresario no tenga miedo al utilizarlos.

- **¿Microempresas de Colombia, qué están haciendo ustedes para incentivar el uso continuo de la App?**

Patricia Pérez – Microempresas de Colombia

Al microempresario le gustan las rifas, y se necesitaba realizar cambio de celulares para bajar la App, entonces se realizan sorteos de celulares. Así bajan la App, obtienen el crédito y eso motiva a que sigan usando la aplicación. Por otro lado, la tasa inferior es un gran motivante, el crédito es a cero costos y sólo genera la tasa. También se dieron incentivos para los comerciales y así también se interesan en que el microempresario utilice la App.

Melba Rojas - Coofisam

Inicialmente en la cooperativa se hizo una caracterización digital de los asociados, ese estudio fue muy relevante ya que rompe los paradigmas del talento humano de la Cooperativa, iniciando por el Consejo de Administración, el que los asociados no se interesan por los productos digitales. Con esa caracterización y rompiendo este paradigma se inició el proceso.

También se hacen sorteos de los teléfonos para hacer que los asociados se apropien de la App, allí se encuentra barreras, rápidamente se redireccionan estrategias que permitan encontrar cómo hacer fácil el proceso al asociado. Inicialmente todo esto implica un gran esfuerzo, pero los pequeños logros, como que el asociado pague sus servicios públicos, crea una apropiación de la App. Este esfuerzo inicial se debe hacer desde la fuerza comercial de la Cooperativa.

Las condiciones del crédito son aspectos importantes, el producto de Coofisam tiene un factor diferenciador muy importante, se atienden productores agropecuarios especialmente del sector cafetero cuya producción es cada 6 meses, en el crédito digital se tiene la posibilidad de seleccionar la amortización mensual o semestral ya que el producto está diseñado a la medida de la satisfacción de las necesidades del asociado.

- **Bancolombia tiene una estrategia amplia, en lo digital se han hecho grandes esfuerzos en todos los segmentos, tanto para avanzar en inclusión como en usabilidad, ¿podría compartírnos cómo ha sido este proceso?**

Mauricio Múnera - Bancolombia

Dentro de la inclusión financiera, para que los clientes utilicen la plataforma se tiene un chatbot que se llama Emilia, es una persona que se comunica con los clientes, los identifica y los segmenta para poder realizar la comunicación de una forma más personalizada. Este mecanismo identifica cómo el cliente utiliza la plataforma y de acuerdo a eso se realiza la conversación, según la necesidad y la segmentación. Esto nos ha permitido enseñarles a los clientes el uso de la plataforma según las necesidades de cada uno. Pero también hay una transversalidad en educación financiera, lo que es muy importante para la entidad, ya que es muy difícil llegar a 1.500.000 clientes de forma personalizada.

Paralelamente, para motivar la usabilidad de la plataforma se regala un seguro exequial y una renta por hospitalización por un mes y esto ha permitido el uso continuo de la plataforma en los clientes. No se tienen asesores, solo se tiene a Emilia, y están descargando la plataforma más de 80.000 personas. Este voz a voz ha permitido que el Banco cambie y se transforme de acuerdo a las necesidades del cliente

El reto es que las oficinas sean menos visitadas por los clientes y llevarlos al mundo digital. Es difícil, pero se trabaja en la generación de acciones específicas para lograr resultados. Son tres los retos en lo digital: fácil, agradable y confiable.

- **En el contexto de tener créditos digitales hay resistencia y temor de los créditos muy automáticos, ¿cómo ven el uso del crédito digital en esta estrategia de inclusión y el servicio tradicional de microcrédito?**

Mauricio Múnera – Bancolombia

En inclusión financiera se hizo una transformación, transformamos al llegar a toda Colombia a través del mundo digital, y ahora se está trabajando crédito de bajo monto. Hay otros segmentos que se atienden a través de asesores móviles. En el mundo digital hay retos y oportunidades, para llegar a lo digital primero se debe generar confianza. Los clientes que son cero bancarizados tienen su primera experiencia con Bancolombia a la Mano, y son quienes aceptan el crédito de bajo monto, son quienes lo entienden como una oportunidad. El reto está con los clientes que ya entienden un poco más la bancarización, o que ya han tenido un producto, cuando tienen una oferta digital generan desconfianza, en ese momento Emilia inicia conversación con ellos para que entiendan que es una oportunidad en la que se puede trabajar.

Melba Rojas - Coofisam

El crédito digital es complemento del portafolio de servicios. Hace 8 años Coofisam utiliza herramientas tecnológicas para atender el crédito en el sector rural, a través de un score, de una herramienta que se utiliza con el portátil. El asesor externo hace el levantamiento de la información de ingresos, costos del asociado, la herramienta trae implícito el costeo, el precio del café o del producto del agricultor, y de esta manera Coofisam ya hace el proceso de atender al asociado utilizando herramientas digitales. Por el nicho de mercado que se atiende, hay zonas en las cuales no existe la conectividad o asociados con teléfonos que no permiten acceder a diferentes apps y son brechas importantes y difíciles en las cuales se debe trabajar.

Coofisam viene trabajando el proyecto de Redes en el que estamos llevando a las mujeres a empoderarse para generar sus ingresos y que de esta manera aporten de manera positiva al núcleo familiar. Todas estas estrategias seguirán fortaleciéndose. Aquí hay un factor diferenciador de las empresas de economía solidaria, a través de las fundaciones se hace un trabajo muy importante con los asociados en el cual se mejora la calidad de vida y estamos seguros de que en la medida que sigamos avanzando en procesos de transformación, no sólo digital sino también transformación de personas.

Patricia Pérez – Microempresas de Colombia

El crédito de Microempresas de Colombia es de atención al pequeño empresario, tiene su metodología tradicional que es microcrédito, la metodología uno a uno, donde se visita, se asesora, se brinda educación financiera. Actualmente un cliente nuevo no puede obtener un crédito digital. Pero todo lo digital es una herramienta muy importante para tener el microempresario más lejano más cerca de la institución.

X. PANEL: MECANISMOS ALTERNATIVOS PARA FINANCIAMIENTO: FONDO PARA LA PAZ

Panelistas

Alejandro Álvarez - Selva Nevada y Bioguaviare
Diego Norato – Acceso Colombia
Catalina Álvarez – Selva Nevada
Tyler Youngblood – Azahar Coffee
Carlos Velasco - Cacao Hunters

Moderador

Virgilio Barco - Acumen

En el año 2015 Acumen y USAID constituyeron un fondo de 5 millones de dólares para invertir en empresas con impacto social, especialmente en zonas de posconflicto en el país, y las apoyan para que puedan crecer y aumenten su impacto. Se han hecho cinco inversiones por 3,6 millones de dólares logrando impactar 15.500 personas.

Alejandro Álvarez- Bioguaviare

Bioguaviare es una empresa ubicada en San José del Guaviare en 2014. Esta empresa obtiene ingredientes funcionales para la industria alimenticia y cosmética, utilizando los frutos de la biodiversidad colombiana. Básicamente es una empresa que está dirigida al mercado B2B; se transforma el Asaí y se comercializa en pulpa para empresas como Selva Nevada, Selvática, Nutresa y varias industrias de gran tamaño.

Es un modelo de negocio que es una apuesta muy interesante, es un modelo en el que se unen tres fuerzas, la unión social de una organización de pequeños productores que se llama Asoprosegua, un grupo de ingenieros de la región que investiga el bosque y entienden cómo se transforma, y un grupo que jalona el proceso empresarial y comercial.

Diego Norato – Acceso Colombia

Acceso Colombia fue creada en 2015 como una plataforma de comercialización, planeación, estructuración, transformación de productos convencionales de frutas y verduras a nivel nacional. Se han impactado comunidades que están en zonas de conflicto, específicamente en el departamento de Bolívar, donde hay gran comercialización de plátano y demás productos de la región.

Acceso Colombia no sólo se ha caracterizado por ser una plataforma de comercialización, sino que también ha fomentado el desarrollo de centros de distribución, de centros de acopio, donde se puedan dar los procesos de beneficio, y esos beneficios sean llevados a cada una de las comunidades que producen. Básicamente Acceso es una plataforma que busca construir un puente más estable y con menos intermediarios para que los productores que tienen productos convencionales puedan acceder a unas condiciones más justas del mercado.

Catalina Álvarez – Selva Nevada

Selva Nevada que es una empresa que se creó en 2007 y se dedica a utilizar insumos de la diversidad biológica colombiana para hacer helados y comercializar pulpas de fruta. Para poder lograrlo se han establecido relaciones con asociaciones de productores en diferentes zonas del país, principalmente en la Orinoquía y la Amazonía colombiana.

Una de las relaciones más fuertes, y con mayor sostenibilidad se estableció con Bioguaviare, pero también se han creado relaciones con productores en diferentes zonas, estas relaciones se caracterizan por un incremento gradual de la oferta, y anualmente se realiza una oferta en cantidades y calidades. No hay una relación subsidiaria o paternalista con los productores, estimulamos siempre esa relación de asociatividad y no de subsidio y hay una diferenciación dependiendo del grado de desarrollo de las regiones; en algunas se debe acompañar con mayor fuerza procesos de logística, operativos, de cosecha y poscosecha, mientras que para otros la actividad puede ser más fácil.

Tyler Youngblood - Azahar

Azahar es una exportadora de cafés especiales que trabaja con pequeños productores en el sur de país, exporta café a los mejores tostadores en el mundo. Además, hay tiendas en Colombia en donde se comercializan estos cafés. Se estudian costos de producción en diferentes zonas del País para poder pagar precios estables y altos, sostenerlos en el tiempo para que los productores puedan tener operaciones rentables y sostenibles.

Carlos Velasco - Cacao Hunters

Cacao Hunters nace con la intención de transformar la industria de Cacao en Colombia. Es una empresa que se dedica a la comercialización y a la transformación de cacaos especiales. Por años la industria del cacao en Colombia ha estado enfocada en variedades que son hiperproductivas, pero no son de alta calidad, es el modelo de Santander y de algunas otras regiones. En Cacao Hunters se investigan las variedades criollas del cacao que hay en Tumaco, en la Sierra Nevada de Santa Marta, que son variedades que tienen unos aromas y unas cualidades muy apetecidas por el mercado, y se desarrollan en toda la cadena para que estas variedades criollas puedan abrir un mercado en el mercado de cacaos especiales en el mundo. Se comercializa el grano seco fermentado en distintos mercados internacionales y se transforman todos estos cacaos especiales en barras de chocolate, rescatando los orígenes y la genética.

Cacao Hunters trabaja en Tumaco, la Sierra Nevada de Santa Marta y Arauca. Se trabaja en darle a los pequeños productores la oportunidad de entrar a un mercado en el que hay precios estables, en el que se compite por diferenciación y no por cantidad.

- **¿Cuál es el impacto que tienen en sus beneficiarios?**

Alejandro Álvarez – Bioguaviare

A partir de unos productos naturales no maderables o frutos de la diversidad que antes no generaban un valor económico en San José del Guaviare, se crea un valor económico para las comunidades tanto de campesinos, como indígenas presentes en la región. El Asaí no tenía valor de mercado, no se comercializaba, hoy representa un valor muy importante para las comunidades. En la cadena de suministro hay dos actores fundamentales, la comunidad indígena Nukak, que llegó en 1998 a San José del Guaviare, y la organización de pequeños productores Asoprosegua.

Los Nukak toda la vida han vivido del Asaí, conocen muy bien todas sus características y su proceso, en San José del Guaviare tenían muy pocas alternativas económicas. Hoy en cosecha se recolectan 120 toneladas de fruta que representa un valor económico muy importante para las comunidades indígenas, y su capacidad de ingreso genera dinámicas económicas en el territorio.

La asociación de pequeños productores Asoprosegua con 180 productores agremiados, que son colonos que llegaron al territorio hace 60 años, tienen una estructura en sus fincas que no son monocultivo, tienen ganadería, piscicultura, y diferentes plantaciones y en los territorios silvestres que quedaron en sus fincas tienen valor económico en frutos silvestres. Se está protegiendo y buscando que aumentar el bosque en las fincas porque la deforestación en el Guaviare es un problema creciente y esta protección

representa un valor económico, no como ingreso principal, pero diversifica los ingresos. En esta asociación de productores se brindan conocimientos para generar capacidades técnicas desde el procesamiento y las capacidades organizacionales y empresariales fundamentales para que este tipo de iniciativa se desarrolle y sea sostenible en el futuro de los territorios.

Diego Norato – Acceso Colombia

Desde Acceso Colombia el mayor impacto es evitar la incertidumbre de establecer un cultivo para enfrentarse a un mercado abierto, se establece un plan de acción con los productores, se planea el cultivo, la estructura organizacional para comercializar, y esto permite dar estabilidad a ellos, quitar los miedos a la hora de enfrentar un mercado abierto.

En términos económicos se ha logrado generar ingresos por más de 7 millones de dólares, a más de 1.200 productores, de los cuales el 77% se encuentran en zonas de posconflicto, se ha fomentado la estructuración y creación de centros de acopio, de centros de empacado, de centros de distribución que generan ingresos no solamente a los productores, sino también a las parejas de estos productores, a las familias de esos productores a través de estos puntos de acopio. Aproximadamente el 15% de estos ingresos que han llegado a los agricultores han sido desde los puntos de distribución.

Catalina Álvarez – Selva Nevada

Yo creo que ya contaron como los datos más importantes, por una parte darle valor económico a algunos productos que no lo tenían anteriormente, y lo otro, como decía Diego, es también garantizar la compra, mantener unos precios estables, no estar al vaivén del mercado sino que todos los años se hacen acuerdos comerciales con cada una de las comunidades, y tanto los volúmenes como los precios se mantienen durante el año tratando de crear unas reglas de juego estables para ambos lados, y eso genera confianza a lo largo del tiempo, la gente puede planear y organizar más su producción.

Hay un proceso de capacitación continua porque en la medida que los productores de la región tengan una mejor calidad del producto son menores los costos en los que se debe incurrir para llegar a los clientes de Selva Nevada. Si hay un intercambio continuo de conocimiento, ya que se aprende del conocimiento de las comunidades, no solo se impactan a las comunidades, las comunidades también impactan a la empresa.

Tyler Youngblood - Azahar

Se establecen relaciones de largo plazo entre tostadores de cafés especiales en Norteamérica, Europa, Asia, Australia, Nueva Zelanda, hasta Rusia, y esos productores año tras año compran el mismo café de los mismos productores, a precios diferentes a los del mercado, precios que contemplan los costos de producción y los ingresos de esos costos de producción junto con el volumen, el tamaño; es un modelo alternativo de contemplar la viabilidad del negocio para los 550, 560 mil productores de café Colombia. Actualmente se trabaja con 300 quienes han mejorado sus ingresos entre 200 y 300%.

Además de exportar café obtenido bajo el modelo, también se abren tiendas de café en Colombia comercializando café tostado, se tiene una tienda en línea, somos tostadores locales porque cuando se exporta café muchas veces existen cambios tanto económicos como la tasa de cambio, eso permite crear cierta estabilidad, tratando de incrementar paulatinamente el consumo de cafés especiales en Colombia, que los mismos consumidores gasten apoyando a los productores.

Carlos Velasco - Cacao Hunters

En Tumaco trabajamos con 7 consejos comunitarios, uno de ellos está liderado por Gustavo Mindineros, que es tercera generación de cacaocultores; su abuelo y su padre producían cacao y él abandonó el campo al ver que su abuelo y su padre terminaron pobres después toda una vida dedicada al cultivo. Los

agricultores no fijan el precio que depende de los mercados internacionales, ellos pueden cosechar un día y mientras secan el cacao ha bajado su precio. En el mercado de los commodities gana quien tiene más extensión de tierra; en esa lógica de mercado los pequeños productores no son competitivos, solo pueden ser competitivos por diferenciación y por calidad. Bajo esa lógica Gustavo abandono los cultivos, se enfrentó a lo duro de la ciudad y después decidió volver a su tierra a cultivar sus cinco hectáreas de tierra que le habían quedado, pero tomó la decisión de apostarle a las variedades criollas y a la calidad. Gustavo investigó todas las variedades criollas y junto a Cacao Hunters desarrolló todo el proceso para obtener toda la calidad a esas variedades criollas. Cuando son cacaos especiales es necesario tener la genética que es aromática y que tienen nuestras variedades autóctonas. Con Gustavo se desarrolló todo el proceso para que en la poscosecha y en la fermentación se pudiera obtener un cacao de altísima calidad, y en el 2015 Gustavo ganó el Salón de Chocolate de París, Tokio y Londres, llevando la genética de Tumaco, de la mano del trabajo que se ha hecho con él, a ser reconocida a nivel mundial. En Tumaco, se han comprado 40 toneladas de cacao especial en el primer semestre de 2019, haciendo consejos comunitarios que deben agrupar 1.000 familias. Cacao Hunters no alcanza a comprar toda la producción de cacao, pero Tumaco es reconocido a nivel mundial por ser uno de los mejores productores del mundo. Este cacao se paga con un sobreprecio de 1,6 veces el precio de mercado que llegan directamente a la asociación y al productor, quienes han podido incrementar sus ingresos en un 75% trabajando cacaos especiales.

Uno de los grandes logros de este año es firmar una alianza con Crepes lanzando un helado de temporada con el cacao que se produce en Tumaco, se transforma en la planta de Popayán y Crepes lo transforma en helado Dulce Tumaco.

- **¿Por qué crean una empresa y no una ONG si es tan importante el impacto?**

Alejandro Álvarez - Bioguaviare

El paternalismo y el subsidio están socavando la dignidad de las personas y no reconocen la capacidad de transformar sus territorios. Desde el cambio en el lenguaje, en las relaciones con las comunidades, es más valioso aportar a través de la valoración de nuestra biodiversidad y nuestra riqueza cultural, generar economías en las regiones. La apuesta final de empezar negocios es considerar qué tiene más sentido a través de las herramientas y la relación con las personas desde una lógica de igualdad, de valorar la capacidad que tienen las personas y los conocimientos que están de lado y lado. A través del mercado hay herramientas muy interesantes, en Colombia nos encantan los indicadores de la biodiversidad, pero nos falta disfrutarla, se puede hacer tomando los productos de nuestra biodiversidad.

- **Es una labor ardua, difícil, más aún si estás comprando a pequeños productores en zonas remotas del país. ¿Cuáles son algunos de los retos que enfrentan como emprendedores del campo colombiano?**

Diego Norato – Acceso Colombia

Sin lugar a dudas uno de los grandes retos es la logística, específicamente en el acceso al campo donde nos enfrentamos a la competencia informal y a los intermediarios que se aprovechan en épocas de los productores en tiempos muy específicos Acceso Colombia es muy constante, se establecen redes logísticas con aliados en términos de transporte, embalaje, impacto regional haciéndolo constante y sostenible.

Catalina Álvarez – Selva Nevada

Este año en Guaviare se produjeron 80 toneladas de pulpa de fruta y en algún momento se fue la energía, no había agua y la carretera de Villavicencio a Bogotá se cerró, no había qué hacer con la pulpa, se

perdieron toneladas de fruta, se tuvieron que realizar procesos inimaginables para solventar ese problema.

- **Ustedes todos recibieron inversiones del Fondo Invirtiendo para la paz, ¿Qué los llevó a buscar o a recibir esa inversión?, ¿Para qué les sirvieron esos recursos?**

Tyler Youngblood - Azahar

Se quería encontrar un socio que ayudara a crecer pero que estuviera alineado con los mismos valores, ya que hacer el proceso como se hace no representa el mejor retorno sobre el capital o el retorno más rápido, pero en el largo plazo es más sensato para el negocio y para los productores. Encontramos un aliado en el sentido de valores y en el sentido de tener una visión a largo plazo.

La inversión sirvió para crecer el equipo, abrir tiendas, pero más allá del dinero lo importante es la creación de una relación donde hemos podido encontrar apoyo para proyectos que han sido fundamentales.

- **Cuando habla de esos valores que Azahar tiene y que buscaron ¿Cómo caracterizaría esos valores?**

Tyler Youngblood - Azahar

Valores como no perseguir la rentabilidad en el corto plazo y a veces en largo plazo por encima del valor humano, o de hacer las cosas bien. Son cosas que son muy sencillas, pero no todos los que trabajan en el mundo de los negocios los tienen.

- **Para Cacao Hunters ¿De qué les sirvió la inversión del Fondo Invirtiendo para la Paz?**

Carlos Velasco - Cacao Hunters

Esta inversión marca un giro en la historia de Cacao Hunters, con la inversión pasa de tener una cocina muy pequeña donde se hacían las barras de chocolate de todos los orígenes, a tener una planta en Popayán que tiene capacidad para 100 toneladas al año de producción. Gracias a esto se tiene una planta que cumple todos los requisitos, uno de los grandes compradores y a donde exportamos es Japón, y se tiene una planta que cumple con las exigencias de los japoneses. Fue una inversión crucial para aumentar la capacidad de producción y asimismo, la capacidad de compra, distribución y comercialización. Acumen es un capital paciente y que se enfoca verdaderamente en desarrollar todas las habilidades del emprendedor es lo que diferencia como aliado.

Catalina Álvarez – Selva Nevada

Lo que es más importante de Acumen es el acompañamiento del fondo, los recursos económicos se pueden conseguir vía financiación bancaria pero el real acompañamiento de este fondo es lo que lo diferencia.

- **En el caso de Bioguaviare, si no se tuviera la inversión de Acumen ¿Cuáles eran las alternativas de financiación?, ¿Cuáles han sido los valores más allá del dinero?**

Alejandro Álvarez- Bioguaviare

En Bioguaviare los recursos financieros fueron muy importantes porque la apuesta que hacemos era muy riesgosa y de poca credibilidad en el sector bancario. Hablar de una alianza entre pequeños productores, con los Nukak recogiendo un producto desconocido, en una región que infortunadamente es muy difícil, sería de muy alto riesgo. En este modelo de negocio los recursos de Acumen sí entraron a apoyar financieramente un negocio difícil, en términos de una estructura, con una cosecha muy

específica en el año, pero con una comercialización continua y generando capacidades en regiones difíciles, donde el Estado debería ofrecer esos bienes y servicios y realizar todo el montaje de una planta. Aquí juegan un papel fundamental los recursos financieros.

Adicionalmente, a través del programa Territorios de Oportunidades, esperamos canalizar más recursos hacia las comunidades, para construir centros de transformación más organizados, tener una ingeniería de calidad en todo el territorio. La generación de estas alianzas es otro valor agregado que solo con un Acumen pueden realizarse.

Diego Norato – Acceso Colombia

El recurso financiero permite afrontar en el corto plazo utilidades a nivel logístico, en el largo plazo tener una cadena de frío mucho más estable permitirá obtener productos como pescado, que permita impactar comunidades como la de La Guajira. Acumen no es este socio que espera rentabilidad, se preocupa por los problemas de la compañía, es un socio activo y aborda los problemas de una manera muy técnica y con soluciones muy tangibles. No es un socio capitalista, es un socio de manos a la obra, de manos a trabajar y que ha permitido crecer.

- **¿Cuáles son algunas de las desventajas? ¿Cuáles son los retos de tener a Acumen o un fondo en sus empresas?**

Alejandro Álvarez - Bioguaviare

En las empresas familiares se está acostumbrado a tener estructuras bastante flexibles, a tomar decisiones basándose en la intuición y a no presentar mayores informes, para tener recursos de un fondo se deben tener auditorías con manejo de recursos que son importantes para la empresa, Acumen es diferente a los otros fondos porque trabajan hombro a hombro. Si se pone en una balanza las auditorías, la presentación de informes, más allá los recursos financieros, le da una estructura tener junta directiva formal, tener auditores, tener estructura de gobernanza mucho más robusta, hace que el negocio ya no tenga que depender de las personas que evidentemente sigue dependiendo los empleadores, pero se tiene una estructura institucional más fuerte.

XI. PANEL: EXPERIENCIAS EXITOSAS DE ATENCIÓN FINANCIERA A PRODUCTORES AGROPECUARIOS

Panelistas:

Juan Alberto Acosta, Presidente de la Cooperativa Multiactiva de Apicultores Orgánicos-COOAPAMIEL

Julián Darío Cardona, Gerente Café Canela

Tatiana Díaz, Presidenta de Asociación Nacional de Productores y Procesadores de Yuca-ANPPY

Víctor García, Presidente de la Asociación de Productores de Cacao Chigorodó - Emprendedores Futuro Verde -ACEFUVER

Moderadora:

Eliana Marcela Duarte

La Iniciativa de Finanzas Rurales (IFR), en asocio con entidades financieras, ha creado una metodología de financiamiento a cadenas de valor. Para la creación de esta metodología realizó diferentes análisis en los cuales se encontró que los inconvenientes de los productores para acceder a los servicios financieros no se encuentran en la capacidad de pago, sino en que las entidades financieras no entendían la verdadera dinámica de los productores y de su cadena de valor. En ese sentido, desde IFR se define la cadena de valor de manera diferencial reconociendo a los diferentes actores, directos e indirectos, se determina que la asociatividad era un factor clave para fomentar el ingreso del productor primario. El anterior análisis permite desarrollar una metodología de financiamiento pensando en las necesidades de la población que demandaba servicios financieros; producto de este análisis se evidencia que en la cadena de valor el eslabón primario y más débil es el productor, quien no tiene fácil acceso al crédito y cuando lo tiene, debe asumir toda la responsabilidad de la financiación. El modelo diseñado por IFR se enfoca en una cadena de valor más eficiente, en la que el productor pueda acceder en cualquier punto de la misma y establecer relaciones sólidas, encaminadas a comprender el vínculo entre eslabón y eslabón, en paridad de pago.

Para lo anterior es necesario que el sector financiero comprenda: el sector productivo, las necesidades del sector en capital de trabajo para la comercialización y crecimiento y las características de las personas que hacen parte de la cadena de valor, así las entidades pueden construir un flujo de caja real según el ciclo productivo y disminuir los costos de originación, costos de recuperación y costos de administración de recursos y esto finalmente puede llegar a disminuir las tasas de interés.

En 4 años IFR ha logrado transferir a 7 entidades financieras la metodología de financiamiento, 148 organizaciones fueron atendidas con asistencia técnica, se ofrecieron servicios financieros a 44 cadenas de valor, lo que se traduce en 1.425 operaciones de crédito, lo que se realizó en dos fases, la fase I: Crédito a empresas anclas para capital de trabajo, con \$3.770 millones de pesos y la fase II: Crédito directo a cada uno de los productores que dependieran de la empresa ancla con \$3.000 millones de pesos.

Se presentan cuatro usuarios de la metodología de cadenas de valor de diferentes cadenas productivas:

Juan Alberto Acosta, Presidente de la Cooperativa Multiactiva de Apicultores Orgánicos-COOAPAMIEL

Esta Cooperativa, ubicada en Montes de María, cuenta con 28 asociados y funciona hace 14 años. Con Opportunity International financiaron capital de trabajo y resolvieron los problemas financieros que tenían con algunos proveedores. COOAPAMIEL proyecta llegar a una producción de 100 toneladas de

miel al año, buscando alianzas estratégicas para incrementar el número de asociados, búsqueda de nuevos mercados y la consecución de más recursos para la comercialización.

Julian Darío Cardona, Gerente Café Canela

Es una empresa familiar de caficultores en Cañasgordas en Antioquia, con 6 años de funcionamiento. Café Canela compra café a productores que involucran a sus hijos en la cadena de valor; actualmente cuenta con la proveeduría de 25 productores. Gracias a Microempresas de Colombia empezaron a comercializar con más fuerza cafés orgánicos. Debido a que los proveedores de café temen a los servicios financieros, IFR inició un programa de educación financiera y capacitaron a los productores en temas de manejo de finanzas y coaching empresarial. Café Canela tuvo un crecimiento de 3 a 16 empleados, actualmente cuenta con varias líneas de negocio y puntos de venta consolidados. Entre las proyecciones de Café Canela es necesario motivar el relevo generacional en otros mercados, la apertura de franquicias fuera del país, la estandarización del producto, apropiar a la población de cultura de consumo de café y seguir en el ejercicio de exportación de cafés especiales.

Tatiana Díaz, Presidenta de Asociación Nacional de Productores y Procesadores de Yuca-ANPPY

Ubicados en Montes de María, esta asociación reúne a 19 pequeños y medianos productores de Corozal (Sucre), se dedican a la comercialización de yuca industrial y sus derivados. ANPPY identificó la necesidad de ampliar el área de siembra, para lo cual necesitaban apalancamiento financiero y la Corporación Interactuar les brindó este apalancamiento. En cuanto a los retos a mediano y largo plazo para la Asociación, es necesario comprar el 30% de la cosecha de los productores y almacenar la materia prima y venderla en temporada baja, crecer de manera sostenible, construir relaciones con clientes, generar una nueva línea de alimento porcino y trabajar en el relevo tradicional para que no se envejezca el campo colombiano.

Víctor García, Presidente de la Asociación de Productores de Cacao Chigorodó - Emprendedores Futuro Verde -ACEFUVER

Creados en Chigorodó (Antioquia), ACEFUVER inició en el 2003, cuenta actualmente con 230 productores pequeños que siembran 550 hectáreas; la asociación comercializa cacao en grano, cacaos especiales y orgánicos, chocolate de mesa, chocolatinas, cobertura y cacao en polvo. ACEFUVER inicialmente producía 28 toneladas, actualmente produce 230 toneladas anuales, debido a que el margen de crecimiento se incrementó, también se incrementaron las necesidades de capital de trabajo de los productores y de la asociación. Por tratarse de una asociación sin ánimo de lucro, no era fácil acceder a crédito de entidades financieras, pero con Microempresas de Colombia lo lograron. Entre los retos que la Asociación tiene están dar capacidades a los productores en marketing y diseño, la inclusión de tabla nutricional en los productos, la adecuación de la planta y la línea de producción, y el fortalecimiento de los cacaos especiales para la comercialización a nivel nacional y en el exterior.

XII. PANEL: HACIENDO SOSTENIBLE LA FINANCIACIÓN DEL AGRO COLOMBIANO

Panelista

Jorge Rojas Dumit

Vicepresidente Comercial de Davivienda

La Banca de las Oportunidades introdujo al Banco Davivienda en el microcrédito, y con USAID Se proyectaron metas más ambiciosas, se diseñaron programas de ecosistemas sin efectivo y se empezó a apostar por la digitalización de la población rural. Se analizaron las cadenas de valor en todos sus eslabones y se determinó que siendo cada uno de los eslabones un punto muy importante y con diferentes necesidades se creó un portafolio integral para cada uno y de esta manera ofrecer servicios y productos de crédito, ahorro y seguros.

El Banco Davivienda en el corredor del sur del Tolima, así como en el centro y norte del Huila, y través de las cooperativas, encontró aliados claves como Cadefihuila, Coocentral, Cooperativas Cafeteras de los Andes y Cafelíbano, entre otras. Para expandirse a otras regiones, también trabajó junto con Lácteos de Antioquia y Fedearroz. El Banco realizó tomas comerciales para aprobar masivos de tarjetas cafeteras con créditos pre-aprobados a más de 700 clientes., donde los campesinos se extrañaron que un banco como Davivienda llegara a las zonas rurales apartadas con créditos tan pequeños, siendo una forma de aportar al país en el proceso de paz y reconciliación, dándole oportunidades de acceso a crédito y a financiación a la población más vulnerable.

El Banco Davivienda gracias al programa de IFR-USAID aprendió la metodología para vincular y bancarizar a las personas en entornos rurales, conoció modelos alternativos de evaluación y originación de créditos diferentes a los tradicionales, que además cuentan con un alto nivel de predicción del riesgo. Entre los aprendizajes de la aplicación del modelo está el diseño del programa de cadenas de valor con una visión de 360 grados, que llegan al productor pequeño y que pasan por la forma de comunicación con el cliente rural y el proceso de selección y de acompañamiento del personal.

XIII. PANEL: UN MODELO INNOVADOR DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Panelista

Mónica Santana

Gerente de mercadeo y experiencia al cliente del Banco Mundo Mujer

La educación financiera es pilar fundamental para el mejoramiento de la calidad vida de las familias, ya que ayuda a que la microempresa y la familia progresen. Y estos a su vez ayudan a que el Banco crezca y se consolide, lo que se convierte en un beneficio mutuo.

El programa de educación financiera en el Banco nació como punto de partida en el marco de cumplimiento regulatorio. Se realizó una investigación con los clientes, y los resultados arrojaron la necesidad de trabajar en cuatro contenidos formativos: ¿Cómo administrar el dinero?, Productos y servicios financieros, Nuevas tecnologías y Protección al consumidor.

Banco Mundo Mujer desarrolló contenidos formativos y nació el concepto de “Aprendamos en familia” y de “La Familia Fortuna”, con la divulgación del material didáctico el analista de campo tiene herramientas para hacer educación financiera, efectuándose 200 sesiones comerciales para la divulgación de contenidos. También se desarrollaron alianzas con la Fundación del Banco Mundo Mujer, Asocambiar, la Fundación Capital, entre otras, y se realizó el Congreso Juvenil de Educación Financiera.

El Banco Mundo Mujer, en evaluación de su metodología se planteó una serie de interrogantes: ¿es suficiente una divulgación homogénea de contenidos de educación financiera para todos los clientes?, ¿La lúdica sin un modelo pedagógico es efectiva?, ¿La educación financiera cambia los hábitos de consumo?, ¿Los indicadores de alcance son suficientes?, y ¿Llegamos de la manera que esperan nuestros clientes? Esta reflexión llevó al Banco a entender que los modelos de educación financiera genéricos no están pensados en el nicho de mercado que la entidad tiene, por lo tanto, con la asistencia técnica de IFR – USAID, se inició la creación de un modelo de competencias exclusivo para el Banco Mundo Mujer. Este modelo desarrolla competencias en el ser, el saber y el hacer en contexto. El modelo de competencias en educación financiera está orientado en acciones más eficientes, que inician con la caracterización socio-gráfica de los clientes y pasa por el análisis de contenidos y canales. La educación financiera debe ser transversal, no solo le pertenece al área comercial, también es competencia de talento humano, tecnología y las demás áreas de la organización. Las competencias de educación financiera deben hacer sinergia en todo el Banco. El modelo diseñado brinda no solo trazabilidad sino también sostenibilidad, para transformar el conocimiento; incluye patrones para llegar con el aprendizaje financiero a cada tipo de clientes a través de canales flexibles e indicadores de crecimiento, re-compra y fidelización, que permitan medir el impacto de aporte al negocio. Este modelo actualmente se encuentra en su etapa de implementación y busca una inclusión financiera ética y responsable que apunte al crecimiento organizacional.

XIV. PANEL: GARANTÍAS ALTERNATIVAS PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA DE POBLACIÓN VULNERABLE

Panelistas

Daniel Rico - Gerente de Riesgos Banco W

José Alberto Bedoya, Director de Finanzas Fundación Julio Mario Santo Domingo

Janeth Pacheco, Vicepresidente de Inclusión Financiera Fundación de la Mujer

Hernando Toro, Líder de Micro-empresarios Banco Caja Social

Mauricio Osorio, Presidente Crezcamos

Cesar Velosa, Director General Fundación Amanecer

Moderador

Jason Fleming - Development Credit Authority -USAID

El DCA (Development Credit Authority) busca mitigar los riesgos de las entidades financieras a través de la emisión de garantías de crédito parciales del Tesoro de los Estados Unidos. La garantía es la autorización legal de USAID para otorgar garantías de crédito, que comparten el 50% del riesgo de las pérdidas y funciona a través de un convenio legal entre USAID-Colombia e instituciones financieras privadas. Surge de la necesidad de aumentar el acceso a crédito y contribuir con el desarrollo de la economía productiva del país. La garantía DCA promueve servicios financieros en municipios rurales con entidades privadas como: Amanecer, Bancamia, Banco Caja Social, Banco de Bogotá, Bancompartir, Banco W, Congente, Coofisam, Crezcamos, Davivienda, Fundación de la Mujer, Interactuar, Microempresas de Colombia, Banco Mundo Mujer y la Fundación Julio Mario Santo Domingo. En Colombia la garantía DCA tiene una cartera que actualmente asciende a los US \$365 millones, con 16 entidades financieras y cuyo desafío es prestar a las poblaciones más vulnerables de Colombia.

Daniel Rico - Gerente de Riesgos del Banco W

El trabajo con la garantía se inició en julio de 2018, inicialmente se escogieron oficinas en algunos municipios para brindar esta garantía en las zonas afectadas por el conflicto, posteriormente se adicionarían otras 11 oficinas en las que el Banco demostró que se generaría un impacto importante durante el pos-conflicto. Estos desembolsos ascendieron a \$11.374 millones de pesos, con una colocación a corte de hoy de \$4.576 millones de pesos. La cartera del Banco W ha tenido mejor rendimiento desde que se empezó a trabajar el tema de las garantías, la ubicación de las mismas se da en un nicho geográfico cerrado en el occidente de la ciudad de Cali, donde se concentró el 50% de las garantías, en esas zonas se ha fortalecido las relaciones de confianza. El éxito de todo el proceso fue tener siempre claro el objeto social del Banco sin alterar la metodología.

Jose Alberto Bedoya, Director de Finanzas de la Fundación de la Julio Mario Santo Domingo

La Fundación tiene 60 años trabajando en modelos de intervención social e innovando en temas de microcrédito. Señala que gracias a la garantía se ha fortalecido la capacidad de la Fundación en otorgar préstamos a micro, pequeñas y medianas empresas, de propiedad de mujeres y de las poblaciones víctimas del conflicto, ex-combatientes en proceso de reintegración, personas con discapacidad, afrocolombianos, grupos indígenas y jóvenes, tanto en zonas rurales como urbanas. La Fundación ha logrado aumentar el acceso al crédito y a los servicios financieros, contribuyendo a la inclusión social económica, la reintegración y las oportunidades productivas para la población objetivo. Desde octubre de 2017 se han apalancado 1.241 créditos, mejorando la colocación promedio de 2 millones de pesos en el 2017 a 6.7 millones de pesos en el 2019. Se han financiado con el fondo actividades de producción en un 18%, servicios en un 28% y comerciales en un 40%. Se han desembolsado con corte a junio de 2019, un total de 2.427 créditos para hombres y 2.241 créditos a mujeres. El 90% de los créditos colocados tienen

destinación a capital de trabajo, beneficiando a poblaciones afrocolombianos 34.55%, jóvenes (emprendedores) 46.36% y mujeres cabeza de familia 6.36%

El modelo de garantías de USAID, opera de una forma sencilla, en la forma de gestionar los reportes y los siniestros, y es en esos procesos en donde se evidencia la flexibilidad del proceso.

Janeth Pacheco, Vicepresidente de Inclusión Financiera de la Fundación de la Mujer

La Fundación de la Mujer es una organización de 33 años al servicio de las mujeres, 68% de sus prestatarios son mujeres cabezas de familia. La garantía DCA permite dar crédito a las poblaciones más vulnerables y la metodología de microcrédito se basa en dar crédito a quienes no pueden darnos garantías; se hace a través de una metodología muy profunda de conocimiento del cliente, pero existe un límite por el tema de riesgos. La Fundación vienen trabajando con la garantía desde julio de 2019 y esto les ha ayudado a llegar a un mayor número de clientes y profundizar en el mercado. A corte de julio de 2019 han logrado un total de 20.986 créditos, 13.749 de los créditos fueron otorgados a mujeres y 7.237 a hombres. El 66% de los créditos corresponden a mujeres propietarias de microempresas, el 58% de los créditos inscritos son de clientes nuevos y el 81% pertenecen a los estratos 1 y 2. El 83% de los créditos corresponden a montos inferiores a 3 millones de pesos. La mayor parte de los clientes están ubicados en 14 de los departamentos cubiertos por el programa de garantía. El sector comercio fue el más cubierto por la garantía seguido del sector servicios y producción.

Hernando Toro, Líder de Micro-empresarios del Banco Caja Social

Uno de los objetivos para utilizar el DCA era alcanzar mayor acceso a la población excluida del sistema financiero, ubicados en zonas marginales y lograr que la herramienta DCA se convirtiera en vehículo para irrigar crédito y el financiamiento a personas con poca experiencia en la banca, pero acorde con las políticas de riesgo del Banco Caja Social. El mercado objetivo es micro-empresarios con bajos ingresos, sin experiencia y ubicados en zonas donde el banco no alcanzaba a llegar con el fin de extender fronteras. Se ha alcanzado un desembolso de \$12.734.315 millones de pesos, que contemplan a 3.537 beneficiarios, con un préstamo promedio de \$3.600.000 pesos. Hay victorias tempranas que permiten afrontar el año siguiente, entre las que figuran un costo adecuado versus el retorno, la potencialización del acceso a crédito a poblaciones que antes no lo tenían, lograr que la garantía se alinee con la misión de la Fundación Social, que es combatir las causas estructurales de la pobreza y disminuir el riesgo de otorgamiento, todo esto gracias a la garantía DCA de USAID.

Mauricio Osorio, Presidente de Crezcamos

La entidad jamás había utilizado una garantía complementaria ya que se consideraba que era un costo adicional al crédito que se convertía en un costo adicional a los clientes, pero en este caso se asume por parte de Crezcamos, gracias a ello se han atendido a 15.000 familias emprendedoras en 165 municipios ubicados en Catatumbo, Montes de María, Meta y Sur de Bolívar, con una cartera amparada de \$38.524.883.073. De esta manera se atendió a las principales actividades agropecuarias como: compra de animales, adecuación de tierras, plantación y mantenimiento, producción agrícola, pecuaria, compra de maquinaria y equipo de construcción, saneamiento e infraestructura de producción primaria. El DCA tiene una gran facilidad en la suscripción de los clientes de garantía, la facilidad en el pago de los siniestros y la oportunidad de llegar a una población a la que antes no hubiera sido posible atender.

Cesar Velosa, Director General de la Fundación Amanecer

Con el DCA se diseñó un nuevo producto llamado Credi-mujer, que permitió hacer inclusión financiera con enfoque de género. Amanecer le apuesta a la Colombia de la Orinoquía, con el DCA de USAID se enfoca en el tipo de beneficiarias de Credi-mujer, que son mujeres con necesidad de independencia económica, con actividades en el sector urbano y rural, y víctimas de la violencia. El producto fue

piloteado en 60 municipios en 5 departamentos a partir del mes de octubre de 2018. En un ejemplo, en Tame municipio de Arauca, atendieron 78 mujeres, con \$155 millones de pesos, el 76% son estrato 1, el 63% mayores de 35 años y el 71% tiene estudios básicos. En Granada municipio del Meta (Capital del Ariari), atendieron a 109 mujeres, con \$289 millones de pesos, el 41% son estrato 1, el 56% mayores de 35 años y el 81% tiene estudios básicos.

Jason Fleming - Development Credit Authority-USAID

Pregunta a los panelistas:

- ¿Cómo fue la experiencia de trabajo con población vulnerable frente a la rentabilidad?
- ¿Cuáles son los mayores desafíos que tuvo y tiene para implementar la garantía?
- ¿Cuáles fueron las intervenciones más significativas de IFR y en caso de existir una segunda fase del proyecto, cuál sería su interés en temas de asistencia técnica para atender las poblaciones? ¿Cuáles serían sus retos?

Respuesta de los panelistas:

- La experiencia con población vulnerable demostró ser una operación sostenible y tener un equilibrio costo, riesgo y responsabilidad efectivo, ya que la cartera se comporta bien frente a las expectativas de la banca financiera privada. Los empresarios y productores rurales tienen una resiliencia natural, no se sienten víctimas, sino que tienen la esperanza que les da el poder del trabajo. Los proyectos de inclusión social en áreas de alto riesgo evidencian que a pesar de las dificultades se siguen desarrollando actividades económicas y que la cartera crece más rápido que en otros municipios. El cumplimiento en los pagos efectuados por las mujeres demuestra ser mayor que el de los hombres, como lo demuestra el producto Credi-mujer de la Fundación Amanecer.
- El mayor desafío para las entidades frente a la garantía es continuar con la asistencia técnica para la población vulnerable en áreas urbanas, lograr mayor escalabilidad de la cartera para hacer una apuesta en los segmentos marginados. Diseñar productos diferenciadores que apunten al fortalecimiento de actividades productivas y así llegar a ser parte del financiamiento de las mismas. La garantía impulsa a dar un primer paso para construir nuevos productos, sin embargo, con el tema puntual de los migrantes es necesario abordarlo de forma integral, con diferentes expertos y sectores de la sociedad.
- Los panelistas afirman que se sintieron muy fortalecidos a nivel institucional con la asesoría y las asistencias de IFR. El Presidente de Crezcamos indica puntualmente que la intervención de IFR en canales y en temas de riesgos fueron significativas, sin dejar atrás la asesoría técnica de cobranzas y de comunicaciones, que les ayudó a prepararse como una institución más robusta. Las demás instituciones que no tuvieron asistencia técnica directa con IFR manifestaron que les gustaría fortalecer las temáticas de microcrédito duro de agro. También muestran su interés en una asesoría técnica que les permita crecer en número de clientes, pero no solo con un enfoque en el acceso sino en la calidad del servicio. Su preocupación frente a las metodologías actuales es latente, ya que sienten que se estas se están agotando y que deben involucrarse desde el mundo virtual, para integrarse a la nueva forma de acceder negocios.

El reto mayor para las entidades consiste en reinventarse, para ser más eficientes, alejarse de la zona de confort, profundizar en el mercado, en la geografía y en la concepción de temas riesgos. USAID puede ayudar en el proceso de romper barreras y paradigmas para atender el mercado potencial en busca de mejorar la vida de los colombianos.

XV. PANEL: BANCA DE LAS OPORTUNIDADES: RETOS PARA LA INCLUSIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA MIGRACIÓN VENEZOLANA

Panelistas

Fredy Castro – Director Programa Banca de las Oportunidades

La inclusión financiera de los migrantes venezolanos es impulsada por el Gobierno Nacional y debido a que es un proceso reciente, estas estrategias están en construcción, En Colombia hay 1.408.000 migrantes venezolanos, de los cuales el 48% son mujeres, el 52% son hombres; el 40% se encuentran entre los 18 y 29 años y el 25% entre 30 y 39 años. El Observatorio de migración Venezuela en febrero 2019 encuentra que gran parte de los migrantes venezolanos tiene ingresos inferiores al salario mínimo, y han llegado para quedarse definitivamente en el país lo que nos debe llevar a pensar en estrategias de inclusión financiera para esta población.

WOCCU Latinoamérica realizó procesos de Inclusión financiera en zonas de frontera Colombo – venezolana, y estas rutas tuvieron como objetivo promover la educación y la inclusión a través de procesos de acompañamiento tanto a la oferta financiera como a demanda, a pesar de los esfuerzos, el país sigue teniendo retos en las zonas rurales. Con este proyecto se logró que más de 30.000 adultos fueran incluidos en el sistema financiero accediendo a productos de ahorro y crédito. El primer paso para dar el gran salto a la inclusión financiera es el ahorro. 7 de cada 10 personas que ingresaron al sistema financiero por primera vez lo lograron gracias al proyecto. Ampliación de cobertura: 34 nuevas oficinas corresponsales y agentes móviles, pero la realidad es que aún no se tiene conocimiento de cuantos inmigrantes venezolanos están accediendo a servicios de ahorro y crédito.

En abril de 2019 WOCCU realizó un sondeo de mercado con la población venezolana ubicada 384 entrevistas, 25 entrevistas a en zonas urbanas de la frontera y 12 grupos focales, los resultados más relevantes fueron que el 96% de esta población necesita servicios financieros y ese mismo porcentaje no tiene ningún servicios financiero, dentro de ese 96%, el 71% no los ha solicitado ya que cree que no será atendido, el 18% no tiene suficiente información sobre cómo acceder a estos servicios y al 7% le han negado los servicios financieros. El 74% usaban servicios financieros en Venezuela, el 77% consideran que necesitan una cuenta de ahorros y el 21% necesita crédito. Ninguna entidad entrevistada tiene más de 50 clientes venezolanos.

Se debe recordar que la inclusión financiera también es generada por las entidades del sector solidario y se están realizando las gestiones con Migración Colombia para que por medio de los documentos de migración la inclusión financiera pueda ser más sencilla.

La Ruta de atención en inclusión financiera para migrantes procedentes de Venezuela promueve la educación e inclusión financiera en la población migrante venezolana a través de procesos de acompañamiento a la oferta y a la demanda que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de esta población de manera sostenible y escalonada. Teniendo en cuenta que el 80% de los migrantes en Colombia habitan en Bogotá, Cúcuta, Villa del Rosario, El Zulia, Los patios, Maicao, Riohacha, Barranquilla, Medellín, Santa Marta, Bucaramanga, Cali y Cartagena, esa es la cobertura de esta ruta, Este proyecto se ejecutará en dos años con un valor estimado de U\$2 millones de dólares más el aporte de la garantía.

Los componentes del proyecto son:

- Encuesta (análisis de oferta y demanda): análisis de la oferta y su portafolio, caracterización de la demanda, focalización y priorización regional, mapeo de posibles aliados y definición de metas.
- Acompañamiento a la oferta financiera: definición de entidades aliadas y suscripción de convenios, asistencia técnica y transferencia de metodologías para el acompañamiento e implementación de productos y servicios financieros adecuados a la población objetivo y estrategia de relacionamiento comercial.
- Convenio para garantía que apalanque el financiamiento de la población e incentive la oferta del sector financiero.
- Acompañamiento a la demanda: migrantes venezolanos, colombianos retornados, víctimas de violencia retornados.
- Estrategia de comunicación.

Producto de este proyecto se pretende entregar: educación financiera, jornadas financieras y ferias de servicios sociales, inclusión financiera con acceso y uso de productos y servicios tradicionales y/o digitales de ahorro, crédito, seguros, remesas y transacciones además del fortalecimiento microempresarial y formación para el trabajo.

XVI. PANEL: EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA PARA ENTREGAR SERVICIOS DE INCLUSIÓN FINANCIERA A ZONAS RURALES

Panelistas:

Ricardo Ramos – Líder de comunicaciones Microempresas de Colombia

Melissa López – Líder de comunicaciones Contactar

Natalia Astudillo – Asistente de comunicaciones Coofisam

Moderador

Juan Felipe Echeverry – Especialista en Gestión del Conocimiento y Comunicaciones de IFR

La Iniciativa de Finanzas Rurales (IFR) de USAID tiene como objetivo principal mejorar la inclusión financiera de poblaciones vulnerables en zonas de conflicto definidas para promover la oferta de servicios financieros a productores agropecuarios, micro, pequeñas y medianas empresas y cadenas de valor.

Como parte de los objetivos definidos en los respectivos planes de trabajo, está el fortalecimiento de las entidades en términos de servicio, presencia en los territorios definidos con IFR, y diseño, mejora o adecuación de las estrategias de relacionamiento de cada una de las entidades con las comunidades rurales de los municipios. En ese sentido, desde 2016 se formuló con cada una de las entidades un plan de comunicaciones que, alineado con los respectivos convenios y planes de trabajo, facilitara y potenciara la imagen, reputación, estrategias de comunicación, relacionamiento con comunidad y prevención de riesgos y crisis por comunicación y mercadeo.

Como parte de estos planes de trabajo, desde IFR se definió una metodología de asistencia técnica que incluye la realización de talleres de formación en siete tópicos distintos: estandarización de roles de comunicación; jornadas de inmersión corporativa; identidad, imagen, imagen, marca y reputación; comunicación para el cambio social; y creación de indicadores de gestión de comunicación. Esto, conlleva a obtener planes de mejoramiento donde se incluyeron: formulación de políticas, manuales y protocolos de comunicaciones internas. Formulación de políticas, manuales y protocolos de comunicaciones externas, storytelling corporativo para contar las historias de progreso de asociados y clientes de las entidades y de clientes internos que han mejorado su calidad de vida a partir de los servicios y beneficios que les prestan estas entidades.

Esta asistencia técnica se prestó a entidades como Banco Mundo Mujer, Microempresas de Colombia, Coofisam, Congente, Finagro y Contactar, además del fortalecimiento a Interactuar, Crezcamos, Bancamia, Opportunity y Bancompartir. Y finalmente el proceso de coaching corporativo para fortalecer la comunicación interna, la productividad y el liderazgo a Coofisam, Microempresas de Colombia, Finagro y Contactar.

- **¿Cómo llegan al asociado rural?**

Ricardo Ramos - Microempresas de Colombia

El estudio de medios y canales de información de uso de los microempresarios identificó que se prefieren los mensajes de texto y el diálogo con el asesor comercial. Estos resultados nos permitieron canalizar nuestros esfuerzos con uso de volantes, de emisoras comunitarias y el programa de televisión de Microempresas de Colombia que también se transmite a través de redes sociales.

- **¿Cómo desde la comunicación interna vienen trabajando en los valores con los que se relacionan con los asociados?**

Melissa López - Contactar

Contactar nació hace 28 años en el departamento de Nariño, la metodología y el quehacer dicta que debemos ser cercanos y cálidos, con una comunicación cercana y efectiva con los clientes, esto se vive en que el asesor brinda el servicio puerta a puerta de los clientes y a crear o fortalecer la relación con los clientes. Para lograrlo, en el proceso de selección de personal, especialmente de los asesores, se evalúa muy bien la parte humana, ya que desde allí se pueden generar los vínculos de confianza entre la entidad y el cliente.

Natalia Astudillo - Coofisam

Coofisam nació en Garzón (Huila) hace 58 años y hace 10 años creó una fundación que atiende a los clientes y asociados brindando educación financiera y formación en cooperativismo. Esto ha permitido llegar a zonas muy apartadas dando grandes beneficios para la cooperativa y para los asociados y generando credibilidad. Actualmente, un equipo de psicólogos brinda educación financiera y cooperativismo, además transmiten los valores de Coofisam, llevando el mensaje de la cooperativa a los asociados, es partir de ellos que se crean historias de progreso especialmente de agricultores huilenses.

- **¿Cómo el acompañamiento de IFR les ha dado mayor visibilidad y reputación en territorios?**

Ricardo Ramos - Microempresas de Colombia

A través de la asesoría brindada a la entidad se logró establecer un proceso de mejoramiento de comunicaciones internas y externas. Esto se tradujo en el mejoramiento de la reputación organizacional, proceso del cual se apropiaron todos los miembros de la organización, ya que entendieron que todos son responsables de conservar la buena reputación de la empresa con lineamientos que seguir (políticas, por ejemplo) que son sostenibles cuando termine la intervención de IFR.

Melissa López - Contactar

Se realizó un plan de mejoramiento a partir de un diagnóstico organizacional, incluso se identificaron stakeholders. Este trabajo nos llevó a estructurar el área de comunicaciones, y a definir procedimientos para comunicarnos tanto interna como externamente, a entender la manera más adecuada de llevar información a todos los equipos de la Corporación, pero también a nuestros clientes.

Natalia Astudillo - Coofisam

A través de un proceso que inició desde dentro de la organización, IFR ayudó a apropiarse el nuevo ADN de la cooperativa, a mantener vigilancia del cumplimiento de nuestra promesa de valor, tanto por parte de los colaboradores, como de los asociados. Gracias a IFR se llevó a cabo un proceso de estructuración estratégica de las comunicaciones internas y externas, empezando por generar un área de comunicaciones, unas políticas y unos protocolos. Los cambios se reflejan en el mejoramiento del trabajo con los asociados. Actualmente la organización se encuentra en la formulación de un plan de comunicaciones y marketing, además se está realizando un rediseño de la marca.

Las historias de progreso permiten ver cómo se ha mejorado la calidad de vida de los clientes, ¿Cómo se han documentado estas historias de progreso?

IFR ha publicado un libro de las historias de progreso de clientes, asociados y colaboradores de las diferentes entidades con las cuales realiza su labor, esto ha permitido visibilizar la labor de las entidades financieras y cómo sus productos permiten ayudar a mejorar la calidad de vida de los colombianos. Este documento, así como la capacitación a las entidades para que ellas sigan documentando su impacto en la vida de las personas, es una forma de contar lo que el sistema financiero colombiano está haciendo para mejorar la calidad de vida de las personas en las zonas rurales, los esfuerzos que se hacen para contribuir al desarrollo local.

XVII.PANEL: EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE POBLACIONES VULNERABLES A TRAVÉS DE SERVICIOS FINANCIEROS

Panelistas:

Karina Lora – Participante de Grupo Local de Ahorro de Opportunity International

Jorge Rivera – Asociado de la Cooperativa Congente

Rubén Orley Velasco - Autoridad de Cabildo de Tacueyó – Fondo Rotatorio

Moderador

Juan Felipe Echeverry – Especialista en Gestión del Conocimiento y Comunicaciones de IFR

Karina Lora - Opportunity

En San Jacinto (Bolívar) Opportunity creó varios Grupos Locales de Ahorro y Crédito, como mecanismos para incentivar la inclusión financiera de la comunidad de menos recursos de esta zona del país. En uno de estos grupos participa Karina Lora, quien comenta que el grupo se reúne cada quince días en la casa de un miembro del GLAC para realizar ahorros y créditos a los que pueden acceder todos los miembros del grupo. Todo este proceso es acompañado por la asesora de Opportunity International, que es experta en metodologías grupales de ahorro y crédito y les guía sobre cómo debe funcionar el grupo.

Rubén Orley Velasco – Proyecto Nasa

Por su parte, la Asociación de Cabildos Indígenas de Toribío, Tacueyó y San Francisco – Proyecto Nasa es una autoridad dentro del territorio indígena que está conformado por tres cabildos de la comunidad Nasa en el norte del Cauca. El Proyecto Nasa ha formulado un plan de vida, proyectado hasta el 2050 donde se contemplan cuatro ámbitos para lograr el buen vivir de la comunidad; estos ámbitos son: comunidad, familia, gobierno propio y territorio (económico y ambiental). En medio del conflicto armado Toribío inició procesos organizativos y económicos comunitarios como Nasa Lac (empresa de productos lácteos), Juan Tama (productora y comercializadora de truchas), Fyze (productora de bebidas gaseosas), y un fondo rotatorio que sirve como mecanismo financiero para todos los habitantes del resguardo. Estos procesos quieren aportar a la construcción de paz, para evitar que los comuneros se inserten en cultivos de uso ilícito, razón por la cual se entregan créditos para incentivar cultivos de café, hortalizas y frutas, así como negocios de ganadería.

La Iniciativa de Finanzas Rurales de USAID ha sido un aliado estratégico de este proceso, en tanto ha apoyado a los fondos a su fortalecimiento técnico, ha capacitado a sus integrantes, y les ha entregado herramientas tecnológicas para facilitar la administración de estos mecanismos de ahorro y crédito.

Jorge Rivera – Congente

El caso de la comunidad Nasa en el Departamento del Meta es distinto. Se trata de indígenas que migraron del Cauca hacia el piedemonte llanero en 1999; actualmente Jorge Rivera y su comunidad llevan 10 años vinculados a Congente, donde llegó por la necesidad de obtener créditos para fortalecer sus cultivos de café, lo interesante para Jorge Rivera es que no solo es cliente, también se es asociado lo que les permite tener servicios complementarios como capacitación, trabajando modelos de economía propia, refuerzan el valor de la solidaridad. Ahora están vendiendo café ya procesado.

- **¿Cuál ha sido el aporte de estos procesos para sus comunidades?**

Karina Lora - Opportunity

El principal aporte que Opportunity les brinda es que les ha enseñado a ahorrar con un propósito, a distribuir sus ingresos diarios. Esto les ha permitido mejorar la cultura financiera de toda la familia. Adicionalmente, los grupos de ahorro crean lazos de amistad entre vecinos y ha servido para recuperar la confianza en el otro.

Rubén Orley Velasco – Proyecto Nasa

El principal aporte de USAID al pueblo Nasa de Toribio es el fortalecimiento de los reglamentos internos de los fondos rotatorios, la adquisición de un software financiero que les ha permitido conocer la realidad de sus fondos y la organización y análisis de sus cifras de una manera más ágil, así como un plan de capacitaciones que les ha dado herramientas de manejo al personal de los fondos y una metodología de educación financiera para los comuneros.

Jorge Rivera – Congente

En cuanto a Congente el principal aporte es la motivación a la comunidad indígena para acceder a los diversos servicios financieros.

XVIII. PANEL: PROGRAMA SOY LÍDER, O ¿CÓMO LA COMUNIDAD PROMUEVE Y APOYA SERVICIOS FINANCIEROS INCLUYENTES?

Panelista

Billey Bolaño – Gestor de canales de Bancompartir
Arelis Bolaño – Líder comunitaria de Puerto Libertador
Otilia Mejía – Cliente de Bancompartir en Puerto Libertador

Moderador

Juan Felipe Echeverry – Especialista en Gestión del Conocimiento y Comunicaciones de IFR

Bancompartir, con el acompañamiento técnico de la Iniciativa de Finanzas Rurales de USAID ha ajustado su programa Soy Líder, convirtiendo a líderes sociales en referenciadores de clientes para el Banco, e influenciadores de inclusión financiera dentro de sus comunidades. La oficina de Montelíbano, en el departamento de Córdoba, ha sido pionera en este ejercicio de bancarización desde un enfoque social y comunitario.

Bancompartir, una entidad microfinanciera que desde el 2015 se convirtió en banco, ha implementado por varios una metodología para la atención a poblaciones vulnerables conocida como Soy Líder, modelo a través del cual pequeños comerciantes pueden referenciar a miembros de su comunidad para acceder más fácilmente a los productos y servicios financieros del Banco. El programa, que cuenta con un relativo éxito en zonas urbanas, no había podido escalar a zonas rurales debido a la complejidad de acceso a muchas de ellas, al desconocimiento por parte de la entidad respecto a la forma más adecuada para llegar a estas poblaciones y el consecuente riesgo relacionado con la colocación de dinero en zonas afectadas por el conflicto armado.

En 2016 Bancompartir y la Iniciativa de Finanzas Rurales de USAID (IFR) iniciaron un plan de trabajo conjunto para llevar el portafolio de servicios del Banco a tres de las zonas rurales más afectadas por el conflicto armado en Colombia: El Carmen de Bolívar, Tumaco y Montelíbano. Como parte de su asistencia técnica, IFR acompañó al Banco en varias jornadas de reconocimiento de estos territorios, y generó procesos de relacionamiento con organizaciones de productores, líderes comunitarios y autoridades en las zonas, a fin de facilitar la identificación de las principales necesidades de estas poblaciones y al mismo tiempo las oportunidades de negocio para la entidad financiera.

Como parte de este proceso, en este mismo año Bancompartir abrió sucursales bancarias en estos tres municipios. IFR por su parte realizó procesos formativos para los funcionarios del Banco sobre equidad de género, comunicaciones comunitarias, estrategias de relacionamiento con poblaciones vulnerables, y atención diferencial. Asimismo, adaptó la metodología del Programa Soy Líder pasando del modelo urbano de pequeños comerciantes, al modelo rural de líderes comunitarios.

XIX. PANEL: SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA POTENCIAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

Los servicios de desarrollo organizacional son todos aquellos servicios que se prestan a pequeños y microempresarios, cuyo fin es el fortalecimiento del negocio, tales como capacitación, transferencia de tecnología, apoyo en mercadeo, asesoría empresarial, asistencia técnica, asesoría jurídica y tributaria, tutorías e información.

- **¿Cómo llegar a las comunidades?**

IFR ha creado una guía genérica para la construcción y oferta de servicios de desarrollo empresarial a través de cadenas de valor se crea una ruta tomando como inicio una herramienta de diagnóstico empresarial (organizacional, financiero, productivo, ambiental y comercial) priorización de necesidades enfocadas en la generación de ingresos, formulación del plan de mejora priorizando los aspectos a atender y de acuerdo a las necesidades de la empresa y la implementación del plan de mejora como asesorías, talleres y capacitaciones bajo una metodología vivencial del aprender haciendo y sin descuidar el extensionismo.

Los servicios de desarrollo empresarial son la clave para la real transformación de los territorios, ya que brindan servicios complementarios que apoyan el crecimiento de las empresas ancla y de los productores asociados, las entidades que los brindan prestan un servicio adicional a sus clientes o asociados que les genera fidelización y verdadero conocimiento de sus clientes.