



ACCIÓN

ACCION International

Remesas: Retos y Oportunidades

Cumbre Regional de Microcrédito

María Jaramillo

Abril 21, 2005



- I. Objetivos de ACCION en remesas**
- II. Oportunidades**
Segmentos del mercado
Demanda por productos
- III. Retos**
Posicionamiento de remesadoras y bancos
Competencia en el mercado
- IV. Siguietes pasos**



Objetivos de ACCION en Remesas :

ACCIÓN

- ☀ **Promover el desarrollo de servicios de remesas a través de instituciones microfinancieras**
- ☀ **Bancarizar familias receptoras y facilitar su acceso a servicios financieros**

Metas:

- **Apalancar el impacto económico de estos fondos**
- **Usar remesas para desarrollar historiales de capacidad de pago**
- **Adaptar productos para las necesidades de este nicho de mercado. Inmigrante como nuevo cliente potencial**



Cómo lograr metas:

ACCIÓN

- **Canalización hacia metas de inversión: Facilitar enlace de remesas con productos de crédito y ahorro**
- **Responder al manejo transnacional del dinero que se está dando: Adaptar productos a este mercado, Hipotecas o productos de ahorro >> inmigrante como cliente principal**
- **Que el dinero que se envía impacte positivamente la vida de su familias: seguros, créditos para negocios, gestión del dinero enviado: pago a terceros**



II. Oportunidades: Segmentos del Mercado - demanda por productos enlazados con remesas

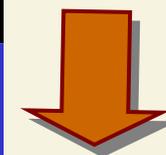


Segmentación por Tipo de Remesa:

ACCIÓN

Tipo de remesa	Relación con Receptor	
	Cercana: Padres, Cónyuges, Hijos	Lejana: Tío(a), Primo (a), Abuelo(a), Hermano(a)
1. Para necesidades básicas	Tipo A: - Frecuencia: <i>constante</i> - Control del dinero: <i>alto</i> - Vínculo familiar: <i>fuerte</i>	Tipo D: - Frecuencia: <i>constantes</i> - Control del dinero: <i>menos alto</i> - Vínculo familiar: <i>menos fuerte</i>
2. Ingreso extra: regalo o apoyo puntual	Tipo C: - Frecuencia y Monto: <i>no constantes</i> - Control del dinero: <i>bajo</i> - Vínculo familiar: <i>fuerte</i>	Tipo B: - Frecuencia y Monto: <i>no constantes</i> - Control del dinero: <i>bajo</i> - Vínculo familiar: <i>menos fuerte</i>

Con el tiempo



Segmentación por Años en USA:

ACCIÓN

	Años en USA	
	Inmigrante más reciente < 5 años	Inmigrante más antiguo > 5 años
1. Legal	 <p>Apertura a intentar otros servicios de remesas</p> <p> Bancarizado en USA - Menos aprensión a bancos en país de origen ?</p>	 <p>Hábito ya establecido. Menor apertura a otro servicio</p> <p>-Ya establecido con un servicio bancario en USA</p>
2. Ilegal	 <p>Apertura a intentar otros servicios de remesas</p> <p>- No bancarizado en USA</p> <p>-Bancarizado en país de origen?</p>	 <p>Hábito ya establecido.</p> <p>-No tiene relación con bancos, difícil bancarizar en este punto</p>



Demanda por Productos



Productos de Ahorro:

ACCIÓN

Oportunidad



- Receptores en promedio ahorran 5%
- Estudio en Colombia: 65% de interés en abrir cuentas con casas de cambio

- Ahorro programado para Vivienda >> Mibanco-Peru
- Cuenta de ahorro programado >>Sogesol-Haiti: atractivo como mecanismo que obligue a ahorrar similar a la ROSCA
- Depósito automático en cuentas de ahorro que faciliten el acceso a créditos >> Banco Caja Social-Colombia
- Cuenta multipropósito para manejo de remesa, gestión de su dinero enviado >> Banco Solidario-Ecuador



Crédito de Vivienda:

ACCIÓN

Oportunidad



- 50.1% de hogares que reciben remesas tienen vivienda propia sin deuda vs. 44.2% que no recibe
- Estudios de mercado de remesadoras indican mejora de vivienda como principal destino de \$\$

Bancos en Colombia:

- Determinar usuario y rol del inmigrante > pagador, garante, co-financiador.
- Evaluación del inmigrante: periodicidad, estabilidad laboral
- Scoring del familiar: capacidad de pago, fuente de ingreso segura.

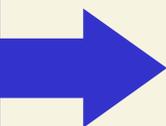
Mejora de vivienda: remesa castigada como fuente adicional de ingreso del hogar.



Seguros para remesas:

ACCIÓN

Oportunidad



• Estudios en CO, PE y EC muestran demanda potencial

Productos para el Familiar

- Seguro de remesas para garantizar ingreso por un período limitado. >> Beneficio que el afiliado ofrece gratuitamente

Productos para el Inmigrante

- Seguros de vida o de salud pagados por el inmigrante para su familia >> apalancar conscientización del inmigrante sobre estos productos



Retos: Posicionamiento de microfinancieras y bancos



Posicionamiento remesadoras :

ACCIÓN

Perú: Western Union y
JetPerú: 74% de remesas

- Hábito ya establecido de usar un servicio de remesa
- Inmigrante escoge el servicio referencia de familiares y amigos
- Conveniencia, precio, facilidad de uso, idioma, empresa del país de uno



Posicionamiento microfinancieras :

ACCIÓN

Retos de entrega en bancos:



- * Imagen negativa en América Latina
- * Percepción de ser más caro y que servicio tomaría más tiempo
- * Horarios y largas colas
- * Prioridad del cliente de microcrédito



Retos: Competencia



Competencia entrando en finanzas :

ACCIÓN

- **Remesadoras entrando a ofrecer a servicios financieros:**
 - **Delgado Travel - Delbank (Ecuador)**
 - ❖ **Cambios Country - Macrofinanciera (Colombia)**
 - ❖ **Remesadoras en USA, abriendo oficinas propias para ofrecer más servicios al inmigrante: courier, teléfonos y también crédito, historial crediticio**



Implicaciones:

ACCIÓN

Cliente

Mayor acceso a servicios financieros

Microfinancieras

Competencia experta en remesas empezando a incursionar en microfinanzas

Industria

Más actores en el mercado de finanzas populares sin experiencia en este campo. Enfoque puede irse por consumo



Siguientes pasos



Siguientes pasos:

ACCIÓN

- **Determinar impacto de remesas en productos financieros >> impacto en riesgo:**
 - **Incluir remesas en aplicaciones de crédito**
 - **Determinar periodicidad, monto promedio, monto disponible**
- **Desarrollar estrategias de venta cruzada:**
 - **Encuesta-scoring para receptor**
 - **Presencia en países emisores, España - USA, para promoción y comercialización de productos**





ACCIÓN

**Ofrecer a la gente los recursos que
requieren para salir de la pobreza**

