

LAS IMF's y el Sector Bancario Formal: Desarrollando Enlaces Efectivos

Olga Lucía Martínez Murgueitio
Gerente Nacional de Microfinanzas
Banco Caja Social - Colombia
Abril 21 de 2005

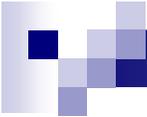
BANCO CAJA SOCIAL

SU BANCO AMIGO



CONTENIDO

- Presentación del Banco Caja Social
- Las Microfinanzas en Colombia
- La importancia de compartir los aprendizajes
- Reflexión Final



EL BANCO CAJA SOCIAL...

- El Banco Caja Social es una Entidad Privada; pertenece a la Fundación Social, Fundación que trabaja para superar las causas estructurales de la pobreza en Colombia.
- Nació como la Caja de Ahorros del Círculo de Obreros de Bogotá, obra fundada en 1911 por el padre Campoamor S.J.
- En 1991 se transformó en Banco Comercial y en enero de 2.000 se convirtió en Sociedad Anónima.
- A través de sus más de 90 años de historia, ha concentrado sus servicios financieros en la atención de las clases populares colombianas (tanto personas naturales como unidades productivas micro y pequeñas), atendiendo en la actualidad a más de 1 millón de clientes
- Desde el 2002 cuenta con la IFC, Corporación Financiera del Banco Mundial, como accionista
- En el 2004, cuenta con un modelo más especializado y totalmente personalizado para atender al sector microempresarial.

BANCO CAJA SOCIAL

SU BANCO AMIGO

LAS MICROFINANZAS EN EL BANCO...

Los clientes micro empresariales representan:

- El 31% del total de clientes del activo
- El 12.5% del ahorro del Banco y
- El 14% de otros productos del portafolio del Banco.

CLIENTES BANCA PERSONAL Y MICROEMPRESARIAL

Número de Clientes	Clientes Ahorro		Clientes Crédito		Clientes Otros Productos		Total Clientes	
	Num	%Part		%Part		%Part		%Part
Banca Personal	1,142,830	87.4%	178,823	68.7%	26,536	85.8%	1,181,256	87.0%
Banca Microempresarial	163,697	12.5%	81,266	31.2%	4,285	13.9%	175,699	12.9%
Banca Empresarial	488	0.04%	95	0.04%	97	0.3%	615	0.05%
TOTAL	1,307,015	100.0%	260,184	100.0%	30,918	100.0%	1,357,570	100.0%

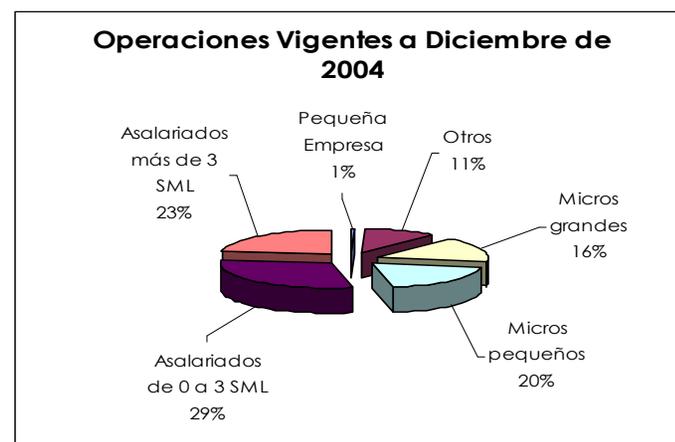
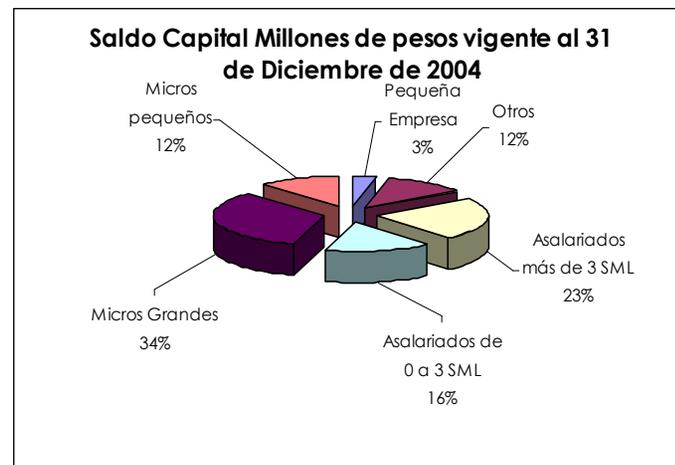
Cifras Diciembre 2004

BANCO CAJA SOCIAL

SU BANCO AMIGO

LAS MICROFINANZAS EN EL BANCO...

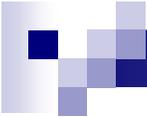
- Por el lado del activo, el segmento microempresarial representó cerca del 36% de las operaciones y 45% del total del saldo capital vigente
- Los asalariados de ingresos bajos y medios representaron el 37% de las operaciones y el 31% del saldo de capital





LAS MICROFINANZAS EN COLOMBIA..

- Como en la mayoría de otros países, su principal desarrollo se ha dado a través del crédito
- La cartera total de microcrédito del sistema financiero alcanza los USD 360 millones (aunque no recoge todo el microcrédito del país, por la restricción normativa para su clasificación), en dónde básicamente 5 actores representan cerca del 80% del mercado
- Las IMF´s atienden un mercado cercano al 55% del mercado formal; sin embargo, su participación total de la Industria es del 30%.



PELIGROS DE LA COMPETENCIA ENTRE BANCA FORMAL E IMF'S...

- Ambos tipos de instituciones continúan buscando profundizar su posicionamiento en el mercado
- Sin embargo, ello puede traer problemas de sobre endeudamiento de los clientes, en un segmento vulnerable y sin mucha experiencia financiera
- De acuerdo con estudios de entidades especializadas, algunos países en AL están muy cerca de alcanzar el máximo potencial, e incluso hay quienes argumentan que en algunos de ellos ya vivieron ésta situación.
- Esta situación parecería más lejana en otros países en donde la penetración es claramente inferior, pero rápidas expansiones de las ofertas podrían conducir al escenario del sobre endeudamiento



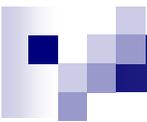
MAYORES APRENDIZAJES

Enseñanzas de las IMF´s:

- El modelo de relación
- El escalonamiento de monto y plazo
- Las tácticas de cobranza
- Manejo del endeudamiento del cliente
- La posibilidad de bajar de segmento

Enseñanzas de la banca:

- Control de riesgo, auditoria y demás
- Modelos rentables y auto sostenibles
- Calidad en la base de datos y reportes a centrales de riesgo
- Economías de escala
- Portafolio de productos y servicios
- La viabilidad y aceptación de los créditos individuales



LOS ENLACES CONTRIBUYEN A ENTREGAR OFERTAS INTEGRALES PARA EL SEGMENTO...

- Las IMF´s se han focalizado tradicionalmente en crédito
- Sin embargo, este segmento no es solo sujeto de crédito, necesita una oferta integral de productos financieros
- Algunos ejemplos:
 - Productos de Ahorro que incentiven y premien la permanencia
 - Productos transaccionales: facilidad de manejo de medios electrónicos
 - Remesas
 - Otros productos del Activo: Tarjetas de crédito, Sobregiros, Créditos rotativos (cuidando por supuesto la exposición)
 - Ofertas de Seguros: de Vida, para su Hogar y para su negocio
- Otros beneficios:
 - Amplia red de oficinas (mayor cercanía)



En conclusión: ventajas para todos..

- Alianzas exitosas entre las IMF's y el sector bancario formal contribuirían a:
 - Desarrollar mejores formas de atender y evaluar el riesgo del sector
 - Mayor información de la Industria
 - Desarrollar portafolios de productos más completos y especializados para el segmento
 - Ampliar la cobertura de los servicios financieros y la cobertura geográfica
- Orientación hacia el Cliente: Más clientes, mejor atendidos y con el riesgo bien administrado contribuiría a su vez a consolidar el posicionamiento y solidez de las entidades



Y una fuerte responsabilidad...

No forzar, en aras del crecimiento comercial, el Endeudamiento del cliente, lo cual sería Totalmente contrario a lo que pretendemos las Entidades que creemos que trabajando con los Microempresarios le apostamos al desarrollo Económico y social de un País.

BANCO CAJA SOCIAL

SU BANCO AMIGO