



Strategy | Consulting | Digital | Technology | Operations

Felaban – Asamblea Anual

Ejecutando la inclusión financiera
Punto de Vista Accenture

8 de Noviembre de 2016



High performance. Delivered.



¿Qué significa la exclusión financiera?

A ¿No tener cuenta en un banco?

B ¿No tener acceso a crédito?

C ¿No ir a una sucursal?

*“No tener acceso universal a servicios financieros **formales**, comercialmente **sostenibles** para la industria y proporcionados de manera **responsable** ...*



*... **para todos** y no solamente los más afortunados”*

Definición Accenture

¿Cuál es la principal demanda de la población no bancarizada?

1

Pagos, remesas, transferencias

- Cuentas, consumo etc.
- Entre zonas rurales y urbanas
- Internacionales (remesas de inmigrantes)

2

Ahorros, consejos financieros

- Emergencias
- Jubilación
- Inversiones en pequeños negocios
- Suavizar el flujo financiero de pequeños negocios

3

Crédito / micro-crédito

- Pequeñas inversiones en el hogar
- Inversión en la educación de hijos
- Inversión en pequeños negocios

4

Mitigación de riesgos

- Seguros de vida
- Seguros de salud
- Seguros para la cosecha (ej. variaciones en el clima)

Aunque la oportunidad parezca real, los bancos siguen resistiendo ...

Dilemas habituales en el reto de la bancarización

Tratase del segmento con el potencial más grande de crecimiento, una vez que se beneficie con el acceso a herramientas financieras ...

- ✓ **60%+** de la población de Latino América
- ✓ **70%** de pagos realizados en efectivo
- ✓ **18%** de préstamos informales
- ✓ **8%** ahorros informales



- Esta población es atractiva una vez que ...
 - ... contribuye a la economía (EEUU 70M = \$ 1,3 T en gastos anuales)
 - ... tiene gastos financieros (EEUU \$ 78 B gastos en tarifas e interés)
 - ... ya se probó rentable (BRI Indonesia – área de micro-banca)
- Además que la reducción de la desigualdad beneficia a todos

... a un otro lado, tratase de una población con características muy distintas a las cuales están acostumbradas las instituciones tradicionales

- ✓ Ingresos volátiles
- ✓ Necesidades no standard
- ✓ Poco histórico de crédito
- ✓ Población distribuida
- ✓ Competencia no bancaria
- ✓ Relación de desconfianza
- ✓ Alto coste de servir (sobre los modelos tradicionales)

... y muchas veces por no haber revisitado sus premisas originales

Algunas premisas para servir al público no bancarizado

1 Debe ser un negocio sostenible y no filantropía

- ❑ Las decisiones suelen ser más racionales cuando hay lucro
- ❑ Si no hay beneficio a los inversores, esto tiende a agotarse

2 El modelo de servicio tiene que ser distinto

- ❑ Las plataformas digitales ofrecen acceso a costes adecuados
- ❑ Alianzas ayudan con capilaridad (ej. depósitos en minoristas)
- ❑ Nuevas tecnologías permiten hacer cosas antes imposibles

3 El cliente está preparado y quiere ayuda

- ❑ Hay más móviles en Latino América que cuentas bancarias
- ❑ Cuanto más pobre más caro el acceso a servicios financieros
- ❑ A este segmento le hace más falta protección que educación

“Nos parece una buena filosofía buscar ayudar el cliente a largo plazo, dándole servicio a coste más adecuado y promoviendo la acumulación de riqueza. Empoderamiento pasa por restituirle a la gente orgullo y dignidad”

¿Qué podría ser hecho para empezar a explorar esta oportunidad?

Factores-clave de éxito

Adecuar la proposición de valor ...

Definiendo el portfolio inicial (ej. empezando con pagos y ahorros antes de irse a temas más críticos como crédito)

Sacando ventaja de las capacitaciones existentes, propias o de aliados (i.e. racionalización de la inversión y de riesgos)

Suprimiendo restricciones de KYC, crédito, dependencia de numerario etc. con soluciones innovadoras (ej. Fintechs)

Reviendo características de productos (ej. en microcrédito, ajustando el pago al flujo de caja de la pyme o el individuo)

Reduciendo el coste total de transacción para el cliente (i.e. directos e indirectos, como los desplazamientos, colas etc.)

... reinventar la experiencia del cliente ...

Buscando una relación a largo plazo, calcada en el suceso y la proximidad del cliente y que permita rescatar la confianza

Conociendo a los distintos micro-segmentos contenidos en esta población (individuos o negocios) y sus necesidades

Haciendo el mejor uso de las tecnologías disponibles y con las cuales está acostumbrado el cliente (y en su "lenguaje")

... y adoptar modelos innovadores de ejecución

