

Autoexclusión y potencial de mercado: inclusión financiera de migrantes venezolanos en Colombia

Colombia es el principal destino de migrantes venezolanos, para quienes la inclusión financiera resulta clave en su integración. Pese a avances normativos, persisten barreras de acceso y uso, incluida la autoexclusión. En 2024, IPA Colombia y un grupo de investigadores encuestaron a más

de 6.500 personas en 13 ciudades e implementaron una evaluación aleatoria (RCT) con más de 2.200 migrantes, generando evidencia sobre cómo las percepciones sociales influyen en la inclusión financiera.

Principales hallazgos

- **Baja inclusión financiera:** 24 por ciento de los migrantes perdió todos sus productos financieros tras la migración.
- **Billeteras digitales como puerta de entrada a la inclusión financiera:** Pese a la pérdida de productos financieros, aumentó el uso de billeteras digitales. El 35% de los migrantes que hoy usan una billetera digital no tenían productos financieros en Venezuela, y su uso se asocia con un incremento de 7,4 p.p. en la probabilidad de abrir cuentas de ahorro.
- **Predominio del efectivo:** pese a la disponibilidad de productos digitales, el uso de efectivo sigue siendo mayoritario y muchas soluciones digitales permanecen subutilizadas.
- **Demanda latente y perfiles diversos:** Más de la mitad quiere adquirir productos adicionales, especialmente ahorro y crédito, con mayor demanda entre quienes planean permanecer en Colombia.
- **Brechas entre colombianos y migrantes:** ambas poblaciones tienen niveles similares de preferencias temporales, disposición al riesgo y conocimientos financieros, por lo que estos factores no explican las diferencias en acceso financiero.
- **Autoexclusión y percepción de discriminación:** 41 por ciento no cree que se les ofrecerían productos financieros y 45 por ciento reporta discriminación; las barreras son sobre todo de percepción y confianza, no solo legales ni económicas.
- **Percepción de acogida afecta disposición a acercarse al sistema financiero:** Proveer información real sobre la aceptación social hacia migrantes aumentó entre 4 y 6 puntos porcentuales la intención de abrir cuentas y usar servicios financieros, demostrando que cambiar percepciones incide directamente en decisiones financieras.





.....
CREDITS | PHOTO: OIMGema Cortés.

Introducción

Colombia se ha convertido en el principal destino de migrantes venezolanos, lo que plantea desafíos y oportunidades para su integración socioeconómica. La inclusión financiera es clave en este proceso, pero persisten barreras que limitan el acceso y el uso efectivo de los productos disponibles. Esta nota de política se

basa en un estudio riguroso¹ y documenta cómo los migrantes transforman su acceso financiero al llegar a Colombia, los avances logrados una vez establecidos, y las diferencias frente a la población colombiana. También analiza cómo las expectativas de permanencia influyen en su planificación financiera.

Metodología

El estudio se enfocó en dos grupos poblacionales específicos: ciudadanos colombianos mayores de 18 años registrados en el Sisbén y migrantes venezolanos regularizados mediante el Permiso por Protección Temporal (PPT) y también inscritos en el Sisbén. Se llevó a cabo una encuesta en las 13 ciudades principales de Colombia y sus áreas metropolitanas. La muestra se diseñó de tal manera que fuera representativa a nivel de sexo, rangos de edad, autoreporte de discriminación, y tenencia de productos financieros. La población de referencia del diagnóstico es de 226.142 migrantes y 23.217 colombianos.

La recolección de datos se desarrolló en dos fases durante 2024. Entre el 1 de abril y el 16 de mayo se aplicaron encuestas vía WhatsApp a 5.999 migrantes y 519 colombianos para elaborar el diagnóstico. Luego, entre el 7 de junio y el 10 de julio, se implementó un ensayo controlado aleatorizado (RCT) con 2.115, para evaluar si corregir las percepciones de los migrantes sobre su aceptación social en Colombia podía incrementar su disposición a usar servicios financieros formales.

Principales Hallazgos

Pérdida de acceso y nuevos usuarios: la paradoja de la inclusión financiera y el rol de las billeteras digitales

El diagnóstico muestra que, tras migrar a Colombia, muchos venezolanos han perdido acceso a productos financieros que sí tenían en su país de origen. El 24 por ciento de los migrantes que contaban con al menos un producto financiero en Venezuela ahora no tienen ninguno en Colombia. En contraste, el único producto cuya tenencia aumentó es la billetera digital. Su uso creció 24 puntos porcentuales tras la migración. Además, el 35 por ciento de los migrantes que abrieron una billetera digital en Colombia no tenían ningún producto financiero en Venezuela, lo que posiciona a este producto como un canal de entrada al sistema financiero. Tener una billetera digital también se asocia con un aumento de 7.4 puntos porcentuales en la probabilidad de abrir una cuenta de ahorro.

Se observa un patrón dual en el proceso de inclusión financiera

Mientras algunos migrantes ganan acceso, otros lo pierden. Por ejemplo, entre quienes tenían productos en Venezuela, el 55 por ciento ya no cuenta con cuentas de ahorro o corrientes; el 95 por ciento perdió acceso a tarjetas de crédito o créditos de consumo; el 94 por ciento a microcréditos; el 77 por ciento a seguros; y el 63 por ciento a billeteras digitales. El 57% de las personas que perdieron acceso a productos financieros es población económicamente activa, el 58% cuenta con estudios mayores a secundaria, el 70% se trata de mujeres y el 43% tiene entre 18 y 35 años.

Al mismo tiempo, hay un gran volumen de nuevos usuarios: 26 por ciento en cuentas de ahorro o corrientes, 76 por ciento en tarjetas de crédito o créditos de consumo, 90 por ciento en microcréditos, 78 por ciento en seguros, y 90 por ciento en billeteras móviles. Esto refleja una demanda insatisfecha, la inclusión de personas que en Venezuela no tenían acceso y una segmentación heterogénea dentro de la población migrante.

Acceso no es uso: persistencia del efectivo y subutilización de productos digitales

A pesar del aumento en la tenencia de billeteras digitales, su uso sigue siendo limitado. Aunque el 36 por ciento de los migrantes con billetera digital reportó haberla usado en la última semana, el efectivo continúa siendo el medio de pago dominante. Comparado con la



.....
CREDITS | PHOTO: Miguel Gutiérrez / EFE

población colombiana, los migrantes utilizan 17 por ciento más el efectivo y 8 por ciento menos las billeteras digitales. El verdadero desafío ya no es solo el acceso, sino fomentar el uso continuo y eficiente de los productos disponibles.

Autoexclusión como principal barrera: percepción de no ser bienvenidos

Las diferencias en inclusión financiera entre migrantes y colombianos no se explican por factores como aversión al riesgo o conocimientos financieros. Ambos grupos presentan niveles bajos de educación financiera, con un 71 por ciento sin comprensión de conceptos clave como tasas de interés o puntaje crediticio. Tampoco hay diferencias significativas en preferencias intertemporales o tolerancia al riesgo.

La principal barrera identificada es la autoexclusión. El 41 por ciento de los migrantes que no tienen productos financieros dicen no creer que se los ofrecerían; el 36 por ciento indica que no los necesita; y el 33 por ciento señala que no se siente seguro usando productos financieros, cifras superiores a las identificadas para colombianos. Además, el 45 por ciento de quienes se autoexcluyen también reportan haber experimentado discriminación. Estas percepciones limitan el acceso y deben ser abordadas como parte central de cualquier estrategia de inclusión financiera.

Un mercado en crecimiento con necesidades diversas

La población migrante muestra una mayor demanda de productos financieros que la población colombiana, con diferencias de hasta 15 puntos porcentuales. Entre los productos más solicitados se encuentran las cuentas de ahorro (34 por ciento), billeteras digitales (33 por ciento), tarjetas de crédito (22 por ciento) y créditos de consumo (15 por ciento). Esta demanda es aún mayor entre quienes tienen empleo o planean quedarse en Colombia al menos seis años, lo que incrementa la demanda hasta en 6.9 puntos porcentuales. Además, haber tenido productos crediticios en Venezuela incrementa en 7.2 puntos porcentuales la probabilidad de demandarlos en Colombia.

El diagnóstico también identificó que el 74 por ciento de los migrantes reporta tener habilidades digitales bajas o medias. Aunque esta cifra es ligeramente mejor que la de los colombianos (78 por ciento), plantea retos para el uso de productos digitales. A pesar de esto, el 57 por ciento de los migrantes tiene al menos un producto financiero (38 por ciento cuentas de ahorro, 32 por ciento billeteras digitales), pero solo el 17 por ciento tiene más de uno. Un 52 por ciento reporta intención de adquirir productos financieros adicionales, principalmente de crédito, lo que indica una demanda de mayor sofisticación.

Evidencia Experimental: Cambiar Percepciones Para Fomentar Inclusión

Durante la encuesta, se realizó una actividad para entender si mejorar la percepción de los migrantes sobre cómo los ven los colombianos podía influir en su interés por usar servicios financieros. Para eso, se les preguntó a los migrantes si creían que los colombianos estarían de acuerdo con que los hijos de migrantes nacidos en Colombia tuvieran derecho a la ciudadanía. Esta pregunta se usó como una forma indirecta de medir qué tan bien recibidos se sentían en el país.

Se identificó que el 66 por ciento de los migrantes subestimaban la apertura de los colombianos. Después de que los migrantes compartieron su opinión, se les mostró información real sobre lo que piensan los colombianos. Este simple ejercicio tuvo un impacto importante en los migrantes que pensaban que los colombianos no los aceptaban mucho y encontraron una mayor apertura, lo que generó los siguientes cambios:

- **La intención de ir a un banco en los siguientes dos meses subió del 33 al 38 por ciento.**
- **La intención de abrir una cuenta de ahorro subió del 33 al 37 por ciento.**
- **La intención de abrir una billetera digital subió del 33 al 39 por ciento.**

Esto sugiere que sentirse bienvenidos en el país influye directamente en la disposición de los migrantes a acercarse al sistema financiero formal. Además, entre las personas que pensaban que los colombianos eran más abiertos de lo que realmente son, esta corrección no disminuyó su interés en usar servicios financieros. Es decir, aclarar la percepción no tuvo efectos negativos.



Oportunidades Para La Política Pública: Segmentos Prioritarios Y Coordinación Institucional

El diagnóstico identifica dos segmentos clave: migrantes que ya usan productos financieros y podrían acceder a opciones más sofisticadas, y migrantes desatendidos que perdieron acceso tras salir de

Venezuela. Atenderlos requiere soluciones diferenciadas y mayor coordinación entre sector público y sistema financiero.

Preguntas clave para avanzar:



¿Cómo podemos reducir la percepción de discriminación y evitar que los migrantes se autoexcluyan del sistema financiero?



¿Cómo podemos ampliar tanto el acceso como el uso efectivo de productos financieros, considerando que las barreras no siempre son de tipo económico o legal, sino también de percepción y confianza?



¿Cómo podemos diversificar y sofisticar la oferta de productos para que responda mejor a los distintos perfiles, expectativas y planes a futuro de la población migrante?

Estas preguntas marcan un camino claro para avanzar en una agenda de inclusión financiera más justa y eficaz.

Referencias

1. Este estudio fue realizado por IPA Colombia en alianza con Giorgia Barboni (Universidad de Warwick, Reino Unido), Nicolás de Roux (Universidad de los Andes, Colombia) y Santiago Perez Cardona (Universidad de Chicago, EE.UU.)

IPA Colombia

info-colombia@poverty-action.org
poverty-action.org/colombia-overview

Autores: Alejandro Mojica, Natalia Duran y Ana Tamayo

Edición y Diseño: Ana Tamayo

Innovations for Poverty Action (IPA) es una organización sin fines de lucro de investigación y políticas que descubre y promueve soluciones efectivas a los problemas globales de pobreza. IPA diseña, evalúa rigurosamente y refina estas soluciones y sus aplicaciones junto con investigadores y tomadores de decisiones locales, asegurando que la evidencia se utilice para mejorar la vida de los pobres del mundo. Nuestras alianzas bien establecidas en los países donde trabajamos y un sólido conocimiento del contexto local nos permiten realizar investigaciones de alta calidad. Esta investigación ha informado a cientos de programas exitosos que ahora impactan a millones de personas en todo el mundo.



Investigadores: Giorgia Barboni, Nicolás de Roux, Santiago Pérez-Cardona

Socios: Departamento Nacional de Planeación (DNP) de Colombia, Fundación Conrad N. Hilton

País: Colombia

Sector: Inclusión financiera

Tipo de estudio: Evaluación aleatoria (RCT)