El Parche Financiero

Resultados y lecciones aprendidas

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES

Fundación Capital

Proyecto de educación e inclusión financiera en los municipios del país con mayor concentración de migrantes venezolanos

Entregable 10:
Informe Final del Proyecto

Presentado por: Fundación Capital
Bogotá, diciembre de 2025

El Parche Financiero

Contenido

004 Introducción

006 Fase 1: Caracterización

014 Fase 2: Implementación del componente de inclusión financiera

015 Alianzas con entidades financieras

026 Alianzas no financieras

029 Metas, resultados y aprendizajes

040 Fase 2: Implementación del componente de educación financiera

041 Metodología del proceso de formación

050 Herramientas y materiales creados

056 Metas, resultados y aprendizajes

058 Fase 2: Componente de Jornadas de Servicios

059 Metodología para la implementación

063 Metas, Resultados y Aprendizajes

066 Fase 2: Componente de Comunicación y Sensibilización

068 Eventos para la incidencia y la difusión de conocimiento

076 Materiales para la sensibilización y la difusión de conocimiento

083 Evento de cierre del proyecto

088 Conclusiones

01 Introducción

Este informe corresponde al Entregable Final del Proyecto de Educación e Inclusión Financiera en municipios del país con mayor concentración de población migrante venezolana. Este proyecto, cuyo nombre comercial fue "El Parche Financiero", motivó e impulsó espacios y actividades de acompañamiento a la oferta y a la demanda de servicios financieros con el fin de contribuir a una mayor inclusión y educación financiera de población migrante venezolana, colombiana retornada y comunidad de acogida. También involucró a actores del sector público y del sector social, persiguiendo un cambio a nivel de ecosistema que fuera sostenible en el tiempo. Sus actividades de desarrollaron entre marzo de 2023 y agosto de 2025, en los 10 municipios del país y sus zonas metropolitanas que en 2023 concentraban la mayor cantidad de población venezolana de acuerdo con cifras oficiales de Migración Colombia: Bogotá, Soacha, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, Riohacha, Cúcuta y Bucaramanga.

El Parche Financiero diseñó una comprensiva estrategia de articulación a través de cuatro frentes de trabajo. En estos frentes se buscó generar conexiones e incentivos adecuados que acercaran a los proveedores de servicios financieros con la comunidad, incluyendo a las organizaciones de la sociedad civil, la institucionalidad pública y el sector de cooperación internacional. Los cuatros frentes fueron:

1. Inclusión financiera
2. Educación financiera
3. Jornadas de servicios financieros y sociales
4. Comunicación y sensibilización

La iniciativa se estructuró en 2 fases. Una primera fase de caracterización, en la que se analizaron las condiciones, barreras y necesidades de la demanda y de la oferta. Y una fase de implementación simultánea y acompañamiento para cada uno de los 4 frentes de trabajo o componentes mencionados.

En el presente documento se relacionan las estrategias, actividades, resultados y lecciones aprendidas del proyecto. Para cada uno de las fases y componentes, se relatan las acciones implementadas y resultados obtenidos durante la ejecución del proyecto (entre marzo de 2023 y noviembre de 2025).

02

Fase 1: Caracterización

Entre marzo y junio de 2023 se realizó una caracterización de la demanda con el objetivo de medir el interés de la población migrante venezolana, colombiana retornada y comunidades de acogida en acceder a productos y servicios financieros, identificar las principales barreras que enfrentan y comprender sus necesidades en relación con el sector financiero. Dicho análisis se realizó a partir de tres actividades principales:

1. **Revisión de literatura y análisis del contexto normativo.**
2. **Investigación cualitativa.**
3. **Investigación cuantitativa.**

Durante la revisión de literatura se consultaron fuentes como (i) los informes con estadísticas de ingreso y salida de la población migrante elaborados por Migración Colombia, (ii) contenido (infografías y tableros de datos) relacionado con el registro de personas al Estatuto Temporal de Protección al Migrante Venezolano (ETPV), también proporcionado por Migración Colombia, (iii) la Encuesta Pulso de Migración elaborada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), (iv) estudios realizados por la International Finance Corporation (IFC), (v) artículos internacionales sobre inclusión financiera de migrantes, entre otras.

Después del entendimiento del contexto y la normatividad pertinente, para la investigación cualitativa se diseñó e implementó una metodología con dos enfoques principales: (i) enfoque de diseño centrado en las personas a través de una perspectiva fenomenológica, que buscó entender las necesidades y capacidades financieras desde el propio entendimiento y punto de vista de la población objetivo y (ii) enfoque de investigación acción en donde el principal propósito fue ofrecer insumos prácticos para la definición de la hoja de ruta del proyecto.

Puntualmente, se realizaron (i) 56 entrevistas individuales a migrantes venezolanos, (ii) 16 entrevistas individuales a colombianos retornados, (iii) 17 entrevistas individuales a población de acogida, y (iv) 8 entrevistas o reuniones con Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC). Estos ejercicios se concentraron en los territorios de Bogotá, Barranquilla, Cúcuta y Medellín. En el Anexo 1 se encuentra

Posteriormente y con el fin de complementar el análisis, se aplicó una investigación cuantitativa cuyo objetivo fue indagar sobre aspectos tales como:

- Necesidades financieras (desde una perspectiva amplia: pagos, envíos de dinero, ahorro, financiamiento, etc.)
- Prácticas financieras actuales – uso de productos o servicios financieros formales o informales
- Barreras en el acceso a servicios financieros formales
- Niveles de conocimiento y confianza en el sistema financiero formal colombiano
- Niveles de salud financiera y necesidades de educación financiera

El análisis se realizó a través de consultas cortas en canales digitales, y en particular a través de las comunidades ya constituidas en diferentes redes sociales (principalmente WhatsApp y Facebook) por Voices of Venezuela.

Se buscó que las encuestas realizadas fueran diferenciales en términos de género, edad, situación migratoria, actividad económica y zona geográfica (buscando representación de las 10 ciudades priorizadas). En total se realizaron 4 encuestas, con entre 4 y 6 preguntas cada una, enfocadas en una de las temáticas mencionadas anteriormente.

Para cada una de las consultas la participación fue la siguiente:

Consulta

1	2	3	4
Respuestas recibidas	Respuestas recibidas	Respuestas recibidas	Respuestas recibidas
880	452	494	377

En el Anexo 2 se encuentra el detalle de las preguntas realizadas en cada consulta.

Esta caracterización de la demanda se acompañó con un mapeo de las localidades, barrios o zonas geográficas con mayor concentración de la población objetivo en cada una de las 10 ciudades priorizadas. Esta información fue útil al momento de focalizar las actividades y buscar aliados y población objetivo durante la implementación del proyecto.

Paralelo a la caracterización de la demanda, se realizó un análisis de la oferta de productos y servicios financieros disponibles para la población objetivo del proyecto. Para este análisis, se consultaron (i) los canales de atención (páginas web, líneas telefónicas, chats y redes sociales) de 36 proveedores de servicios financieros, preguntando a las fuerzas comerciales los requisitos de acceso para personas con documento de identidad Permiso por Protección Temporal (PPT) y (ii) a más de 20 entidades financieras a través de reuniones bilaterales y entrevistas.

Este ejercicio permitió conocer las barreras de oferta que impedían el acceso de la población migrante venezolana a productos y servicios financieros, identificar los proveedores de servicios financieros que contaban o que tenían interés en habilitar su oferta para esta población, presentar la iniciativa, promover la sensibilización y gestionar alianzas estratégicas para la implementación del proyecto. Este ejercicio de mapeo de la oferta y de búsqueda de alianzas con entidades financieras se mantuvo durante la segunda fase del proyecto.

Finalmente, durante la primera fase también se realizó un mapeo de la oferta no financiera existente para la población objetivo. Se entablaron conversaciones y se gestionaron alianzas con organizaciones sociales que tenían programas e iniciativas en pro de la inclusión de población migrante, organizaciones de sociedad civil que trabajaban con la población e instituciones del sector público con las que se pudieran aprovechar sinergias y oportunidades de trabajo conjunto (ej. alcaldías, Prosperidad Social, Migración Colombia, entre otras).

La fase de caracterización, descrita anteriormente, permitió al equipo del proyecto obtener conclusiones como:

- De los 2,8 millones de personas venezolanas que estaban en Colombia en 2023, registradas en el Estatuto Temporal de Protección para Migrantes Venezolanos (ETPV), el 52% eran mujeres y el 48% eran hombres. Además, el 68% se encontraba entre los 18 y 59 años, con una tasa de desempleo del 11% y un ingreso mensual promedio de $1.214.505. En términos de su regularización, se habían entregado 1,9 millones de Permisos por Protección Temporal (PPTs) y se tenían 351 mil en proceso de aprobación.

- La población venezolana quiere acceder a productos y servicios financieros. Cerca del 96% de las personas que participaron en las consultas virtuales manifestaron interés en abrir una cuenta bancaria.

- No obstante, existían (y aún hoy persisten) barreras de oferta y de demanda que en muchos casos impiden este acceso. Entre las más importantes están (i) las dificultades para validar la identidad de los migrantes y cumplir con los requerimientos de conocimiento del cliente y SARLAFT (Sistema de Administración de Riesgos de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva), (ii) la falta de historial financiero e información sobre la población migrante, (iii) la percepción de las entidades financieras sobre un mayor costo y riesgo al atender a la población migrante en comparación con la población colombiana, (iv) los prejuicios y creencias sobre la población migrante (ej. incertidumbre sobre su vocación de permanencia) y (v) la autoexclusión por parte de la población migrante debido a desconfianza o desconocimiento.

- La mayoría de la población venezolana tiene experiencia con el uso de productos financieros y lo que necesita conocer son las particularidades del sistema financiera en Colombia.

- Entre los temas más solicitados por la población se encontraron: (i) requisitos, costos y entidades para abrir una cuenta bancaria, (ii) requisitos, costos y entidades que otorgan productos de crédito, (iii) sistema tributario en Colombia, (iv) interoperabilidad entre cuentas bancarias y depósitos electrónicos y (v) métodos de planificación de cuentas.

- Más personas venezolanas que colombianas creen que los medios de pago digital (tarjetas) son más seguros que el efectivo.

- Existe una conciencia sobre la importancia del control del dinero y los gastos hormiga. No obstante, el 90% de las personas consultadas manifestó haberse enfrentado a un déficit presupuestal en el último año.

- La mayoría de las fuentes de financiación son informales (familiares, amigos, empleadores, arrendadores, prestamistas, etc).

- Más del 90% de las personas consultadas reportó metas de ahorro personales y familiares. No obstante, solo el 27% reportó tener ahorros.

Para ese momento (2023) eran pocas las entidades financieras que habían adaptado su core bancario para recibir personas cuyo documento de identificación fuera el Permiso por Protección Temporal (PPT). La adaptación de los sistemas y procesos de las entidades puede tomar más de 1 año y requerir una inversión de recursos significativa.

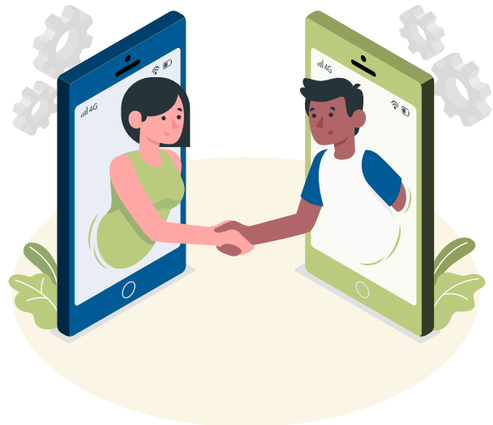
Además, la caracterización permitió definir la hoja de ruta del proyecto en cuanto a:

- Las entidades financieras con las que se gestarían alianzas y las posibles líneas de los planes de trabajo.
- Las organizaciones sociales estratégicas para la implementación conjunta de actividades.
- La distribución de las metas de inclusión y educación financiera por ciudad.
- El cronograma estimado para el desarrollo de las jornadas de servicios financieros y sociales y de las formaciones en educación financiera.

Las características principales de lo que debería tener el programa de educación financiera y la estrategia de divulgación a través de redes sociales.

03

Fase 2: Implementación del componente de inclusión financiera



Alianzas con entidades financieras

Con base en la oferta financiera disponible para población migrante venezolana regularizada con Permiso por Protección Temporal (PPT) y del interés manifestado por las entidades para trabajaren el fortalecimiento y consolidación de esta oferta, el Parche Financiero generó alianzas con 9 entidades financieras:

Entidad	Descripción	Alianza
Ualá	**Compañía de financiamiento.** Ofrece en Colombia un depósito de bajo monto. Desde que se gestó la alianza tenía habilitado su acceso con el Permiso por Protección Temporal (PPT)	Acuerdo de colaboración firmado en noviembre de 2023, con plan de trabajo desde abril de 2023
AAvance	**Corresponsal digital del Banco Cooperativa Coopcentral.** Ofrece un depósito de bajo monto. Desde que se gestó la alianza tenía habilitado su acceso con el Permiso por Protección Temporal (PPT)	Acuerdo de colaboración firmado en septiembre de 2023
Cooperativa Financiera de Antioquia (CFA)	**Cooperativa financiera.** Tiene un amplio portafolio de productos y servicios financieros, entre los que se encuentran productos transaccionales, de ahorro, de crédito y de aseguramiento. Desde que se gestó la alianza tenía habilitado el acceso a su cuenta de ahorros con el Permiso por Protección Temporal (PPT) y a lo largo de la misma fue ampliando la oferta disponible para la población migrante	Acuerdo de colaboración firmado en noviembre de 2023, con plan de trabajo desde septiembre de 2023
Crezcamos	**Compañía de financiamiento.** Tiene un amplio portafolio de productos y servicios financieros, entre los que se encuentran productos transaccionales, de ahorro, de crédito y de aseguramiento. Desde que se gestó la alianza tenía habilitado el acceso a su cuenta de ahorros con el Permiso por Protección Temporal (PPT) y a lo largo de la misma fue ampliando la oferta disponible para la población migrante	Acuerdo de colaboración firmado en noviembre de 2023
Quipu	**Entidad del sector fintech vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio.** Ofrece créditos productivos de manera digital y utiliza un puntaje crediticio alternativo que calcula con base en la actividad económica de las personas. Desde que se gestó la alianza tenía habilitado el acceso con el Permiso por Protección Temporal (PPT).	Acuerdo de colaboración firmado en enero de 2024

Entidad	Descripción	Alianza
Nubank	**Compañía de financiamiento del sector fintech.** Ofrece en Colombia 3 productos financieros: cuenta de ahorros, Certificado de Depósito a Término (CDT) y tarjeta de crédito. La alianza inició con el lanzamiento del acceso con Permiso por Protección Temporal (PPT) únicamente para su cuenta de ahorros	Acuerdo de colaboración firmado en noviembre de 2024, con plan de trabajo desde septiembre de 2024
Banco Unión	**Entidad bancaria.** Tiene un amplio portafolio de productos y servicios financieros, entre los que se encuentran productos transaccionales, de ahorro, de crédito, de giros y remesas y de aseguramiento. Desde que se gestó la alianza tenía habilitado el acceso a su cuenta de ahorros con el Permiso por Protección Temporal (PPT) y a lo largo de la misma fue ampliando la oferta disponible para la población migrante.	Acuerdo de colaboración firmado en octubre de 2024
Bancamía	**Entidad bancaria** Tiene un amplio portafolio de productos y servicios financieros, entre los que se encuentran productos transaccionales, de ahorro, de crédito, y de aseguramiento. Desde que se gestó la alianza tenía habilitado el acceso de varios de sus productos con el Permiso por Protección Temporal (PPT).	Acuerdo de colaboración firmado en diciembre de 2024
Daviplata	**Entidad Bancaria** Ofrece un depósito de bajo monto. Durante la alianza las personas con Permiso por Protección Temporal (PPT) podían acceder, pero realizando el proceso de registro y descarga de manera asistida y no bajo el mecanismo autogestionado normal.	Acuerdo de colaboración firmado en diciembre de 2024

Las actividades que se desarrollaron con estos proveedores de servicios financieros fueron variadas y respondieron a las necesidades, prioridades e intereses de cada uno. Con cada entidad se construyó un plan de trabajo y se definieron instancias periódicas (por lo general mensuales) de seguimiento. A continuación, se presenta un breve resumen de lo que fueron dichas actividades y colaboraciones:

Fortalecimiento de su estrategia comercial

Con aquellas entidades que estaban listas para difundir de manera masiva su oferta de productos y servicios financieros para la población venezolana, específicamente Ualá, AAvance, CFA, Quipu, Nubank y Banco Unión, se diseñó e implementó una estrategia de comunicación a través de las redes sociales de Voices of Venezuela.

Esta estrategia buscó promover la integración al sistema financiero, apalancándose en contenidos con un lenguaje claro y cercano a la población objetivo, enfocado en lograr cambios de comportamiento para un acceso y uso efectivo de la oferta financiera. El eje central de la comunicación con la población fue Nery Santaella (influenciadora y líder migrante, representante de Voices of Venezuela) como imagen pública y vocera. De la mano del equipo creativo de Voices of Venezuela, de Nani (personaje en redes de Nery Santaella) y de los equipos de comunicaciones de las entidades financieras mencionadas se diseñaron, produjeron y difundieron 146 recursos multimedia y se difundieron a través de plataformas virtuales como Facebook, Instagram, WhatsApp y Telegram. Adicionalmente, de manera transversal a la estrategia se incorporaron elementos de humor, tipo memes, historias y tendencias divertidas, buscando ampliar el alcance y la apropiación de los mensajes.

Los recursos multimedia (videos tipo reels, infografías, contenido en formato carrusel, en vivos, entre otros) transmitieron información sobre múltiples temáticas, entre ellas:

- Ventajas, funcionalidades, costos y requisitos de acceso de productos financieros
- Canales de atención de las entidades financieras
- Instructivos con el paso a paso para el uso de productos financieros
- Herramientas de planificación financiera
- Información sobre el sistema tributario en Colombia
- Oferta disponible para apertura con Permiso por Protección Temporal (PPT) en términos de billeteras electrónicas, cuentas de ahorro y Certificados de Depósito a Término (CDTs), créditos de diferente tipo, seguros, remesas y transacciones digitales.
- Derechos del consumidor financiero en Colombia
- Estructura y actores del sistema financiero colombiano

Entre octubre de 2023 y agosto de 2025, los contenidos que se publicaron en Facebook, la red de mayor posicionamiento de Voices of Venezuela, alcanzaron 397.487 cuentas y 3.886 comentarios. Por su parte, los 131 contenidos publicados en Instagram alcanzaron 164.673 cuentas. Semana tras semana estos contenidos permitieron a la población acercarse de manera más informada al sistema financiero colombiano, y con mayor confianza en virtud del ejemplo, la cercanía y curaduría que promete Nani sobre todo el contenido que comparte. En el Anexo 3 de este documento se encuentra el consolidado de los contenidos diseñados y publicados.

Por otra parte, el Parche Financiero también utilizó canales presenciales para fortalecer la comunicación de la oferta de las entidades financieras aliadas. En primer lugar, se aprovecharon espacios de atención ya consolidados y promovidos por otras organizaciones (Centros Intégrate, Puntos de Atención y Orientación para población refugiada, desplazada migrante y retornada, impulsados por la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y Opción Legal, visitas a localidades y barrios de alta concentración de población migrante en compañía de Secretarías Distritales, lideresas comunitarias y programas sociales). En dichos espacios el objetivo fue proveer orientación en el acceso a productos financieros, resolver inquietudes y remitir a entidades financieras de acuerdo con las necesidades particulares de cada persona.

En segundo lugar, se desarrollaron jornadas de servicios financieros con el fin de acercar la oferta y la asesoría de las entidades financieras a la población objetivo. En cada territorio se realizaron 8 jornadas tipo feria, se invitaron a las entidades financieras aliadas, se gestionó la participación de servicios no financieros y se convocó a la población objetivo. De esta manera, durante las ferias la población logró obtener información y resolver preguntas sobre diversos temas, entre ellos el sistema financiero. Más adelante en el presente documento se relatan los detalles de estos espacios.

Fortalecimiento de su estrategia de llegada a la población migrante

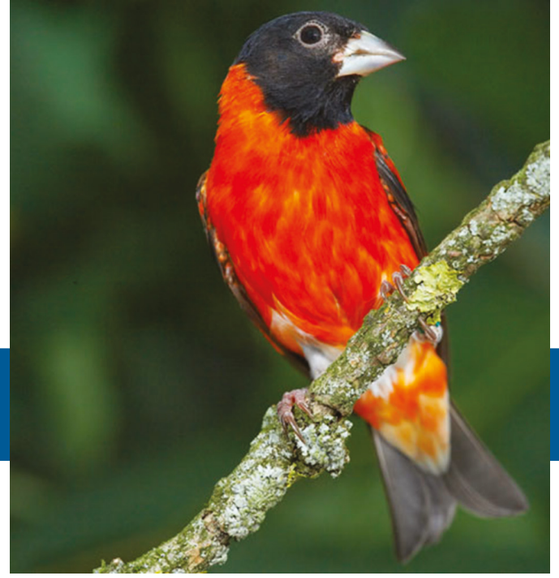
Con tres de las entidades financieras, CFA, Crezcamos y Banco Unión, se realizaron talleres prácticos que tuvieron como fin contribuir al conocimiento y perfilamiento del segmento. Estos talleres se realizaron en una jornada de un día de manera presencial y con la participación de múltiples áreas de trabajo de las entidades (comercial, riesgos, análisis de crédito, mercadeo, comunicaciones, tecnología e información, cumplimiento, entre otras). De la mano con la International Finance Corporation (IFC) se expuso información sobre (i) las características sociodemográficas de la población, (ii) el contexto normativo y (iii) la oferta financiera disponible. Esto se acompañó con un ejercicio práctico y dinámico en el que lo/as funcionario/as analizaron de manera activa los diferentes perfiles socioeconómicos de la población migrante y la manera en la que la oferta de su entidad podía responder a sus necesidades. Participación en espacios y productos de difusión de conocimiento con relación a los aprendizajes del proyecto

Acompañamiento en la apropiación del contexto normativo

Durante las reuniones de seguimiento y como respuesta a las preguntas que surgían en las operaciones del día a día de las entidades, el Parche Financiero brindó asesoría sobre los documentos de identidad vigentes para la población migrante y sobre el proceso de verificación de identidad. Se explicaron de manera detallada las características del Permiso por Protección Temporal (PPT), del Estatuto Temporal de Protección al Migrante Venezolano (ETPV), del Registro Único de Retornados, régimen al que pertenecen personas colombianas que retornaron al país después de haber migrado. Estas actividades se acompañaron con espacios de articulación, presenciales y virtuales, entre las entidades y Migración Colombia. Estos espacios promovieron el entendimiento del proceso de regularización de la población, los caminos a futuro y una vinculación directa para facilitar los procesos de verificación de identidad. También les permitió a las entidades exponer a Migración Colombia los retos e implicaciones que enfrenta el sector para la integración de un nuevo documento de identidad.

Conexión entre las entidades financieras y los aliados no financieros

Se promovieron espacios de encuentro entre los proveedores de servicios mencionados y los aliados no financieros, cuya descripción se encuentra en la siguiente sección. Varias de las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) aliadas tenían y tienen programas de integración de la población objetivo alineados con el objetivo del Parche Financiero. Por un lado, se impulsó que los equipos territoriales de dichos programas tuvieran la información y las herramientas para presentar la oferta de las entidades financieras aliadas, en el marco de las actividades que realizan día a día con la población. Por otro lado, se generaron espacios bilaterales de discusión con el fin de que los productos ofrecidos por estas entidades (billeteras y cuentas de ahorro) se utilizaran como mecanismo para la distribución de las transferencias monetarias que a menudo hacen parte de los programas sociales mencionados. Por nombrar algunos ejemplos: Ualá y AAvance se presentaron a un proceso de convocatoria a través del cual el Consejo Noruego de Refugiados buscó proveedores para la dispersión de sus ayudas económicas a la población, y Banco Unión y Quipu sostuvieron conversaciones con Acción Contra el Hambre para discutir cómo los participantes de su programa de emprendimiento podían seguir una ruta de financiamiento a través de estas entidades.



Sensibilización para la mitigación de sesgos

El Parche Financiero creó una caja de herramientas diseñada con el objetivo de promover un plan de sensibilización dirigido a funcionario/as de las entidades financieras (directores, asesores comerciales, informadores, cajeros, etc) que mitigara potenciales sesgos hacia la población migrante y permitiera a las entidades brindar una mejor atención a este segmento de clientes. Esta caja de herramientas se ideó a partir de principios como los siguientes:

- Mensajes breves y concisos: Cada contenido se diseñó para que su tiempo de lectura fuera máximo de 5 minutos. Esta característica buscó contrarrestar el sesgo de saturación, evitando sobrecargar a lo/as funcionario/as con información extensa, considerando que en su día a día enfrentan múltiples tareas.

- Un personaje como eje central de la narrativa – "Cardenalito": La construcción de este personaje facilitó la transmisión de mensajes de manera cercana, empática y didáctica. A través de sus historias, se aprovechó la fuerza de las narrativas para generar conexión emocional y fomentar el aprendizaje. Este personaje se basó en ave emblemática de Venezuela, considerada como "El ave Nacional del país".

- Identidad institucional personalizada: La caja de herramientas permitió a cada entidad adaptar los contenidos con sus propios logos e imagen institucional, fortaleciendo el sentido de pertenencia y alineando los mensajes con su cultura organizacional.

- Uso del efecto rebaño o conformidad de grupo: Algunos ejercicios incluidos permitieron a lo/as funcionario/as visualizar, de forma anónima, las respuestas de sus compañero/as. Este enfoque utiliza el principio de norma social para generar comportamientos colectivos positivos a partir de ejemplos compartidos.

- Generación de compromisos personales: Se incluyeron dinámicas que invitan a lo/as funcionario/as a comprometerse individualmente y con sus colegas. Según la evidencia, cuando las personas verbalizan o registran un compromiso la probabilidad de que lo cumplan aumenta significativamente.

Una campaña de comunicación más que un proceso de capacitación: Las limitaciones de tiempos que enfrentan lo/as funcionario/as de las entidades financieras junto con un programa de capacitaciones robusto que promueven generalmente las entidades, llevó a la conclusión de la idoneidad de una campaña de comunicación para la aplicación de la estrategia de sensibilización. La difusión de dicha campaña se apalancó principalmente en medios virtuales. Los canales utilizados fueron varios: correo institucional, redes de comunicación internas, plataformas institucionales tipo blog, grupos internos de conversación tipo whatsapp, entre otros.

La selección de los contenidos se basó en los hallazgos obtenidos durante la fase de caracterización, las inquietudes manifestadas por las entidades financieras durante las diversas actividades del proyecto y los estudios sobre sesgos conscientes e inconscientes que pueden tener lo/as funcionario/as hacia la población migrante. Estos contenidos se resumen en 7 pasos:

1. **Inicio de la campaña:** Se presenta al personaje (Cardenalito) y se difunde una breve encuesta de diagnóstico inicial.
2. **Capítulo 1:** Normatividad de la población migrante venezolana en Colombia.
3. **Capítulo 2:** Barreras de los migrantes para acceder al sistema financiero.
4. **Capítulo 3:** Mitos alrededor de la migración (estigmatización respecto a la generación de ingresos de los migrantes, la inseguridad, etc).
5. **Capítulo 4:** Los migrantes como generadores de riqueza y dinamización de la economía.
6. **Capítulo 5:** Los migrantes como oportunidad de mercado para las entidades financieras.
7. **Cierre de la campaña:** Se promueve la generación de compromisos individuales y colectivos y se difunde nuevamente la encuesta con el fin de analizar cambios frente al diagnóstico inicial.

En el Anexo 4 del presente documento se encuentra el protocolo de implementación de la caja de herramientas con el paso a paso para su ejecución e imágenes de ejemplo de los capítulos mencionados anteriormente.

La estrategia de sensibilización fue implementada por 5 de las entidades financieras aliadas: Nubank, CFA, Quipu, AAvance y Banco Unión. La población objetivo principal fueron funcionario/as que pertenecen a áreas con influencia directa en la atención al cliente y cada entidad financiera adoptó estrategias diferenciadas: algunas optaron por implementarla de manera transversal a todo su personal, mientras que otras la dirigieron a áreas específicas. Los contenidos de la caja de herramientas llegaron a cerca de 2.383 funcionario/as.

Para finalizar la mención de las alianzas con actores del sector financiero que desarrolló el Parche Financiero, vale la pena resaltar el acuerdo de colaboración firmado con Asobancaria en febrero de 2025. Con esta entidad, y especialmente junto al laboratorio de innovación social, se trabajó de manera conjunta a lo largo del proyecto:

- Se presentó el proyecto ante el Comité de Diversidad e Inclusión de mayo de 2023 con el fin de extender la invitación a todas las entidades financieras participantes para hacer parte del mismo.
- Se reforzó la convocatoria de funcionario/as de entidades financieras para participar en el estudio sectorial de sesgos conscientes e inconscientes, el cual se detalla más adelante.
- Se trabajó en una propuesta a las entidades financieras para crear una campaña de comunicación que promoviera el ahorro de la población migrante para costear el trámite de la expedición de la visa de residente y la cédula de extranjería correspondiente. Esto se presentó ante el Comité de Diversidad e Inclusión de agosto de 2025.
- El Parche Financiero contó con la participación de Asobancaria en varios de los espacios de sensibilización e incidencia (cuyo detalle se encuentra más adelante en el presente documento). En varios de estos espacios Asobancaria participó como panelista y vocera de las necesidades y retos de las entidades financieras. Además, hizo parte activa de las reuniones de la Mesa Técnica de Inclusión Financiera del Grupo Interagencial de Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM).

Alianzas no financieras

Uno de los pilares de la estrategia del Parche Financiero fue la articulación con actores clave del ecosistema. En este sentido, fue de gran relevancia la búsqueda y desarrollo de alianzas con organizaciones sociales con programas enfocados en la integración de la población venezolana. Estas alianzas buscaron (i) ampliar el alcance de las actividades previstas por el proyecto para llegar a más personas, especialmente de las actividades de educación y promoción del acceso y uso de productos financieros, y (ii) complementar la oferta financiera con otra oferta (inclusión productiva, asesoría legal, asistencia en salud, etc.) que permitiera dar una atención integral a las necesidades de la población. A continuación, se describen algunas de las alianzas no financieras que tuvo el proyecto:

Organización	Detalles
Mercy Corps	Organización No Gubernamental (ONG) de origen estadounidense cuya misión se centra en la atención humanitaria frente a todo tipo de desastres. Implementó un programa que buscó la asistencia humanitaria e integración socioeconómica de población migrante y comunidad de acogida en distintos municipios del país. De la mano con Mercy Corps (i) se identificaron líderes y lideresas comunitarias para la estrategia de educación financiera del proyecto, (ii) se implementaron los talleres de educación financiera y (iii) se coordinó la logística y convocatoria para la realización de ferias de servicios financieros y sociales.
Foro Israelí para la Ayuda Humanitaria Internacional (ISRAAID)	Es una organización sin ánimo de lucro, no gubernamental y apolítica, cuya misión es apoyar a las personas afectadas por crisis humanitarias. Es la principal agencia de ayuda humanitaria de Israel. Implementó un programa que buscó la generación de medios de vida para población migrante y colombiana en la región de la costa caribe. De la mano con ISRAAID se implementaron los talleres de educación financiera.
Heartland Alliance International (HIA)	Es una organización sin ánimo de lucro que tiene 134 años de experiencia en el trabajo con comunidades vulnerables en Chicago (USA) y que fue creada con la misión de proveer servicios a comunidades similares que viven, o han vivido, en situaciones de conflicto o violencia. Implementó un programa que buscó la integración económica de la población migrante en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Pasto. Con HIA (i) se realizó la transferencia metodológica de educación financiera y (ii) se coordinó la logística y convocatoria para la realización de ferias de servicios financieros y sociales.

Organización	Detalles
World Vision (WV)	Es una Organización No Gubernamental (ONG) que tiene por objeto social principal trabajar con la niñez, juventud, sus familias y comunidades para reducir la pobreza y la injusticia. Implementó un programa que buscó la integración económica de la población migrante en más de 10 ciudades de Colombia. Con WV (i) se realizó la transferencia metodológica de educación financiera y (ii) se coordinó la logística y convocatoria para la realización de ferias de servicios financieros y sociales.
Consorcio ADN Dignidad	ADN Dignidad es un programa del consorcio Cash for Urban Assistance (CUA) liderado por la organización humanitaria internacional Acción Contra el Hambre, en asociación con el Consejo Danés para Refugiados (DRC) y el Consejo Noruego para Refugiados (NRC), con financiación del Bureau for Humanitarian Assistance (BHA de USAID). El programa brinda asistencia humanitaria a la población vulnerable migrante proveniente de Venezuela, población colombiana retornada y en comunidades de acogida en Bogotá, la costa caribe y Nariño. Con ADN Dignidad (i) se realizó la transferencia metodológica de educación financiera y (ii) se gestionaron talleres de educación financiera dirigidos a la población objetivo.
Centro de Oportunidades (CDO)	Es la Oficina de Inclusión y Desarrollo Productivo adscrita a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de Barranquilla. Dentro de sus funciones se encuentra liderar proyectos para el fortalecimiento del tejido productivo de la ciudad, mediante la identificación de ideas de negocio, el encadenamiento y la consolidación de unidades productivas y además está autorizada como Agencia Pública de Gestión y Colocación del Servicio Público de Empleo por la Unidad Administrativa del Servicio de Empleo. Con CDO (i) se realizó la transferencia metodológica de educación financiera y (ii) se gestionaron talleres de educación financiera dirigidos a la población objetivo.
Comité Internacional de Rescate (IRC)	Es una organización humanitaria que ayuda a personas afectadas por crisis humanitarias en más de cuarenta países. Implementó un programa que buscó la integración socioeconómica de la población migrante en Cúcuta. Con IRC (i) se realizó la transferencia metodológica de educación financiera y (ii) se gestionaron talleres de educación financiera dirigidos a la población objetivo.
Fundación Panamericana para el Desarrollo (FUPAD)	Es una organización independiente sin fines de lucro con sede en Washington D.C., creada en 1962 mediante un acuerdo único de cooperación entre la OEA y el sector privado. Tiene presencia en América Latina y el Caribe donde se implementan proyectos de desarrollo social para el fortalecimiento de las comunidades. Actualmente está implementando un programa que busca la integración económica de la población migrante en varias ciudades de Colombia. Con FUPAD (i) se realizó la transferencia metodológica de educación financiera, (ii) se gestionaron talleres de educación financiera dirigidos a la población objetivo, y (iii) se coordinó la logística y convocatoria para la realización de ferias de servicios financieros y sociales.

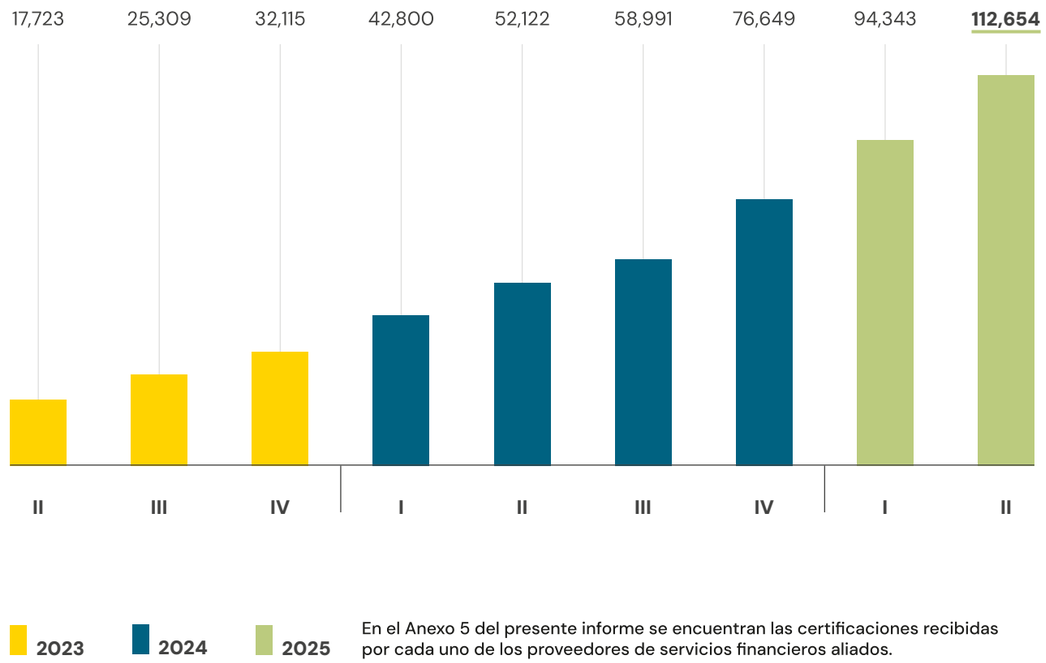
Organización	Detalles
Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR)	Desde hace varios años viene trabajando en respuesta de asistencia humanitaria e integración socioeconómica para la población proveniente de Venezuela. Con ACNUR se está co-liderando la Mesa Técnica de Inclusión Financiera del Grupo Interagencial de Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM) (se encuentra información más detallada en el último capítulo del presente informe) y se formó a su equipo para transferir la metodología de educación financiera.
Oportunidades Sin Frontera (OSF)	Programa operado por Chemonics y financiado por USAID. Esta alianza realizó actividades alrededor de tres objetivos: **(i)** Articular actividades, campañas y estrategias entre OSF, Banca de las Oportunidades y las entidades financieras seleccionadas con el propósito de aunar esfuerzos para ampliar el acceso de la población objetivo a productos y servicios financieros. **(ii)** Complementar la oferta programática de los Centros Intégrate con la oferta de servicios y productos financieros para la población objetivo, por medio del programa Banca de las Oportunidades y a través de su implementador la Fundación Capital. **(iii)** Realizar las transferencias metodológicas a organizaciones de la sociedad civil y otros actores territoriales aliados a OSF para fortalecer su portafolio de Educación Financiera.

Metas, resultados y aprendizajes

En primer lugar, vale la pena resaltar que el Parche Financiero superó la meta inicial de consolidar cinco alianzas con proveedores de servicios financieros y una con un gremio del sector. Como se mencionó anteriormente, el proyecto alcanzó nueve alianzas con entidades financieras y una con un gremio.

En segunda instancia, durante el transcurso del proyecto el Parche Financiero recibió, de parte de los proveedores de servicios financieros aliados, certificaciones trimestrales con el detalle de las personas de la población objetivo que efectivamente accedieron a un producto financiero. Los datos se recibieron de forma anonimizada y con un identificador que permitiera validar el conteo único entre un trimestre y otro. Así, se consolidó un total de 112.654 personas de la población objetivo vinculadas a alguna de las entidades financieras aliadas, superando la meta prevista de 100.000 personas. A continuación, se muestra el acumulado de personas vinculadas para cada trimestre:

Usuarios de la población objetivo vinculados al sistema financiero



En el Anexo 5 del presente informe se encuentran las certificaciones recibidas por cada uno de los proveedores de servicios financieros aliados.

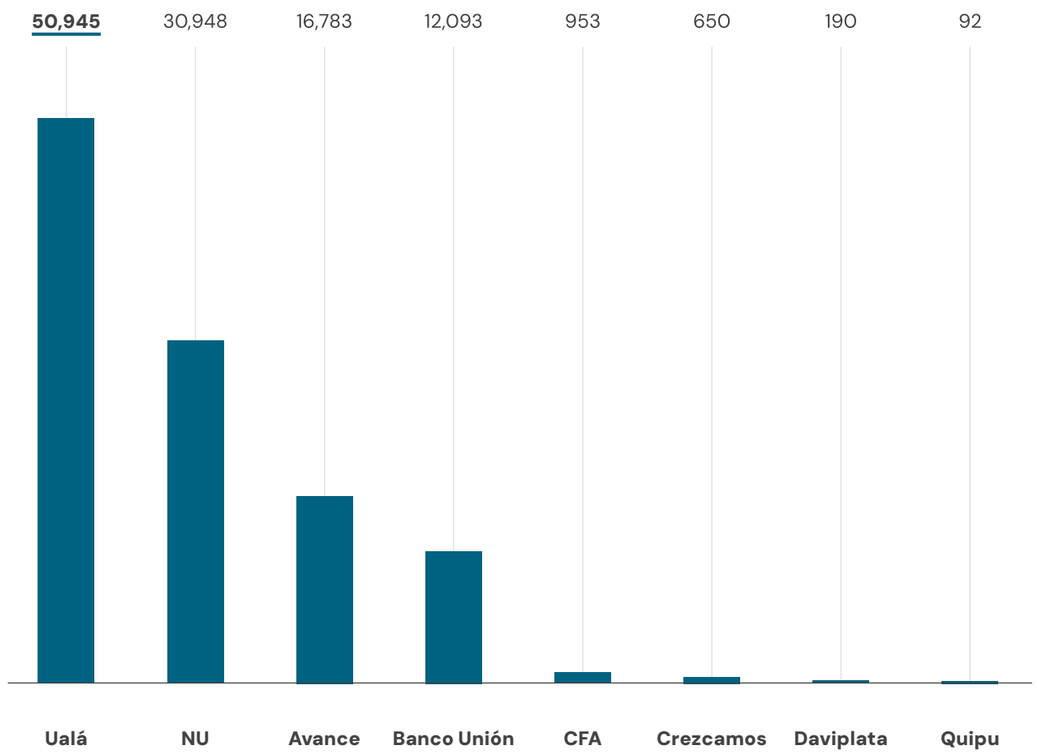
Del total de personas vinculadas al sistema financiero, el 60% lo hizo a través de un producto de depósito de bajo monto, el 33% a través de una cuenta de ahorros, el 6% a través de un seguro (de vida, de accidentes personales o de asistencia médica) y el 1% a través de crédito (todos microcréditos o créditos productivos).

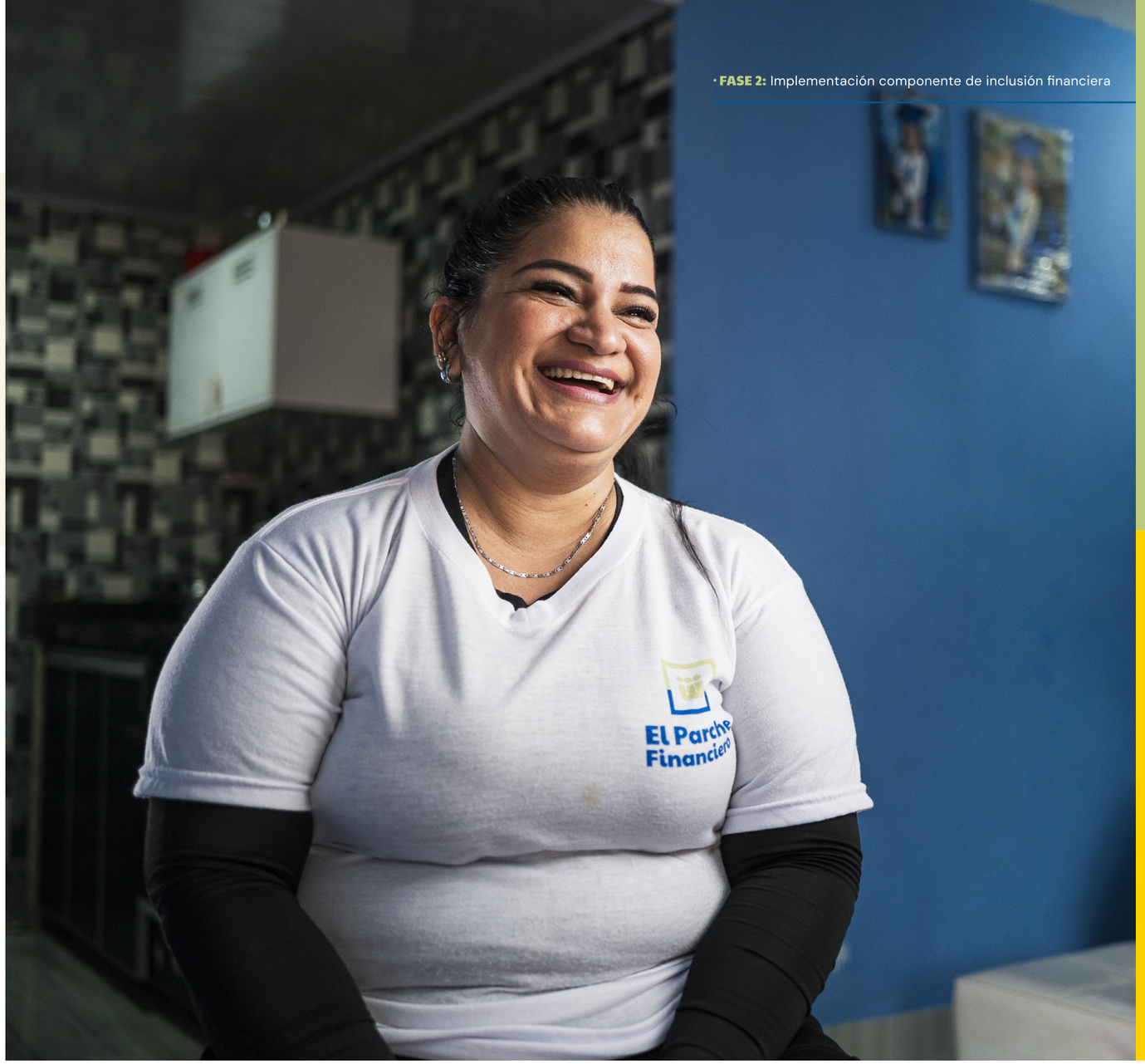
Usuarios de la población objetivo vinculados al sistema financiero por tipo de producto

- **33%** | Cuenta de ahorros
- **6%** | Seguro
- **1%** | Crédito
- **0%** | CDT

A continuación, se ilustra cómo se distribuyen los 112.654 para cada una de las entidades aliadas de las cuales se recibió certificación:

Usuarios de la población objetivo vinculados al sistema financiero por entidad financiera





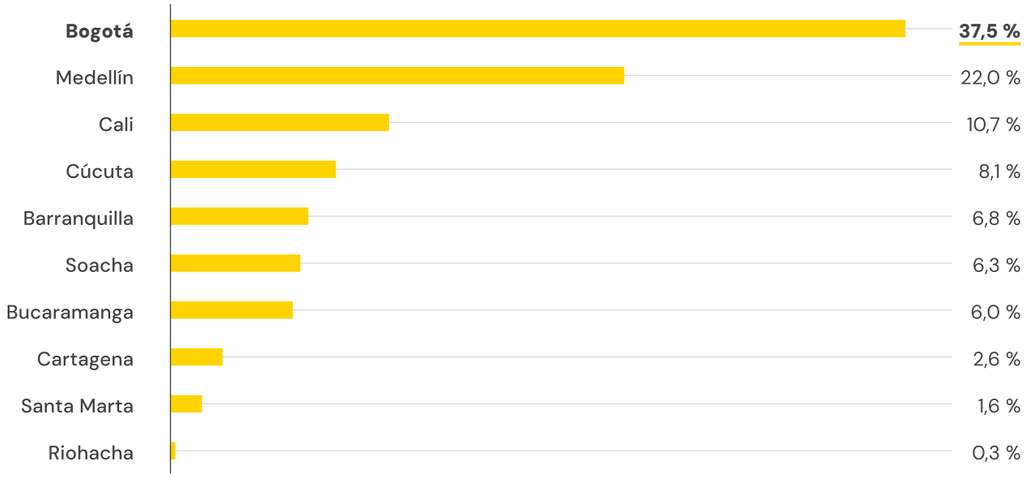
Respecto a las características sociodemográficas de lo/as usuarios para quienes se tiene la información[1], se tiene que el 51% son mujeres, el 68,4% se concentran en las 3 ciudades principales del país (Bogotá 35,7%, Medellín 22% y Cali 10,7%) y la mayoría (67%) está entre los 26 y 36 años de edad.

Usuarios de la población objetivo vinculados al sistema financiero por género

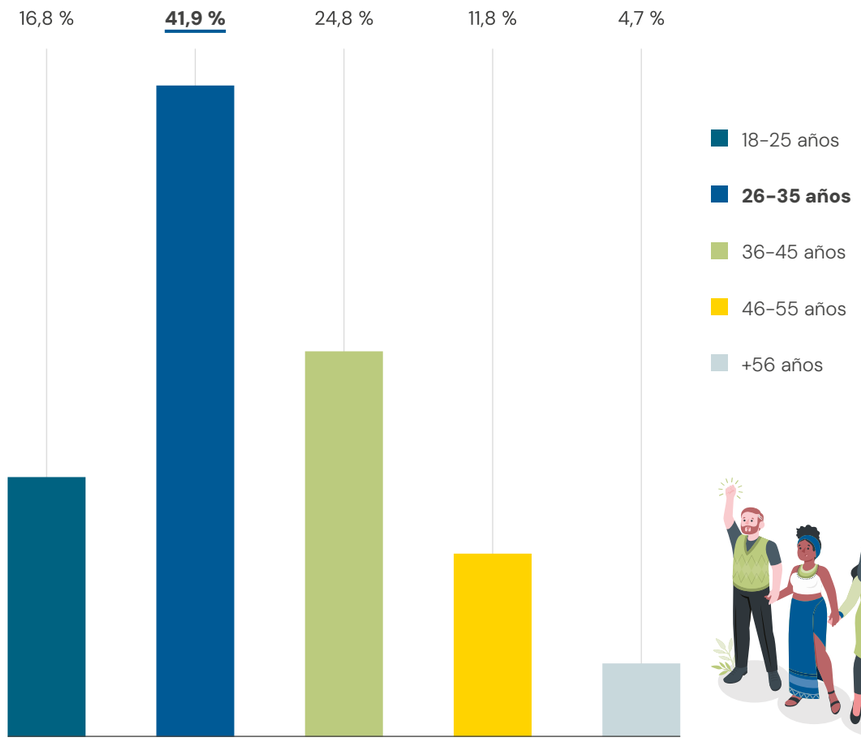
- **51 %** | Femenino
- 49 % | Masculino

1. No se tiene la desagregación sociodemográfica de los 112.654 datos por varias razones, entre ellas (i) Nubank no tiene datos desagregados por género, (ii) AAvance no tenía distribución geográfica para las certificaciones correspondientes a 2023 y 2024

Usuarios de la población objetivo vinculados al sistema financiero por distribución geográfica



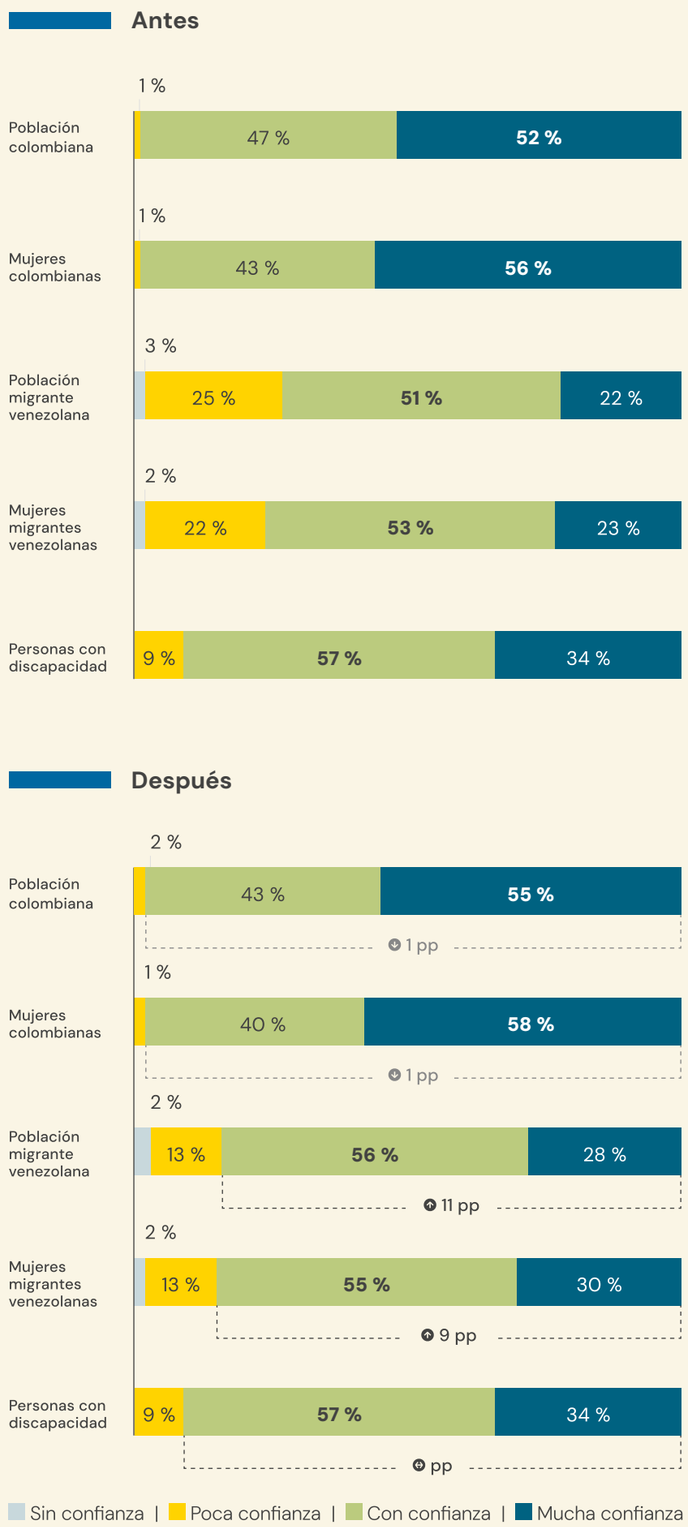
Usuarios de la población objetivo vinculados al sistema financiero por distribución etaria



En tercer lugar, 2.383 funcionario/as de 5 de proveedores de servicios financieros recibieron contenido de sensibilización relacionada con el contexto de la población migrante y el potencial de mercado que representa, a través de la caja de herramientas descrita anteriormente. Adicionalmente, **cabe destacar a continuación los principales resultados que se obtuvieron tras la aplicación de las encuestas pre y post de dicha caja de herramientas con las 5 entidades financieras que la implementaron.** En la medición inicial participaron 785 funcionarios/as, mientras que en la medición final se obtuvieron 432 respuestas.

Entre los resultados más relevantes se destacan el aumento en la confianza de lo/as funcionario/as para ofrecer productos y servicios financieros a la población migrante, el reconocimiento de los documentos válidos para la apertura de productos y el entendimiento de la población migrante como una oportunidad de mercado.

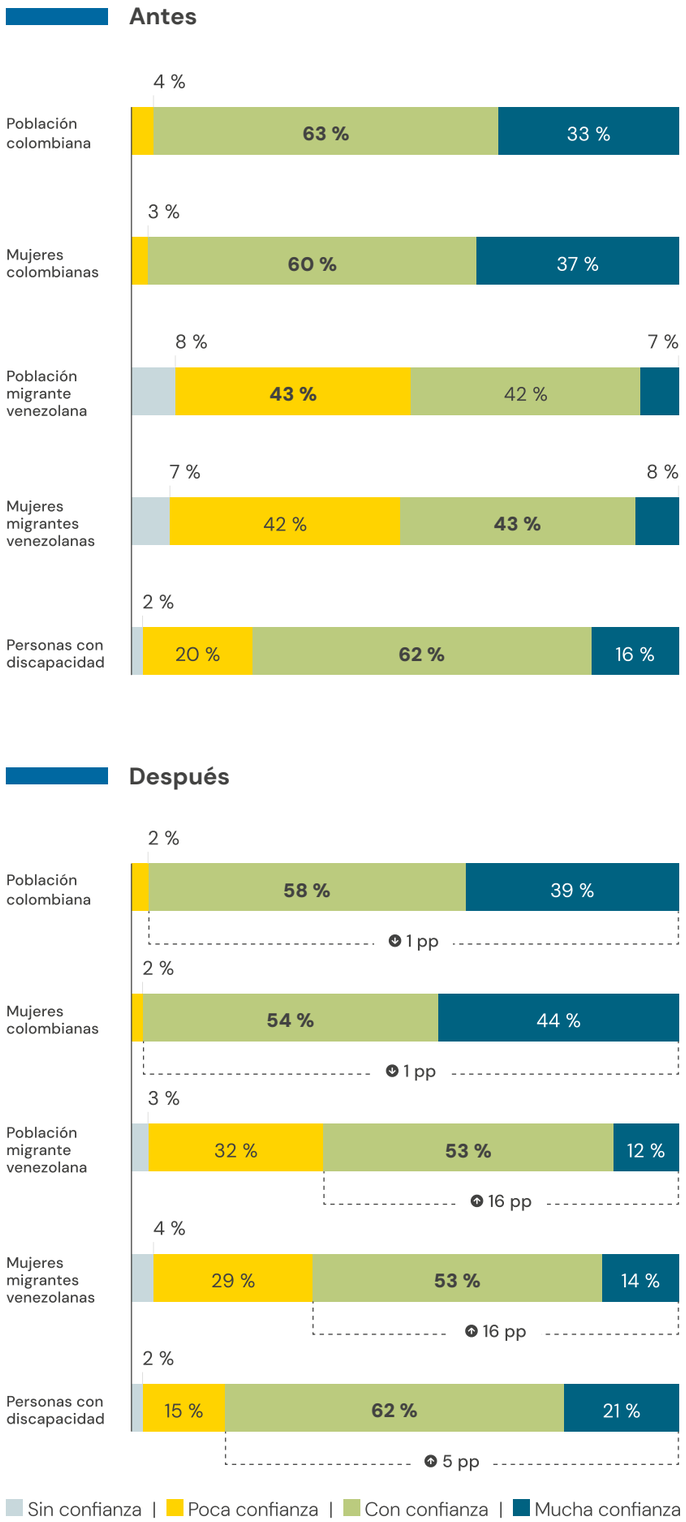
En la medición inicial, el 73% de lo/as funcionario/as expresó tener confianza para ofrecer productos de ahorro a la población migrante venezolana, cifra que aumentó a 84% en la encuesta final, reflejando una mejora de 11 puntos porcentuales (pp) tras la implementación de la caja de herramientas. Además, las mujeres migrantes generan mayores niveles de confianza: en la medición final, el 30% de lo/as funcionario/as reportó "mucha confianza" a la hora de ofrecer productos a mujeres migrantes, superando el promedio general del 28% para esta población.



Al consultar por la confianza al ofrecer productos de crédito, los niveles son considerablemente más bajos respecto al ahorro, tanto para población colombiana como migrante venezolana. Aun así, la confianza en la población migrante aumentó 16 pp entre las dos mediciones, y en el caso específico de las mujeres migrantes, el porcentaje de funcionario/as con confianza pasó de 8% a 14% (aumento de 6 pp).

En cuanto a la percepción de la población migrante como una oportunidad para la entidad financiera, el 87% de lo/as funcionario/as manifestó que las personas migrantes que solicitan productos financieros representan una oportunidad de crecimiento, lo que representa un aumento de 9 pp con respecto a la medición inicial.

Finalmente, respecto al conocimiento sobre los documentos válidos para el acceso al sistema financiero, el 90% de lo/as funcionario/as reconoce el Permiso por Protección Temporal (PPT), lo que representa un incremento de 6 puntos porcentuales frente a la medición inicial. Asimismo, el 75% identifica la cédula de extranjería como un documento válido, con un aumento de solo 2 pp.



Principales aprendizajes y lecciones aprendidas tras la implementación del componente de Inclusión financiera

- Condiciones necesarias para habilitar la oferta financiera: (i) conocimiento y priorización del segmento objetivo, (ii) asignación de recursos financieros, equipos y tiempo para adecuar los sistemas, generar políticas y estrategias para la población migrante y capacitar personal, (iii) incidencia con actores clave (burós, pasarelas de pago, proveedores tecnológicos, proveedores de tarjetas, entre otros) para ajustar sus procesos.

- Los procesos autogestionados facilitan la inclusión financiera. Los proveedores de servicios financieros que lograron llevar a espacios virtuales y presenciales procesos de vinculación rápida y autogestionada por los mismos usuarios logran llevar a escala el acceso de poblaciones desatendidas el sistema financiero.

- En general, la población venezolana que accede a los productos financieros presenta índices de activación de cuentas de ahorro digitales y uso de billeteras digitales iguales o superiores a los de la población colombiana. De acuerdo con estadísticas de uno de los proveedores de servicios financieros participantes, el porcentaje de personas con Permiso por Protección Temporal (PPT) que activa su cuenta de ahorros digital es 10 puntos porcentuales más alto que el de personas con cédula colombiana. En este mismo orden de ideas, para otro de los proveedores de servicios financieros participante el número de cuentas en uso (cuentas de ahorro activas) es el doble que la cifra para lo/as clientes colombiano/as.

- Es necesario trabajar en el fortalecimiento de las opciones de crédito para la población migrante. Aunque algunos de los proveedores de servicios financieros cuentan con productos de crédito para esta población, el alcance es bajo por varias razones, entre ellas el que los indicadores de deterioro de la cartera son más altos con esto/as clientes, en comparación con las estadísticas generales del sector. Es necesario trabajar en el ajuste de los modelos de riesgo y en la incorporación de fuentes de información alternativa para impulsar el acceso de la población migrante a este producto.

- De la estrategia a la práctica: el proceso que transcurre entre la creación de una nueva política en una entidad financiera y su implementación en el territorio es largo y con múltiples eslabones. En los equipos territoriales suele haber menor información y priorización hacia la población migrante, lo que resalta la necesidad de trabajar con los equipos territoriales en un trato digno, en el fortalecimiento del conocimiento sobre el contexto migratorio y en la difusión de los productos disponibles.

- Alianzas amplias y diversas: vincular al mayor número posible de proveedores de servicios financieros fue clave. Esto no solo permitió contar con una oferta más wwvs diferenciadas de cada proveedor (participación en ferias y eventos, campañas en redes sociales, estudios, etc.).

- Estrategias de cercanía: el uso de influencers y líderes de opinión cercanos a la

comunidad migrante resultó útil para generar confianza y cercanía y promover la inclusión financiera en un contexto marcado por el desconocimiento sobre el sistema financiero colombiano y el uso de productos.

- Billeteras digitales como puerta de entrada: se identificaron como productos idóneos para la inclusión financiera de la población migrante, gracias a que (i) requieren pocos trámites para abrirse, (ii) reducen posibles sesgos de atención al ser digitales, y (iii) aportan a la construcción de historial financiero.

- Limitaciones de la brecha digital: aunque los canales digitales facilitaron la inclusión, muchas personas —especialmente adultas mayores o con bajo nivel educativo— enfrentaron dificultades para apropiarse de estas herramientas sin un acompañamiento constante.

- Demanda de seguros: existe interés creciente de la población migrante en adquirir seguros, lo que abre una oportunidad para el sector asegurador. Uno de los proveedores de servicios financieros participante habilitó su oferta de seguros para la población migrante con documento de identidad Permiso por Protección Temporal (PPT) a principios de 2025, y con corte a junio del mismo año el 45% de sus ventas de este producto correspondía a esta población.

- Autoexclusión como barrera: muchas personas no intentaron abrir productos financieros debido a experiencias previas de rechazo o a la percepción de no ser parte del sistema. El acompañamiento comunitario, los testimonios positivos y las campañas directas ayudaron a mitigar este fenómeno, aunque aún se requiere mayor profundidad y sostenibilidad en las acciones.

- Aplicación de principios de las ciencias del comportamiento: realizar procesos de sensibilización a funcionario/as del sector financiero, basados en herramientas como nudges, dinámicas de grupo o la generación de compromisos, ha demostrado ser una estrategia útil para reducir sesgos hacia la población migrante y aumentar la disposición o confianza de ofrecerles productos.

- Diseño adaptado a las realidades institucionales: considerar los tiempos y responsabilidades de quienes trabajan en estas entidades permite diseñar acciones que se integren fácilmente en su rutina laboral, sin representar una carga adicional ni interferir con sus funciones habituales.

- Las soluciones son más eficientes cuando hay diálogo interinstitucional. El proceso de regularización de la población migrante, y por ende las condiciones y características de los documentos de identidad que contempla, debe involucrar el sector privado, como el financiero, con el fin de facilitar su posterior operación y materialización.

- Documentos de identidad que faciliten la validación son clave para el proceso de inclusión financiera de la población migrante. Tras varias iteraciones y procesos Migración Colombia actualmente proporciona a la población migrante venezolana un documento que cuenta con características robustas (biometría, número de dígitos similares a los de las cédulas colombianas, sellos de seguridad que dificultan la falsificación, entre otras). Estas características son fundamentales porque incrementan la confianza del sector financiero en el proceso de validación de identidad y conocimiento del cliente. Sin embargo, este proceso es costoso, para Migración Colombia (una institución que no contaba con la infraestructura tecnológica y operativa para asumir este proceso) y para el sector financiero (quien debe asumir un costo superior al momento de validar la identidad de un/a potencial cliente migrante).

Es necesario trabajar por soluciones sostenibles en el largo plazo. Falta trabajar en alternativas que garanticen la trazabilidad y continuidad del historial financiero de la población migrante y así propender por su bienestar financiero. Esto debe trabajarse a nivel de ecosistema, es decir, con la participación de múltiples actores para la consecución de una solución eficiente.

04

Fase 2: Implementación del componente de educación financiera

Metodología del proceso de formación

Una de las buenas prácticas en educación financiera es partir del conocimiento de la población objetivo. Evaluar actitudes y necesidades permite identificar brechas y motivaciones, lo que ayuda a personalizar los contenidos. En este sentido, y con hallazgos de la fase de caracterización, el programa de educación financiera del Parche Financiero se basó en los siguientes principios:

- La población migrante venezolana cuenta con una experiencia previa significativa en el uso de productos y servicios financieros en su país de origen. Según el Global Findex 2021, el 84,4 % de la población mayor de 15 años en Venezuela tenía una cuenta de ahorros, y el 83 % de las personas consultadas señaló haber tenido una cuenta bancaria en ese país.

- Las principales necesidades frente al sistema financiero colombiano no están relacionadas con el conocimiento básico, sino con el acceso efectivo a los productos. Dado lo anterior, resulta más útil brindar información sobre el funcionamiento específico del sistema financiero en Colombia.

- Las principales necesidades de educación financiera identificadas fueron: (i) aspectos a tener en cuenta al solicitar un crédito en Colombia, (ii) métodos para planificar las finanzas personales, (iii) información sobre el sistema tributario colombiano y (iv) pasos para abrir una cuenta bancaria en el país.

- La población migrante estaba interesada en conocer: (i) la oferta financiera disponible, (ii) aspectos clave de la regulación financiera (como el Gravamen a los Movimientos Financieros, cuentas exentas y reportes en centrales de riesgo), y (iii) la interoperabilidad entre cuentas y depósitos electrónicos, incluyendo mecanismos para realizar transferencias entre entidades.

Con base a lo anterior, y con el objetivo de mejorar la salud financiera de la población objetivo, el proceso de aprendizaje se estructuró en torno a cuatro grandes módulos:

Módulo	Objetivo de aprendizaje
¡Conociendo cómo estoy!	Este módulo permite que las personas analicen su salud financiera actual, identificando tanto sus fortalezas como los aspectos por mejorar. Este autodiagnóstico sirve como punto de partida para orientar mejor su proceso de educación financiera.
¡Definiendo hacia dónde voy!	Este módulo busca que las personas definan sus metas financieras y reconozcan los productos financieros como herramientas para alcanzarlas.
¡Productos y servicios financieros que sirven como herramientas para alcanzar mis metas!	Tiene como objetivo que las personas conozcan los productos financieros de su interés (las entidades que los ofrecen, sus características y condiciones), y desarrollen la capacidad de identificar cuáles se ajustan mejor a sus necesidades personales y familiares.
¡Aspectos que debo saber para hacer mejor uso de los productos y servicios financieros!	Este módulo tiene como objetivo que las personas comprendan ciertos aspectos clave (como normatividad, infraestructura tecnológica, entre otros) que facilitan el uso eficiente de los productos financieros en su vida diaria.

A lo largo del proceso de aprendizaje, las personas acceden a información útil sobre productos y servicios financieros en Colombia, y fortalecen sus capacidades para tomar decisiones informadas. La evidencia mostró que los enfoques eficaces en educación financiera ayudan a las personas a buscar, interpretar y aplicar información para elegir la opción que mejor se ajuste a sus necesidades.

A nivel metodológico, los talleres se desarrollaron con base en el diálogo de saberes y la andragogía[2], construyendo el conocimiento a partir de las experiencias previas de lo/as participantes. A diferencia del enfoque tradicional profesor-alumno, esta metodología promueve que el formador actúe como facilitador, fomentando la participación, el intercambio entre pares, la construcción colectiva del conocimiento y la autonomía en el aprendizaje.

2. Disciplina que estudia los procesos de educación de los adultos, enfocada en el desarrollo de sus capacidades y conocimientos a lo largo de su vida.

La educación financiera orientada a la inclusión debe ser clara, breve, contundente, entretenida, generar confianza y difundirse por los canales adecuados. Los talleres fueron y siguen siendo espacios donde lo/as participantes aprenden entre sí a partir de materiales sencillos, historias, personajes, juegos de roles, trabajos en grupo y actividades lúdicas. Para su diseño se incorporaron elementos como:

- Uso constante de memes relacionados con los temas financieros.
- Cuatro personajes representativos, construidos con base en la caracterización de la fase 1 del proyecto.
- Actividades dinámicas para apropiación de conceptos.
- Preguntas que fomentan la participación y ejercicios prácticos grupales para aprender sobre productos financieros.
- Experiencias reales de inclusión financiera, invitando a las personas a abrir productos como billeteras electrónicas desde el celular.

Se usó la educación financiera entre pares, que fortalece el enfoque en el que los individuos comparten conocimientos, experiencias y consejos. Este método se basa en el intercambio y aprendizaje mutuo entre personas con experiencias y perspectivas financieras similares. Dado este modelo pedagógico la metodología de educación financiera se implementó de la siguiente manera:

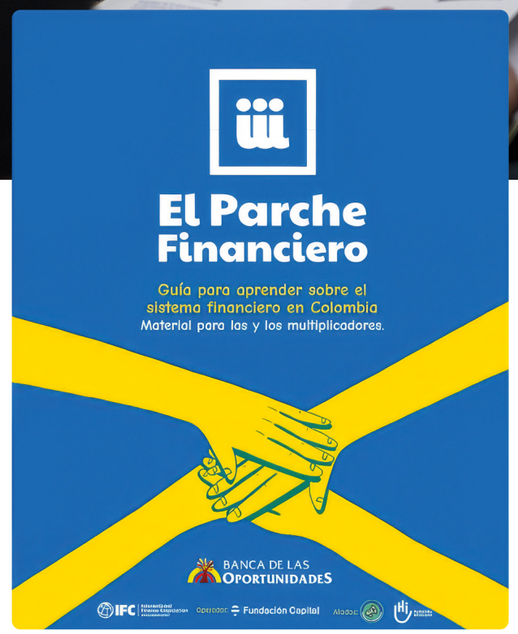
(i) El equipo de profesionales en campo del proyecto lideró la formación de líderes locales y representantes de aliados no financieros, siguiendo el proceso de aprendizaje descrito anteriormente con el fin que estas personas se convirtieran en multiplicadoras/es de la metodología. La formación constó de cuatros sesiones presenciales, cada una de aproximadamente dos horas, para un total de 8 horas.

(ii) Tras completar su formación, lo/as multiplicadores replicaron los talleres de educación financiera cuya duración fue de media jornada (4 horas), con materiales de apoyo adaptados. El equipo de profesionales del proyecto apoyó a lo/as multiplicadores y aliados durante el proceso.

La metodología incluyó un traspaso progresivo: el/la profesional lideró el primer taller dirigido a la población objetivo con el fin de que el/la multiplicador/a evidenciara la metodología en acción. Luego, el segundo taller fue dirigido por el/la multiplicador/a con acompañamiento y retroalimentación por parte del/la profesional. Finalmente, para cada caso se desarrolla un sistema de acompañamiento y seguimiento en el resto de los talleres, dependiendo del nivel de apropiación y dominio evidenciado en el/la multiplicador/a.

Herramientas y materiales creados

De los materiales didácticos creados para el desarrollo de los talleres de educación financiera del Parche Financiero, cuatro de ellos se consideran los pilares del programa. Estos materiales facilitan la implementación de la metodología, el enfoque en cambio de comportamientos buscando una mejor salud financiera y el rol de lo/as multiplicadores. Estos materiales son los siguientes:



En el Anexo 6 de este documento se encuentra la cartilla completa dirigida a multiplicadores.

Cartilla dirigida a multiplicadores

Esta cartilla tiene como objetivo guiar a lo/as multiplicadores en la implementación del taller, presentando de forma clara la estructura de cada módulo, el tiempo estimado y las instrucciones para desarrollar cada actividad. Es el material principal utilizado por lo/as multiplicadores durante las sesiones, tanto en las que ello/as aprenden la metodología y los contenidos, como en las que ello/as dirigen a la población objetivo.

En el Anexo 6 de este documento se encuentra la cartilla completa dirigida a participantes.

Cartilla dirigida a participantes

Esta cartilla contiene la información y las actividades que se desarrollan durante el taller. Además, incluye contenidos complementarios que buscan aportar valor a la experiencia de quienes asisten a los talleres de educación financiera.

Formulario de Autodiagnóstico de Salud Financiera

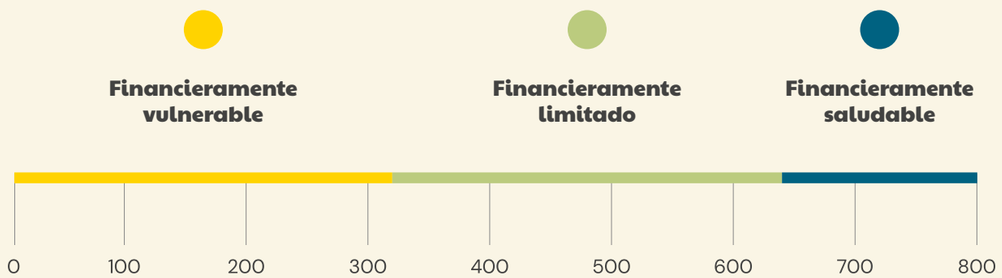
Este autodiagnóstico es el punto de partida para lo/as participantes. Sirve como base para una de las actividades del taller y busca invitar a la reflexión sobre los hábitos financieros. Además, permite que los hábitos puedan ser compartidos con los demás, generando conversación y aprendizaje colectivo.

Para construir el autodiagnóstico se partió de la definición de salud financiera como "el bienestar que se alcanza mediante una buena gestión de la economía personal, familiar o empresarial para poder hacer frente a imprevistos y conseguir metas vitales y de futuro" (BBVA Research, s.f.). A partir de esta base conceptual, se adoptó la metodología desarrollada por la organización Financial Health Network, reconocida por su investigación en torno a las mejores prácticas para medir la salud financiera.

Dicha metodología incluye ocho preguntas que evalúan indicadores agrupados en cuatro módulos: **gasto,** que analiza la relación entre ingresos y pagos oportunos; **ahorro,** que mide la disponibilidad de recursos en el corto y largo plazo; **deudas,** centrado en el manejo del endeudamiento y comportamiento crediticio; y **planificación financiera,** que aborda la proyección a futuro y la tenencia de seguros (Financial Health Network, s.f.).

Para la calificación se utilizó una escala máxima de 800 puntos. En este sentido, y considerando las clasificaciones previamente mencionadas, se establecieron dos puntajes límite: 640 puntos (equivalente al 80%) como umbral para pasar de una condición financieramente saludable a una financieramente limitada, y 320 puntos (40%) como el límite entre una condición financieramente limitada y una financieramente vulnerable.

Interpretación del Indicador



0-320

Solo cuentan con **pocos o ninguno** ninguno de los ocho indicadores de salud financiera.

321-640

Solo cuentan con **alguno** pero no todos indicadores de salud financiera.

641-800

Cuentan con **todos** indicadores de salud financiera.

En el Anexo 7 del presente informe se encuentran las preguntas que contiene el autodiagnóstico de salud financiera.

A partir de 8 preguntas, que fueran adaptadas al contexto de la población objetivo del proyecto, las personas pueden obtener un puntaje que les permite estimar el estado actual de su salud financiera.

Micrositio web

Es una plataforma donde las personas pueden acceder a información detallada sobre los productos de las entidades financieras aliadas. Incluye una sección específica sobre billeteras digitales/móviles, con subsecciones que presentan la información de cada entidad sobre este tipo de producto. De forma similar, cuenta con secciones dedicadas a la oferta de cuentas de ahorro, créditos y seguros.

Metas, resultados y aprendizajes

A continuación, se relacionan los logros y resultados del componente de educación financiera y su relación con las metas fijadas en la hoja de ruta del proyecto.

Formación de multiplicadores

Se formaron 69 líderes y lideresas pertenecientes a la población objetivo del proyecto. De este grupo, el 88,4 % son mujeres, el 72,2 % son personas migrantes, y tienen una edad promedio de 39 años. Asimismo, se formaron 204 funcionario/as de organizaciones aliadas (no financieras), de los cuales el 73 % son mujeres y el 5,2 % son personas migrantes. Estas acciones se llevaron a cabo con el objetivo de cumplir la meta de formar 80 multiplicadores que pudiesen realizar las réplicas de los talleres de educación financiera dirigidos a la población objetivo final.

Municipio	Funcionario/as de organizaciones	Líderes/as formado/as	Meta
Bogotá	61	14	13
Medellín	17	13	13
Cúcuta	15	12	14
Cali	44	7	13
Barranquilla	38	7	8
Bucaramanga	14	5	7
Santa Marta	5	4	4
Soacha	0	3	2
Cartagena	8	2	4
Riohacha	0	2	2
TOTAL	**204**	**69**	**80**

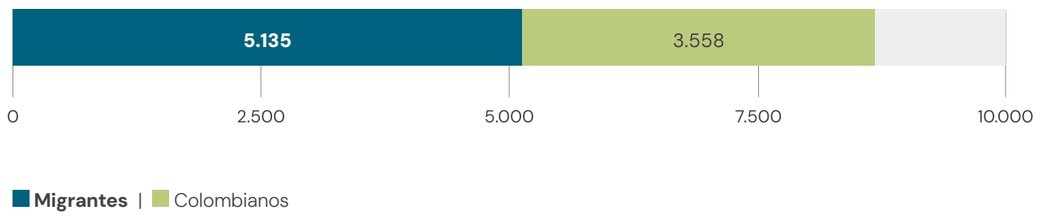
Talleres de educación financiera con la población objetivo:

Se llevaron a cabo un total de 408 talleres, cumpliendo de manera efectiva con la meta establecida. En la siguiente tabla se presenta el porcentaje de cumplimiento del indicador relacionado con el número de talleres de educación financiera realizados en cada territorio

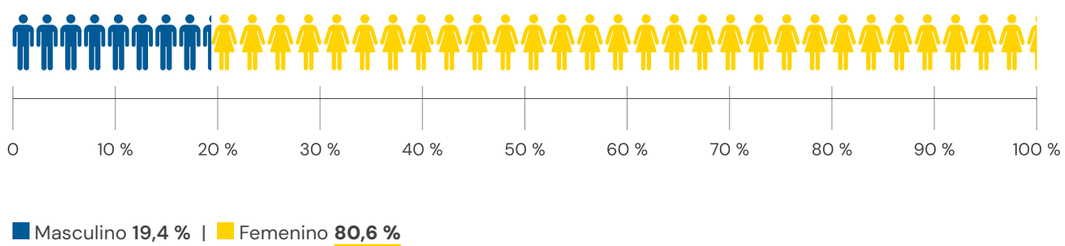
Municipio	Meta número de talleres de educación financiera	Realizado	% de cumplimiento
Cúcuta	70	70	100%
Medellín	65	66	102%
Bogotá	65	65	100%
Cali	65	65	100%
Barranquilla	40	41	102%
Bucaramanga	35	35	100%
Santa Marta	20	26	130%
Cartagena	20	20	100%
Riohacha	10	10	100%
Soacha	10	10	100%
TOTAL	**400**	**408**	**102%**

Entre febrero de 2024 y agosto de 2025, se alcanzó un total de 8.693 participantes en talleres de educación financiera. Del total, el 74% (6.439 personas) asistió a talleres facilitados por líderes/as comunitarios/as, mientras que el 26% (2.254 personas) participó en talleres impartidos por funcionario/as de organizaciones aliadas. En cuanto a la situación migratoria de los participantes, el 59% se identificó como migrante y el 41% posee cédula colombiana (muchas de estas personas son migrantes con doble nacionalidad, por tener padres colombianos). El 80% de lo/as participantes se identificaron con el género femenino y su edad promedio fue de 38 años.

Participantes de los talleres (Migrantes vs. Colombianos)



Participantes de los talleres por Género



En el Anexo 8 se encuentra el registro fotográfico de las sesiones de educación financiera.

A continuación, se presenta la distribución geográfica de quienes participaron en los talleres de educación financiera, en donde se evidencia que la meta fue superada en un 9%.

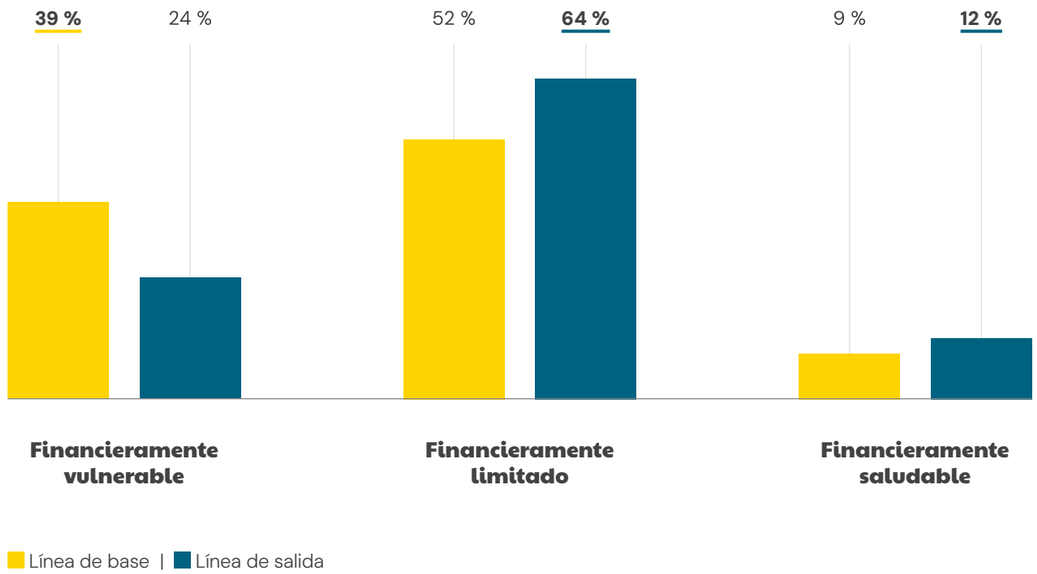
Municipio	Meta de personas que participen en talleres de educación financiera	Realizado	% de cumplimiento
Cúcuta	1.400	1.487	106%
Medellín	1.300	1.394	107%
Bogotá	1.300	1.390	107%
Cali	1.300	1.486	114%
Barranquilla	800	800	100%
Bucaramanga	700	703	100%
Santa Marta	400	519	130%
Cartagena	400	470	118%
Riohacha	200	222	111%
Soacha	200	222	111%
TOTAL	**8.000**	**8.693**	**109%**

En el Anexo 9 se adjuntan las fotos de los listados de asistencia utilizados durante las formaciones.

Uno de los objetivos de los talleres de educación financiera fue impactar positivamente la salud financiera de las personas participantes. Un total de 6,536 personas realizaron el autodiagnóstico de Salud Financiera, el cual se tomó como línea base. Posteriormente, se realizó una línea de salida recolectando encuestas a 703 participantes. Con esta muestra se evidenció un avance significativo en este aspecto. El puntaje general de salud financiera, en una escala de 0 a 800 puntos, aumentó en promedio de 387 en la línea base a 441 en la línea final, reflejando un fortalecimiento en la situación financiera de las personas participantes.

De manera específica, el porcentaje de personas financieramente vulnerables disminuyó del 39% al 24%, mientras que las clasificadas en situación financiera limitada aumentaron de 52% a 64%, y las consideradas financieramente saludables pasaron de 9% a 12%. Estos resultados confirman el impacto positivo de los talleres en la mejora de la salud financiera y la reducción de la vulnerabilidad económica.

Clasificación según el puntaje de Salud Financiera



El análisis de la salud financiera, desagregado por género, región y rango etario, reveló que todos los grupos presentaron mejoras en los indicadores evaluados. La proporción de hombres clasificados como "financieramente vulnerables" disminuyó significativamente, pasando del 27.0 % al 12.2 %, mientras que en el caso de las mujeres la reducción fue de 40.2 % a 24.7 %. Aunque ambos grupos mostraron avances, la disminución de la vulnerabilidad financiera fue considerablemente mayor entre las mujeres, quienes partían de un escenario inicial más desfavorable.

Por su parte, los participantes entre 30 y 45 años registraron la mayor mejora, al pasar de un promedio de 386.87 puntos a 453.78 puntos, lo que representa un incremento significativo de 62.98 puntos.

Asimismo, los resultados por región evidenciaron impactos especialmente positivos en la Costa Caribe y en la región Oriente, donde se observaron aumentos importantes en el puntaje global, así como una reducción marcada de la vulnerabilidad financiera.

Frente a cada uno de los indicadores de salud financiera (gasto, planeación, deuda y ahorro), se encontró que el manejo de deudas mejoró notablemente, pasando de un promedio de 3.38 a 3.75, lo que refleja una menor dificultad para gestionar las obligaciones financieras. La capacidad promedio de cubrir gastos con ahorros también presentó una mejora, aumentando de 2.24 a 2.62, lo cual indica que los participantes incrementaron sus reservas financieras, siendo ahora más capaces de afrontar emergencias o pérdidas repentinas de ingresos.

Asimismo, la confianza en la capacidad para cumplir metas financieras a largo plazo mostró un avance significativo, al pasar de un promedio de 2.68 a 2.90. Esto implica una mejora en la autoeficacia financiera y en la percepción de seguridad respecto a los objetivos futuros, elementos clave para una planificación financiera efectiva y un bienestar económico sostenido.

En cuanto al uso de productos financieros, se evidenció un aumento significativo en la adopción de billeteras móviles como método de ahorro, pasando del 16.9% en la línea base al 32.4% en la línea final. Al mismo tiempo, el uso del ahorro tradicional en casa o en efectivo disminuyó de 48.8% a 31.4%, lo que refleja una transición positiva hacia opciones más seguras, trazables y con mayor potencial de acceso a otros servicios financieros.

De manera similar, se observó un cambio relevante en los métodos de pago. El uso de billeteras móviles como principal forma de pago aumentó del 22.0 % al 43.9 %, lo que demuestra una adopción exitosa y un mayor nivel de confianza en las soluciones digitales.

En contraste, el uso del efectivo como método principal de pago se redujo significativamente, pasando del 65.2 % al inicio del programa al 47.3 % al finalizar. Esta tendencia fue consistente al desagregar los datos por género: en los hombres, el uso de efectivo disminuyó del 44.6 % al 32.4 %, mientras que en las mujeres la reducción fue aún más marcada, pasando del 49.4 % al 31.3 %. Asimismo, todos los grupos etarios mostraron una disminución en el uso de este medio de pago; sin embargo, los mayores de 45 años registraron la caída más pronunciada, al pasar del 61.7 % al 49.4 %

Principales aprendizajes y lecciones aprendidas tras la implementación del componente de educación financiera

Liderazgos comunitarios como eje central

01

En su mayoría mujeres, fueron el corazón de la estrategia de multiplicadores de los talleres. La educación entre pares impulsó la cercanía territorial, legitimidad y capacidad de adaptar contenidos, resolver dudas y generar confianza en sus comunidades.

- **Confianza y apropiación:** la traducción de conceptos financieros por parte de líderes locales ayudó a superar miedos, desinformación y autoexclusión.
- **Incentivos sostenibles:** además de su voluntad de servicio, los liderazgos comunitarios requieren incentivos económicos; por ejemplo, contratarlos como proveedores de los refrigerios para los talleres resultó efectivo.
- **Facilitador de la convocatoria:** el apalancamiento en las relaciones cercanas que tienen lo/as líderes/as con la comunidad y el esquema de incentivos sostenibles, garantizó la asistencia y participación de la población objetivo en los talleres presenciales.

Fortalecimiento del Liderazgo

02

La metodología de formación a formadores de la mano con líderes/as permitió fortalecer las herramientas de liderazgo de estos actores en la medida en que (i) complementó los conocimientos que pueden llevar a sus comunidades y (ii) promovió nuevos espacios de visibilizaron su labor y ampliaron su red de contactos.

Trabajo con liderazgos comunitarios relevantes

03

Durante el proceso de selección de lo/as líderes/as fue clave tener en cuenta (i) su disponibilidad real de tiempo (hay líderes/as con muchas habilidades pero su nivel de actividad con la comunidad y otras organizaciones sociales limitó su alcance con los talleres de educación financiera), (ii) el perfil de su liderazgo (hay líderes/as con alto reconocimiento en las comunidades, pero sus habilidades no se alinean con actividades de formación) y (iii) el nivel de actividad de su red de contactos.

Materiales mixtos

04

El autodiagnóstico de salud financiera y el micrositio fueron útiles y atractivos, aunque en algunos territorios la falta de internet y apropiación digital limitó su uso. Es clave combinar herramientas digitales con materiales impresos para responder a distintos niveles de conectividad y alfabetización digital.

Enfoque práctico

05

Trabajar con productos concretos (como billeteras digitales) y guías paso a paso facilitó el uso real de los servicios financieros.

Necesidad de acompañamiento post-taller

06

Varias personas señalaron que requieren seguimiento para aplicar lo aprendido, en especial en el manejo de billeteras y planificación financiera.

Alianzas estratégicas

07

El trabajo conjunto con organizaciones sociales (Fundación Panamericana para el Desarrollo (FUPAD), Consorcio ADN Dignidad, Comité Internacional de Rescate (IRC), Heartland Alliance International, Corhuellas, entre otras) amplió el alcance, diversificó la oferta y generó confianza institucional.

08

Alinear las temáticas y la oferta financiera con las necesidades de la población hace la diferencia. Realizar un taller con una oferta financiera pensada específicamente para la población objetivo y basada en sus necesidades permitió construir una propuesta distinta frente a otros proyectos, generando mayor relevancia y conexión con lo/as participantes.

Retos de sostenibilidad

09

La alta rotación de personal en algunas organizaciones aliadas y la limitada disponibilidad de recursos (materiales, refrigerios) que tienen algunas de estas organizaciones incidieron en la continuidad y réplica de la metodología.

10

Entender el funcionamiento del sistema financiero en Colombia ayudó a mitigar la autoexclusión de la población migrante relacionada con la percepción de un trato discriminatorio. Brindar información clara sobre cómo opera el sistema financiero colombiano permitió aclarar que varios de los requisitos y condiciones de acceso no dependen de la nacionalidad de lo/as usuario/as, especialmente en cuanto a productos de crédito.

11

Reconocer las instituciones que hacen parte del sistema financiero fortalece la confianza. Identificar las instituciones de regulación y protección al consumidor dentro del sistema financiero ayudó a generar mayor confianza en los productos ofrecidos, especialmente considerando que estas instituciones, en muchos casos, también son desconocidas por la población colombiana.

Enfoque de protección al consumidor

12

Los contenidos educativos deben incluir no solo las entidades encargadas de vigilancia y control del sistema financiero sino canales de atención y herramientas prácticas para poner una queja o un reclamo respecto al servicio.

05

Fase 2: Componente de Jornadas de Servicios

Metodología para la implementación

Las jornadas de servicios se concibieron como espacios de encuentro y articulación entre la población migrante venezolana, retornada y las comunidades de acogida con entidades financieras, organizaciones sociales e institucionalidad pública y privada. El objetivo fue acercar a la población a una oferta integral de productos y servicios que incluyera no solo productos financieros (cuentas, créditos, seguros, billeteras digitales), sino también servicios sociales básicos como salud, empleo, educación, regularización migratoria y asistencia humanitaria.

Con base en los insumos proporcionados por la fase de caracterización y los lineamientos que se fueron obteniendo a lo largo del proyecto por parte de participantes, organizaciones y líderes, se articuló con entidades (públicas como secretarías distritales y sociales como organizaciones de sociedad civil, juntas de acción comunal y centros intégrate) que tuvieran una ubicación estratégica en las ciudades, en términos de la alta concentración de población migrante en barrios y localidades. Esta articulación fue clave para la consecución de espacios (salones amplios, plazas, parques y canchas públicas, entre otros) y apoyo a la convocatoria.

La convocatoria de la población objetivo se realizó a través de (i) los canales de comunicación de los aliados no financieros, (ii) las redes consolidadas de líderes y lideresas, (iii) publicaciones a través de las redes sociales de Voices of Venezuela, (iv) promoción durante los talleres de educación financiera, entre otras.

Durante estos espacios, los proveedores de servicios financieros dieron a conocer su oferta de productos y servicios dirigidos a población venezolana y colombiana. Se buscó que en todas las jornadas las entidades no solo brindaran información, sino que pudieran brindar una asesoría personalizada y acompañar a las personas en el registro para alguno de los productos o servicios ofrecidos. Los proveedores de servicios financieros que participaron en esta estrategia fueron: Ualá, AAvance, CFA, Crezcamos, Quipu, Banco Unión, Bancamía, Daviplata, Mi Banco, Banco Agrario, Fundación Banco Mundo Mujer, Banco Caja Social, Global 66 y Monet. En total, se consolidó la participación de 14 entidades financieras a lo largo de la implementación de las ferias

Adicionalmente, entre la oferta no financiera se encontraron servicios de salud, vacunación, registro a SISBEN, programas de apoyo a emprendimientos, programas de empleabilidad, regularización, asesoría legal, entre otros. Se contó con el apoyo de entidades como Migración Colombia, Alcaldías, Centros Intégrate, Agencias de Empleo, Organizaciones de Sociedad Civil, Organizaciones

No Gubermantales (ONGs). Entre las organizaciones y programas que participaron se encuentran: la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), Organización Internacional para las Migraciones (OIM), Grupo Interagencial de Grupos Migratorios Mixtos (GIFMM), Mercy Corps, IsraAid, World Vision, Heartland Alliance, Humanity & Inclusion, Medical Teams, CUSO International, Fundación Panamericana para el Desarrollo (FUPAD), Comité Internacional de Rescate, Acción contra el Hambre, Consejo Danés para Refugiados, Consejo Noruego para Refugiados, Hebrew Immigrant Aid Society (HIAS), Aid for Aids, Opportunity International, Congregación Mariana, CORFAS, Fundación para el Desarrollo de Santander (FUNDESAN), Cáritas, Red Somos – PAISS, Gran Acuerdo Venezuela, Corazones sin Fronteras, Asoveneinra, Fundatransvida, Alianzas Solidarias, Centro de Oportunidades de Barranquilla, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Sistema de Identificación y Clasificación de Potenciales Beneficiarios para Programas Sociales (SISBEN), Migración Colombia, Cancillería de la Nación, Ministerio de Trabajo, Secretarías Distritales y Municipales de Educación, Integración Social, Desarrollo Económico, Movilidad y Salud, Alcaldías de Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena, Barranquilla, Bucaramanga, Soacha y Riohacha y el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga (IMEBU). En total, se consolidó la participación de más de 30 organizaciones y programas no financieros a lo largo de la estrategia de ferias.

Fase 2: Componente de Jornadas de Servicios

Metas, Resultados y Aprendizajes

Entre septiembre de 2023 y julio de 2025 se realizaron 81 jornadas de servicios financieros y sociales en los 10 municipios de cobertura del Parche Financiero. Es decir, que durante la implementación del proyecto se desarrollaron en promedio 3 a 4 ferias/jornadas en el mes. No se tienen estadísticas precisas sobre la participación de personas de la población objetivo en estas jornadas dado que la mayoría se realizaron en espacios abiertos con acceso libre de personas de las comunidades, sin embargo, se estima que se tuvieron más de 20.000 participantes. Además, se estima que del total de asistentes el 84% corresponde a mujeres y el 16% a hombres. En el Anexo 8 del presente informe se adjuntan registros fotográficos de estas jornadas.

Principales aprendizajes y lecciones aprendidas tras la implementación del componente de jornadas de servicios

- **Complementariedad con los talleres de educación financiera:** Las jornadas funcionaron como facilitadoras de procesos de inclusión financiera y reforzaron el impacto de los talleres.

- Las lideresas que apoyaron la gestión y convocatoria **resaltaron el valor de tener contacto directo con los proveedores** de servicios financieros y la utilidad de recibir asesoría personalizada sobre los productos financieros.

- **Contacto directo con el sistema financiero.** Las ferias permitieron que muchas personas migrantes, retornadas y de comunidades de acogida tuvieran un primer acercamiento con las instituciones financieras.

- **Oportunidad para la población migrante de conocer oferta financiera variada:** Para la población

venezolana estos espacios no solo generaron contacto directo con el sector financiero, sino que además ampliaron el conocimiento sobre oferta financiera que no sabían que existía (p.ej. conocer la oferta de entidades como Ualá, AAvance o Quipu que no cuentan con oficinas físicas, distinto a las múltiples sucursales existentes de entidades como Bancolombia, Davivienda, Grupo Aval, entre otras.)

- **Enfoque en necesidades transaccionales:** Las jornadas de servicios fueron útiles para la población migrante venezolana que necesitaba (y aún necesita) soluciones para realizar pagos, transferencias y remesas desde lo digital. El formato de las jornadas se alinea con el proceso para acceder a este tipo de productos.

- **Importancia del apoyo comunitario e institucional:** Las ferias con participación de líderes/as comunitarios y Organizaciones de Sociedad Civil lograron mayor convocatoria.

- **Importancia de la alfabetización digital:** Durante las jornadas de servicios fue clave que el equipo del proyecto estuviera disponible para los casos en los que se requería un acompañamiento personalizado en lo digital (crear o acceder a correos electrónicos, captura de fotografías para la validación de identidad que contienen los procesos de apertura de productos digitales, entre otras).

- **Valor de la integración de múltiples servicios:** Las personas participantes valoraron la inclusión de distintos tipos de servicios en una misma jornada (salud, regularización, empleabilidad, inclusión financiera) como factor que incentivó su participación. La presencia de Migración Colombia fue clave porque, al entregar documentos de identidad, aumentó la probabilidad de acceso efectivo a servicios financieros.

- **Interacción de la población migrante con la oferta más allá de la asistencia humanitaria:** Las jornadas de servicios visibilizaron la necesidad de sensibilizar a la población migrante venezolana sobre la importancia de adoptar un discurso desde la oportunidad y no desde la asistencia humanitaria al momento de interactuar con los proveedores de servicios financieros.

- **Limitaciones para ciertos tipos de entidades financieras:** En el caso de las Fintech, con actividades exclusivamente digitales, la participación presencial representó costos altos y baja eficiencia, lo que limitó su interés.

- **Relevancia del rol de los asesores financieros:** El acceso efectivo a productos financieros dependen en gran medida de la proactividad y capacidad de los asesores asignados por cada entidad para acompañar estos espacios.

- **Procesos rápidos y autogestionados son claves** para el éxito de los proveedores de servicios financieros en las jornadas. Procesos en los que se requerían múltiples pasos y registros generaron desinterés por parte de la población.

- **Necesidad de adaptar el número de jornadas al contexto local:** Para futuras iniciativas, es clave definir la cantidad de jornadas por ciudad según variables específicas del territorio, como la presencia de entidades financieras.

06

Fase 2: Componente de Comunicación y Sensibilización

El Parche Financiero diseñó e implementó una estrategia integral de información, sensibilización y comunicación dirigida a aliados proveedores de servicios financieros, entidades del gobierno como Migración Colombia y la Superintendencia Financiera, así como a aliados no financieros como Fundación Panamericana para el Desarrollo (FUPAD), World Vision, Heartland Alliance International (HAI) y otros actores interesados en la inclusión financiera y económica de migrantes, retornados y comunidades de acogida.

Las actividades tuvieron dos ejes principales: (i) Comunicación y sensibilización y (ii) Generación y difusión de conocimiento, y movilización y articulación de los actores. Para ambos frentes de trabajo, se obtuvo el resultado esperado y el número de productos planeados al inicio del proyecto, los cuales se describen en detalle a continuación.

Eventos para la incidencia y la difusión de conocimiento

A lo largo del proyecto se realizaron diversos encuentros presenciales y virtuales. Específicamente, se contó con la realización y/o participación de seis conversatorios, cinco webinars y el acompañamiento y co-liderazgo activo de las reuniones de la Mesa Técnica de Inclusión Financiera del Grupo Interagencial de Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM). A continuación, se detalla cada uno de los encuentros y las temáticas abordadas:

Conversatorios presenciales

Temática	Fecha	Descripción	Participantes
Encuentro Anual #FinEquityALC2024	18 de abril de 2024	Fundación Capital fue invitada como panelista del evento. Durante su discurso tuvo la oportunidad de exponer cómo la inclusión financiera robustece la capacidad de los migrantes para integrarse en nuevas comunidades, contribuir al desarrollo económico y forjar un futuro sostenible tanto para ellos como para los países de acogida.	450 participantes en modalidad presencial y virtual
Encuentro Migración Colombia y Entidades Financieras	16 de julio de 2024	El Parche Financiero organizó este espacio con el fin de acercar a las entidades financieras aliadas con Migración Colombia. Durante el encuentro Migración Colombia expuso un contexto sobre el proceso de regularización de la población venezolana y lineamientos relevantes sobre posibles procesos de regularización futura (ej. regularización de padres/tutores de hijos e hijas que están siendo registrados en el Estatuto Temporal de Protección al Migrante Venezolano (ETPV)).	20 participantes, entre ellos 5 entidades financieras aliadas y 2 personas de Migración Colombia
"El Sector Fintech y la inclusión financiera de la población migrante en Colombia"	17 de julio de 2024	El Parche Financiero organizó este espacio con el fin de visibilizar el trabajo de los proveedores de servicios financieros del sector fintech como impulsores de la inclusión financiera de población migrante. Además, se buscó promover la articulación de distintos actores (financieros y no financieros). En primer lugar, Banca de las Oportunidades socializó su apuesta a la inclusión financiera de población migrante. Luego, la Agencia Francesa de Desarrollo expuso el trabajo realizado en pro de la inclusión financiera de la población migrante en distintos países. Posteriormente, la International Finance Corporation (IFC) presentó cómo la innovación digital impulsa la inclusión financiera. Para finalizar, se desarrolló un panel con participación de entidades como AAvance, Quipu y Migración en Positivo (Organización de Sociedad Civil (OSC) de población venezolana). Durante el panel se trataron temas como: (i) los retos que enfrenta la población migrante para acceder a servicios financieros, (ii) los desafíos del proceso de diseño de un portafolio de productos y servicios financieros dirigidos a esta población, y (iii) las innovaciones y estrategias que han adoptado las entidades financieras del sector Fintech para dar respuesta a las necesidades y contexto particular de la población venezolana en Colombia.	43 personas representantes de entidades financieras, instituciones públicas, organizaciones de cooperación internacional y organizaciones de sociedad civil lideradas por migrantes venezolanos

Temática	Fecha	Descripción	Participantes
Cambios en los tipos de documentos de identidad e IF de migrantes	2 de diciembre de 2024	El Parche Financiero organizó este espacio con el fin promover un espacio de discusión sobre las barreras desde la oferta para que la inclusión financiera de la población migrante. El objetivo fue dar especial énfasis al reto que enfrentan las entidades debido a la existencia de múltiples tipos de documentos de identidad.	17 personas representantes de entidades como Superintendencia Financiera, Ministerio de la Igualdad, Migración Colombia, Cancillería, Organización Internacional para las Migraciones (OIM), la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), Transunion, entre otras.
Caracterización e impacto de la inclusión de los migrantes (con IPA y Equilibrium).	11 de febrero de 2025	El Parche Financiero organizó este espacio con el fin de difundir entre el sector financiero los resultados de estudios e investigaciones sobre la población venezolana en Colombia. Para ello, se buscó articulación con Innovations for Poverty Action (IPA) para la presentación de sus estudios sobre "Diagnóstico de la inclusión financiera de la población migrante" y "Estudio experimental sobre percepción y auto-exclusión". Adicionalmente se articuló con Equilibrium para la presentación sobre su estudio sobre "Beneficios fiscales de la migración".	34 personas representantes de entidades como Nubank, Banco Caja Social, Bancamía, International Finance Corporation (IFC), Quipu, la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), Banco Mundial, Asobancaria, AAvance, Davivienda, Banco Unión, CFA Cooperativa Financiera, IPA, Equilibrium, Banca de las Oportunidades y Fundación Capital.
Sesgos conscientes e inconscientes hacia la población migrante, una aproximación desde las ciencias del comportamiento	25 de agosto de 2025	El Parche Financiero organizó este espacio con el fin de socializar entre el sector financiero los resultados del estudio sectorial realizado en el marco del proyecto y en conjunto con el Departamento de Psicología de la Universidad de los Andes.	35 personas representantes de entidades como CFA, Banco Unión, Nubank, Daviplata, Equilibrium, IPA, Movii, Fundación de la Mujer, Sparkassenstiftung, entre otras

Webinars

Temática	Fecha	Descripción	Participantes
"Acciones para disminuir las brechas de acceso al sistema financiero para la población migrante"	16 de mayo/ 2024	El Parche Financiero organizó este encuentro virtual con el fin de (i) exponer y difundir los principales hallazgos de la fase de caracterización del proyecto, (ii) visibilizar los objetivos, metas, estrategias y actividades del proyecto y (iii) buscar potenciales aliados interesados en sumarse a dichas actividades.	51 personas de organizaciones y entidades financieras.
El papel del Banco de la República en la economía colombiana	22 de agosto de 2024	El Parche Financiero organizó este espacio virtual con el fin de brindar información a la comunidad venezolana sobre el sistema financiero colombiano. Temas abordados: (i) explicación sobre la relación del Banco de la República con los bancos comerciales y el concepto e implicaciones de la inflación, (ii) sensibilización sobre la educación financiera y los esfuerzos que realiza el Banco de la República para brindar herramientas educativas a los ciudadanos. Este webinar fue transmitido a través de un Facebook Live de Voices of Venezuela.	34 personas y otras 774 accedieron al contenido en diferido.

Temática	Fecha	Descripción	Participantes
El rol de la Superintendencia Financiera de Colombia	**5 de septiembre de 2024.**	El Parche Financiero organizó este espacio virtual con el fin de brindar información a la comunidad venezolana sobre el sistema financiero colombiano. Temas abordados: (i) el rol de la entidad en la supervisión de las relaciones entre las entidades financieras y sus clientes, actuando como un intermediario para proteger los derechos de los usuarios, (ii) cómo los consumidores pueden presentar quejas y reclamaciones si sienten que sus derechos han sido vulnerados, (iii) la importancia de que los consumidores financieros comprendan plenamente los términos y condiciones de los productos que adquieren. Este webinar fue transmitido a través de un Facebook Live de Voices of Venezuela y Pesos Pensados.	22 personas y otras 486 accedieron al contenido en diferido.
Los beneficios y ventajas de las cooperativas de ahorro y crédito	**10 de octubre de 2024**	El Parche Financiero organizó este espacio virtual con el fin de brindar información a la comunidad venezolana sobre el sistema financiero colombiano. Temas abordados: (i) el rol de esta entidad en la vigilancia de entidades financieras, (ii) las diferencias entre las cooperativas de ahorro y crédito y los bancos comerciales, (iii) la participación de población migrante en el portafolio de las cooperativas de ahorro y crédito. Este webinar fue transmitido a través de un Facebook Live de Voices of Venezuela y Pesos Pensados.	15 personas y otras 746 accedieron al contenido en diferido.
Alternativas para derribar barreras en pro de la inclusión financiera de migrantes venezolano/as	**14 de julio de 2025**	El Parche Financiero organizó este espacio virtual con el fin de explorar alternativas que permitan a las entidades financieras hacer más eficiente el proceso de conocimiento del cliente migrante, en un contexto en el que conviven diferentes tipos de documentos de identidad para esta población. Durante el encuentro Migración Colombia expuso (i) el contexto y las características de los diferentes tipos de documentos de identidad de la población venezolana en Colombia y (ii) el historial de extranjería y sus características. Asimismo, representantes del sector financiero presentaron los procesos que deben ocurrir al interior de las entidades para adaptarse a un nuevo documento de identidad, especialmente en voz de Banco Unión y Asobancaria.	30 personas representantes de entidades como la Superintendencia Financiera, Asobancaria, AAvance, Banco Unión, Organización Internacional para las Migraciones (OIM), Bancamía, Tranunion, entre otras

Los webinars transmitidos a través de las redes sociales de Voices of Venezuela hicieron parte de una estrategia digital de comunicación más amplia. En línea con lo que se describe en la sección que relata las actividades y resultados del componente de inclusión financiera del presente documento, esta estrategia virtual buscó comunicar la oferta de productos y servicios financieros de los proveedores aliados, así como comunicar y sensibilizar a la población migrante sobre el sistema financiero colombiano.

Esta estrategia fue creada en conjunto con el el equipo de Voices of Venezuela, población migrante venezolana, y llegó a más de 300.000 personas en Facebook y 150.000 en Instagram con testimonios, infografías y transmisiones en vivo. Entre las que se encuentran:

Estrategia de promoción del uso y requisitos de acceso a productos financieros

Se implementó a través de formatos visuales como videos e imágenes, en alianza con Ualá, AAvance, Nubank, CFA, Quipu y Banco Unión.

Estrategias en vivo (lives)

Se realizaron espacios en los que proveedores financieros presentaban su oferta de valor y respondían preguntas de la población migrante. En esta estrategia participaron seis entidades financieras aliadas.

Estrategias testimoniales

Se difundieron experiencias reales de personas migrantes que lograron acceder a productos o servicios financieros, como forma de motivar y generar confianza en el proceso.

Estrategia de escucha activa

Se utilizaron formatos interactivos, como cajitas de preguntas, para recoger opiniones de la población migrante sobre los inconvenientes que enfrentan con productos financieros. Adicionalmente, gracias a la comunicación activa del proyecto con los proveedores financieros aliados, algunas entidades respondieron directamente a las preguntas que las personas dejaban en los comentarios de las publicaciones de Voices of Venezuela.

Mesas de trabajo – Grupo Interagencial de Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM)

Fecha	Descripción
16 de febrero de 2024	**Temas abordados** • Lanzamiento Guía de Verificación de Identidad de Migrantes- Asobancaria • Presentación de la Estrategia de la Mesa de Inclusión Financiera 2024 • Presentación Dashboard / Estudio de caracterización socioeconómica
10 de mayo de 2024	**Temas abordados** • Presentación del Fondo Nacional del Ahorro - Crédito de Vivienda • Presentación de los avances del estudio de caracterización socioeconómica • Plan de Acción / Mapeo de acciones y actividades – Mesa Técnica de Inclusión Financiera
4 de octubre de 2024	**Temas abordados** • Presentación estudio de IPA: Estudio de Inclusión Financiera Brechas y Necesidades • Mapeo de programas /estrategias de educación financiera • Actividades con sectores locales de integración: Acercamiento con las instituciones financieras
29 de noviembre de 2024	**Temas abordados** • Superintendencia Financiera de Colombia: Inclusión financiera de población refugiada y migrante • Quipu: portafolio de productos y servicios financieros • Nubank: portafolio de productos y servicios financieros • Banco Unión: portafolio de productos y servicios financieros • El Parche Financiero: Caja de Herramientas para la sensibilización de Entidades Financieras • Actividad: Avances en la inclusión financiera para población refugiada y migrante / Estrategia 2025 / Discusión.

En el Anexo 10 del presente informe se encuentra el registro fotográfico de los eventos descritos.

Materiales para la sensibilización y la difusión de conocimiento

A lo largo del proyecto, se elaboraron (i) una serie de productos de conocimiento que pudieran contribuir al fortalecimiento de saberes y al intercambio de experiencias entre los actores que atienden a migrantes, así como a la sensibilización de los colaboradores de las diferentes entidades financieras aliadas a la iniciativa de El Parche Financiero para llevar su oferta a la población migrante y (ii) piezas comunicacionales que permitieran condensar los avances del proyecto en determinados momentos de su implementación. A continuación, se evidencian los materiales creados:

Artículos

Temática	Descripción
¿Por qué las personas migrantes no están accediendo al sistema financiero colombiano?	**Los temas centrales de este artículo fueron:** • Principales barreras que impiden que las personas migrantes en Colombia accedan al sistema financiero formal. • Visibilización del impacto de la falta de productos financieros adaptados, de la baja información y de la educación financiera en esta población. • Llamado a reconocer y modificar estas barreras estructurales para mejorar la inclusión de los migrantes en servicios bancarios y financieros formales en Colombia. **Publicación a través del Portal Findev el 13 de mayo de 2024** Link: https://www.findevgateway.org/es/blog/2024/05/por-que-las-personas-migrantes-no-estan-accediendo-al-sistema-financiero-colombiano

Temática	Descripción
Conectando la población migrante venezolana con el sistema financiero en Colombia	**Los temas centrales de este artículo fueron:** • Presentación del proyecto El Parche Financiero, liderado por Banca de las Oportunidades, Fundación Capital, Humanity & Inclusion y Voices of Venezuela, con la meta de incluir financieramente a 100.000 migrantes venezolanos en Colombia. • Evidencia de la brecha de inclusión financiera entre colombianos y migrantes venezolanos. • Identificación de barreras clave (documentación, desconocimiento, falta de historial crediticio, sesgos, ausencia de productos adecuados) que dificultan la inclusión. • Descripción de la estrategia de acción basada en capacitación entre pares, comunicación multicanal, y la generación de espacios de encuentro entre oferta y demanda financiera, para reducir dichas barreras. **Publicación a través del Portal Findev el 18 de septiembre de 2024** Link: https://www.findevgateway.org/es/blog/2024/09/conectando-la-poblacion-migrante-venezolana-con-el-sistema-financiero-en-colombia
Inclusión financiera para migrantes: aprendizajes globales y claves para avanzar en Colombia	Este artículo se centró en exponer los hallazgos principales del estudio comparativo de buenas prácticas internacionales a través del cual se identificaron y el analizaron experiencias internacionales en inclusión financiera de población migrante, para extraer aprendizajes aplicables al contexto colombiano, tomando como referencia siete países (EE. UU., Alemania, Turquía, Uganda, México, Perú y Chile).
Romper barreras para la inclusión: los sesgos en el sistema financiero colombiano hacia personas migrantes venezolanas	Este artículo se centró en exponer los hallazgos principales del estudio de diagnóstico de sesgos explícitos e implícitos en funcionario/as del sistema financiero colombiano hacia la población migrante venezolana. El documento describe brevemente la motivación, la metodología y los resultados obtenidos.

Caja de herramientas de sensibilización

Como se mencionó en la sección del presente documento que relata el componente de inclusión financiera, el Parche Financiero creó una caja de herramientas diseñada con el objetivo de promover un plan de sensibilización dirigido a funcionario/as de las entidades financieras (directores, asesores comerciales, informadores, cajeros, etc) que mitigara potenciales sesgos hacia la población migrante y permitiera a las entidades brindar una mejor atención a este segmento de clientes. En el Anexo 3 se encuentra el conjunto de contenidos audiovisuales que componen la caja de herramientas, incluido el protocolo de implementación que describe el paso a paso para que pueda ser utilizada por otras entidades financieras.

En el Anexo 11 se encuentra la caja de herramientas de sensibilización.

Documentos técnicos

A lo largo del proyecto se elaboraron 4 documentos técnicos con el fin de contribuir al fortalecimiento de saberes y al intercambio de experiencias entre los actores que atienden a migrantes.

En primer lugar, se generó un documento que consolida los procesos, hallazgos y conclusiones de la fase de caracterización del Parche Financiero. Este documento contiene el detalle de los hallazgos evidenciados en cada una de las fases y metodologías de la investigación y la definición de hoja de ruta para la fase de implementación del proyecto.

Por otro lado, el proyecto consideró desde su inicio la meta de realizar un estudio sectorial sobre un tema relevante para la inclusión financiera de la población objetivo, al final, se lograron dos estudios así: i) Sesgos conscientes e inconscientes al interior de entidades financieras hacia la población migrante, para este, se contó con la participación de la Facultad de Sicología de la Universidad de los Andes, quien lideró el desarrollo de la investigación; ii) Buenas prácticas internacionales en materia de inclusión financiera de población migrante, en el cual se involucró a la firma consultora Nodo Social.

Por último, buscando recopilar la experiencia lograda durante la fase de implementación, se elaboró un documento de lecciones aprendidas en el que se ponen en evidencia los aspectos positivos que facilitaron el logro de las metas, así como también, las prácticas sobre las que pudieron resultar oportunidades de mejora y que son importantes ver en retrospectiva para futuras intervenciones de este tipo. A continuación, se describen los cuatro productos resultantes de este apartado:

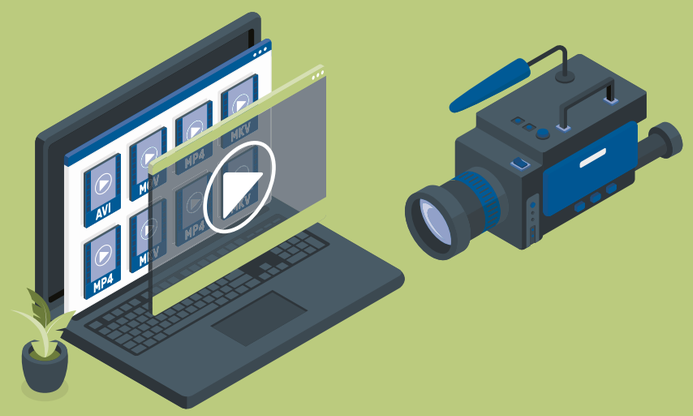
Temática	Descripción	Productos
Informe de caracterización de la demanda y la oferta relevante para la inclusión financiera de la población migrante	**Este documento se realizó con objetivo de realizar la caracterización pertinente previa a la implementación del proyecto desde cuatro frentes:** • Caracterización de la demanda: población migrante venezolana, colombiana retornada y colombiana de acogida. • Mapeo de las localidades, barrios o zonas geográficas con mayor concentración de la población objetivo en cada una de las 10 ciudades priorizadas por el proyecto. • Mapeo de la oferta financiera y no financiera disponible para la población objetivo del proyecto. • Pautas para la Fase de Implementación: i) Alianzas estratégicas, ii) Construcción de planes de trabajo con las entidades financieras y portafolio inicial de productos financieros ofertados, iii) Metas por ciudad y iv) Logística para talleres de educación financiera y ferias de servicios	Documento con la recopilación de la caracterización - Entregable 2, incluido en el Anexo 2 del presente informe.

Temática	Descripción	Productos
Buenas prácticas internacionales en material de inclusión financiera de población migrante	Este documento se realizó con el objetivo de describir buenas prácticas en materia de inclusión financiera de migrantes, retornados y comunidades de acogida en países distintos a Colombia.	**1.** Documento final con resultados del estudio **Este documento se incluye como Anexo 12 al presente informe.** **2.** Artículo con los principales resultados del estudio
Sesgos conscientes e inconscientes al interior de entidades financieras hacia la población migrante	Este documento se realizó con el objetivo de socializar el estudio realizado desde la perspectiva de la economía del comportamiento, con el fin de obtener información que permita identificar los sesgos conscientes e inconscientes que pueden determinar conductas discriminatorias desde las entidades financieras hacia la población proveniente de Venezuela.	**1.** Documento final con resultados del estudio **Este documento se incluye como Anexo 13 al presente informe.** **2.** Artículo con los principales resultados del estudio **3.** Conversatorio para socializar los resultados del estudio
Lecciones aprendidas	Este documento se realizó con el objetivo de consolidar las buenas prácticas y las oportunidades de mejora identificadas durante la implementación del proyecto dentro de los cuatro componentes de trabajo: (i) inclusión financiera, (ii) educación financiera, (iii) jornadas de servicios financieros y sociales, (iv) comunicación y sensibilización	Documento consolidado de las lecciones aprendidas **Este documento se incluye como Anexo 14 al presente informe.**

Videos

Con el objetivo de plasmar algunos de los aspectos claves del Parche Financiero, se diseñaron y produjeron los siguientes videos:

- Un video de que relata brevemente la experiencia del proyecto, sus actividades, resultados, aprendizajes y hallazgos.
- Un video de que corresponde a una versión más corta del video anterior. Esto se realizó con el objetivo de facilitar su difusión en plataformas en las que predominan contenidos cortos y así aumentar la probabilidad de que efectivamente sea visto por más personas.
- Un video que recoge el testimonio de Jorman Molina y su rol como líder dentro del Parche Financiero. Narra sus aprendizajes, el proceso de replicarlos en su comunidad y los logros alcanzados en el territorio. Además, refleja su experiencia en el proceso de inclusión financiera y las implicaciones que tuvo en la mejora de su calidad de vida.
- Un video que presenta la historia de María Helena Timaure y los retos que enfrentan las personas migrantes venezolanas en Colombia. En él, relata cómo llegó a los talleres del Parche Financiero, qué la motivó a asistir y cuáles fueron sus aprendizajes en salud financiera, así como el impacto que estos tuvieron en su vida y la de su familia.
- Un video que expone la experiencia de Rocío Solano en los talleres del Parche Financiero, sus mayores aprendizajes y los cambios en la forma de manejar su dinero. También evidencia cómo estas transformaciones se reflejaron de manera positiva en su calidad de vida.



Con la producción de los videos de cierre se buscó transmitir los principales logros del proyecto, pero sobre todo reflejar el impacto humano y social alcanzado. Estos materiales se diseñaron para comunicar dos mensajes centrales:

(i) Por un lado, la inclusión real en la Colombia migrante, mostrando cómo El Parche Financiero acercó productos y servicios del sistema a poblaciones en barrios y comunidades donde tradicionalmente no existe acceso a servicios formales. Más que cifras, los videos destacan el reconocimiento, la confianza y la presencia institucional que representa este avance para miles de personas migrantes y retornadas.

(ii) Además, se resaltó la humanidad a través de historias que tocan, dando voz a participantes que aprendieron, se empoderaron y hoy manejan mejor sus finanzas. Sus testimonios muestran la emoción, la dignidad y los logros reales alcanzados en este proceso: desde la vulnerabilidad inicial hasta la autonomía financiera y personal.

De esta forma, los videos finales se convierten en una herramienta para visibilizar no solo la dimensión técnica de la inclusión financiera, sino también la transformación social y humana que hizo posible el Parche Financiero.

Newsletters

Temática	Descripción
Presentación de los objetivos y logros parciales del Parche Financiero	**En una pieza corta y dinámica se expusieron:** • Las metas del proyecto • Las ciudades de intervención • Los logros parciales del programa de educación financiera • Las alianzas consolidadas • Las actividades alcanzadas en torno a las jornadas de servicio • Voices of Venezuela como canal activo de difusión y comunicación con la población objetivo • Las actividades de comunicación y sensibilización y la intención de trabajo colaborativo que tiene el proyecto Esta pieza fue difundida desde el correo institucional de Banca de las Oportunidades el 18 de marzo de 2025.
La Salud Financiera de la población migrante venezolana en Colombia	**En una pieza corta y dinámica se expusieron:** • La herramienta de autodiagnóstico de salud financiera diseñada • Los resultados evidenciados tras la aplicación pre y post del autodiagnóstico con las personas que hicieron parte de los talleres de educación financiera del proyecto Esta pieza fue difundida desde el correo institucional de Banca de las Oportunidades el 28 de julio de 2025.
Cierre del proyecto	**En una pieza corta y dinámica se expusieron:** • Resultados alcanzados para cada uno de los 4 componentes del proyecto • Principales lecciones aprendidas • Ejemplos testimoniales Esta pieza será difundida desde el correo institucional de Banca de las Oportunidades.

Evento de cierre del proyecto

Con el fin de realizar el cierre de esta iniciativa ante los diferentes aliados, el pasado 26 de agosto de 2025 en Bogotá se llevó a cabo un evento presencial en el que a través de distintas voces se expusieron los avances y temas relevantes sobre la inclusión y educación financiera de la población objetivo y se enfatizó la invitación a seguir trabajando por este objetivo.

Durante el evento se presentaron temas relevantes como: (i) los antecedentes del proyecto, (ii) los flujos migratorios actuales en Latinoamérica, con el apoyo de Simone Schwartz Delgado – Representante Adjunta de Protección del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados en Colombia, (iii) las actividades, resultados y lecciones aprendidas, (iv) los hallazgos del estudio de buenas prácticas internacionales en material de inclusión financiera de migrantes, y (v) los resultados del estudio de sesgos conscientes e inconscientes al interior de entidades financieras hacia la población venezolana. Además, se llevó a cabo un panel en el que participaron entidades como Banco Unión y Nubank y representantes de la población objetivo y

lideresas del proyecto. El panel fue una discusión activa sobre los avances y retos vigentes de la inclusión financiera de la población migrante y retornada en Colombia. La participación de los 4 panelistas dejó ver que el proceso de incluir a las personas migrantes en el sector financiero no ha sido un proceso fácil, ha sido un proceso que ha requerido múltiples acciones. Por parte de las entidades financieras ha requerido diversas conversaciones internas, entendimiento del contexto migratorio, adaptación de sistemas y ejercicios de sensibilización. Por parte de la población migrante ha requerido el aprendizaje sobre el funcionamiento del sistema financiero colombiano, una iteración constante en la búsqueda de productos financieros y el entendimiento sobre los mecanismos de protección al consumidor que tiene a disposición. Asimismo, las 2 entidades financieras participantes reconocieron en los clientes migrantes un atractivo en la medida en que son clientes más activos en el uso de los productos en comparación con el promedio de los clientes colombianos. Finalmente, durante el panel se discutió la importancia de seguir trabajando en acercar la relación de la población migrante con lo/as funcionarios de las entidades financieras, de profundizar en el portafolio de productos a disposición de la población migrante (es decir, que no se quede solo en billeteras electrónicas y productos de depósito) y de reconocer las barreras de acceso que enfrenta la población colombiana retornada.

Adicionalmente, se incluyeron actividades dinámicas con el objetivo de sensibilizar a lo/as asistentes sobre la importancia de medir la salud financiera y la universalidad y magnitud del fenómeno de la migración.

Para finalizar, durante la última franja de tiempo del espacio se promovió la conversación entre los diferentes actores ubicados estratégicamente en cada una de las mesas. En cada mesa se ubicó una persona migrante o colombiana retornada, quien fue preparada para describir las oportunidades que le ha dado el acceso al sistema financiero colombiano y los retos que aún encuentra. En respuesta a esto, los demás actores, ubicados con el fin de tener en cada mesa diversidad de entidades (financieras, públicas y sociales), dieron alternativas de soluciones a los retos planteados.

Al evento asistieron 79 personas representantes de entidades u organizaciones tales como ANIF Centro de Estudios Económicos, Fondo Nacional de Garantías, Nubank, Banco Agrario, Banco Unión, AAvance, Superintendencia Financiera, Colmena Seguros, Colombia Productiva, la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), Mastercard, Common Cents Lab, Asobancaria, Quipu, CFA, Asomicrofinanzas, Sparkassenstiftung, Consorcio ADN Dignidad, Heartland Alliance International, Movii, Bancamía, Acción Internacional, Consejo Danés para Refugiados, Transunion, Fundación de la Mujer, Migración en Positivo, Mujeres de Nueva Luz, Corazones sin Frontera, Nodo Social, Universidad de los Andes, entre otras.

Principales aprendizajes y lecciones aprendidas tras la implementación del componente de comunicación y sensibilización

- **Articulación interinstitucional como clave de éxito.** La participación en el Grupo Interagencial de Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM) y, en particular, en la Mesa Técnica de Inclusión Financiera, fue fundamental para generar sinergias, difundir conocimiento y movilizar agendas de incidencia tanto a nivel territorial como nacional.

- **Espacios de diálogo para derribar barreras:** Los encuentros presenciales y virtuales entre sector financiero e institucionalidad pública facilitaron el entendimiento de las implicaciones regulatorias y operativas, promoviendo mayor apertura hacia la inclusión financiera de migrantes.

- **Posicionamiento de los socios estratégicos:** La estrategia fortaleció la visibilidad y el rol de Fundación Capital y las organizaciones aliadas dentro del ecosistema de inclusión financiera, habilitando nuevas oportunidades de colaboración y sostenibilidad más allá del proyecto.

- **Participación activa de la población migrante:** Involucrar a la comunidad venezolana desde la fase de diseño aseguró que se consideraran diferencias culturales y contextuales, lo que incrementó la pertinencia y efectividad de las acciones implementadas.

- **Comunicación cercana y confiable:** El uso de Voices of Venezuela permitió llegar con mensajes claros, en un lenguaje comprensible y con testimonios de la propia comunidad migrante, lo que redujo miedos y aumentó la confianza hacia el sistema financiero.

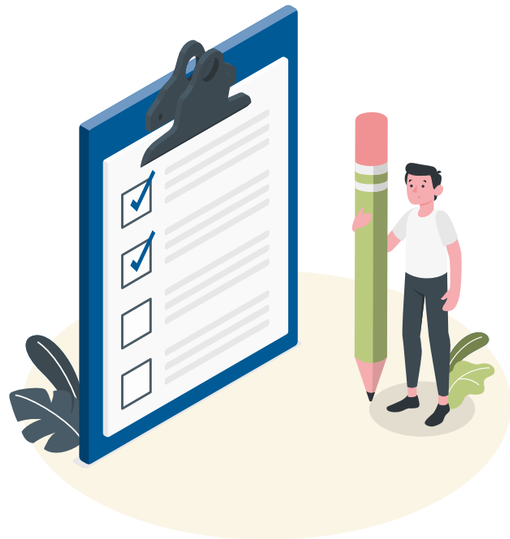
- **El uso de personajes reconocidos** genera mayor conexión con la audiencia. Las personas se sienten más identificadas cuando una figura cercana y conocida les transmite la información, más allá de una infografía o imagen. En este sentido, la participación del personaje de Nery, de Voices of Venezuela, generó mayor interacción con el público.

- **La promoción del crédito** debe ir acompañada de sensibilización sobre su funcionamiento en Colombia. Existe una alta expectativa frente al acceso a crédito por parte de la población migrante; sin embargo, los productos financieros disponibles en Colombia no son tan flexibles como los de su país de origen. Por ello, más allá de promover comercialmente estos productos, fue clave incluir procesos de sensibilización sobre cómo funcionan los créditos en Colombia, donde su acceso suele ser más restringido.

- **Complementariedad entre lo digital y lo presencial:** La estrategia demostró que las herramientas virtuales son efectivas para difundir información masiva, pero deben combinarse con espacios presenciales que refuercen aprendizajes y generen vínculos más cercanos con la población.

07

Conclusiones



El Parche Financiero demostró que la inclusión y educación financiera de la población migrante venezolana, retornada y de acogida en Colombia es posible cuando se articulan esfuerzos interinstitucionales, metodologías innovadoras y liderazgos comunitarios. A lo largo de su ejecución (entre marzo de 2023 y noviembre de 2025) se consolidaron alianzas con entidades financieras, organizaciones sociales, cooperación internacional y sector público, que permitieron no solo ampliar la oferta de productos y servicios, sino también sensibilizar al ecosistema sobre la importancia de derribar barreras estructurales.

Los resultados alcanzados evidencian impactos significativos en la mejora de la salud financiera, el fortalecimiento de capacidades financieras, la reducción de la vulnerabilidad económica, la adopción de soluciones digitales seguras, el fortalecimiento de liderazgos comunitarios y la percepción de la población migrante como una comunidad generadora de riqueza y promotora del crecimiento económico en Colombia.

La estrategia de formación entre pares, el liderazgo comunitario, principalmente femenino, y la inclusión de referentes cercanos a la población objetivo

resultaron fundamentales para generar confianza, traducir conceptos financieros y fomentar la apropiación en los territorios. De igual forma, las jornadas de servicios facilitaron el contacto directo entre la población y entidades. reforzaron los aprendizajes de los talleres y fomentaron el conocimiento del cliente venezolano/a para funcionario/as de los proveedores de servicios financieros.

Asimismo, se presentaron diversos retos que ofrecieron valiosas oportunidades de aprendizaje. Entre los más relevantes se encontraron las limitaciones derivadas de la brecha digital, especialmente en zonas con baja conectividad o entre personas mayores, que dificultaron el aprovechamiento de las herramientas virtuales; así como la necesidad de fortalecer la coordinación entre los equipos centrales y territoriales de las entidades financieras para garantizar una aplicación efectiva de las políticas de inclusión. También se enfrentaron desafíos asociados a la sostenibilidad de los procesos comunitarios, dada la alta rotación de personal en organizaciones aliadas y la necesidad de establecer incentivos adecuados para los liderazgos locales. En el ámbito operativo, las jornadas presenciales implicaron altos costos logísticos para algunos actores —en especial para las Fintech—, mientras que los tiempos limitados de lo/as funcionario/as de las entidades financieras exigieron adaptar los contenidos de sensibilización a formatos más breves y prácticos. En conjunto, estos retos evidencian la importancia de continuar fortaleciendo la articulación interinstitucional, la simplificación de procesos y el diseño de soluciones que respondan a las condiciones reales de los territorios y de las comunidades migrantes.

Las lecciones aprendidas resaltan la necesidad de combinar lo digital y lo presencial, de ofrecer procesos simples y autogestionados, y de asegurar incentivos sostenibles para quienes actúan como multiplicadores locales. Asimismo, se identificó que el camino hacia la inclusión plena requiere continuar trabajando en la sensibilización sobre sesgos, en el fortalecimiento de la normatividad y en el diseño de productos adaptados a las realidades de la población migrante.

En síntesis, el proyecto deja capacidades instaladas, herramientas prácticas y un ecosistema más consciente y articulado para avanzar en la inclusión financiera con enfoque de derechos y oportunidades. El reto hacia el futuro consiste en sostener y escalar estas acciones, de manera que la población migrante y retornada no solo acceda al sistema financiero, sino que lo use de forma efectiva y lo perciba como un aliado en la construcción de su bienestar y el de sus comunidades.

El Parche Financiero

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES

Fundación Capital