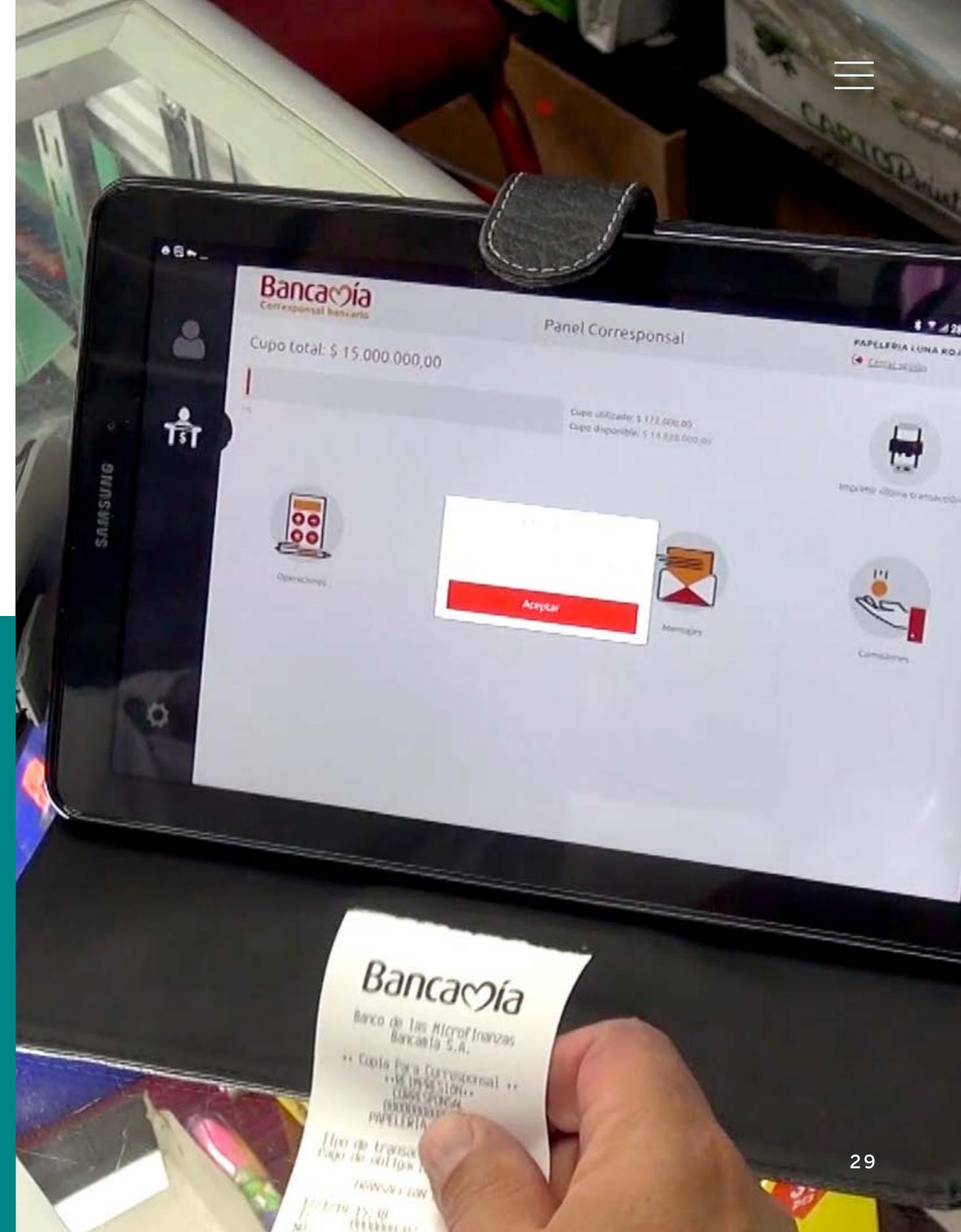


Digitalización para progresar

El creciente desarrollo y acceso a la tecnología digital ha hecho posible que las entidades que forman parte de la Fundación puedan ofrecer una atención cada vez más personalizada, cercana y eficiente a los emprendedores. La capacidad tecnológica de nuestros procesos y canales, junto con el conocimiento cercano

de nuestros emprendedores, nos han permitido impulsar una inclusión financiera responsable y personalizada: hemos adaptado la oferta de valor, promovido su empoderamiento y les hemos ayudado a mejorar la gestión de su negocio, su calidad de vida y la de sus hogares.



Cada vez resulta más imprescindible que la Internet de alta velocidad esté disponible y sea asequible para todos ”

Pobreza digital

En Latinoamérica todavía existen 244 millones de personas sin acceso a Internet*, una realidad que precisamos visibilizar y abordar. Por ello, en 2021, hemos comenzado a desarrollar en la Fundación el concepto de pobreza digital, evaluando tres dimensiones: asequibilidad, capacidad de uso y calidad de acceso (o conectividad).

La primera tiene que ver con los ingresos necesarios para poder tener acceso a la red mediante dispositivos y costearse los paquetes de conectividad; la segunda hace referencia a la capacidad de uso de las tecnologías (alfabetización digital); y la tercera está relacionada con la cantidad y calidad del acceso a Internet.

Bajo este enfoque, las personas digitalmente pobres no disfrutaban de los beneficios que brindan las tecnologías digitales en el ámbito de la información y las comunicaciones. Esto se debe a su falta de ingresos (restricción de demanda), ausencia de conocimientos sobre cómo se utilizan las herramientas tecnológicas. (analfabetismo digital), o por la falta de puntos de conectividad (restricción de oferta).

El problema de la oferta ha sido el más estudiado. Su solución pasa por reducir la brecha digital (desigualdades en el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación) poniendo a disposición de la población medios de transmisión, teléfonos, ordenadores y conexiones a Internet.

Muchos de los segmentos más vulnerables de las sociedades donde estamos presentes han vivido en comunidades sin acceso confiable a Internet, por lo que han experimentado considerables costes sociales y económicos. La pandemia ha convertido esta brecha en una crisis profunda, ya que el trabajo, la educación, la atención médica y muchas otras facetas de la vida diaria, dependen cada vez más de la conectividad en línea. Ahora, muchas personas corren el riesgo de caer por debajo de lo que puede describirse como un “umbral de pobreza digital”.

Cada vez resulta más imprescindible que la Internet de alta velocidad esté disponible y sea

asequible para todos. Es necesario fomentar una democratización del acceso al *hardware* y *software* que las personas necesitan para aprovechar al máximo las capacidades de Internet. Asimismo, resulta crucial proporcionar las herramientas mínimas para que esto sea posible. En la medida en que el acceso digital sea masivo y asequible, se podrá potenciar el desarrollo y uso de los servicios financieros y las herramientas digitales de educación y salud, entre otras, logrando una mayor inclusión financiera y la expansión de los servicios básicos. El desafío es enorme, pero ya lo estamos abordando.

* “Conectividad rural en América Latina y el Caribe. Un puente al desarrollo sostenible en tiempos de pandemia”. BID, IICA, MS et al. 2020. <https://repositorio.iica.int/handle/11324/12896>

Conectividad remota en marcha

En enero 2021, desde Financiera Confianza (Perú) y Bancamía (Colombia), planteamos comprobar la hipótesis de que a través de la conexión a Internet podíamos promover la inclusión financiera y no financiera entre la población excluida de estos servicios.

El principal objetivo de la iniciativa fue llevar la conexión a zonas remotas y rurales sin acceso a Internet (o con acceso de muy baja calidad) y con presencia de emprendedores a quienes apoyar. Se trataba de zonas sin presencia física de las entidades de la Fundación (oficina o similar) o donde hubiera acceso limitado a servicios financieros. En el caso particular de Colombia, se hizo además hincapié en que las zonas elegidas tuvieran las condiciones de seguridad necesarias para desplazarse físicamente.

Elegimos los corresponsales bancarios (CB), dando prioridad a los puntos de abastecimiento (bodegas, farmacias, ferreterías) y a los negocios personales informales a los que, en el caso de Financiera Confianza, acompañamos para ayudarles en su formalización (obtención de licencias y Registro Único de Contribuyentes o RUC).

En cuanto a la tecnología, optamos por la conexión satelital con HughesNet, un proveedor de este tipo de servicios que opera en ambos países (Perú y Colombia). El modelo de negocio que ideamos fue el *stand*. Consiste en disponer de un *stand*/mesa plegable en el local del corresponsal y cuando el asesor de la entidad visita la zona, dos-tres veces por semana, ocupa este espacio para asesorar a los emprendedores.

* Un corresponsal bancario es un tercero que establece relaciones o vínculos de negocio con una institución de crédito con objeto de ofrecer, a nombre y por cuenta de esta, servicios financieros a sus clientes.



El propietario del local (corresponsal) percibe un pago mensual por el alquiler del espacio y la custodia del *stand*. Su actividad se puede ver incrementada al poder servir a más personas de su comunidad en su negocio.

En Colombia pusimos en marcha el proyecto piloto a mediados de junio en las comunidades de Urumita (Guajira Norte) e Illes (Nariño Sur) donde, además de dar servicios financieros, nos propusimos dar un impulso a la dimensión de educación tecnológica a través de las herramientas digitales. En el local de cada corresponsal habilitamos dos *tablets* disponibles para la comunidad, con conexión y acceso directo a la plataforma “Facilitamos su Progreso”, de Bancamía. En esta plataforma de educación financiera los usuarios in-

teresados pueden tomar cursos en línea y mejorar sus capacidades. Los corresponsales han expresado su satisfacción con esta iniciativa resaltando un mayor contacto con las personas, reconocimiento por parte de sus comunidades, y un incremento en la actividad de sus negocios.

En Perú iniciamos esta fase piloto en mayo 2021 en cuatro zonas: Cahuapanas (Pasco), Villa América (Pasco), Bajo Shambillo (Ucayali) y Bufe Pozo (Ucayali). A través del Agente Confianza Satelital (como se denomina al corresponsal) hemos logrado dar servicio en zonas rurales sin acceso previo a Internet y con poblaciones en estado de vulnerabilidad. Hemos llevado la conectividad, disminuido costes transaccionales (ahorros

entre USD 10-15 por transporte) y evitado desplazamientos de los clientes a la sucursal o a otros corresponsales, propios o terceros (que les pueden llevar hasta un día). También hemos impulsado la educación a través de la app Banca Grupal de Financiera Confianza, realizando sesiones de capacitación en educación financiera y no financiera en las comunidades. Asimismo, hemos vislumbrado la oportunidad de generar un impacto positivo en el ámbito de la salud al observar que algunas personas realizaban videollamadas a personal sanitario para realizar consultas primarias sobre síntomas relacionados con la COVID-19, por ejemplo.

A finales de 2021, este proyecto había favorecido a más de 2.000 personas en toda la

región y está permitiendo que la atención que prestamos a nuestros clientes sea mejor y más cómoda para ellos. Los beneficiarios de estos proyectos piloto coinciden en el ahorro en tiempo y dinero que supone no tener que desplazarse hasta la oficina más cercana, además de la tranquilidad de no tener que viajar con dinero en efectivo.

Este proyecto seguirá creciendo y expandiendo la conexión satelital en 2022 con 40 nuevos puntos en Perú (Financiera Confianza) y 16 en Colombia (Bancamía). Panamá (Microserfin) se suma a esta iniciativa con un proyecto piloto en la zona remota de Río Congo.

Canales digitales

Este año seguimos avanzando en el despliegue y desarrollo de nuestras tres soluciones de movilidad, permitiéndonos agilizar la manera en la que atendemos a los emprendedores: / app Asesor, con la que el equipo de la red les puede atender en su domicilio evitándoles desplazamientos a la sucursal;

/ app Corresponsal, que les permite operar con efectivo, *tablet*, u ordenador cerca de sus domicilios,

/ app y web Cliente, que les capacita para operar desde el móvil, *tablet* u ordenador evitándoles desplazamientos innecesarios a la vez que les aporta información sobre sus productos y servicios en tiempo real.

En 2021 pusimos en funcionamiento la app Asesor en Panamá y la app/web Cliente en República Dominicana y Chile.

Hemos incluido además la firma digital/ electrónica en los procesos de admisión de crédito en dos de nuestras entidades: Fondo Esperanza y Financiera Confianza.

En el caso de Perú, la firma digital se ha integrado en el proceso de crédito de la app Asesor, de tal manera que el flujo del negocio es digital de principio a fin. Ha resultado muy intuitivo y natural tanto para los asesores como para los emprendedores.

Estos últimos, una vez recibido el contrato electrónicamente, lo pueden firmar de manera segura y cómoda en cualquier lugar tras recibir una notificación en su móvil, *tablet* u ordenador. Para ello no tienen más que identificarse y proceder a la firma de los documentos.

La integración de la firma digital está prevista en Colombia (Bancamía) y República Dominicana (Banco Adopem) a lo largo de 2022.



Estado de canales digitales

	Colombia Bancamía	Perú Financiera confianza	República Dominicana Banco Adopem	Panamá Microserfin	Chile Fondo Esperanza
App Asesor	✓	✓	✓	✓ 2021	✓
App Cliente web	✓	✓	✓ 2021		✓ 2021
Firma digital		✓ 2021			✓ 2021
App Corresponsal	✓	✓ 2021	✓	✓ 2021	
Corresponsal Satelital	✓ 2021	✓ 2021			



Movilidades Corporativas

Cifras principales 2021

		Bancamía	Financiera Confianza	Banco Adopem	Microserfin	Fondo Esperanza	Total
Mov. Asesor	Nº usuarios	1.378	2.066	572	95	307	4.418
	% nº créditos gestionados por la app	86 %	45 %	100 %	81 %	n/a	68 %
Mov. Cliente	Nº usuarios	261.762	120.511	4.571	n/a	5.542	392.386
	Nº <i>onboarding</i> digitales		669	Piloto			669
	Nº usuarios activos: consultivos y operativos	48.261	5.873	4.302		5.273	63.709
	Nº transacciones totales (mensuales)	1.500.413					1.500.413
	Nº transacciones monetarias (prom. mensual)	41.311	4.127	4.544		n/a	49.982
Mov. Corresponsal	Nº corresponsales	600	1.093	200	35	n/a	1.928
	Nº transacciones total (año)	571.375	295.932	133.972	7		1.001.286
	Nº monto trx total (USD - año)	42.492.896	23.714.602	8.767.020	708.751		75.683.271

		Bancamía	Financiera Confianza	Banco Adopem	Microserfin	Fondo Esperanza	Total
Corresponsal Satelital	Nº corresponsales satelitales	2	4				6
	Nº clientes nuevos	23	504				527
	Nº clientes atendidos	152	1.394				1.546
	Nº clientes capacitados	72	233				305
	Nº clientes con internet	72	597				669
	Nº trx monetarias total	248	914				1.162
	Monto desembolsado total USD	175.510	3.415.000				3.590.510

***Onboarding* digital y otras soluciones de biometría**

La tecnología nos ha demostrado a lo largo de la pandemia que la presencia física no siempre es necesaria y que podemos actuar remotamente ahorrando tiempo a los emprendedores a la vez que cuidamos de su salud evitando contactos innecesarios.

Con esta filosofía, en 2021 continuamos trabajando en la integración del *Onboarding Digital* en la app Bancamóvil de tres entidades: Banco Adopem (República Dominicana), Financiera Confianza (Perú) y Bancamía (Colombia). El *Onboarding Digital* se basa en una tecno-

logía de inteligencia artificial. Consiste en la identificación del cliente mediante una foto de su documento de identidad y un selfi. Lo hemos integrado en las aplicaciones de Bancamóvil corporativa mediante un desarrollo único, aunque personalizado según cada país. Hemos puesto particular énfasis en la seguridad, realizando sucesivos análisis y tests para evitar riesgos cibernéticos y la suplantación de identidad.

Se está trabajando en identificar los casos de uso más apropiados, aquellos que causan

más fricciones con el cliente o que exigen una mayor seguridad por ser procesos que tratan informaciones más sensibles. Así, estamos considerando el incluir autenticaciones basadas en biometría de voz además de la facial, ya utilizada, y aplicar otros métodos que refuercen aún más la seguridad: claves de un solo uso y “tokenizadas”.

La biometría por voz permite identificar al cliente en menos de cinco segundos en cualquier idioma, integrando lenguas indígenas como el quechua. Se podría

utilizar, por ejemplo, para autorizar un cambio de contraseña, hacer una transferencia en los canales digitales o realizar una retirada de efectivo en un corresponsal.

Así, incrementando la seguridad y cuidando la experiencia del usuario, encontramos el difícil equilibrio que siempre supone poner en la balanza estos dos conceptos que a veces parecen tan alejados.