Fundación BBVA Microfinanzas 15 aniversario

Informe de Actividad 2022

Índice

Quiénes somos

La Fundación Microfinanzas BBVA

Equipo directivo y Patronato

3

Nuestro recorrido

15 años de crecimiento sostenido

Buen gobierno, FMBBVA y sus entidades

Centrados en el cliente, con especial atención a la mujer

Digitalización y una atención conveniente

Gestión eficiente: financiera, de riesgos, ambiental y de personas

Nuestra visión de sostenibilidad

7

Nuestra actividad 2022

Nuestro propósito

Desarrollo de los negocios

Salud financiera

Bienestar

29

Actividad institucional

Reconocimientos

57

Quiénes somos

La Fundación Microfinanzas BBVA 4

Equipo directivo y Patronato 6

La Fundación Microfinanzas BBVA

BBVA constituyó la Fundación Microfinanzas BBVA en 2007, dentro de su marco de responsabilidad social corporativa, con el propósito de promover el desarrollo económico y social sostenible de personas vulnerables que desarrollan actividades productivas (Ver 'Nuestro Propósito').

En este sentido, durante estos 15 años, la FMBBVA ha venido impulsando el progreso sostenible e inclusivo de numerosos hogares vulnerables en América Latina, promoviendo la disminución de la pobreza y la desigualdad, la generación de oportunidades y la reducción de las brechas, potenciando el desarrollo de pequeños negocios y mejorando la salud financiera de hogares vulnerables y su bienestar multidimensional.

En definitiva, la FMBBVA aspira a:

- **Reducir la pobreza**, fomentando la inclusión;
- Ampliar las **oportunidades** a través de **la igualdad de género**; y
- Propiciar el **desarrollo sostenible** económico, social y **medioambiental** para todos.

Las entidades de la FMBBVA operan en Colombia, Perú, República Dominicana, Chile y Panamá, donde cuenta con más ocho mil colaboradores, ofreciendo una gama completa de productos y servicios financieros a tres millones de emprendedores a los que facilita, además, educación financiera y formación empresarial y digital.

En 2022, las entidades de la Fundación desembolsaron USD 1.534 millones en forma de créditos a emprendedores vulnerables. De hecho, desde el inicio de su actividad, hace 15 años, los desembolsos alcanzan la cifra de USD 18.071 millones distribuidos a más de seis millones de emprendedores. Esto ha permitido reducir en un 40% la brecha de ingresos entre emprendedores pobres y no pobres para aquellos emprendedores que llevan cinco años de relación con nosotros.

La FMBBVA ha sido reconocida por la OCDE por tercer año consecutivo como la primera fundación en contribuir al desarrollo en América Latina.

En 2022, nuestras entidades ofrecen una gama completa de productos y servicios financieros a 3 millones de emprendedores

PRINCIPALES MAGNITUDES

2.858.166 CLIENTES +3% TAM

15%
República Dominicana
442.609 +8%

1%
Panamá
18.302 +3%

55%
Colombia
1.574.824 +5%

24%
Perú
699.958 −4%

4%
Chile
121.036 +11%

CARTERA BRUTA
USD **1.227 Mill.** +7%

RECURSOS CLIENTES
USD **639 Mill.** −3%

MONTO DESEMBOLSADO
USD **1.534 Mill.** +21%

CRÉDITO MEDIO
USD **1.259** +17%

8.028
Empleados

557
Oficinas y puntos ligeros de atención

2.820
Corresponsales propios

105.244
Puntos transaccionales

Equipo directivo y Patronato

Equipo directivo

Dirección General
Javier M. Flores Moreno

Finanzas y Expansión Corporativa
Alejandro Lorca Salañer

Riesgos
José Luis Blanco Beneit

Comunicación y Relaciones Externas
María Oña Hernández

Innovación y Crecimiento Inclusivo
María Gabriela Eguidazu Villota

Medición de Impacto y Desarrollo Estratégico
Stephanie García Van Gool

Análisis y Estudios
Giovanni Di Placido Rosato

Secretaría General y del Patronato
María José Gómez García

Servicios Jurídicos
Ernesto Antón Azcoiti

Talento y Cultura
José Martín Huelves

Cumplimiento
Ana María Nogueras Ochoa

Auditoría
Joaquín Cortés Hernández

Patronato

Presidenta
Anna Escobedo Cabral

Vocal
Tomás Alfaro Drake

Vocal
José Barreiro Hernández

Vocal
Nancy M. Barry

Vocal
Claudio González Vega

Vocal
Ana Revenga Shanklin

Vocal
María Begoña Susana Rodríguez Vidarte

Vocal
Cristina de Parias Halcón

Director General, no vocal
Javier M. Flores Moreno

Secretaria General, no vocal
María José Gómez García

De izquierda a derecha,

Tomás Alfaro Drake, Ana Revenga Shanklin, José Barreiro Hernández, María Begoña Susana Rodríguez Vidarte, Javier M. Flores Moreno, Anna Escobedo Cabral, Claudio González Vega, Nancy M. Barry, Cristina de Parias Halcón y María José Gómez García.

Nuestro recorrido

15 años de crecimiento sostenido 8

Buen gobierno. FMBBVA y sus entidades 13

Centrados en el cliente, con especial atención a la mujer 15

Nuestro conocimiento del emprendedor 16

Equidad de género: Nuestra apuesta por la autonomía económica y el bienestar integral de las mujeres 20

Digitalización y una atención conveniente 21

Gestión eficiente: financiera, de riesgos, ambiental y de personas 23

Nuestra visión de sostenibilidad 27

15 años de crecimiento sostenido

Hace 15 años las necesidades de inclusión financiera eran enormes. Según estimaciones propias, alrededor del 80% de la población adulta mundial que se encontraba en situación de pobreza o de vulnerabilidad estaba excluida del sistema financiero formal, es decir, cerca de 3.000 millones de adultos.

Hoy, más 1.500 millones de adultos, previamente fuera del sistema financiero, accedieron a él. No obstante, todavía existe un importante reto que afrontar. En 2022, 140 millones de adultos en América Latina aún no tenían una cuenta en una institución financiera[1] —de los cuales 35 millones lo hacen en nuestro *footprint* (37%)—, y 212 millones vivían en condiciones de pobreza monetaria.[2] El grueso de la población que se encuentra en los segmentos económica y socialmente vulnerables se ve obstaculizado por distintas barreras que les impiden poder optar a mejores condiciones de vida. Desafortunadamente, la crisis provocada por la pandemia ha supuesto un importante retroceso en el proceso de inclusión financiera y de reducción de la pobreza.

En la Fundación hemos sido testigos tanto de esta situación como del retroceso sufrido y por ello es por lo que seguimos invirtiendo en un crecimiento inclusivo y sostenible, promoviendo que las oportunidades de esta nueva era estén al alcance de todos.

1. Global Findex 2021.

2. CEPAL 2021, 32% de la población; 664.997.000 personas.

El modelo único de la Fundación Microfinanzas BBVA está diseñado para generar rendimientos sociales, medioambientales y financieros positivos y medibles

Diseñamos un modelo basado en combinar la experiencia y el conocimiento local de las ONGs que fueron fundadoras de las entidades microfinancieras, con el conocimiento, la innovación y la experiencia financiera global que aporta la FMBBVA, derivada de su fundador, BBVA. De este modo, nuestro grupo de entidades ha venido siendo reconocido a lo largo de estos años por su fidelidad y compromiso con nuestro propósito fundacional: promover el desarrollo económico y social entre los que menos tienen. Pero también lo es por su gestión profesional y sólido desempeño financiero que, junto a nuestra apuesta por la innovación y las sinergias entre países nos ha permitido consolidar una posición de liderazgo en la región.

Al comienzo de nuestra andadura identificamos que sólo un 17% de los adultos en América Latina ahorraba a través de instituciones financieras formales. En aquellos momentos, las microfinanzas eran fundamentalmente un monoproducto, y estaban centradas en el microcrédito. La verdadera inclusión financiera abarca una gama más amplia de productos y de servicios que deben ser proporcionados a lo largo del tiempo por las instituciones financieras formales, de una manera responsable y sostenible y que, además, deben ser usados por los clientes de manera habitual y recurrente.

Es más, las mujeres eran las principales perjudicadas por la falta de acceso a los servicios financieros. Solo un 30% de ellas en países emergentes tenían una cuenta, frente al 42% de los hombres. La brecha era aún mayor entre los segmentos pobres. Las mujeres que vivían en esa situación tenían un 30% menos de posibilidades que los hombres de tener una cuenta bancaria. La dimensión de las brechas a las que se enfrentaba este segmento hacía que fuera necesario unas intervenciones específicas y una atención especializada.

Por tanto, no se trataba sólo de dar acceso a productos financieros, sino de utilizarlos adecuadamente para que éstos incidieran en la vida de las personas de forma determinante.

Con la concesión de un crédito al negocio de un emprendedor, el objetivo es incrementar los ingresos de ese negocio previamente existente o propiciar una fuente de ingresos anteriormente inexistentes, que le permitan generar y acumular excedentes. Supone, además, una oportunidad para que mejoren sus patrones de consumo, aumenten sus inversiones y gestionen sus riesgos. El acceso a la financiación, junto con las capacidades y competencias del emprendedor y sus habilidades o rasgos personales (perseverancia, capacidad de trabajo y de autodeterminación, creatividad , pasión, etc.), son elementos clave para alcanzar el éxito. Esta probabilidad de éxito aumenta si se tienen en cuenta las múltiples dimensiones que afectan este desempeño, si existe un acompañamiento a nivel de capacitación, educación financiera y formación digital y si, además, es posible generar un entorno favorable para su desarrollo.

La mayoría de estos emprendedores, viven y trabajan en la economía informal por necesidad y no por elección. Sus hogares y sus pequeñas empresas por cuenta propia forman, a menudo, una unidad, lo que hace que las decisiones en materia de consumo y de producción estén interrelacionadas (hogar-empresa). Es decir, la distinción tradicional entre las necesidades financieras de los consumidores y las de las empresas es imprecisa, mezclándose. En consecuencia, el progreso del hogar y del negocio en este segmento van de la mano. Se trata de mejorar sus condiciones de vida, de reducir imprevistos en el hogar y de gestionar adecuadamente sus finanzas para crear y mantener su patrimonio, reduciendo la brecha social y económica.

La combinación de un amplio espectro de servicios y productos financieros, de un entorno favorable y del propio esfuerzo de las personas de bajos ingresos, permite que éstas puedan prosperar, transformar sus economías y mejorar su calidad de vida invirtiendo en su bienestar. Así pues, **la apuesta de la Fundación ha sido reducir brechas creando oportunidades**.

Los hogares y los negocios de los empresarios forman, a menudo, una unidad, haciendo que las decisiones en materia de consumo y de producción estén interrelacionadas

BRECHA DE INGRESOS

Todos los hogares, en cualquier país, deben poder contar con un **ingreso disponible** que pueda satisfacer las necesidades básicas.

Desarrollo de negocios

BRECHA SOCIAL

Todos los hogares deberían poder tener **acceso a bienes y servicios básicos**— salud, educación, vivienda, conectividad y hablilidades digitales— y **estar empoderados para lograr igualdad de oportunidades**.

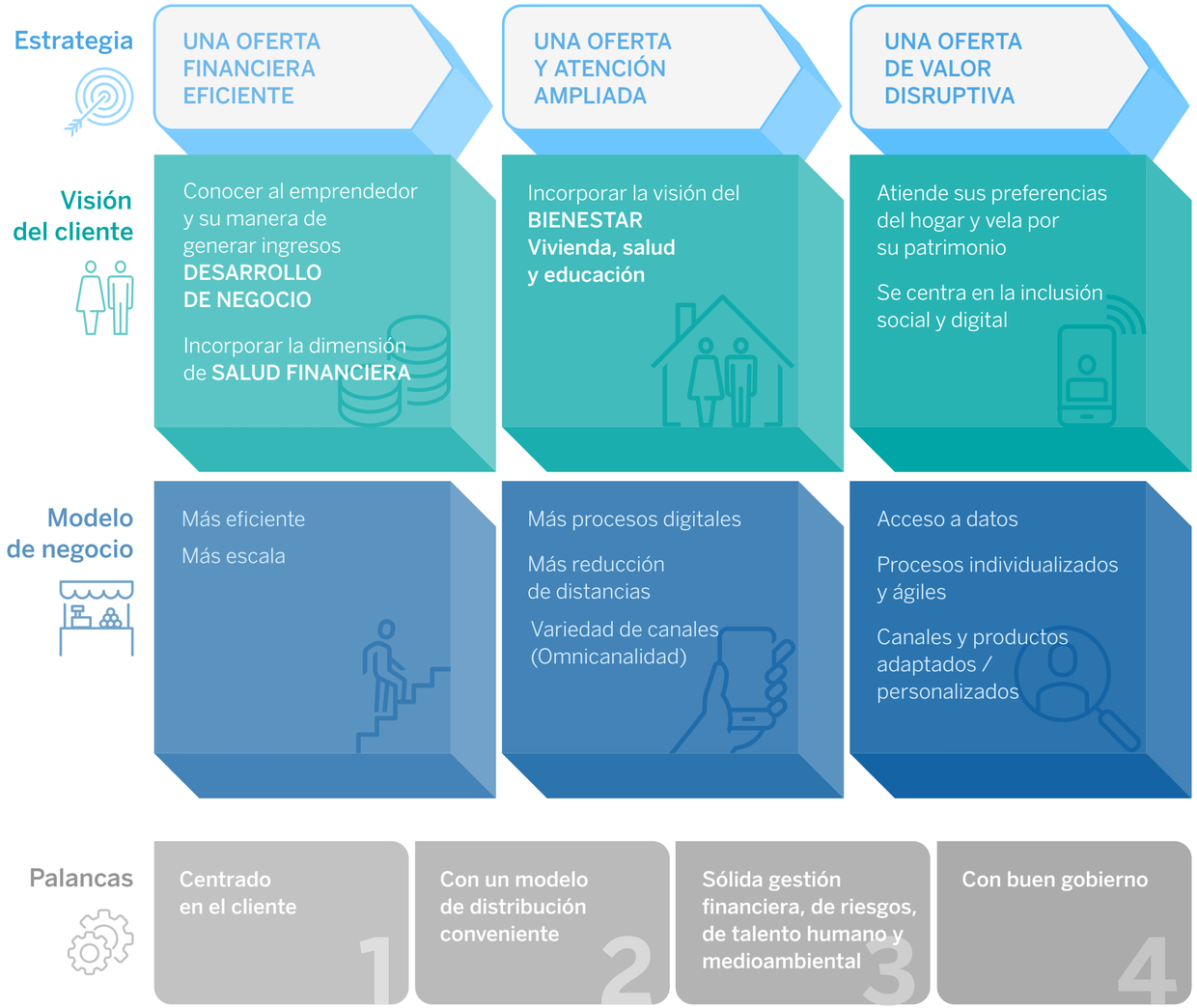
Bienestar

IMPREVISTOS

Todos los hogares deberían poder contar con una gestión económica familiar que permita preservar o aumentar sus activos.
(Solventar emergencias y alcanzar objetivos a corto, medio y largo plazo).

Salud financiera

Nuestra estrategia y dónde estamos hoy



Nuestro modelo nació con vocación de permanencia, estableciendo relaciones de largo plazo con los emprendedores en situación de vulnerabilidad. Para tener éxito en este segmento, debemos comprender sus preferencias, necesidades y entorno, ayudando a superar las barreras con las que se enfrentan algunos gracias a un acompañamiento especializado y personalizado. Para ello, comenzamos generando una estrategia de consolidación y eficiencia basada en otorgar créditos a microempresarios para fines productivos. A medida que fuimos profundizando en la complejidad del reto de la inclusión, ampliamos nuestra oferta a través del ahorro y de los seguros para mejorar su resiliencia y la de sus negocios ante *shocks* imprevistos. Finalmente, diversificamos nuestra oferta de valor con el objetivo de velar por el bienestar de sus hogares, es decir, nos centramos en la visión del emprendedor y de su hogar (mejora de su vivienda, saneamiento en los hogares, salud, educación, digitalización, etc.). En definitiva: una oferta integral y personalizada.

Esta estrategia se ha materializado en cuatro elementos diferenciales:

1. Situar al emprendedor en el centro, adecuando nuestra oferta de valor a sus necesidades y a su progreso en el tiempo.

2. Reducir los costes de acceso y mejorar la distribución de los servicios financieros. Éste fue el germen de nuestra transformación digital que ofrece una atención ágil y cercana al emprendedor.

3. Generar una gestión sostenible —financiera, de riesgos, de personas y medioambiental— con proyección de futuro.

4. Y, finalmente, acompañar todo ello con un excelente gobierno corporativo que busca la excelencia y mantiene el foco en su misión.

Desde nuestros inicios hemos atendido a más de seis millones de clientes y desembolsado USD 18.071 millones, permitiendo que, de media, el segmento de clientes pobres se redujera un 60%, lo que evidencia la efectividad de nuestro modelo. De hecho, hemos ido atendiendo a colectivos específicos, como la mujer, los migrantes y los desplazados. Nuestra apuesta por el desarrollo es a través de las **finanzas productivas** (ver 'Las Finanzas Productivas' para más detalle) que contribuyen a eliminar las barreras que condicionan a este segmento. Este modelo nos permite apoyar financieramente a nuestros emprendedores para que generen excedentes económicos sostenibles en el tiempo, permitiéndoles mejorar su bienestar, así como el de sus familias y comunidades.

Todo lo expuesto anteriormente ha llevado a la Fundación a impulsar con mayor fuerza que nunca una visión de sostenibilidad en su sentido más amplio (más allá del financiero) en todo el Grupo, teniendo en cuenta a todos nuestros *stakeholders*, cuidando el medioambiente y el aspecto social para asegurar un crecimiento sostenido. Y todo ello con un buen gobierno que tiene muy en cuenta su foco principal: los emprendedores y sus familias (ver sección 'ESG' en el *Informe de Desempeño Social 2022*).

Desde nuestros inicios hemos atendido a más de seis millones de emprendedores y desembolsado USD 18.071 millones, reduciendo el segmento de clientes pobres un 60%

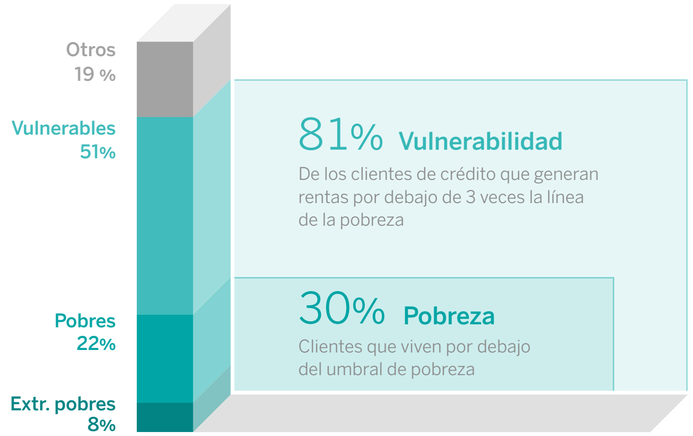
Desde nuestros inicios

6.000.000
de clientes atendidos

USD 18.071 Mill.
desembolsados a clientes

Vulnerabilidad económica (Año 2022)

Total clientes 2022



Desarrollo de la Fundación

	Empleados	Oficinas y puntos ligeros de atención	Corresponsales propios	Puntos transaccionales
Inicio	5.587	231	-	-
Cierre año 2022	8.028	557	2.820	105.244

Buen gobierno. FMBBVA y sus entidades

La evolución del sector de las microfinanzas ha sido impactante. Hace 30 años, en América Latina operaban alrededor de 565 instituciones que apenas atendían a ocho millones de personas. El 90% de este mercado estaba liderado por entidades con estructuras de gobierno corporativo débiles o inexistentes. Y la gran mayoría de ellas no estaban reguladas ni eran sostenibles desde un punto de vista financiero, dependiendo mayoritariamente de donaciones y de subvenciones públicas.

Para comenzar su andadura en el sector de las microfinanzas, la FMBBVA invirtió en la creación, consolidación y administración de un grupo de entidades de microfinanzas en América Latina, que combinaba:

- El conocimiento técnico de la metodología microfinanciera y la proximidad al segmento de pobreza en el terreno de las ONGs que en cada país habían constituido las entidades microfinancieras;

- El conocimiento y la experiencia bancaria global de BBVA que aportaba a través de la Fundación Microfinanzas BBVA.

Desde los inicios de su actividad, la Fundación ha otorgado gran importancia a contar con instituciones sólidas desde el punto de vista del gobierno corporativo. Impulsa una estructura organizativa clara, con líneas de responsabilidad bien definidas, transparentes y coherentes, y cuenta con procedimientos eficaces de identificación, gestión, control y comunicación de los riesgos a los que sus instituciones estén o puedan estar expuestas, velando por sus clientes, por sus grupos de interés y, en general, por las sociedades en las que operan.

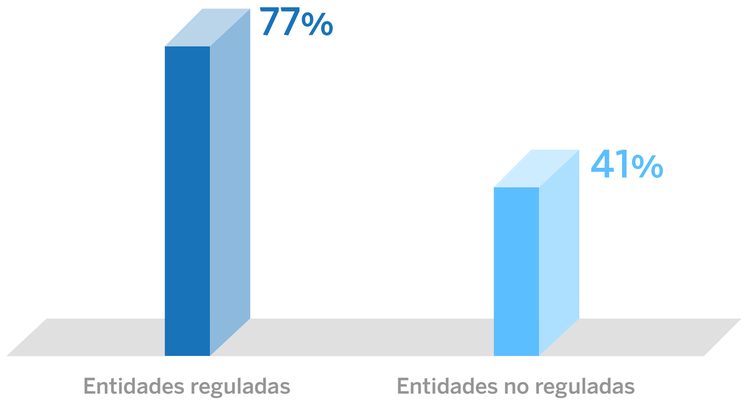
Actualmente, el Grupo opera bajo una estructura de gobierno corporativo moderno que cumple con los máximos estándares, tanto a nivel nacional como global. En muchos casos, sus entidades han sido pioneras en la incorporación de buenas prácticas de gobernanza antes de que éstas fueran exigidas legal o regulatoriamente.

Cabe destacar, por ejemplo, que, en los consejos de administración de las entidades reguladas en Colombia, Perú y República Dominicana, el 43% son mujeres. Esta presencia femenina supera la exigencia que recientemente ha comenzado a contemplarse en Europa de que las entidades cotizadas deban contar con un mínimo de un 33% de mujeres en sus órganos de administración. En el caso de las entidades del Grupo no reguladas en Chile y Panamá, la cifra es del 21%.

Es preciso resaltar igualmente la diversidad de perfiles profesionales respecto a la cualificación, tanto en cuestiones de carácter técnico como en lo relativo a experiencia, así como su independencia para llevar a cabo con diligencia las distintas tareas y las responsabilidades inherentes al cargo de consejero.

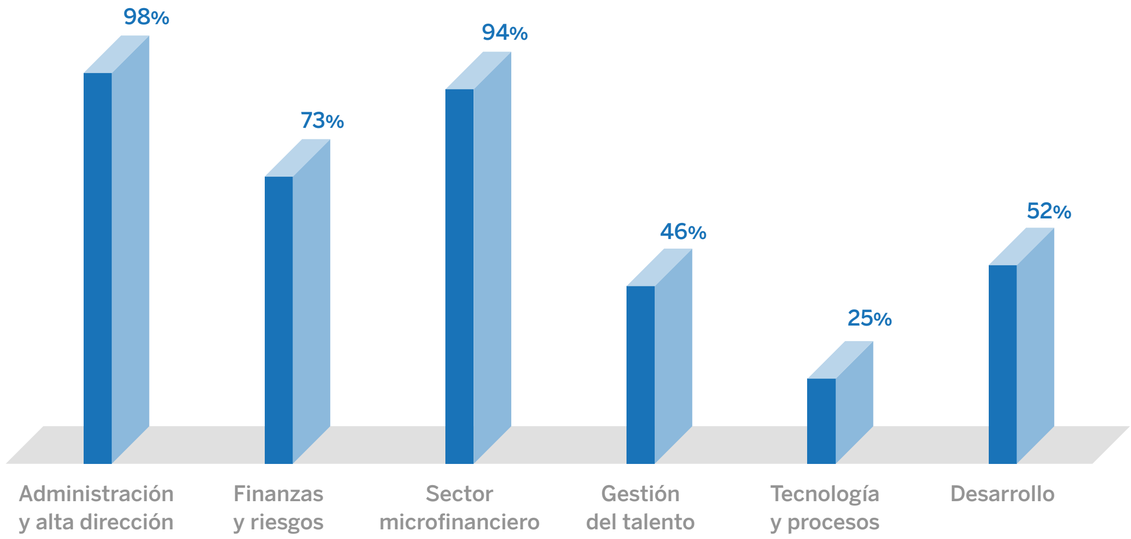
En definitiva, el marco de gobierno corporativo del Grupo nos permite traducir los principios generales de buena gobernanza respecto a las pautas de actuación que nos guían de acuerdo a las directrices estratégicas, mejoran nuestra eficiencia económica, garantizan la sostenibilidad a largo plazo, refuerzan la confianza de nuestros grupos de interés y promueven una cultura de rendición de cuentas y de comportamiento ético y transparente.

Miembros independientes en los consejos de administración



En los consejos de administración de las entidades reguladas en Colombia, Perú y República Dominicana, el 43% son mujeres

Diversidad de perfiles de los consejeros



Centrados en el cliente, con especial atención a la mujer

El papel de las microfinanzas ha evolucionado desde su concepción inicial. Se empezó a proporcionar microcréditos a emprendedores sin colaterales ni historial crediticio y carentes de acceso a los servicios financieros formales.[3] Más adelante, se crearon alternativas para que pudieran ahorrar[4] en lugar de depender de familiares, amigos, o usureros;[5] se ofrecieron transferencias y se comenzaron a comercializar seguros. Con el tiempo, las microfinanzas adquirieron una visión multiproducto, que reconocía la complejidad de la relación con el emprendedor, yendo a productos que combinaban una oferta tangible (ej. créditos de vivienda, educación) a la par que una formación cada vez más especializada. Al incorporar más productos y servicios, el objetivo de las microfinanzas también se ha ido ajustando.

En la Fundación hemos sido participes de este proceso que comienza por conocer mejor al cliente-emprendedor. Sus señas de identidad son la adaptación y la reinvención constantes. Sus comercios (la actividad más frecuente) exigen poco capital de inversión y les permiten mantener una renta mínima para su familia. Al entender mejor el desempeño de sus negocios, claramente inestables, nuestra visión se ha ido ampliando hacia sus hogares, puesto que ambos están intrínsecamente interrelacionados.

3. Kurmanalieva et al., 2003.

4. Islam et al., 2015.

5. Tsai 2004, Lange et al., 2007.

Nuestro conocimiento del emprendedor

Un crecimiento constante de los negocios como recompensa del esfuerzo de cada emprendedor

Hemos observado repetidamente que, al cabo de tres ciclos de crédito, nuestros emprendedores logran salir de la pobreza. Es por ello por lo que hemos apostado por relaciones a largo plazo, superiores a los tres ciclos de crédito, fomentando también de este modo la generación de ingresos en sus hogares.

La inestabilidad de los ingresos: la principal barrera para un progreso sostenible

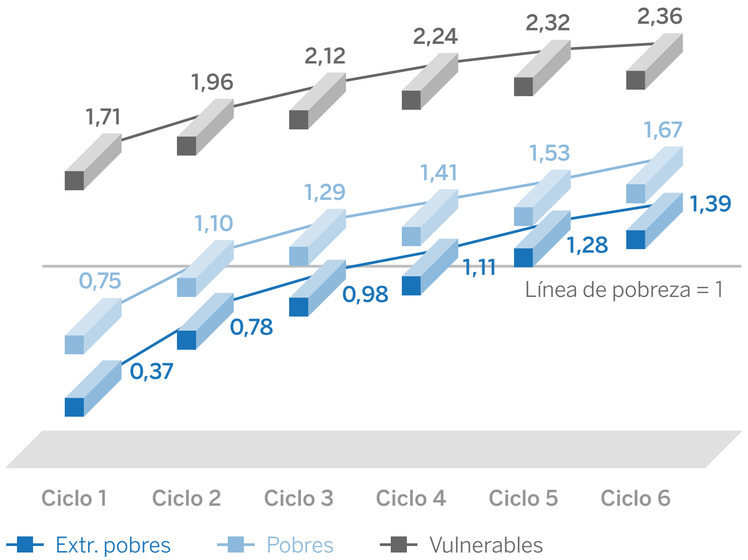
Observamos también que el desempeño de sus negocios no es lineal, lo que provoca que muchos de ellos entren y salgan de la pobreza en diversas ocasiones a lo largo del tiempo (volatilidad). De hecho, constatamos que el nivel de vulnerabilidad de los hogares y la superación de la pobreza estaban estrechamente ligados a la propiedad de activos y a la capacidad de movilizarlos para mejorar el nivel de bienestar o superar situaciones adversas e imprevistos. Además, la relación entre activos y excedentes es recíproca: niveles más elevados de ingresos ayudan a acumular más activos y viceversa. Para amortiguar los *shocks* provocados por situaciones adversas o imprevistos, hemos apostado firmemente por la salud financiera.

Para un bienestar pleno debemos mirar más allá, hacia carencias no financieras

Si queremos generar más progreso para los emprendedores de un modo más estructural, debemos considerar el hogar en el sentido más amplio y evaluar sus carencias y debilidades en dimensiones como la educación, la salud, la vivienda o la conectividad. Hemos podido confirmar que aquellos hogares con menores carencias en estas dimensiones sufren menos imprevistos y, por tanto, tienen mayores probabilidades de progresar. Por tanto, las ayudas para mejorar su bienestar son un eje vertebrador de la Fundación. Es por ello por lo que, en nuestro informe de desempeño social de 2021, medimos por primera vez el nivel de pobreza multidimensional de los hogares (ver *IDS 2021,* 'Una visión multidimensional') que pretende poner el foco en mejorar el bienestar y la calidad de vida en los hogares de los emprendedores.

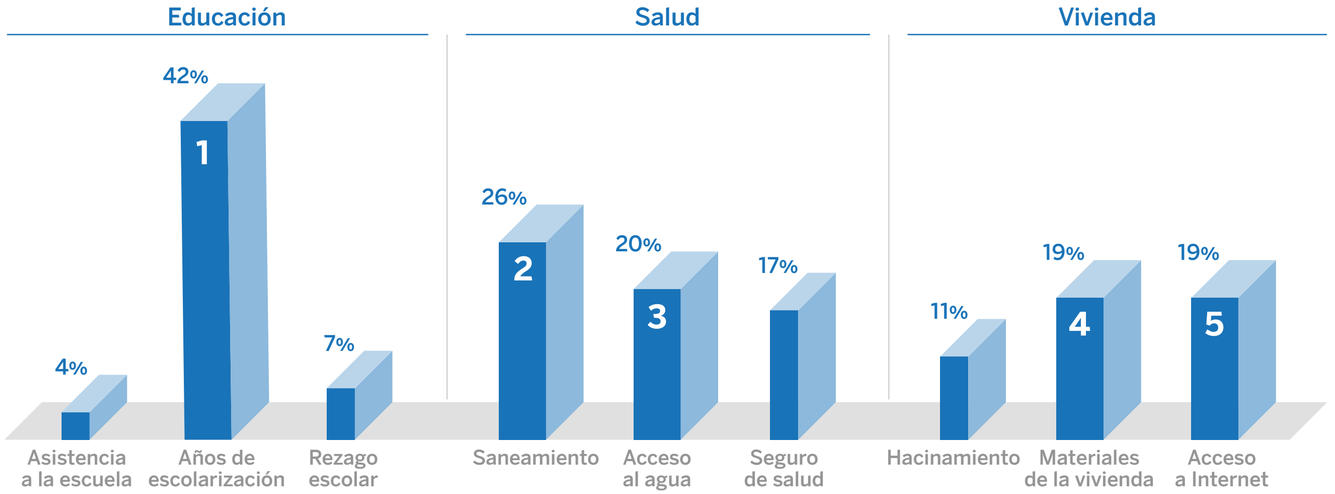
Mejora de la renta relativa*

Clientes de crédito que han renovado un crédito en 2022



Incidencia de las privaciones**

Porcentaje de hogares con carencias. Encuesta 2021



En definitiva, el reto al que nos enfrentamos es complejo y requiere poner en marcha acciones concretas. El punto de partida es distinto para cada emprendedor puesto que las carencias iniciales, económicas y sociales, son múltiples y se retroalimentan. Considerando las múltiples dimensiones, comenzamos por cuantificar y priorizar las principales dimensiones que determinan el desempeño de cada hogar.

El nivel de pobreza multidimensional de los hogares ya se está incorporando en nuestro día a día, porque en definitiva, se trata de mejorar el bienestar y la calidad de vida en los hogares de los emprendedores

* Para la muestra de clientes atendidos durante 2022 —clasificados según su situación inicial en su primer crédito individual— se muestra el excedente per cápita en cada ciclo de crédito relativizado respecto a la Línea de Pobreza oficial de cada país (según el año de desembolso). El excedente per cápita (la renta) relativo toma valor 1 cuando es igual a la Línea de Pobreza.

** Total de 8.736 hogares encuestados de la base de clientes de las entidades, con una muestra representativa del total de la cartera y un margen de error de 3%-5% y confiabilidad del 95%-99% (dependiendo del país). Para más detalle, ver la 'Pobreza Multidimensional', *IDS 2021*.

Actualmente, reconocemos que nuestra actuación requiere no sólo un compromiso por conocer y entender la realidad y las necesidades de los emprendedores y de sus hogares, sino que debemos crear una oferta de valor y un entorno que maximicen su potencial, su creatividad y la posibilidad de que puedan elegir la mejora continua del bienestar de sus hogares. Ningún factor prevalece sobre otro, al contrario, todos son clave para llevar a buen puerto los pequeños emprendimientos.

Así, hemos ido adaptando nuestra oferta de valor basándonos en estos aprendizajes y ampliándola a una oferta multiproducto y multiservicio. Todavía hoy, a la hora de elegir cuál es la mejor ayuda que podemos brindar, el 37% de los encuestados considera que un aumento de crédito les ayudaría a mejorar la gestión de su negocio. Pero, cada vez más, urge seguir acompañándolos en el tiempo con otros productos inclusivos que los protejan y garanticen su bienestar.

Nuestra actuación exige conocer y entender la realidad y las necesidades de los emprendedores, y crear una oferta de valor y un entorno que maximicen su potencial

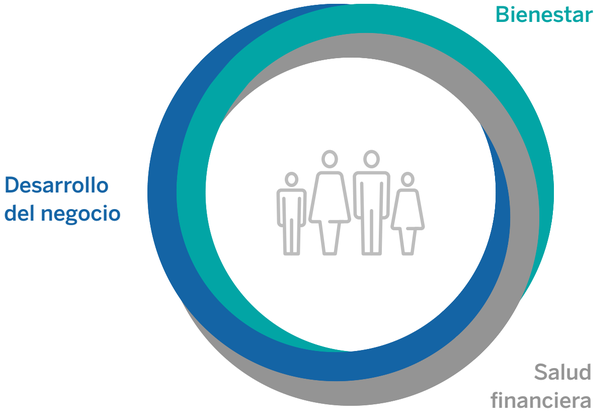
Dos elementos transversales emergen de este enfoque:

1. La necesidad de **mitigar o de anticipar el impacto de eventos adversos**. En tanto en cuanto sea posible reducir la cantidad y frecuencia a la que los hogares vulnerables se enfrentan a *shocks* externos, mejorará su probabilidad de salir de la pobreza. Se trata de reducir sus riesgos de salud, su exposición al cambio climático, de anticipar gastos imprevistos, etc.

2. La creación de un entorno que potencie el rendimiento de los emprendedores, facilitando su acceso y utilización de las finanzas. Para potenciar sus habilidades emprendedoras —o dejar a su libre elección que puedan o no potenciarlas— resulta clave la personalización y que la infraestructura financiera sea fácil en todos los sentidos. Es decir, debemos ofrecer una atención sencilla, ágil y cercana acompañada de una oferta de valor no financiera. Sólo así podremos fomentar la iniciativa emprendedora y la toma de decisiones racionales que velen por la acumulación de activos a largo plazo. Se trata de reducir los obstáculos a los que se enfrentan a la hora de tomar decisiones financieras, y de ampliar su cartera de habilidades para que logren avanzar tanto en su negocio como en el bienestar de sus hogares.

Actualmente, las entidades de la Fundación ofrecen soluciones de diversa índole centrándose, la principal de ellas, en el desarrollo del negocio.

Visión emprendedor



Visión Hogar

Multidimensional, interconectada, cambiante en el tiempo

OFERTA DE VALOR	Desarrollo del negocio	Salud financiera	Bienestar
IMPULSAR EL PROGRESO	**Créditos micro** **918.900 clientes** (USD 1.227 Mill.) Todos los países **Créditos inclusión** **95.809 clientes** (USD 115 Mill.) A migrantes, desplazados, refugiados en Colombia, Perú, Chile y Panamá **Créditos verdes** **4.038 clientes** (USD 2,99 Mill.) Colombia y Rep. Dominicana	**Productos de ahorro** **2.624.500 clientes** con depósitos o productos de ahorro *ad-hoc* 131.251 son clientes migrantes y/o desplazados **Formación** **696.450 personas** Han recibido asesoramiento financiero o formación en habilidades digitalesy empoderamiento u otros contenidos	**Créditos de vivienda** Mejora de la vivienda **35.710 clientes** (USD 120 Mill.) Colombia, Perú, Rep. Dominicana y Panamá **Créditos educativos** Para los hijos **3.306 clientes** (USD 1,6 Mill.) Colombia, Perú y Rep. Dominicana **Conectividad digital** **70 corresponsales** ofrecen conectividad digital en zonas alejadas de Colombia y Perú
MITIGAR *SHOCKS*	**Seguro climático** **19.426 asegurados** 19.934 pólizas Colombia	**Seguros daños, exequias y vida*** **613.184 asegurados** Colombia, Perú, Rep. Dominicana y Pánama	**Seguros de salud y asistencias** **211.715 asegurados** Colombia y Panamá

* Incluye seguros de salud.

Equidad de género: Nuestra apuesta por la autonomía económica y el bienestar integral de las mujeres

Siendo coherentes con nuestro propósito, la FMBBVA otorga especial atención a los colectivos más vulnerables y, entre ellos, especialmente las mujeres. Impulsar su autonomía económica ha tenido, y sigue teniendo, un papel muy relevante. En estos 15 años, las mujeres han representado el 57% del total de nuestros clientes. El apoyo integral que les ofrecemos es transversal:

1. **Desarrollo de su negocio**: Además de ofrecer productos para mujeres en segmentos de pobreza (banca comunal, grupal) que en 2022 se han digitalizado, hemos desarrollado productos de crédito individual con educación financiera digital, productos para mujeres rurales que no requieren titularidad de la tierra, o para víctimas de la violencia de género. Los hemos completado con una oferta de valor no financiera dirigida a fortalecer otras habilidades, especialmente sus habilidades digitales. Finalmente, también ofrecemos contenidos formativos basados en género en las plataformas de educación de Bancamía y de Fondo Esperanza. De cara a incluir perfiles especialmente vulnerables (mujeres migrantes, indígenas y rurales) participamos en múltiples estudios de inclusión financiera que nos permitan diseñar nuevos productos o ajustar los actuales a sus realidades. Para más detalle, ver 'Productos para la mujer').

2. **Bienestar**: Impulsamos los microseguros "mujer" oncológicos, de maternidad protegida para el periodo de lactancia o con coberturas de salud específicas para ellas (mamografías y controles de salud, consultas psicológicas y legales, asesoramiento pediátrico y geriátrico, bolso protegido, etc. (ver 'Salud').

Otorgamos especial atención a los colectivos más vulnerables, especialmente a las mujeres. En estos 15 años, ellas han representado el 57% del total de nuestros clientes

Digitalización y una atención conveniente

Nuestros clientes cuidan la gestión financiera de sus hogares: únicamente el 8% declara que sus gastos superan con diferencia a sus ingresos en el último año y, alrededor del 70% de ellos manifiesta no haber presentado durante el mismo periodo demoras en el pago de suministros como agua, luz, etc. No obstante, sólo un 50% reconoce que realiza una planificación anual.[6] Por tanto, la principal dificultad radica en gestionar imprevistos, especialmente a medio plazo. En un entorno de precariedad, resulta necesario poder acceder en tiempo y forma a la oferta financiera. Es decir, para gestionar adecuadamente su planificación financiera, cada cliente tiene unas necesidades diferentes: demanda un control de sus finanzas frecuente —casi diario—, unas metas específicas y una liquidez inmediata. En otras, necesita de una atención ágil y sencilla y, a medida que el hogar progresa, que se adapte a cada caso.

Por otro lado, los emprendedores a los que atendemos se encuentran generalmente en zonas periurbanas alejados de centros neurálgicos, o en zonas rurales dispersas. La paralización de sus actividades y el tiempo que precisan para trasladarse a las oficinas tradicionales y realizar sus operaciones financieras tiene un coste de oportunidad elevado. Esto, y el pequeño tamaño de sus operaciones, hace que nuestro modelo de atención al cliente tenga que ser cercano y conveniente, aparte de que conlleve los menores costes.

Nuestro modelo de atención al cliente tiene que ser cercano y conveniente, aparte de conllevar los menores costes

6. Encuesta de salud financiera realizada a 1.157 clientes en Colombia y República Dominicana, en colaboración con Innovation for Poverty Action, en 2018. Para más detalle, ver *IDS 2018.*

Digitalización y conectividad

70 corresponsales
ofrecen conectividad en zonas alejadas de Colombia y Perú

613.813 clientes
utilizan canales digitales

7,64% transacciones
monetarias digitales

Cuando comenzamos, hace 15 años, nuestra atención era en papel, presencial y a través de oficinas. Actualmente nuestros procesos son digitales, el servicio puede ser personalizado o de autoservicio y está disponible en su lugar de residencia o trabajo (es decir, evitándoles desplazamientos innecesarios).

Hemos ido sofisticando nuestros canales de distribución y tipos de atención, incorporando un rango de canales, procesos y herramientas digitales que mejoran la experiencia del cliente, reducen su coste de acceso y fomentan la toma de decisiones encaminadas a su bienestar.

Así, hemos desarrollado cuatro líneas de acción:

1. **Procesos digitales**: La digitalización de los procesos (crédito digital), la automatización del flujo documental (expediente documental) y la mejora continua de la *app* Asesor nos permite atender al cliente desde cualquier lugar.

2. **Un *core* bancario homogéneo en todos los países:** Un sistema bancario robusto y homogéneo en todos los países nos permite conectar distintos canales rápidamente, así como adaptar la oferta que se replica con facilidad y, por tanto, nos permite emular casos de éxito sin inconvenientes. Esto no sólo nos proporciona flexibilidad, sino que genera enormes sinergias.

3. **Ampliación y diversificación de canales**: La posibilidad de acceder de forma conveniente y desde cualquier lugar a los servicios financieros, acerca el negocio a los clientes, pudiendo además llegar a zonas remotas.

4. **El autoservicio mediante la *app* cliente**: El autoservicio es una herramienta clave para acceder, sin coste alguno y en cualquier momento, a productos o servicios financieros.

Con el fin de desarrollar procesos más eficientes y ágiles, en un entorno donde la relación personal es clave, llevamos años inmersos en una transformación digital. Nuestro objetivo es que el servicio sea más fácil, rápido, flexible y menos costoso para el cliente. Un ejemplo de cómo se ha materializado esta transformación es la alta capilaridad de las entidades en sus respectivos territorios nacionales y la velocidad de entrega de subsidios públicos a la población más vulnerable durante la pandemia. Para más información, ver 'Una atención cercana, ágil, sencilla y flexible'.

En un entorno donde las relaciones personales son clave, llevamos años inmersos en una transformación digital para que nuestro servicio sea más fácil, rápido, flexible y menos costoso para el cliente

Gestión eficiente: financiera, de riesgos, ambiental y de personas

Para que el desarrollo de nuestra actividad sea inclusivo (atienda a perfiles excluidos que tienen difícil acceso al sistema financiero) e impacte al mayor número de personas posible (escala), debe basarse en la sostenibilidad del negocio con una gestión eficiente. Para ello, es necesario (I) un sólido desempeño financiero; (II) el control de los riesgos; (III) el respeto de los activos naturales, incluyendo la reducción de nuestra huella de carbono y, por supuesto, (IV) el cuidado de nuestros equipos.

Desde el punto de vista financiero, todas las entidades de la Fundación han alcanzado una madurez financiera y comercial tal que les permite ser líderes en número de clientes, tanto en Colombia como en República Dominicana. En Perú, Chile, y Panamá, las entidades ocupan una posición de liderazgo compartido en número de clientes.[7] Además, en Colombia, Chile y Panamá somos reconocidos por atender, en su gran mayoría, a mujeres emprendedoras (> 50% del total de la cartera).

Por otro lado, en todos estos años se ha mantenido una sólida posición de capital, incluso con la afectación de actividades durante la pandemia. Las ratios de solvencia se han situado históricamente por encima de la media del sector en los respectivos países de cada entidad.

Cada una de ellas tiene acceso a financiación de mercados monetarios y de capitales tanto domésticos como internacionales. En el perímetro regulado,[8] toman depósitos del público y de instituciones tanto públicas como privadas. Todo lo anterior permite mantener, e incluso mejorar, las calificaciones crediticias de todas nuestras entidades.

Finalmente, cabe mencionar que Bancamía se encuentra entre las primeras entidades en realizar emisiones de bonos de género en Colombia (2020, c. USD 20 Mill.) y Fondo Esperanza en emitir bonos sociales en Chile de (2021, USD 10 Mill.).

Ver *ratings* en la siguiente página.

Nuestras entidades son líderes en número de clientes en Colombia y República Dominicana. En Perú, Chile, y Panamá ocupan una posición de liderazgo compartido

7. En Perú no se incluyen las entidades públicas municipales en este *benchmark*.

8. Bancamía (Colombia), Financiera Confianza (Perú) y Banco Adopem (Rep. Dominicana) están reguladas y, por tanto, pueden ofrecer depósitos al público.

Referencias de *ratings* realizados en cada país

***RATING* DE BANCAMIA**

Colombia

***RATING* DE FINANCIERA CONFIANZA**

Perú

***RATING* DE BANCO ADOPEM**

República Dominicana

***RATING* DE FONDO ESPERANZA**

Chile

***RATING* DE MICROSERFIN**

Panamá

En términos del **control de riesgos**, estos 15 años la gestión de riesgos de las entidades de la Fundación se ha caracterizado por su dinamismo y anticipación, con el objetivo de asegurar que nuestra misión se lleva a cabo sin poner en riesgo la sostenibilidad de las operaciones.

Nuestras entidades cuentan hoy con un marco de gestión integral de riesgos que nos permite dar una respuesta adecuada a los factores de inestabilidad que periódicamente, afectan a nuestras operaciones (eventos climáticos, pandemia, inestabilidad social y política, crisis económica, etc.), a los nuevos riesgos a los que nos enfrentamos, fundamentalmente no financieros, y a la mayor complejidad de los riesgos financieros.

En este contexto, la incorporación de capacidades y herramientas analíticas y estadísticas, y la digitalización y automatización de los procesos han contribuido a una mejor y más ágil toma de decisiones sobre riesgos.

El dinamismo en la gestión de riesgos se manifiesta en la permanente y continua adaptación de nuestras políticas de crédito a las variaciones del entorno y a la evolución de los negocios, y aseguran un crecimiento ordenado para seguir ganando escala y alcance. Gracias a la automatización y a la digitalización, estas adaptaciones se trasladan de forma inmediata a nuestro proceso de 'originación' (proceso de evaluación, formalización y desembolso del préstamo).

La incorporación progresiva de herramientas de *scoring* en la gestión del riesgo de crédito ha contribuido, entre otros aspectos, a:

- Una mejor toma de decisiones en la resolución de las solicitudes de crédito.
- Una mayor eficacia en los procesos de cobranza y recuperación mediante la definición de estrategias diferenciadas en función del perfil de riesgo de los clientes.
- Una oferta de valor más ágil y adaptada a través de las campañas de préstamos preaprobados para nuestros mejores clientes.

La analítica de datos incorporada a nuestros procesos de seguimiento de riesgos nos ha permitido identificar y priorizar los potenciales focos de riesgo y anticipar las acciones necesarias para mitigarlos.

El dinamismo de nuestros negocios, la digitalización y automatización, y la propia evolución del entorno, han incorporado nuevas fuentes de riesgos potenciales que han requerido el fortalecimiento de nuestros esquemas de identificación y mitigación. Contamos con sólidos procesos de análisis y aprobación de nuevos productos y de gestión del cambio que, junto con los de continuidad de negocio, garantizan que nuestras operaciones tengan un perfil de riesgo adecuado y sean sostenibles en el tiempo.

En términos de equipo, desde el origen de la Fundación, uno de los pilares fundamentales de nuestra actividad ha sido, y continúa siendo, **el capital humano y el bienestar de nuestros más de 8.000 empleados**. Ponemos especial empeño en potenciar su desarrollo profesional a lo largo de su carrera en el Grupo.

Todas nuestras entidades cuentan con procesos de promoción y mejora de categorías que reconocen tanto la adquisición de conocimientos y habilidades, como el desempeño. Para apoyar el desarrollo profesional de nuestro personal, ponemos a su disposición una amplia oferta formativa en temas de banca, regulación, tecnología, sostenibilidad, etc. En 2022, ofrecimos 579.000 horas de formación, es decir, una media de 70 horas por persona. Destacan programas como SHE, destinado a la superación de sesgos inconscientes, en el que participaron todas las entidades del Grupo, y Escuela de Líderes, cuyo objetivo es consolidar las capacidades gerenciales de quien tiene este tipo de responsabilidades. Además, una parte importante de nuestro presupuesto fue destinada a ayudas para estudios universitarios o especializaciones.

Además, impulsamos la promoción del talento femenino dentro de nuestras entidades. Una muestra evidente de ello es que tres de nuestras cinco entidades, concretamente las entidades microfinancieras reguladas y de mayor tamaño, están lideradas por mujeres: Bancamía (Colombia), Banco Adopem (República Dominicana) y Financiera Confianza (Perú).

Para apoyar a nuestros profesionales, ponemos a su disposición una amplia oferta formativa sobre banca, regulación, tecnología, sostenibilidad, etc.
En 2022 les ofrecimos 579.000 horas de formación

Pero no nos quedamos únicamente en el desarrollo profesional de nuestro personal, sino que también pretendemos que mejoren sus vidas. Esto lo hacemos a través de una propuesta de beneficios que les aporta tranquilidad tanto a ellos como a sus familias. Invertimos entre el 15% y el 20% de la compensación en programas específicos de beneficios entre los que cabe mencionar la financiación de vehículos; seguros de salud, de vida y de decesos; becas para los hijos de nuestros colaboradores, etc. En general, estas medidas contribuyen a reforzar su compromiso y motivación.

Finalmente, la Fundación Microfinanzas BBVA **está comprometida con la sostenibilidad medioambiental** y, desde 2019, la ha elevado a línea estratégica prioritaria. Para ello, hemos puesto en marcha acciones internas destinadas a racionalizar nuestro uso y consumo de los recursos. En primer lugar, reduciendo nuestra huella de carbono y, después, gestionando activamente el uso de la energía y nuestros desplazamientos, así como reciclando el plástico y el papel en función de las infraestructuras existentes en cada país.

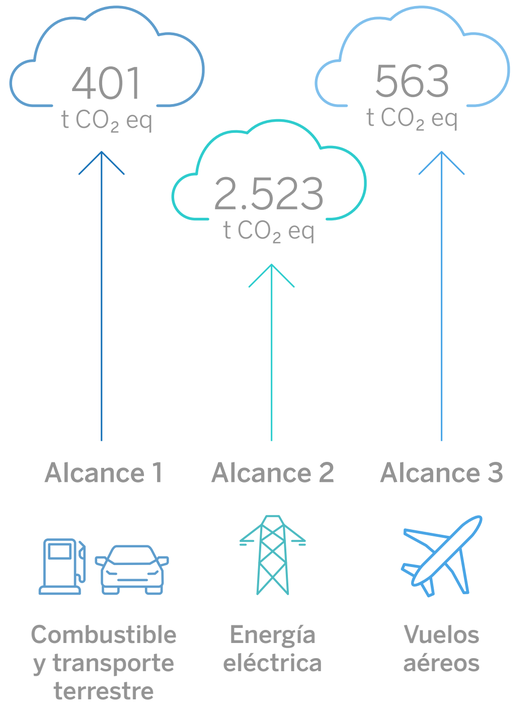
De hecho, en la Fundación, compensamos nuestra huella a través de la compra de créditos de carbono, y en Colombia buscamos compensar nuestra huella a través de acciones de voluntariado y reforestación.

Cabe destacar la implementación, en 2021, de una oficina piloto en Colombia, la oficina Molinos, que funciona con energía solar. Tras su buen desempeño, se planeó la continuidad de este proyecto para 2022 en las oficinas Arauca y Centro Medellín.

Este compromiso se manifiesta también con su adherencia a los *Principios de Banca Responsable* de Naciones Unidas, que definen el compromiso y las responsabilidades del sector financiero para contribuir a un futuro sostenible, en línea con los ODS, la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC) y los Acuerdos de París sobre el cambio climático, que fijan los estándares mundiales para entidades financieras responsables.

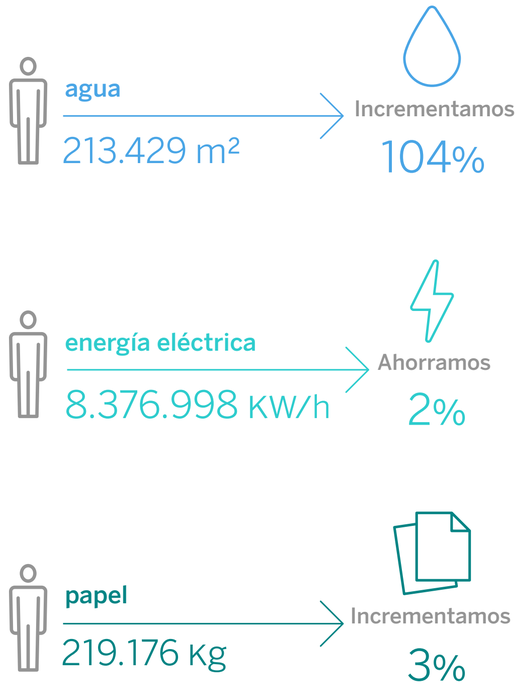
Para más detalle, ver avances en 'Medioambiente' (IDS 2022, sección 'ESG').

Huella de carbono



Ecoeficiencia

Consumos



La FMBBVA y sus entidades han puesto en marcha un rango de acciones internas para racionalizar el uso y consumo de los recursos

Nuestra visión de sostenibilidad

El reto en los próximos años abarca la dimensión social y la ambiental de forma conjunta. A pesar de la mejora en niveles de bienestar alcanzada en los últimos años, existen todavía unos niveles intolerables de pobreza, que se han agudizado tras la pandemia, con tensiones en muchas zonas geográficas, que nos exige encaminarnos hacia un modelo de crecimiento todavía más inclusivo y sostenible.

En combinación con nuestras entidades, hemos construido un modelo de indicadores que integra los factores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Los emprendedores en vulnerabilidad cuentan con muy bajos ingresos, tienen acceso limitado o inexistente al sistema financiero y están, además, muy expuestos a los impactos del cambio climático. Por ello en la FMBBVA hemos puesto mayor énfasis en la dimensión social, algo que se encuentra en el núcleo de nuestra razón de ser.

Nuestra actuación persigue mitigar los factores de exclusión financiera y social, así como dotar al emprendedor de un conjunto de productos y servicios que les permitan ser más resilientes frente al cambio climático, mejorar su interacción con el medio ambiente y mejorar sus condiciones de vida. Todo ello dentro de un marco de gobernanza que vele por el cumplimiento de nuestra misión, con unos principios éticos y unas conductas adecuadas, que produzca la menor huella de carbono posible, y que fomente la diversidad, la igualdad y las mejores prácticas laborales.

Los principales indicadores ESG son:

Impulsar una economía medioambientalmente sostenible para todos

4.038
clientes con créditos de sostenibilidad medioambiental contratados

3.173
tnCO_2 emitidas a partir de nuestra actividad

Conseguir el progreso de los más vulnerables y el final de las desigualdades

2.858.166
clientes, de los cuales un **81%** están en vulnerabilidad económica

41%
clientes nuevos que hemos incluido en el sistema financiero

51%
clientes que mejoran su renta en el año

43%
clientes que salen de la pobreza al cabo de dos años

Crear un entorno inclusivo donde crecer juntos

8.062
empleados, de los cuales un **61%** son mujeres

45%
mujeres del total de directivos

84%
empleados que han recibido formación

Alcanzar los máximos estándares éticos a todos los niveles

9
miembros del cuerpo de gobierno, de los cuales el **63%** son mujeres

100%
empleados que suscriben el código de conducta y las políticas anticorrupción

Nuestra visión de sostenibilidad va más allá. Es decir, reconocemos la importancia de alinear en un mismo modelo (ESG) los objetivos estratégicos que nos permiten generar un mayor impacto en todos nuestros *stakeholders*. No sólo tenemos en consideración indicadores no financieros y el impacto que nuestra actuación genera en los clientes, sino que aspiramos a mitigar riesgos y generar más oportunidades con una visión holística.

Para avanzar en esa dirección en un horizonte a medio-largo plazo, se necesita un fuerte compromiso y coordinación entre los distintos niveles y agentes, e involucrar a los sectores público y privado.

Este modelo nos permite avanzar en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que se han planteado de cara a 2030. Si se persiguen con persistencia por todos los actores, públicos y privados, servirán como catalizador que impulsará la creatividad y la innovación y acelerará el progreso inclusivo.

Para más detalle, ver ‘Nuestro modelo ESG’ (IDS 2022).

En la FMBBVA hemos puesto particular énfasis en la dimensión social dado a que los emprendedores en vulnerabilidad tienen muy bajos ingresos, acceso limitado o inexistente al sistema financiero y están muy expuestos a los impactos del cambio climático

Nuestra actividad 2022

Nuestro propósito 30

Nuestra razón de ser 30
Las Finanzas Productivas 32
Un hogar en situación de vulnerabilidad 33

Desarrollo de los negocios 34

Productividad y resiliencia ambiental 37
Productos para la mujer 38
Créditos de inclusión para la población migrante y desplazada 41
Una atención cercana, ágil, sencilla y flexible 42
Un modelo multicanal para una mayor cercanía 44

Salud financiera 46

Ahorros 46
Seguros 47
Educación financiera 48

Bienestar 49

Vivienda 50
Acceso al agua 51
Educación 51
Salud 53
Conectividad 55

Nuestro propósito

Nuestra razón de ser

Las personas en situación de vulnerabilidad suelen contar con menores niveles de formación. Esto les causa dificultades a la hora de encontrar oportunidades laborales y, si están dentro del mercado laboral, lo hacen en condiciones precarias. Alrededor del 22% de los ocupados en América Latina vive en situación de pobreza y el 7% se encuentra en situación de extrema pobreza, trabajando en la economía informal más de seis de cada diez trabajadores.

Todo esto se refleja en una baja tasa de participación laboral que se ubica en un 65%,[9] registrándose una brecha de 23 puntos porcentuales entre hombres y mujeres, situándose en el 74% y el 51% respectivamente. Esta diferencia de participación refleja que las mujeres se enfrentan a mayores dificultades de acceso al mercado laboral, sobre todo en los segmentos más vulnerables. Estas dificultades pueden ser especialmente gravosas debido a los elevados costes directos a los que se enfrentan, ya que son ellas quienes asumen los costes del trabajo no remunerado asociado al hogar.

Ellas se ven más afectadas que ellos por este fenómeno en los países de ingresos bajos o medios bajos y, a menudo, se hallan en situaciones de mayor vulnerabilidad.

Ante la ausencia de oportunidades, y desalentadas por la imposibilidad de poder acceder al mercado laboral en condiciones que les permitan superar los niveles de pobreza, muchas personas se apuntan a desarrollar actividades de autoempleo con pequeños emprendimientos que les posibiliten salir de esa situación.

Fuente: Estimación y cálculos propios, en base a The Global Findex Database 2017 World Bank Group.

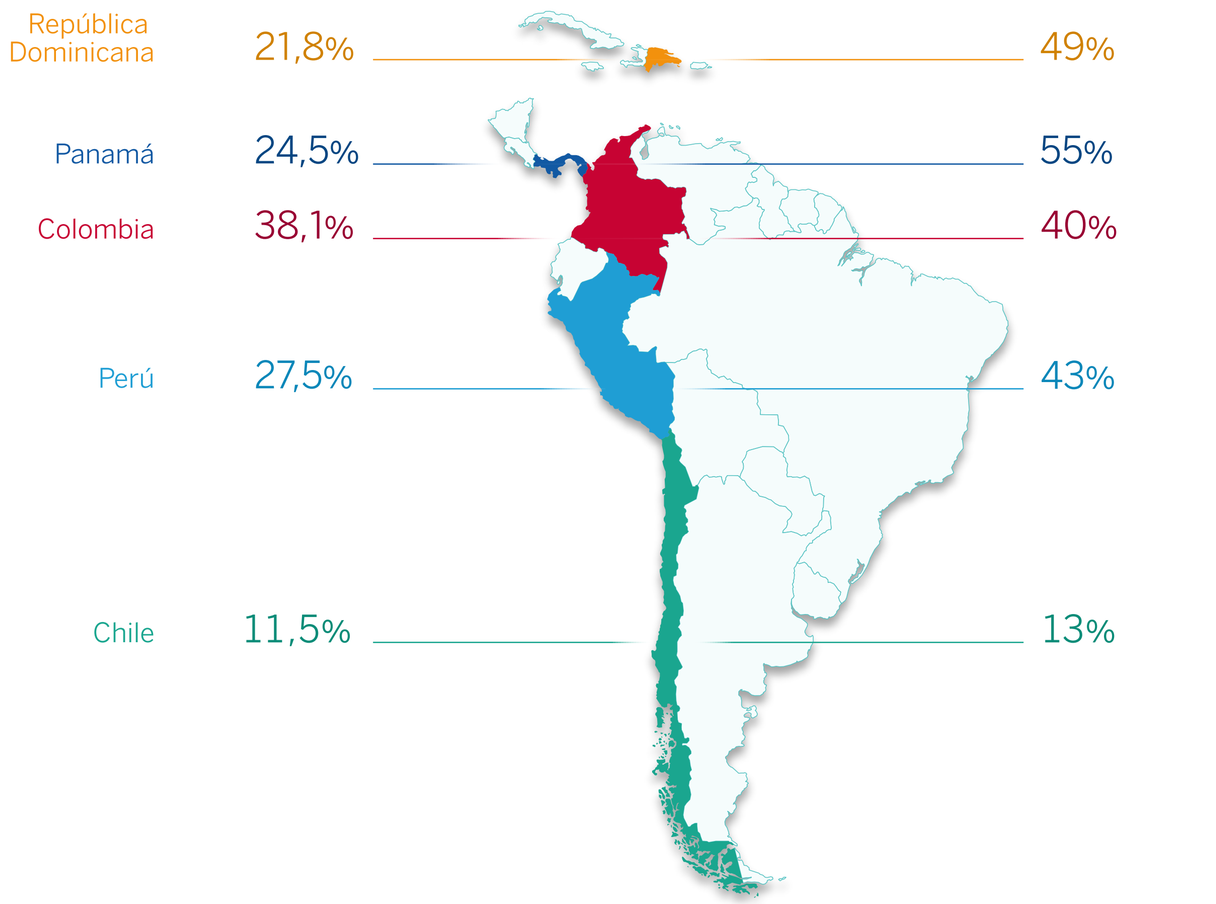
9. En el *footprint*. Datos de elaboración propia.

Muchos de los que pertenecen a estos segmentos están excluidos del sistema financiero formal o no hacen uso pleno del mismo, terminando por salirse de él en un elevado porcentaje. La inclusión financiera resulta útil cuando puede ayudar a estos segmentos a mejorar sus vidas y a estimular la actividad económica.

En su mayoría, estas personas carecen de colaterales o no tienen garantías, complicándoles la solicitud de un crédito cara a sus ingresos futuros, ya que tienden a no mantener un flujo de capital estable o fácilmente predecible. A la larga, esto termina por condicionar su acceso al capital de trabajo, dificultándoles el desarrollo de sus actividades y disminuyendo sus probabilidades de éxito.

La mayoría de ellas viven y trabajan en la economía informal, no por elección, sino por necesidad. Son, al mismo tiempo, pequeñas empresas por cuenta propia y hogares, lo que hace que las decisiones en materia de consumo y producción se encuentren interrelacionadas. En otras palabras, la distinción tradicional entre las necesidades financieras de los consumidores y las de las empresas se desdibuja y es imprecisa.
En consecuencia, necesitan un amplio espectro de servicios financieros para crear y mantener medios de subsistencia, acumular activos, gestionar los riesgos y ordenar el consumo.

Los emprendedores necesitan un amplio espectro de servicios financieros para subsistir, acumular activos, gestionar riesgos y ordenar el consumo



Fuente: Organismos oficiales de cada país (DANE, Colombia; INEI, Perú; Ministerio de Desarrollo Social de Chile; Ministerio de Economía de República Dominicana; Ministerio de Economía de Panamá). Todos los datos de pobreza son a 2021, excepto Panamá (2019). The Global Findex Database 2021 World Bank Group.

Las Finanzas Productivas

Entender la realidad de las personas vulnerables y el mercado laboral al que tienen acceso resulta esencial para construir un modelo de productos y servicios que incremente la probabilidad de éxito de éstos, permitiendo que la inclusión financiera sea permanente. Es decir, para que ésta sea responsable y sostenible, es necesario un modelo eficiente y ágil con vocación de permanencia.

En la Fundación utilizamos el modelo de Finanzas Productivas que consiste en proporcionar una gama completa de productos y servicios financieros, así como acompañar a los microempresarios, para estimular el desarrollo de sus actividades productivas, mitigar los riesgos, y mejorar las condiciones de vida de sus familias de forma sostenible y con una oferta adecuada a sus circunstancias específicas, tanto económicas como sociales.

Nuestro punto de partida es el conocimiento individual del cliente, de su entorno y de su realidad, tomando en cuenta su perfil y sus características de vulnerabilidad. Esto nos sirve para poder apoyarlos en la generación de excedentes económicos sostenibles en el tiempo.

La clave consiste en reconocer su potencial manifestado tanto a través de atributos tangibles más tradicionales (ej. ingresos), como de atributos intangibles tales como la imaginación, el compromiso, la voluntad de pago, la perseverancia, el empoderamiento, el sentido de responsabilidad, etc. Una vez identificados, se ponen en valor.

La innovación ha sido una palanca clave que nos ha permitido lograr una mayor escala y alcance con menores costes por operación, logrando sorprendentes niveles de eficiencia en comparación con los habituales de este sector, y posibilitándonos además para poder operar con tipos de interés convergentes con los de la banca *retail* convencional.

Nuestro modelo: las Finanzas Productivas

1. Inclusión de personas vulnerables

2. Progreso a través del emprendimiento, aspirando a un bienestar familiar

Desarrollo del negocio

Salud financiera

Bienestar

- Salud
- Vivienda
- Educación
- Empoderamiento
- Redes

Midiendo el impacto para maximizarlo

Acelerando el alcance con la digitalización del modelo de atención

3. Con una **oferta** adaptada a cada hogar

Productos | **Servicios** | **Canales** | **Alianzas**

4. Con un modelo **eficiente y sostenible**

Potenciando el talento | **Con solidez financiera** | **Cuidando los recursos** | **Con buen gobierno**

Un hogar en situación de vulnerabilidad

"Una persona es vulnerable cuando existe un alto riesgo de que sus circunstancias y logros se vean deteriorados en el futuro" (PNUD). Resulta clave, por tanto, obtener una visión holística de esa vulnerabilidad. En la Fundación hemos definido cuatro tipos de vulnerabilidad:

Es decir, no sólo resulta importante medir y monitorizar los ingresos mínimos disponibles de un hogar (pobreza monetaria), sino que también es preciso analizar un conjunto más amplio de privaciones y carencias que puedan afectar su vida. Desde la Fundación medimos la **pobreza monetaria** de los emprendedores así como su **pobreza multidimensional,** es decir, sus carencias en términos de salud, educación y vivienda.

Además, la amplia y acelerada digitalización que ha experimentado la sociedad para acceder a bienes y servicios básicos requiere que prestemos especial atención al uso y a las habilidades digitales de las personas, por lo que también medimos la **pobreza digital.** Estos factores se suman a otros riesgos, como la exposición a desastres y el impacto de la emergencia climática. Esto es lo que se conoce como **vulnerabilidad climática.**

Hemos constatado que cuando las personas vulnerables tienen acceso a los servicios financieros formales —incluyendo su formación en este ámbito—, y los utilizan en varias interacciones, van construyendo habilidades financieras. De los nuevos emprendedores atendidos, un 28% se ha bancarizado a través de alguna de las entidades de la Fundación (ha entrado en el sistema financiero formal por primera vez gracias a ellas).

La inclusión financiera no sólo permite que muchas personas sin recursos desarrollen negocios —y por tanto generen una fuente de ingresos para el hogar—, sino que, además, pueden ahorrar o contratar un seguro que les proteja contra las inclemencias meteorológicas y las enfermedades, así como estabilizar el consumo ante la volatilidad de sus ingresos. Dicho de otro modo, las herramientas financieras son una oportunidad para acompañar a los emprendedores a reducir su vulnerabilidad o su exposición a ésta.

Dimensiones de vulnerabilidad

1 Vulnerabilidad económica

Se centra en los recursos financieros disponibles para sus hogares, es decir, cómo sus negocios contribuyen a los ingresos de sus hogares.

30% de los emprendedores son pobres en términos de ingresos

2 Vulnerabilidad multidimensional/social

Analiza las múltiples carencias de un hogar en términos de educación, vivienda y salud (basándose en la pobreza multidimensional de OPHI-Oxford).

24% de sus hogares se encuentran en pobreza multidimensional

4 Vulnerabilidad climática

Considera la zona en la que viven y en la que desempeñan sus actividades los emprendedores, ya que pueden verse afectados por imprevistos debido al cambio climático.

Este estudio está en desarrollo

3 Vulnerabilidad digital

Aborda los niveles mínimos de uso y consumo de las TIC, así como los niveles de ingresos de la población necesarios para adquirir productos TIC.

Este estudio está en desarrollo

Medir y monitorizar los ingresos mínimos disponibles de un hogar resulta tan importante como analizar un conjunto más amplio de privaciones y carencias que puedan afectar su calidad de vida

Desarrollo de los negocios

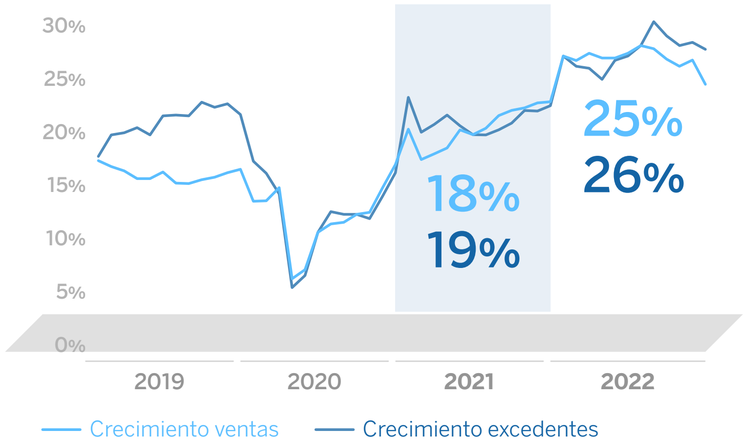
En 2022, tras el duro golpe de la pandemia que frenó la actividad emprendedora, observamos una normalización de la actividad. 794.000 emprendedores recibieron un crédito a través de alguna entidad del grupo FMBBVA (un 12% más que en 2021), y más de 290.000 fueron nuevos emprendedores.[10]

Los resultados alcanzados en 2022 muestran un excelente desempeño de los negocios con tasas de crecimiento anuales en ventas y excedentes del 25% y el 26% respectivamente. Esto ha permitido que uno de cada dos emprendedores atendidos en 2022 creciera en ambas variables simultáneamente.[11] Esta resiliencia se debe en parte a las adaptaciones del negocio que llevaron a cabo:

- Incrementaron sus ventas *online* para acceder a más clientes;
- Redujeron sus gastos fijos y mejoraron la gestión de gastos variables al revisar la relación con sus proveedores; y
- Diversificaron el negocio para mitigar riesgos.

Crecimiento en ventas y excedentes

Emprendedores que han renovado un crédito cada año



Emprendedores que han tenido al menos una renovación en cada mes y se compara la información financiera con su inmediatamente anterior. Se realiza el cálculo de las tasas de crecimiento anual compuesta para cada uno de los clientes, y se excluyen los valores extremos 5% superior y 1% inferior (*outliers*).

Estos resultados se han traducido en una mayor renta disponible para los hogares y en una mayor proporción de éstos que la reciben (el 52% de los emprendedores mejoraba su renta relativa, frente al 51% en 2021). Estos ingresos han logrado que, tras dos años de relación con la entidad, uno de cada cuatro emprendedores (de media) generase ingresos suficientes para salir de la pobreza. Esto resulta particularmente relevante, puesto que el 55% de los emprendedores atendidos declaraba que su negocio era la principal fuente de ingresos de su hogar, y un 18% adicional equiparaba los ingresos del negocio a los procedentes de otras fuentes.[12]

En 2022, 794.000 emprendedores recibieron un crédito a través de alguna entidad del grupo FMBBVA, un 12% más que en 2021, de los cuales, más de 290.000 fueron nuevos emprendedores

10. Clientes a los cuales las entidades desembolsaron créditos por primera vez.

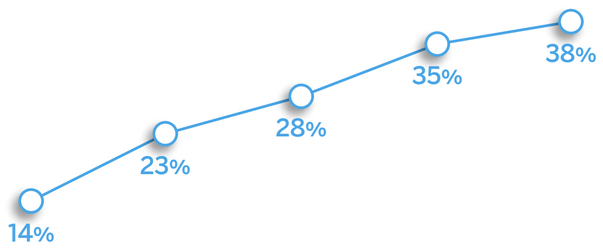
11. Proporción de emprendedores atendidos en el año cuyas ventas y excedentes crecieron.

12. Encuestas a más de 6.000 emprendedores en los países en los que opera el Grupo FMBBVA realizadas entre marzo-julio 2022.

Cambios en el segmento de pobreza

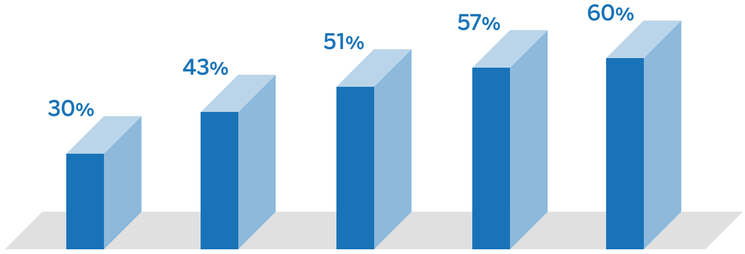
Emprendedores que han renovado un crédito

Reducción neta



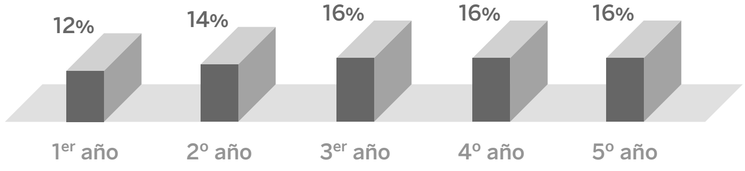
Salen de la pobreza

Clientes pobres que salen de la pobreza



Caen en la pobreza

Clientes no-pobres que entran en la pobreza



Al observar a emprendedores con más de cinco años de antigüedad y que muestran un comportamiento más estructural, vemos que la crisis ha ralentizado ligeramente la mejora en el tiempo. Un cliente extremadamente pobre supera la pobreza tras el tercer crédito, cuando hace dos años (antes de la pandemia) la superaba tras sólo dos créditos.

Es decir, la recuperación de ingresos ha tenido una clara consecuencia: dejar de invertir en bienestar, retrasando por tanto el progreso de los hogares. Varios componentes han sido los causantes de esta situación: la pérdida acumulada de ingresos tras la pandemia; la elevada inflación, especialmente de los alimentos (que ha afectado con mayor intensidad a los segmentos de menores ingresos); la dificultad para adaptarse a un entorno cada vez más digital, y los imprevistos a los que se han tenido que enfrentar ante la reducción de sus ahorros o de las esperadas coberturas sociales del Estado (carencias en salud, vivienda, desastres naturales, etc.). Para paliar esta situación, en la FMBBVA hemos puesto en marcha varias iniciativas dentro de nuestros principales pilares estratégicos:

Se muestran de los clientes que han renovado un crédito en 2022.

- Salida de la pobreza: Clientes en la pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como 'extremadamente pobres' o 'pobres') que han generado rentas por encima de la línea de pobreza.
- Entrada en la pobreza: Clientes en no pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como 'vulnerables' u 'otros'), que han generado rentas por debajo de la línea de pobreza.
- Reducción neta: Salida de la pobreza - Entrada en la pobreza (sobre el segmento de clientes pobres inicialmente).

Productividad y resiliencia ambiental. Es necesario combinar, por un lado, el desarrollo de emprendedores que se vean afectados por el cambio climático y, por otro, mejorar su productividad utilizando métodos de producción más eficaces. Por ello, hemos diseñado una oferta para mejorar la resiliencia climática y la sostenibilidad agropecuaria (el segmento más representativo en el entorno rural). Se trata de preservar esos negocios y, por tanto, de gestionar los riesgos climáticos.

Productos para la mujer. Reconociendo las barreras a las que se enfrentan las mujeres, prestamos especial atención a la hora de diseñar una oferta que se adapte a sus necesidades.

Inclusión de desplazados. Los desplazamientos entre países han seguido siendo parte importante de la realidad social en las geografías en las que opera la Fundación, que se han caracterizado especialmente por el aumento de la migración venezolana. Los migrantes, desplazados y refugiados son colectivos que se enfrentan a grandes retos, por lo que acompañarlos con un crédito formal resulta crucial.

Una atención cercana, ágil y flexible. El contexto en el que vive el emprendedor, con bajos niveles de infraestructura y altos costes de desplazamiento, y el complejo panorama al que se enfrenta para sacar adelante su negocio y atender sus necesidades financieras, exigen que nos centremos y adaptemos, en la mayor medida posible, a su entorno y a sus necesidades.

Por ello, buscamos construir un modelo de banca relacional que tenga:

- Una amplia red de canales que les garantice una atención cercana, evitando costes de desplazamiento y el cierre de sus negocios;
- Con herramientas ágiles y flexibles (como la *app* de banca móvil o la geolocalización), de forma que puedan recibir atención presencial o digitalizada *in situ*, que se adecuen a sus necesidades.
- Diseñada, adaptada y en constante evolución, para brindarles un mejor servicio.

Para ello, estamos construyendo un modelo que se adapta a las necesidades de cada hogar y que combina los canales presenciales y digitales (modelo híbrido), donde la otorgación del crédito sea cada vez más digital. Esto permite atender tanto a 'nativos digitales' como a los que no lo son tanto —o no lo son en absoluto— y que requieren una asesoría personalizada.

Productividad y resiliencia ambiental

En 2022 continuamos avanzando en la definición de productos y servicios financieros verdes que permitieran a las personas vulnerables mejorar la productividad de sus actividades económicas para obtener mayores rendimientos sin generar impactos en el medioambiente y, a la vez, mitigar los efectos negativos del cambio climático en sus negocios.

Productos verdes

Créditos verdes

Colombia y República Dominicana

4.038 clientes

USD 2,99 Mill.

Seguro climático

Colombia

19.426 asegurados

Crecimiento 80% 2021/2022

Es por ello que, en lo referente a **productividad ambiental,** al finalizar el año 2022 contábamos con más de 4.000 clientes con créditos verdes. Sus objetivos son variados: mejorar la eficiencia energética (*Ecocrédito* en Colombia); infraestructuras sostenibles (*Ecovivienda* y *Crediverde energía* [Colombia]); y sostenibilidad agropecuaria (*Crediverde Adaptación* [Colombia y República Dominicana], *Ganadería Familiar Sostenible*, *Agromujer* o *Macadamia* [República Dominicana]).

Respecto a la **resiliencia ambiental,** les proporcionamos herramientas para analizar y gestionar los riesgos vinculados al cambio climático permitiéndoles afrontar los efectos de fenómenos ambientales adversos en sus negocios. En este sentido hemos lanzado dos iniciativas:

- **Resiliencia climática:** En 2022 se puso en marcha, en fase piloto, el sistema de evaluación de riesgos ambientales y sociales (SARAS). Su objetivo era identificar, evaluar, mitigar y monitorear estos riesgos en la cartera de actividades económicas de los emprendedores de Bancamía con el fin de descubrir cuáles eran las que tenían mayor impacto en el medioambiente para ayudar a 'descarbonizarlas' a través de nuestra oferta de productos y servicios financieros.
- **Vulnerabilidad climática:** Busca identificar la exposición de los emprendedores al cambio climático (fenómenos como las sequías, inundaciones, ciclones o el incremento de las temperaturas) que puedan afectar las actividades productivas de los microempresarios, su sensibilidad al cambio climático y su capacidad de adaptación. Anticiparnos a ello nos permite generar una oferta financiera según cada realidad climática (ej. un protocolo y crédito de emergencia para terremotos en Chile).
  En Bancamía, por requerimiento de la Superintendencia Bancaria y de acuerdo al modelo TCFD, se desarrollaron mapas de calor de vulnerabilidad climática a partir de estadísticas de distintas fuentes meteorológicas y climáticas. En ellos se han identificado a los clientes más expuestos a riesgos de fenómenos climáticos gracias a la geolocalización. De ahí surgieron los **seguros climáticos.** Éstos cubren las pérdidas causadas por fenómenos climáticos extraordinarios (*Mi Siembra Protegida* o *Mi Inversión Protegida* [Colombia]).

  En Banco Adopem, como parte del proyecto MEbA (Microfinanzas para la Adaptación de Ecosistemas), se ha creado un índice para medir la capacidad del cliente para adaptarse a cambios climáticos gracias al uso de prácticas y tecnologías a través de 17 dimensiones.[13]

13. Según el resultado de las 57 preguntas de las 17 dimensiones, la herramienta genera un valor entre 0 y 5 que proporciona la base para comparar el estado actual y la progresión del cliente en su proceso de adaptación al cambio climático basado en ecosistemas. El cálculo del índice puede arrojar uno de los siguientes resultados: De 0,01 a 2,00 = capacidad adaptativa muy baja / De 2,01 a 3,00 = capacidad adaptativa baja / De 3,01 a 4,00 = capacidad adaptativa media / De 4,01 a 5,00 = capacidad adaptativa alta.

Productos para la mujer

En 2022 seguimos impulsando productos y servicios financieros con enfoque de género y fortaleciendo los negocios de las mujeres por medio de distintas acciones de digitalización. Es innegable que las nuevas tecnologías y el acceso a Internet son fundamentales para el éxito de cualquier emprendimiento. Sin embargo, en América Latina y el Caribe todavía hay 70 millones de mujeres que no utilizan Internet en el móvil,[14] existiendo una clara brecha digital de género.

Desde la FMBBVA promovemos el uso de las nuevas tecnologías entre las emprendedoras a las que, a menudo, les asusta utilizarlas, no cuentan con los dispositivos más adecuados para conectarse o con los conocimientos necesarios para hacerlo, o no pueden permitirse los costosos planes de datos.

Por otro lado, estamos participando en estudios de inclusión financiera con un enfoque de género e interseccional (mujeres indígenas, migrantes, rurales).

Productos diferenciales

Perú: 22.000 mujeres en *Emprendiendo Mujer*

Se trata de un producto crediticio innovador y pionero en Perú centrado en potenciar la confianza y la fuerza emprendedora de sus mujeres. Fue diseñado en 2021 en alianza con el proyecto *Ignite* de CARE Perú y Mastercard Center for Inclusive Growth para brindar una oferta mejorada a clientas de crédito grupal (*Palabra de Mujer)*. Éstas, además, pueden acceder a programas de formación en educación financiera en la *app* Lista Express Perú. A noviembre de 2022, más de 22.000 mujeres se habían beneficiado de este producto.

Formación

770 emprendedores en Colombia. Habilidades de empoderamiento: Plataforma *Facilitamos su Progreso*

Al comprender la necesidad de dotar de enfoque de género a la educación financiera de nuestros clientes, hemos comenzado a incorporar material formativo a las habilidades de empoderamiento de la plataforma *Facilitamos su Progreso* de Bancamía. Algunos de estos materiales, como 'Género, negociación y juego de roles' y 'Diversidad, equidad e inclusión para el disfrute de un mundo compartido', contribuyen a erradicar las brechas de género.

Programa piloto *Emprendedores en Colombia. Liderazgo de la mujer*

En Bancamía hemos desarrollado el *Journey Mujer* para formular un programa de formación y fortalecimiento sobre habilidades blandas y liderazgo con el fin de facilitar a las emprendedoras el proceso de toma de decisiones, así como el acceso y la cercanía al sistema financiero. Este programa reconoce y da un nuevo significado a los roles femeninos desde una visión productiva y emprendedora, mostrándoles realidades financieras cotidianas que las involucran en la generación de riqueza y en su contribución a la sociedad.

14. Datos GSMA. *Mobile Gender Gap Report 2021.*

75 Clientas en Chile. *Despega Mujer-Fundación Luksic*

Este año se han incorporado otras 25 socias de Fondo Esperanza procedentes de distintas comunas de la Región de Ñuble, alcanzando un total de 75 beneficiadas. En su tercera edición consecutiva, el programa *Despega Mujer* contempla capacitaciones, mentorías 'uno a uno' y financiación de hasta USD 2.200. Las capacitaciones incluyen temáticas sobre mujer y emprendimiento, técnicas para hacer crecer el negocio, herramientas y *marketing* digital, liderazgo, formalización, innovación, productos y servicios, solicitud de fondos públicos y gestión de emprendimientos.

Programa piloto *Alianza TIGO-Microserfin*

En 2022 Microserfin consolidó una alianza estratégica con TIGO. Su propósito es potenciar el desarrollo productivo de las mujeres microempresarias que atiende en entornos urbanos y rurales para que accedan al conocimiento y a la formación sobre el uso de la tecnología y la implementen en sus negocios. El programa piloto será puesto en marcha en 2023 con 30 mujeres. Se ha previsto realizar jornadas, sesiones específicas o *workshops* para que las clientas logren su alfabetización digital o fortalezcan sus conocimientos y aprovechen el uso de las herramientas tecnológicas.

Digitalizando un producto exclusivo para las mujeres: *Palabra de Mujer* (PDM)

En 2022, este crédito individual con garantía solidaria se fortaleció gracias a la aplicación digital *Banca Grupal,* que ha permitido digitalizar todo el proceso del crédito, desde su solicitud hasta su evaluación y desembolso. Entre las mejoras destaca la contratación electrónica del producto, posibilitando que las clientas realicen los desembolsos desde sus negocios u hogares. Asimismo, se lanzó la funcionalidad de autoservicio en la *app* de Financiera Confianza, mediante la cual las clientas pueden autoevaluarse, crear sus grupos e invitar a otras amigas a formar parte de ellos. Se acompañó de una campaña publicitaria donde se sortearon 200 teléfonos móviles. En noviembre 2022 ya se habían realizado 51.000 desembolsos a nivel nacional.

150 Clientas mediante el Hub *Emprendedoras Conectadas-Fundación Kodea-Google*

Fundación Kodea ha ejecutado durante cuatro años (2019-2022) el programa *Emprendedoras Conectadas,* generando un impacto entre más de 600 mujeres en Santiago, gracias al apoyo de Google Chile. Del total de mujeres que han pasado por esta iniciativa, el 70% terminó el programa, logrando montar su tienda virtual. En los seguimientos realizados, los resultados muestran que la incorporación de habilidades digitales transversales en sus negocios les ha ayudado a incrementar sus ventas.

En base a lo anterior, se propuso a Google.org, brazo filantrópico de Google, el desarrollo de la iniciativa Hub *de Emprendedoras Conectadas,* cuyo objetivo es multiplicar y potenciar el impacto de la adquisición de habilidades digitales para llegar a 1.500 mujeres emprendedoras a través de un programa de formación de formadores para organizaciones sociales. Además, desde noviembre 2022, se ha impulsado un programa fortalecido de capacitación directa destinado a 150 beneficiarias de Temuco y Concepción. Se concederá capital semilla a 400 emprendedoras que finalicen el curso: primero a las 150 que participen en la formación y más adelante a las 250 que entren en la siguiente fase.

Estudios

En 2021 Bancamía recibió el premio para la financiación de la investigación *Inclusión Financiera de las Mujeres y Cierre de Brechas de Género en Colombia* de manos de la CAF (Banco de Desarrollo de América Latina), superando a otros 39 postulantes. Desde entonces ha venido robusteciendo este recorrido de *Journey 360 Mujer* con la inserción de nuevos arquetipos de mujeres vulnerables y diversas como indígenas, afrodescendientes, raizales y pobladoras de territorios rurales, que son quienes se enfrentan a los mayores retos de inclusión financiera en este país.

Bancamía también ha participado en un estudio de FUNDES-USAID sobre sesgos de género a la hora de acceder al financiamiento por parte de las mujeres emprendedoras. Su objetivo es identificar y reducir la brecha de género producida por sesgos inconscientes en los procesos de prospección, selección, evaluación y aprobación de créditos. Se trata de incrementar, a través de un protocolo, la colocación de productos financieros y los montos desembolsados en manos de las microempresarias. Para ello, se han realizado encuestas y se ha analizado tanto la oferta como la demanda.

Del mismo modo, Microserfin participa en el Plan de Empoderamiento Económico de las Mujeres Indígenas liderado por el gobierno de Panamá, el Comité Asesor de Mujeres Indígenas de Panamá (CAMIP) y el BID. Este plan es la primera política pública de empoderamiento económico para mujeres indígenas en el país y una propuesta innovadora para la región, y busca la plena inclusión y el ejercicio de los derechos socioeconómicos de las mujeres indígenas panameñas en todo el territorio en los próximos cuatro años. Para más información, ir a https://www.mingob.gob.pa/plan-de-empoderamiento-economico-de-las-mujeres-indigenas-de-panama-pemip-2025/

Créditos de inclusión para la población migrante y desplazada

En la FMBBVA atendemos a migrantes como un modo de contribuir al desarrollo del país con un enfoque integral sobre el impacto social, la diversidad y la inclusión de los colectivos más vulnerables.

Durante 2022, los grandes flujos migratorios internos y los desplazamientos entre países han seguido siendo parte importante de la realidad social en las geografías en las que opera la Fundación. Se han caracterizado especialmente por el aumento de la migración venezolana y su consiguiente crisis de refugiados. Más de seis millones de venezolanos han emigrado a otros países de América Latina, siendo Colombia el principal país receptor: 2,3 millones.

Muchas de estas personas viven en condiciones laborales precarias e inseguras en sus países de acogida, con salarios bajos y sin seguridad social. La pandemia les ha afectado particularmente, aumentando aún más su vulnerabilidad. Resulta cada vez más necesario identificar y empoderar a estos segmentos —frecuentemente invisibles para el Estado— para ayudarlos a progresar.

Gran parte de esta población ya contaba con experiencia financiera en su país natal. Pero, al verse obligados a migrar, dejaron de contar con servicios financieros formales, encontrando dificultades para acceder a los mismos en el país de acogida, con frecuencia debido a la ausencia de documentos de identidad o permisos de residencia. Sin embargo, a pesar de tratarse de un colectivo con un alto potencial de generación de ingresos debido a su alta estabilidad personal y laboral y a su nivel de formación y experiencia, actualmente se encuentra desatendido: sólo el 18% de los adultos migrantes en Colombia cuenta con un producto o servicio financiero (en comparación con el 88% de la población colombiana[15]).

La FMBBVA presta especial atención a estos colectivos, apoyándolos mediante la inclusión financiera y las finanzas productivas y promoviendo así su desarrollo y bienestar.

Hasta finales de 2022, Bancamía (Colombia), Financiera Confianza (Perú), Fondo Esperanza (Chile) y Microserfin (Panamá) atendieron a más de 161.381[16] desplazados, migrantes y refugiados a través de programas e iniciativas especializadas como *Empropaz* (Colombia) o el programa ACNUR (Panamá). Además, durante el mismo año se han realizado estudios de oferta y demanda y para conocer el estado de inclusión financiera de la población migrante en Bancamía y Financiera Confianza.

15. Datos IFC 2022. Estudio mercado migrantes Colombia. Resumen Ejecutivo.

16. Clientes vigentes a Diciembre 2022, con productos de crédito y ahorro.

Estrategia de inclusión financiera para la población migrante, desplazada y refugiada con enfoque de género - IFC (Financiera Confianza y Bancamía).

Con el fin de mejorar los servicios financieros ofrecidos a refugiados y migrantes, en 2022 se desarrollaron estudios en conjunto con la Corporación Financiera Internacional (IFC) del Banco Mundial. A través grupos focales, de encuestas a la población migrante y del análisis de la oferta del sector financiero, se buscaba evaluar su acceso al mercado financiero, conocer su demanda y tanto las barreras como las oportunidades de negocio.

Entre los retos identificados se encuentran las barreras documentales a la hora de verificar su identidad; la ausencia de un historial crediticio; la no aceptación de documentos de identidad alternativos por parte de aseguradoras (lo cual les limita a la hora de obtener un crédito, ya que es necesario un seguro de desgravamen); la falta de adaptación de la tecnología y de los procesos internos de las entidades financieras y los sesgos contra este colectivo que suelen presentarse a menudo entre los equipos comerciales a la hora de atender a los migrantes. Gracias a este estudio se han hecho adaptaciones para poder ofrecer créditos a este segmento.

Una atención cercana, ágil, sencilla y flexible

Un proceso digital para una mayor agilidad

Si hay un proceso por excelencia en nuestras entidades, es el del otorgamiento del crédito, por lo que todas las entidades del Grupo FMBBVA están volcadas en su digitalización. Aunque se ha dado prioridad a este proceso, nuestros procesos de negocio también están en la ruta de digitalización.

Diferentes fases del proceso del otorgamiento del crédito están disponibles en modalidad de autoservicio para nuestros clientes en Bancamía (Colombia). El cliente, al acceder a su banca móvil, puede consultar y aceptar la oferta de crédito pre-aprobado.

En Perú, el asesor, durante su visita al emprendedor, puede desencadenar toda la documentación y enviarla a los firmantes —a través la *app Asesor*— para que puedan firmarla digitalmente de manera segura y sin necesidad de desplazarse a agencia alguna. Además, la solicitud de crédito ya se puede realizar desde la banca móvil, enlazando con el flujo de visitas que realiza el asesor si el resultado del preevaluador integrado en la *app* resulta favorable. Gracias a un *chatbot*, en 2022, se han ofrecido propuestas personalizadas de créditos preconcedidos que han permitido reducir los plazos de ofrecimiento y aceptación: de los cuatro meses de media, que tardaban anteriormente, a menos de dos días.

En Adopem (República Dominicana) se espera completar la expansión del expediente documental (herramienta que digitaliza todos los documentos asociados al crédito) a las 70 sucursales en los primeros meses de 2023, un paso imprescindible para empezar a modelar los procesos del crédito digital. En Fondo Esperanza (Chile), el 100% de las postulaciones ya son *online* y más de un 88% de las firmas son electrónicas.

Todas las entidades seguirán trabajando en el próximo ejercicio para implementar el proceso completo de otorgamiento. La inclusión de los no clientes será de gran importancia para alcanzar los objetivos marcados respecto al incremento del número de clientes y de desembolsos.

Finalmente, mediante la herramienta de geolocalización, las personas vulnerables han podido abrir una cuenta digital en su lugar de residencia y recibir mensualmente ayudas u otros productos financieros a los que antes no tenían acceso. Esta herramienta es clave, no sólo para ubicar al cliente con alta precisión en entornos no urbanizados (incluso a veces invisibles para el Estado), sino que permite tener una alta capilaridad de las entidades en el territorio nacional y aumentar la velocidad de distribución de los productos. En la etapa de la pandemia resultó fundamental para agilizar la entrega de las subvenciones. Actualmente también se utiliza para poder activar los mapas de vulnerabilidad climática.

Nuestra atención digital

2021		2022
392.000	Usuarios digitales	613.813 ↑
29.624	Ventas digitales (productos)	104.847 ↑
669	Nº de *onboarding* biometría	14.994 ↑
85,8 Mill. €	Transacciones canal banca móvil y *web*	112,95 Mill. € ↑
4,38%	Transacciones monetarias digitales	7,64% ↑

8.028 empleados	**557** oficinas y puntos ligeros de atención	**2.820** corresponsales propios	**105.244** puntos transaccionales

Avances destacados en 2022

Biometría facial

Se logra el alta en los canales digitales mediante la identificación segura del cliente y de su documentación:

- En Financiera Confianza se hizo extensivo a toda la base de clientes a lo largo de 2022.
- En Bancamía se estaban ultimando los desarrollos para ponerlos en marcha en 2023.
- En Adopem se incorporó en julio 2022. Además, se está concluyendo la inclusión de biometría en otros procesos críticos como el *logueo* con voz, el cambio de dispositivo o la cancelación de cuentas.

Firma electrónica

Se ha integrado en los procesos, automatizando así el envío de la documentación al cliente de forma segura para que éste la firme desde su propio celular.

- Los programas pilotos que se probaron en 2021 en Financiera Confianza y Fondo Esperanza se han consolidado como procesos esenciales de la entidad.
- En Bancamía, gracias a la firma digital, se posibilita que, en un *click*, el cliente tenga en su cuenta la cantidad previamente preaprobada.
- Microserfin inició la fase piloto tanto para contratos con clientes como para procesos internos.

Ventas digitales

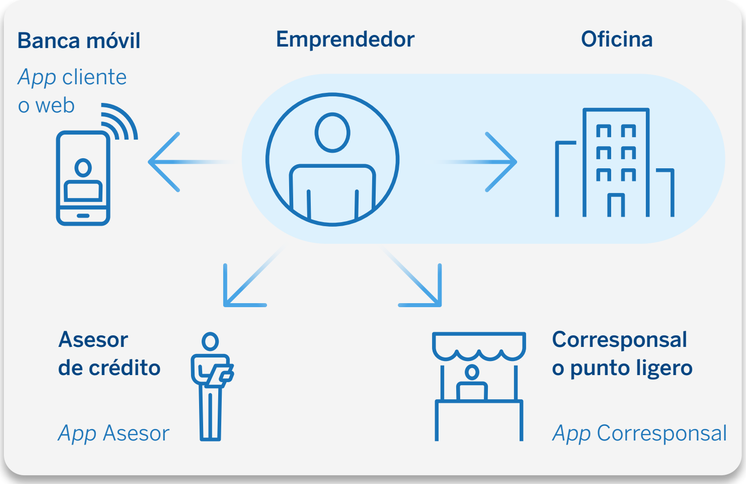
Trabajamos para que nuestros productos y servicios estén disponibles en formato digital y se puedan contratar en la modalidad de autoservicio.

- En 2022 se añadieron a la oferta digital seguros (Bancamía y Adopem) y cuentas de ahorro con 'bolsillos' (Financiera Confianza). Para más detalle, ver 'Salud financiera'.

Un modelo multicanal para una mayor cercanía

A todo lo anterior se añade una ampliada red de canales para acercar aún más, y poner a disposición de los clientes, todos los productos y servicios de la entidad, reduciendo o eliminando así los costes de desplazamiento. En todos los países se han desarrollado una serie de canales que van desde las oficinas tradicionales y los corresponsales bancarios hasta la propia banca móvil.

Un modelo de relación ampliado



De **1** a **+5** canales nuevos

- ***App* Asesor:** Ha sido concebida para que los asesores puedan dar servicio a los emprendedores en la gestión de cualquier operativa comercial de sus negocios garantizándoles el poder continuar atendiendo sus empresas y actividades productivas sin interrupciones.

- ***App* Corresponsal:** Está dirigida a los agentes corresponsales (microempresarios que gestionan un negocio de referencia en la comunidad) para que acerquen la operativa *cash in/cash out* a los emprendedores.
  A través de ella, éstos pueden realizar de manera más cómoda los pagos de sus cuotas y la retirada o ingreso de fondos. El acercar estas operativas a los clientes resulta de crucial importancia, ya que el uso de efectivo continúa siendo elevado entre la población vulnerable.

- ***App* Cliente y web:** Esta solución de autoservicio les permite realizar toda la operativa desde sus dispositivos evitándoles los desplazamientos. Además, les mantiene informados sobre sus productos y servicios en tiempo real.

Avances destacados en 2022

App Cliente

- **Rep. Dominicana** (AD): Ampliación considerable de capacidades en el pago de servicios, así como de la contratación y consulta de micro-seguros.

- **Panamá** (MS): Lanzamiento de la *app* y la web corporativa. En noviembre se puso en marcha el proyecto piloto en cinco oficinas y, en diciembre de 2022, se ofreció a todos los clientes. Además, se incluyó una nueva funcionalidad para el pago digital de las cuotas gracias a su integración con la plataforma *Yappy*.

- **Perú** (FC): Inclusión de reprogramaciones, solicitudes de crédito, creación de los grupos de *Palabra de Mujer* (PDM), cancelación de cuentas o la posibilidad de hacer referidos.[17]

Para ofrecer una mayor cercanía al cliente y eliminar costes de desplazamiento, se han desarrollado una serie de canales que van desde las oficinas tradicionales hasta la banca móvil

17. Referir un cliente desde otro grupo.

Nuevos avances

Es necesario ir más allá y buscar formas innovadoras de acercar la digitalización a los emprendedores con el fin de que puedan mejorar la productividad de sus negocios. De hecho, se ha demostrado que aquellos emprendedores que utilizaban herramientas digitales aumentaban un 30% el crecimiento de sus negocios y que, más de un 61% de los usuarios, vincularon estas mejoras, al menos parcialmente, a los productos digitales utilizados.[18] Por ejemplo, el uso de dinero digital es todavía limitado y el uso de las plataformas de comercio digital, si bien se ha consolidado durante la pandemia, disminuyó tras un pico inicial a principios de ésta. Con el tiempo, muchas microempresas volvieron a su *modus operandi* tradicional (a través del teléfono, en sus locales, en ferias) una vez fueron levantadas las restricciones de circulación.

Las entidades de la FMBBVA buscan permanentemente brindar apoyo a sus clientes, por lo que ya están trabajando en varias iniciativas:

- **La comunidad emprendedora:** En República Dominicana se ha desarrollado una propuesta de ecosistema digital para 5.000 emprendedoras dominicanas que será cofinanciada por el BID Lab en los próximos tres años. Este proyecto incluye la creación de contenidos formativos digitales en los ámbitos de empoderamiento y liderazgo, gestión del negocio y habilidades digitales, la capacitación en el uso de herramientas de vitrinas digitales a través de simuladores y una red social que permita fortalecer el *networking* de las emprendedoras. Esta plataforma virtual educativa ha sido desarrollada con Moodle y, en una primera etapa, se realizó una prueba piloto con más de 100 emprendedoras para el registro y pruebas de funcionalidad.

- **Iniciativas de pagos P2P:** Una opción más en la banca móvil es el envío de dinero mediante transferencias inmediatas, pudiéndose identificar al destinatario con tan sólo su número de teléfono móvil. Financiera Confianza ofrece esta opción en Perú mediante la utilización del PIN, mientras que Bancamía lo hace en Colombia en combinación con Transfiyá.

- **Apoyo digital:** Programas como la Esquina Digital de Financiera Confianza estimulan la adopción de la digitalización por parte de nuestros clientes, contribuyendo a que migren del canal físico al digital. Mediante este programa se orienta y se enseña el uso de la *app* y el *Homebanking* en las propias agencias. Se persigue tanto descongestionar las agencias como mejorar el servicio (objetivo: un 20% menos de atenciones en agencia).

- **Digitalización de medios de pago:** La trazabilidad de los pagos va a permitir que los clientes tengan mejor información y mayor control sobre sus ingresos y gastos y, por lo tanto, podrán contar con más mecanismos que les permitan mejorar su salud financiera. La industria de medios de pago se está transformando para conseguir procesos más fáciles y cómodos. Esto se está llevando a cabo mediante:
  - El pago a través de dispositivos móviles.
  - Medios de pago interoperables que rompan ecosistemas y que permitan realizar transacciones de forma sencilla entre distintas entidades.
  - Sistemas de compensación inmediata (transferencias) que eviten los raíles de las tarjetas y que, por tanto, resulten más económicos, obviando la utilización de éstas.

18. *The impact of digital transformation on underserved microbusinesses* (Nov. 2022, CFI).

Salud financiera

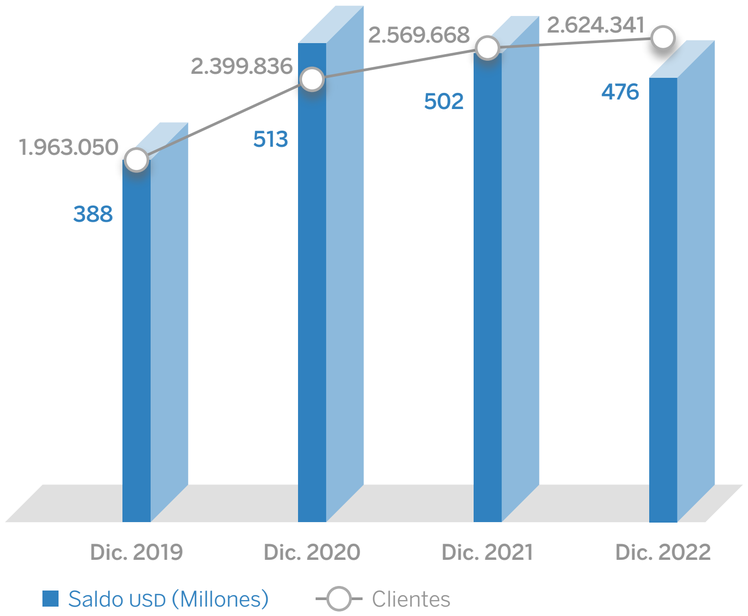
En el caso de emprendedores vulnerables, resulta clave profundizar en su capacidad para afrontar posibles *shocks* financieros y para recuperarse de ellos con recursos propios. Es decir, es preciso conocer cómo gestionan sus finanzas (gestión), cómo anticipan las situaciones futuras para afrontarlas (planificación) y con qué herramientas cuentan para poder hacerlo (acceso y uso).

Ahorro

La falta de ingresos es la principal barrera a la que se enfrentan los emprendedores (44%), seguida de la incapacidad para ahorrar (uno de cada cinco, es decir, el 23%, no lo consigue). Además, la reducción de las ventas provocada por la pandemia ha repercutido negativamente en la capacidad y fortaleza del ahorro de los emprendedores (para más detalles, ir al *Informe de Desempeño Social 2022*). A pesar de esto, el número de clientes de ahorro en el Grupo ha aumentado ligeramente, alcanzando los 2,6 millones. De esto se desprende que fomentar este hábito entre los emprendedores sigue siendo un reto.

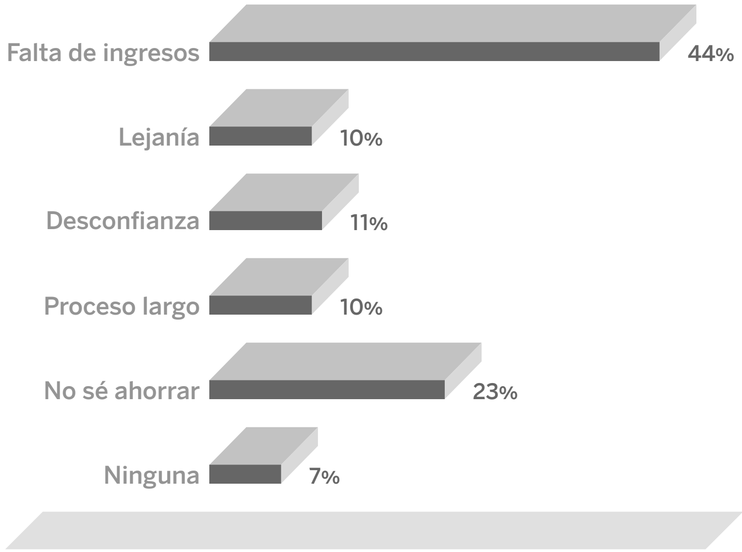
Total clientes con cuentas y/o productos de ahorro en cada año

Saldo total y clientes con ahorro y depósitos. Se excluyen clientes institucionales



Dificultad de ahorro

Total emprendedores encuestados en 2022, respuesta múltiple



La principal barrera a la que se enfrentan los emprendedores es la falta de ingresos (44%), seguida de la incapacidad para ahorrar (23%), por lo que tenemos una enorme oportunidad ante nosotros

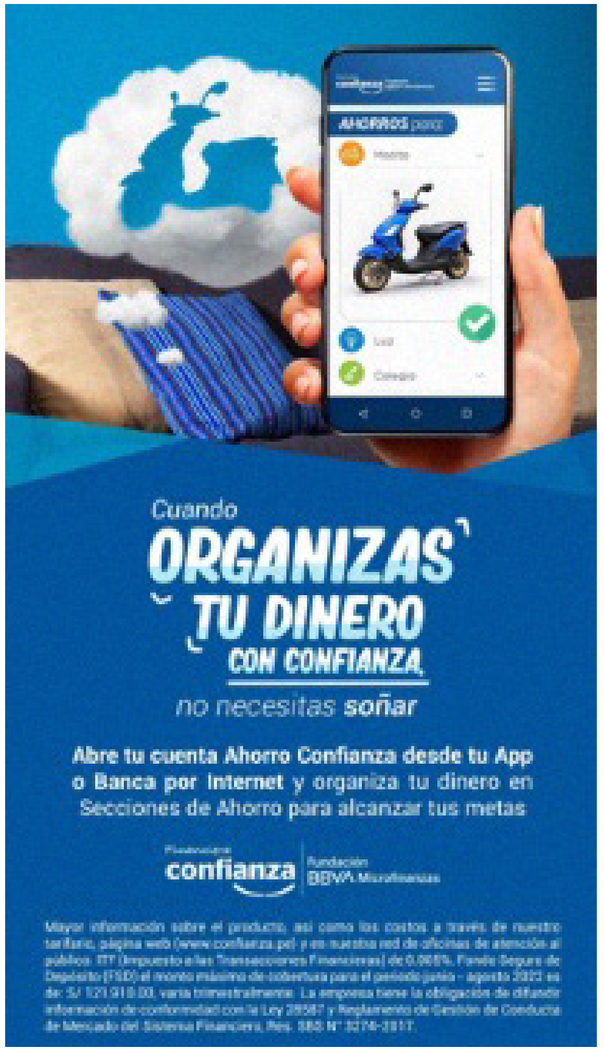
Seguros

Por ello se ha seguido avanzando en productos que fomenten los hábitos de ahorro mediante el establecimiento de objetivos y de metas concretas. En 2022, tras diversos programas piloto, Financiera Confianza ha lanzado una *app* de ahorro que admite la funcionalidad de 'bolsillos' o 'secciones de ahorro'. Este producto permite crear apartados de ahorro dentro de la cuenta de forma puntual o periódica ayudando al emprendedor a:

1. Organizar su saldo;
2. Separar sus ingresos, como ya hacía informalmente, en pequeñas huchas; y
3. Definir metas más a largo plazo al poder visualizar la evolución de sus bolsillos y entender con claridad lo que va separando y consiguiendo. El objetivo es simplificar la información para que pueda tomar decisiones.

Adicionalmente se ha avanzado en la digitalización de los procesos de contratación, la consulta de saldos y la operativa, permitiendo a los clientes más avezados digitalmente operar sin moverse de casa o del negocio.

La funcionalidad se implementará en Colombia y República Dominicana en los primeros meses de 2023.



Los seguros son otra herramienta para mejorar la salud financiera ya que ayudan a protegerse de eventos desfavorables y evitar gastos inesperados que puedan poner en peligro la sostenibilidad de los ingresos del hogar. Por ejemplo, un contratiempo de salud (propio o de un familiar) puede desestabilizar la fuente de ingresos del negocio.

Nuestras entidades cuentan con una amplia cartera de seguros que vienen desarrollando y mejorando año tras año. Destacan los seguros enfocados a cubrir los daños que puedan sufrir el negocio o la cosecha (en el caso del sector agropecuario), y los seguros de salud o vida, centrados en mitigar cualquier situación desfavorable relacionada con la salud (ver 'Salud').

En 2022 hemos continuado ajustando la oferta de seguros para los emprendedores. En Colombia, Bancamía trabaja por definir un producto específico para tenderos que proteja sus negocios y para hacer más inclusivo el producto *Mi bolso protegido*. En Panamá, donde no existía oferta para estos emprendedores, Microserfin ha lanzado este servicio, por lo que esto ha supuesto un hito para ellos. Los seguros de vida, enfermedad (oncológico) y accidentes han tenido una gran acogida. En 2023 el objetivo es expandir el seguro oncológico en Perú (Financiera Confianza) y la cobertura para mujeres en Chile (Fondo Esperanza).

Educación financiera

En 2022 hemos seguido promoviendo la formación y la capacitación de los emprendedores a través de diversas plataformas y canales digitales y presenciales.

Formación

696.450 personas formadas
reciben educación financiera y/o acompañamiento

90.803
personas formadas en **habilidades digitales**

3.257 usuarios
de la plataforma educativa virtual

Presencial
63%

Virtual
18%

Híbrido
19%

Educación financiera
76% de las acciones formativas

A lo largo del año, casi 700.000 personas han recibido asesoramiento financiero, formación o han visualizado sesiones de capacitación virtual en las distintas entidades de la FMBBVA, experimentando un crecimiento interanual del 17% respecto a 2021. De ellas, más de 440.000 personas fueron asesoradas de forma presencial por Bancamía a través de su programa de educación financiera *Echemos Números,* que se desarrolla durante las visitas a los emprendedores. Por este programa Bancamía ha recibido el Sello de Calidad, en la categoría Gestión de Capacidades en Educación Financiera Nivel 1, otorgado por la Superintendencia Financiera de Colombia, lo que le convierte en el primer banco del país en obtener un reconocimiento de este tipo.

El 91% de esta educación la imparten directamente nuestras entidades. En cuanto a la modalidad de formación, el número de personas capacitadas de forma virtual ha aumentado en 123.806 (18% del total), de las cuales 92.843 se han conectado a las sesiones virtuales de formación de Fondo Esperanza (principalmente a través de la Escuela de Emprendimiento). En cuanto al formato híbrido (presencial + virtual) se capacitaron 450.000 personas, principalmente a través de la formación mensual realizada por Financiera Confianza para las clientas de PdM (*Aprendiendo Confianza).* La mayoría fueron mujeres (un 68%).

El 73% de los contenidos consiste en educación financiera mientras que un 23% en habilidades digitales.
El 80% de los emprendedores que reciben esta formación son clientes del Grupo.

La entidad que ha asesorado a más personas es Bancamía, con un 65% del total (457.045 personas), seguida de Fondo Esperanza con un 14% (98.740), Financiera Confianza con un 12% (84.800), Banco Adopem con un 5% (34.520) y Microserfin con un 3% (21.330).

A lo largo del año, casi 700.000 personas han recibido asesoramiento financiero, formación o capacitación virtual en las distintas entidades de la FMBBVA, creciendo un 17% respecto a 2021

Bienestar

Cuando iniciamos nuestra andadura sólo veíamos al emprendedor, al cliente que con su esfuerzo intentaba sacar adelante a su familia. Con el tiempo, observamos el hogar en su conjunto y cada vez somos más conscientes de las múltiples dimensiones de la vulnerabilidad.
Es decir, si podemos contribuir a que los hogares tengan unos estándares mínimos de vida, podremos reducir sus imprevistos y, por ende, mejorar sus oportunidades de progreso. Y para poder ayudarles mejor necesitamos conocerlos mejor. Por ello, en 2021 realizamos unas encuestas sobre pobreza multidimensional cuyos resultados mostraron que un 23% de los hogares se encontraba en este estadio.

Consecuentemente, en 2022 hemos avanzado en dos direcciones:

Oferta de desarrollo

Estamos diseñando una oferta de valor que cubra las carencias de nuestros emprendedores y que mejore el bienestar de sus hogares, bien directamente (con un producto/servicio interno), o a través de una alianza con un tercero (ej. seguro de salud).

Datos sobre pobreza multidimensional

Se trata de medir las carencias que tienen los hogares de cada uno de los clientes atendidos para construir un Índice Interno de Pobreza Multidimensional (IIPM).
La metodología se basa en el estándar internacional avanzado de 2021 (Alkire-Foster), con ajustes menores.

La información obtenida estará disponible a partir de 2023.

Vivienda

De los aproximadamente 600 millones de habitantes de América Latina y el Caribe, alrededor de 120 millones viven en asentamientos de viviendas informales e inadecuadas.[19]

Créditos para la mejora de la vivienda

Colombia, Perú, República Dominicana y Panamá

35.710 clientes

USD 120 Mill.

La Fundación, en su afán por mejorar el bienestar integral de sus clientes, cuenta con varios productos e iniciativas para que puedan mejorar sus viviendas, como el crédito *Ecovivienda* de Banco Adopem, *Construyendo Confianza* de Financiera Confianza, el *Crédito de Desarrollo Vivienda* de Bancamía o el producto *Casafin* de Microserfin.

Los créditos están diseñados para realizar mejoras en la vivienda donde habita el emprendedor, bien sea por las propias necesidades o carencias del hogar o para distinguir la zona habitable de la de trabajo.

Un asesor financiero acompaña al cliente durante todo el proceso, brindándole información para realizar las mejoras o para solucionar imprevistos a un menor coste. Dicho asesor visita la vivienda para analizar el crédito, valida con el emprendedor las mejoras que éste quiere realizar y toma fotos de la vivienda antes y después del crédito verificando los resultados. El asesor también puede brindar su opinión sobre otras mejoras que detecte que la vivienda pueda necesitar y que no se hayan identificado o priorizado.

En 2022 se mejoró considerablemente el producto *Casafin* de Microserfin (Panamá). Éste nació en 2008 como fruto de un convenio de cooperación técnica con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y que luego fue adaptado a las necesidades locales. Algunos de los destinos de este tipo de financiación son:

- **Mejoras de infraestructuras:** construcción de paredes, techos o sanitarios, instalación de cisternas o tanques, instalación de paneles solares.
- **Ampliaciones:** construcción de cuartos adicionales, ampliación de la sala, cocina o terraza.

Ánalisis visual de la propiedad

microserfin

Crear necesidad o anticipar mejoras

Visita a la vivienda

Conversación

Reconocer la mejora

Foto antes y después

- **Construcción nueva:** de una segunda vivienda dentro del terreno del cliente o de un local para el negocio.
- Y/o **titulación del terreno:** legalización de la propiedad del titular del crédito donde vive y/o desarrolla su actividad comercial.

19. CAF. Marzo 2022.

Acceso al agua

Debido a las carencias que los hogares colombianos presentan en esta dimensión, Bancamía ha realizado un estudio de mercado para diseñar un producto de *Agua y Saneamiento* que será implementado en 2023. El objetivo es facilitar la financiación necesaria para brindar acceso a acueducto[20] y alcantarillado y, posteriormente, a otros servicios sanitarios como inodoros, pozos, agua pluvial, filtros, etc. Para ello, se han identificado diez municipios con carencias en saneamiento básico y donde Bancamía tiene presencia. Este proyecto se enmarca en el establecimiento de alianzas con los gobiernos locales para lograr un impacto positivo dentro de las distintas regiones.

20. Agua potable.

21. La financiación cubre la matrícula, los gastos de manutención y materiales, así como equipos complementarios para el estudio. Se ofrece en distintos formatos, como pagos parciales o periodos de gracia.

Educación

24 becas universitarias a hijos de emprendedores
Colombia y Perú

Créditos educativos a hijos de 3.306 clientes
USD 1,6 Mill.
Colombia, Perú y República Dominicana

Créditos para impulsar la educación

El 42% de nuestros clientes vive en hogares donde hay al menos un adulto que no ha completado el mínimo de años de escolarización exigido para su grupo de edad. Reconociendo esta realidad, estamos potenciando la oferta de créditos educativos existente para impulsar la formación a cualquier miembro del hogar de nuestros emprendedores tanto en República Dominicana como en Perú.

- **República Dominicana:** Se ha diseñado una financiación con un amplio rango de cobertura[21] destinada a fomentar la educación superior de jóvenes de escasos recursos. Desde 2015 hasta 2022 se habían financiado a más de 660 estudiantes en diferentes ámbitos. Más del 80% de los que culminaron sus estudios había conseguido un trabajo. Por otro lado, con el objetivo de apoyar en el fortalecimiento de los créditos educativos, se formalizó una alianza con Opportunity International para la ejecución de un proyecto que contempla el fortalecimiento y la capacitación del personal de los colegios atendidos por Banco Adopem. Asimismo, también financia la matrícula, el año de colegiatura, los materiales y los equipos.

- **Perú:** Financiera Confianza continuó impulsando su *Crédito Educativo*. Este producto crediticio fue creado en 2018 para facilitar a sus clientes y a sus familias el acceso a estudios superiores técnicos o universitarios de pregrado y a la capacitación para la realización de oficios. Además, cubre los gastos asociados a una buena educación, como equipos electrónicos e idiomas. A lo largo del año se hicieron mejoras al producto, permitiendo que el *Crédito Educativo* también pudiera destinarse a financiar la educación básica, los gastos escolares asociados y a modificar los montos y plazos de los ciclos de estudios. Al cierre de 2022 se habían beneficiado más de 3.000 clientes a nivel nacional.

Becas para los hijos de los emprendedores

Como parte de nuestro compromiso por la educación de los más vulnerables, en 2022 otorgamos 14 nuevas becas para que los hijos de nuestros emprendedores pudieran acceder a la universidad.

Por un lado, BBVA Colombia y Bancamía doblaron su apuesta, entregando 10 nuevas becas universitarias a hijos de microempresarios atendidos por Bancamía en una nueva edición de la beca *Transformando Realidades.* A ella se presentaron cerca de 1.300 *curriculum vitae* de emprendedores y de sus hijos desde 325 municipios del país. Este número superó en un 30% las solicitudes del año anterior. El 72% de las candidaturas fueron de mujeres emprendedoras; el 84% se encontraba en condiciones de vulnerabilidad económica; el 36% vivía en zonas rurales y el 38% contaba con educación primaria a lo sumo.

Por otra parte, cuatro jóvenes fueron los ganadores de la versión peruana de este programa de becas que, bajo el lema "Nuestra Confianza en el futuro de tus hijos", lanzó este año por vez primera Financiera Confianza. 341 hijos de emprendedores de 82 localidades del país andino se presentaron con el sueño de convertirse en universitarios.

El acceso a la universidad, una puerta que se abre para jóvenes de escasos recursos en Colombia y Perú

Salud

Uno de los rasgos comunes de nuestros emprendedores es la carencia de asistencia básica y de cobertura de salud que padecen debido a los débiles sistemas de protección social de la región, principalmente aquellas personas que se encuentran en situación de informalidad. El 17% de nuestros clientes vive en un hogar donde al menos uno de sus miembros no tiene seguro de salud (público o privado).[22] Los gastos por emergencias de salud suponen además una fuente de empobrecimiento para miles de personas vulnerables.

Seguros de salud y asistencias

Colombia y Panamá

211.715 asegurados

Conscientes de las necesidades y carencias de protección en el ámbito de la salud, las entidades de la Fundación han lanzado distintos microseguros con diferentes coberturas y planes. Entre ellos, contamos con las siguientes tipologías:

- **Seguros con asistencias de salud:** Se trata de productos que incluyen coberturas médicas como consultas generales, pediátricas y geriátricas —tanto telefónicas como presenciales—, analíticas, mamografías, ambulancias, etc. Ofrecidos por nuestras entidades de Colombia, Chile y Panamá. Su coste mensual oscila entre los USD 0,30 y USD 1,60 en función de las coberturas contratadas.

- **Seguros oncológicos:** Cubren el pago del crédito en caso de diagnóstico positivo de cáncer de mama, útero, próstata, etc. En algunos casos incluyen el pago de una cantidad para la canasta básica. Estos productos tienen un enfoque de género y están presentes en Colombia, Panamá y Perú.

- **Seguros de salud y enfermedades graves:** Desarrollados en por Bancamía (BA) en Colombia, ofrecen indemnizaciones por enfermedades como Alzheimer, Parkinson, parálisis, infartos de corazón, COVID-19, etc. Con un coste mensual que se sitúa entre USD 1 y USD 4.

El 17% de nuestros clientes vive en un hogar donde al menos uno de sus miembros no tiene seguro de salud, reflejo de los débiles sistemas de protección social de la región

22. Resultados del IIPM-2021. Ver *IDS 2021.*

En diciembre de 2021, perseverando en nuestros esfuerzos para proteger la salud de nuestros emprendedores, Bancamía lanzó el seguro *Asistencia para tu Salud*. Entre otras cosas, ofrece atención a casos de COVID-19, compensación diaria por hospitalización causada por accidente, orientación médica, psicológica y de nutrición por vía telefónica, traslado médico terrestre, consultas con médicos generales o especialistas en consultorio y referencias telefónicas de especialistas. Incluye además tarifas preferenciales, exámenes médicos (analíticas), médico a domicilio y servicios de odontología. El coste de esta póliza oscila entre los USD 3 y los USD 4 mensuales en función del plan contratado.

Por otro lado, Microserfin lanzó en Panamá, en marzo de 2022, su microseguro oncológico que protege y apoya con recursos económicos inmediatos en caso de ser diagnosticado por primera vez con cualquier tipo de cáncer. Cuenta con distintos planes que oscilan entre los USD 0,65 y los USD 3,30 mensuales. Puede ser solicitado por clientes

de la entidad que tengan entre 18 y 70 años, así como por cualquier miembro de su familia inmediata (cónyuge e hijos). No se exige ningún examen médico previo a su contratación y además brinda apoyo económico para cirugía estética en caso de reconstrucción por cáncer.

Este microseguro fue reconocido con una mención honorífica en la categoría de Empoderamiento de la Mujer en la segunda versión de los Sellos ODS impulsados en Panamá por el Gobierno Nacional y el Sistema de Naciones Unidas.

En Chile, Fondo Esperanza ha realizado los estudios cualitativos con sus emprendedoras para el desarrollo de un seguro oncológico-mujer. El objetivo es ofertar un producto que tenga cobertura por diagnóstico y cirugía reconstructiva, además de incluir, si fuera necesario, apoyo psicológico y exámenes preventivos, entre otros servicios, ambos muy valorados por las mujeres que participaron en los *focus group*. Se espera su lanzamiento en el primer semestre de 2023.

Conectividad

Un tercio de la población mundial (2.700 millones de personas) sigue sin conexión a Internet.[23] La falta de conectividad en algunos territorios, la dificultad de acceso a dispositivos, lo elevado de su coste o la falta de conocimientos sobre su uso son las principales barreras que acentúan esta brecha digital y que afecta sobre todo a los más vulnerables.

Uno de los compromisos del Grupo FMBBVA es precisamente ayudar a disminuir la brecha digital, promoviendo así la inclusión financiera y no financiera entre la población más vulnerable. Por ello, desde hace años, venimos trabajando en los tres pilares que, según nuestro entendimiento, componen esta división: 1. Accesibilidad y herramientas con enfoque en las infraestructuras (conexión satelital, TVWS[24]), precios de la conexión y herramientas (dispositivos móviles, *tablets*, etc.); 2. Ecosistema digital a disposición del cliente (*apps*, *marketplace*, economía digital, plataforma educativa); y 3. Alfabetización digital, con especial énfasis en grupos sociales desfavorecidos (indígenas), personas mayores y mujeres.

Conectividad digital

70 corresponsales ofrecen conectividad digital en zonas alejadas de Colombia y Perú

En 2021, Financiera Confianza y Bancamía iniciaron el programa piloto *Conectividad Remota* para llevar conexión vía satélite a zonas distantes y rurales donde hasta entonces no se disponía de acceso a Internet. Estas zonas eran, en su mayoría, comunidades rurales con altos niveles de pobreza y acceso limitado a los servicios financieros.

En 2022 se ha avanzado con esta iniciativa. Bancamía ha continuado con la instalación de nuevos corresponsales propios en nuevas zonas de Colombia, con puntos de Internet satelital u otras formas de conexión más idóneas según la particularidad de la zona. El año se ha cerrado con 20 corresponsales con conexión, cuatro de los cuales tienen Internet satelital y 16 Internet local. Gracias a ello, se han realizado más de 3.450 transacciones y unas 139 personas se han podido beneficiar del uso de Internet este año.

Financiera Confianza se ha fijado la meta de instalar 40 antenas satelitales dentro de los 20 departamentos de Perú en las zonas donde el acceso a Internet es nulo o intermitente. Esto le permitirá seguir aumentando su oferta de valor de productos, servicios, canales, capacitación y, sobre todo, continuar ahondando en las posibilidades que brinda el acceso a Internet. Este año se han logrado instalar 50 antenas satelitales. A lo largo de 2022 se han realizado 11.960 transacciones y 1.609 personas se han beneficiado de la conexión a Internet.

Uno de los compromisos del Grupo es ayudar a disminuir la brecha digital, promoviendo la inclusión financiera y no financiera entre los más vulnerables

23. https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2022/11/24/ff22-internet-use/

24. TV White Space.

Testimonio de Nélida Buendía

"Mi nombre es Nélida Buendía Gutiérrez. Mi experiencia como agente es muy buena. Me siento contenta. Los clientes ya se están adaptando al voucher digital. La comunidad y los niños son quienes más se benefician con el Internet porque pueden acceder a información en línea y también realizar sus clases virtuales. Ahorran dinero al realizar sus operaciones con el agente porque el costo de transporte hasta la agencia es muy elevado.

Desde que soy agente, mi negocio y las ventas se han incrementado, teniendo mayores ingresos. Financiera Confianza me apoyó con el crédito para incremento de mi cupo y puedo atender a un mayor número de clientes.

Los beneficios que me ofrece Financiera Confianza son buenos y es un ingreso más para el crecimiento de mi negocio."

Actividad institucional 2022

Inclusión e impacto social 58

Empoderamiento de la mujer 62

Digitalización 64

Medioambiente 67

Alianzas 68

Acto 15 aniversario 70

Reconocimientos

FMBBVA 71

Bancamía · Colombia 71

Financiera Confianza · Perú 72

Banco Adopem · República Dominicana 72

Fondo Esperanza · Chile 72

Microserfin · Panamá 72

Inclusión e impacto social

Madrid, 1 de febrero
Entrega de los XXI Premios CODESPA
Reconocimiento a Bancamía en la categoría *Innovación Social para los Negocios Inclusivos*

Ciudad de Panamá, 2-4 de marzo
Acto interno Microserfin
Planificación Estratégica 2022: *Juntos lo hacemos posible*

Lima, 4 de marzo
Semana Mundial del Ahorro. OCDE & SBS
Necesidades de financiamiento en contexto post-COVID 19 de los empresarios MYPE

París, 28 de marzo
OECD netFWD 2022 Annual Meeting
Shifting paradigms? Unveiling foundations' new thinking to address global challenges. Shifting the Centre of Gravity

Madrid, 5 de mayo
Internal Comms Day 2022
Mesa *People & Transformation*

Madrid, 9 de mayo
Acto FMBBVA
Becas DIME

Lisboa, 18-20 de mayo
ASTP Annual Conference
The Many Faces of Knowledge Transfer
Social Innovation – why (and how) we should connect research institutions and sustainability

Colombia, 19 de mayo
The Trust for the Americas – OEA
Evento cierre *Impulso Digital*

Madrid, 8 de junio
COFIDES. Investors' Day 2022
Entrega VII edición de los premios a la Internacionalización y Desarrollo

Inclusión e impacto social

Madrid, 4 de julio
Acto interno FMBBVA
10 Historias que Transforman Realidades

Madrid, 6 de julio
Audiencia en la Embajada de Colombia
Becados *Transformando Realidades*

Actos FMBBVA: Presentación del *Informe FMBBVA 2021*

• En **Colombia: Bogotá,** 19 de julio

• En **República Dominicana: Santo Domingo,** 26 de julio

• En **Perú: Lima,** 21 de julio

• En **Panamá: Ciudad de Panamá,** 27 de julio

Madrid, 12 de julio
Acto interno FMBBVA
Un café con Jéssica Hernández, emprendedora de Bancamía

Cartagena de Indias, 17-19 de agosto
56ª Convención Bancaria de Colombia
Profundización del crédito Pymes
Asobancaria

Inclusión e impacto social

Nueva York, 18 de septiembre
Cumbre de la ONU sobre la Transformación de la Educación
Philanthropy's high-level event
OECD netFWD, IEFG, GPE, UNESCO & NORRAG

París, 28-29 de septiembre
SPTF Annual Meeting
Outcomes: Exploring the connection between investment in social and environmental performance management and better client outcomes

Madrid, 29 de septiembre
EduFin 2022
El crecimiento inclusivo como piedra angular del desarrollo sostenible. Centro para la Educación y Capacidades Financieras de BBVA

París, 10 de octubre
Education Philanthropy Community after Transforming Education Summit
OECD netFWD, IEFG, GPE, UNESCO & NORRAG

Ginebra, 11 de octubre
73ª sesión del Comité Ejecutivo de ACNUR
Private Sector Engagement and Forced Displacement: Beyond CSR

Nueva York, 11 de octubre
ECOSOC
Tercer comité

Madrid, 25 de octubre
Senior International HR
Nuevos roles y Posiciones HR Multipaís

Madrid, 25 de octubre
Aprendemos Juntos

Inclusión e impacto social

Barcelona, 15 de noviembre
Gala de los XIII Premios Corresponsables

Medellín, 23 y 24 de noviembre
Reportaje en *El Mundo*
'Los hijos de las Microfinanzas'

Lima, 30 de noviembre
Acto FMBBVA & Financiera Confianza
Entrega de Becas *Ponemos nuestra Confianza en el futuro de tus hijos*

Bogotá, 1 de diciembre
Acto FMBBVA, Bancamía & BBVA
Entrega de Becas *Transformando Realidades*

Empoderamiento de la mujer

Madrid, 25 de enero
Parlamento Europeo
Encuentro con la vicepresidenta de la Comisión de Derechos de las Mujeres e Igualdad de Género

Santiago, 26 de enero
62ª Reunión de la Mesa Directiva
de la Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe

París, 23 de febrero
Grupo de Trabajo para la igualdad de Género del netFWD de la OCDE
Pioneering advocacy for gender equality: Philanthropy at the frontline of policy and social norms change

Bogotá, 7-11 de marzo
Acto Bancamía. II Semana de la Equidad
- *Mujer y Sostenibilidad: el papel de las Microfinanzas Verdes*
- *Un mundo compartido*

Nueva York, 14-25 de marzo
CSW66 ONU
Cambio climático, medioambiente y reducción del riesgo de desastres
Harnessing COVID-19 recovery for gender equality and a sustainable future

San Francisco, 15-17 de marzo
Gender Equity + Financial Inclusion Forum
State of the Market: Gender equity and lessons learned from COVID
USAID & Kiva

21 de marzo
Foro Generación Igualdad ONU
Action Coalitions Private Sector and Philanthropy Global Meeting

Madrid, 14 de junio
Sesión en el **Master in International Development**
Rol del sector privado y la filantropía en la igualdad de género
IE & UN System Staff College

Estambul, 29-30 de junio
24th MFC Annual Conference
Microfinance Investing Through Uncertainty
Fair Finance for Women: how to Invest with Gender Lens?

Nueva York, 21 de septiembre
ONU Mujeres Generación Igualdad
Action Coalition on Technology and Innovation
A year of action: Building more equal and inclusive digital societies through multi-stakeholder partnerships

Madrid, 11 de Octubre
IICA, AECID & EFE
Mujeres rurales en América, custodia de la seguridad alimentaria y el desarrollo rural

Santo Domingo, 26 de octubre
Encuentro Empresarial España-República Dominicana
Sesión *Mujer y empresa en República Dominicana: competitividad empresarial y desarrollo*
ICEX

Empoderamiento de la mujer

Madrid, 2 de noviembre
XI Edición Programa Fortalecimiento de la Función Pública en América Latina
Desafíos de desigualdad en América, mujer y pobreza
Círculo de Orellana

Luxemburgo, 17 de noviembre
Ministerio de Asuntos Exteriores y Europeos de Luxemburgo, e-MFP, InFiNe.lu & EIB
Ceremonia de entrega del Premio Europeo de las Microfinanzas

Madrid, 18 de noviembre
El tiempo de la mujeres
Mesa redonda *Sostenibilidad*
El Mundo | Yo Dona

Ciudad de Panamá, 23 y 24 de noviembre
ONU Mujeres
Consulta regional
Desarrollo de la estrategia global de relacionamiento con el sector privado

Ciudad de Panamá, 22 de noviembre
Acto Microserfin, FMBBVA & ONU Mujeres
Acelerando la autonomía económica y la inclusión digital de la mujer emprendedora

Ginebra, 8 de diciembre
Ceremonia de entrega de los premios *EQUALS in Tech*
Ponencia marco

Digitalización

16 de febrero
WEF EDISON Alliance
Financial Inclusion Focus Area group

Ginebra, 4 de abril
EQUALS Global Partnership for Gender Equality in the Digital Age
Members meeting

5 de abril
FinDev (CGAP)
Digitization in Microfinance: Case Studies of Pathways to Success

25 de abril
EQUALS Global Partnership for Gender Equality in the Digital Age
Access Coalition 1st Quarterly Meeting

9 de mayo
WEF EDISON Alliance
Champions Deputies & Executive Network meeting

Davos, 23 de mayo
WEF EDISON Alliance
Champions meeting
World Economic Forum

Kigali, 6-16 de junio
Conferencia Mundial de Desarrollo de las Telecomunicaciones
Partner2Connect Digital Development Roundtable.
Unión Internacional de Telecomunicaciones (ONU)

Antigua, 7-8 de julio
Foro sobre el Fortalecimiento de la Transformación Digital en América Latina
Unión Internacional de Telecomunicaciones (ONU)

14 de julio
Boulder Institute of Microfinance
Programa de Transformación Digital de las Instituciones de Microfinanzas. Gestión de un modelo de microfinanzas Hi tech - Hi touch

Digitalización

Nueva York, 17 de septiembre
EQUALS Annual Partners Meeting
A year of commitments from the EQUALS Global Partnership

Nueva York, 18 de septiembre
Encuentro de la Coalición Digital Partner2Connect durante la Asamblea General de las Naciones Unidas
Forging paths to digital transformation and inclusive digital societies

Nueva York, 16 de septiembre
EQUALS Coalition Meetings
Skills coalition

Nueva York, 21 de septiembre
WEF Edison Alliance
Encuentro de los miembros durante la Asamblea General de las Naciones Unidas

Digitalización

4 de noviembre
WEF Edison Alliance
Champions Deputies & Executive Network meeting

Madrid, 29 de noviembre
20 Aprendizajes de la transformación
Both people & Comms

Ginebra, 8 de diciembre
Reunión anual de Partner2Connect, ONU
Reporting session: *Implementation of P2C pledges*

Santo Domingo, 13 de diciembre
Partner2Connect, ONU
Reunión preparatoria para la Mesa Nacional de Planificación de 2023

Medioambiente

Quito, 28 de marzo-1 de abril
FAO LARC37
Conferencia Regional para América Latina y el Caribe
37º período de sesiones

Luxemburgo, 7 de abril
European Microfinance Platform
Green Inclusive and Climate Smart Finance Action Group meeting

Luxemburgo, 2 de junio
European Microfinance Platform
Green Inclusive and Climate Smart Finance Action Group meeting

3 de junio
La **FMBBVA** se adhiere a:
- **Filantropía por el Clima**
  Compromiso Internacional de la Filantropía frente al Cambio Climático
- **Asociación Española de Fundaciones**
  Pacto por el Clima de las fundaciones españolas

Luxemburgo, 30 de junio
10 years of green inclusive finance assessment:
What data says, how the sector evolved, where do we stand and where do we want to go
Green Inclusive and Climate Smart Finance Action Group - European Microfinance Platform

Luxemburgo, 13 de julio
European Microfinance Platform
Green Inclusive and Climate Smart Finance Action Group meeting

Luxemburgo, 16-18 de noviembre
European Microfinance Platform
European Microfinance Week
Action Group on Green Inclusive and Climate Smart Finance Working Session

Alianzas

Madrid, 13 de enero
AGCID
Visita del director de la Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Cristián Jara

Nueva York, 2 de febrero
ECOSOC Partnership Forum 2022
Building back better from the coronavirus disease (COVID-19) while advancing the full implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development

Madrid, 16 de febrero
AECID
Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
Visita del gerente general del FONPRODE, Carlos Jiménez

Madrid, 5 de abril
WEF
Visita a la sede de la FMBBVA de la Lead for the ICT industry, Isabelle Mauro

Madrid, 12 de mayo
Reunión Fundaciones Corporativas
Asociación Española de Fundaciones

Madrid, 23 de mayo
ONU Mujeres
Visita de la Directora Regional para las Américas y el Caribe, María Noel Vaeza

Davos, 23 de mayo
WEF
La FMBBVA se adhiere a EDISON Alliance

Kigali, 9 de junio
ONU
La FMBBVA se adhiere a la Coalición Digital Partner2Connect

Bogotá, 23 de junio
El Patronato de la FMBBVA se reúne con USAID en su sede de Colombia

Madrid, 29 de junio
BCIE
Visita en la sede de la FMBBVA del representante en Europa de la Fundación de Apoyo Social del Banco Centroamericano de Integración Económica, Enrique Manzanares

Madrid, 7 de julio
Ministerio de la Mujer de República Dominicana
Visita a la sede de la FMBBVA de la Ministra, Mayra Jiménez

Alianzas

Washington, 7 de julio
OEA
Reunión con la CEO del Trust for the Americas

Nueva York, 18 de septiembre
Reunión con Partner2Connect

Nueva York, 19 de septiembre
OEA
Reunión con la CEO del Trust for the Americas

Nueva York, 20 de septiembre
Recepción del Presidente de Chile durante la Asamblea General de las Naciones Unidas

Madrid, 26 de septiembre
Acto FMBBVA & Embajada de la República Dominicana
Encuentro de la FMBBVA con los embajadores de los países del Sistema de Integración Centroamericana (SICA)

Madrid, 3 de noviembre
Director General del IICA
Encuentro con el sector privado

Madrid, 23 de noviembre
Encuentro con la Vicepresidenta de Colombia
Fundación Consejo España Colombia

Madrid, 20 de diciembre

Acto **FMBBVA**

Celebración del 15º aniversario de la FMBBVA,

presidida por S. M. la Reina

Reconocimientos

FMBBVA

OCDE, Comité de Ayuda al Desarrollo:
1ª Entidad Filantrópica por Contribución al Desarrollo en Latinoamérica y 2ª en el mundo

COFIDES, VII Edición de los Premios a la Internacionalización y Desarrollo.
Categoría *Inversión de Impacto*

Premio **Corresponsables** al *Mejor vídeo corporativo audiovisual*

I Edición de los Premios **Radio Intereconomía.** Finalista

Reconocida como caso de estudio en el informe de **CITI GPS** *Eliminating Poverty: The Importance of a Multidimensional Approach in Tackling SDG 1,* elaborado por SOPHIA Oxford de la Universidad de Oxford

Bancamía · Colombia

XXI Premios **CODESPA** en la categoría *Innovación Social para los Negocios Inclusivos*

Premio **Aequales Ranking** a la *Mejor pieza de comunicación* al vídeo 'Portafolio de asistencias para Mujer'

Primer banco en Colombia en recibir el **Sello de Educación Financiera** otorgado por la **Superintendencia Financiera**

Interaction Awards 2022 en la categoría *Mejor Estrategia en Customer Experience*

Premio **Asobancaria** *Acercando la Banca a los colombianos* por su programa 'Emprendimientos Productivos para la Paz' (Empropaz)

XIII Premios **Corresponsables.** Finalista en las categorías *Mejor vídeo corporativo audiovisual* y *Mejor campaña de comunicación de Coronavirus*

Premio Europeo de las Microfinanzas. **Ministerio de Asuntos Exteriores y Europeos de Luxemburgo, e-MFP & InFiNe.lu.** Finalista

Premio Portafolio. Finalista en la categoría *RSE* por Empropaz

Reconocimientos a Intermediarios Financieros FINAGRO. Por la atención a la mujer rural, al pequeño productor, trabajar en municipios afectados por la violencia y la pobreza, y por tener el mayor crecimiento en la entrega de créditos a emprendedores agropecuarios

Reconocimientos

Financiera Confianza · Perú

Premio a la Excelencia 2022. Asociación Mundial de MBA. Academia Palabra de Mujer, medalla de oro a la *Mejor Iniciativa de Cultura, Diversidad e Inclusión*

Premios Fintech Américas. Premio Oro Perú *Social Impact Innovation (ESG: Environmental, Social, Corporate Governance)* por los 'Agentes Satelitales'

Premio Semana Mundial del Ahorro 2022. Finalista en la categoría *Propuesta integral de educación financiera*

Premio Europeo de las Microfinanzas 2022. Ministerio de Asuntos Exteriores y Europeos de Luxemburgo, e-MFP & InFiNe.lu. Semifinalista

Premio Lima Inclusiva. Municipalidad de Lima. Programa *Asesores Migrantes*

Adopem · República Dominicana

MicroRate Calificación cinco estrellas

MicroRate Certificación de Protección al Cliente

Reconocimiento de la Vicepresidenta de la República Dominicana por su labor para mejorar la inclusión financiera de los microempresarios del país

REDCAMIF (Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas). Certificado de Transparencia 2021 por alcanzar la Calificación A+

Premios BCIE, 4 emprendedores premiados

Fondo Esperanza · Chile

Insignia CAF International

XIII Premios Corresponsables. Finalista

Microserfin · Panamá

Premio Whole Planet Foundation a los *Mejores agentes de campo de América Latina y el Caribe*

Premio Corresponsables a la *Mejor Campaña de sensibilización interna* y finalista en *Mejor artículo de opinión*

Premio Sello ODS Gobierno de Panamá y ONU en las categorías de *Empleo y Emprendimiento* y en *Transformación Digital.* Mención honorífica en la categoría *Empoderamiento de la Mujer*