

# Desarrollo de los negocios

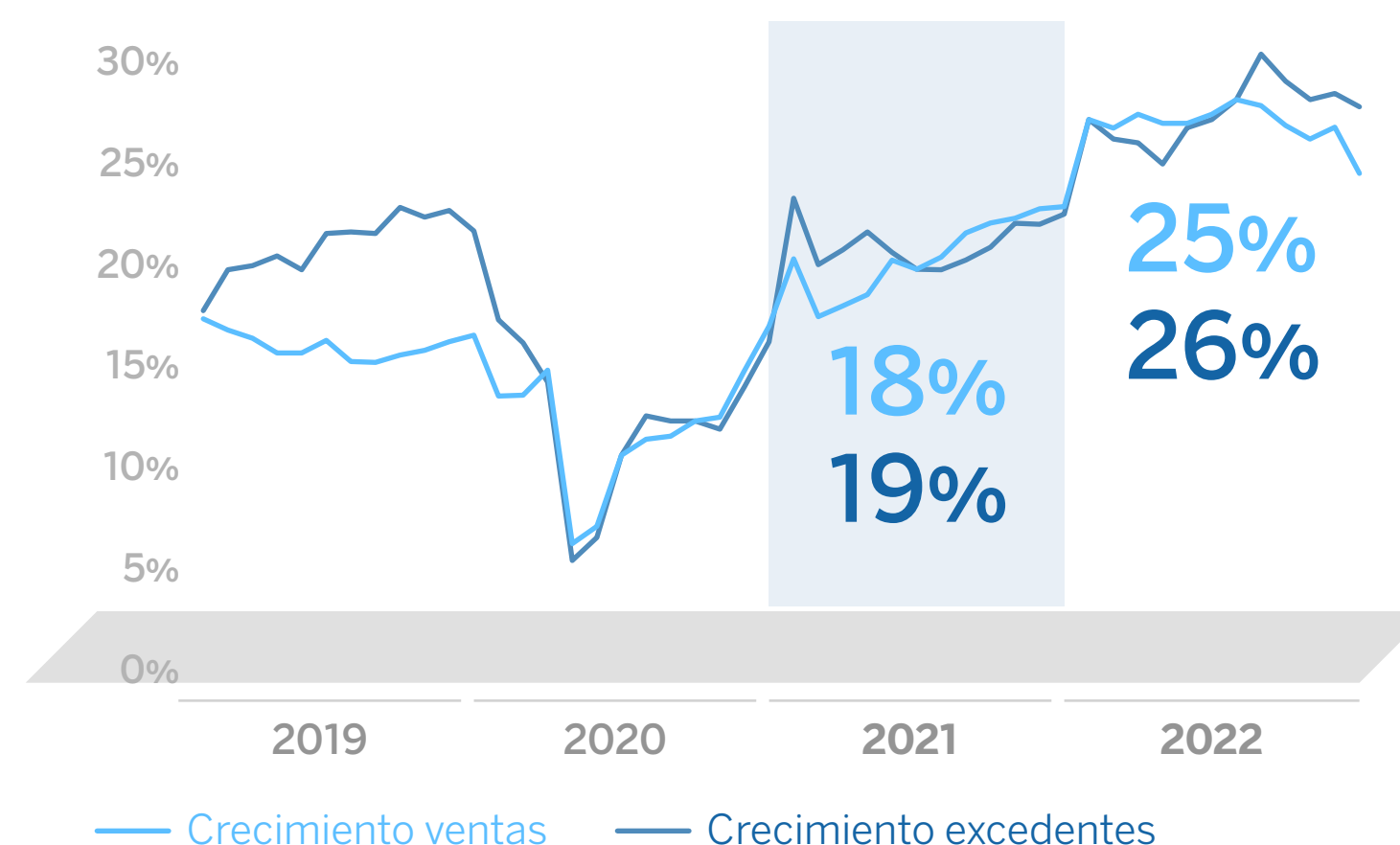
En 2022, tras el duro golpe de la pandemia que frenó la actividad emprendedora, observamos una normalización de la actividad. Más de 700.000 emprendedores recibieron un crédito a través de alguna entidad del grupo FMBBVA (un 12% más que en 2021), y más de 290.000 fueron nuevos emprendedores.<sup>9</sup>

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.<sup>10</sup> 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*).

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

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

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

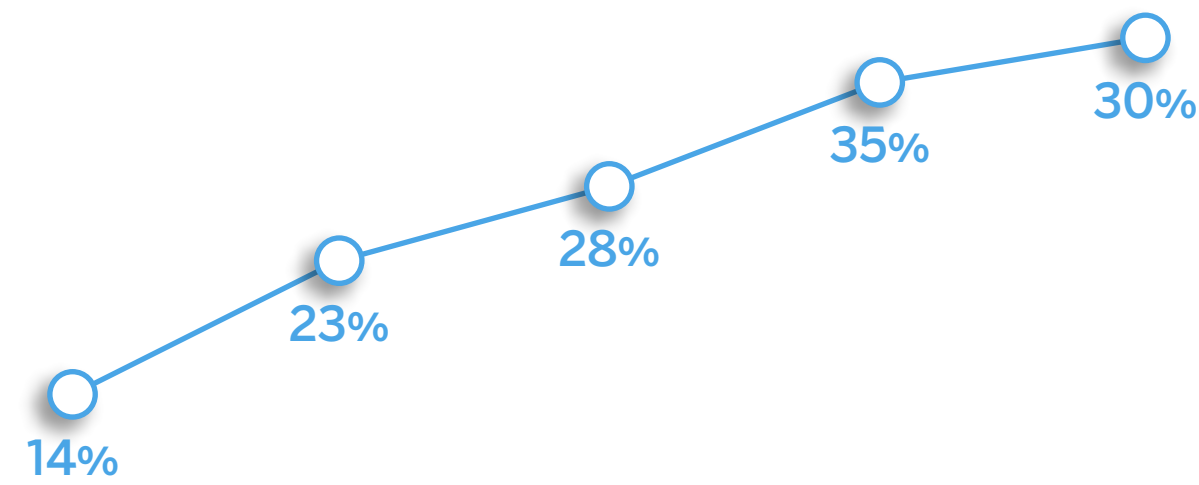
Estos resultados se han traducido en una mayor renta disponible para los hogares y en una mayor proporción de éstos que la reciben (el 52% de los emprendedores mejoraba su renta relativa, frente al 51% en 2021). Estos ingresos han logrado que, tras dos años de relación con la entidad, uno de cada cuatro 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.<sup>11</sup>

**En 2022 más de 700.000 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**

### Cambios en el segmento de pobreza

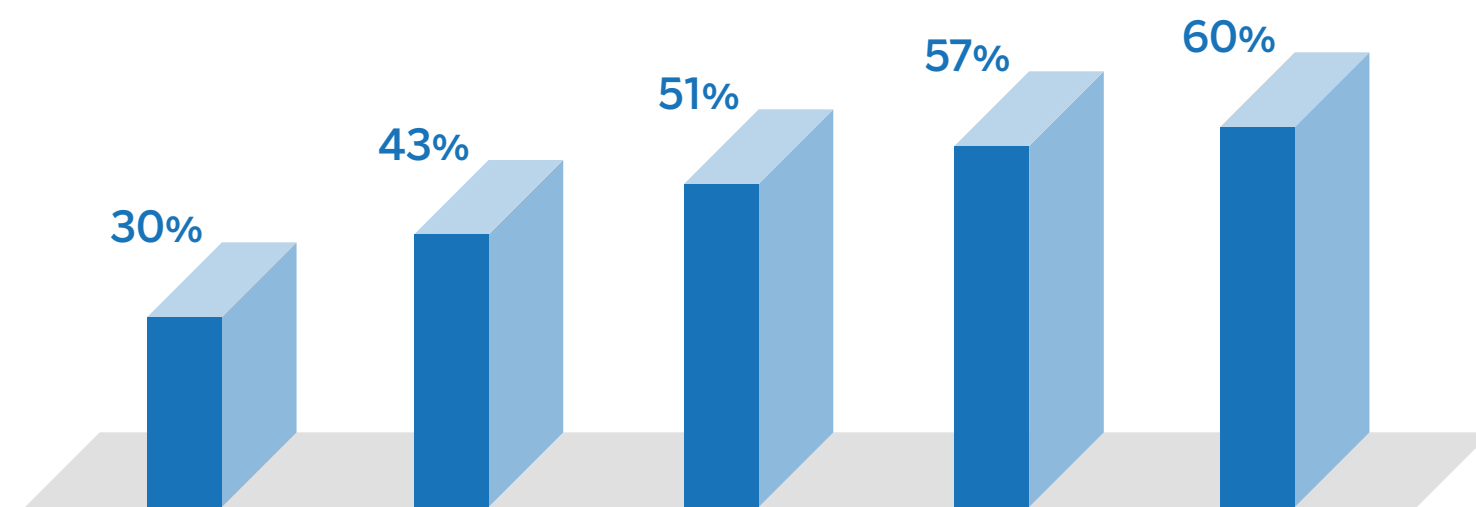
Emprendedores que han renovado un crédito

#### Reducción neta



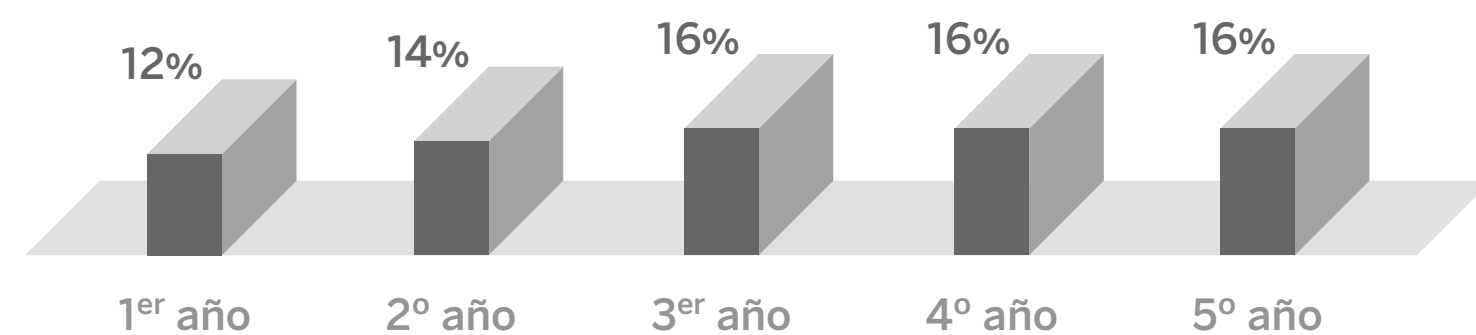
#### Salen de la pobreza

Cientes pobres que salen de la pobreza



#### Caen en la pobreza

Cientes 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:

**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.

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).

**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.<sup>12</sup>

12. 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,<sup>13</sup> 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.

13. 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.

**A tu Selección de Confianza,  
¡nadie las para!**

**Crédito Palabra de Mujer**

Convoca a 10 o más amigas emprendedoras como tú, obtengan su crédito y juntas alcancen el éxito. Contarán con charlas en educación financiera

Infórmate más en [confianza.pe](https://www.confianza.pe)

Financiera **confianza** | Fundación BBVA Microfinanzas

Crédito sujeto a evaluación. Información sobre costos de nuestros productos y servicios, disponible en nuestras oficinas de atención al público, a través de nuestro tarifario, y/o página web [www.confianza.pe](https://www.confianza.pe). La empresa tiene la obligación de difundir información de conformidad con la Ley 28587 y el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado Res. SBS 3274-2017

## 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<sup>14</sup>).

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<sup>15</sup> 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.

**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.

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

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



# 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	N° de <i>onboarding</i> biométrica	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.

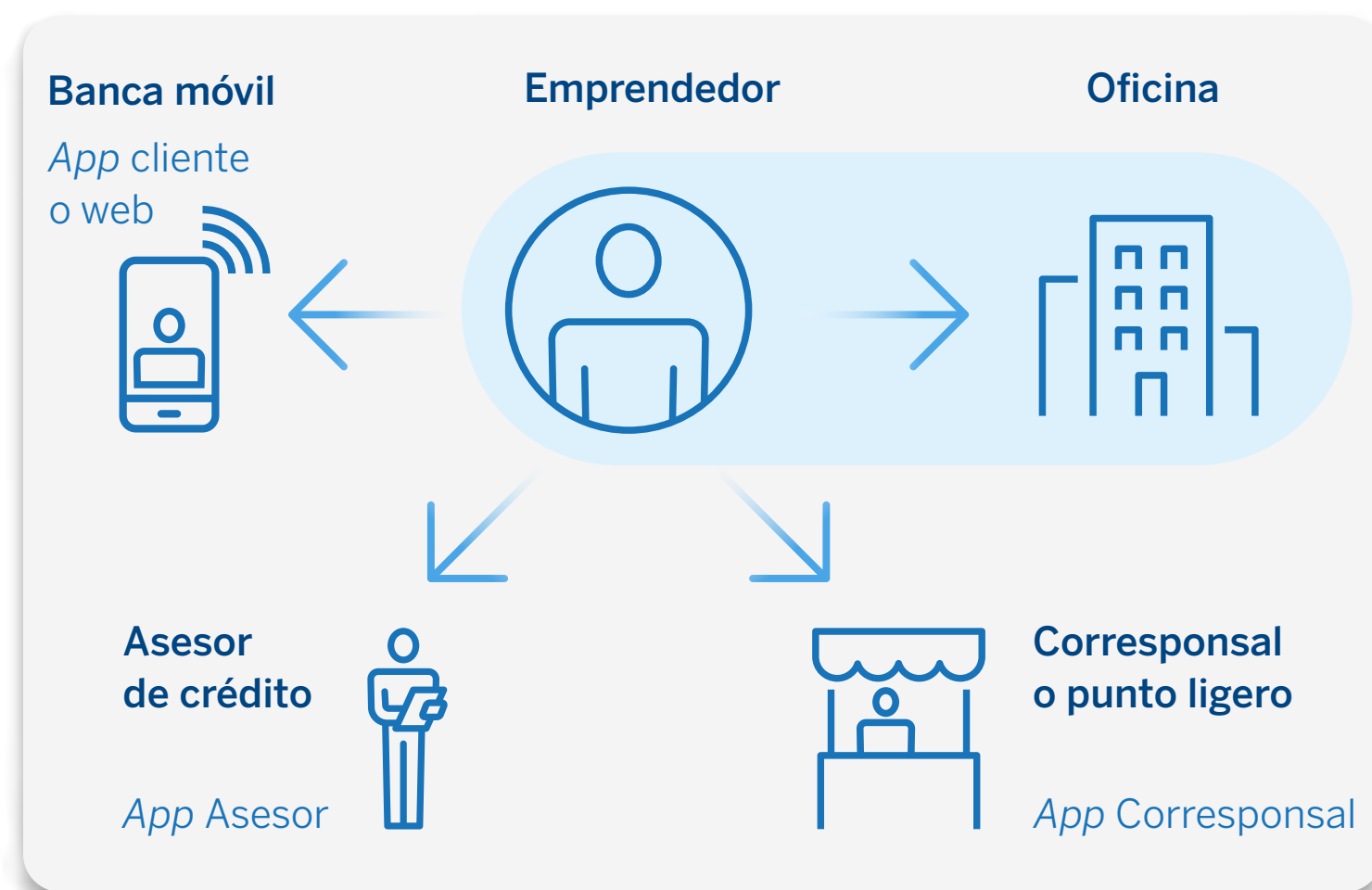
- En 2022 se añadieron a la oferta digital seguros (Bancamía y Adopem) y cuentas de ahorro con 'bolsillos' (Financiera Confianza). Para más detalle, ver 'Salud financiera'.



# 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.<sup>16</sup>

**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**

16. 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.<sup>17</sup> 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.

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