



Informe de desempeño social 2023

Impacto para cambiar vidas



ÍNDICE



4

Quiénes somos



6

**El emprendimiento,
una salida de
la pobreza**



10

**El perfil del
microempresario
vulnerable**

Perfil de los
empresarios
Los negocios



19

**Retos a los que
están expuestos**

Carencias de ingresos
en los hogares
Como el negocio
contribuye a los
ingresos del hogar
Carencias sociales
Pobreza digital
Riesgos del cambio
climático
Salud financiera: el
desafío de acumular
capital



43

**Soluciones
financieras:
brindamos
oportunidades**

Vivienda y saneamiento
Educación
Salud
Resiliencia climática
Sostenibilidad
ambiental
Conectividad y
alfabetización digital
Formación
Los seguros para
protección
Gobierno corporativo
Cumplimiento
**Gestión integral
de riesgos**
Talento humano



62

**Impacto
en los hogares**

El progreso de sus
negocios
Bienestar
Ahorro



76

**Actividad
institucional**



93

**Resumen
ejecutivo**

**Nota
metodológica**

Las personas que viven en situación de pobreza hacen constantes malabarismos para gestionar sus finanzas, debido a una serie de riesgos y crisis en su vida diaria. Además, la pandemia, la crisis alimentaria, los efectos del cambio climático, entre otros, han aumentado sustancialmente estos riesgos, contribuyendo a un aumento de la pobreza y la desigualdad a nivel global.

Para un progreso sostenible, las entidades de la FMBBVA brindan servicios financieros a emprendedores para que a través de sus pequeños negocios, generen ingresos y a su vez, vayan afianzando un capital que les permita gestionar sus riesgos y acumular activos para que puedan salir de la pobreza. Estas intervenciones permiten además mitigar el impacto de los imprevistos, suavizar sus patrones de consumo y en muchos de los casos, permiten el ahorro de excedentes.

En un entorno de incertidumbre y precariedad, el proporcionar soluciones financieras accesibles, oportunas y útiles permiten que los hogares puedan mejorar significativamente su calidad de vida y bienestar. Las inversiones en el negocio, la salud, vivienda, educación, así como la creciente adopción de tecnología, contribuyen a mejorar las distintas dimensiones que condicionan los niveles de vida de estos hogares. Las microfinanzas se convierten en un instrumento fundamental para generar desarrollo inclusivo y sostenible.



Quiénes somos

BBVA constituyó la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) 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.

La FMBBVA impulsa desde entonces 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.

La FMBBVA promueve la reducción de la pobreza a través de la inclusión, fomenta la igualdad de género, y propicia el desarrollo económico, social y medioambiental.

Las entidades de la FMBBVA operan en Colombia, Perú, República Dominicana, Chile y Panamá, donde cuenta con cerca de 8.000 colaboradores que ofrecen productos y servicios financieros, educación financiera, formación empresarial y digital a tres millones de emprendedores.

En 2023, las entidades microfinancieras de la Fundación ofrecen una gama completa de productos y servicios financieros a 3 millones de personas y concedieron créditos a emprendedores por valor de USD 1.571 millones

PRINCIPALES MAGNITUDES (A cierre 31.12.2023)

Cientes
2.972.417 +4% TAM

16%

República Dominicana

476.133 +8%

1%

Panamá

19.440 +6%

55%

Colombia

1.625.761 +3%

24%

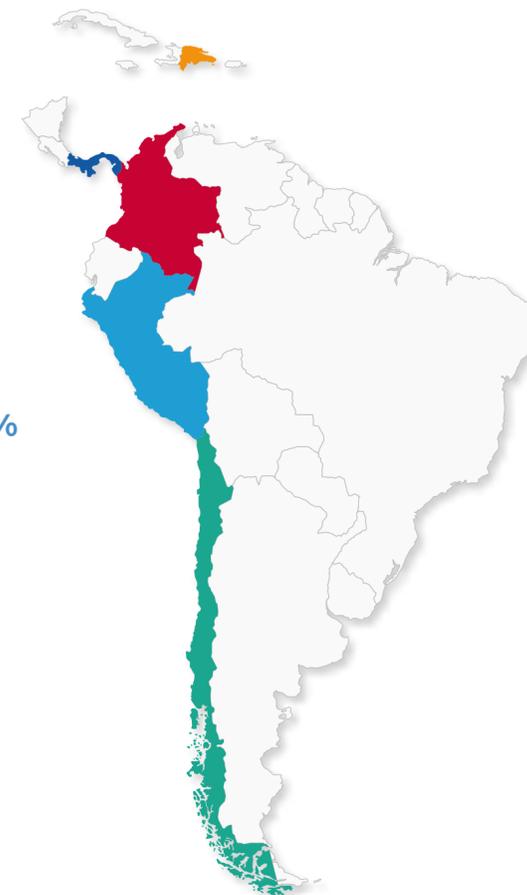
Perú

724.610 +4%

4%

Chile

125.949 +4%



Cartera bruta*

USD **1.364** Mill.

Recursos clientes

USD **784** Mill.

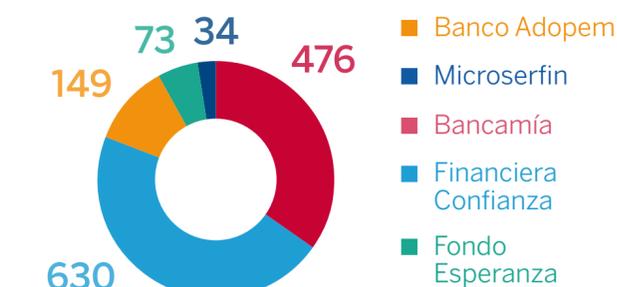
Monto desembolsado

USD **1.571** Mill.

Crédito medio

USD **1.343**

Cartera bruta por país (USD Mill.)



Empleados**
7.723

Oficinas y puntos ligeros de atención
557

Corresponsales propios
3.402

Puntos transaccionales
111.526

* Incluye emprende. ** N° de empleados a cierre de año.

MODELO DE FINANZAS PRODUCTIVAS



La actividad está centrada en el progreso sostenible de estos emprendedores y para ello, se propone entender la realidad donde desenvuelve sus actividades, lo cual es esencial para construir un modelo de productos y servicios que incremente la probabilidad de éxito de estos, permitiendo que la inclusión financiera sea permanente. Es esencial promover una inclusión financiera responsable que permita que cuando se tiene acceso al crédito se generen impactos positivos en el cliente, que se mantengan en el tiempo, con una mayor probabilidad de éxito.

El modelo está basado en las Finanzas Productivas (ver [Las Finanzas Productivas](#) para más detalle) que contribuyen a eliminar las barreras que condicionan a este segmento. Este modelo permite apoyar financieramente a los emprendedores para que generen excedentes económicos sostenibles en el tiempo, permitiéndoles mejorar su bienestar, así como el de sus familias y comunidades.

El modelo de finanzas productivas se basa así en reducir la brecha de ingresos con el desarrollo del negocio, la brecha social con inversión en bienestar y la salud financiera lo engloba todo, pues es lo que permite invertir y planificar a largo plazo. Todo esto, anclado en un modelo de sostenibilidad que evalúa todas las partes que interactúan (clientes, empleados, sociedad).

La Fundación impulsa una visión de sostenibilidad en su sentido más amplio, buscando generar impacto en sus grupos de interés, cuidando el medioambiente, 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 [Modelo de sostenibilidad: ESG](#)).

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

El emprendimiento, una salida de la pobreza

En América Latina, una de las características estructurales de su mercado laboral es la baja creación de empleo formal, que tiene particular impacto en la población más vulnerable pues se enfrentan a barreras adicionales para optar a mejores condiciones y desarrollo. Suelen contar con menores niveles de formación que hacen que, incluso cuando están dentro del mercado laboral, participen de este 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, con más de seis de cada diez trabajadores en la economía informal. En muchos casos, pasan a la inactividad por estar en condiciones de pobreza en el mercado laboral.

Todo esto se refleja en una baja tasa de participación en el empleo que se ubica en 65% (74% entre los hombres y el 51% las mujeres), lo que supone una brecha de género de 23 puntos porcentuales. Las mujeres se enfrentan a mayores dificultades de acceso al mercado laboral, sobre todo entre comunidades más vulnerables, al asumir los costes del trabajo no remunerado dentro del hogar.

La creación de empleo entre 2014 y 2023 fue la más baja desde los años 50. En la última década, la ocupación creció un 1,2%, en comparación con un 3,2% en los 80. Durante la



pandemia, la creación de empleo cayó un 8,2% en 2020, la única caída registrada en los últimos setenta años¹.

La situación del empleo es precaria. Aproximadamente de los 56 millones de personas ocupadas en la región en la que Fundación BBVA trabaja (Colombia, Perú, Chile, República Dominicana y Panamá), un 55% se encuentran en empleos informales, un 41% trabaja por cuenta propia y alrededor de la mitad de los trabajadores no cotiza en los sistemas de pensiones.

En todos estos países la pobreza laboral en 2021 era superior a la registrada antes de la pandemia. En todos los países se han ajustado con respecto al nivel máximo alcanzado en el segundo trimestre de 2020 pero los niveles actuales de pobreza siguen siendo superiores: en Perú la pobreza laboral promedio es un 4,6% superior a lo que era antes de la pandemia, seguida por Chile, donde es un 2,8% más alta que antes del COVID, Colombia un 2,3%, en Panamá un 2,4% y en República Dominicana un 1,4%.

Menor crecimiento y mayor inflación de los últimos años han impactado particularmente en la población con menores ingresos, ya que ha sido, además, acompañada de una menor generación de empleo

1. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Esta situación se agudiza en períodos de bajo crecimiento. En el *footprint*², la economía creció en 2023 apenas un 1%, mostrando una importante caída con respecto a 2022 donde creció un 4,8%. El menor crecimiento en 2023 fue impulsado por Perú (-0,3%), Chile (0,2%), y Colombia (1,1%), mientras que República Dominicana (2,5%) y Panamá (7,3%) mantuvieron un mayor ritmo de crecimiento.

Similar a lo ocurrido en el resto de la región en la que la Fundación desarrolla sus programas, la inflación se ubicó de media en un 5,3% en 2023, con una senda de convergencia a las metas, desde los máximos alcanzados en 2022 del 10,9%, siendo particularmente elevada la variación del componente de alimentos.

Esta combinación de menor crecimiento y mayor inflación de los últimos años ha impactado particularmente en la población con menores ingresos, ya que ha sido, además, acompañada de una menor generación de empleo. Además, cada vez más la creación de empleo se realiza en el sector informal.

En 2020, durante la pandemia, la creación de empleo cayó 8%. Desde entonces, dos tercios de los puestos de trabajo creados en los siguientes dos años fueron informales, especialmente entre mujeres y población desfavorecida que no tiene otra alternativa.

2. Colombia, Perú, Chile, República Dominicana y Panamá.

Una importante parte de los trabajadores informales están ocupados por cuenta ajena y al no estar su dependencia laboral reconocida por su empleador, no cuentan con cotizaciones de salud ni ninguna otra garantía social. Otros trabajadores informales son empleadores y trabajadores por cuenta propia, o familiares no remunerados de estos.

La informalidad tiene como consecuencia la desprotección de los trabajadores en la sombra, baja remuneración y baja productividad, competencia desleal, evasión de la ley y de impuestos.

Esta es una de las causas estructurales por la que América Latina y el Caribe sigue estando entre las regiones con los índices de pobreza más altos del mundo. En la región, más de 35 millones de personas no cuentan con ingresos suficientes para cubrir sus necesidades básicas y, entre ellas, un 30% no tiene ingresos para adquirir una canasta básica de alimentos.

Todo ello, hace de América Latina la región de mayores desigualdades, que conlleva un menor crecimiento económico y un freno a la reducción de la pobreza, con una disminución de la movilidad social, y en cambio una transmisión intergeneracional de la pobreza y la exclusión aumentando el riesgo de malestar e inestabilidad política.

La desigualdad de empleo y la desigualdad de oportunidades están estrechamente relacionadas. Entre la población más vulnerable, la iniciativa individual y el desarrollo de emprendimientos son una opción para poder salir de la pobreza.



La informalidad tiene como consecuencia la desprotección de los trabajadores y es un obstáculo para su progreso

Sin embargo, se enfrentan a barreras para el acceso al financiamiento, así como los complejos trámites para acceder al mercado y la falta de apoyo a la innovación, que impiden el desarrollo pleno del potencial de estos emprendedores.

En la región casi un tercio de los adultos no poseen acceso al sistema financiero, alrededor de 150 millones de personas, la mayoría población de bajos ingresos, a menudo los mismos que trabajan de forma informal. Es allí donde actúa la Fundación Microfinanzas BBVA que ha apoyado a más de 6 millones de adultos en el desarrollo de sus pequeños emprendimientos y, con el tiempo, han mejorando sus niveles de ingresos y se han formalizado, generando empleos para terceros.

El incremento del desempleo y la mayor desigualdad en los últimos años obligan a desarrollar actividades de autoempleo con pequeños emprendimientos que permitan salir de una situación de pobreza. El diseño de políticas públicas para la inclusión y participación son un elemento central para romper con las desigualdades derivadas de la informalidad.

Todo esto es especialmente relevante para las mujeres, donde las brechas de desigualdad son más amplias, así como la brecha de desempleo, pobreza e informalidad. De allí la apuesta por el empoderamiento de la mujer, una línea estratégica de la Fundación Microfinanzas BBVA. Para más detalle, ver Empoderamiento de la mujer.

3. International Labor Conference, (ILC), 2015.

* Fuente: Estimación y cálculos propios, en base a The Global Findex Database 2021 World BankGroup

EN LOS PAÍSES DONDE ESTÁ LA FMBBVA

Pobreza

35

Millones de personas en los países en los que operamos

28% vive en condiciones de **pobreza monetaria**

Desempleo

8%

Tasa de desempleo en nuestro *footprint*



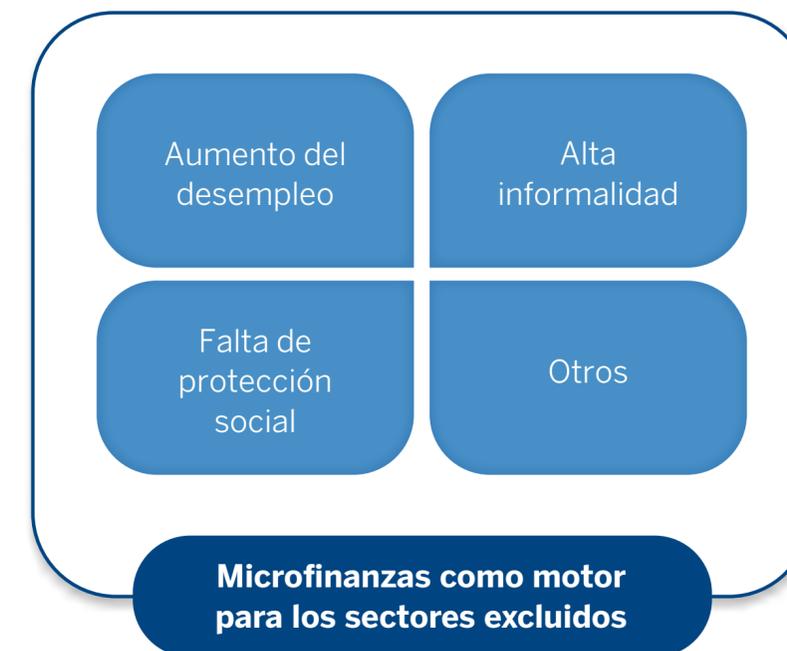
Financiación

37%

Adultos excluidos del sistema financiero en los países en los que estamos presentes

Personas que requieren capital para poder invertir y hacer crecer sus negocios

La creación de microempresas como motor social



solo un 6% de los trabajadores se desempeña de manera independiente, en los países en desarrollo concentran alrededor del 60% del empleo total.

Las MIPYMES son la red que impulsa una economía más resiliente, sólida, y crean empleo productivo y decente

Las recientes crisis, especialmente la COVID-19 han puesto de manifiesto que las micro y pequeñas empresas (MIPYMES) son la red que impulsa una economía más resiliente y sólida, así como un empleo más productivo y trabajo decente. Además, ayudan a reducir la pobreza y la desigualdad³.

El empleo independiente constituye una inserción laboral muy relevante en los mercados, donde el autoempleo resulta más importante que el empleo por cuenta ajena. El grueso son trabajadores independientes por cuenta propia no profesionales. Por ejemplo, mientras que en Estados Unidos

No es un camino tradicional y muchos prefieren la seguridad de un salario a fin de mes que las dificultades que presenta un negocio incipiente. Pero también cada vez es más necesario, en un entorno de carencia, ya que brinda libertad, flexibilidad y, lo más importante, ingresos para los hogares. Así, la mayoría de estos emprendedores, viven y trabajan en la economía informal por necesidad y no por elección. Sin embargo, estas empresas son extremadamente vulnerables a las crisis externas y a los pobres entornos empresariales.

Es necesario mirar más allá de salvaguardar empleos y medios de subsistencia para fijar la mirada en un desafío más profundo: mejorarlos. Este desafío social está en el centro de la misión de la Fundación: promover el progreso sostenible de hogares en vulnerabilidad. Por eso, proponemos entender la realidad donde desenvuelve sus actividades y el mercado laboral al cual tienen acceso estos segmentos, lo cual es esencial para construir un modelo de productos y servicios que incremente la probabilidad de éxito de estos, permitiendo que la inclusión financiera sea permanente.

Nuestro modelo se basa así en tres dimensiones, todo esto, anclado en un modelo de sostenibilidad que evalúa todas las partes que interactúan (clientes, empleados, gobierno).

DIMENSIONES DE IMPACTO

BRECHA DE INGRESOS

Desarrollo de negocios

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

BRECHA SOCIAL

Bienestar

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

Salud financiera

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).

Para incrementar la probabilidad de éxito de estos hogares, se ha definido un marco de impacto que aspira a reducir las brechas de ingresos, social con la ayuda de la adecuada salud financiera

El perfil del microempresedor vulnerable

En 2023, las cinco entidades que forman parte del Grupo Fundación Microfinanzas BBVA (el Grupo FMBBVA o GFMBBVA) acompañaron a 2,9 millones de personas de bajos ingresos, la mayoría de las cuales obtuvieron un microcrédito para emprender, con el objetivo de conseguir o aumentar los ingresos de sus negocios.

En 2023, 517 mil emprendedores renovaron su crédito y además, se atendieron a 280.000 nuevos emprendedores. A pesar de encontrarse ante una coyuntura difícil y muy distinta dependiendo de cada país, las entidades de la Fundación continúan atendiendo a emprendedores más vulnerables⁴.

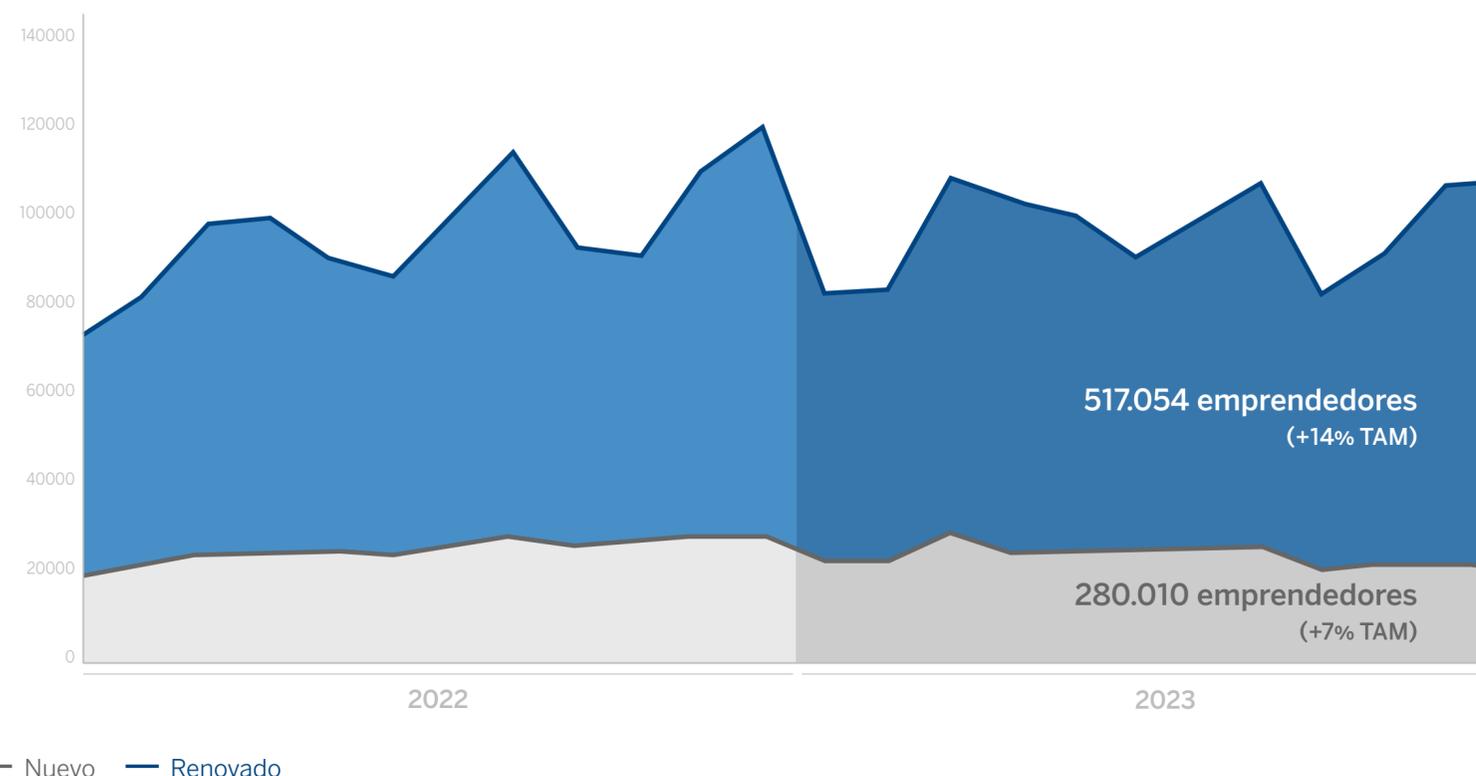
1 Clientes totales por tipo de producto

Total clientes a cierre de cada año



2 Emprendedores atendidos en cada fecha

Emprendedores con crédito, nuevos y renovados



4. No se observan cambios significativos respecto a 2022.

G.1. Emprendedores vigentes a 31.12.2023. Bancamía, Financiera Confianza y Banco Adopem son entidades reguladas, con licencia para ofrecer productos de ahorro.

G.2. Se muestran emprendedores que contratan un nuevo crédito y aquellos que lo renuevan, en cada fecha de observación. El total es la suma anual. TAM: tasa de crecimiento anual, respecto a 2022.

Perfil de los emprendedores

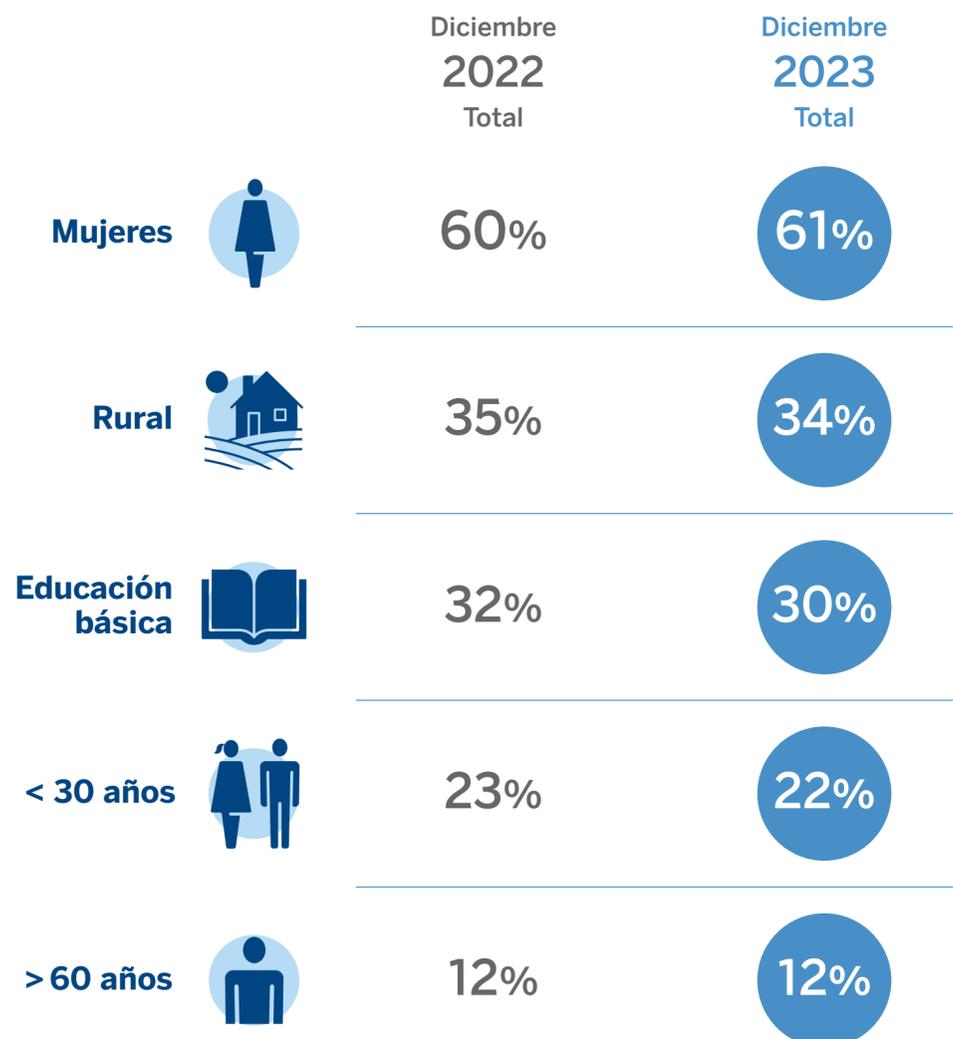
Las mujeres, las personas con bajo nivel educativo y los jóvenes han sido las poblaciones más atendidas. Esto se debe en parte a una brecha de acceso al mercado laboral que dificulta el acceso al sistema financiero.

La mayoría de los que emprenden y solicitan un crédito en nuestras entidades son mujeres (un 61% del total) y se encuentran en entorno peri-urbano (65%), en las afueras de la ciudad, en barrios más vulnerables; y los rurales, si bien son menos representativos, lo son por su intensidad, ya que presentan mayor pobreza económica respecto a las zonas urbanas.

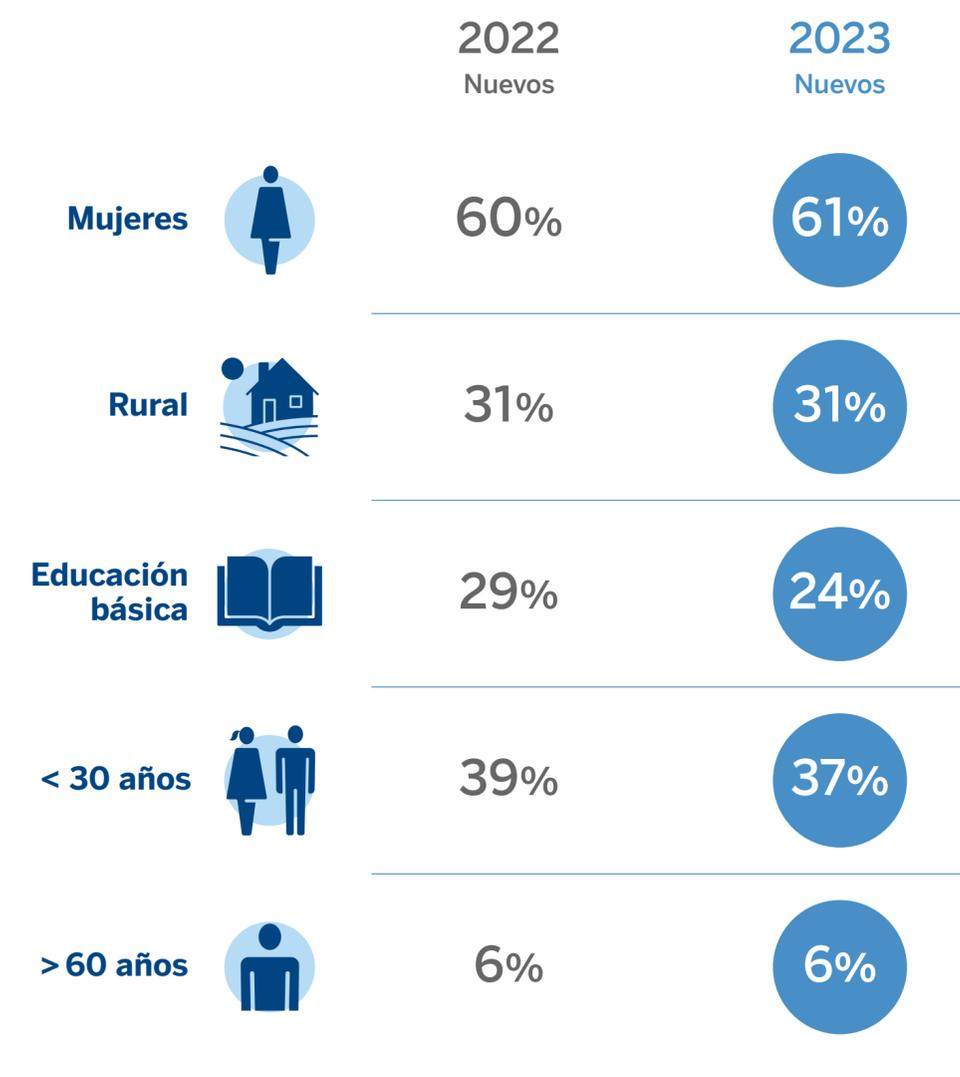
Las brechas de género hacen que las mujeres emprendan teniendo en cuenta su doble rol como proveedoras de ingresos como de cuidados y tareas domésticas. Esto hace que estén sobrerrepresentadas en los emprendimientos de menor escala y en sectores de baja productividad como el comercio. De hecho, el 64% de las nuevas emprendedoras atendidas por nuestras entidades están solas con dependientes a cargo lo que supone una importante limitación a la hora de emprender.

La mayoría de los emprendedores son mujeres

3 Vulnerabilidad social del total de emprendedores



4 Vulnerabilidad social de los nuevos emprendedores

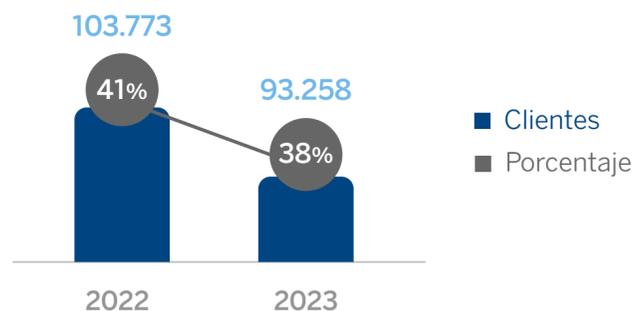


5 Emprendedores bancarizados

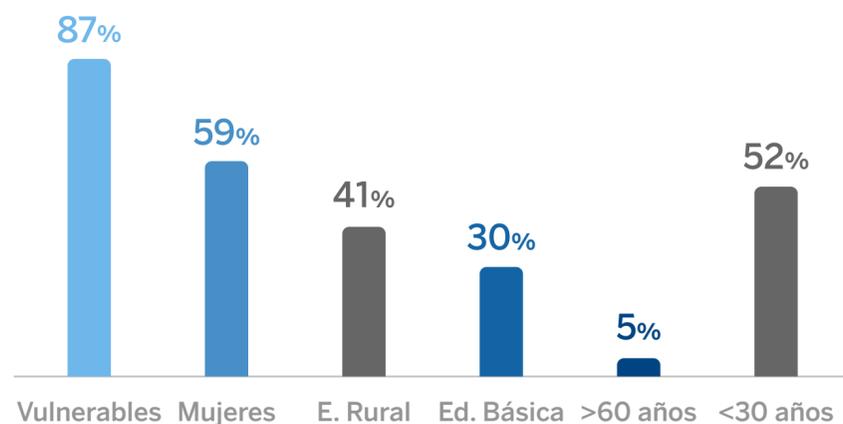
Emprendedores de crédito que entran al sistema financiero formal por primera vez



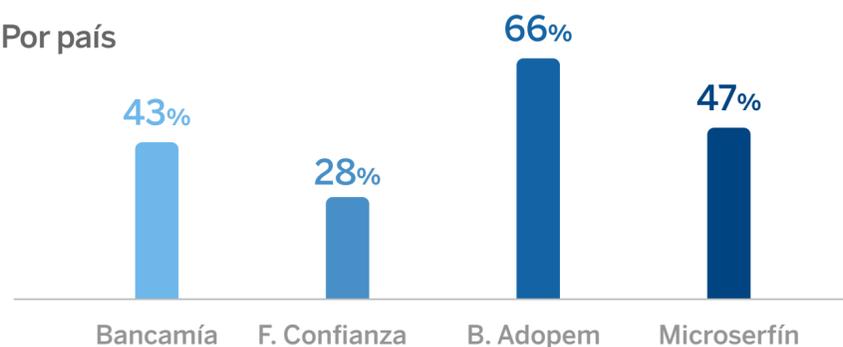
38% emprendedores nuevos
93.258 emprendedores



Perfil



Por país



Se mantiene la proporción de jóvenes, que encuentran en el emprendimiento mejores salidas profesionales, o quizá la única salida. Esto explica también porqué el nivel educativo de los emprendedores ha aumentado ya que las nuevas generaciones se han beneficiado de mejores planes de formación a nivel nacional.

Muchos de los que pertenecen a estos segmentos son precisamente los que están excluidos del sistema financiero formal o no hacen uso pleno del mismo⁵. Así, un 38% de los emprendedores entra por primera vez al sistema financiero, el 41% de los cuales se encuentra en zonas rurales y la mitad son personas jóvenes.

Asimismo, es crucial apoyar la población migrante, desplazada y refugiada que resulta particularmente relevante en los países de América Latina, especialmente por la acogida de migrantes venezolanos.

En ese sentido, a través del crédito y del ahorro, se ha llegado a atender a más de 17.000 emprendedores, contribuyendo a la vez a la promoción del trabajo decente y su crecimiento económico. También se atiende a poblaciones en zonas afectadas por la violencia y pobreza, como es el caso de Empropaz en Colombia. Para más detalle, ver Migrantes.



17.951

Migrantes y refugiados

(Colombia, Perú, Chile y Panamá)



172.094

Personas en zona "EMPROPAZ"

(Colombia)

⁵. En muchos casos, ellos mismos terminan saliendo del sistema financiero formal de nuevo.

G.5. Ciudadanos que entran por primera vez al sistema financiero formal. Datos para Colombia, Perú, República Dominicana y Panamá.

Sandra Beltrán*Entre hilos y telas se cose inclusión y progreso*

En el sur de Bogotá, una ciudad de más de 10 millones de personas, se cose una historia de valentía, empeño y coraje de una madre cabeza de hogar. Su nombre es Sandra Beltrán Barrera, una mujer de 54 años que se convierte en el rostro de una realidad que viven miles de colombianas, al salir adelante con un emprendimiento y 5 hijos a cargo.

Sandra nació en Bogotá en el núcleo de una familia con 4 hermanos, que salía adelante con recursos económicos limitados, en el barrio Alfonso López, situación que la llevó a avanzar en sus estudios solo hasta quinto de primaria. Pero la vida le trajo una tarea de mayor responsabilidad a sus 15 años, cuando quedó embarazada de su primera hija y asumió sola la responsabilidad de traer al mundo la criatura y ver cómo sobrevivían, pues el padre de la niña la abandonó. A los 3 años, él la buscó y le pidió una nueva oportunidad para tener un hogar. Ella, recordando el suyo, quiso tener uno así y le abrió las puertas de su casa para tener con él una familia.

Fue así como decidió reconstruir su hogar y tuvieron juntos 4 hijos más. Como ella dice: su bendición desde que volvieron a vivir. Su historia está llena de esfuerzos y sacrificios y, a la vez, de muchas recompensas, como lo son sus cinco hijos, a quienes describe “como la fuente de amor y alegría en mi vida”. En especial, sus dos hijas menores, quienes nacieron con una discapacidad cognitiva, que no ha sido impedimento para salir adelante.

Todo parecía ir bien hasta que, a sus 36 años, con sus cinco hijos y una separación a cuestas, tomó la difícil decisión de irse a vivir sola en el barrio Acapulco, en la localidad de Ciudad Bolívar, un sector afectado por distintos fenómenos de violencia y pobreza. Desde allí, se propuso salir adelante, dejando atrás una amarga experiencia de maltrato. Ya había sido capaz de emprender con un puesto de comidas rápidas en las calles de su antiguo barrio, ahora iba a buscar el sustento de su familia. Encontró un empleo como cocinera de la Universidad Distrital para preparar alimentos y servirles a los estudiantes. Le ayudó mucho tener este empleo para brindarle calidad de vida a su familia, sin embargo, la vida también la enfrentó a un reto mayor: sus dos hijas menores, quienes nacieron con discapacidad cognitiva y no eran admitidas en las instituciones educativas por su condición especial.

Sandra no se rindió, encontró una escuela pública que les brindaba estudio, alimentación y acompañamiento terapéutico para que pudieran estar en un ambiente escolar mientras ella trabajaba.

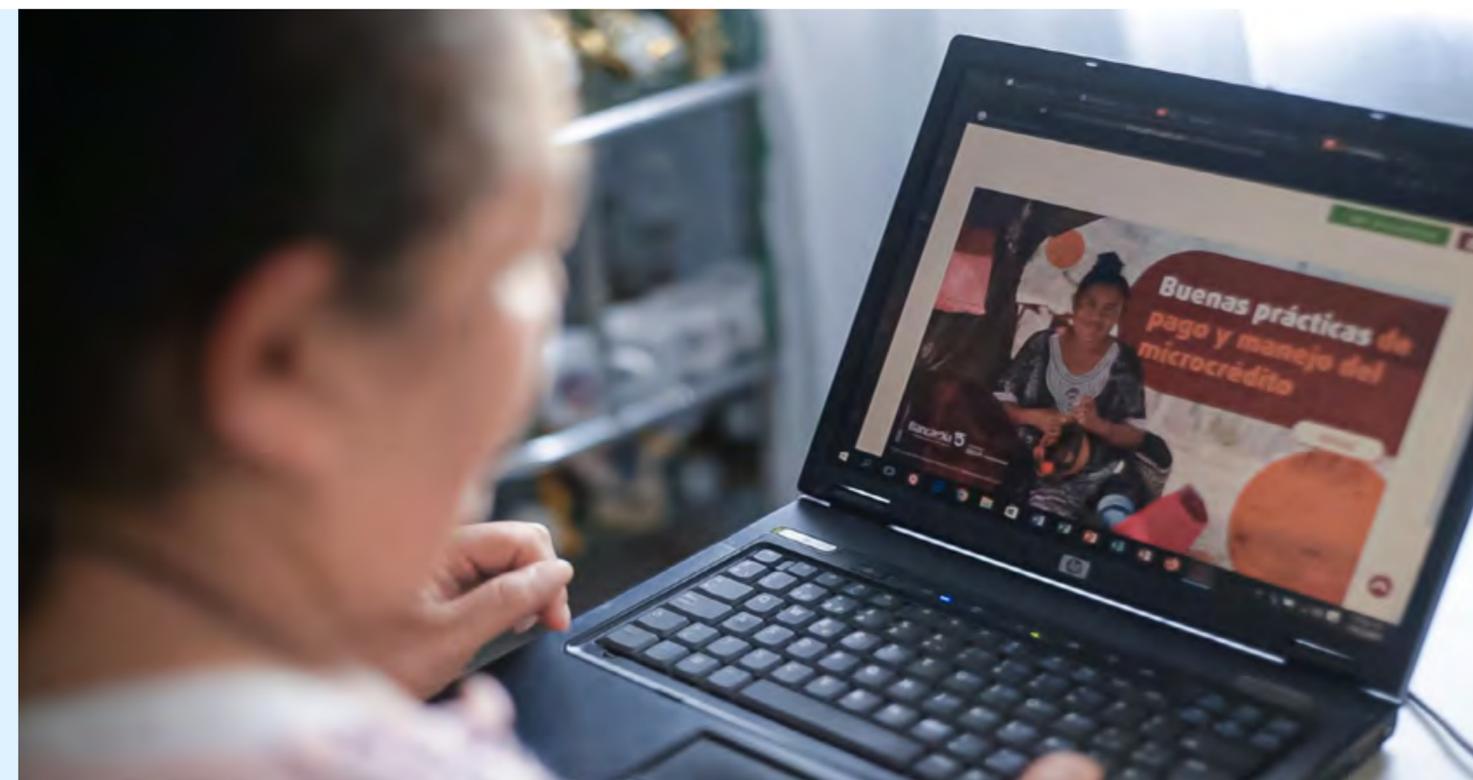
Cuando sus hijas, Laura y Jenny, terminaron de cursar su formación, Sandra les consiguió una persona que las cuidara mientras ella continuaba en su empleo, pues sus hijos mayores fueron creciendo y organizando sus vidas con sus parejas. Un día, Sandra sintió que debía estar al lado de sus pequeñas, así que tomó una decisión valiente de las que ya sabía tomar: Emprender en su casa con una nueva actividad.

La oportunidad se presentó cuando en la iglesia cristiana a la que asiste, una mujer le ofreció trabajar con ella cosiendo ropa para vender en 'El Madrugón', un sector comercial del centro de la capital. Ella no lo dudó, por el contrario, lo vio como el milagro que Dios le enviaba para estar al lado de sus hijas. Fue así como con tijeras, retazos y metro inició su aventura de aprender a coser chaquetas.

De esta forma, sobrellevaba su vida hasta que llegó la pandemia, una situación que le cambió todo su mundo. Ella, como el resto de la humanidad, se enfrentó a una situación inquietante y llena de zozobra, que la retó a innovar en su emprendimiento de la mano de otra amiga, quien le enseñó a confeccionar botiquines durante la emergencia sanitaria.

Como le fue tan bien, decidió independizarse y crear su propia marca para confeccionar ropa a su gusto, casi como ha confeccionado y armado toda su vida. Desde hace 3 años, creó la marca Confección y Bendición Sandy y, hace un año, tuvo acceso a su primer crédito formal por un valor de \$3.000.000 otorgado por Bancamía. Además, hizo parte del primer grupo de microempresarios que cursó el módulo de Educación Financiera 'Confianza pa' mi gente', el cual forma parte de la plataforma digital 'Facilitamos su progreso', lo que le permitió recibir un certificado académico por parte del Banco y de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Este reconocimiento la convierte en una abanderada, al ser parte del primer grupo de emprendedores de Economía Popular que Bancamía gradúa, dando respaldo al programa de inclusión financiera del Gobierno Nacional, pensando no solamente en un proceso de bancarización, sino en un concepto amplio de SALUD FINANCIERA.

Esta relación con el Banco ha perdurado gracias al sentido humano, cercano y ameno de los asesores que la atendieron desde el primer día, quienes subieron hasta donde se encuentra su vivienda y le abrieron las puertas del sector financiero, pues las herramientas que compró, como la fileteadora, máquina plana y collarín hoy son el sustento de su hogar y la evolución de su microempresa. Su hija de 33 años se encarga



del control de calidad de las prendas y maletas confeccionadas, mientras que la menor maneja la máquina plana. Entre las tres mujeres de la casa y una confeccionista satélite, producen en promedio a la semana y, dependiendo de los pedidos de los clientes, 250 chaquetas infantiles o se enfocan en la producción de 800 a 900 maletas para carretera.

Sus productos los vende en 'El Madrugón' y con el voz a voz en el barrio Acapulco, en Ciudad Bolívar, donde vive desde hace 7 años en arriendo. Sus sueños se siguen entretejiendo con las nuevas líneas de ropa que planea lanzar y con la inspiración y compañía de Laura y Jenny, quienes son el ejemplo en vida de que todo es posible gracias a la constancia, el esfuerzo, la valentía de no quedarse quieta sino de salir al mundo a construir una historia hecha a mano, entre hilos y telas.

Los negocios

Muchos emprendedores poseen y operan múltiples negocios al mismo tiempo con el fin de diversificar sus riesgos: si un micronegocio va mal, el otro puede sostenerse económicamente.

A menudo operan en industrias que no requieren conocimientos o habilidades especializadas. Experimentan tipos de desafíos similares a los de los emprendedores más conocidos, sólo que a una escala diferente. Como resultado, además de tener múltiples actividades suelen elegir (sobre todo al inicio) actividades flexibles como el comercio al por menor. El microempresario es una empresa más pequeña y ágil que prioriza la flexibilidad ante el crecimiento.

Esto explica porque el **comercio al por menor** sigue siendo el sector predominante entre los clientes atendidos (el 41% del total) y es aquel donde los emprendedores son más vulnerables económicamente.

Emprendiendo buscando máxima flexibilidad

Son distribuidores de empresas grandes y pequeñas; aseguran que los bienes y servicios de otros lleguen a mercados que de otro modo serían difíciles de alcanzar. Debido a su tamaño, llegan a comunidades donde las grandes multinacionales no tienen entrada. Su micro-eficiencia les permite adaptarse a las necesidades locales, por ejemplo, con la entrega inmediata de productos. Esto, a su vez, puede ser un obstáculo para la escalabilidad del negocio, algo que la utilización de las tecnologías podría paliar.

Uno de cada tres comerciantes tiene una tienda de textil y de calzado, un tipo de negocio en el que predominan las mujeres (ver Empoderamiento de la mujer). Otro tercio se desarrolla en el ámbito de la alimentación, habitualmente en entornos urbanos. La venta ambulante (4,5%) y los talleres (3%), actividades minoritarias dentro del sector, y que están liderados por hombres.

La pequeña escala permite adaptarse rápidamente a los vaivenes del mercado (ej. diversificar producto), del contexto (ej. bloqueo de suministros) o de conocimiento (ej. tecnológico). A menudo, emprendedores que se inician en el sector comercial, migran, con el tiempo, a actividades más especializadas como el agropecuario o servicios⁶.

Los emprendedores buscan las actividades más resilientes, que puedan adaptarse al cambio, de allí que los comerciantes son los más representativos

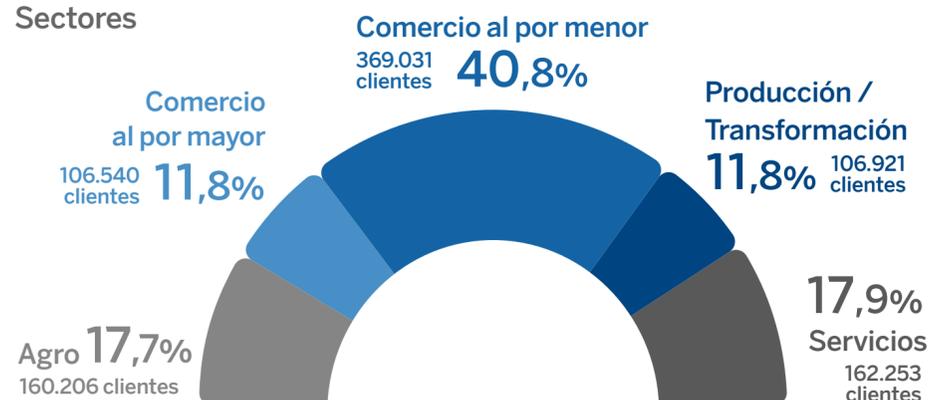
El sector **agropecuario** (ganaderos y pequeños cultivos) es el segundo más importante, desempeñado principalmente por hombres del entorno rural. La estacionalidad del campo deriva en ingresos no recurrentes y de promedio, el margen es del 33%, frente a otros sectores como servicios que obtiene el 43%. Necesitan un elevado nivel de activos productivos por lo que suelen tener un nivel de endeudamiento relativamente bajo en comparación con otros sectores como servicios.

6. El estudio de emprendimientos con más de 10 años de antigüedad evidencia esta tendencia.

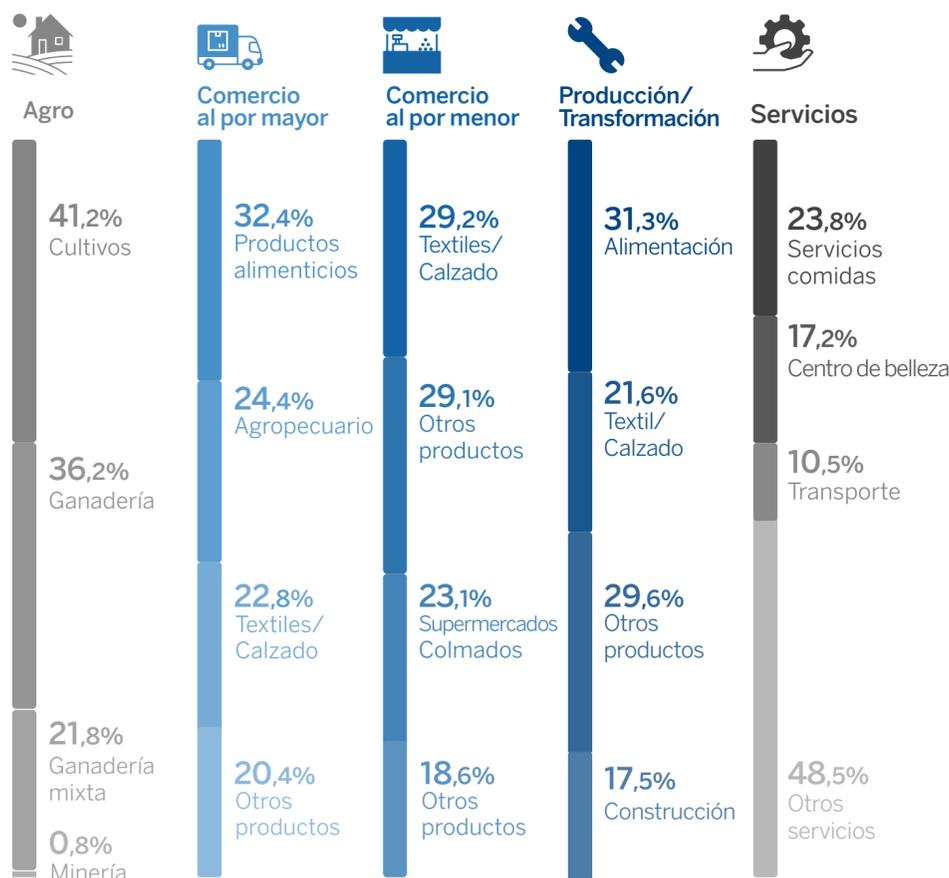
6 Tipos de actividad de los emprendedores

Total emprendedores de crédito

Sectores



Por actividades



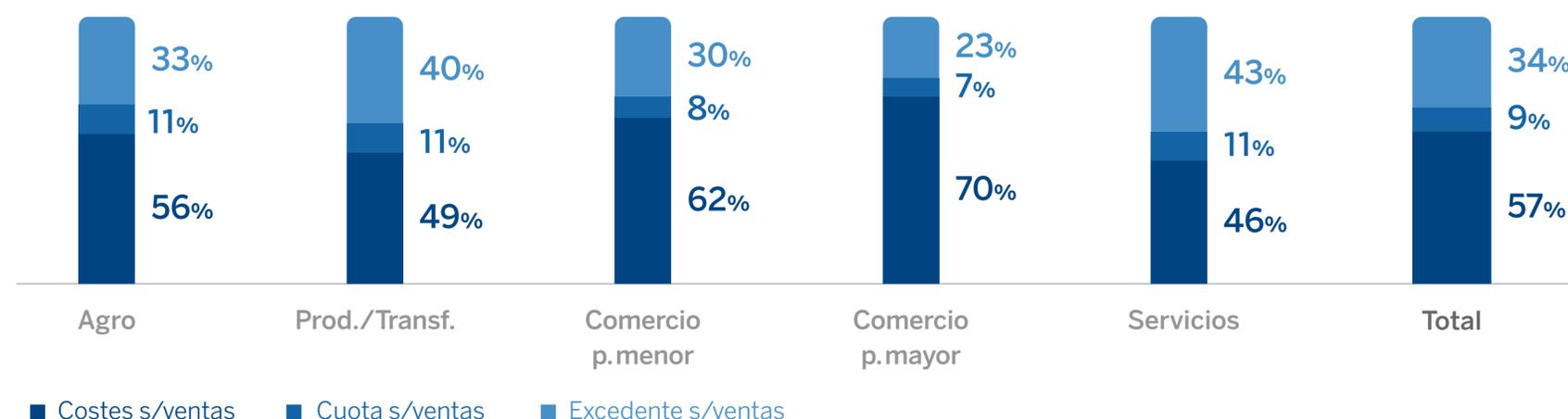
En tercer lugar, el sector **servicios** se recupera tras la pandemia, con los servicios de comidas al frente (24%), seguidos por peluquerías y centros de belleza (17%), estos últimos liderados por mujeres urbanas. El transporte de pasajeros o mercancías (11%) y la categoría otros servicios (48,5%), son desarrollados por hombres generalmente en el entorno urbano. Finalmente, hay algunos pocos que se dedican al sector inmobiliario, donde se concentra un perfil mayor (de 60 años) posiblemente por la comodidad de la gestión de este tipo de actividad para ellos. Finalmente, la asistencia sanitaria, menos representativa, va ganando peso con el tiempo, y es la elegida por los jóvenes, principalmente mujeres.

Habitualmente desarrollados por emprendedores menos vulnerables, suelen empezar con pequeños negocios y con el desarrollo de sus habilidades (no siempre son altamente técnicas) consiguen ofrecer servicios muy demandados. Por tanto, el sector servicios es el que tiene mayor capacidad de crecimiento.

En la **producción/transformación y comercio al por mayor** (que representan el 12% cada uno), la presencia de la mujer es mayoritaria en la industria ligada a la alimentación (ej. panaderías) y al ámbito del textil/calzado (ej. taller de costura), mientras que el hombre destaca en el ámbito de la construcción y en actividades de venta al por mayor del sector agropecuario.

7 Márgenes por sector

Total emprendedores de crédito



G. 6. Considera emprendedores vigentes a 31.12.2023. Se muestran las actividades más representativas..

G. 7. Considera emprendedores vigentes a 31.12.2023. Nota: Porcentajes de los costes, cuota y excedente sobre ventas medias de cada uno de los sectores. El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.

Alonso Pizarro

Emprender, un desafío



“Emprender es un desafío tremendo, es como un carrusel con momentos altos y bajos, pero no hay nada más lindo y satisfactorio que trabajar en algo que te gusta y que te hace vibrar día a día. Es agotador también, porque a veces es mucho trabajo, hay que estar pendiente 24/7. Pero uno aprende a organizarse y cuando el negocio empieza a dar sus frutos, la satisfacción es enorme.”

Alonso viene de una familia emprendedora, sus abuelos maternos tenían un parque de entretenimientos con el que se movían por Chile. Su abuela, ya viuda, se instaló con el negocio en Caldera, en la región de Atacama, donde Alonso y sus dos hermanas ayudaban durante sus vacaciones. Aun cuando trabajaba mucha gente en el parque, tiene el recuerdo de su abuela haciendo de todo: pelando sacos de papas para la venta de papas fritas, cortando boletos, revisando los juegos, cerrando el parque a las 3 de la mañana. Esos recuerdos son su inspiración

Estudió administración de hoteles y restaurantes, donde se fascinó con el mundo del vino. Luego se certificó como barista al trabajar como gerente en uno de los locales de una cadena de cafés. Para él, la cultura cafetera tiene mucha relación con la del vino en cuanto a que promueven el cuidado de los recursos y la sustentabilidad del planeta, eje de cada uno de los proyectos que ha abordado. “Tengo un gusto por los negocios verdes amigables. Mi idea es que todas las prácticas, tanto en la cocina como en la cafetería sean lo más amigable posible con el medio ambiente”. Con esa mirada, instaló el Café Laurenti en pleno centro de Ovalle, donde sus clientes encuentran productos orgánicos de alta calidad, todo fabricado en el local y aprovechando los recursos locales, porque “Ovalle es una zona agrícola donde encuentras excelentes frutas y verduras frescas durante todo el año. Así, por ejemplo, logramos que el pie de limón del Laurenti sea realmente intenso en sabor a limón”.

Tras la primera reunión de Fondo Esperanza, a la que llegó por recomendación de un amigo, supo que era una gran oportunidad para poner las primeras piedras de su emprendimiento. El primer crédito lo utilizó para la compra del horno con el que trabaja hasta el día de hoy. Dice que hace tiempo que necesita uno más grande, pero no ha querido abandonar al primer compañero de esta aventura.

Comenzó con la producción de pan en su casa y luego rollitos de canela y focaccia, todo de masa madre. Al principio los vendía en ferias de emprendedores. Con el éxito de sus productos comenzó a soñar con abrir una cafetería donde entregar una experiencia y servicio sorprendentes. Y los resultados están a la vista, con cuidados detalles en la producción visual de las tazas, la repostería, los letreros y la misma atención. Trabajan con él dos personas más, Claudia, quien cocina la repostería, y Fernanda como barista. Entre los tres se van rotando los turnos de atención a los clientes.

Destaca de su Banco Comunal, Renacer Positivamente, el apoyo entre ellos mismos a los emprendimientos de cada uno. “La mayoría somos emprendedores acá en el centro y nos vemos en el día. Cuando hago las compras para abastecer la cafetería elijo los locales o puestos en la feria de los compañeros de mi grupo. Llevamos bastantes años juntos y somos un grupo súper sólido”.

El siguiente paso es habilitar el patio de la cafetería como un vivero con muchas plantas y mesas para comer en el lugar y para que sea utilizado como cowork. También quiere experimentar con más productos salados, como pizzas y sándwiches.

Y el sueño o “proyecto final”, como dice Alonso, es un hospedaje en lo alto de los cerros con vistas al valle del Limarí y la ciudad de Ovalle, y cuyo restorán se abastezca de su propio huerto con productos recién sacados de la tierra, frescos y orgánicos.



Retos a los que están expuestos

En microempresedores vulnerables, la distinción tradicional entre las necesidades financieras de los consumidores y de las empresas se difumina, son un hogar-empresa, y las decisiones sobre su patrimonio se interrelacionan. Esto hace que las decisiones en materia de consumo y de producción estén interrelacionadas (hogar-empresa). En consecuencia, el progreso del hogar y del negocio en este segmento van de la mano. La medición de la **vulnerabilidad económica** es el pilar central, seguido de las **carencias sociales**, que

incluye el acceso a la atención sanitaria de calidad, vivienda y educación. A esto se une la **pobreza digital** y la del **riesgo** de impactos por el cambio **climático**.

Entender el punto de partida es clave para mejorar el bienestar del hogar, reducir imprevistos, poder invertir en la productividad del negocio y fomentar las transiciones a la economía formal. A ello habría que añadir otras prestaciones, por ejemplo, la protección de la maternidad y una pensión

de jubilación básica. Para ello se hacen necesarias ayudas públicas para ampliar la cobertura de los trabajadores informales, en su mayoría microempresarios autónomos, y crear un sistema integral de protección social más allá de los planes de salud o de pensiones. La evidencia de esta oferta de valor integral es que los emprendedores que atienden las entidades de la FMBBVA están dispuestos a contratarlo, impulsando la transición a un mayor bienestar (ver [Soluciones financieras](#)).

MARCO DE MEDICIÓN DE IMPACTO*



Los hogares y los negocios de los microempresarios forman, a menudo, una unidad; de allí la importancia de trabajar en todas las dimensiones, a la vez

* La pobreza económica se mide en función de cuánto contribuye el negocio al hogar. Datos para la totalidad de clientes a 31.12.2023. Ver [Cómo el negocio contribuye al hogar](#).

La pobreza multidimensional se basa en encuestas realizadas en 2021; si bien estos datos se están recopilando de forma recurrente para toda la base de hogares. Datos para la totalidad de clientes, con una muestra representativa. Ver [Carencias sociales](#).

La pobreza digital se basa en encuestas realizadas en 2022. Datos para la totalidad de clientes, con una muestra representativa. Ver [Pobreza digital](#).

Los imprevistos económicos se calcularon en base a una encuesta realizada en 2023, con una muestra representativa. Ver [Carencias de ingresos](#).

Se miden los imprevistos climáticos si bien la metodología no se ha extendido a todos los países. Ver [Riesgos del cambio climático](#).

Carencias de ingresos en los hogares

Para los emprendedores, el negocio representa una parte importante de los ingresos del hogar. El emprendimiento suele estar complementado con otros salarios o negocios y, en menor medida, con pensiones, remesas u otras ayudas. Así preocupa, por un lado, el bajo nivel de ingresos y por otro, la dificultad para poder sostener, por pequeño que sea, este nivel de ingresos o uno superior en el tiempo.



61%
clientes su negocio es la principal fuente de ingresos del hogar⁹



44%
clientes tiene ingresos inestables



90%
clientes cubren gastos mensuales

La mayoría de los hogares gestiona bien sus ingresos a la hora de cubrir los gastos del hogar, pero los ingresos son inestables para uno de cada dos hogares

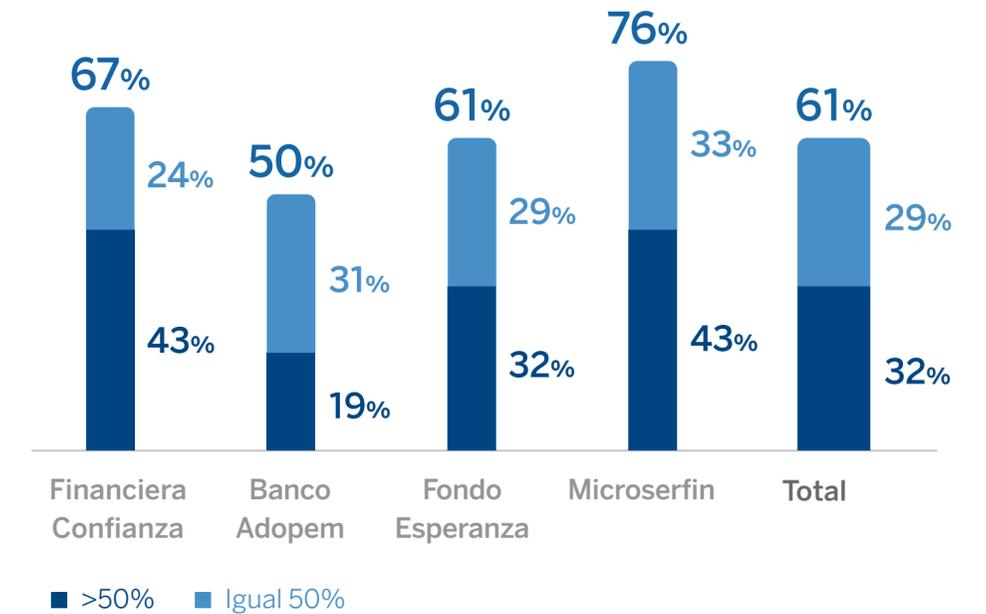
El 44% de los hogares tienen ingresos inestables, es decir, que ganan la mayor parte de los ingresos en un máximo de 9 meses del año (de hecho, un 17% gana la mayor parte de los ingresos del año durante 3-4 meses).

Si bien los ingresos son pequeños e inestables, la mayoría de los hogares (90%) dice poder cubrir sus gastos, con un 76% que dice gastar incluso mucho menos de lo que ingresa. De hecho, si se les pregunta sobre cómo gestionan los gastos bajo estrés financiero (los meses que menos dinero ganan) sólo un 5% no puede cubrir gastos.

Parece que nuestros emprendedores son buenos gestionando el día a día, y cumplen así con un nivel básico de salud financiera. No obstante, sólo un 35% es capaz de cubrir todos los gastos los meses de menos ingresos, indicando cierto grado de vulnerabilidad porque si surgen imprevistos con frecuencia, y con un tamaño relevante, las finanzas del hogar se verán muy comprometidas.

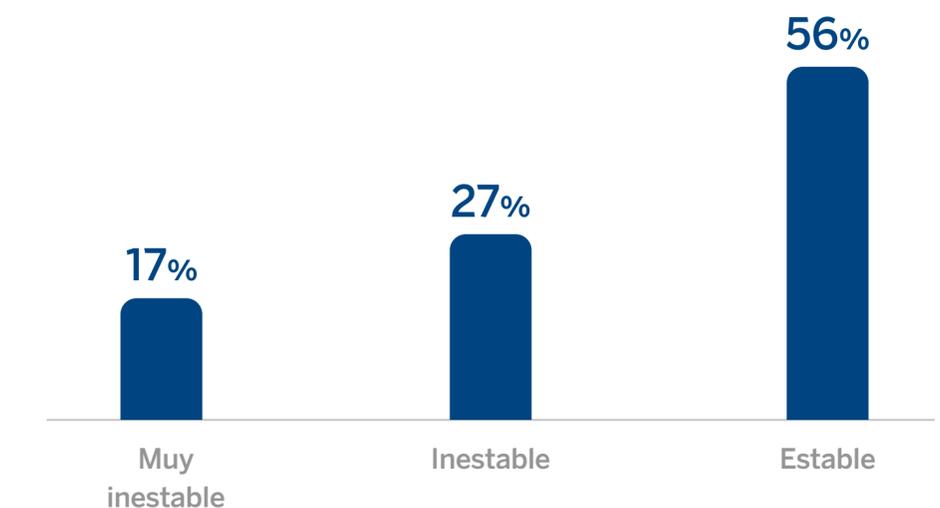
8 Negocio como principal fuente de ingresos

Total emprendedores encuestados



9 Inestabilidad de ingresos del hogar

Total emprendedores encuestados



G. 8. Una fuente de ingresos se considera principal cuando el negocio aporta la mitad o más de la mitad de los ingresos del hogar.

G. 9. "Los ingresos en mi hogar son...": 0. Ingresos muy inestables: en 4 meses del año. 1. Ingresos inestables: en 9 meses del año. 2. Ingresos estables: en más de 10 meses del año.

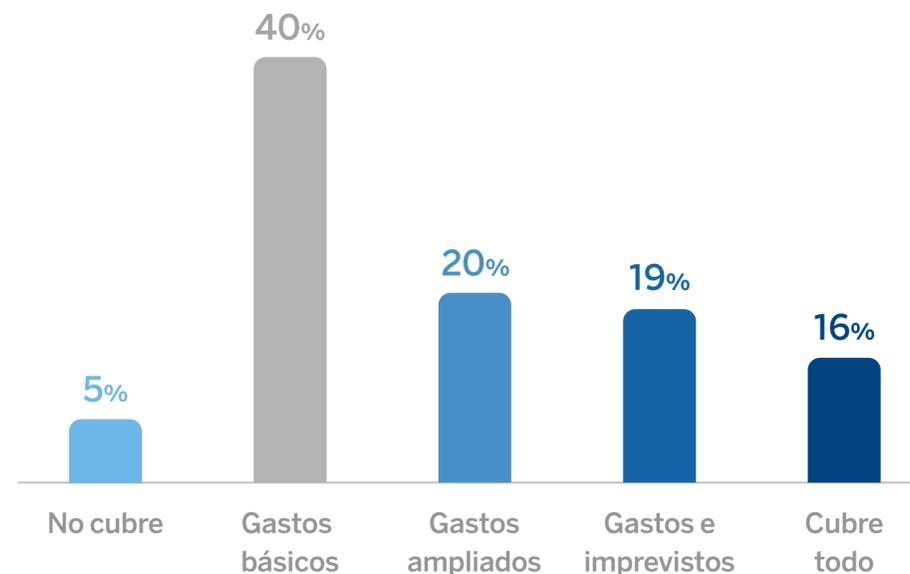
La inestabilidad y escasez de ingresos son un buen reflejo del grado de vulnerabilidad que enfrentan los hogares que atendemos

Al combinar ambas dimensiones (ingresos vs. gastos), un 25% son emprendedores “estables” porque tienen ingresos estables y cubren todos los gastos. Un 24% se encuentra en una situación precaria puesto que tienen ingresos inestables y sólo cubren gastos básicos los peores meses. Sin embargo, el grupo más preocupante es el de los que no cubren gastos teniendo ingresos estables (un 22%), puesto que estos hogares enfrentan una situación de vulnerabilidad de manera recurrente.

Por perfil de cliente, existe mayor inestabilidad de ingresos y dificultad para cubrir gastos en momentos de estrés, entre los más pobres y los de edad intermedia (entre 30 y 60 años, con mayor probabilidad de tener hijos). También se observa mayor inestabilidad en los ingresos en el sector agrícola.

10 Cobertura de gastos

Total emprendedores encuestados

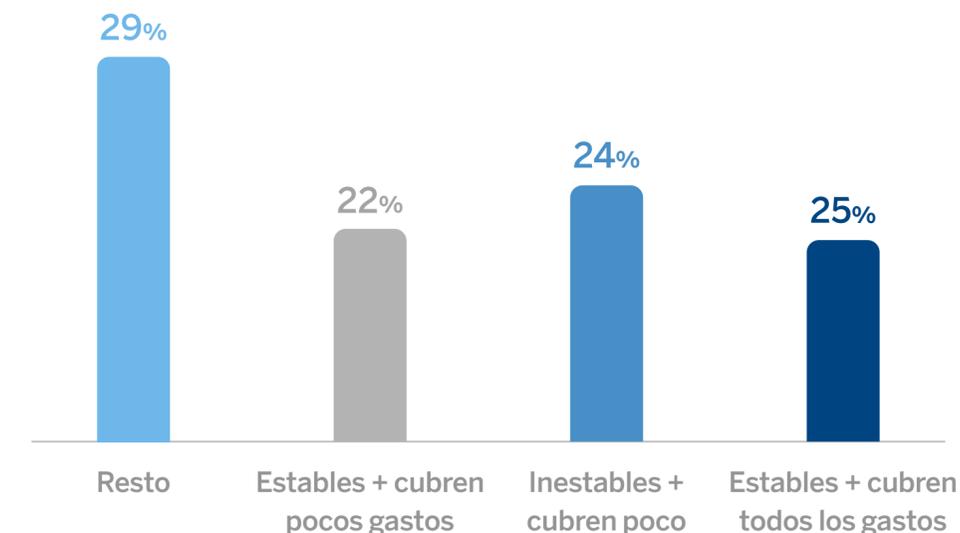


“Los meses que menos dinero gana el hogar, normalmente se pueden cubrir los gastos de...”

- No se cubren los gastos básicos del hogar.
- Gastos Básicos: alimentos, bebida, vivienda (alquiler, renta), servicios (energía, gas, agua).
- Gastos Básicos + gastos de educación, seguro de salud y telecomunicaciones.
- Gastos Básicos + gastos de educación, seguro de salud y telecomunicaciones + gastos puntuales del hogar (ropa y calzado, salud puntual, educación puntual, vivienda (reparaciones, mejoras,...), bienes del hogar,...).
- Todos los gastos del hogar (incluyendo entretenimiento, ocio, ..).

11 Capacidad de los hogares

Total emprendedores encuestados



G. 11. Parametría interna utilizando dos dimensiones: inestabilidad de ingresos y cobertura de gastos. **Cubren pocos gastos:** sólo cubren gastos básicos // **Inestables:** el grueso de los ingresos lo reciben en menos de 9 meses.

ENCUESTAS DE SALUD FINANCIERA *NOTA METODOLÓGICA*

La Fundación realiza encuestas anualmente para profundizar en el desempeño de sus emprendedores y complementar esa información con la que gestiona habitualmente. En vista de recientes acontecimientos (inflación, incertidumbre, etc.), nuestros emprendedores se enfrentan a ingresos inestables, gastos imprevistos, y la mayoría agotó sus ahorros o no mantiene ahorros para subsistir más de 3 meses. A lo largo de 2023 se realizó una evaluación de la salud financiera de los hogares de los emprendedores.

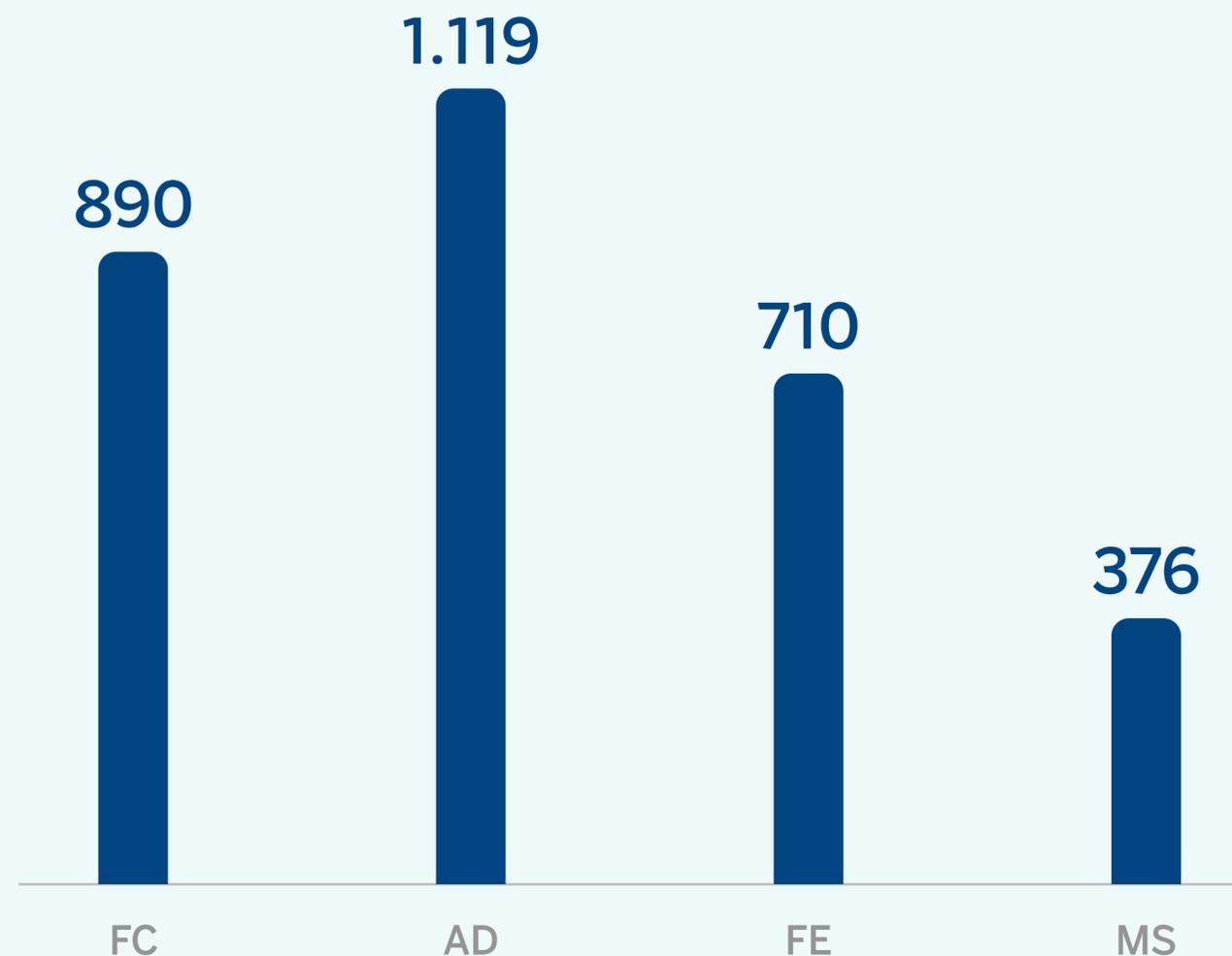
El objetivo del estudio es doble, (i) evaluar el nivel de salud financiera de los hogares y (ii) los recursos económicos que tienen o necesitan para afrontarlos. Esta información servirá para ayudar a diseñar una oferta que se ajuste a sus intereses y necesidades. Además, se pretenden desarrollar herramientas que ayuden a identificar qué clientes serían potenciales demandantes de dicha oferta.

Detalles del proyecto:

- Total de **3.177 encuestas**.
- Se realizaron a través de la red (asesores / oficiales de crédito) a lo largo de Sept-Oct 2023. En Chile es auto-aplicada (lo rellena el cliente).
- Representativa en perfil y cobertura nacional (representativa geográficamente). Se excluyen los clientes en mora, exclusivos de seguros y/o ahorro, empleados y clientes institucionales.
- Margen de error 3% / confianza 95%.

Encuestas por país

Número de emprendedores encuestados

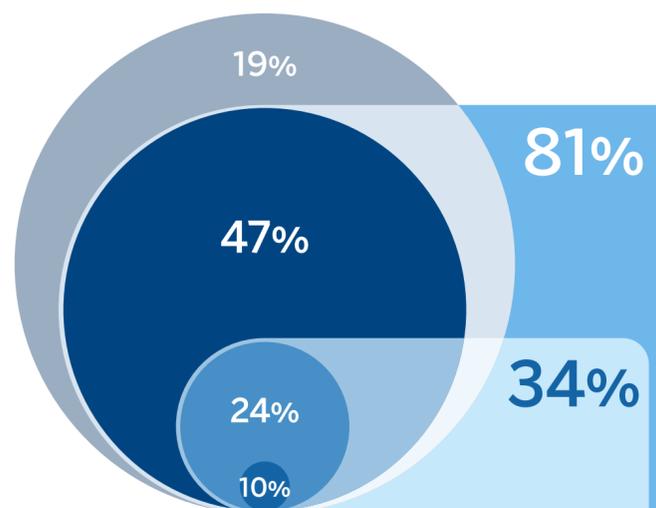


Cómo el negocio contribuye a los ingresos del hogar

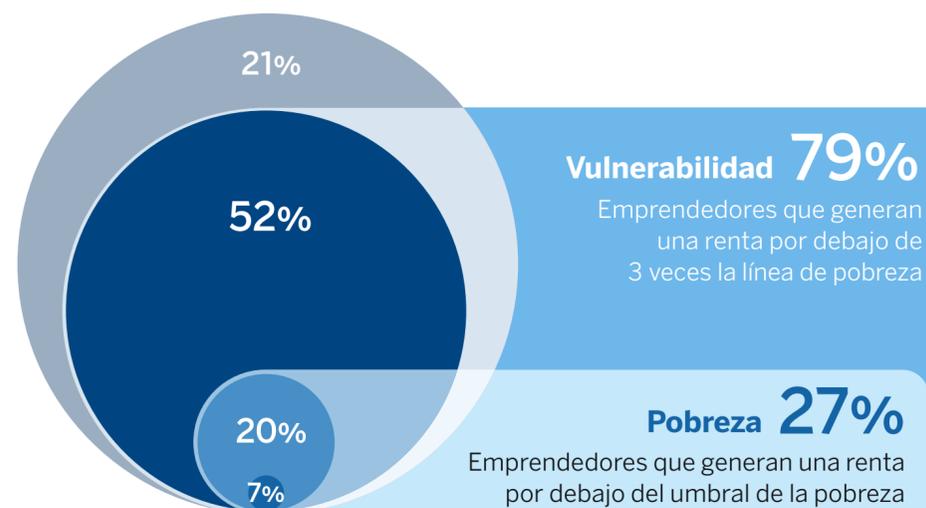
La medida de vulnerabilidad económica permite conocer el perfil de emprendedor que las entidades de la Fundación atienden. Esta medida es diferencial y nos permite evaluar el impacto y la profundidad de nuestra atención. En 2023 se incorporaron más de 280.000 nuevos emprendedores que solicitaron un crédito, de los cuales un 81% se encontraba en situación de vulnerabilidad (vulnerables, pobres y extremadamente pobres), y un 34% tenía una renta por debajo de la Línea de Pobreza (LP). Los emprendedores clasificados como pobres ganaban una media de USD 3,5 al día, mientras que los vulnerables obtenían USD 7,4.

12 Vulnerabilidad económica

280.010 
Nuevos emprendedores de crédito



930.144 
Total emprendedores de crédito*

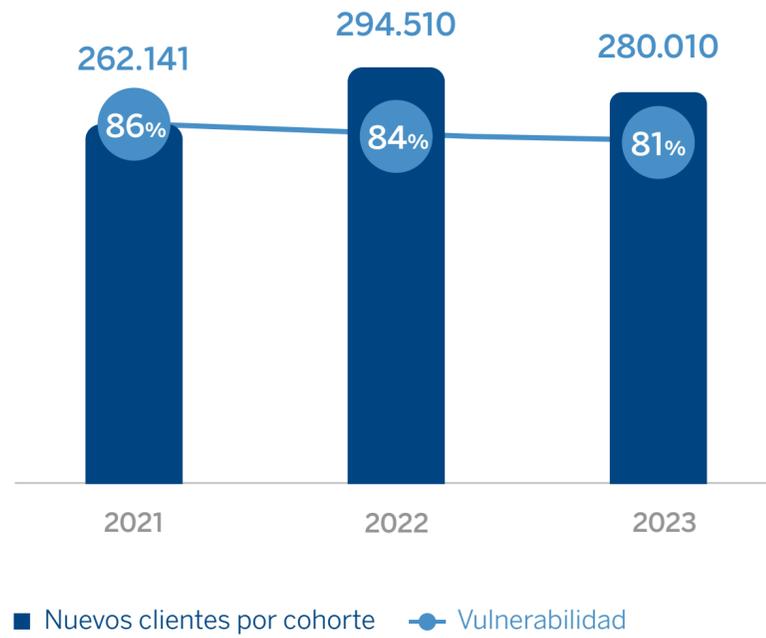


● Extr. pobres ● Pobres ● Vulnerables ● Otros

*No incluye Emprande

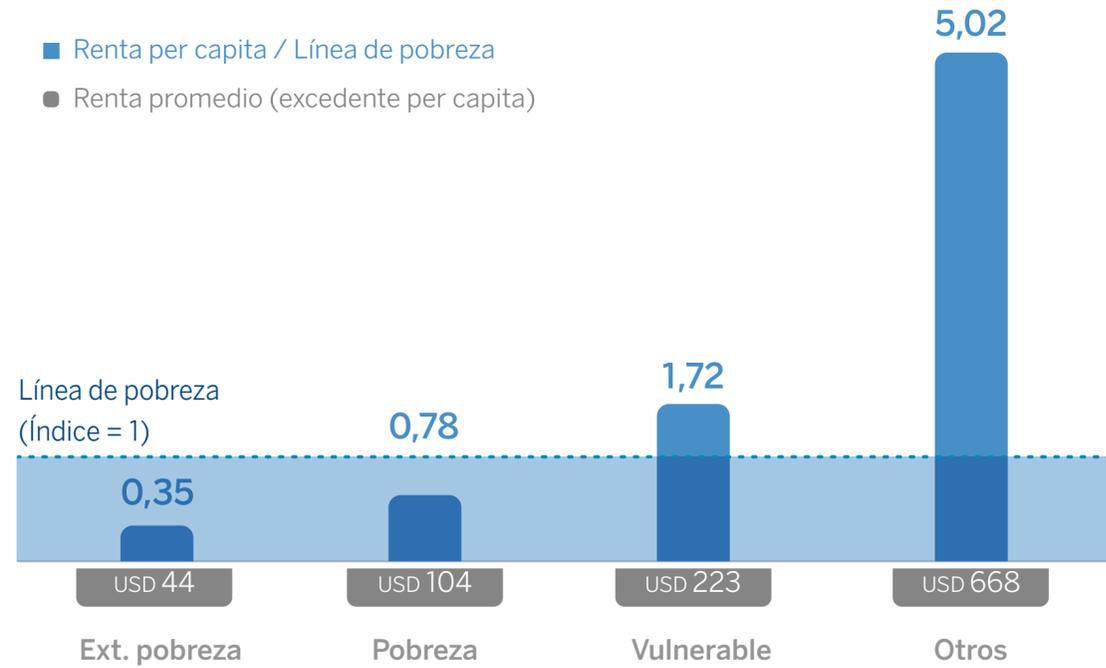
13 Compromiso con nuevos emprendedores

Nuevos emprendedores de crédito



14 Renta de los emprendedores

Nuevos emprendedores de crédito



G. 13. Considera la entrada de clientes durante el año (sin créditos anteriores). Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de tres veces la Línea de Pobreza oficial del país.

G. 14. De acuerdo con la Línea de Pobreza oficial de cada país.

CÓMO MEDIR LA VULNERABILIDAD ECONÓMICA

Analizamos la vulnerabilidad económica de los emprendedores en función de la contribución económica del negocio a sus hogares. La capacidad que sus microempresas tienen de generar excedentes para cada miembro del hogar, los excedentes per cápita o su renta, se analizan según el coste de una canasta básica de alimentos (Línea de Pobreza Extrema) y otra ampliada que incluye el coste de servicios básicos (Línea de Pobreza)⁷.

La metodología de cálculo de la LP en cada país se basa en unos preceptos comunes. Por tanto, la Línea de Pobreza es un referente nacional que permite relativizar la información, compararla entre países y evaluar el desempeño a lo largo del tiempo.

Clasificación de vulnerabilidad económica del Grupo FMBBVA:

- **Extremadamente pobres:** cuando el excedente que le queda a cada miembro del hogar (o renta) es inferior a la Línea de Pobreza Extrema de su país.
- **Pobres:** cuando su renta es superior a la Línea de Pobreza Extrema, pero inferior a la Línea de Pobreza de su país (representada por el coste de la canasta básica de alimentos, bienes y servicios básicos).

- **Vulnerables:** cuando su renta es superior a la Línea de Pobreza, pero inferior a tres veces la línea de pobreza w•
- **Otros:** cuando su renta es superior a tres veces la Línea de Pobreza correspondiente.

Aunque esta clasificación es propia del Grupo, es comparable con los estándares que emplean organismos internacionales como las Naciones Unidas o el Banco Mundial.

Por otra parte, la renta relativa es el excedente del negocio dividido por cada miembro del hogar en relación a la Línea de Pobreza (LP). Dicha renta mide la distancia respecto a la LP y, por tanto, nos permite observar cuán pobres son un

conjunto de clientes, cuánto tienen que crecer sus negocios para superarla y si estarán más o menos en riesgo de volver a caer por debajo de ella. Este indicador también es una aproximación de la concentración de pobreza en cartera.

La renta relativa de los clientes vulnerables atendidos en 2023 fue de 1,7 veces la LP, distando mucho de la de los clientes clasificados como otros, que se situaba muy lejos de la Línea de Pobreza (5 veces la LP), por lo que su probabilidad de caer en la pobreza era mucho mayor.

15 Canasta básica por país

Línea de Pobreza Extrema según el instituto nacional de cada país



7. Estas Líneas de Pobreza son distintas dependiendo de si el entorno es rural o urbano en Colombia, Perú, República Dominicana y Panamá. En Chile se distinguen en función del tamaño del hogar.

G. 15. Se presenta la canasta básica alimentaria oficial de 2023 para cada país, actualizada a su vez con el IPC a cierre de 2023. En todos los países, excepto en Chile, esta canasta básica se segmenta por entorno (rural/urbano) y representa la Línea de Pobreza Extrema. En Chile, se calcula una canasta básica pero las Líneas de Pobreza se calculan con una nueva metodología en función del tamaño del hogar (de uno a diez miembros).

Carencias sociales: vivienda, educación, salud

Para lograr una visión más amplia de la pobreza es necesario ampliar el concepto de pobreza monetaria para ir a uno más estructural, evaluando las potenciales carencias con las que se enfrentan en sus hogares en vivienda, educación y salud.

Las personas que se encuentran en la pobreza generalmente la definen como una experiencia de privaciones simultáneas, en lugar de una mera falta de ingresos. Los Índices de Pobreza Multidimensional (IPM), basados en la metodología Alkire-Foster, pueden proporcionar un conocimiento más amplio de la naturaleza de la pobreza que complementa las medidas unidimensionales monetarias. Un IPM revela quién es pobre y de qué modo lo es, aportando información relevante para identificar qué personas se encuentran en la pobreza, así como los problemas que los mantienen en ella.

Con el **objetivo de contar con un estándar mínimo de vida** en los ámbitos de la vivienda, educación y salud para cada hogar de nuestros emprendedores en 2023 se está implementando la evaluación de las carencias de forma recurrente para toda la cartera de clientes. Se propone para ello:



- **Nueva evaluación no-financiera.** Se re-evalúan las preguntas no-financieras para incorporar las carencias creando un estándar corporativo y validado por Wise Responder (antes SOPHIA Oxford). Incluye en el ámbito familiar⁸, las dimensiones de vivienda (materiales de vivienda, hacinamiento y acceso a internet), salud (acceso o no a un sistema de cobertura salud médica) y nivel educativo (en base a criterios nacionales).
- **Recopilación datos gradual:** La evaluación se incorpora en el proceso de captura habitual (desembolso) y se actualiza cada 12 meses. Por precaución, se implementa de forma por fases, a distintos segmentos de clientes.
- **Metodología:** Se diseñará un nuevo índice, manteniendo la metodología Alkire-Foster⁹.

Esta información se recopila en el proceso de admisión o renovación de crédito de cada emprendedor y por tanto, se almacena en los sistemas de información del core bancario.

8. Evaluando condiciones relativas al conjunto del ámbito familiar (incl. cada miembro del hogar).

9. Esta se empleó en 2021 en el estudio de pobreza multidimensional para un grupo de clientes encuestados.

ESTATUS DE LA IMPLANTACIÓN DEL ÍNDICE DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL

Objetivo

Identificar las carencias regularmente

Evaluar y priorizar las carencias para facilitar una solución en función a la escala, intensidad y frecuencia de las mismas.

Segmentar los hogares

Seleccionar a cada hogar vulnerable a nivel nacional y en zonas concretas para dirigir la oferta de valor.

Seguimiento de la solución

Evaluar en el tiempo la reducción o ampliación de las carencias de cara a poder atenderlas.

Estatus

Colombia BANCAMÍA

Validando data de **50.406 hogares**

Perú FINANCIERA CONFIANZA

Data validada de **67.036 hogares.**
Construyendo metodología

Rep. Dominicana BANCO ADOPEM

Validando data de **26.926 hogares**

Chile FONDO ESPERANZA

Validando data de **16.676 hogares**

Panamá MICROSERFIN

Piloto (**78 hogares**) cerrado

TOTAL

Validando datos de **161.122 hogares**

Se dispone de información de 161.000 hogares en Colombia, Perú, República Dominicana, y Chile; Panamá realizó el piloto en 2023 y lanzará la evaluación en 2024. Una vez la información esté validada, y se puedan medir las carencias a las que se enfrentan los hogares de cada cliente atendido, se podrá construir un estándar mínimo de vida en el país. En paralelo, las áreas de negocio siguen diseñando productos y servicios financieros que aborden las brechas de pobreza ya identificadas.

Esta información nos ayudará a diseñar una oferta de valor que permita a nuestros emprendedores superar esas carencias estructurales – a menudo asociadas a la ausencia de oferta de bienes y servicios –, y a cerrar esas brechas.

La pobreza digital

La expansión en el uso de la tecnología digital de las últimas décadas se ha vuelto cada vez más esencial y necesaria, brindando nuevas oportunidades y beneficios sociales. Con la pandemia se aceleró la oferta de servicios y productos, tanto públicos como privados, aumentando las prestaciones con herramientas digitales. Sin embargo, también corre el riesgo de incrementar las desigualdades y exclusión, ya sea debido a problemas de acceso a los recursos físicos, por la ausencia de habilidades digitales o de recursos para explotar estas herramientas, y de falta de habilidades (ej. cada vez se realizan más trámites con el sector público, permite mejorar la comunicación con terceros, informarse más y mejor, o son eficaces canal de venta para pequeños emprendimientos).

La pobreza digital va más allá de la falta de dispositivos tecnológicos y conexión a internet, se manifiesta de varias formas y combinaciones de estas:

- **El acceso limitado a la tecnología**, véase la falta de dispositivos (computadoras, teléfonos) o limitado acceso a internet, sobre todo en zonas rurales y urbanas marginadas con infraestructura insuficiente para internet a alta velocidad.
- **Las escasas habilidades digitales** para utilizar la tecnología de manera efectiva pueden limitar las oportunidades de educación, empleo y participación cívica. Esto incluye habilidades básicas como navegar por Internet, enviar

correos electrónicos, usar programas de procesamiento de texto o participar en redes sociales.

- **Limitaciones económicas** que impidan la compra del dispositivo o de los costos asociados a servicios de internet, con la compra de un plan de datos o la instalación de una wifi.
- **Brecha digital que se convierte en brecha generacional** ya que los mayores pueden sentirse abrumados o excluidos por la rápida evolución de la tecnología.

La pobreza digital, que difiere por país, zonas y por perfil, puede contribuir a perpetuar el ciclo de pobreza y profundizar en brechas, como la de género, la rural o la generacional. Es decir, experiencias deficientes con la tecnología digital pueden contribuir a que se vuelvan pobres o experimenten más desventajas en el futuro. De hecho, debido a la incapacidad de aprovechar las oportunidades de ahorro de costos que se ofrecen el acceso en línea, puede empobrecer más a los pobres.

A la vez, la pobreza digital es dinámica: las personas pueden caer en ella a lo largo de su vida y puede prevenirse o abordarse mediante el mantenimiento de mecanismos y redes de apoyo adecuados. Por lo tanto, la inclusión digital ya no es algo deseable sino esencial.



La pobreza digital puede ser un amplificador de la pobreza económica o perpetuar el ciclo de pobreza

En ocasiones, las soluciones tradicionales, como llevar el internet por cable, no es factible en zonas remotas y se hacen necesarias medidas más innovadoras como alternativas inalámbricas satelitales, para llevar internet rápido a las áreas geográficamente más difíciles de alcanzar.

En los cinco países en los que la Fundación trabaja, la mayoría de los adultos tiene acceso a un dispositivo móvil (89%) pero no todos tienen acceso a internet (68%). En su uso financiero, sólo el 47% hace transacciones online, cifra que se reduce al 23% en población en situación de pobreza¹⁰.

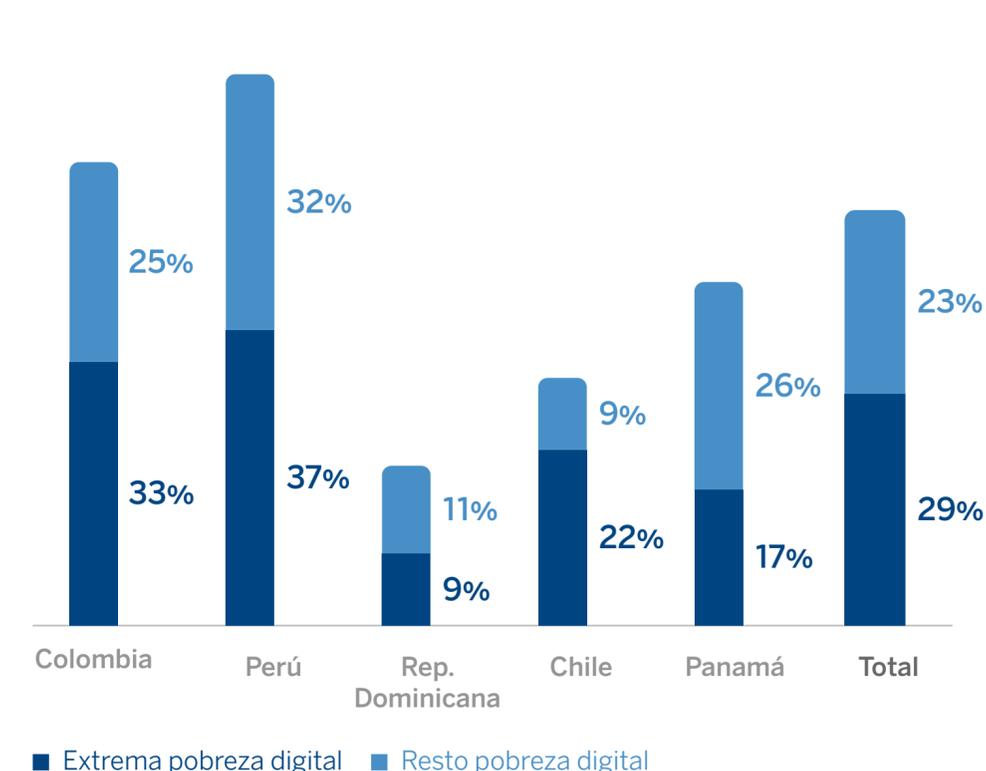
Un 52,4% de los emprendedores de los cinco países presentan algún grado de pobreza digital y un 29% tienen pobreza digital extrema (no tienen equipos ni acceso a Internet). Colombia y Perú son los países con mayor pobreza digital y Chile el que menos.

En efecto, el costo de un plan de datos muy modesto de solo 1GB representa el 4% del ingreso familiar mensual, muy por encima del umbral de asequibilidad del 2%. En los segmentos de menores ingresos el acceso, el costo de paquetes de conectividad y los equipos representan alrededor del 55% de sus ingresos.

16 Índices de brecha digital nacionales

	Colombia	Perú	Rep. Dominicana	Chile	Panamá
Acceso internet	61%	67%	71%	85%	57%
Tiene móvil	91%	87%	83%	96%	80%
Usa móvil para transacciones económicas	36%	36%	21%	65%	38%
Usa móvil para transacciones financieras	20%	20%	11%	56%	17%

17 Índice de pobreza digital



Un 52% de los emprendedores presentan algún grado de pobreza digital y un 29% no tienen equipos ni acceso a Internet

10. Global Data Findex 2021.

G. 16. Global Findex Data 2021.

G. 17. Research FMBBVA.

DEFINICIÓN DE POBREZA DIGITAL *NOTA METODOLÓGICA*

La "brecha digital" es el concepto más utilizado, generalmente entendido como la medición de las desigualdades en el acceso a las tecnologías y en el uso a nivel de los hogares.

Contrariamente al concepto de brecha digital, **el concepto de pobreza digital trata de encontrar los niveles mínimos de uso y consumo, así como los niveles de ingresos de la población necesarios para demandar estos productos en relación a sus niveles de ingresos.**

El concepto de pobreza digital aborda la evaluación de tres dimensiones: asequibilidad, cantidad y calidad de la conectividad. La primera dimensión tiene que ver con la proporción de ingresos que se requieren para poder tener acceso mediante equipos y costes de paquetes de conectividad, mientras que el segundo se refiere a la cantidad y calidad de este acceso, siendo esta dimensión a su vez otra discriminante de los distintos niveles de "pobreza digital".

Al introducir el concepto de pobreza digital, estamos afirmando que la preocupación se centra en los datos que pueden ser almacenados, puestos a disposición, utilizados y consumidos por los medios digitales. Por lo tanto, estamos introduciendo una dimensión específica: el uso de computadoras o tecnologías de comunicación digital que amplían la funcionalidad de los equipos, como los teléfonos móviles, para facilitar la información y la comunicación.

Segmentación de pobreza digital

- **Extremadamente pobres:** Los hogares que no tienen acceso ó ninguna habilidad para utilizar los medios digitales
- **Resto de Pobres:** tienen acceso parcial muy limitado y con bajas habilidades para utilizar los medios digitales.

La Fundación trabaja para erradicar la brecha digital en dos dimensiones:

Por un lado, poner a disposición de la población medios de conectividad a internet. Desde 2020, se han añadido 93 corresponsales con conectividad¹¹ en zonas remotas ofreciendo conectividad a cerca de 4.400 hogares.

Por otro lado, la apuesta por la alfabetización digital se hace crucial para mejorar la eficiencia de los emprendedores, y les reporta beneficios tangibles para poder utilizar las tecnologías en sus negocios y también la banca online, con un ahorro de tiempo en trámites burocráticos, permitiendo obtener información veraz en tiempo real y mejorar su comunicación con terceros.

En la medida que el acceso digital es masivo y asequible, permite potenciar el desarrollo y uso de finanzas digitales, una importante herramienta para la inclusión financiera. El desafío es el acceso y uso universal a estos servicios. Para más detalle, ver [Conectividad y alfabetización digital](#).

Por otro lado, las personas digitalmente pobres carecen de capacidades debido a la falta de conocimiento sobre cómo se utilizan o a la falta de ingresos.

11. Conexión satelital + internet local.

Cada vez es más necesario que el Internet de alta velocidad esté disponible para todos, en todas partes, sin importar dónde vivan o quiénes sean y es cada vez más necesario que este sea asequible. Es necesario fomentar una democratización del acceso al hardware y software que la gente necesita para aprovechar al máximo las capacidades de Internet, así como crear las capacidades mínimas requeridas para que esto sea posible.

En la medida que el acceso digital es masivo y asequible, permite potenciar el desarrollo y uso de finanzas digitales, convirtiéndose en una importante herramienta para lograr una mayor inclusión financiera y la expansión de los servicios básicos. El desafío es enorme, con millones de individuos y de pequeñas empresas que carecen de acceso a crédito y servicios financieros básicos.

ESTRATEGIAS PARA REDUCIR LA POBREZA DIGITAL



*. Fuente: Research FMBBVA.

Riesgos del cambio climático

Los hogares vulnerables son los más expuestos a los impactos adversos del cambio climático, ya que las pérdidas derivadas por estos fenómenos absorben una mayor parte de su escaso patrimonio y también hacen que cuenten con menos recursos para poder recuperarse de estos eventos¹².

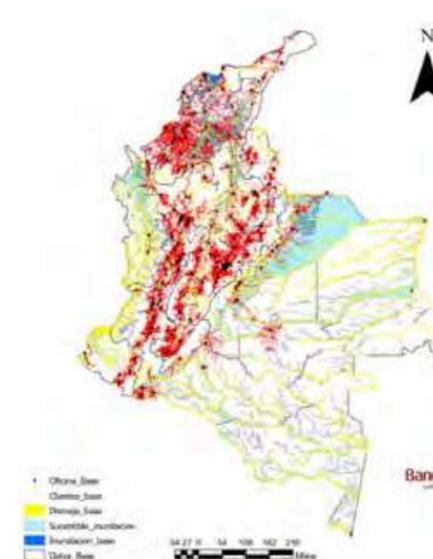
Durante el 2023, se realizaron varios proyectos piloto para la identificación de los riesgos climáticos de los emprendedores. En Perú, **Financiera Confianza** y en Colombia, **Bancamía**, han desarrollado mapas de vulnerabilidad climática, principalmente para los emprendedores agrícolas. A partir de la obtención de datos oficiales¹³ de las principales variables climáticas como, por ejemplo, precipitaciones y aumento de la temperatura, que se cruzan con la base de datos propia que tiene geolocalizados los negocios de los emprendedores se pueden identificar a las personas más expuestas a estos fenómenos. Esta herramienta permite evaluar los posibles riesgos: cuántas personas pueden verse afectadas, en qué

zonas vulnerables, y de qué forma les puede afectar, con tal de anticiparse y minimizar el impacto y el riesgo.

Tanto en Perú como en Colombia, se está realizando un plan de acompañamiento y propuesta de valor para estos emprendedores.

En República Dominicana, **Banco Adopem** ha desarrollado un índice de vulnerabilidad climática para los emprendedores agrícolas, que tiene en cuenta la exposición a fenómenos climáticos, la sensibilidad de los cultivos a cambios en la temperatura, lluvia y calidad del suelo y su capacidad de adaptación según sus condiciones económicas y sociales. En la actualidad este índice está en marcha en una oficina y se espera extenderlo a 5 oficinas en 2024.

A través de esta geolocalización de los riesgos climáticos de nuestros emprendedores, podemos también canalizar mejor nuestra oferta de finanzas sostenibles.



Mapa de vulnerabilidad climática de Bancamía (Colombia)



Mapa de vulnerabilidad climática de Financiera Confianza (Perú)

12. BID, 2021 <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/como-el-cambio-climatico-empeora-la-pobreza-y-la-desigualdad/>

13. En Colombia, la información climática se obtiene de la autoridad meteorológica del país, el IDEAM

Salud financiera: el desafío de acumular capital

La salud financiera es un eje fundamental en el progreso de los hogares. En este sentido, es importante entender cómo los hogares gestionan sus finanzas, cómo gestionan los imprevistos y cómo anticipan las situaciones futuras para poder afrontarlas (planificación e inversión). Esto cobra especial relevancia en comunidades vulnerables, ya que tienen mayor probabilidad de verse beneficiadas por el acceso a productos financieros, que pueden ser una ayuda crucial para el negocio y el hogar.

A continuación se analiza cómo es la gestión financiera de los hogares de los emprendedores en base a las encuestas realizadas. Para ello se distinguen tres niveles de salud financiera, de menor a mayor¹⁴:

- **Nivel 1:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos
- **Nivel 2:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos e imprevistos
- **Nivel 3:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos, imprevistos y además acumular capital (ahorro/inversiones).

El análisis se enfoca especialmente en la resiliencia financiera de los hogares y cómo gestionan los imprevistos, de cara a buscar oportunidades para acompañarlos mejor con mecanismos actuales o nuevos.

NIVELES DE SALUD FINANCIERA*



HERRAMIENTAS FINANCIERAS



Ahorro



Seguros



Educación financiera



Prestámos



Venta de activos



Reducción de gasto

Si quieres saber más sobre las carencias de ingresos, échale un vistazo a

[Carencias económicas del hogar](#)

14. Estas conclusiones se realizan en base a las encuestas de salud financiera. Para más información, ver [Nota metodológica](#). Es importante señalar que se realizaron en Perú, República Dominicana, Chile y Panamá por lo que cuando se hace referencia al "Total" en esta sección, no incluye Colombia y no es reflejo de todo el Grupo FMBBVA.

* Se ha analizado la salud financiera en base a 3.177 encuestas en cuatro países.

Profundizando en el ahorro y otros activos del hogar

La forma más directa de poder cubrir los imprevistos, es a través de un colchón económico, bien en forma de ahorros o de activos que se puedan vender para obtener liquidez. Los hogares aspiran a recurrir al ahorro y la mayoría dice tener capacidad de ahorro (79%) reflejando la intención de construir un hábito saludable: un 40% dice poder ahorrar al menos 4 meses al año y un 39% todos o casi todos los meses.

El 79% de los hogares vulnerables tienen capacidad de ahorro, lo que refleja su esfuerzo por construir una buena salud financiera

CAPACIDAD Y NIVEL DE AHORRO



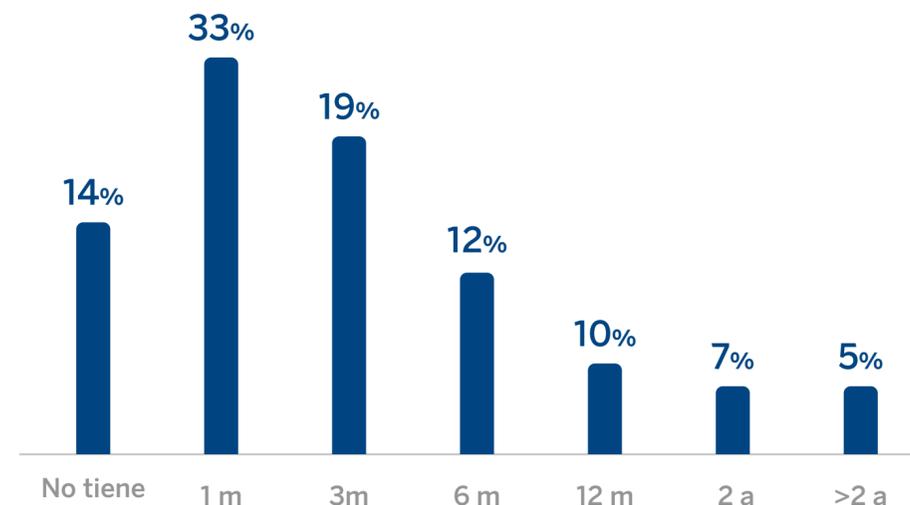
79% clientes tiene capacidad de ahorro

86% clientes tienen ahorros

92% clientes tienen ahorros y/o activos

18 Nivel de ahorro

Cuánto tiempo podría vivir con sus ahorros

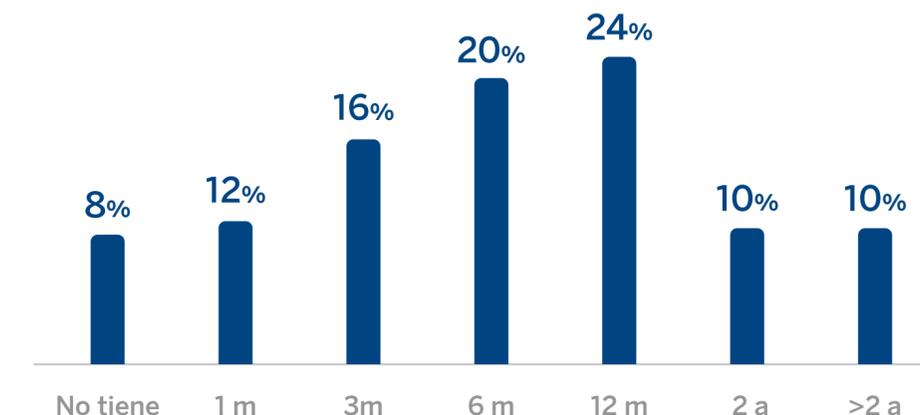


Sin embargo, el hecho de tener capacidad de ahorro no significa que lo hagan, puesto que a menudo deben dedicar los excedentes a cubrir imprevistos o, es frecuente que prefieran invertirlos en activos. Así, el nivel de ahorro es bajo: sólo un 22% puede vivir más de 6 meses con sus ahorros y un 47% tiene menos de 3 meses de ahorro.

Sólo un 22% de emprendedores tiene un nivel de ahorro para vivir más de 6 meses, por lo que posiblemente tengan dificultades para cubrir imprevistos o invertir a medio plazo

19 Nivel de activos

Cuánto tiempo podría vivir con todos sus activos



En lo que se refiere al resto de activos del hogar, la mayor parte de los emprendedores tiene activos. De hecho, un 24% de los hogares no tiene ahorro o tiene muy poco, pero sí tiene activos que podría vender para obtener liquidez.

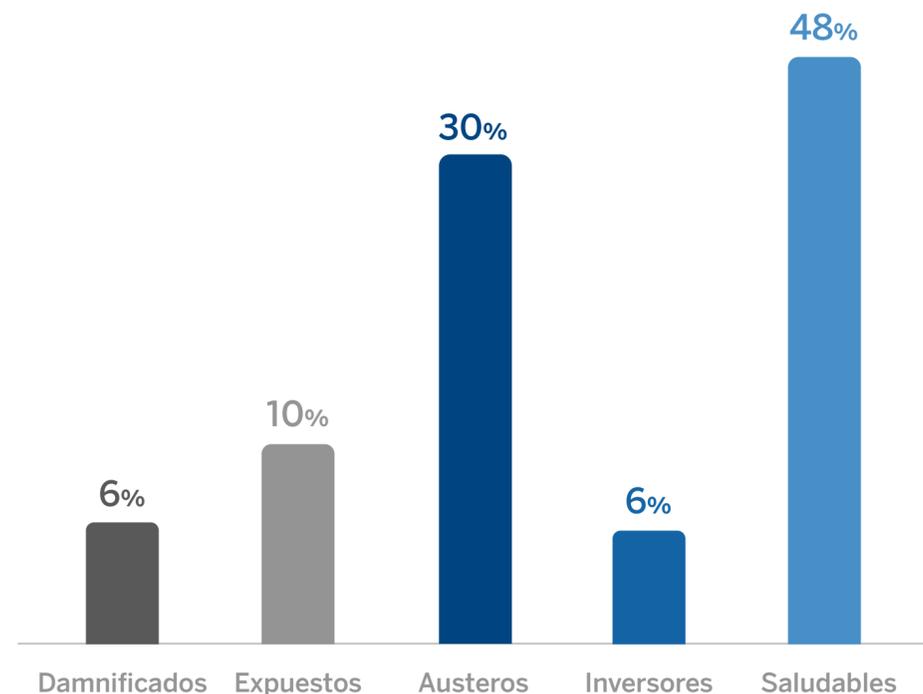
G. 18 y G. 19. Encuesta de salud financiera 2023.

Al analizar la capacidad de ahorro y el nivel de activos conjuntamente, se han estipulado cinco categorías de hogares: saludables, inversores, austeros, expuestos, damnificados (ver gráfico 20).

El segmento *inversores* no tiene mucha capacidad de ahorro pero sí tiene un buen nivel de activos (tiene activos para vivir un mínimo de 6 meses). Esto puede deberse a que sus circunstancias han cambiado y en el pasado tenía cierto excedente o, que a pesar de no tener excedente, acumula activos a través por ejemplo de préstamos formales. Por tanto, este análisis muestra las distintas vías de los hogares para acumular activos, resaltando la importante función de los microcréditos para aquellos que quieren invertir pero no consiguen tener un excedente. El 91% de los emprendedores ha realizado al menos una inversión en el último año, y un 37% ha realizado dos inversiones.

20 Capacidad de ahorro y nivel de activos

Cuantos meses al año puedes ahorrar
 Cuantos meses puedes vivir con ahorro y activos



- **Damnificados:** no tienen capacidad ni ahorro
- **Expuestos:** no tienen capacidad pero sí un poco de ahorro (<6 meses)
- **Austeros:** tienen capacidad (pueden ahorrar al menos 4 meses al año) pero tienen poco ahorro (<6 meses)
- **Inversores:** no tienen capacidad pero sí ahorro (>6 meses)
- **Saludables:** tienen capacidad y ahorro (>6 meses)



91%
 hogares han realizado una inversión en el último año



62%
 hogares invierten en activos líquidos

En contraste, el segmento *austeros* son aquellos que tienen pocos activos a pesar de tener capacidad de ahorro (un 30%). Es posible que estos hayan tenido que enfrentarse recientemente a imprevistos, o que estén dedicando el excedente a inversiones que no comporten un aumento de activos, como mejoras en la vivienda o inversión en estudios de los hijos.

Por perfil de cliente, se observa un mayor nivel de ahorro/ activos entre los de mayor renta. En cuanto a las inversiones del último año, se observa un mayor número de ellas entre los jóvenes, y menor inversión en negocio en el sector agrícola.

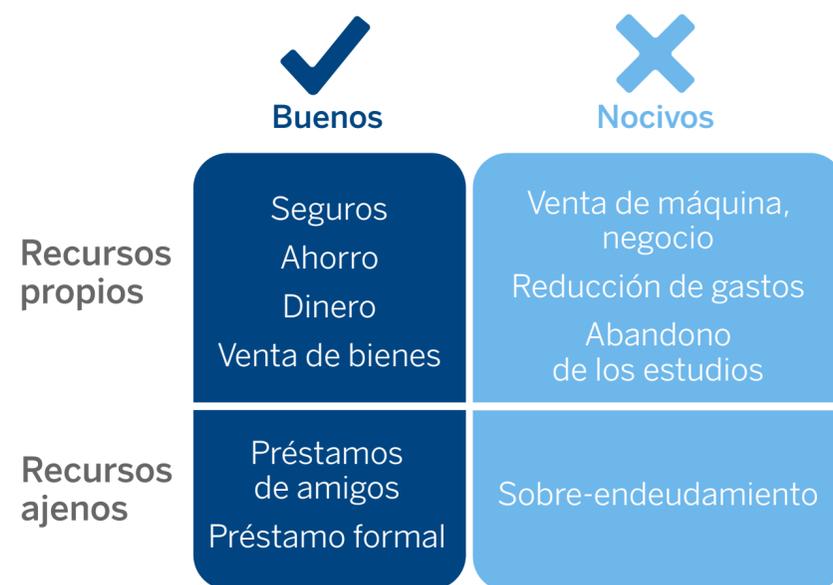
Estrategias financieras de los hogares, centrados en cubrir imprevistos

Además del ahorro o los activos, los hogares pueden recurrir a otros recursos para cubrir imprevistos, como por ejemplo los préstamos (formales o informales) o la reducción de ciertos gastos del hogar. Se definen cuatro tipos de recursos en función de su idoneidad desde un punto de vista de salud financiera. Los recursos buenos (como puede ser el ahorro o

la venta de algún activo no productivo), los recursos nocivos (como la reducción de gasto necesario o productivo), los recursos propios y los recursos ajenos. La distinción entre recursos propios y ajenos se hace porque estos últimos no pueden considerarse para determinar el nivel de salud financiera de un hogar.

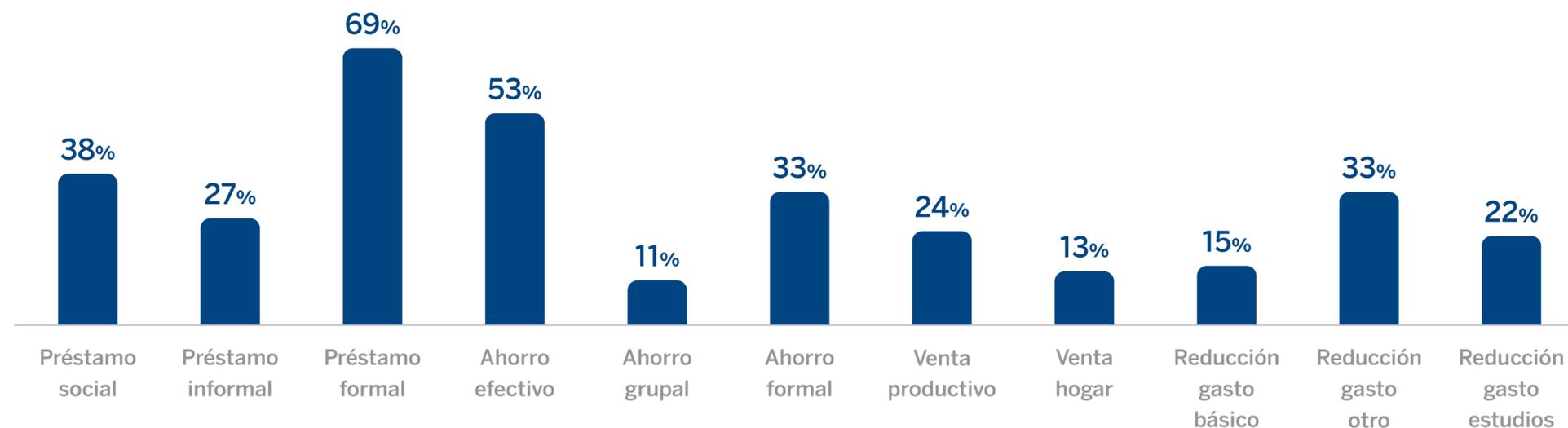
Un 75% de los hogares tiene recursos propios buenos (ahorro). Los que sólo disponen de recursos nocivos o ajenos son un 14%.

CLASIFICACIÓN DE RECURSOS DE LOS HOGARES*



21 Recursos utilizados

Adultos que usan el recurso, respuesta múltiple



G. 21. Encuesta de salud financiera 2023.

* Elaboración interna.

MECANISMOS UTILIZADOS PARA IMPREVISTOS

1º Préstamo formal
 Herramienta más frecuentemente utilizada en el último año

2º Ahorro en efectivo
 “Debajo del colchón”, típico de nuestros emprendedores



Los más pobres hacen mayor uso de recursos nocivos (venta de bienes productivos, reducción de gasto), y también recurren más al préstamo social



Los hogares urbanos usan más ahorro en entidad formal frente al efectivo y también recurren más a préstamos sociales (amigos, familiares)

Ante los imprevistos, los recursos utilizados con más frecuencia han sido el préstamo formal y el ahorro en efectivo

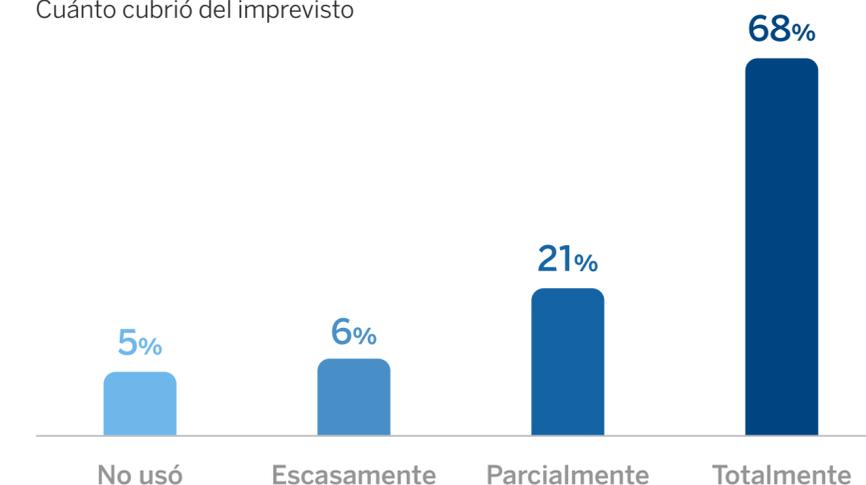
La utilidad de los recursos depende, por un lado, del nivel de recurso que tenga el hogar y, por otro, de la magnitud económica del imprevisto, algo que sólo puede conocerse una vez ocurrido éste. La mayoría de los hogares ha tenido imprevistos económicos en el último año, enfatizando la importancia de poder gestionarlos. Para el 68% de los hogares, los recursos escogidos fueron útiles porque cubrieron totalmente el imprevisto. El 21% usó recursos parcialmente útiles (cubrió al menos la mitad del imprevisto).

Los recursos utilizados con más frecuencia en el último año fueron el préstamo formal y el ahorro en forma de efectivo, seguido del ahorro en entidad formal y el préstamo social (i.e. de familia, amigos). Los recursos poco idóneos como la reducción de gasto en estudios o gastos del hogar, fueron utilizados con una frecuencia más baja pero significativa. En resumen, desde una perspectiva de salud financiera los recursos utilizados no son los mejores, ya que el uso de recursos ajenos es tanto o incluso más frecuente que el uso de recursos propios, en línea con el bajo nivel de ahorro.

Por perfil de clientes, no se observan diferencias apreciables en el orden de preferencia de recursos, pero sí en la intensidad de uso de éstos. Por ejemplo, aunque los más utilizados siguen siendo el préstamo formal y el efectivo, hay más intensidad en el uso del préstamo social y reducción de gasto entre los pobres y las mujeres, frente a los hombres que usan más préstamo formal y venta de activos productivos. Por su parte, los de menos educación usan más ahorro.

22 Cobertura imprevistos

Cuánto cubrió del imprevisto



- **No usó:** no usó recursos
- **Cubrió escasamente:** menos del 50% del imprevisto
- **Cubrió parcialmente:** más del 50% del imprevisto
- **Cubrió totalmente:** el 100% del imprevisto

La mayoría de los hogares tiene disponibles recursos buenos como el ahorro, pero acaba utilizando recursos poco idóneos como al préstamo: debido probablemente al bajo nivel de ahorro.

Los recursos nocivos (reducción de gasto, venta bienes productivos, abandono estudios), no son los más frecuentes, pero su uso es significativo.

Ante la falta de excedentes para hacer inversiones y acumular activos, o la falta de recursos propios para enfrentar imprevistos, el préstamo formal se convierte en el recurso más habitual y el más útil para cubrir de forma eficaz ambas necesidades y mantener al emprendedor a pleno rendimiento.

DIFERENCIAS DESTACABLES POR PAÍS

La salud financiera presenta diferencias por país en algunas dimensiones, si bien se destacan las más relevantes: inestabilidad de ingresos, nivel de ahorro y los mecanismos utilizados por los hogares.

El 44% de los hogares presenta inestabilidad de ingresos, es decir, recibe la mayoría de los ingresos del hogar en un máximo de 9 meses del año. Microserfin (Panamá) destaca como la entidad cuyos hogares encuestados presentan mayor **inestabilidad de ingresos**. En el otro extremo se sitúa Banco Adopem, con tan sólo un 35% de hogares con ingresos inestables.

Microserfin y Financiera Confianza son las entidades que presentan mayor proporción de hogares con ingresos inestables

Cabe destacar que los países donde existe mayor proporción de hogares inestables son también los países donde más emprendedores son la principal fuente de ingresos del hogar. Es decir, refuerza el principio de que el negocio es una fuente inestable de ingresos; más que salarios. Además, son los países donde existe menor

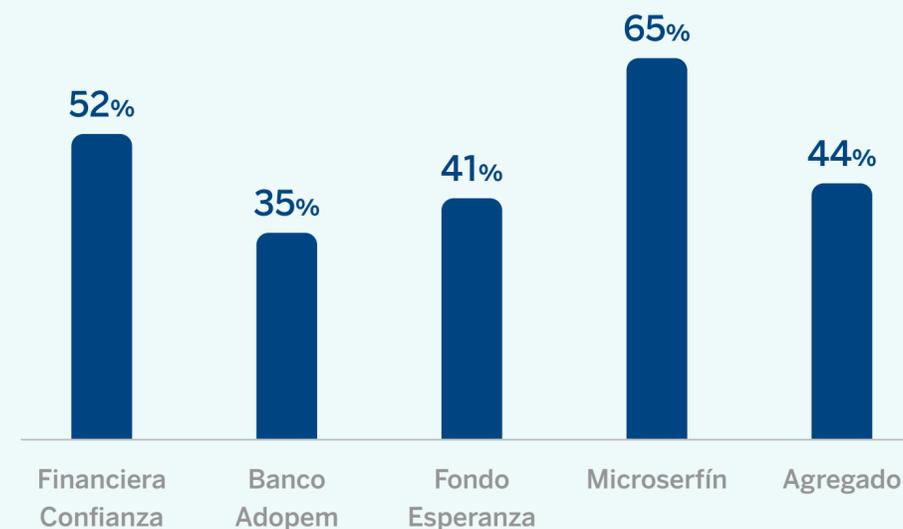
representación de mujeres (del total). Como se vio en 2022, se vuelve a confirmar que ellas tienen mayor tendencia a diversificar fuentes de ingresos.

En relación al ahorro, en general los hogares de nuestros clientes tienen un nivel de ahorro muy bajo. Sin embargo, existe un grupo significativo de hogares que puede vivir hasta 6 meses de sus ahorros i.e. tiene un buen nivel de ahorro. Existe por tanto potencial para mejorar la práctica del ahorro entre estos hogares. Fondo Esperanza (Chile)

es la entidad donde este grupo es más elevado, como es esperado por el nivel de educación nacional (más alto que en los demás países) así como el nivel de inclusión financiera (el mayor entre las entidades del Grupo). En Banco Adopem (República Dominicana), en cambio, el alto segmento de ahorradores se debe probablemente a su cobertura nacional (oficinas en todo el país), excelente reputación y la confianza que tienen las personas en el sistema financiero. Es decir, aunque el nivel educativo sea bajo, otros elementos favorecen el hábito del ahorro.

23 Ingresos inestables

Proporción de emprendedores que reciben la mayoría de sus ingresos en un máximo de 9 meses



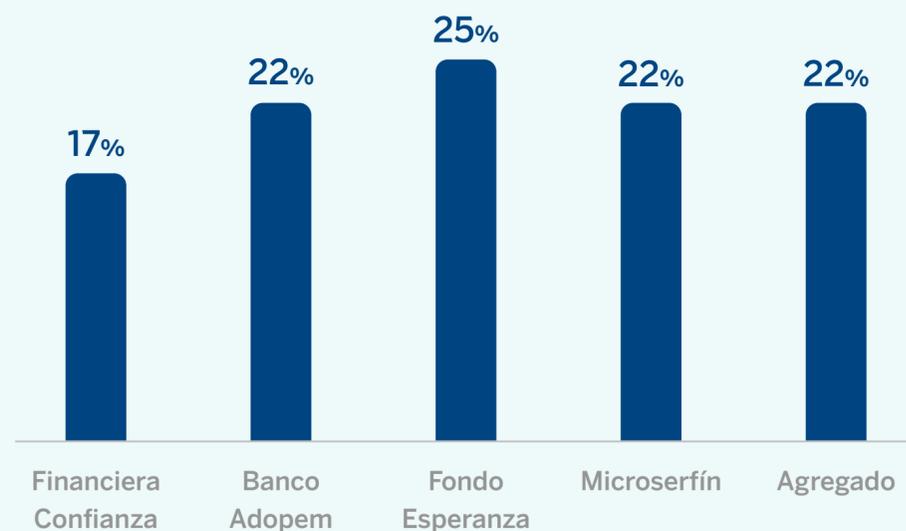
Banco Adopem y Fondo Esperanza son los países con mayor proporción de clientes potenciales de ahorro

G. 23. Encuesta salud financiera 2023. "Los ingresos en mi hogar son...":
 • **Ingresos muy inestables:** en 4 meses del año. • **Ingresos inestables:** en 9 meses del año. • **Ingresos estables:** en más de 10 meses del año.

G. 24. Encuesta salud financiera 2023. "Cuánto tiempo podría vivir con sus ahorros..."

24 Emprendedores con más ahorro

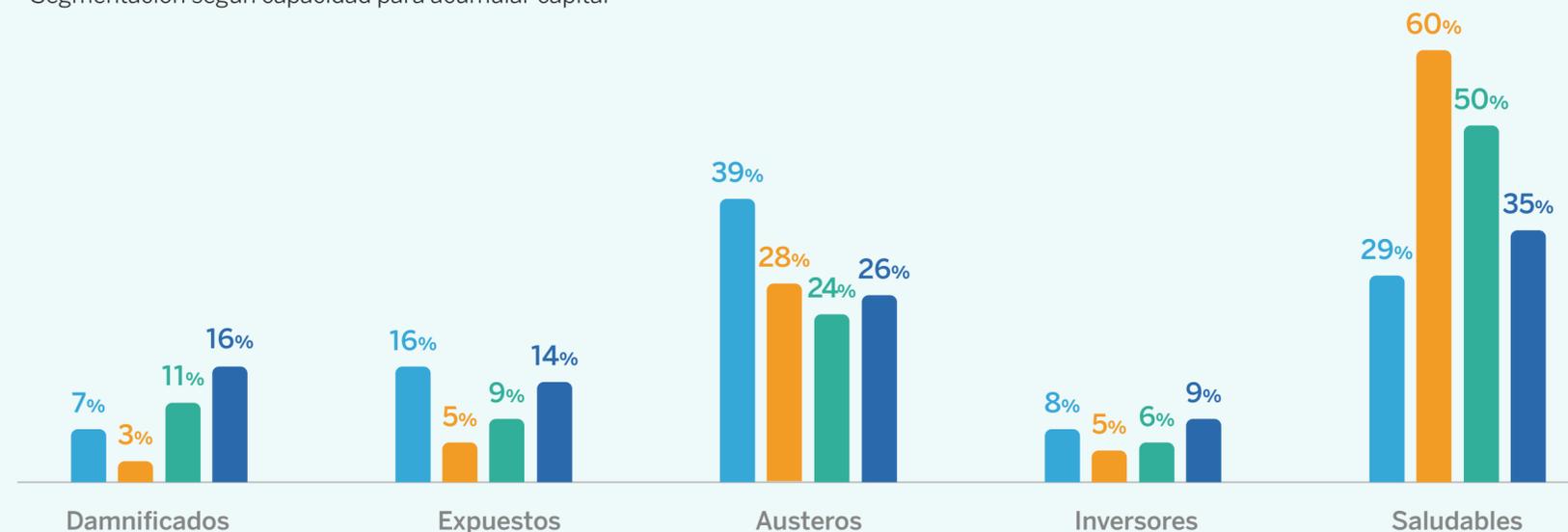
Proporción de emprendedores que pueden vivir más de 6 meses del ahorro



Para profundizar en los hábitos de inversión y ahorro, se creó una segmentación de hogares en función de su capacidad de ahorro y nivel de activos (ahorro + activos)¹⁵. Se observa, por ejemplo, que Financiera Confianza tiene mayor proporción relativa de clientes en los segmentos de menos capacidad (con bajo nivel de activos: damnificados, expuestos y austeros). Sin embargo, Banco Adopem y Fondo Esperanza destacan por la proporción de clientes en el segmento saludables (con buen nivel de capacidad y activos). En Microserfín se observa mayor proporción de clientes en los extremos (damnificados y saludables).

25 Capacidad de ahorro y nivel de activos

Segmentación según capacidad para acumular capital



Damnificados: no tienen capacidad ni ahorro

Expuestos: no tienen capacidad pero sí un poco de ahorro (<6 meses)

Austeros: tienen capacidad (pueden ahorrar al menos 4 meses al año) pero tienen poco ahorro (<6 meses)

Inversores: no tienen capacidad pero sí ahorro (>6 meses)

Saludables: tienen capacidad y ahorro (>6 meses)

■ F. Confianza ■ B. Adopem ■ F. Esperanza ■ Microserfín

15. Para más detalle sobre la segmentación, ver "[Profundizando en el ahorro](#)".

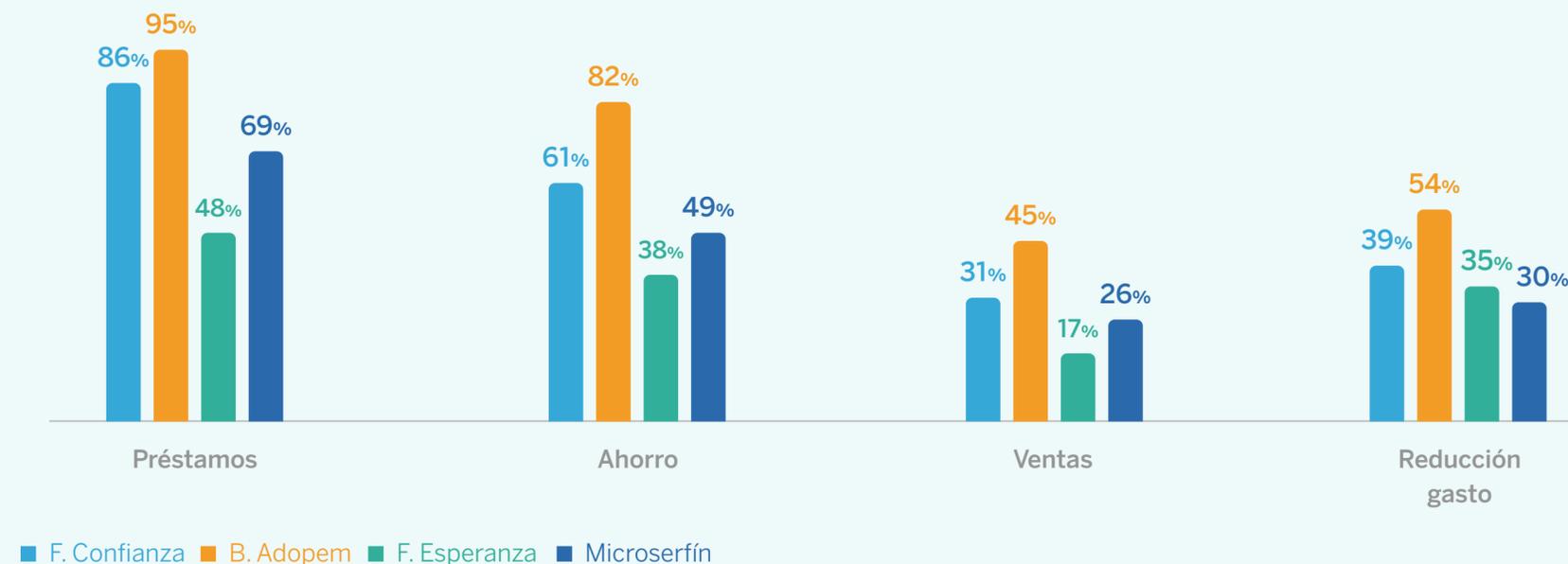
G. 25. Encuesta salud financiera 2023.

Finalmente, es importante identificar los **recursos** que utilizan los hogares para hacer frente a imprevistos. En general, los recursos más utilizados son el préstamo y el ahorro. No obstante, al analizarlo por país, se observan notables diferencias:

- **Uso ahorro:** Aunque los hogares recurren al ahorro como segundo instrumento más frecuente para cubrir imprevistos (tras el préstamo), lo hacen principalmente en efectivo, es decir, no usan productos financieros formales.
- **Reducción del gasto:** Ante imprevistos, es de los mecanismos menos utilizados. Sin embargo, en Fondo Esperanza, casi la misma proporción de hogares chilenos reducen gastos o usan ahorro, siendo la reducción de gasto mucho más nociva.
- **Todos los recursos:** En Banco Adopem hay un mayor uso generalizado de recursos (todos los porcentajes son mayores al resto de países).

26 Recursos más utilizados¹⁶

Adultos que usan el recurso, respuesta múltiple



¹⁶. Se presenta el porcentaje mayor dentro de cada categoría de recursos.
 G. 26. Encuesta salud financiera 2023.

Yahaira Altagracia Guerrero

Las Matas de Farfán / Delicias La Hija del Rey

Combinación perfecta: su capacidad de Repostera y Educadora

Categoría: Premio a la Producción, Comercio o Servicio innovador

Los dulces son las preparaciones más deliciosas que siempre están presentes en todas las reuniones familiares y en los famosos “juntos” con los amigos, que con solo un mordisco transportan tu mente y te hacen suspirar.

Yahaira es una mujer responsable, perseverante y emprendedora que nunca le ha tenido miedo al trabajo. Proviene de una familia muy humilde donde su madre trabajaba como doméstica en una casa de familia, y sus empleadores tenían un negocio de repostería justo al lado de la casa, por lo que desde pequeña corría a la cocina para curiosear las labores de su madre, y ni hablar cuando iba todos los días a la repostería para ella, era el momento mágico, por dos cosas; saborearlos y ver cómo lo preparaban.

Desde temprana edad trabajaba atendiendo niños, ya que tenía que aportar en su casa, sin embargo, nunca abandonó sus estudios, y siempre pudo dividir su tiempo entre el trabajo y las responsabilidades de la escuela. A la edad de 21 años se casó y se fue a vivir a Las matas de Farfán donde continuó sus estudios de bachiller y luego inició en la carrera de Educación y al mismo tiempo tuvo la oportunidad de laborar en una escuela y criar su hijo que hoy día tiene 22 años. Yahaira nos cuenta que su vida dio un giro de 360 grados cuando un día de cobro se dirige a realizar su retiro como de costumbre y encuentra que falta dinero en su cuenta, cuando pregunta en el banco le informan que tiene una deuda de su tarjeta de crédito, nos expresa que esto le sucedió por falta de conocimiento y porque no todas las personas les dan un uso adecuado a las mismas por la falta de educación financiera y porque no se detienen a leer el contrato que se le entrega cuando reciben el plástico.





Este fue el comienzo de su dolor de cabeza, ya que tenía que cumplir con los gastos de su casa, pagar el préstamo de su pasola, enviarle dinero a sus padres más la deuda de la tarjeta de crédito, recuerda que esa noche solo pensaba de qué manera iba a buscar otra forma de generar ingresos, por sus propios méritos y sobre todo que lo que realizará, fuera algo que las personas del pueblo no encontrarán, le llegaron miles de ideas a la mente, hasta que se identificó lo que le recordaba su infancia los postres y que justamente donde laboraba pocos meses antes le habían impartido un curso de repostería y tenía múltiples recetas que podía implementar.

Inició haciendo un bizcocho para el hijo de una amiga y a partir de ese momento le siguieron realizando pedidos, y con estas referencias su clientela empezó a crecer...

Al ver la aceptación que tuvo su negocio decidió capacitarse en otras técnicas y se formó como repostera en INFOTEP, así como otros talleres sobre los distintos tipos de masa, lustre, piso sobre piso entre otros lo que hoy ella define "Delicias Hija del Rey" como un emprendimiento exitoso que se encarga de hacer feliz a sus clientes a través de cada uno de sus postres

El nombre "Delicias Hijas del Rey", surgió porque: "Delicias" significa todo aquello que nos atrae, nos seduce y es capaz de torcer nuestra voluntad "Hija del Rey" era su usuario en facebook y decidió unir ambos nombres.

Actualmente ofrece bizcochos con los diseños que solicite el cliente y nos comenta que es la parte que más le gusta "lustrar", porque tiene que implementar la creatividad, la imaginación y es lo que le da el toque especial a los bizcochos que hace, al mismo tiempo que ofrece, variedad de postres como son: deditos de novia, cupcakes, shots de tres leches entre otros.

Gracias a su emprendimiento pudo saldar la deuda de la tarjeta de crédito y sobre todo aprender una gran lección: "Aprendí cómo ahorrar, manejar mi dinero y la importancia de siempre tener un presupuesto, cómo evitar deudas de tarjeta de crédito y cómo controlar mis gastos"

Yahaira es cliente desde el 2016 inició con un préstamo de RD\$50,000.00 pesos ha tomado 4 créditos actualmente tiene uno de RD\$150,000.00 mil pesos, que lo invirtió en una batidora profesional y una máquina de repostería industrial.

Soluciones financieras: brindamos oportunidades

Proporcionar soluciones financieras y no financieras a medida, permite que los hogares puedan mejorar su calidad de vida. Las personas a las que atienden las entidades de la FMBBVA viven en entornos precarios y cada emprendedor tiene unas necesidades diferentes: demanda un control de sus finanzas frecuente —casi diario—, unas metas específicas y una liquidez inmediata. Necesita por tanto un acompañamiento constante y una atención ágil, sencilla y que se adapte a su hogar a medida que progresa.

En respuesta al contexto y las necesidades derivadas de los emprendedores, las entidades trabajan para la igualdad de oportunidades del negocio: la vivienda, la educación, los seguros de salud, la conectividad y alfabetización digital, la resiliencia climática y sostenibilidad medioambiental. Todo esto, de la mano de un buen gobierno, un equipo comprometido y una gestión integral del riesgo.

Además, muchos de los emprendedores viven en zonas periurbanas alejados de centros neurálgicos, o en zonas rurales dispersas. En un entorno donde las relaciones personales son clave, la Fundación Microfinanzas BBVA lleva años inmersa en una transformación digital poniendo la tecnología a disposición de los más vulnerables para que los servicios que ofrece sean fáciles, rápidos, flexibles y menos costosos para las personas que apoya (para más detalle ver [Conectividad y alfabetización digital](#)).

27 Oferta de valor por tipo de producto



Personas con crédito* **930.668**



Personas con ahorro **2.750.965**



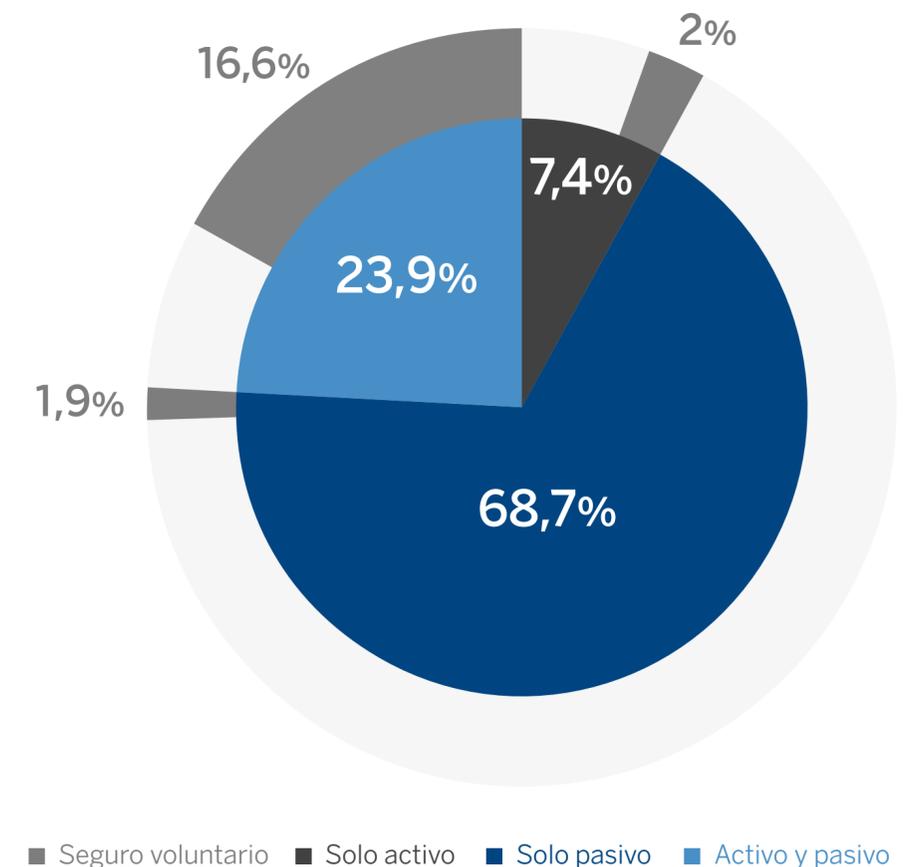
Personas con seguros **624.740**



Personas que han recibido formación **662.555**

28 Vinculación de clientes, por tipo de producto

Total clientes



*Incluye Emprende.

G. 28. Clientes vigentes a 31.12.2023.

Vivienda y saneamiento

El 45% de la población de América Latina y el Caribe no tiene una vivienda digna¹⁷. Esto es especialmente prioritario en nuestros emprendedores en Chile, Perú y República Dominicana, por el hacinamiento y la calidad de los materiales de la vivienda.

La microfinanciación ofrecida por nuestras entidades se puede aplicar a viviendas de las que sea propietario y en las que habite el emprendedor para mejoras (construcción de paredes, techo, espacios sanitarios, instalación de cisternas o tanques o instalación de paneles solares) y ampliaciones (construcción de cuartos adicionales que permitan separar el negocio del hogar, ampliación de sala, cocina o terraza). Un asesor acompaña al emprendedor durante todo el proceso: visita la vivienda, analiza las opciones para realizar mejoras a menor coste y propone un crédito a medida y hace un seguimiento posterior.

Algunas iniciativas son el crédito de vivienda de Banco Adopem en República Dominicana, Construyendo Confianza de Financiera Confianza en Perú y Casafin de Microserfin en Panamá. En total, en 2023, 26.358 emprendedores contaban con un crédito de vivienda.



En el 2023, Banco Adopem y Hábitat para la Humanidad firmaron un convenio para la “Elaboración de Estudios de Mercado y Diseño del Producto Vivienda Rural Verde”, con el objetivo de readaptar estos créditos específicos a las necesidades actuales. Como resultado, el Banco Adopem expandirá en 2024 el proyecto eco-vivienda ante la Red Centroamericana de Microfinanzas (REDCAMIF).

Con el fin de financiar el acceso a agua y saneamiento, que además de a la vivienda, impacta en la salud pública y el medioambiente, en 2023, Bancamía presenta Crediverde Agua, y Financiera Confianza trabajó en la alianza con ASOMIF-Water.org y con Water for People en un producto que mejora las instalaciones sanitarias de los hogares (10.287 hogares lo tienen contratado).

Más de 26.000 emprendedores optaron a un crédito de vivienda y 10.000 hogares contrataron un producto de agua y saneamiento¹⁸

17. BID, septiembre 2022 <https://www.iadb.org/es/noticias/gobiernos-y-sector-privado-buscaran-soluciones-al-deficit-habitacional-en-la-region>

18. Emprendedores vigentes a 31.12.2023.

Educación

De acuerdo con los resultados obtenidos del estudio del Índice de Pobreza Multidimensional, se identifica en todos los países, la principal carencia de educación, son los años de escolarización de los emprendedores. Conscientes de esta necesidad, seguimos trabajando en la oferta de valor que permita a nuestros emprendedores o sus familias, impulsar su educación a través de los créditos educativos en nuestras entidades de Perú (Crédito Educativo), Colombia (Crédito de Desarrollo Educativo) y República Dominicana (EDUCAT) que permite financiar programas de formación así como las matrículas escolares de los hijos de los emprendedores y la adquisición de equipos (ordenadores, tablets, etc.).

En lo que respecta a educación, en 2023 Bancamía lanzó la Campaña Becarios la cual ofrece hasta 500 PBS de descuento en la tasa de crédito educativo para hijos de emprendedores. A los emprendedores de los mejores segmentos del bancos, se les ofrecieron líneas de crédito educativo a menor costo y con acceso a convenios educativos y descuentos en los programas.

6.050 emprendedores contaban con un crédito educativo¹⁹

Por su parte, Banco Adopem formalizó una alianza estratégica con Opportunity International para dar asistencia técnica a las escuelas o colegios de educación básica y secundaria. Además, dentro del marco del crédito educativo Educa-T, desde 2023 se ofrecerá financiación para cursar maestrías o postgrados, para colegiaturas y formación de docentes, así como para centros educativos.

Becas a hijos de emprendedores en 2023

Los emprendedores de la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) viven en un entorno económico y social vulnerable y destinan la mayor parte de sus ingresos a necesidades básicas de sus familias. La educación y el futuro de sus hijos son prioritarios para ellos, pero que vayan a la universidad les resulta muy difícil.

Por eso, la FMBBVA ha creado unas becas que permiten cursar estudios universitarios a hijos/as de emprendedores a los que atiende en Colombia y Perú. Darles esta oportunidad, -muchos viven en zonas rurales apartadas o afectadas por la pobreza o la violencia-, es apoyarles individualmente y contribuir al desarrollo de sus comunidades y países.

BBVA Colombia y Bancamía crearon en 2020 las becas *Transformando Realidades*, gracias a las que 131 hijos de emprendedores son ya en la primera generación de universitarios de sus familias. Incluyen las matrículas, una cuantía económica y apoyo psicológico de la Fundación Solidaridad por Colombia, que les ayuda en un proyecto social vinculado a sus estudios. Las becas se han ido ampliando de las cinco iniciales hasta las 100 en 2023.

Ese año, la FMBBVA puso en marcha en Perú, a través de Financiera Confianza, las becas *Nuestra Confianza en el futuro de tus hijos*. Las cuatro iniciales se han ampliado a seis.

Estas becas demuestran que apostar por la educación mejora el futuro de las nuevas generaciones.

¹⁹. Emprendedores vigentes a 31.12.2023

Salud

Los emprendedores que atiende la Fundación a menudo carecen de un seguro de salud y las emergencias médicas suponen un gasto sobrevenido muy elevado. Por ello hemos diseñado microseguros con diversos tipos de coberturas sanitarias: asistencias de salud que incluyen mamografías, analíticas, consultas con especialistas o servicios de ambulancia (en Colombia, Chile y Panamá), seguros oncológicos (en Colombia, Panamá y Perú) y seguros de salud de enfermedades graves (en Colombia), con pólizas mensuales desde USD 0.3 hasta los USD 4.

En Perú, Financiera Confianza, en alianza con Crecer Seguros, lanzó su Microseguro Oncológico Indemnizatorio a población vulnerable y migrante, de entre 18 y 70 años que tenga contratado un crédito o ahorro. La cobertura incluye indemnización por diagnóstico de cáncer, muerte natural como consecuencia de una enfermedad y hospitalización por cáncer. Adicionalmente, los asegurados pueden acceder a servicios de asistencia, como la visita de una enfermera hasta 5 veces al año y apoyo emocional ilimitado.

29 Seguros de salud

Entidad	Producto	Asegurados		
		dic 2022	dic. 2023	% Crec. 2023
Bancamía	Cáncer	74.765	76.447	2%
	Enfermedades Graves	121.630	139.014	14%
	Asistencia Familiar - Mujer (Rural/Urbano)	42.625	34.533	-19%
	Madre protegida	4.809	12.657	163%
	Accidentes personales / Asistencia Salud	11.384	14.358	26%
	Total seguros salud Bancamía	198.228	211.736	7%
Financiera Confianza	Seguro Oncológico	0	17.478	-
	Total seguros salud Financiera Confianza	0	17.478	-
Microserfin	Asistencias	12.098	11.042	-9%
	Microseguro Oncológico	6.196	10.438	68%
	Total seguros salud Microserfin	13.483	14.937	11%
TOTAL	Total seguros salud	211.711	244.151	15%

244.151 emprendedores estuvieron protegidos con un seguro de salud²⁰

G. 29. Total asegurados a cierre de cada año.

20. Asegurados a 31.12.2023.

Resiliencia climática

Las regiones más vulnerables a eventos climáticos tendrán un coste humano y económico quince veces mayor que las menos vulnerables, según el último informe publicado por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. Este es el caso de América Latina. Los eventos climáticos como huracanes, sequías, incendios e inundaciones han generado costos anuales del 1% del producto interno bruto regional asociado a interrupciones en los sistemas de infraestructuras de energía y transporte, según un informe del Banco Mundial²¹. Hasta 5,8 millones de personas podrían caer en pobreza extrema a causa del cambio climático si no se han tomado las medidas adecuadas en 2030, según el informe.

Respondiendo a esta llamada, la Fundación Microfinanzas BBVA mide la vulnerabilidad climática (ver sección [Riesgos del cambio climático](#)). En respuesta a ello, el Grupo FMBBVA ha movilizado una oferta de seguros para lograr una mayor adaptación del cambio climático de los emprendedores más vulnerables. Los seguros climáticos cubren daños y pérdidas ocasionadas por eventos climáticos como lluvia, sequía, granizo, viento y heladas. Algunos se enfocan en actividades agrícolas, como el Seguro Agrícola de Financiera Confianza y Mi Siembra Protegida y Mi Inversión Protegida de Bancamía.

En Perú, Financiera Confianza realizó mejoras en su Seguro Agrícola de Rendimiento dirigido a agricultores con un crédito agropecuario este 2023. Gracias a una cofinanciación del 80% del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), un rendimiento asegurado ampliado hasta el 65% (antes del 50%) y una prima reducida del 1,2% de la suma asegurada (antes 3,6%). Todo ello con un acompañamiento a través de asesorías integrales para promover buenas prácticas agrícolas y una adecuada gestión de riesgos.

En Colombia, Bancamía contó en 2023 con un subsidio de FINAGRO llamado Incentivo al Seguro Agropecuario para su seguro Mi Inversión Protegida, orientado a proteger al productor agropecuario de los desastres naturales reduciendo el costo entre un 80% y 90% para los pequeños productores, lo que llevó a un descuento en el total de la póliza de hasta el 39%.

Además, los seguros multirriesgos extienden la protección de los emprendedores urbanos ante los impactos del cambio climático. Este es el caso del seguro Mi Local Protegido de Bancamía, el seguro Multirriesgo de Financiera Confianza y Mi Negocio + Protegido de Fondo Esperanza.

En el 2023, Fondo Esperanza lanzó su seguro Mi Negocio + Protegido el cual protege a los emprendedores ante la ocurrencia de eventos climáticos como incendios, inundaciones, avalanchas, entre otros.

Por su parte, Bancamía también lanzó su seguro Mi Local Protegido, para cubrir los daños en la estructura y los contenidos del negocio del emprendedor ante eventos inesperados y pérdidas derivadas de la interrupción de sus actividades. Entre los eventos que cubre, están los eventos climáticos como granizo y vientos fuertes.

157.093 emprendedores cuentan con un seguro climático que cubren los riesgos de emergencia climática²²

21. Informe del Banco Mundial: *Hoja de ruta para la acción climática en América Latina y el Caribe 2021-25*.

22. Asegurados a 31.12.2023.

Créditos para la adaptación al cambio climático:

Si bien los seguros “climáticos” ayudan a los emprendedores a reponerse ante las pérdidas y daños ocasionados por los eventos climáticos una vez estos ocurren, somos conscientes de la importancia de ayudar a que el emprendedor fortalezca sus capacidades, adopte mejores prácticas productivas y proteja sus activos, atenuando así los posibles riesgos o impactos.

RESILIENCIA

**Colombia, Perú,
Rep. Dominicana y Chile**

160.386
empresadores



Crédito adaptación
3.361
empresadores



Seguro climático
157.093
asegurados

En este ámbito, contamos un portafolio de productos orientados a los emprendedores agrícolas, compuesto por Crediverde Adaptación de Bancamía y Eco Crédito, Ganadería Familiar Sostenible, y Macadamia de Banco Adopem. A través de estos créditos, se financia la implementación de cerca de 40 medidas MEBA (Ecosystem-based Adaptation, por sus siglas en inglés). El objetivo principal es financiar medidas que: **I)** reduzcan la presión sobre los ecosistemas y los servicios que proveen; **II)** incrementen la resiliencia social o económica de las poblaciones humanas más vulnerables al cambio climático; **III)** reduzcan el riesgo asociado a eventos climáticos en las actividades productivas, **IV)** proteger, restaurar o usar biodiversidad y los ecosistemas de forma sustentable; y **V)** tener un impacto positivo sobre la economía de las personas en el corto plazo. Algunas de las prácticas financiadas a través de estos productos son, por ejemplo, el uso de abonos orgánicos, agricultura ecológica, barreras rompevientos, entre muchas otras.

3.361 emprendedores cuentan con créditos para la adaptación²³



23. Emprendedores vigentes a 31.12.2023.

Sostenibilidad ambiental

Con el fin de financiar prácticas más sostenibles y que respeten el medioambiente, la oferta de valor también aborda áreas como la mitigación al cambio climático, el acceso a agua y la instalación y mejoramiento de los sistemas de saneamiento.

En materia de mitigación al cambio climático, en Colombia, Bancamía ofrece Crediverde Energía para reducir la vulnerabilidad de los microempresarios, mediante el acondicionamiento de sus negocios para disminuir el consumo de energía con hornos y estufas ecoeficientes, sistemas de refrigeración y de iluminación de bajo consumo, instalación de paneles solares y vehículos eléctricos.

En República Dominicana, Banco Adopem, ofrece Ecovivienda para inversiones en agua y saneamiento (baño, ducha, inodoro, filtros de agua, biodigestores), inversiones

en energía e iluminación (paneles solares) e infraestructura (ampliación y mejora de la vivienda con materiales sostenibles).

Se distinguen aquellos emprendedores cuya actividad económica se dedica a fines de sostenibilidad (ej. tratamiento de agua y descontaminación, un total de 449 emprendedores) y a la economía circular (reparación, alquiler, reciclaje; un total de 7.532 emprendedores), de aquellos que contratan productos para fines de sostenibilidad. Entre éstos últimos, se encuentran los créditos para la mitigación del cambio climático²⁴ (449 emprendedores lo contratan) y créditos para mejorar los sistemas de saneamiento (10.288 hogares lo contratan)²⁵.

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Colombia, Perú y Rep. Dominicana

18.647
emprendedores



Gestión de agua y contaminación

10.724
emprendedores



Economía circular

7.532
emprendedores



Créditos de mitigación

449
emprendedores

Casi 11.000 emprendedores contribuyen a la protección y uso sostenible del agua y otros 7.500 a la economía circular

24. Se trata de créditos para la instalación de energías renovables, biodigestores y construcción sostenible.

25. Se trata de créditos para la instalación de baños, pozo séptico y/o conexión a sistemas de saneamiento.

Conectividad y alfabetización digital



En respuesta a la pobreza digital, la FMBBVA lleva desde hace años **Internet a zonas remotas a través de los corresponsales bancarios**²⁶ mediante antenas satelitales u otros sistemas de conectividad, negocios de emprendedores que se convierten en puntos de conexión para sus comunidades.

En Perú, en 2023, Financiera Confianza ha activado 11 nuevas zonas con acceso a Internet en Perú. Además, instaló 17 Agentes Confianza Satelitales y a fecha de hoy cuenta con 62 puntos con la solución satelital. Además, subvenciona al agente el costo de un año de su servicio de internet local, para que pueda atender las operaciones de los clientes a través del App Corresponsal²⁷. Con esta estrategia, más de 3.600 personas ya tienen conectividad a internet y a diciembre del 2023 se registraron más de 39.000 transacciones (pago de cuotas, depósitos, retiros de efectivo y giros).

En Colombia, Bancamía hizo una migración de todos los corresponsales satelitales a la conexión de internet local. Durante el año, los 22 corresponsales ejecutaron más de 9.000 transacciones.

En Panamá, Microserfin se sumó en 2023 al proyecto piloto con el modelo de Corresponsal Satelital en las zonas remotas la zona de Cucunatí y Darién para dar servicio a 75 emprendedores. La entidad asume los costos de la conexión satelital de Starlink durante un año.

Otra forma de facilitar la conexión es mediante WiFi gratuito en las sucursales para promover la descarga de la app y acompañar en el aprendizaje al navegarla. Desde 2023, Microserfin lo ofrece en todas las oficinas de Panamá y en Bancamía en Colombia también. En Chile, el piloto de Fondo Esperanza *Nuevo Modelo de Oficina* ofrece un QR para que los emprendedores se conecten.

Financiera Confianza ha liderado la iniciativa **Esquinas Digitales** lanzada en 2022 y que ya existe en todas las oficinas en Perú: un espacio dentro de las sucursales donde los emprendedores recibirán apoyo para aprender a utilizar la app (banca móvil, oficina virtual) y plataforma educativa. En Panamá y Chile están realizando un piloto para implementar dicha iniciativa, a la que se sumarán Colombia y República Dominicana en 2024.

²⁶. Los corresponsales bancarios son pequeñas tiendas, farmacias u otro tipo de negocios que actúan como punto transaccional de la entidad microfinanciera (para realizar *cash-in* / *cash-out* de efectivo). Además, promocionan los servicios financieros (ej. microcréditos).

²⁷. Se trata de créditos para la instalación de baños, pozo séptico y/o conexión a sistemas de saneamiento.

Durante el 2023, las entidades han venido fortaleciendo los contenidos y cursos realizados en alfabetización digital. En el año, más de 80.000 personas recibieron contenidos de habilidades digitales, como marketing digital-creación de tiendas online, estrategias digitales a través de talleres virtuales o plataformas de e-learning.

Además, cada entidad cuenta con una plataforma de formación digital, donde están alojados todos los contenidos (tanto de alfabetización digital, como de las otras temáticas), destacándose las siguientes novedades en cada una de las entidades

- En Chile, **Fondo Esperanza** ha lanzado el nuevo modelo educativo a través de su *Escuela de Emprendimiento Digital*, un modelo de educación mixta, que cuenta con entornos de aprendizaje grupal e individual. En 2023 más de 51.000 emprendedores estaban registrados en la plataforma.
- La plataforma *"Facilitamos su Progreso"* de **Bancamía** ya cuenta con más de 2.000 usuarios en Colombia. En 2023, Bancamía participó en las ferias de economía popular del gobierno nacional y capacitó a más de 1.200 personas en temas de educación financiera en 6 zonas del país. Para ello se desarrolló un módulo especializado que cuenta con las lecciones sobre el uso del crédito, alejarse del gota a gota y como cumplir con sus obligaciones financieras, entre otros.

- En 2023, **Microserfin** ya cuenta con más de 800 personas en su plataforma *"Impulsamos Tu Negocio"*. Se incorporaron nuevos ejes temáticos entre los que cabe destacar un nuevo curso de ciberseguridad que aporta los conocimientos sobre cómo blindar el negocio de posibles ataques.
- En Perú, **Financiera Confianza** adaptó su modelo educativo en la plataforma *"Academia de Confianza"* tras un diagnóstico, y ya cuenta con 900 usuarios registrados.
- **Banco Adopem** en alianza con *The Trust for the Americas* diseñaron el modelo de aprendizaje para la plataforma *"Crece Con Adopem"*. En 2023 la plataforma contaba ya con unos 976 usuarios y unas 1.000 emprendedoras fueron formadas en habilidades digitales en el marco del proyecto Comunidad Emprendedora Digital.

Además, una nueva alianza con *Mastercard Center for Inclusive Growth* y *Caribou Digital* puso en marcha en 2023 la cesión de contenidos *"Hora de Crecer"* (comercio electrónico) para las plataformas de todas las entidades de la FMBBVA.

Más de 56.000 personas se han registrado en nuestras plataformas de e-learning





Nélida Buendía Gutiérrez

La historia de Nélida Buendía Gutiérrez destaca no solo los éxitos comerciales y financieros, sino también la resiliencia personal y la dedicación a la familia y la comunidad. Durante un periodo difícil en su vida, cuando enfrentaba problemas con el padre de sus hijos, recibió un consejo invaluable de su madre que resonaría en su camino hacia el progreso.

En medio de desafíos personales, la madre de Nélida, con sabiduría y compasión, le brindó un consejo que se convertiría en una guía en su camino: 'Él no se lleva tus manos ni tus pies, así que adelante'. Estas palabras, cargadas de empoderamiento, le recordaron a Nélida que, a pesar de las dificultades, ella tenía el control sobre su propio destino y que debía salir adelante. En la comunidad de Cahuapanas, la historia de Nélida Buendía Gutiérrez es un relato de perseverancia y crecimiento.

En el año 2000, Nélida decidió aventurarse en el mundo de los negocios, comenzando con la venta de abarrotes durante 10 años. Sin embargo, su camino se tornó desafiante en 2012, cuando enfrentó problemas de salud que la llevaron a redirigir su enfoque hacia productos más livianos como ropa, ya que no necesitaba

cargar peso en ese rubro. Actualmente está enfocada en el rubro de venta de ropa, sandalias, zapatillas y pasamanerías. Nélida agradece profundamente el respaldo constante de Financiera Confianza, una colaboración que se ha mantenido firme a lo largo de los años y que le ha permitido incluso invertir en la educación de sus hijos, viendo a uno de ellos completar la universidad y embarcarse en su propia carrera profesional. Además, gracias a los frutos de su trabajo ha logrado construir su casa propia, la misma que ella diseñó. Entre el 2015 y 2016, buscando seguir creciendo, Nélida estudió 3 años de contabilidad, lo que le ha permitido manejar mejor sus negocios.

Actualmente, Nélida también es Agente Confianza Satelital. Este nuevo capítulo no solo le otorga beneficios financieros, sino que también la conecta con la tecnología y el acceso a Internet de alta velocidad, un recurso que ella espera transformará la vida de su comunidad, especialmente en el ámbito educativo.

Formación

Nuestro modelo de finanzas productivas incluye también formación como oferta de valor no financiera. Destaca la educación financiera pero además, incluye formación en gestión del negocio, fortalecimiento empresarial, competencias personales, empoderamiento femenino o habilidades digitales

Esto lo hacen a través de talleres presenciales, virtuales y plataformas educativas. Adicionalmente ofrecen diversas actividades de sensibilización, como charlas, talleres, webinars o Instagram Lives con objetivo divulgativo y de inclusión social. Más de 662.000 personas recibieron asesoramiento financiero o formación en 2023. Del total de personas formadas, el 68,6% fue presencialmente, el 21,1% fue en formato híbrido, y el 10,3% fue en formato virtual.

Por temáticas, el 80,6% de las acciones formativas tienen contenidos de educación financiera y un 19,4% incluye temas como la gestión del negocio, bienestar y familia, liderazgo, marketing digital o capital social.

En Colombia, Bancamía asesoró a más de 316.000 personas a través de su programa Echemos Números, reconocido en tres ocasiones con el sello de calidad de la Superintendencia Financiera de Colombia, una distinción que otorga el regulador financiero a las entidades vigiladas.



Más de 662.000 personas recibieron asesoramiento financiero o formación en 2023

En Perú, más de 68.000 mujeres participaron en 2023 en Aprendiendo en Confianza de Financiera Confianza, para participantes del crédito grupal Palabra de Mujer. Los cursos versan sobre el manejo de ingresos y presupuesto y alfabetización digital para mejorar el negocio.

En Chile, Fondo Esperanza estrenó Ruta Emprendedora que se compone de las sesiones de educación en las reuniones presenciales de los Bancos Comunales y de los contenidos educativos digitales dentro de la Escuela de Emprendimiento Digital. Unos 103.388 emprendedores fueron formados en 2023.

En Panamá, Microserfin formó a un 27% más de microempresarios que en 2022, impartiendo 24.982 capacitaciones en sus módulos presenciales de Administración de la Deuda, Ahorro Sí Se Puede, Presupuesto Financiero, Riesgos y Seguros, bajo su metodología de banca relacional.

En República Dominicana, 10.161 personas participaron en las charlas de Banco Adopem sobre cómo mejorar la administración de los recursos, y cómo conocer mejor los riesgos y oportunidades financieras. Además, 7.715 estudiantes participaron del programa Educación Financiera para Niños y Jóvenes en centros educativos para incentivar la cultura del ahorro.

Los seguros para protección

Las entidades de la FMBBVA ofrecen una amplia gama de microseguros con la finalidad de proteger al emprendedor, al negocio y al hogar. Son productos especialmente adaptados a las necesidades de los emprendedores, tanto en lo relativo a riesgos cubiertos, como a los precios, procesos de adquisición y pago de siniestros. Ayudan a los hogares a mejorar su resiliencia y a reducir su vulnerabilidad frente a los efectos negativos de eventos fuera del alcance de su gestión. Además, les permiten acceder a asesoría médica y agropecuaria en cualquier momento y lugar.

Se cuenta actualmente con 25 seguros clasificados en 5 ramos: salud, vida, exequias, daños (climáticos y no-climáticos) y protección de cuotas (sólo en Perú, cubre la cuota del crédito). En los últimos años se ha realizado un importante esfuerzo para promover una mayor colocación de estos productos. La oferta de seguros voluntarios entraña numerosas complejidades (en el diseño del producto, el coste adaptado y sus características tangibles), pero cabe destacar los seguros de salud como aspecto diferencial entre la población más vulnerable.

En el 2023, **Microserfin** lanzó el Microseguro de vida el cual cubre muerte por cualquier causa, incapacidad total y permanente, muerte accidental, desmembramiento, gastos médicos por accidentes, maternidad y canasta básica

Por su parte **Banco Adopem**, realizó una alianza con una Fintech de seguros a nivel local, para respaldar el desarrollo de productos no financieros. Esta colaboración crea un nuevo canal digital a través del AppDOPEM que permite a los clientes adquirir productos de seguros de manera ágil y sencilla, sin necesidad de un ejecutivo de venta. Entre los seguros voluntarios ofrecidos se encuentran el seguro de vida, muerte accidental, incapacidad total y/o desmembramiento y últimos gastos.

Total seguros voluntarios



624.740
asegurados

+2% dic23/dic22

Salud y asistencias



244.151
asegurados

+15% dic23/dic22

30 Seguros voluntarios

Familia - Ramo	Total asegurados Diciembre 2023					
	Bancamía	Financiera Confianza	Banco Adopem	Fondo Esperanza	Microserfin	FMBBVA
Salud	211.736	17.478	0	-	14.937	244.151
Climático	20.641	136.048	-	404	-	157.093
Daños no climático	69.489	-	-	-	-	69.489
Vida	182.966	113.615	55.420	692	5.006	357.699
Exequias	170.003	-	-	-	11.210	181.213
Protección cuotas/ Tarjetas	-	73.919	-	-	-	73.919
Total asegurados FMBBVA	331.797	219.240	55.420	1.023	17.260	624.740

G. 30. Total asegurados a 31.12.2023.

Gobierno corporativo

Un buen gobierno corporativo contribuye al cumplimiento de la misión, visión y objetivos del Grupo, contribuyendo a la generación de valor, permitiendo la identificación, gestión, control y comunicación de los riesgos, el establecimiento de políticas adecuadas para cumplir con el marco normativo y colaborando en la creación de sinergias y de mayor sostenibilidad a largo plazo. Todo ello, para reforzar la confianza de los grupos de interés y promover una cultura de rendición de cuentas y de comportamiento ético y transparente.

La estructura de gobierno del Grupo Fundación Microfinanzas BBVA opera bajo los máximos estándares globales, recogidos en un código de gobierno corporativo asumido por las entidades desde 2015. Todos los consejos de administración están integrados por profesionales cualificados para sus responsabilidades: sector microfinanciero (98%), administración y alta dirección (98%), finanzas y riesgos (73%), gestión del talento (47%) y cooperación y desarrollo (50%).

La presencia femenina en los órganos de gobierno supera las exigencias regulatorias europeas (33%), contando con un 41% de mujeres en las entidades reguladas (Colombia, Perú y República Dominicana) y un 21% en las no reguladas (Chile y Panamá).

Diversidad de los órganos de gobierno



41%
mujeres



68%
consejeros
independientes

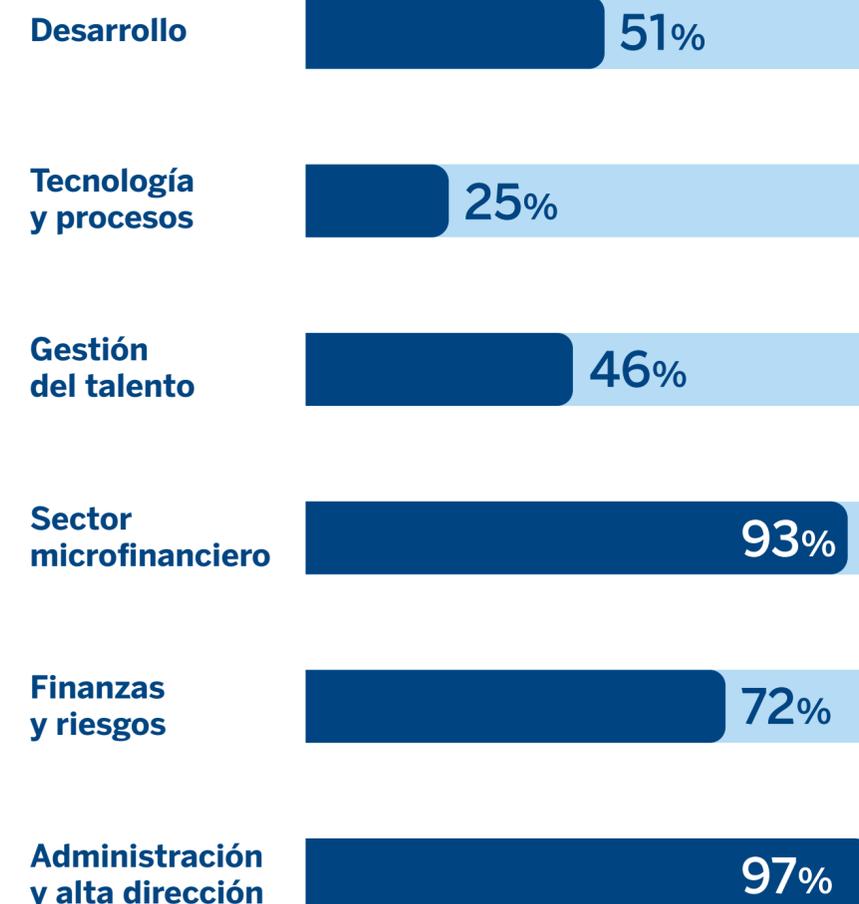
Por otro lado, los consejeros independientes garantizan la imparcialidad en la toma de decisiones: 68% en las entidades reguladas y 41% en las no reguladas. Los comités de apoyo al consejo también están presididos en su mayoría por miembros independientes.

Por último, en 2023 se ha constituido en todas las entidades del grupo un Comité ASG —de Medio Ambiente, Social y Gobierno— para orientar, supervisar y controlar cuestiones de sostenibilidad, medioambiente, derechos humanos y la diversidad e inclusión.

Cumplimos los más altos estándares en la composición de los órganos de gobierno

31 Amplia diversidad de conocimientos y experiencia

Total miembros del consejo



G. 31. Datos a 31.12.2023

Cumplimiento

La función de Cumplimiento es global en el Grupo y realiza la labor de promover y supervisar que el Grupo actúe con integridad, sobre todo en las actividades que puedan entrañar riesgos de Cumplimiento y Conducta.

Para ello cuenta con Normas internas como el Código de Conducta del Grupo FMBBVA que es considerado de obligado cumplimiento e instruye a los colaboradores en las cuatro líneas fundamentales, en relación con el cliente, los compañeros, la entidad y la sociedad.



Código de Conducta
del Grupo de la Fundación
Microfinanzas BBVA
NOVIEMBRE 2023
Impulsamos el desarrollo sostenible de personas en
vulnerabilidad que cuentan con actividades productivas



Las actualizaciones del Código de Conducta aprobadas en 2023 por el Patronato de la Fundación Microfinanzas BBVA, indican el grado de compromiso de adaptación y de seguir conectados a nuestra misión.

Para la aplicación del Código de Conducta, disponemos de un Canal de comunicación de situaciones éticamente cuestionables que se llama Canal de Actitud Responsable.

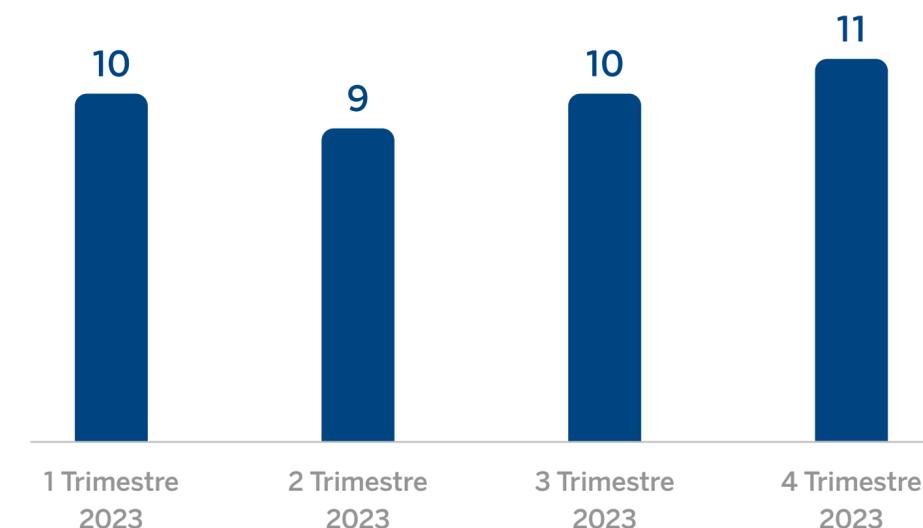
Este canal protege al informante de este tipo de actitudes, guardando confidencialidad y seguridad en cuanto a la inacción de represalias contra él.

En lo que respecta al cliente, para protegerlo y asegurar una atención de calidad, se pone a su alcance diferentes vías de comunicación con la entidad para presentar quejas y reclamaciones. El plazo de respuesta de las quejas y reclamaciones de clientes está ajustado a los límites establecidos por la legislación aplicable en cada país, con una tasa de quejas y reclamaciones (entendida como Número de quejas y reclamaciones/Núm. Clientes) del 0,3% en el año 2023.

**Un Código de Conducta actualizado,
que refleja el valor de nuestra misión**

32 Gestión de quejas y reclamaciones

Media de días de gestión



Un canal de denuncias que protege al informante

G. 32. Datos estanco por trimestre, para todas las entidades del Grupo FMBBVA.

Gestión integral de riesgos

Las entidades del Grupo FMBBVA cuentan con un marco de gestión y control integral de riesgos que está adaptado a su organización y a los países en los que operan cada una de ellas y que se caracteriza por impulsar una gestión dinámica, anticipatoria e integral de todos los riesgos que asegure que nuestra misión se lleva a cabo sin poner en riesgo la sostenibilidad de las operaciones.

Esta gestión integral de los riesgos permite que den una respuesta adecuada a un entorno económico, social y regulatorio cambiante, a los nuevos riesgos, fundamentalmente no financieros, a los que nos enfrentamos y a la mayor complejidad de los riesgos financieros.

Los elementos básicos que conforman este marco son los siguientes:

ELEMENTOS DE MARCO DE GESTIÓN DE RIESGOS

- 
Estructura organizativa y Gobierno
 Roles, responsabilidades y marco de gestión
- 
Marco de Apetito de Riesgo
 Nivel de riesgo asumible
- 
Evaluación, seguimiento y reporting
 Control dinámico y anticipatorio de la función de riesgo
- 
Infraestructura
 Recursos para una efectiva gestión y control del riesgo

Estructura organizativa y Gobierno Roles, responsabilidades y marco de gestión

El gobierno y gestión de riesgos de las entidades de la Fundación cuenta con una especial implicación de sus direcciones de riesgos y de sus órganos de gobierno. En particular, en el establecimiento de la estrategia de riesgos, en el seguimiento, control y supervisión continua de su implementación y en asegurar que cuentan con los medios, sistemas, estructuras, organización y recursos que permitan implantar dicha estrategia.

La responsabilidad de la gestión diaria de los riesgos corresponde a las áreas de negocio de las entidades, que deben desarrollar su actividad ajustándose a las políticas, normativa, infraestructura y controles establecidos por sus órganos de gobierno.

Por otra parte, la función de riesgos se establece como una función única y separada de las áreas comerciales, que goza de la autonomía necesaria para la toma de decisiones y cuenta con los recursos suficientes para el pleno desarrollo de sus actividades.

El gobierno y la estructura organizativa son pilares básicos para garantizar la gestión y control efectivo de los riesgos.



Marco de Apetito de Riesgo

Nivel de riesgo asumible

El marco de apetito al riesgo establece el nivel de los riesgos que las entidades están dispuestas a asumir, para garantizar el cumplimiento de sus objetivos, en línea con su estrategia de crecimiento y garantizando su sostenibilidad.

La incorporación de esta metodología es una herramienta de planificación que permite gestionar de manera más eficaz el conjunto de riesgos para asegurar su alineamiento con la estrategia definida.

La traslación del Marco de Apetito de Riesgo a la gestión diaria de las operaciones se apoya en la existencia de políticas, normas y procedimientos alineados con la estrategia de riesgos y una gestión integral de los mismos a lo largo de su ciclo de vida, con un tratamiento diferenciado en cada caso en función de su tipología.



Evaluación, seguimiento y reporting

Control dinámico y anticipatorio de la función de riesgo

La evaluación, seguimiento y reporting de los riesgos de las entidades, incorpora una visión dinámica y anticipatoria que ayuda a tomar las decisiones necesarias para cumplir con la estrategia de gestión de riesgos definida por los órganos de gobierno.

La evaluación de los riesgos financieros y no financieros a los que se enfrentan las entidades, la definición y revisión permanente de las políticas de riesgos y los procesos que apalancan la gestión integral de riesgos, el seguimiento del perfil de riesgo de cada entidad y de los factores de riesgo identificados, a través de los indicadores y métricas internas nos permiten anticipar su evolución y tomar las medidas adecuadas para optimizar la gestión de riesgos.

Igualmente, contar con esquemas de reporting fiables y suficientes con la información de la evolución de los riesgos, con la frecuencia y profundidad que amerite la naturaleza, importancia y complejidad de los riesgos reportados y compartir esta información con los órganos sociales de las entidades asegura que las decisiones que se toman se encuentren adecuadamente soportadas.



Infraestructura

Recursos para una efectiva gestión y control del riesgo

Para lograr la consecución de los objetivos, en cuanto a una gestión efectiva y un control de los riesgos todas las entidades cuentan con la estructura y recursos humanos acordes al alcance y objetivos estratégicos, desarrollan las metodologías y modelos adecuados para la medición y gestión de los distintos factores de riesgo, disponen de los sistemas tecnológicos que posibilitan los procesos de evaluación seguimiento y reporting y proporcionan los datos necesarios para la gestión del riesgo y el reporte a los órganos de gobierno y fomentan un gobierno de datos adecuado para asegurar estándares de calidad robustos en los procesos de gestión de riesgos.

Talento humano

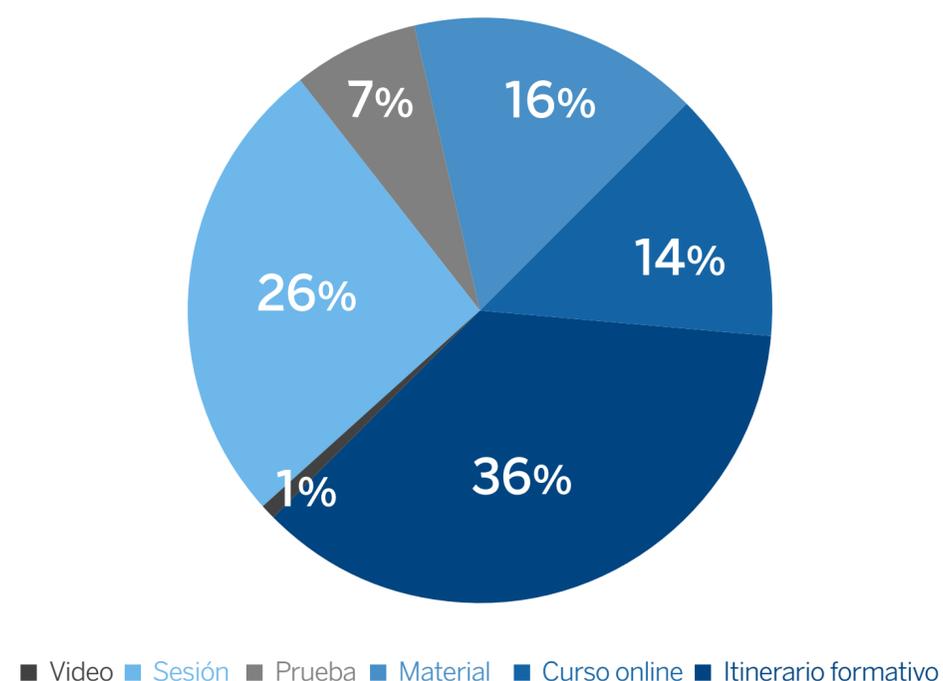
Desarrollo profesional y formación

El desarrollo profesional de los casi 8.000 empleados es clave para garantizar, a su vez, el desarrollo de los emprendedores. Para ello, se ponen a disposición del personal formaciones y se plantea un esquema de trabajo en el que el reto y la superación constante permitan el crecimiento del empleado.

La plataforma Campus de formación virtual incluye cursos de ciencia de datos, liderazgo, innovación y tecnología, relación con el cliente, finanzas, riesgos, gestión de equipos, normativa y regulación. En 2023, se impartieron 181.369 horas de formación. Además, los empleados tienen acceso a la plataforma online Coursera, que cuenta con contenido de 275 universidades y empresas líderes, desde cursos prácticos hasta certificados y programas de grado. Asimismo, a través de la aplicación de aprendizaje a medida *Drillster* pueden acceder a formación personalizada. Finalmente, con el objetivo de desarrollar conocimiento y compartir aprendizajes y experiencias prácticas, se ha relanzado la Comunidad de Prácticas con los equipos de formación de todas las entidades.

33 Formación a empleados

Horas por tipo de formación



Los empleados de la Fundación tienen acceso a una formación continua en diferentes formatos virtuales que se adaptan a sus necesidades

Apostando por la innovación y la tecnología, hemos incorporado a nuestra oferta formativa los contenidos de la plataforma Coursera, que cuenta con más de 275 universidades y empresas líderes para ofrecer aprendizaje en línea, flexible, asequible y actualizado. Coursera ofrece una amplia gama de oportunidades de aprendizaje, desde proyectos y cursos prácticos hasta certificados y programas de grado.

Asimismo, y dando respuesta a la propia evolución de los métodos formativos, hemos puesto a su disposición la aplicación de aprendizaje a medida *Drillster*. Esta aplicación permite la individualización formativa, de modo que cada persona puede adaptar el aprendizaje según sus necesidades.

Con el fin de establecer los mecanismos que nos permitan desarrollar el conocimiento, compartiendo aprendizajes y experiencias prácticas, hemos relanzado nuestra Comunidad de Prácticas con los equipos de formación de todas las Entidades.

Todas las entidades del GFMBBVA cuentan con líneas de carrera que facilitan el desarrollo profesional de nuestros colaboradores. Ello permite que nuestros colaboradores vayan desarrollando progresivamente sus habilidades y conocimientos, así como sus responsabilidades.

G. 33. Datos para todas las entidades del Grupo, incluyendo la Fundación. Tipo de formación: Sesión (presencial), Prueba (test de nivel), Material (de lectura), Curso online, Itinerario formativo (incluye sesión, online, material y/o video)

Diversidad

Los Principios de Respeto a la **Diversidad**, firmados por todas las entidades del grupo, parten de la base de que es necesario reflejar la sociedad para la que se trabaja con tal de generar impacto positivo sobre ella. En República Dominicana, Banco Adopem recibe una certificación en 2023 con el “Sello Igualando RD” por los protocolos de diversidad y de lucha contra la desigualdad y discriminación. Además, el intercambio entre las entidades de los cinco países enriquece el trabajo de todas ellas.

La obtención del “Sello Igualando RD” en Adopem es el mejor reflejo de la adopción de los Principios de Respeto a la Diversidad

Entre los programas de **beneficios para los trabajadores**, se cuentan las ayudas económicas o créditos favorables para el desarrollo profesional, como estudios de grado, de especialización. Por otro lado, los créditos hipotecarios o para reformas de la vivienda, seguros o atención médica, contribuyen directamente a la salud y al bienestar familiar.



Los programas de beneficios contribuyen al crecimiento personal y a la salud y al bienestar familiar de nuestros empleados



Rosa Ovalle Martínez

La oportunidad de mejora tu hogar

<https://microserfin.com/tengo-muchos-suenos-que-cumplir-en-mi-vivienda-rosa-ovalle-una-de-las-beneficiarias-de-casafin/>

Más de 40 años tuvieron que pasar para que Rosa Ovalle Martínez tuviera la oportunidad de contar por primera vez con un baño higiénico en su hogar. Circunstancias como estas se repiten en los hogares miles de millones de personas en el mundo que siguen sin tener acceso a agua potable, saneamiento e higiene.

Por eso para microempresarios y microempresarias de bajos ingresos que sueñan con el progreso y una mejor calidad de vida para sus familias como es el caso de Rosa, tener a su disposición un crédito que les brinda los recursos para invertir en mejoras en su hogar y/o negocio es un sueño hecho realidad.

Rosa quien es una mujer rural que a punta de su negocio de agricultura pudo sacar adelante a sus seis hijos junto a su esposo, es una de las beneficiarias del producto CasaFin.

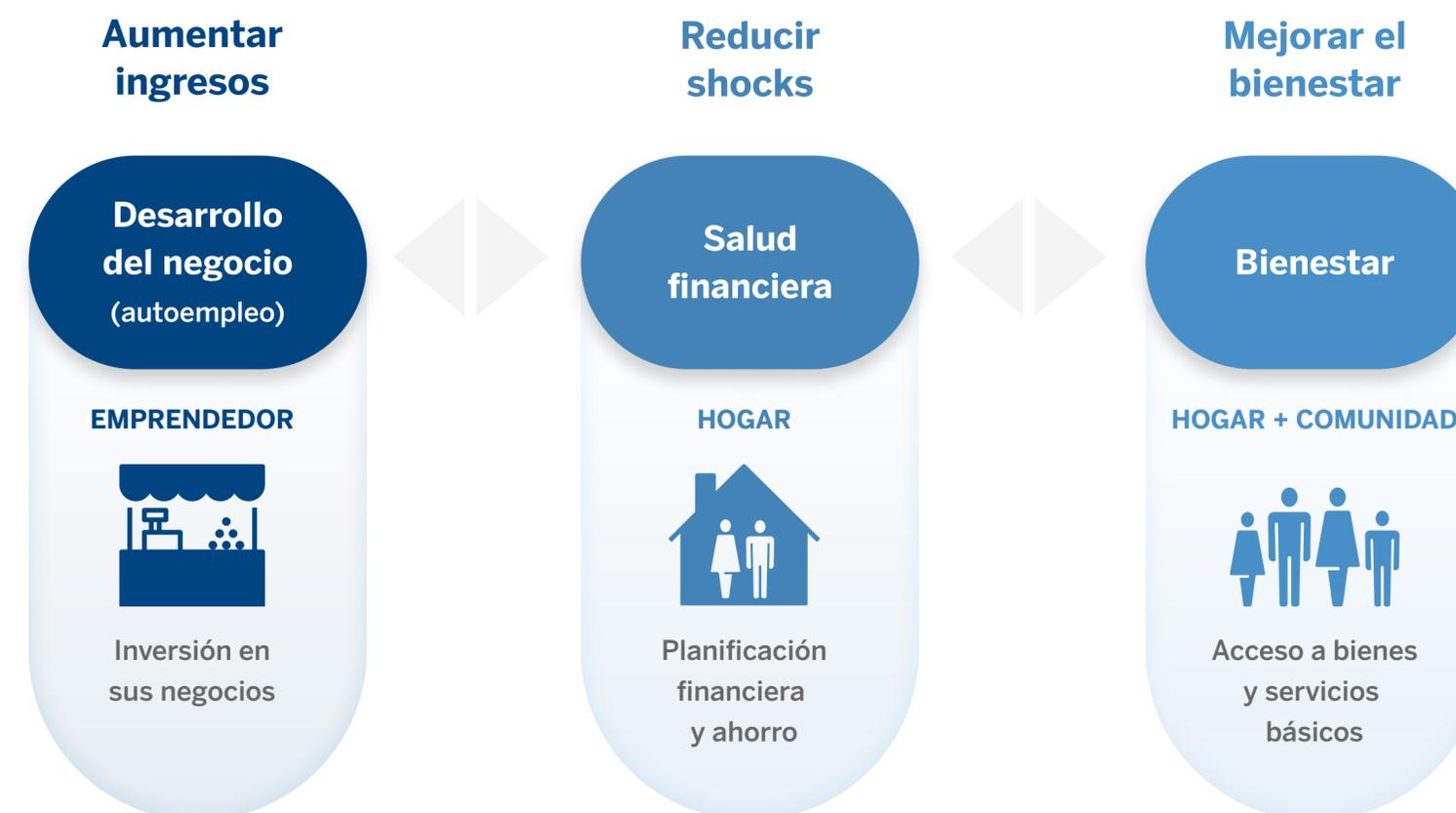
“En esta casa siempre tuvimos baño de hueco. Ya aquí tenemos como 55 años y casi todo ese tiempo tuvimos ese baño, pero ahora como uno va de edad avanzada y viendo que a veces vienen visitas de familia, inventamos que queríamos un baño higiénico... Tenerlo me parece que es mejor, me ha gustado así”, comenta la microempresaria.

Impacto en los hogares

El emprendimiento es una oportunidad para que en los hogares 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.

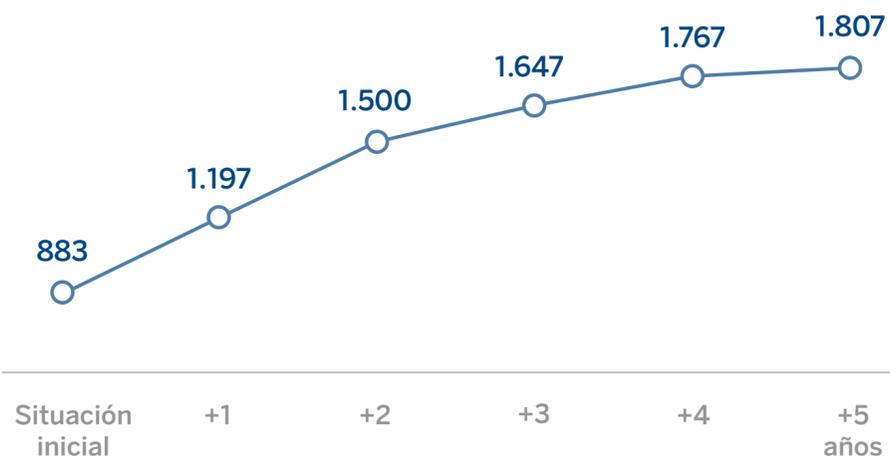
El 2023 se define cada vez más por la gran capacidad de adaptación de las personas, especialmente en lo referente a los micro-emprendedores informales que se enfrentan a múltiples y complejas disrupciones, con orígenes dispares y consecuencias a largo plazo. Sin embargo, muchas veces no están preparados para afrontarlas. La digitalización ha irrumpido tímidamente entre los negocios, especialmente en los canales de venta como se observó en 2022, pero no es una herramienta con uso permanente. A todo ello hay que sumar el estrés financiero que estos emprendedores sufren día a día, especialmente la presión inflacionaria que reduce los márgenes en sus hogares donde las necesidades del negocio y las familiares están intrínsecamente interrelacionadas.

OBJETIVOS DE IMPACTO



34 Evolución del monto promedio desembolsado

Emprendedores atendidos. Monto medio en USD



El monto que nuestros clientes recibe va en aumento según van renovando sus créditos con nuestras entidades

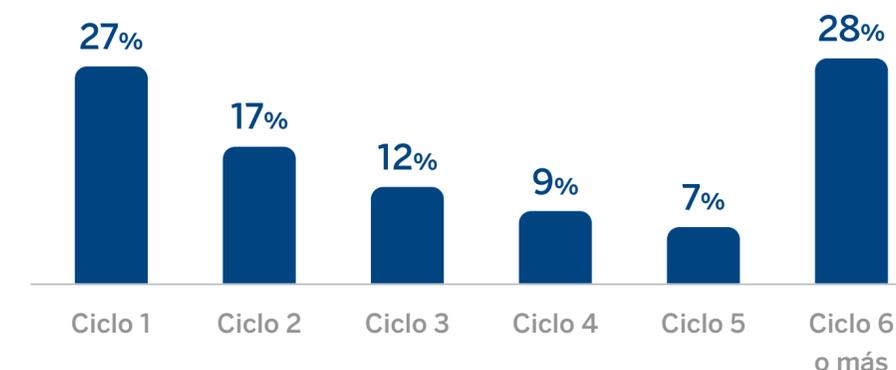
Los resultados de 2023 muestran que se mantiene un buen desarrollo de los negocios, pero hay rezagos en el bienestar²⁸ y la salud financiera.

El crédito es una herramienta clave para acompañar en el progreso de los emprendedores. El 42% considera que un aumento de su crédito y refinanciación les ayudaría a mejorar la gestión de su negocio (Encuesta 2022). Recibir asesoramiento financiero es la segunda opción más elegida, especialmente en Chile, Perú y República Dominicana. Un 25% de los clientes considera que no necesita ayuda alguna por parte de la entidad. A pesar de la variedad de productos que los emprendedores conocen, el crédito sigue siendo el más solicitado y útil (ver [Salud financiera Recursos](#)).

Aunque el monto medio desembolsado para los clientes nuevos ha crecido en los últimos años, alcanzando los USD 1.343. A medida que los clientes renuevan sus créditos, el monto que perciben es mayor. Así, en los últimos seis años, el desembolso promedio de los clientes nuevos se situaba en USD 883, mientras que pasados los cinco años, obtenían de media USD 1.807.

35 Antigüedad de los emprendedores

Total emprendedores



Los microempresarios consideran que si aumentasen su crédito, la gestión de su negocio mejorará

²⁸ Este año, dado que se ha cambiado el sistema de medición en bienestar para incorporar un estándar mínimo de vida (pobreza multidimensional) no se dispone de información de los hogares todavía. No obstante, lo alcanzado en el primer semestre de 2023 reflejaba una lenta inversión en el hogar.

G. 34. Emprendedores en cada cohorte (año de entrada). El valor inicial es el promedio de los valores iniciales (primer desembolso según el año de entrada). A este valor inicial se le aplica el crecimiento promedio a un año, dos años, etcétera, observado en los desembolsos a los grupos de clientes de las cohortes.

G. 35. Emprendedores vigentes a 31.12.2013.

El progreso de sus negocios

El desempeño de los negocios obedece, en muchos sentidos, al entorno macroeconómico. Así, la resiliencia de los microempresarios se traduce en un sólido crecimiento, tanto de ventas como de excedentes, alcanzando un 14% y 15% anual respectivamente. Este crecimiento, deflactado, es menor a lo observado hace un año, reflejando dificultades en algún país.

Esto se ha traducido en una mejora de la renta en uno de cada dos hogares: 54% de los hogares mejoran su renta en 2023, frente al 51% en 2022. No obstante, estos promedios ocultan diferencias, tanto por país como por actividad.

En términos de desempeño se observan además dos dinámicas; por un lado se ve que emprendedores con antigüedad de 1 año aproximadamente muestran un mejor desempeño que en 2021-2022. Esto se debe sobre todo a los comerciantes (colmados), centros de belleza y ganadería mixta que han mostrado un buen desempeño a lo largo de estos tiempos (post-pandemia) y gran capacidad de adaptación. En estos segmentos (comercio) se concentran muchos emprendedores en pobreza, créditos más cortos (de un año), de allí que observemos una mejor salida de pobreza para estos emprendedores más recientes. Sin embargo, también vemos un ligero aumento en la volatilidad de emprendedores de 3 ciclos de antigüedad, lo cual se debe a emprendedores con créditos más antiguos, especialmente

36 Crecimiento de los negocios

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada período



	Colombia		Perú		Rep. Dominicana	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Crecimiento ventas	13%	9%	23%	19%	5%	9%
Crecimiento excedentes	13%	14%	24%	18%	4%	7%

en segmentos más inestables como el agropecuario (ganadería, cultivos).

Al observar a clientes con más de 5 años de antigüedad (buen reflejo de un comportamiento más estructural) no observamos cambios significativos. Los primeros meses del 2023 que han sido difíciles en términos de inestabilidad local (macro, político, inflación) sugieren que se va a

mantener cierta incertidumbre sobre el desempeño de los emprendedores. Es decir, es posible que la inestabilidad local ralentice el desempeño futuro.

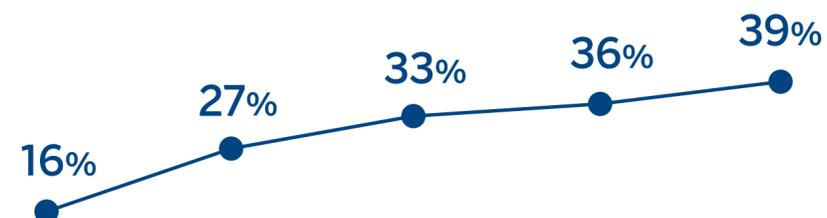
La mayor variación se observa en Financiera Confianza (con caídas superiores al 10% en las tasas de crecimiento ventas y excedentes), mientras que en Bancamía y Banco Adopem mantienen el ritmo de crecimiento.

G. 36. Considera clientes que han renovado un crédito cada mes. Se calcula el crecimiento promedio anual de las ventas y excedentes de esos negocios. No incluye Chile y los datos comprendidos en el periodo marzo-20 y diciembre-20 de Colombia.

37 Reducción del segmento de pobreza

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada período

Reducción neta



Salen de la pobreza



Caen en pobreza



Tras dos años de desarrollo de negocio, con el aumento de sus ingresos, uno de cada tres emprendedores consigue superar la pobreza. Además, a mayor antigüedad, mejor desempeño. Cabe destacar dos tendencias:

- Así, los emprendedores en situación de pobreza siguen buscando un ingreso mínimo y la salida de pobreza se mantiene, reflejo del buen desempeño de los más vulnerables. Tiene sentido también que los pobres tengan un desempeño acíclico —una pobreza más estructural que tiene más ayuda del Estado— no sigue ese ciclo económico.
- No obstante, muchos micronegocios están decreciendo en una mayor proporción, especialmente en el segmento de no-pobres. No llega a ser tan acuciante como para cruzar la línea de pobreza (en Perú si se observa algún descenso, pero en el agregado no). Siendo este segmento cada vez más representativo (69% de la cartera), refleja un riesgo futuro y una menor probabilidad de éxito.

En 2023, se observa una mejora en la salida de pobreza en 2023, respecto al año anterior. Tras dos ciclos de crédito, los emprendedores clasificados como pobres han superado la pobreza. La salida de pobreza se adelanta de un ciclo de crédito para los clientes en extrema pobreza, y mejora para los clientes en ciclo dos que se encuentran en pobreza.

Dado que las relaciones a largo plazo promueven un desempeño positivo, resulta crucial seguir acompañando a los emprendedores en el tiempo para que logren obtener un progreso sostenido, especialmente cuando para muchos de ellos el negocio constituye la principal fuente de ingresos de su hogar. La primera mejora es inmediata ya que se parte de una situación de pobreza pero el reto no termina ahí y el camino a recorrer es más largo.

G 37. Se muestran los emprendedores vigentes a cierre de año que han renovado un crédito a lo largo de 2023. **Salida de la pobreza:** Emprendedores 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:** Emprendedores no pobres 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.

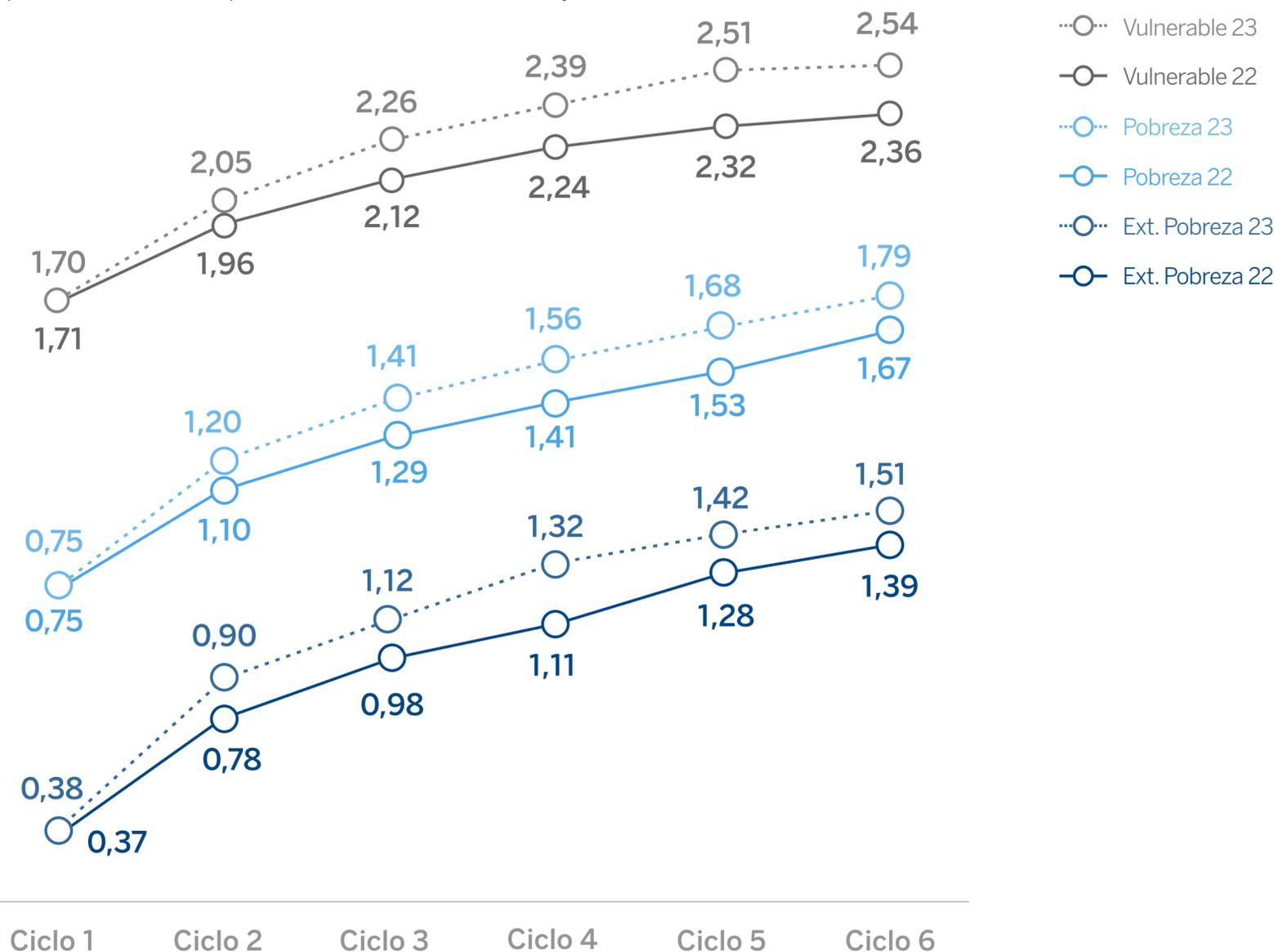
Algunos emprendedores no logran estabilizar sus ingresos debido a su perfil de vulnerabilidad. El 35% de los que tienen más de cinco créditos ha caído por debajo de la línea de pobreza al menos dos veces a lo largo de su relación con la entidad.

Todavía queda mucho camino por recorrer: un 17% de las personas que se encontraban en situación de pobreza no la había logrado superar o un 12% ha caído en ella. Por ello, es clave seguir acompañándolos con créditos y ahorro a medio plazo, así como con seguros y educación, favoreciendo que puedan sortear mejor los obstáculos de su entorno.

A mayor antigüedad, mejor desempeño, y se observa una mejora respecto a 2022

38 Renta relativa a la línea de pobreza

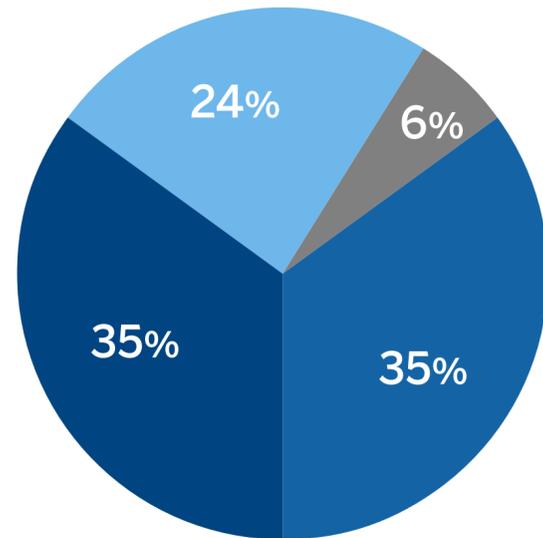
Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2022 y 2023



G 38. Se muestran los emprendedores clientes atendidos durante 2023 y 2022 con crédito individual – clasificados según su situación inicial en el primer crédito – se exhibe el excedente per cápita en cada ciclo de crédito y en relación a la Línea de Pobreza oficial del país según el año de desembolso. La renta relativa toma valor 1 cuando es igual a la Línea de Pobreza.

39 Volatilidad de la renta

Emprendedores con más de cinco años de antigüedad

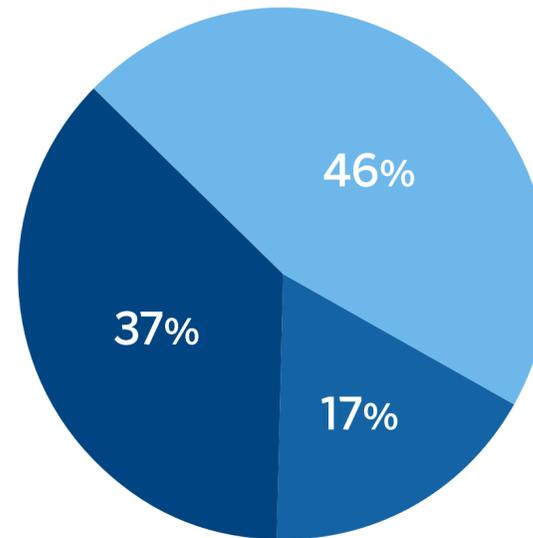


■ Volatil ■ Sale de la pobreza ■ Entra en pobreza ■ Estable

40 Volatilidad de la renta. Clientes bajo y sobre la Línea de Pobreza

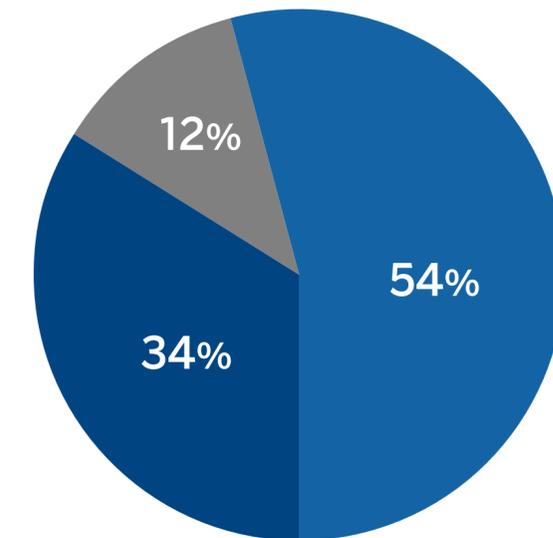
Emprendedores con más de cinco años de antigüedad

Segmentado por emprendedores que, al inicio de su relación con la entidad, generaban excedentes para cada miembro del hogar por debajo/encima de la línea de pobreza.



Volatilidad de emprendedores **en situación de pobreza**

■ Volatil ■ Sale de la pobreza ■ Estable



Volatilidad de emprendedores **no pobres**

■ Volatil ■ Entra en la pobreza ■ Estable

Los emprendedores están expuestos a variaciones en su situación económica, lo que provoca que puedan entrar y salir de pobreza en más de una ocasión

G 39. Muestra de emprendedores atendidos desde 2011 hasta 31.12.2023 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se analiza el número de veces que un cliente cruza la Línea de Pobreza (LP). **Volátil** es el cliente cuyos excedentes por cada miembro del hogar cruzan más de una vez la LP. **Sale de la pobreza**: Cliente pobre al inicio cuyos excedentes crecen por encima de la LP (y no se observa que vuelvan a disminuir). **Entra en la pobreza**: Cliente no pobre al inicio cuyos excedentes caen por debajo de la LP (y no se observa que vuelvan a aumentar). **Estable**: Clientes que se mantienen en su situación de pobres (o no pobres) a lo largo de los cinco desembolsos.

G 40. Se presenta la volatilidad para dos segmentos: inicialmente pobres vs. no pobres.

Bienestar

El progreso económico de las personas no solo tiene un impacto en aspectos como el bienestar de su hogar, la vivienda o la educación, sino que también lo tiene en las sociedades en las que se operan a través de la generación de empleo o las personas que aseguran, para protegerlos ante imprevistos.

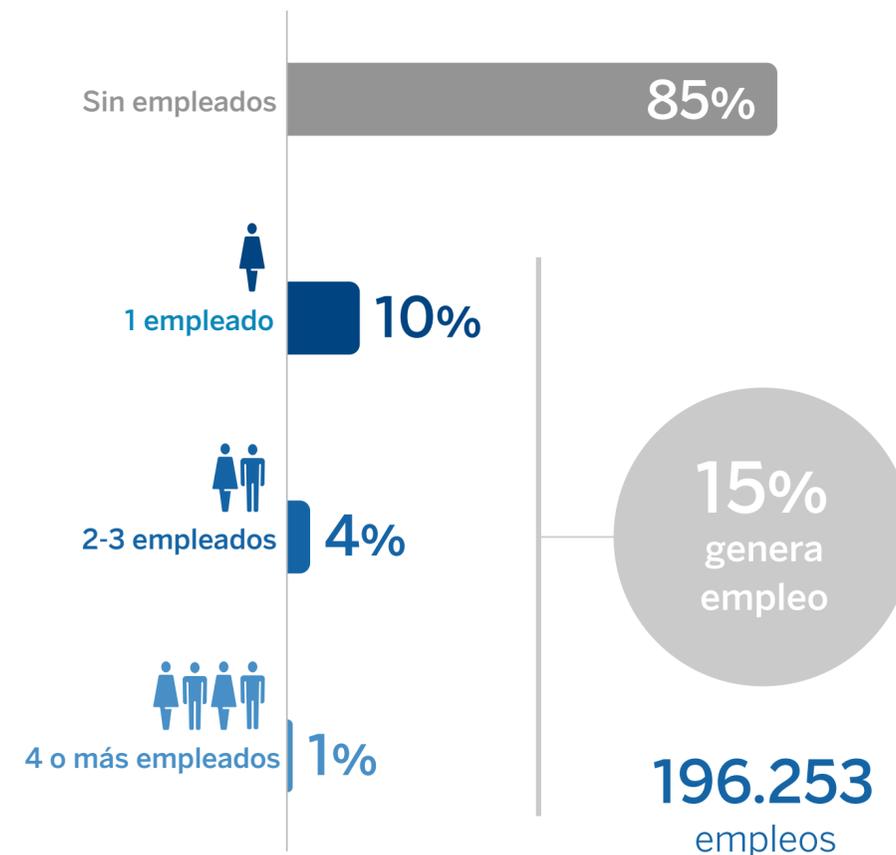
Comunidad, generando empleo

El principal motivo para emprender es la voluntad de ganarse la vida ante la falta de trabajo o precariedad del mercado laboral. Esto explica porque la mayoría son auto-empleados (85%) y que a medida que crecen, tienen capacidad de contratar a personas.

Los emprendedores con crédito vigente contratan a través de sus negocios a un total de 196.253 personas. Mientras que solo el 5% de personas en situación de pobreza puede contratar, y suele ser a familiares, alrededor del 20% de emprendedores menos vulnerables puede contratar.

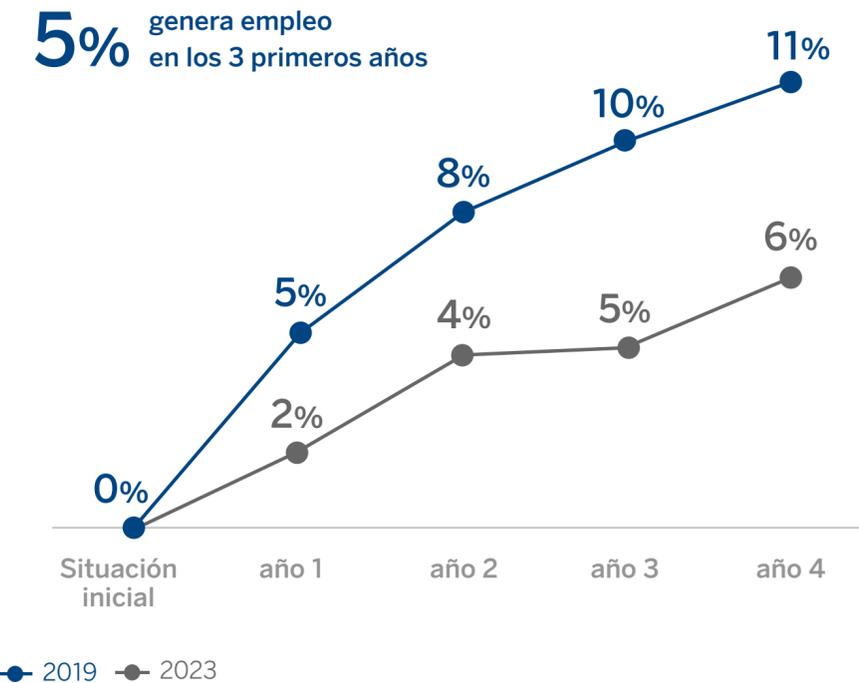
41 Fuente de empleo

Total emprendedores de crédito



42 Creación de empleo

Total emprendedores de crédito



La generación de empleo crece a medida que se consolida la relación con la entidad. Así, al cabo de dos años de relación con esta, un 4% de los emprendedores genera, al menos, un nuevo puesto de trabajo. Este dato era el doble antes de la pandemia. El contratar personas o tener que prescindir de ellas ha sido una estrategia adoptada por los emprendedores ante las dificultades que se encuentran. La lenta recuperación de este indicador es reflejo de ese impacto más profundo en la gestión financiera de los negocios.

G 41. Considera el número de empleados del negocio de los clientes vigentes a 31.12.2023. Información disponible para todas las entidades. Por segmento de vulnerabilidad económica en la última observación.

G 42. Considera el aumento en el número de empleados del negocio sobre la situación inicial. Se muestran promedios de las cohortes (año de entrada) de 2016-2023. Información disponible para Banco Adopem, Fondo Esperanza y Microserfin..

Seguros y cobertura en salud

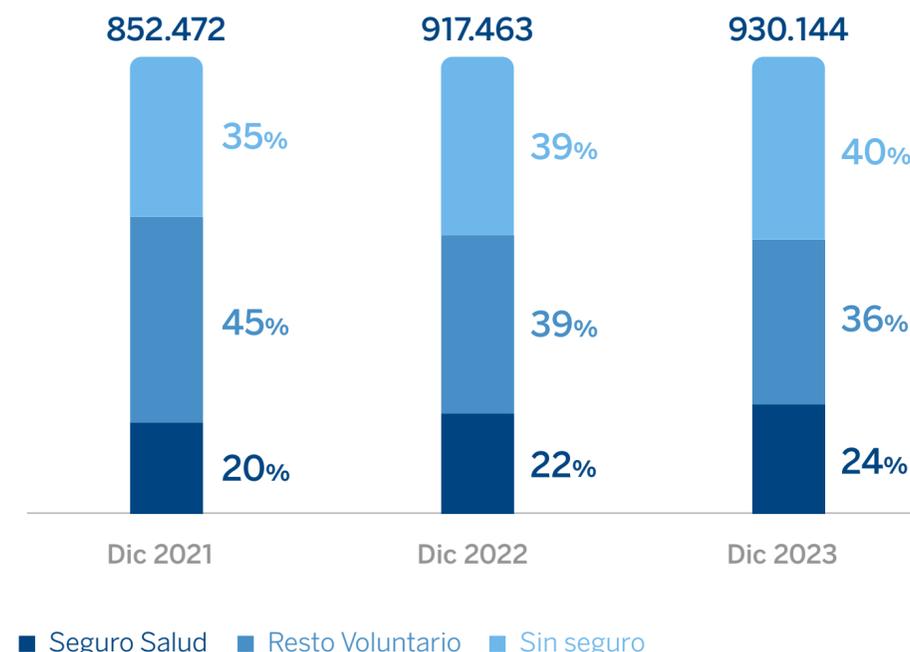
Los seguros voluntarios tienen la intención de brindar protección a los hogares en caso de imprevistos. La atención de la salud constituye una de las brechas de desarrollo más importantes en las que la FMBBVA centra su atención. Velando por una salud de calidad, y con el fin de combatir esta brecha, se han diseñado una serie de coberturas a través de seguros de salud que tienen como propósito garantizar la atención médica de los hogares, especialmente de aquellos que se encuentran en los segmentos más vulnerables y que en su mayoría cuentan con una deficiente provisión.

El Grupo FMBBVA cerró 2023 con un total de 624.740 asegurados en 5 ramas : vida, exequias, daños (climático y no-climático), salud y protección de cuota. de los cuales, más de 244.000 contaban con cobertura de salud (con un crecimiento del un 15% respecto a 2022).

Los clientes más vulnerables son más proclives a la contratación de seguros de salud, observándose que un 40% de los clientes en situación de pobreza contratan este tipo de cobertura, frente al 23% de los más consolidados (no-vulnerables). En cambio, en daños y vida, se observa la tendencia contraria: los contratan hogares más consolidados (especialmente observable en la categoría de daños). Un 6% de los hogares en situación de extrema pobreza contratan seguros de daños, frente al 35% de los consolidados.

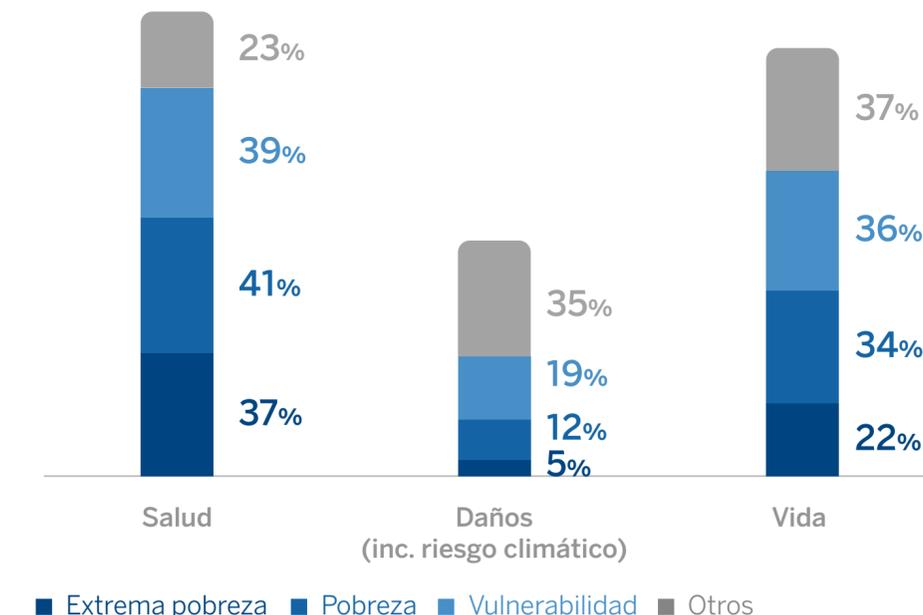
43 Seguros voluntarios

Total asegurados; % emprendedores con crédito



44 Ramo de seguro por segmento de vulnerabilidad económica

Total emprendedores



Pareciera que los shocks relativos a la salud se perciben como una necesidad más difícil de sufragar y por tanto, prioritaria para hogares en vulnerabilidad frente a daños, que se asume con mayor facilidad o que se percibe como un evento menos probable. Se están realizando estudios para entender qué riesgos son los más relevantes (en severidad y frecuencia) y por tanto la necesidad de seguir ofreciendo productos adaptados.

El seguro de salud es el que más crece y lo contratan hogares más vulnerables. El seguro de daños, lo contratan hogares más consolidados

G 43. Incluye seguros voluntarios ofrecidos por las entidades a todos sus clientes a cierre de 2023. Dato total de asegurados.

G 44. Incluye seguros voluntarios ofrecidos por las entidades a todos sus clientes a cierre de 2023. El nivel de vulnerabilidad se calcula a 31.12.2023, es decir, en base a la última información disponible del emprendedor.

PERFIL POR PAÍS

	Total asegurados	(Clientes de crédito que contrata) % Penetración	Comentarios
Colombia BANCAMÍA	331.797	87%	Salud es el ramo más demandado con un 57% de penetración, seguido de vida con un 49%.
Perú FINANCIERA CONFIANZA	219.240	70%	Daños es el ramo más demandado con un 48% de penetración, seguido de vida con un 35%.
Rep. Dominicana BANCO ADOPEM	55.420	29%	Seguro de vida es la única modalidad comercializada por la entidad.
Chile FONDO ESPERANZA	1.023	1%	Reciente comercialización.
Panamá MICROSERFIN	17.620	89%	Salud es el ramo más demandado con un 77% de penetración, seguido de exequias con un 58%.
TOTAL (Agregado)	624.740	60%	

En **Bancamía**, la entidad que más seguros voluntarios ofrece, se observa que por ramos, Salud es el único que presenta mayor demanda en segmentos vulnerables, especialmente entre los pobres donde se alcanza el 59% frente al 53% del resto. En Vida, Daños y Robo, a medida que desciende el grado de vulnerabilidad crece la propensión a contratarlos. El hecho de que Salud y Vida sean los ramos más demandados entre los clientes de la entidad explica por qué se observa mayor propensión cuanto más joven es el cliente. Exequias sería la única modalidad que cuenta con más asegurados en el segmento de mayores de 60 años.

En **Financiera Confianza**, el segmento de vulnerabilidad determina claramente la propensión a contratar un seguro, pasando del 44% y 54% de penetración en el segmento extrema pobreza y pobreza respectivamente, al 78% de los no-vulnerables. En todos los ramos se manifiesta esta tendencia, constituyendo el de Protección de Cuotas la excepción. El género condiciona de manera decisiva la contratación del seguro voluntario, siendo la entidad de la FMBBVA que presenta mayor brecha. 8 de cada 10 hombres frente 6 de cada 10 mujeres tienen contratado un seguro voluntario. Los ramos donde más se acentúa esta brecha son Daños y Vida, precisamente los de más alta demanda entre los clientes de la entidad.

El análisis de propensión por edad pone de manifiesto que el segmento con menor propensión a contratar seguro voluntario entre los clientes de crédito es el de jóvenes con un 68% de penetración de este producto frente al 71% en mediana edad y mayores. Este patrón no se reproduce de manera homogénea en todos los ramos, encontrando las siguientes particularidades, la demanda del seguro de Daños oscila entre el 46% en jóvenes y el 51% en mayores, el seguro de Vida de vida presenta su pico en el 37% de mediana edad frente al 32% de jóvenes y mayores, por último, el de Protección de cuotas es el que mayor diferencia presenta, claramente más popular entre los jóvenes con un 29% de penetración frente al 21% promedio del resto.

Por entorno, el cliente rural es el que mayor demanda presenta del seguro voluntario. Un 78% del cliente de crédito que vive en entorno rural contrata un seguro voluntario frente al 67% del cliente urbano. Por ramo, es Vida el seguro que presenta mayor brecha de entorno, con un 42% de penetración en entorno rural frente al 33% en urbano.

Por su parte **Banco Adopem**, lanzó en República Dominicana una alianza con una Fintech de seguros a nivel local para crear un nuevo canal digital a través del AppDOPEM que permite adquirir seguros sin necesidad de acudir a la oficina.

El perfil que más demanda este seguro de vida voluntario es el joven en el entorno rural, sin observarse diferencias por género. El 32% de los clientes rurales de crédito contratan seguro de vida voluntario frente al 27% observado en entorno urbano. Analizando por edad, son los jóvenes con un 32% de penetración seguidos de mediana edad con 30% los que destacan frente al 21% de mayores de 60 años.

Microserfin en Panamá, ofrece un rango relativamente amplio de seguros. Salud y Exequias son modalidades que presentan una mayor propensión en segmentos menos vulnerables. Vida, en cambio, no presenta diferencia en la ratio de penetración por segmento de vulnerabilidad

La edad es determinante a la hora de evaluar el grado de propensión a contratar un seguro voluntario, y el patrón observado está muy alineado entre los distintos ramos. En términos globales frente al 93% de clientes jóvenes con seguro voluntario encontramos un 88% en mediana edad y un 86% en mayores de 60 años.

Por entorno, siguiendo la tónica de la mayoría de las entidades de FMBBVA, el mayor grado de penetración lo encontramos en el entorno rural con un 91% frente al 87% urbano.

Ahorro

La salud financiera es un eje fundamental en el progreso de los hogares. Por ello, es importante entender cómo los hogares gestionan sus finanzas hoy (gestión), cómo gestionan imprevistos (shocks) y cómo anticipan las situaciones futuras para poder afrontarlas (planificación e inversión). Esto cobra especial relevancia en comunidades vulnerables, ya que éstas tienen mayor probabilidad de verse afectadas por el acceso y la utilización adecuada de productos financieros, lo cual puede causar un declive en la capacidad del negocio y del hogar para seguir adelante.

Hemos definido salud financiera como la capacidad de planificar en el tiempo para que:

1. Los ingresos cubran los gastos.
2. Se afronten posibles imprevistos.
3. Se acumule patrimonio para utilizarlo en futuras etapas del ciclo de vida.

El ahorro y los seguros son productos especialmente adaptados para mitigar riesgos y fomentar una buena salud financiera. Estos productos forman parte esencial de nuestra oferta de valor, ya que ayudan a los emprendedores a mejorar su resiliencia y a reducir su vulnerabilidad frente a los efectos adversos.

El objetivo es encontrar formas de mejorar la capacidad de gestión del patrimonio familiar con productos y canales adecuados. Por ello se profundiza en cómo es el emprendedor que ahorra en las entidades financieras para luego pasar a conocer la gestión financiera del hogar, en base a encuestas realizadas.



El emprendedor que ahorra

El ahorro, entendido como una reserva pecuniaria para hacer frente a gastos inesperados o futuros, o para acometer nuevas inversiones, es algo por lo que apuestan nuestros emprendedores. El ahorro es otro mecanismo de supervivencia que utilizan los clientes, y uno que las instituciones financieras pretenden reforzar a medida que escalan en su capacidad financiera. No obstante, sigue presentando dificultades y además, la capacidad de ahorro así como su uso no son homogéneos en las entidades del Grupo.

En 2023 aumentó el número de clientes del Grupo FMBBVA que ahorraban (5%) y sus saldos, hasta USD 640 millones, por encima de los niveles existentes antes de la COVID-19.

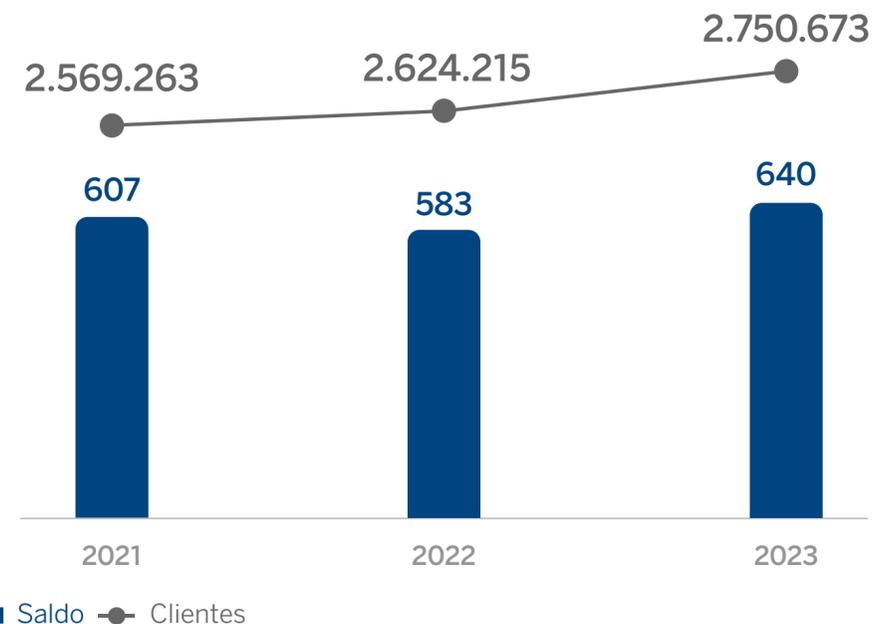
En entidades donde existe un mayor hábito de ahorro, como Bancamía o Banco Adopem, tanto el número de clientes como el saldo han crecido en relación a 2022. Mientras en Perú, sigue siendo un desafío.

A pesar de los esfuerzos realizados por los hogares, el ahorro todavía supone un reto para la mayoría de ellos. Por este motivo, desde hace ya algunos años, se ha segmentado a los clientes según diferentes factores con el fin de ofrecerles un producto adaptado a cada una de las etapas en las que se encuentran:

- **Ahorrador:** aquel que contrata un producto de ahorro activo (depósito, ahorro programado / con metas, o similar);

45 Clientes con cuentas de ahorro y depósitos

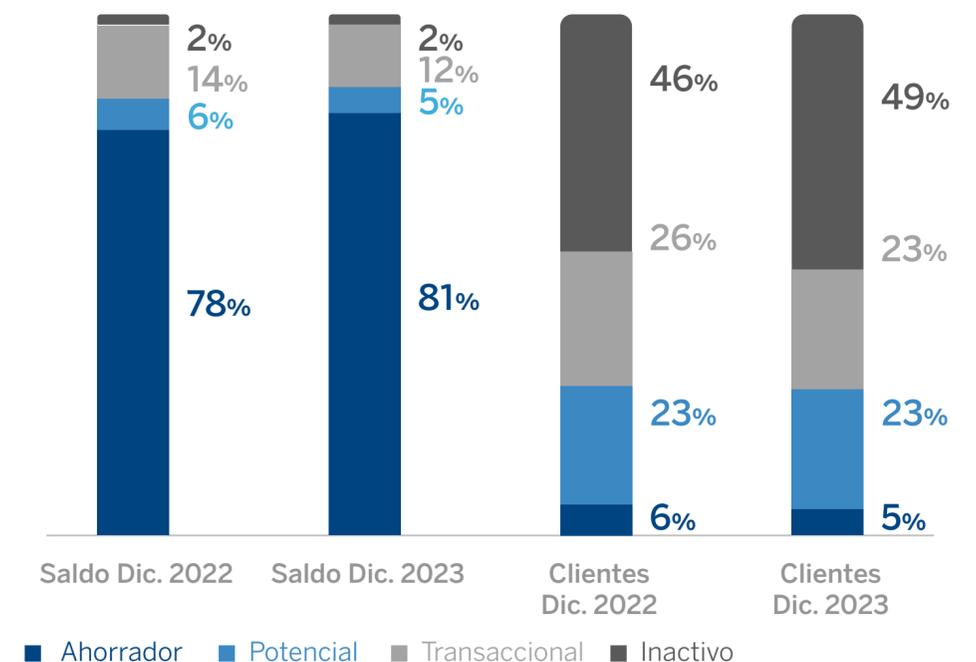
Total clientes y saldos (USD millones)



- **Potencial:** Clientes con cuentas de ahorro para poder realizar transacciones, y crédito activo
- **Transaccional:** Clientes con solo cuenta de ahorro activa (sin crédito vigente)
- **Inactivos:** Clientes con cuentas inactivas (el tiempo de inactividad es de 2 años en promedio y la probabilidad de re-activar es muy baja).

46 Segmentos de clientes ahorradores

Segmentación de los clientes de ahorro y saldos



Si bien es cierto vemos un mayor protagonismo de los clientes ahorradores donde ahora representan el 81% del saldo total de cartera (antes 78%), también podemos apreciar un aumento de clientes inactivos 49% (antes 46%), lo cual nos da indicios que existe una menor salud financiera en nuestros clientes y cada vez tienen menor interacción con los productos de ahorro de nuestras entidades.

G 45. Todos los estudios de esta sección excluye clientes institucionales. El saldo es el balance a cierre de cada año.

G 46. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas. **Ahorrador:** cliente con productos de ahorro especializados (no incluye cuentas transaccionales).

Potencial: cliente con productos de ahorro transaccionales y mayor vinculación con la entidad. **Transaccional:** cliente con producto de ahorro transaccional y baja vinculación con la entidad. **Inactivos:** resto de clientes.

PARA UNA BUENA SALUD FINANCIERA



1 Ingresos

Contar con unos excedentes lo suficientemente altos como para cubrir las necesidades básicas de cada persona

2 Facilidades

Contar con los distintos mecanismos que les permitan mantener un ahorro seguro: cuentas de ahorro, depósitos a plazo o cualquier otro producto de ahorro

3 Conocimiento

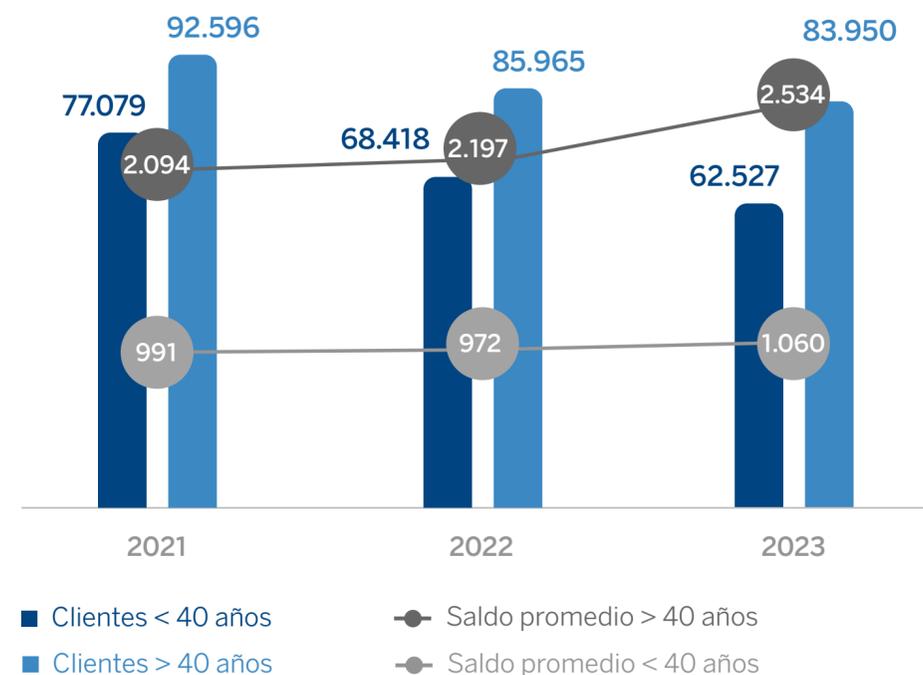
Contar con un plan de conocimientos suficientes, o un plan o meta a el corto, medio o largo plazo

Parte de la misión de la Fundación consiste en equilibrar o equiparar la relación entre saldos y clientes. De este modo los más vulnerables, además de incrementar sus excedentes, pueden también aumentar sus ahorros. Esto requiere invertir tanto en las facilidades que les ofrecemos como en ampliar sus conocimientos financieros.

En el segmento ahorrador, se observa que a más edad mayor probabilidad de obtener saldos con importes mayores

47 Ahorrador por tramo de edad

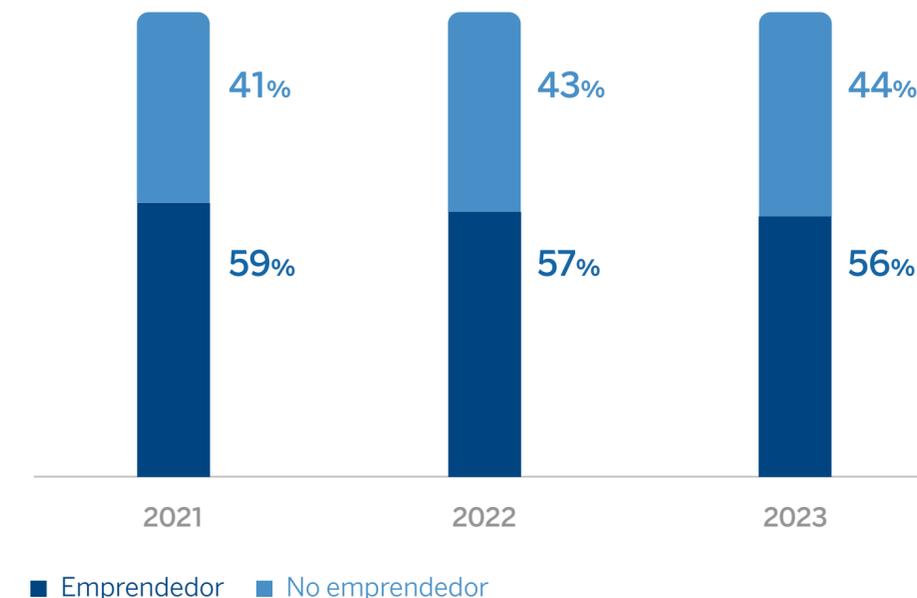
Saldos promedio del año en USD y número de clientes



a 500 USD. Los clientes que tienen saldos importantes tienen de 40 años a más, siendo este tramo el 57% del total de clientes y representan el 83% del total del saldo del segmento. Además, el 56% de los clientes de este segmento son emprendedores (han tenido un crédito) y la suma de sus saldos representan solo el 16% del total del saldo en este segmento. En efecto, resulta sumamente difícil ahorrar en un banco formal y la mayoría de éstos (el 85%) tiene un saldo menor a USD 25 USD en Dic 2023.

48 Ahorrador, por tipo de relación financiera

Total clientes vigentes ahorradores



Cabe destacar que aquellos emprendedores ahorradores tienden a encontrarse en zona urbana, posiblemente porque sea más fácil acceder al ahorro (banco más cerca) y/o por contar con mayor nivel educativo y confianza en el sistema financiero. El saldo promedio de ahorro de un cliente urbano es 1,6 veces más que aquel emprendedor rural, y ha tenido una variación positiva con respecto al 2022 del 20%.

G 47. Cliente y saldo de ahorro en cada una de las fechas.

G 48. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas.

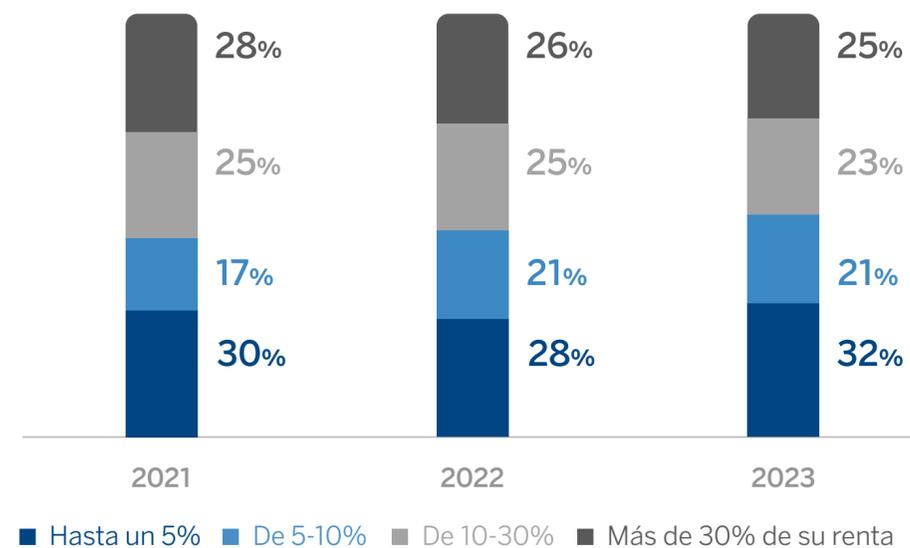
De hecho, observamos que la mayoría (el 75%) de éstos emprendedores ahorradores destinan menos del 30% de su renta per cápita al ahorro formal. De hecho, si vemos la distribución de saldos, la mayoría de ellos cuentan con saldos menores a 25 USD.

Esta carencia de ahorro ha aumentado con el tiempo, aumentando la proporción de aquellos que no pueden destinar parte de su renta al ahorro formal, lo cual refleja el deterioro de la salud financiera de nuestros emprendedores en la entidad. Esto está relacionado con el nivel de vulnerabilidad de los emprendedores. Así, el saldo promedio de clientes no vulnerables es de 109 USD en el 2023, muy por encima del saldo promedio de los vulnerables 30 USD.

El comportamiento del esfuerzo difiere tanto por vulnerabilidad económica como por sector. Así, se observa un mayor esfuerzo entre los más vulnerables debido a la carencia de ingresos principalmente. También se ve reflejado en el tipo de actividad de los emprendedores: el saldo promedio en servicios es muy superior (USD 949) a aquel del segmento agropecuario (el más bajo, con USD 363); posiblemente por cercanía a la entidad bancaria (en el entorno rural es más difícil acercarse a una oficina a ahorrar), por el nivel educativo (menos en entorno rural) y por el nivel de ingresos (mayor en servicios que en agropecuario). Ya en 2022 descubrimos entre las principales dificultades

49 Esfuerzo de emprendedores-ahorradores

Total clientes vigentes ahorradores

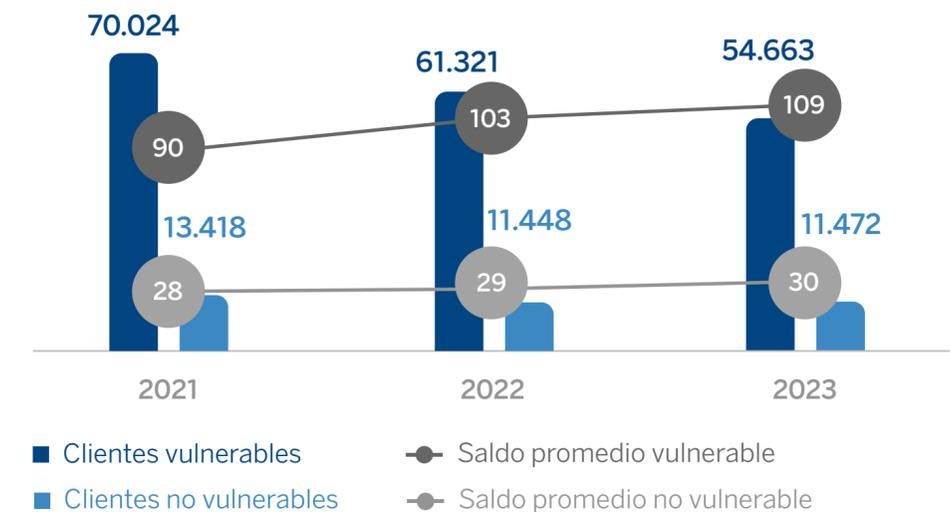


que los empresarios dicen tener para ahorrar encontramos la falta de ingresos (44%), seguida en igual medida por la poca confianza en los bancos (11%), el largo proceso de contratación y la lejanía de las instituciones (estas dos últimas con 10% cada una).

Por tanto, la apuesta por seguir ofreciendo servicios educativos, canales ágiles y productos que ayuden a mejorar las capacidades financieras de las personas, continúa siendo fundamental y constituye una enorme oportunidad.

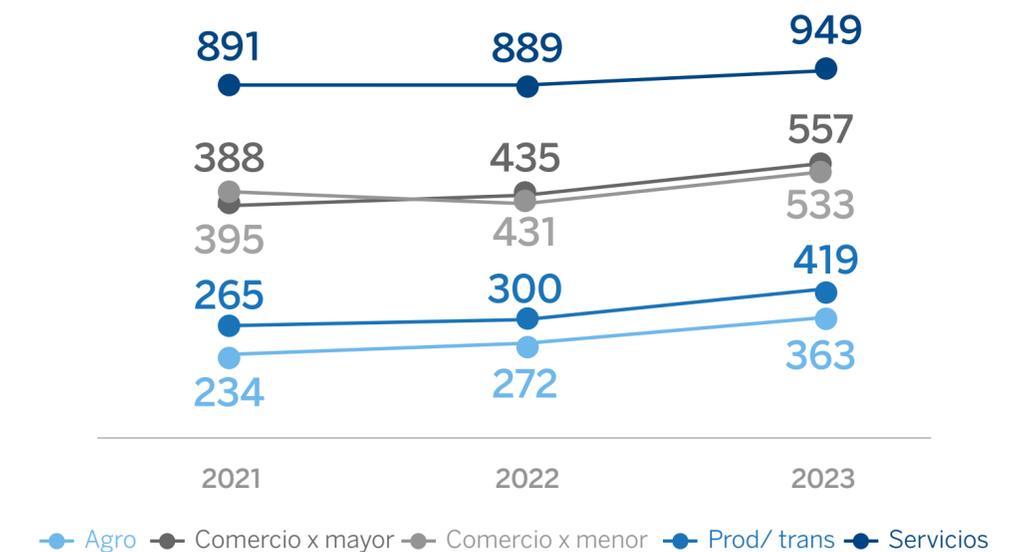
50 Saldo promedio de ahorro de emprendedores

Total clientes vigentes ahorradores y saldo en USD



51 Saldo promedio de ahorro de emprendedores

Saldo medio en USD del total de clientes ahorradores



G 49. Cliente ahorrador, con saldo en cada una de las fechas. El esfuerzo que realizan los clientes para realizar el ahorro lo hemos obtenido dividiendo su renta vs el saldo del ahorro.

G 50. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas. La vulnerabilidad económica se calcula en función de la última observación del emprendedor.

G 51. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas.

Actividad institucional

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL

Online, 1 de marzo

IFC-Organización Internacional del Trabajo

La FMBBVA elegida miembro de la *Women's Insurance Community of Practice*

Praga, 16 y 17 de marzo

Global Microfinance Forum

"Financial health and wellbeing for vulnerable entrepreneurs - FMBBVA's experience"

Antigua, 20 al 22 de marzo

Conferencia de REDCAMIF

Conferencia Magistral II: *"El panorama de las Finanzas Inclusivas: retos y oportunidades"*

París, 23 y 24 de marzo

OCDE

- OECD netFWD annual meeting
Addressing the Climate Emergency - *What Role for Philanthropy Ahead of COP28*
- Education Working Group meeting



Madrid, 20 de abril

Ethosfera

Mejores empresas, mejor democracia



Madrid, 18 de mayo

Acto FMBBVA, Fundación Seres y Boston Consulting Group

ESG: palanca para la inclusión financiera y el emprendimiento

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL



Colombia, 6 al 9 de junio

VII Jornadas Corporativas GFMBBVA

La fuerza del propósito: Innovando para avanzar



Cali, 14 de junio

Visita de S.M. la Reina a emprendedoras

en su viaje de cooperación internacional a Colombia

Washington, 20 al 22 de junio

BID, LSE, Novaster, Pinbox, AIOS, BID

Pensiones, soluciones para sociedades más longevas
"Experiencias globales para construir pensiones más inclusivas"

San José, 22 de junio

TED talk

Inclusión financiera: mito y realidad

Madrid, 22 de junio

Comunicación Transformadora

Entrega de los VII Premios Ocare



Madrid, 27 de junio

Acto FMBBVA

Presentación Becas DIME con los 10 ganadores

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL



Online, 27 y 28 de junio
pwc. ESG Summit Latam 2023
 Propósito y estrategia ESG



Santo Domingo, 5 de julio
Acto FMBBVA, Banco Adopem & Centro de Desarrollo de la OCDE
 Presentación del Informe de Desempeño Social & del Índice de Instituciones Sociales y Género (SIGI 2023)



Ciudad de Panamá, 6 de julio
Acto FMBBVA, Microserfin & Centro de Desarrollo de la OCDE
 Presentación del Informe de Desempeño Social & del Índice de Instituciones Sociales y Género (SIGI 2023)



Madrid, 10 de julio
Acto FMBBVA
 con hijos de emprendedores becados para acceder a la universidad

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL



Madrid, 10 de julio

Recepción becados colombianos y peruanos

FMBBVA, en audiencia en el Palacio de la Zarzuela



Bogotá, 18 de julio

Acto FMBBVA, Bancamía & Centro de Desarrollo de la OCDE

Presentación del Informe de Desempeño Social & del Índice de Instituciones Sociales y Género (SIGI 2023)



Lima, 19 de julio

Acto FMBBVA, Financiera Confianza & Centro de Desarrollo de la OCDE

Presentación del Informe de Desempeño Social & del Índice de Instituciones Sociales y Género (SIGI 2023)

Nueva York, 18 y 19 de septiembre

SDG Summit, High Level Political Forum 2023

ONU

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL

Lima, 18 de septiembre
SBS

Retos y Oportunidades para un Sistema de Pensiones más Inclusivo. *“¿Cómo implementar un ecosistema de ahorro individual más inclusivo?”*

Nueva York, 18 al 20 de septiembre
2023 Concordia Annual Summit
 P3 Impact: Empropaz



Santiago de Chile, 26 de septiembre
Acto FMBBVA, Fondo Esperanza & Centro de Desarrollo de la OCDE

Presentación de la Medición de Impacto Social de la FMBBVA & del Informe de la OCDE *“Igualdad de género en Chile”*



Colombia, 26 de octubre
15 Aniversario Bancamía
l premio al mejor microempresario del año

Madrid, 15 y 16 de noviembre
AECID & SpainNAB

En el marco de la Presidencia Española del Consejo de la Unión Europea
Impact Investment in the context of a global Europe: Mobilizing the European private sector
“The role of the private sector in impact investment”



Perú, 27 de noviembre
Acto Financiera Confianza & FMBBVA de entrega de las becas para que hijos de emprendedores puedan ir a la universidad

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL



Colombia, 29 de noviembre
Acto Bancamía, FMBBVA & BBVA de entrega de las becas
'Transformando Realidades' para que hijos de emprendedores puedan ir a la universidad



Ginebra, 12 al 15 de diciembre
ACNUR
Global Refugee Forum

EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

Madrid, 7 de febrero

Conversatorios en Casa de América

Emisión del Programa de TV Española

Online, 8 y 9 de febrero

CEPAL y ONU Mujeres

64ª Reunión de la Mesa Directiva de la Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe

California, 21 de febrero

APEC

Policy Dialogue on Gender and Structural Reform: Achieving Economic Growth through Inclusive Policies Session "Diving Deeper: Leveraging Structural Reform to Expand Access to Credit"

Madrid, 2 de marzo

VI Observatorio de la Mujer trabajadora

Bienestar emocional de la mujer trabajadora
 "Bienestar Tecnológico"

Madrid, 2 de marzo

OCDE-IE

Presentación del informe: *"Gender, Education and Skills: The persistence of gender gaps in education and skills"*

Nueva York, 6 de marzo

CSW67: Generation Equality

Realizing Women's Economic Rights in the Digital Economy through Inclusive Financial Access and Use

Antigua, 22 de marzo

FinEquity ALC

Reunión Anual
"Co-creando soluciones para la inclusión financiera de la mujer"
"Datos y análisis de género"

Santo Domingo, 23 y 24 de marzo

XXVIII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno

XIV Encuentro Empresarial Iberoamericano
"La igualdad de género como motor transformador de las nuevas transiciones"



Madrid, 27 de abril

Acto FMBBVA y Centro de Desarrollo de la OCDE

Presentación en España del Índice de Instituciones Sociales y Género (SIGI 2023)

EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

Bilbao, 22 de junio

Gala WITH

Mujeres Líderes



Online, 13 de julio

Banco Mundial

Private Roundtable to Shape New Gender Strategy

Nueva York, 17 de septiembre

Un Women, Iceland & Tanzania

Generation Equality, an SDG Accelerator: The Midpoint

Online, 20 de septiembre

IFC-Organización Internacional del Trabajo

Women's Insurance Community of Practice

"BBVAMF' experience with women microinsurance"



Online, 26 de septiembre

Visionarias

Foro Empoderamiento Económico e
Inclusión Financiera de la Mujer

Madrid, 8 de noviembre

Encuentros La Vanguardia

Impacto de la cooperación: cambios sociales
para reducir la desigualdad

Online, 5 y 6 de diciembre

**REDCAMIF, FinEquity ALC/CGAP, Andares Mujeres
y el Portal FinDev**

Foro Regional Fortaleciendo la propuesta de valor de la
Inclusión financiera para las mujeres

DIGITALIZACIÓN



Nueva York, 9 de marzo
Acto FMBBVA, OCDE y República Dominicana
 CSW67: Connecting Women in Latin America:
 The Roadmap Ahead

Nueva York, 10 de marzo
GSMA, ITC, ITU
 CSW67: Empowering women micro-entrepreneurs in the
 digital economy

Antigua, 20 al 22 de marzo
Conferencia de REDCAMIF
 Digitalización y ciberseguridad:
 dos caras de la misma moneda

Bogotá, 28 y 29 de marzo
Ministerio de Hacienda y Banca de las oportunidades
 Foro de Innovación e Inclusión Crediticia
 de la Economía Popular
 "Los retos de transformación digital de las microfinanzas
 para el financiamiento de los micronegocios"

Online, 3 de abril
World Economic Forum
 EDISON Alliance
 Executive Network Meeting

Madrid, 26 de abril
Oracle
Technology Summit
 "Data al servicio de las personas"
 "Estrategia empresarial y tecnología: datos, cloud,
 seguridad y sostenibilidad"

Madrid, 27 de abril
HRC
 Transformación digital
 "Como la transformación digital está cambiando
 las prioridades"

Santo Domingo, 22 de junio
Reunión Nacional de Partner2Connect
UIT & Gobierno de la República Dominicana

Madrid, 23 de junio
Prensa Iberica & Acciona
 Modelos de Innovación Social para Asegurar el Desarrollo
 a Largo Plazo

Online, 5 de julio
Edison Alliance WEF
 Kick-off Meeting Handset Affordability Coalition

DIGITALIZACIÓN



Online, 6 y 7 de julio

UCACSUR

Coopartiendo internacional: "El futuro de la transformación digital, la innovación y la inclusión financiera"

"Innovación digital hacia la inclusión financiera: enfoque en la creación de modelos de valor y nuevos servicios"

Panamá, 13 y 14 de julio

Emprende con los que te entienden

"Brecha Digital. Un nuevo rostro de la desigualdad en Latinoamérica"

Online, 1 de agosto

Edison Alliance WEF

Meeting Handset Affordability Coalition

San Salvador, 16 al 18 agosto

Foro Regional de Desarrollo de la UIT para las Américas Acelerando el desarrollo digital en las Américas

"Mecanismos efectivos para transformar los compromisos en el impacto ampliado de lo digital para el desarrollo sostenible en las Américas"

Nueva York, 16 de septiembre

ITU/Unesco

Broadband Commission 2023 Fall Meeting

Nueva York, 16 de septiembre

UIT & PNUD, con apoyo de GSMA Pre-SDG Digital reception

Nueva York, 17 de septiembre

UIT & PNUD SDG Digital

Nueva York, 18 de septiembre

MIT Solve. Solve Challenge Finals 2023

Nueva York, 20 de septiembre

Edison Alliance Executive Network meeting Edison Alliance, World Economic Forum

Nueva York, 20 de septiembre

Edison Alliance, World Economic Forum, hosted by Verizon Reception Edison Alliance

Bogotá, 2 de noviembre

DigiLab

Clausura

Ginebra, 12 de diciembre

UIT

Partner2Connect Annual Meeting

"Implementation of P2C Plegges at the Regional and Country Level through Matchmaking"

Ginebra, 13 de diciembre

Equals Global Partnership for Gender Equality in the Digital Age

Access Coalition Annual Meeting &
Annual Partners Meeting

MEDIOAMBIENTE

Antigua, 20 al 22 marzo

Conferencia de REDCAMIF

El Reencuentro

“¿Cómo las finanzas verdes impactan en la resiliencia climática?”

París, 22 y 23 junio

Summit for a New Global Financing Pact

Online, 13 de julio

Naciones Unidas

Coaliciones y mecanismos de financiación existentes en la región de América Latina y el Caribe para Sistemas Alimentarios

San José de Costa Rica, 22 de agosto
IICA
IV Foro de Ministras, Viceministras y Altas Funcionarias de las Américas.
 “Financiamiento de los cuidados para el crecimiento económico y el desarrollo humano en los sistemas agroalimentarios de las Américas”

Madrid, 7 de noviembre

Programa Mundial de Alimentos de la ONU

Sistemas Alimentarios Sostenibles a través de Cadenas de Suministros Resilientes

Luxemburgo, 14 de noviembre

CGAP

Practitioner roundtable on climate change at EMW

Luxemburgo, 15 noviembre

European Microfinance Week 2023

E-MFP Green Inclusive & Climate Smart Finance Action Group

Madrid, 30 noviembre

IICA, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España, CEPAL & FAO

Presentación en España del Informe

“Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: Una mirada hacia América Latina y el Caribe 2023-2024”

ALIANZAS

Davos, 17 de enero
World Economic Forum
EDISON Alliance Champion Meeting

Madrid, 16 de febrero
Firma MOU BCIE

Nueva York, 9 de marzo
Firma MOU PNUD

Madrid, 13 de abril
OEA
 Visita de la CEO Trust for the Americas
 a la sede de la FMBBVA

París, 23 de abril
OECD
 Network of Foundations Working for Development
 Membresía FMBBVA

Brasil, 31 de mayo al 2 de junio
CGAP
Council of Governors Annual Meeting 2023

Madrid, 22 de junio
Reunión con la Ministra de la Mujer de República Dominicana en la sede de la Fundación

Madrid, 4 de julio
BID, OCDE y Ministerio de Asuntos Exteriores de España
Diálogo: Cruce de caminos entre la Unión Europea-América Latina y el Caribe: la agenda de la inclusión para transiciones justas.

Washington, 31 de octubre
CGAP
Champions Group for the Financial Inclusion 2.0 initiative



Dubai, 30 de noviembre a 12 de diciembre
COP28
La Conferencia de Naciones Unidas sobre Cambio Climático
 designa a la FMBBVA Organización Observadora

Dubai, 5 de diciembre
IFC y BID
 Ceremonia de Lanzamiento de la Red Financiera para la Amazonía en el marco de la COP28, a la que se unen como miembros fundadores la FMBBVA, Bancamía y Financiera Confianza

CON S.M. LA REINA

Cali, 14 de junio
Acto FMBBVA
Visita a emprendedoras en Colombia,
en su viaje de cooperación internacional



Madrid, 10 de julio
Acto FMBBVA
Audiencia becados colombianos y peruanos
en el Palacio de la Zarzuela



CON S.M. LA REINA

Madrid, 15 de noviembre
Acto FMBBVA con S.M. la Reina
Tecnología para cerrar brechas
Creando sin límites



RECONOCIMIENTOS

FMBBVA



Premios go! ODS. Pacto Mundial Naciones Unidas y Fundación Rafael del Pino. Ganadora del Premio global y en la categoría ODS1: *Fin de la pobreza*

Premios Ocare. Ganadora en la categoría *Mejor pieza audiovisual* y finalista en la *Mejor campaña integral*

Festival Audiovisual Internacional Pila, Premio al mejor cortometraje

Premio Corresponsables en la categoría *“Mejor Video Corporativo Audiovisual”*

Nominaciones a Festivales de cine por el documental “Después de la Lluvia”

- II Festival de Cine y Cortometraje medio rural y natural, España
- Urban Mediamakers Festival, Estados Unidos
- Festival International du Film Amateur de Kelibia (FIFAK), Túnez
- CineSol Film Festival, Texas

BANCAMÍA · COLOMBIA

Reconocimiento **Bancóldex**, como Aliado Estratégico. En la categoría de *“Mayor colocación de recursos en Microfinanzas”*

Finalista del **P3 Impact Award** por su programa Empropaz. Otorgado por Concordia, la Escuela de Negocios y Sociedad Darden de la Universidad de Virginia y la Oficina de Alianzas Globales del Departamento de Estado del Gobierno de los Estados Unidos

SME Global Finance. Categoría Silver por *Mejor banco financiador de mujeres*

RECONOCIMIENTOS

FINANCIERA CONFIANZA · PERÚ

Premios a los Innovadores Financieros en las Américas 2023. Premio País, Oro. Categoría: Innovación en canales.

Reconocimiento HIAS. A las instituciones con buenas prácticas en la inclusión de personas refugiadas y migrantes en las empresas privadas en Perú.

Womenceo Perú reconoce con el distintivo 30% al 2030 Camino a la Paridad.

Premios Semana Mundial del Ahorro. Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). Reconocimiento por su crédito agropecuario. Nominados en las categorías: "Propuesta integral de Educación Financiera y Propuesta Inclusiva" y "Empresas que Transforman el Perú 2023". Recibe reconocimiento por su crédito agropecuario.

ADOPEM · REPÚBLICA DOMINICANA



Premios Fintech Américas a los "Innovadores Financieros", Premio Platino, Impacto Social (ESG)

FONDO ESPERANZA · CHILE



Premios Fintech Américas a los "Innovadores Financieros", reconocimiento en la categoría "Empresa mediana y grande".

Premio Corresponsables. Finalista en las categorías: "Entidades no lucrativas (grandes)" y "Mejor vídeo Corporativo y Audiovisual".

RECONOCIMIENTOS

MICROSERFIN · PANAMÁ

Premios Verdes: Reconocimiento entre los 500 mejores proyectos sostenibles.

Premios Fintech Américas a los "Innovadores Financieros". Premio Plata, "Experiencia del cliente (CX) e innovación en la manera de llegar al cliente".

Premio Whole Planet a los asesores de campo.



Premio a las Buenas Prácticas del Sello ODS.

En la categoría "Transformación Digital" y "Empoderamiento de la Mujer". Mención Honorífica en la categoría "Empleo y Emprendimiento".

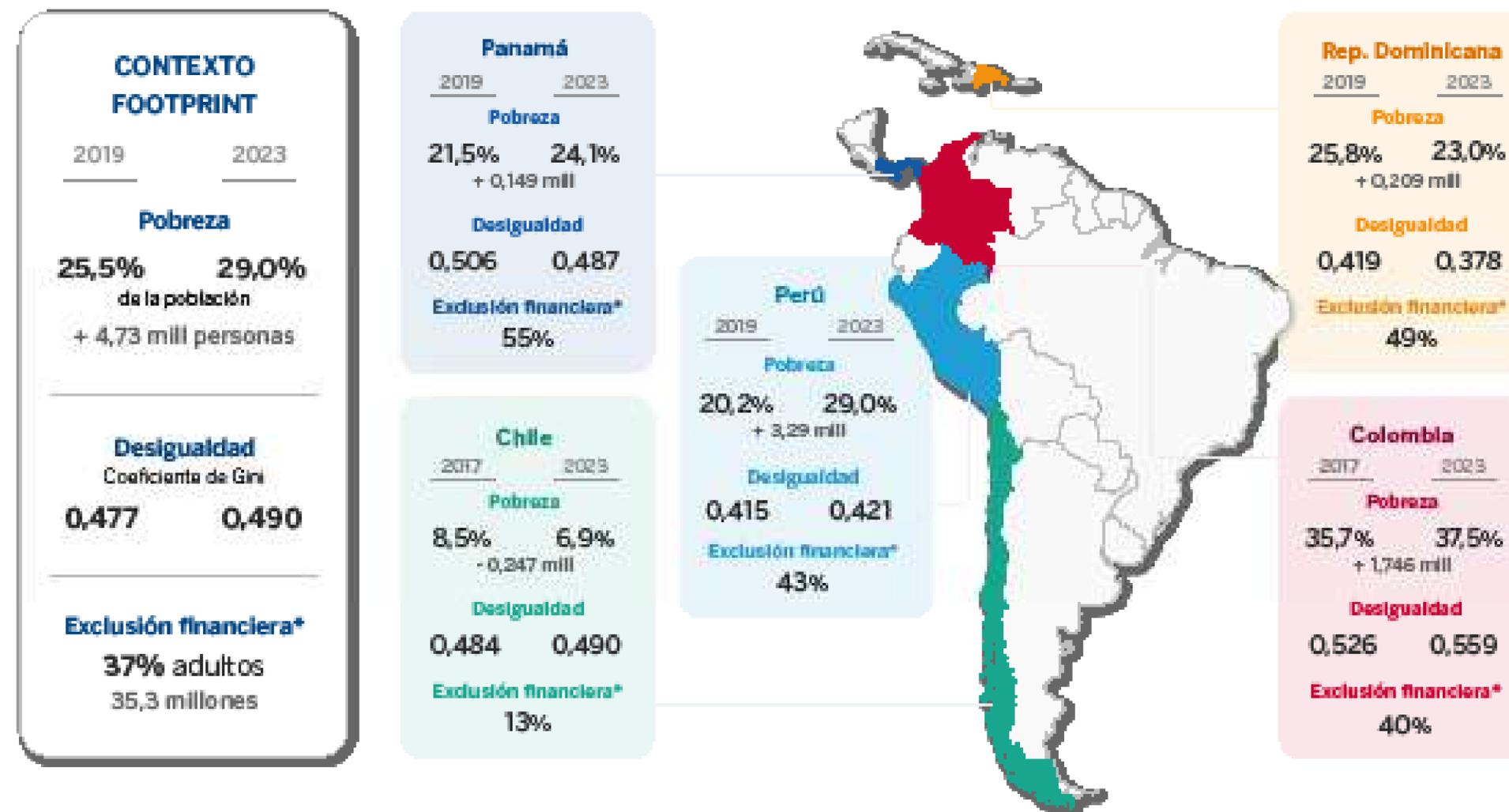
Resumen ejecutivo

América Latina presenta un entorno cada vez más turbulento con mercados económicos inestables y agitación política, donde algunos segmentos de la población continúan luchando por oportunidades de empleo y flujos de ingresos decentes, especialmente a medida que aumenta la pobreza y la desigualdad. Para muchos hogares vulnerables, liderar una pequeña empresa suele ser una herramienta necesaria y clave para lograr un progreso sostenible. De hecho, en los países en desarrollo las micro y pequeñas empresas (MIPYMES) representan alrededor del 60% del empleo total.

En ese contexto, la Fundación Microfinanzas BBVA aprovecha el potencial de las MYPYMES para impulsar el empleo y los ingresos de los hogares vulnerables y, al mismo tiempo, asegurarles suficiente capital para gestionar los riesgos que enfrentan y acumular activos para sacarlos de la pobreza. Para lograr un progreso sostenible, es necesario comprender sus condiciones, continuar apoyándolos a largo plazo y poner en práctica todo ese conocimiento diseñando e iterando soluciones financieras.

El propósito final es escalar el impacto mejorando el bienestar de los hogares vulnerables a través de la inversión en pequeñas empresas

POBREZA, EXCLUSIÓN Y DESIGUALDAD



Año 2023: Estimaciones de FMBBVA Research.

* Datos de exclusión financiera para 2022 de Global Findex de Banco Mundial.

Foco: Compromiso con clientes desatendidos e infra-representados

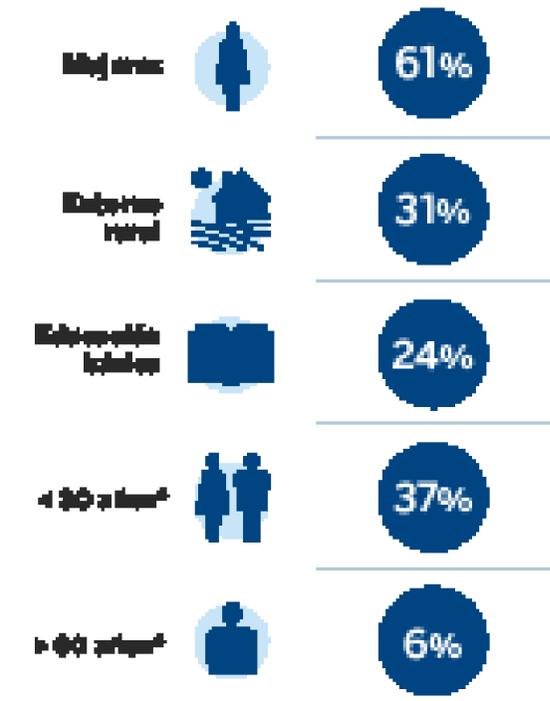
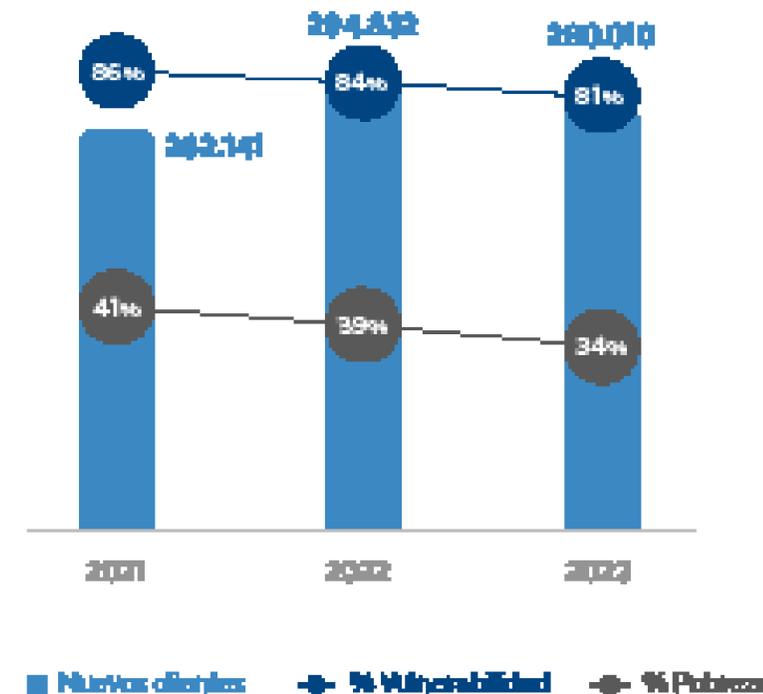
La Fundación Microfinanzas BBVA atiende, a través de sus cinco instituciones de microfinanzas (IMFs), a alrededor de 2,9 millones de emprendedores, principalmente a través de préstamos. En 2023, 517.000 empresarios renovaron sus préstamos y 280.000 recibieron un nuevo préstamo. En su mayoría, estos préstamos se utilizan para invertir en activos, ya sea para reactivar sus ingresos o aumentarlos.

- A pesar de la desoladora situación económica, que varía mucho de un país a otro, las instituciones de la Fundación continúan al servicio de los emprendedores más vulnerables: mujeres, personas con bajos niveles educativos y jóvenes.
- Muchos de los que pertenecen a estos segmentos son precisamente aquellos excluidos del sistema financiero formal o que no lo aprovechan plenamente: el 38% de los nuevos emprendedores ingresan por primera vez en el sistema financiero formal.
- El 81% de los empresarios que solicitaron un nuevo crédito se encontraban en vulnerabilidad económica; es decir, existe una alta probabilidad de que vuelvan a caer en la pobreza. Esto es particularmente relevante ya que el negocio es la principal fuente de ingresos del hogar para el 61% de los emprendedores.

EMPRENDEDORES NUEVOS EN 2023


280.010
de los que **81%** son
pobres y vulnerables


38% de nuevos clientes
ingresan por primera vez en el
sistema financiero formal



Al centrarse en la población vulnerable, la inclusión financiera apunta al empoderamiento económico, lo que permite a las personas aprovechar mejor su potencial

Salud financiera: el paso intermedio para un crecimiento sostenible

Los emprendedores que dirigen estos negocios se enfrentan a una compleja red de obstáculos sistémicos y no sistémicos, que van desde riesgos climáticos hasta la falta de especialización del negocio que operan, o desafíos macroeconómicos, como la inflación, entre otros. Para complicar aún más las cosas, los microempresarios también deben hacer malabarismos con las finanzas de su hogar, que están entrelazadas con los ingresos de su negocio.

De hecho, parece que nuestros empresarios son buenos en la gestión diaria y, por tanto, satisfacen un umbral básico de salud financiera; pero si ocurren contingencias imprevistas con frecuencia y son suficientemente onerosas, sus finanzas domésticas quedarán muy comprometidas.

- La inestabilidad de los ingresos es uno de los principales problemas a los que se enfrentan nuestros emprendedores: el 44% de ellos obtiene la mayor parte de sus ingresos durante un período máximo de 9 meses al año.
- Los imprevistos son una característica que enfrentan nuestros emprendedores y en particular, gastos repentinos de salud e imprevistos de las ventas del negocio, son los que los clientes enfrentan en mayor proporción.

INCIDENCIA DE LOS IMPREVISTOS

El porcentaje de clientes que sufren imprevistos en cada país en...

	Salud-crónico	Salud-puntual	Eventos	Arreglo bienes	Clima	Inflación	Menos salario	Ingresos negocio
Fondo Esperanza	31%	48%	42%	30%	16%	48%	42%	56%
Bancamía	18%	34%	24%	23%	23%	49%	22%	50%
Financiera Confianza	23%	59%	51%	37%	41%	52%	41%	53%
Banco Adopem	14%	71%	53%	48%	31%	45%	36%	50%

- La forma más directa de cubrir imprevistos es mediante el uso de un fondo de emergencia, ya sea en forma de ahorros o de activos que puedan venderse para obtener liquidez. Los hogares quieren ahorrar y la mayoría dice tener capacidad para ahorrar (79%), mostrando su intención de desarrollar un hábito saludable. Sin embargo, solo al 22% le durarían los ahorros más de 6 meses.
- De hecho, la mayoría de los empresarios invierten en activos: el 62% de los hogares ha invertido en activos que podrían venderse para obtener liquidez.

Los hogares vulnerables enfrentan estos desafíos con el objetivo de invertir en activos para crear negocios resilientes. En otras palabras, su objetivo es tener salud financiera. Es una oportunidad para encontrar formas nuevas y más efectivas de ayudar a los hogares a planificar mejor sus finanzas.

OFERTA DE SALUD FINANCIERA

Ahorro



2.750.965

clientes con productos de ahorro

Seguros



624.740

asegurados con coberturas en daños, vida, exequias, salud y/o climático

Formación



662.555

personas formadas reciben educación financiera y/o acompañamiento

Presencial
69%

Virtual
10%

Híbrido
21%

Educación financiera

80% de las acciones formativas

56.153 usuarios de la plataforma educativa virtual

NIVELES DE SALUD FINANCIERA*



La salud financiera es la columna vertebral del progreso de los hogares

Crecimiento del negocio: la clave para elevar los niveles de ingresos

El desempeño de los negocios depende en muchos sentidos del entorno macroeconómico. Los resultados de 2023 muestran que la evolución del negocio ha sido buena, traduciéndose en un sólido crecimiento tanto en ventas como en excedentes, alcanzando tasas anuales del 14% y 15% respectivamente. Esta expansión, una vez deflactada, es inferior a la del año pasado, señal de las dificultades que enfrentan en algunos países. En promedio, después de dos años, uno de cada tres emprendedores logra salir de la pobreza. Es más, a mayor antigüedad, mejor desempeño. Hay dos tendencias interesantes:

- Los empresarios pobres siguen buscando ingresos mínimos por lo que la tasa de salida de la pobreza se ha mantenido alta, una señal del buen desempeño de los más vulnerables. También tiene sentido que el desempeño de los pobres no sea cíclico.
- Sin embargo, muchas microempresas se están reduciendo a un ritmo más rápido, especialmente en el segmento no-pobre, lo que indica un riesgo futuro y una menor probabilidad de éxito.

Dado que las relaciones a largo plazo fomentan un desempeño positivo, es crucial que sigamos apoyando a los emprendedores a lo largo del tiempo para que logren un progreso sostenible. Nuestra aspiración es impulsar

PROGRESO Y DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES

Negocios



Crecen, permitiendo una mejora para la renta de los hogares

Ingresos



14% Ventas
15% Excedentes
Tasas deflactadas

54% mejora su renta respecto al crédito anterior

Empleo



196.253 empleos

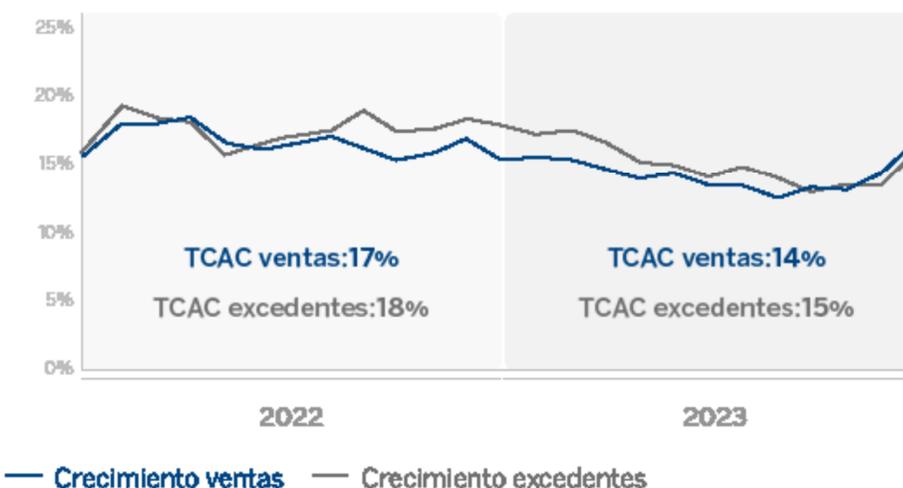
15% contrata al menos una persona

5% genera empleo en los tres primeros años

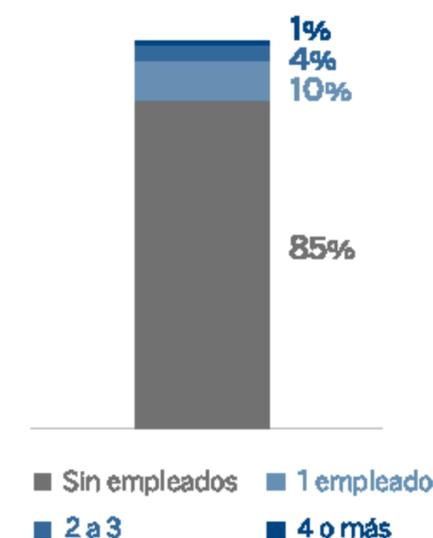
avances mensurables en materia de sostenibilidad, inclusión y crecimiento, todo al mismo tiempo. Cuando estos negocios prosperan, no solo prosperan los hogares sino también otras personas dentro de la comunidad, ya que el 15% de estos empresarios crean oportunidades de empleo.

Disminuye el crecimiento de las ventas y excedentes

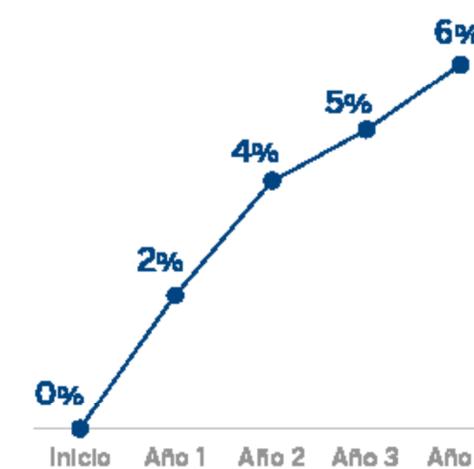
Tasas deflactadas según el IPC mensual de cada país



Fuente de empleo



Generación de empleo



Bienestar: la necesidad de cambiar la pobreza estructural

La búsqueda del empoderamiento económico debe verse en conjunto con necesidades esenciales como vivienda, atención médica y educación. Solo si se alcanzan niveles de vida mínimos, pueden obtener una modesta sensación de seguridad y reducir el riesgo de volver a caer en la pobreza. La FMBBVA está abordando esto a través de dos líneas de trabajo:

- En 2023 se implementará una evaluación recurrente de las privaciones con el fin de crear un índice de pobreza multidimensional empresarial. La información está disponible para 161.000 hogares en Colombia, Perú, República Dominicana y Chile; Panamá llevó a cabo el piloto en 2023 y lanzará su evaluación en 2024. Una vez validada la información, los datos se utilizarán para dirigir soluciones financieras a los más necesitados.
- Paralelamente, las IMF continúan diseñando productos y servicios financieros para abordar las brechas de pobreza que ya han sido identificadas. En particular, han estado trabajando arduamente en una serie de pólizas de seguro con el propósito de proteger a los hogares contra imprevistos. El Grupo FMBBVA gestiona pólizas de seguro para 624.740 personas, donde el seguro de salud es el área de mayor crecimiento y lo contratan los hogares más vulnerables.

BENEFICIO

Vivienda



Mejora vivienda
Colombia, Perú, Rep. Dominicana y Panamá
26.358 hogares

Seguros vivienda
Perú
10.287 hogares

Educación



Créditos educativos
Colombia, Perú, Rep. Dominicana
6.050 hogares

Becas universitarias a hijos
Colombia y Perú (datos actualizados)
131

Salud



Seguros salud y maternidad
Colombia, Perú, Chile y Panamá
244.151 hogares

Clima



Resiliencia
Colombia, Perú, Rep. Dominicana y Chile
160.386 hogares

Crédito adaptación **3.361** hogares
Seguro climático **157.093** hogares

Sostenibilidad ambiental
Colombia, Perú y Rep. Dominicana
18.647 hogares

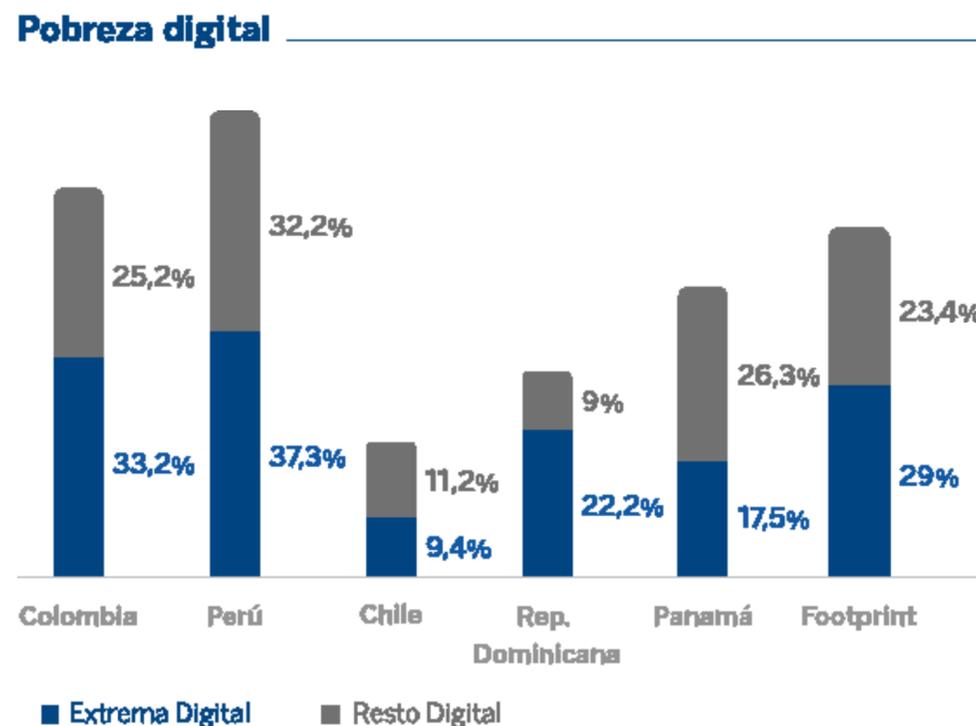
Gestión agua y contaminación **10.724** emprendedores
Economía circular **7.532** emprendedores

Créditos de mitigación
449 emprendedores

Más allá del acceso a Internet: la pobreza digital

La expansión en el uso de la tecnología digital de las últimas décadas se ha vuelto cada vez más esencial y necesaria, brindando nuevas oportunidades y beneficios sociales. Aunque ya se mide la carencia del acceso a Internet, la pobreza digital va más allá de la falta de dispositivos tecnológicos y conexión a internet, se manifiesta de varias formas y combinaciones de estas: El acceso limitado a la tecnología, las escasas habilidades digitales, las limitaciones económicas que impidan la compra del dispositivo o de los costos asociados a servicios de internet, y la brecha digital que se convierte en brecha generacional ya que los mayores pueden sentirse abrumados o excluidos por la rápida evolución de la tecnología.

Un 52,4% de los emprendedores de los cinco países presentan algún grado de pobreza digital y un 29% tienen pobreza digital extrema (no tienen equipos ni acceso a Internet). Colombia y Perú son los países con mayor pobreza digital y Chile el que menos.



La pobreza digital puede exacerbar la pobreza económica o perpetuar el ciclo de la pobreza, de ahí la necesidad de abordarla

La Fundación trabaja en dos dimensiones para mejorar esta brecha:

- Por un lado, poner a disposición de la población los medios para conectarse a Internet. Desde 2020, 93 agentes bancarios con conectividad han sido llevados a áreas remotas brindando conectividad a aproximadamente 4.400 personas
- Por otro lado, el impulso a la alfabetización digital se ha vuelto crucial para mejorar la eficiencia de los emprendedores y les brinda beneficios tangibles en el sentido de que pueden utilizar las tecnologías en sus negocios y también para la banca en línea, ahorrando tiempo en trámites burocráticos, permitiéndoles obtener información veraz en tiempo real y mejorar su comunicación con terceros.

En la medida en que el acceso digital sea masivo y asequible, será posible desarrollar y utilizar las finanzas digitales, que luego se convertirán en una poderosa herramienta para lograr una mayor inclusión financiera y ampliar los servicios básicos.

BRECHA DIGITAL



81.664

personas formadas en habilidades digitales

10% de las capacitaciones son virtuales

21% son híbridas (combinan presencial y virtual)



56.153

usuarios de nuestra plataforma educativa virtual

Conectividad



93

corresponsales ofrecen conectividad en zonas alejadas de Colombia, Perú y Panamá

2022

206.221



Usuarios digitales activos

2023

291.872



Uso biométrica facial y por voz**

18.913

29.437



Transacciones con el banco móvil y web

112,95 MIL.€

166,12 MIL.€



Transacciones monetarias digitales

7,6%

8,5%

*Nº usuarios registrados en el App/web, cifras acumulada.

**Biometría por voz en 2022: 3.919 y en 2023: 11.464.

Nota metodológica

Restricciones de la información

Restricciones de la información

Carencia de información de algunas variables. Existen variables para las que no se dispone de información de algunos clientes.

Sesgo positivo. Tendencia de los clientes a presentar una imagen más favorable de la real sobre el rendimiento de su microempresa.

Limitaciones de los procesos. La información recopilada de los clientes de crédito se basa en los procesos de crédito. Normalmente los datos son recogidos cuando el cliente adquiere un nuevo producto o renueva su préstamo (la información se recoge en el sistema bancario de cada entidad).

Bases de datos heterogéneas y diferencias de criterio.

Los indicadores se basan en la fiel interpretación de los criterios de cada entidad microfinanciera (EMF) y, a la vez, de sus agentes/ asesores. Excepcionalmente, existen variables con una definición propia o que solo recoge un país.

Comentarios

En caso de no estar disponible la información de un cliente, o de no considerarse fiable, se elimina a éste del análisis sin hacer uso de valores expertos o interpolados.

La metodología de la FMBBVA parte de la premisa de que los datos los recopila un agente/asesor de crédito con un conocimiento profundo de las circunstancias del cliente y, por consiguiente, sólo presenta los datos que considera razonables.

Existen limitaciones en los procesos de captura como, por ejemplo, la dificultad para valorar el negocio, errores de digitación, una incorrecta interpretación de la variable, la falta de tiempo, etc. Además, para créditos grupales esta limitación podría acentuarse. Dentro de lo posible, cuando hemos considerado que los datos eran menos fiables, no se han presentado.

- En especial, los indicadores de activos y ventas se basan en el profundo entendimiento de los criterios de cada entidad microfinanciera (EMF) y de sus agentes. Los criterios para la valoración de activos, pasivos, etc., pueden diferir ligeramente entre las distintas entidades.
- Variables sociales (por ej., condiciones de la vivienda, nivel educativo, capacidad de acceder a otros ingresos del hogar, etc.) son aquellas que no se recogen en todas las entidades o que se recogen de manera diferente. La FMBBVA se ha adaptado a la disponibilidad de la información de cada entidad y a los requerimientos de cada país.

Aclaraciones metodológicas sobre una selección de indicadores y variables

Selección de variables a considerar

Variable	Comentarios
Clientes nuevos de crédito	
Entorno urbano / rural	<p>La variable “entorno” tiene una definición local asignada por cada entidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1246 834 3165 909"> Bancamía En función de la dirección del negocio del cliente (calle, carrera, etc.). <li data-bbox="1246 928 3165 1078"> Financiera Confianza En función de la dirección del cliente, todos los clientes de un distrito tendrán el mismo entorno, según la clasificación del Instituto Nacional de Estadística (INEI). Si, según el INEI, la ruralidad del distrito es superior al 50%, el distrito se considerará rural. <li data-bbox="1246 1116 3165 1266"> Banco Adopem En función del porcentaje de ruralidad/urbanidad de la provincia en la que está ubicada la oficina según la Organización Nacional de Estadística. Se clasifican todos los clientes de la oficina con el mismo entorno. <li data-bbox="1246 1303 3165 1453"> Fondo Esperanza En función del porcentaje de ruralidad/urbanidad de la comuna en la que reside el cliente según el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (Censo 2017). Se clasifican todos los clientes de una comuna con del mismo entorno. <li data-bbox="1246 1491 3165 1566"> Microserfin En función de la dirección del cliente, se asigna el entorno según la parametría de provincia y distrito.



Variable

Sectores económicos

Datos de las cuentas financieras (balance y cuenta de pérdidas y ganancias)

Comentarios

Basados en la clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas de las Naciones Unidas (versión 4).

- **Agropecuario:** agricultura, silvicultura y extracción de madera, pesca y acuicultura, minería y extracción.
- **Producción/Transformación:** manufactura; suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; suministro de agua, aguas residuales, gestión de desechos y contaminación, y construcción.
- **Comercio:** Distribución y venta de bienes al por menor o al por mayor, también incluye reparación de vehículos de motor y motocicletas.
- **Servicios:** transporte y almacenamiento; actividades de alojamiento y servicio de comidas; información y comunicación; actividades financieras y de seguros; actividades inmobiliarias; actividades profesionales, científicas y técnicas; enseñanza; actividades de atención a la salud y asistencia social; otras actividades de servicio

Las variables financieras que se muestran son las informadas por los clientes en:

- El momento del primer desembolso.
- En su último desembolso.
- Según la metodología también se presenta información intermedia, es decir, en cada momento en la que se obtiene información por haber realizado un desembolso o actualización de información (excepto para Fondo Esperanza. Ver Evolución de datos financieros y variación del segmento de pobreza).



Variable

Cuota

Comentarios

El cálculo de la cuota se presenta mensualizado (en caso de que tuviera otra periodicidad) y, en el supuesto de que el cliente tuviera más de un crédito, se suman todas sus cuotas con la entidad.

Tamaño del hogar

'Los miembros del hogar' se define como el *número de personas que conviven en una misma vivienda, familiares o no, y que tienen un presupuesto de alimentación común o comparten gastos de alimentación.*

Selección de indicadores

Indicador

Clientes con crédito

Comentarios

Para el cálculo de indicadores de los clientes de crédito, se trata de aquellos que poseen una unidad productiva (microempresa), por lo que se excluyen los créditos a empleados.

Los clientes nuevos se definen como aquellos que han tenido un crédito en el año y no habían tenido créditos anteriores con las entidades del Grupo FMBBVA.

Clientes renovados son aquellos que han tenido un desembolso en los últimos 12 meses.

Total clientes son el total de clientes que tienen un crédito vigente a 31.12.2023.

Clientes de ahorro

Se ha realizado un análisis de los clientes con productos de ahorro y depósitos para identificar su distribución dependiendo de sus objetivos. Para los indicadores de los clientes de ahorro, se excluyen los clientes institucionales y los empleados. Se han clasificado en cuatro categorías:

- **Ahorradores.** Son aquellos que han contratado productos diseñados específicamente para el fomento del ahorro.
 - **Potencial:** Son clientes que han contratado productos de ahorro transaccional y tienen un crédito vigente.
 - **Transaccional.** Clientes han contratado productos de ahorro transaccional, pero no tienen un crédito vigente.
 - **Inactivo.** Resto de clientes.
-

Indicador

Clientes con seguros voluntarios

Variables financieras

Excedente per cápita mensual o “renta”

Comentarios

Los estudios aquí presentados se han realizado sobre seguros contratados voluntariamente por un cliente y se muestra, según el estudio, o bien el perímetro de clientes que contratan el seguro (tomadores) o bien el conjunto de asegurados en las pólizas contratadas por los clientes.

Las variables financieras que se muestran son las facilitadas por los clientes en:

- El momento del primer desembolso, cuando las gráficas se refieren a clientes nuevos.
- El último desembolso o actualización disponible, cuando las gráficas se refieren a clientes renovados o a cartera vigente.
- En los distintos procesos de desembolso de los clientes, cuando las gráficas se refieren a la evolución de los clientes en el tiempo.

El excedente per cápita mensual es la variable utilizada en el Grupo FMBBVA como medida de los ingresos disponibles del cliente. El excedente (ingresos del negocio - gastos directos e indirectos del negocio) se divide por el número de miembros del hogar. Si es necesario, se mensualiza. No se consideran en el cálculo otros ingresos del hogar por dos cuestiones principales:

- Se quiere conocer el impacto que tiene el emprendimiento en el cliente y sus familias más allá de la totalidad del ingreso familiar proveniente de otras fuentes.
- La información sobre el cliente está ligada al crédito y a la información relevante para esta operación, por lo que no se tiene control sobre el importe, la periodicidad o continuidad de ingresos no ligados a la microempresa. Además, controlarla con soportes documentales presenta un reto.

Se reparte el ingreso entre cada miembro del hogar para conocer el impacto que tiene la evolución del mismo sobre el hogar en su conjunto. El tamaño del hogar recoge el número de personas que conviven en una vivienda y comparten presupuesto de alimentación. Es un dato más estable que el número de dependientes, que puede variar temporalmente.

El excedente mensual se calcula en función de la situación inmediatamente anterior al otorgamiento del crédito, por lo que no incluye el gasto que supone la cuota del préstamo a aprobar.

Indicador

Renta relativa a la línea de pobreza

Vulnerabilidad económica

Comentarios

Mide el porcentaje que representa el excedente mensual per cápita (renta) respecto a la línea de pobreza. El cálculo de la renta relativa se realiza sobre la línea de pobreza en el momento del desembolso (línea de pobreza del año en cuestión). Al tratarse de una medida relativa, permite una comparación en el tiempo (similar a la actualización financiera de unidades monetarias), así como comparar distintas geografías o segmentos.

La renta relativa toma valor uno cuando es igual a la línea de pobreza. Valores inferiores a uno indican que el cliente está en situación de pobreza.

Para determinar la situación económica de los clientes se ha establecido una categorización en función de las rentas generadas por la microempresa. Éstas se comparan con la línea de pobreza y extrema pobreza de cada año para cada uno de los países (según la definición de cada país).

Así, los clientes con rentas inferiores a la línea de pobreza extrema serán clasificados como *extremadamente pobres*. Aquellos que se encuentren entre la línea de pobreza extrema y la línea de pobreza serán considerados *pobres*.

Se establece una tercera categoría, la de los clientes *vulnerables*, es decir, aquellos que tengan rentas inferiores a tres veces la línea de pobreza nacional. Los negocios de estos clientes generan rentas superiores a las líneas de pobreza, pero aún tienen una elevada inseguridad económica, entendida como una alta probabilidad de caer en la pobreza.

La referencia a clientes bajo la línea de pobreza o en la pobreza, agrupa los *extremadamente pobres* y *pobres*. El término *vulnerabilidad* se refiere a la agrupación de tres segmentos: *extremadamente pobres*, *pobres* y *vulnerables*.

El resto de clientes se clasifica como *otros*.

Indicador

Línea de vulnerabilidad (tres veces la línea de pobreza)

Evolución de datos financieros y variación del segmento de pobreza

Comentarios

Se define el límite de tres veces la línea de pobreza para asegurar que los clientes con ingresos superiores a dicho límite tienen una probabilidad reducida de caer en la pobreza. Es decir, el límite de tres veces la línea de pobreza representa un nivel de seguridad económica tal, que la probabilidad de que los clientes con rentas superiores caigan en la pobreza es inferior al 10%. Además, este concepto está en línea con otros estudios del Banco Mundial.

Distribución de la renta relativa de los clientes que caen en la pobreza

	100% Max.	99%	95%	90%	75% ^o	50%	25%	10%	5%
Renta relativa inicial	56,89	7,43	3,97	2,92	2,04	1,44	1,16	1,05	1,02

Para elaborar los indicadores de progreso como, por ejemplo, la evolución de las variables financieras (ventas y excedentes mensuales) y la reducción del segmento de pobreza, existen dos formas de medición:

- Se toma la información de aquellos clientes que han estado vigentes en los últimos 12 meses, y que hayan actualizado su información y se compara su crecimiento con la situación inicial con la que llegó. Así mismo están las renovaciones que se realizan de forma mensual, en donde los cálculos se realizan contra el desembolso inmediatamente anterior del cliente.
- Para Fondo Esperanza, el criterio difiere ligeramente debido a la peculiaridad de sus procesos, en los que únicamente se actualiza la información económica del cliente en el quinto ciclo de crédito. No se requiere una franja de tiempo en la que se haya producido la actualización. Así, el universo de clientes que se considera en el cálculo está formado por aquellos que han tenido dos desembolsos y una actualización de datos financieros, sin exigir que se hayan producido en los últimos 12 meses.

Indicador

Indicadores de mejoras sociales

Indicadores de generación de empleo

TCAC y TAM

Comentarios

- **Mejora de vivienda:** Clientes que han pasado a tener vivienda propia, o han mejorado su vivienda por mejoras sanitarias (baño, pozo séptico), en el material de construcción, en el combustible o que han aumentado el número de habitaciones, frente al inicial registrado.
- **Mejora de educación:** Clientes que han mejorado su nivel educativo, frente a su situación inicial.
- **Mejora de empleo:** Considera el aumento en el número de empleados del negocio sobre la situación inicial.

Se analizan todos los clientes que han mejorado, independiente de cuando ha sido la mejora.

Para evaluar la capacidad de generar empleo de las microempresas, se analiza la evolución del número de trabajadores contratados por los clientes en el tiempo.

Si bien ese dato no está disponible a nivel histórico, se presenta el dato de número de empleados contratados informados, correspondiente a los clientes vigentes a 31.12.2023.

En Financiera confianza se ha producido un cambio de criterio en la recogida de la información, actualmente se excluyen los familiares del cómputo de trabajadores. Por ello no se presenta el evolutivo de generación de empleo.

Tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) se calcula como el promedio de las tasas de crecimiento anuales de cada uno de los clientes respecto a su desembolso anterior. Se excluyen los valores extremos de 1% inferior y el 5% superior. Para calcular la tasa de crecimiento anual, y en aquellos casos donde el cliente hay obtenido dos créditos en el mismo año, solo se incluye el crecimiento del último crédito desembolsado en el año con el fin de tener la observación más reciente.

TAM: Tasa anual media compara el crecimiento (generalmente de segmentos de clientes) en el tiempo.

Líneas de pobreza nacionales

Para cada una de las geografías se tomarán las líneas oficiales de extrema pobreza y pobreza, dependiendo de si se trata de un entorno rural o urbano, publicadas en los organismos

oficiales de cada país. En caso de que no haya una actualización de dichas líneas, se tomará la última disponible y se actualizará con el IPC anual a diciembre del año correspondiente.

Líneas de pobreza de todos los países (excepto Chile)

País	Fuente	Año	Nivel de pobreza	Rural (LOC)	Urbano (LOC)
Colombia	Actualización líneas 2022 con IPC (9,28%)	2023	Pobreza Extrema	162.853	233.448
			Pobreza	276.642	480.883
	Actualización líneas 2021 con IPC (13,1%)	2022	Pobreza Extrema	138.419	194.807
			Pobreza	256.239	441.864
	Actualización líneas 2020 con IPC (5,6%)	2021	Pobreza Extrema	118.688	163.064
			Pobreza	211.018	390.454
	Departamento Nacional de Estadística DANE ¹	2020	Pobreza Extrema	112.394	154.417
			Pobreza	199.828	369.748
	DANE	2019	Pobreza extrema	106.924	146.189
			Pobreza	210.969	361.574
	DANE	2018	Pobreza extrema	100.041	122.742
			Pobreza	169.185	283.239
	DANE	2017	Pobreza extrema	99.082	121.409
			Pobreza	165.062	275.818
	DANE	2016	Pobreza extrema	97.867	119.685
			Pobreza	159.543	266.043
	DANE	2015	Pobreza extrema	86.918	106.653
			Pobreza	157.752	246.336
DANE	2014	Pobreza extrema	79.837	98.407	
		Pobreza	139.792	233.530	
DANE	2013	Pobreza extrema	77.947	95.884	
		Pobreza	136.192	227.367	

1. <http://www.dane.gov.co>

Líneas de pobreza nacionales (continuación)

Líneas de pobreza de todos los países (excepto Chile)

País	Fuente	Año	Nivel de pobreza	Rural (LOC)	Urbano (LOC)
Perú	Actualización líneas 2022 con IPC (3,2%)	2023	Pobreza extrema	199	242
			Pobreza	320	455
	Actualización líneas 2021 con IPC (8,5%)	2022	Pobreza extrema	183	227
			Pobreza	303	438
	Actualización líneas 2020 con IPC (6,4%)	2021	Pobreza extrema	170	212
			Pobreza	281	410
	Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ²	2020	Pobreza extrema	161	199
			Pobreza	265	384
	INEI	2019	Pobreza extrema	158	195
			Pobreza	260	377
	INEI	2018	Pobreza extrema	154	191
			Pobreza	253	369
	INEI	2017	Pobreza extrema	153	191
			Pobreza	250	364
	INEI	2016	Pobreza extrema	150	184
			Pobreza	244	353
	INEI	2015	Pobreza extrema	137	169
			Pobreza	226	328
INEI	2014	Pobreza extrema	137	169	
		Pobreza	226	328	
INEI	2013	Pobreza extrema	132	163	
		Pobreza	218	316	

2. <https://www.inei.gob.pe>

Líneas de pobreza nacionales (continuación)

Líneas de pobreza de todos los países (excepto Chile)

País	Fuente	Año	Nivel de pobreza	Rural (LOC)	Urbano (LOC)
República Dominicana	Actualización líneas 2022 con IPC (3,6%)	2023	Pobreza extrema	2.913	3.040
			Pobreza	6.012	6.752
	Actualización líneas 2021 con IPC (7,8%)	2022	Pobreza extrema	2.790	2.910
			Pobreza	5.756	6.464
	Actualización líneas 2020 con IPC (7,7%)	2021	Pobreza extrema	2.602	2.715
			Pobreza	5.370	6.031
	Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo MEPyD ³	2020	Pobreza extrema	2.380	2.484
			Pobreza	4.911	5.516
	MEPyD	2019	Pobreza extrema	2.295	2.395
			Pobreza	4.736	5.320
	MEPyD	2018	Pobreza extrema	2.223	2.320
			Pobreza	4.588	5.153
	MEPyD	2017	Pobreza extrema	2.172	2.267
			Pobreza	4.482	5.034
	MEPyD	2016	Pobreza extrema	2.076	2.167
			Pobreza	4.285	4.813
MEPyD	2015	Pobreza extrema	2.048	2.138	
		Pobreza	4.228	4.749	
MEPyD	2014	Pobreza extrema	2.041	2.130	
		Pobreza	4.212	4.730	
MEPyD	2013	Pobreza extrema	1.985	2.071	
		Pobreza	218	316	

3. <http://economia.gob.do>

Líneas de pobreza nacionales (continuación)

Líneas de pobreza de todos los países (excepto Chile)

País	Fuente	Año	Nivel de pobreza	Rural (LOC)	Urbano (LOC)
Panamá	Actualización líneas 2022 con IPC a dic. (2,2%)	2023	Pobreza extrema	64	76
			Pobreza	115	155
	Actualización líneas 2021 con IPC a dic. (2,1%)	2022	Pobreza extrema	63	74
			Pobreza	113	152
	Actualización líneas 2020 con IPC a dic. (2,6%)	2021	Pobreza extrema	61	73
			Pobreza	110	149
	Actualización líneas 2019 con IPC a dic. (0%)	2020	Pobreza extrema	60	71
			Pobreza	108	145
	Actualización líneas 2018 con IPC a dic (0%)	2019	Pobreza extrema	60	71
			Pobreza	108	145
	Ministerio de Finanzas y de Economía (7)	2018	Pobreza extrema	60	71
			Pobreza	108	145
	Ministerio de Finanzas y de Economía	2017	Pobreza extrema	59	70
			Pobreza	107	144
	Ministerio de Finanzas y de Economía	2016	Pobreza extrema	59	70
			Pobreza	106	144
	Ministerio de Finanzas y de Economía	2015	Pobreza extrema	59	69
			Pobreza	105	141
Ministerio de Finanzas y de Economía	2014	Pobreza extrema	59	69	
		Pobreza	105	142	
Ministerio de Finanzas y de Economía	2013	Pobreza extrema	56	66	
		Pobreza	102	137	

Líneas de pobreza nacionales (continuación)

Líneas de pobreza de Chile

Cabe destacar el caso de Chile donde, en 2015, el Ministerio de Desarrollo Social (Ministerio DS) publicó una nueva metodología (NM) en consenso con una amplia variedad de expertos⁴, dado que “la medición tradicional ya no daba cuenta de la situación de pobreza en que viven muchas familias”⁵. Ésta tiene como objetivo ajustarse a la realidad económica y social de

Chile (estándares más altos) y recoger situaciones de carencia más allá de la falta de ingresos (multidimensional).

La NM incorpora importantes cambios, resumiéndose los principales a continuación:

Actualización de la línea de pobreza. Se actualiza la canasta básica de alimentos⁶ y se revisa la relación entre la línea de pobreza y la línea de pobreza extrema.

- **Canasta básica:** La NM de medición de la pobreza por ingresos recalcula la canasta básica de alimentos (con una nueva estimación de la misma) para el hogar promedio.

- **Relación entre pobreza extrema y pobreza:**

línea de pobreza extrema para un hogar promedio: $LPE = \frac{2}{3} LP$

Donde: LP: línea de pobreza; LPE: línea de pobreza extrema

- **Línea de pobreza extrema:** Este valor está fijado con el objetivo de que la LPE cubra alimentación, vestuario y vivienda⁷. La NM incluye en los ingresos una imputación del alquiler de la vivienda a aquellos que tengan vivienda en propiedad, cedida o en usufructo. La MT sólo imputaba este alquiler a aquellos que tenían la vivienda en propiedad.

Utilización de escalas de equivalencia, eliminación del entorno

En vez de tener una única línea de pobreza y de pobreza extrema (expresada en valores per cápita -p.c.) se definen líneas que dependen del tamaño de cada hogar. Es decir, que a medida que aumenta el número de integrantes del hogar, se reduce proporcionalmente el gasto a incurrir para cubrir el requerimiento nutricional asociado a las necesidades básicas alimentarias y no alimentarias. Es de destacar que la NM no tiene en cuenta la variable entorno (rural y urbano).

4. Ministerio de Desarrollo Social, Una Medición de la Pobreza Moderna y Transparente para Chile. CASEN 2013 y 2015.

5. Ingreso mínimo establecido para satisfacer las necesidades básicas alimentarias de una persona.

6. Nueva Metodología de Medición de la Pobreza por Ingresos y Multidimensional (CASEN Observatorio Social 2013), pág. 11.

7. <http://www.mef.gob.pa/es/informes/paginas/pobreza-e-indigencia.aspx>. Valor de las Líneas para la Metodología tradicional, es el valor de las líneas publicadas en 2013 por el Ministerio de Desarrollo Social actualizadas con el IPC.

Líneas de pobreza nacionales (continuación)

Líneas de pobreza de Chile

Las nuevas líneas de pobreza son, por lo tanto, significativamente más elevadas que las definidas a partir de la metodología tradicional, donde la línea de pobreza extrema se correspondía con la canasta básica y la línea de pobreza con el coste de alimentos, bienes y servicios básicos.

Puesto que las líneas de pobreza de la NM están definidas en base al ingreso del hogar, para elaborar las métricas se tomarán los excedentes del negocio (en lugar del excedente p.c.) y se asignará la línea de pobreza correspondiente en función del tamaño del hogar. La serie de líneas de pobreza utilizadas son las siguientes:

	Tamaño del hogar	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Extrema pobreza (LOC)	1	100.944	103.139	105.653	108.696	111.982	116.629	123.274	138.611	153.452
	2	163.985	167.550	171.633	176.577	181.915	189.464	200.259	225.175	249.283
	3	217.805	222.541	227.963	234.530	241.620	251.646	265.984	229.077	331.098
	4	266.394	272.187	278.819	286.850	295.522	307.785	325.321	365.797	404.962
	5	311.431	318.203	325.956	335.345	345.483	359.819	380.320	427.639	473.425
	6	353.825	361.519	370.327	380.995	392.512	408.800	432.092	485.852	537.871
	7	394.140	402.711	412.523	424.406	437.236	455.380	481.326	541.212	599.157
	8	432.758	442.168	452.942	465.989	480.076	499.998	528.486	594.239	657.863
	9	469.950	480.169	491.869	506.038	521.335	542.969	573.905	645.310	714.401
	10	505.920	516.922	529.517	544.770	561.238	584.528	617.832	694.702	769.081
Pobreza (LOC)	1	151.417	154.709	158.479	163.044	167.973	174.943	184.911	207.917	230.178
	2	245.977	251.326	257.450	264.865	272.872	284.196	300.388	337.762	373.925
	3	326.707	333.811	341.945	351.795	362.429	377.469	398.976	448.616	496.648
	4	399.591	408.280	418.228	430.275	443.282	461.677	487.982	548.696	607.443
	5	467.146	477.304	488.934	503.018	518.224	539.729	570.480	641.459	710.138
	6	530.737	542.278	555.491	571.492	588.768	613.200	648.138	728.779	806.806
	7	591.210	604.066	618.785	636.609	655.854	683.070	721.988	811.817	898.736
	8	649.137	663.253	679.414	698.984	720.114	749.997	792.729	891.359	986.794
	9	704.925	720.254	737.804	759.056	782.003	814.454	860.858	967.965	1.071.601
	10	758.881	775.382	794.276	817.155	841.857	876.792	926.748	1.042.053	1.153.622

Tipos de cambio

Todos los datos (históricos) de las EMF se agregan en moneda local, y el tipo de cambio se aplica a cierre de 31 de diciembre de 2023 para evitar el impacto de dicho tipo en las conclusiones.

País	Tipo de cambio	Fuente
Colombia	COP / USD 0,0002616	Banco BBVA, tipo de cambio a cierre 31 de diciembre 2023.
Perú	PEN / USD 0,2692370	Banco BBVA, tipo de cambio a cierre 31 de diciembre 2023.
República Dominicana	DOP / USD 0,0172606	Banco BBVA, tipo de cambio a cierre 31 de diciembre 2023.
Chile	CLP / USD 0,0011305	Banco BBVA, tipo de cambio a cierre 31 de diciembre 2023.
Panamá	PAB / USD 1,0000000	Banco BBVA, tipo de cambio a cierre 31 de diciembre 2023.

Encuestas

Entre 2020 – 2022 se han realizado diversas rondas de encuestas a clientes, a través de la red de oficinas, con el objetivo de conocer:

- **El impacto de la pandemia desde un punto de vista de vulnerabilidad económica**, salud financiera y bienestar del hogar.
- **Su resiliencia, una vez superada la pandemia**. Cómo se han adaptado, la sostenibilidad de las adaptaciones realizadas en el negocio, y cuál es el interés en soluciones financieras y no financieras, entre otros; además, se aborda la conectividad de los emprendedores y cuán asequible es para poder medir la pobreza digital en una fase posterior.
- **Sus carencias en dimensiones relacionadas con educación, salud y vivienda**, además de información sobre el negocio del cliente y los ingresos del hogar; esto permitirá implementar la medición en los sistemas, para poder vincularla con la oferta de valor.

Encuestas salud financiera

En 2023 se realizó una encuesta de salud financiera⁸, con el objetivo de ampliar y profundizar en los resultados encontrados en la encuesta de 2018⁹. En dicha encuesta, se hizo una primera evaluación de la salud financiera de los hogares de nuestros emprendedores, que permitió conocer de manera general cómo se gestionan los hogares en cada uno de los 3 niveles mencionados. En concreto, pudo verse que el principal problema al que se enfrentan los hogares, es la inestabilidad e imprevistos tanto de gastos como de ingresos. Esto está en línea con la evidencia de la literatura, donde se concluye que la gestión de imprevistos representa un problema tan grande como la propia pobreza. Por ello, la encuesta de este año se enfoca especialmente en la resiliencia financiera de los hogares y cómo gestionan los imprevistos, de cara a entender mejor sus necesidades y así buscar oportunidades para acompañarlos mejor con mecanismos actuales o nuevos.

El objetivo del estudio es doble: (i) evaluar el nivel de salud financiera de los hogares y (ii) conocer los recursos económicos que tienen o necesitan para mejorar su salud financiera. Esta información servirá para, por un lado, ayudar a diseñar una oferta que se ajuste a sus intereses y necesidades; y por otro, identificar qué clientes serían potenciales demandantes de dicha oferta.

Detalles del proyecto:

- Total de 3.177 encuestas
- Se realizaron a través de la red (asesores / oficiales de crédito) a lo largo de Sept-Oct 2023. En Chile es auto-aplicada (lo rellena el cliente).
- Muestra representativa de la cartera de clientes, con margen de error 3% / confianza 95%
- Representativa en perfil y cobertura nacional (representativa geográficamente). Se excluyen los clientes en mora (más de 3 meses), exclusivos de seguros y/o ahorro, empleados y clientes institucionales.

Filtros de la muestra

La muestra inicial de 5.199 encuestas ha sido filtrada por motivos de calidad. Se ha prescindido de las encuestas con los siguientes errores de coherencia:

- **Coherencia entre las distintas respuestas de la encuesta:** se han establecido numerosos controles de coherencia entre las respuestas con información relacionada.
- **Coherencia con el resto de información disponible del cliente:** información recogida en nuestras bases de datos.
- **Coherencia de los propios resultados:** se han eliminado las encuestas donde los resultados no eran verosímiles o no se correspondían con la tendencia del resto de la muestra.
- **Se ha realizado también una limpieza estándar de los datos:** se ha prescindido de outliers, duplicados, etc.

Estos filtros han dado como resultado una muestra final para el análisis de 3.177 encuestas.

⁸. La salud financiera se define como la capacidad de gestionar las finanzas para que: i) Los ingresos cubran los gastos, ii) se afronten posibles imprevistos; iii) Se acumule patrimonio para utilizarlo en futuras etapas del ciclo de vida.

⁹. Encuesta de salud financiera realizada en colaboración con IPA...

Encuestas salud financiera (continuación)

Preguntas de la encuesta

La aproximación escogida para el análisis está basada en el *state of the art* de la literatura¹⁰, donde puede encontrarse una clasificación de cuáles son los riesgos más comunes a los que se enfrenta este tipo de hogares, así como de los mecanismos económicos que tienen disponibles para afrontar esos riesgos.

Siguiendo este criterio, se ha distribuido la encuesta de la siguiente manera:

- Una primera parte donde se pregunta por el **tipo de riesgos** que han tenido recientemente (de acuerdo a la clasificación mencionada), la frecuencia y relevancia de los mismos¹¹.
- Una segunda parte donde se pregunta por los **mecanismos utilizados y disponibles**, por el orden de preferencia entre ellos y por la utilidad de cada uno.
- Una tercera donde se pregunta por **otros hábitos y aspectos de la gestión financiera**, que pueden condicionar tanto la capacidad de respuesta ante imprevistos como su capacidad de tener unas finanzas saneadas en el futuro.

Con esta información se conocerá cuáles son las principales dificultades y mecanismos que tiene cada hogar en particular, y cuáles son sus hábitos y potenciales mejoras en la gestión de sus finanzas.

¹⁰. Véase por ejemplo... paper CGAP

¹¹. La información sobre los riesgos está siendo revisada y recuperada por motivos de calidad, razón por la que no se expone en el presente análisis.



Informe de desempeño social 2023

Entorno Macroeconómico



2023: el año de menor crecimiento desde el 2000 (excluyendo pandemia y crisis financiera)

Economía¹

La pandemia sumergió a América Latina en una profunda contracción de la actividad económica con una caída del 6,5% en su PIB que luego había repuntado en 2021 hasta superar el 6,7% y en 2022 creció 3,8%. Esta expansión posterior a la pandemia se debió fundamentalmente al estímulo fiscal y monetario y a la mejora de las condiciones externas.

En 2023 las condiciones se tornaron menos favorables, disminuyó el estímulo fiscal, las transferencias públicas se redujeron y la política monetaria se endureció para controlar los niveles de inflación, haciendo que el crecimiento económico se desacelerara al tocar un 2,2%, aproximadamente, la mitad de la tasa de crecimiento de 2022.

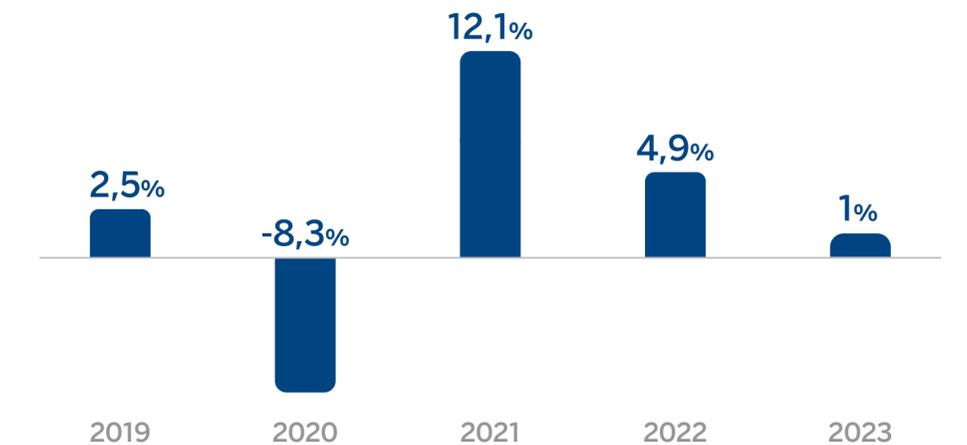
En 2023 en el footprint², la economía creció por debajo de la media de la región, al hacerlo en apenas un 1,0%, mostrando una importante caída con respecto a 2022 donde creció un 4,8%. El menor crecimiento fue impulsado por Perú (-0,3%),

Chile (0,2%), y Colombia (1,1%), mientras que República Dominicana (2,5%) y Panamá (7,3%) fueron los que más aportaron a la media de este grupo de países.

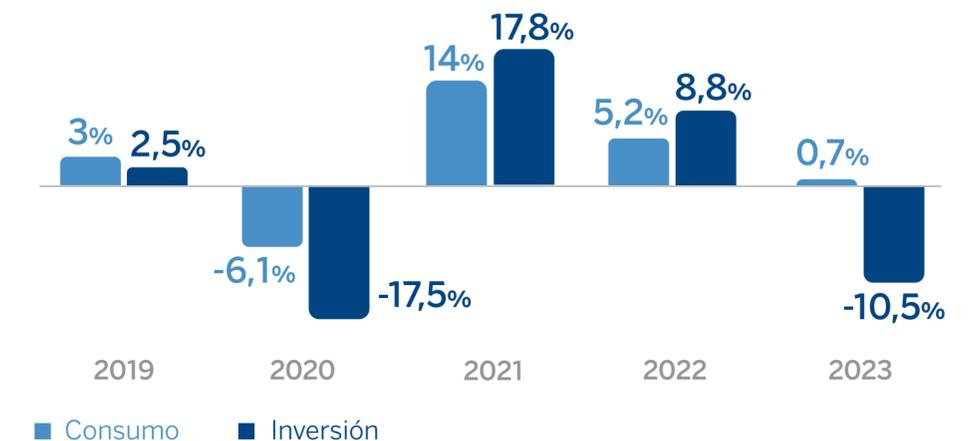
Desde la perspectiva del gasto, la demanda interna disminuyó en línea con un menor consumo de los hogares e inversión. El consumo de los hogares disminuyó 0,7%, reflejo de una caída en el gasto en bienes no durables y, en menor medida, durables. Por su parte la inversión mostró una fuerte caída en todos los países a excepción de República Dominicana y Panamá, para disminuir en el agregado del footprint en 10,5%.

La actividad comercial se contrajo 0,9%, resultado incidido por el componente minorista y, en menor medida, por el resto. Este sector tiene una fuerte importancia en el sector microfinanciero, al representar el mayor componente de demanda de sus carteras de crédito.

1 Crecimiento PIB foot-print



2 Crecimiento demanda interna foot-print



1. Distintas fuentes nacionales. Estimaciones de FMBBVA Research para datos incompletos y construcción de agregados.

2. Área formada por: Colombia, Perú, Chile, República Dominicana y Panamá.

Similar a lo ocurrido en el resto de la Región, la inflación en el footprint se ubicó en media en un 5,3% en 2023, con una senda de convergencia a las metas, desde los máximos alcanzados en 2022 del 10,9%, siendo particularmente elevada la variación del componente de alimentos.

La convergencia de la inflación, tuvo varias velocidades en cada uno de los países. Colombia fue el país que mostró mayor persistencia cerrando el año con una inflación del 9,28%, pero mostrando una disminución, de 3,84 puntos porcentuales a la reportada en 2022, cuando fue del 13,12%.

En Perú se generó una rápida caída, con una reversión más rápida del impacto de los choques de oferta en los precios de alimentos observada en los últimos meses, la tasa de inflación se ubicó al cierre de año en 3,4%, lo cual implica una revisión a la baja respecto al nivel máximo alcanzado en febrero del 9%.

En Chile, mostró el ajuste más rápido mostrando un fuerte descenso desde sus máximos alcanzados del 14% en 2022, para cerrar el año con una variación del 3,9%, luego de

La inflación en el footprint se ubicó en media en un 5,3%.

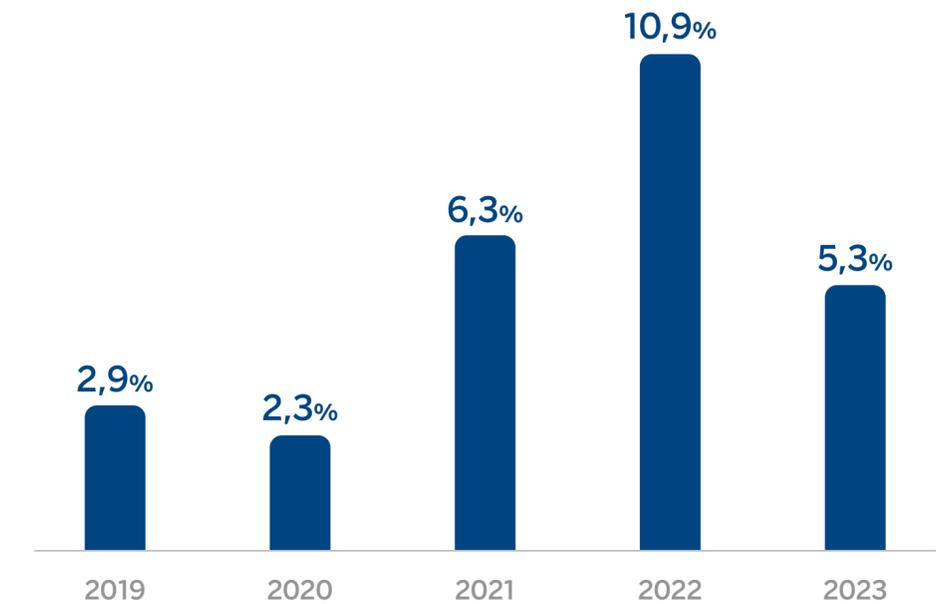
registrar un crecimiento promedio en el año del 7,6% en el nivel de precios. La moderación del gasto, la disipación de los shocks de costos de años previos, la política monetaria más restrictiva y la menor actividad, han permitido mitigar las presiones.

En República Dominicana, a diferencia a lo ocurrido en el resto de países, la inflación en 2023 resultó la menor tasa anual de los últimos cinco años, ubicándose en 3,57 %, continuando su tendencia descendente hasta colocarse por debajo del centro del rango meta de 4,0 %±1,0% establecido en el programa monetario, donde la estabilidad cambiaria ha drenado presión en el componente importado.

En Panamá, a pesar de la incertidumbre global y los choques en los precios de los alimentos y la energía, se mantiene una de las tasas de inflación más bajas del mundo, con una variación del índice de precios al consumidor de 1,5% en 2023, mientras que en el 2022 fue del 2,1%.

Sin embargo, esto es resultado de la aplicación de importantes subsidios. El aumento de los precios de los alimentos y la energía precipitó el malestar social, al pasar la inflación de -2% en octubre de 2020 a 5,2% en junio de 2022. Las protestas públicas contra el aumento de los precios de los alimentos y los combustibles a principios de julio de 2022 llevaron al gobierno a anunciar una serie de medidas, de subsidios a los alimentos y los combustibles que ayudaron a reducir la inflación general, prolongándose estos hasta finales de 2023.

3 Inflación foot-print



Este comportamiento de la inflación en cada uno de los países, estuvo acompañada de una política monetaria más restrictiva³. El Banco de la República en Colombia en una economía tan altamente indexada como la colombiana han actuado con mayor cautela para cerrar el año la tasa de interés de política monetaria en 13%, 100 pb. por encima del nivel de cierre de 2022, pero reduciéndose en 25 pb. desde el nivel máximo alcanzado en mayo de 2023.

En Perú, el Directorio del Banco Central de Reserva del Perú acordó en 2023 reducir la tasa de interés de referencia en 75 pb a 6,75%, registrando en el año un máximo de 7,75%. Desde 2021 los bancos centrales de la región elevaron sus tasas de interés para contrarrestar los efectos de la inflación. En este contexto, la tasa de interés de referencia en Perú ha sido en todo momento la más baja entre los países grandes de la región.

En Chile, la Tasa de Política Monetaria acumuló una baja de 300 pb desde diciembre de 2022 para cerrar el año en 8,25%. En República Dominicana, el Directorio del Banco Central acordó en 2023 reducir la tasa de interés de referencia en 150 pb a 7,0%, registrando en el año un máximo de 8,5%. La convergencia de la inflación hacia la meta impulsó estos recortes de las tasas en ambos países.

3. Excluye Panamá que no tiene Banco Central.



Empleo e informabilidad⁴

Esta combinación de menor crecimiento y mayor inflación de los últimos años ha impactado particularmente a los segmentos de menores ingresos, ya que ha sido, además, acompañada de una menor generación de empleo.

La creación de empleo en la década 2014-2023 es la más baja desde la década del 50. En esta década, la tasa de crecimiento del número de personas en la ocupación será de 1,2%, en comparación con un 3,2% en la década de 1980. En 2020, durante la pandemia, la creación de empleo cayó 8,2%, siendo la única caída registrada en los últimos 70 años⁵.

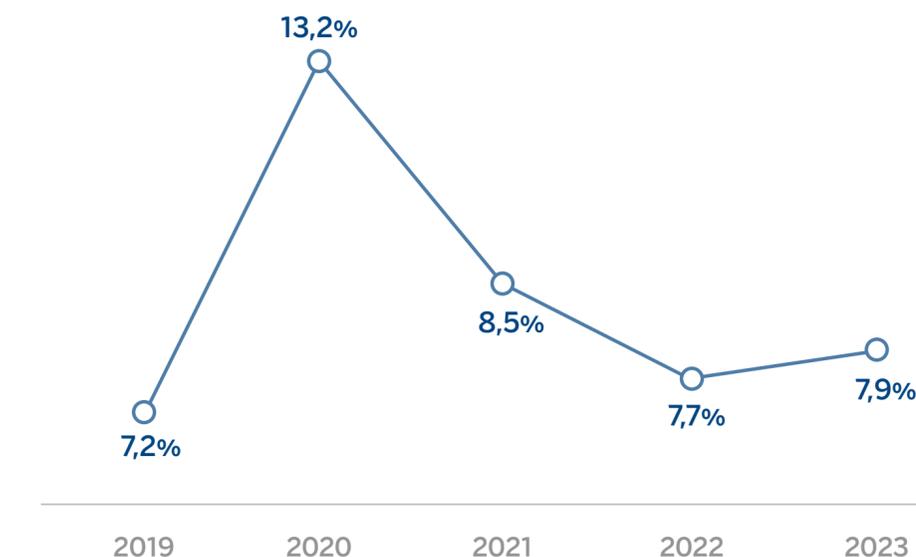
En el footprint, el menor crecimiento de la economía hizo que la tasa de desempleo se incrementara en 0,2 puntos porcentuales, ubicándose en un 7,9% en 2023.

En Colombia, la tasa de desocupación en el total nacional fue de 10,0% en 2023. En las trece ciudades y áreas metropolitanas fue de 10,2% mientras que para el mismo periodo del año anterior fue del 10,8%. La tasa de desocupación para el total nacional en diciembre de 2023 fue del 12,2% para las mujeres, mientras que la de los hombres fue del 8,4%, con una brecha de género de 3,8 puntos porcentuales p.p.

En Perú, en el año 2023, la tasa de desempleo se ubicó en 5,4%, siendo 0,7 p.p. superior en comparación al año anterior 2022 (4,7%). El desempleo afectó más a las mujeres (6,4%) que a los hombres (4,5%). Según tasas de los niveles de empleo, la población con empleo adecuado representa el 49,0% y crece en 0,7 p.p. respecto al año 2022 (48,3%); mientras que, la población subempleada llegó a 45,6%, cifra inferior en 1,5 puntos porcentuales en relación al año 2022 (47,1%).

En Chile, la tasa de desocupación nacional fue 8,5%, registrando un ascenso de 0,6 pp. Con respecto a 2022, producto del alza de la fuerza de trabajo (3,6%), mayor a la presentada por las personas ocupadas (2,9%). Por su parte, las personas desocupadas aumentaron 11,6%, incididas por quienes se encontraban cesantes (11,5%) y aquellas que buscan trabajo por primera vez (12,9%). Según sexo, la tasa de desocupación de las mujeres se situó en 8,8%, y de los hombres, en 8,2%.

4 Tasa de desempleo



4. Distintas fuentes nacionales. Estimaciones a cierre de 2023 de FMBBVA Research

5. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

En República Dominicana la tasa de desempleo se ubicó en 5%, que corresponden a desocupados que están buscando activamente trabajo al cierre de 2023. El resultado del período corresponde a una variación interanual de 0,2 pp., manteniéndose por debajo del nivel promedio observado previo a la pandemia del COVID-19. En el caso de la tasa de subutilización, que incluye además de los desocupados abiertos a aquellos que, aunque están ocupados desearían trabajar más horas (subocupados), la misma se colocó en 7,1%, mostrando una expansión de 0,2 p.p. al comparar con igual período de 2022.

La tasa de desocupación para hombres fue del 4,6%, mientras que las mujeres la duplican para una tasa del 10,5%. Si incluimos los que están ocupados, pero desearían trabajar más horas, las tasas son del 9,5% para los hombres, mientras que para las mujeres fue del 17%. Ambas definiciones de desempleo muestran de las más amplias brechas de género relativas del footprint.

En Panamá, la tasa de desempleo se ubicó en 7,4% mostrando una reducción de 2,5 p.p con respecto al nivel alcanzado en 2022, producto del fuerte crecimiento registrado por la economía en 2023. Para tener una idea del dinamismo en el mercado laboral de Panamá, en el año 2020, primer año de la pandemia, el desempleo se ubicó en 18.5%. Esto significa que, de 2020 a 2023, la tasa de desempleo se redujo 11,1 p.p.

La tasa de desocupación para hombres fue del 6,0%, mientras que las mujeres registraron una tasa del 9,4%, registrando una brecha de género de 3,4 p.p. En 2022 estas tasas fueron del 8,8% y 11,5% respectivamente con una brecha de 2,7 p.p. indicando que, a pesar de la mejora del mercado laboral panameño, la brecha se ha ampliado en 0,7 p.p.

Sin embargo, la situación del empleo es precaria. Cada vez más la creación de empleo se realiza en el sector informal. Aproximadamente de los 56 millones de personas ocupadas en el footprint, el 55,6% se encuentra en empleos informales, representando más 31 millones de trabajadores informales, a pesar de haber reducido el peso del empleo informal en 1,6 p.p. en el último año.

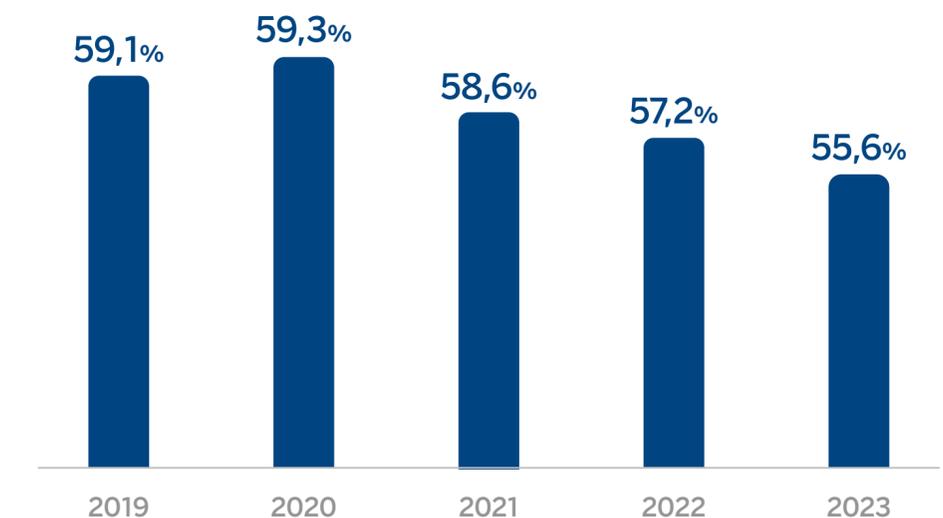
En Colombia, la proporción de ocupados informales, es decir, con relación laboral que no está sujeta a la legislación nacional, sin cobertura de protección social, y carentes de prestaciones relacionadas con el empleo, fue 55,7% en 2023 lo que significó una disminución de 2,0 p.p. respecto al año anterior. Para el caso de las zonas urbanas, la proporción de informalidad se ubicó en 42,7% lo que significó una disminución de 1,0 p.p. respecto al 2022. En las zonas rurales la proporción de informalidad en 2023 fue de 83,8%.

La creación de empleo en la década 2024-2023 es la más baja desde la década del 50

En Perú, según resultados de la Encuesta Permanente de Empleo Nacional (EPEN) del 2023, el 71.1% tenían empleo informal. En las zonas urbanas el 68,5% del empleo es informal, mientras que en las zonas rurales es del 95,4%. El 88.4% de la población ocupada en empresas de 1 a 10 trabajadores tenía empleo informal.

En Chile, en 2023 la tasa de ocupación informal alcanzó 27,5%, creciendo 0,1 pp. con respecto al 2022, las personas ocupadas informales crecieron 3,6%, incididas tanto por mujeres (6,8%) como por los hombres (1,0%); y según sector económico, debido principalmente a otras actividades de servicios (15,2%) y comercio (4,2%). Las personas trabajadoras por cuenta propia y las asalariadas privadas representaron 85,0% del total de la población ocupada informal, registrando tasas de ocupación informal de 68,0% y 15,4%, respectivamente.

5 Empleo informal



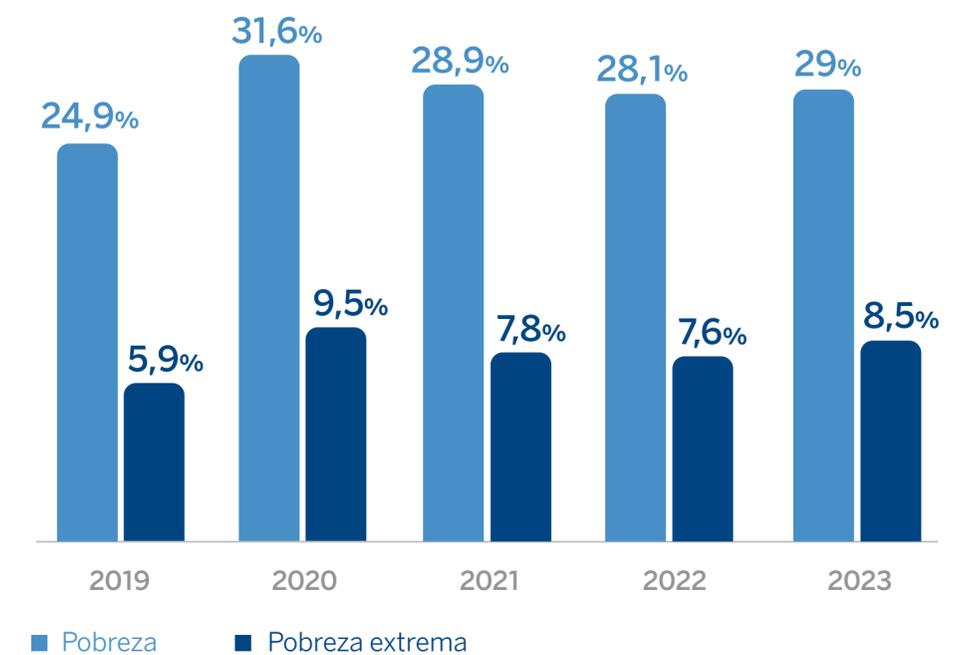
En República Dominicana la proporción de ocupados informales fue 56,8% en 2023 lo que significó un incremento de 0,6 p.p. respecto al año anterior. En términos absolutos, la generación de nuevos puestos de trabajo (178.219) en el año estuvo compuesta por el incremento de 128.057 empleos en la informalidad total; en tanto que, la ocupación formal significó unos 50.163 ocupados más en términos interanuales. En cuanto al comportamiento en el sector informal, este presenta un incremento en la población femenina de 35.050 puestos de trabajo y en la masculina de 82.171 trabajos más que en 2022.

En Panamá, el 47% de los ocupados lo hacía en informalidad. Al comparar esta información con la resultante en el 2022, se observó, en términos absolutos, un aumento en la población ocupada en empleo informal, de 3,7%. Por sexo, se registró un mayor porcentaje de hombres ocupados con empleo informal, que de mujeres (56.5% y 43.5%, respectivamente). Las comarcas indígenas son aquellas son mayor proporción de empleo informal: Kuna Yala, Emberá y Ngäbe Buglé con tasas de informalidad del 91,4%, 71,8% y 71,7% respectivamente. En las regiones más pobladas como Panamá y Panamá Oeste la proporción de empleo informal son del 43,7% y 47,9% respectivamente. Del total de personas con empleo informal, el 59,2% trabajó por Cuenta propia, el 26,4% tuvo un empleo como asalariado, el 8,1% fue empleado de servicio doméstico, el 3,3% fue trabajador familiar, y el 3,0% patrono.

Este importante peso que tiene el empleo informal condiciona en gran medida los niveles de pobreza y de bienestar que estructuralmente tienen estos países. Los trabajadores informales suelen tener salarios bajos, condiciones laborales precarias y poca o ninguna protección social. Esto puede contribuir a un ciclo de pobreza, ya que los ingresos inestables y bajos hacen difícil que las personas y sus familias satisfagan sus necesidades básicas, como alimentación, vivienda, educación y atención médica.

La alta incidencia de empleo informal puede indicar un problema estructural en la economía de un país, como la falta de crecimiento económico suficiente para absorber a todos los trabajadores en empleos formales. Esto puede perpetuar la pobreza, ya que limita las oportunidades de empleo decente y bien remunerado. La informalidad y la pobreza pueden estar entrelazadas en un ciclo perpetuo, donde las personas en situación de pobreza se ven obligadas a trabajar en el sector informal debido a la falta de oportunidades en el sector formal. A su vez, la informalidad puede dificultar la salida de la pobreza al limitar las oportunidades de educación y capacitación, así como el acceso a crédito y otros recursos financieros.

6 Pobreza



Pobreza y bienestar⁶

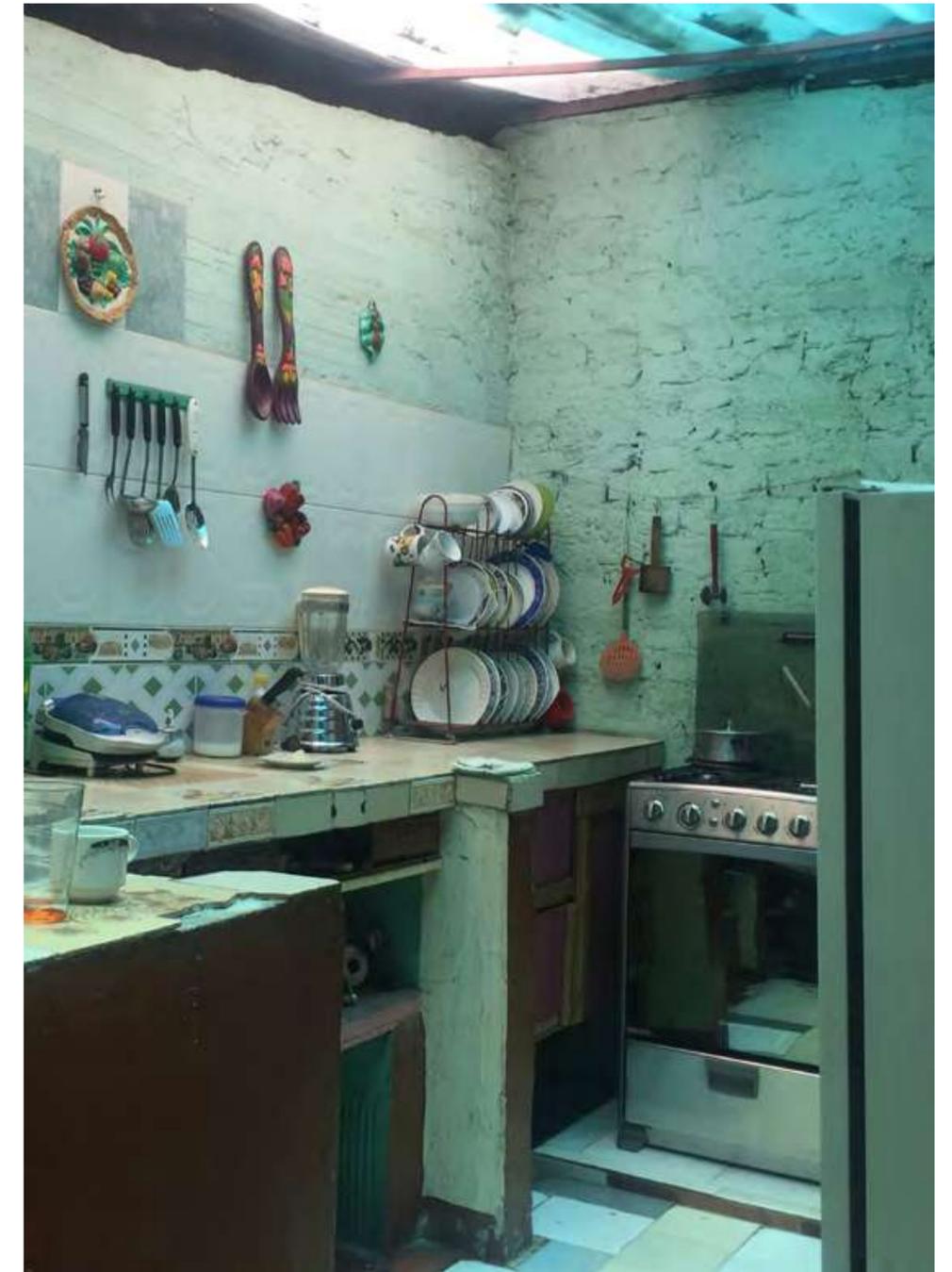
En el footprint alrededor de 35 millones de personas, el 29% de la población vive en situación de pobreza, de estos un 30%, 10,2 millones se encuentran en situación de pobreza extrema, lo que representa el 8,5% de la población.

Alrededor del 22% de los ocupados vive en situación de pobreza y el 7% se encuentra en situación de extrema pobreza, estando más de cinco de cada diez trabajadores en la economía informal. En muchos casos, pasan a la inactividad por estar en condiciones de pobreza en el mercado laboral.

En todos los países se destaca que desde 2021, la pobreza laboral promedio ha sido superior a lo que era antes de la pandemia. En todos los países se han ajustado con respecto al nivel máximo alcanzado en el segundo trimestre de 2020. En Perú la pobreza laboral promedio fue 4,6 puntos porcentuales (p.p.) superior a lo que era antes de la pandemia, seguida por Chile que fue 2,8 p.p., Colombia con 2,3 p.p., 2,4 p.p. en Panamá y 1,4 p.p. en República Dominicana.

Es importante señalar que la pobreza laboral y la pobreza monetaria están estrechamente relacionadas, ya que un empleo inestable o mal remunerado puede ser una causa importante de pobreza monetaria. Sin embargo, también es posible que una persona tenga un empleo con un salario adecuado, pero aun así experimente pobreza debido a otros factores, como la enfermedad, la discapacidad, el desempleo temporal o la falta de acceso a servicios sociales básicos.

En Colombia la pobreza monetaria pasó de 36,6% a 37,5%, lo que significa que 470 mil de personas entraron en la pobreza a nivel nacional. En contraste, los resultados de pobreza extrema muestran un leve incremento, al pasar de 13,8% a 13,9% a nivel nacional. La mayor inflación en alimentos ha impactado en los segmentos más vulnerables, siendo para 2023 que un 37,2% de las personas en situación de pobreza, están en situación extrema. Para 2023, en el país 19,5 millones de personas se encuentran en pobreza monetaria de los cuales 7,2 millones son pobres extremos.

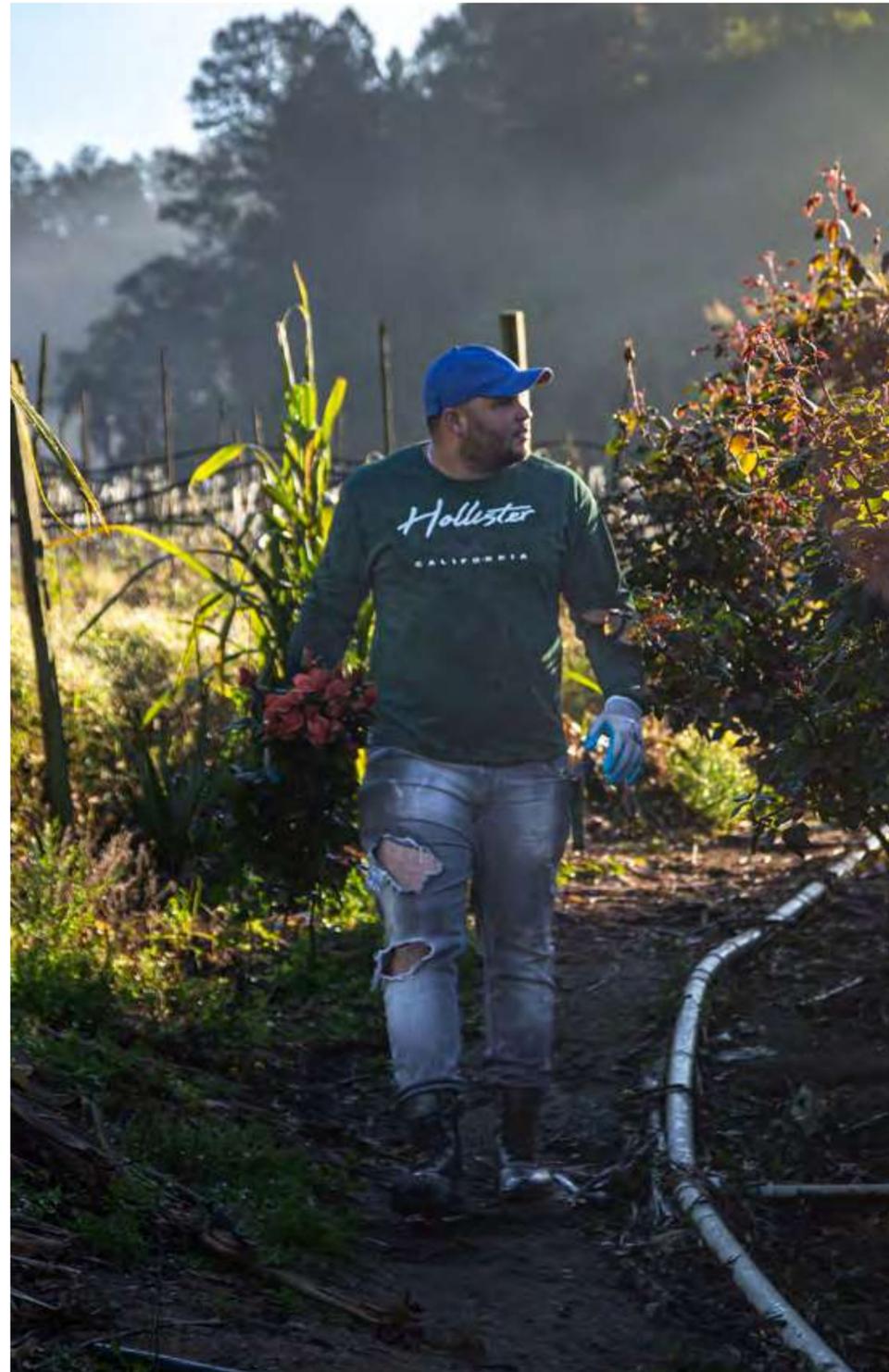


6. Distintas fuentes nacionales. Estimaciones a cierre de 2023 de FMBBVA Research.

En Perú, durante el período 2009-2019 experimentó una notable reducción de la pobreza monetaria, disminuyendo de 33,5% a 20,2%, así como de la pobreza extrema que cayó de 9,5% a 2,9%, sin embargo, fue de los países de la región con mayor impacto de la pandemia en sus niveles de pobreza que pasaron al 30,1% y la extrema al 5,1%. Durante el año 2023, la pobreza monetaria afectó al 28,8% de la población del país incrementándose en 1,3 p.p. al compararlo con el año 2022 y en 8,6 p.p. respecto a lo registrado en el año 2019. Los pobres extremos representan en 5,4% de la población. La población en situación de pobreza en el año 2023 se estima que será de 9 millones 619 mil personas, incrementándose en 435 mil personas con respecto al año anterior.

En Chile, según datos oficiales en 2022 la pobreza se ubicó en 6,5%, su menor nivel histórico, implicando una disminución respecto al año 2020 (10,7%) de 4,2 pp. y respecto al año 2017 (8,6%) de 2 pp. En 2023, producto del menor crecimiento y la mayor debilidad del mercado laboral, los niveles de pobreza se elevarán en 0,4 p.p. para ubicarse en 6,9%, significando que alrededor de un millón 385 personas se encuentran en situación de pobreza monetaria, de los cuales un 31,9% están en situación de pobreza extrema, representando el 2,2% de la población.

Desde 2021, la pobreza laboral promedio ha sido superior a lo que era antes de la pandemia.



En República Dominicana, según datos oficiales en 2023, la pobreza monetaria a nivel nacional disminuyó significativamente del 27,7% en 2022 al 23,0% en 2023. La pobreza extrema también experimentó una reducción, disminuyendo del 3,8% en 2022 al 3,2% en 2023. La pobreza en áreas rurales descendió del 30,9% al 24,6%. Por su parte, la pobreza en entornos urbanos descendió del 27,0% en 2022 al 22,7% en 2023.

Las mujeres en condición de pobreza monetaria pasaron de 29,4% en 2022 a 24,1% en 2023, para una reducción de 5,2 p.p.; esta reducción para los hombres fue de 4,0 p.p. al pasar de 25,8% en 2022 a 2,8% en 2023. La brecha de pobreza entre hombres y mujeres se redujo de 3.5 p.p. en 2022 a 2.3 p.p. en 2023. Alrededor de 2 millones 463 mil dominicanos se encuentran en situación de pobreza.

En Panamá, la pobreza monetaria se ubicó en 24,1% en 2023, 1,1 p.p. por debajo del registrado en 2022, cuando se ubicó en 25,2. Se vio afectado un total de 1,060 millones de personas, cuyos ingresos no alcanzaban el mínimo requerido para adquirir una canasta de alimentos, bienes y servicios básicos, mientras que la pobreza extrema alcanzó al 10,4% de la población, siendo un 43,2% del total de pobres. A pesar del crecimiento económico constante, la pobreza y la desigualdad de ingresos ha sido persistentes, afectando en mayor proporción a los territorios indígenas y rurales. En la actualidad alrededor de 980 mil panameños se encuentran en situación de pobreza, de los cuales 422 mil están en pobreza extrema.

Inclusión financiera

Según los últimos datos disponibles del Banco Mundial⁷, y desde punto de vista financiero, en el footprint el 37,5% de los adultos están excluidos al no poseer una cuenta o producto financiero. El 65% de los adultos excluidos pertenecen al 40% de los hogares más pobres, mientras que para el 60% más rico el porcentaje es del 37%, es decir, existe una brecha de 28 puntos porcentuales por este factor.

Respecto a la brecha de género en la inclusión financiera, se observa que los hombres superan en 6,4 puntos porcentuales a la inclusión de las mujeres, que es del 59,4% en el promedio del footprint. Es decir, 4 de cada 10 mujeres adultas no poseen una cuenta.

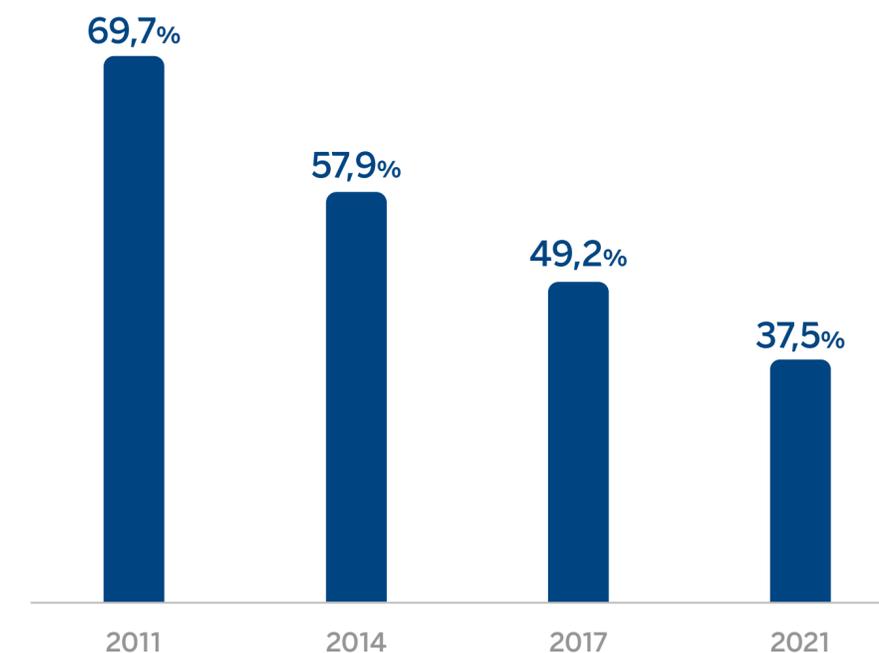
Si bien se ha avanzado en la inclusión financiera si lo medimos en términos de poseer una cuenta en el sistema financiero, todavía queda recorrido en su utilización más

allá de ser un medio para hacer transacciones o recibir dinero. Sólo el 37,8% de los adultos ha realizado algún tipo de ahorro en el último año, y apenas un 15,8% lo ha hecho en una institución financiera, por lo que la mayoría lo hacen utilizando otros mecanismos de ahorro más informales.

Por su parte, el 44,7% ha recibido algún préstamo, aunque únicamente el 20,7% lo ha obtenido de una institución financiera, mientras que el resto lo ha recibido de otras fuentes de financiación informales, así como de familiares y amigos.

En base a esta información, y utilizando algunos indicadores disponibles, el 34,9% de los adultos se encuentra excluido del sistema financiero en el footprint para 2023⁸, mejorando en 2,6 puntos porcentuales respecto a la última medición disponible, realizada por el Banco Mundial en 2021.

7 Adultos con exclusión financiera



Sólo el 37,8% de los adultos ha realizado algún tipo de ahorro en el último año, y apenas un 15,8% lo ha hecho en una institución financiera.

7. Global Findex 2021, Banco Mundial. Cálculos para el footprint FMBBVA Research.

8. Estimación de FMBBVA Research.



Informe de
desempeño social
2023

Empoderamiento de la mujer



Empoderamiento económico de la mujer

La autonomía económica de las mujeres de América Latina y el Caribe ha sufrido un retroceso histórico debido a la pandemia. La crisis ha acentuado las brechas de género preexistentes con pérdidas de empleo e ingresos, aumento de la precariedad laboral y de la “pobreza de tiempo” que sufren por la sobrecarga de trabajo doméstico y cuidados. Sus niveles de pobreza y vulnerabilidad se han incrementado sustancialmente y aún están lejos de recuperar los niveles pre-pandemia. Unas brechas estructurales y persistentes en el tiempo que impactan en el tipo de actividades económicas que realizan, de escaso valor agregado, con una alta concentración (60%) en el comercio minorista y mayorista (colmados y textil) y servicios de restauración (18%). Apenas un 12% se dedica a actividades agropecuarias.

Conscientes de esta realidad y en coherencia con el propósito de la FMBBVA, la entidad otorga una especial atención a las 1,7 millones de mujeres que atiende en la región (58% del total de clientes a cierre de 2023). Impulsar su autonomía económica ha tenido y sigue teniendo un papel muy relevante en todas las entidades del Grupo FMBBVA por el impacto que produce en el desarrollo y la reducción de la pobreza de sus hogares, comunidades y países. **De hecho, los datos de la Fundación muestran que el 65% de las personas atendidas que salieron de la pobreza** a diciembre de 2023 fueron **mujeres**. Aún así, vemos cómo después de la pandemia, a las mujeres les está costando más tiempo

salir: mientras el 50% lo logran en el tercer año, un 63% de los hombres supera esta situación en el mismo tiempo (una diferencia de 13 puntos porcentuales).

Otra de las tendencias destacables es el creciente número de mujeres solas con dependientes a cargo: el 64% de las nuevas clientas atendidas en 2023. Un obstáculo adicional a su empoderamiento económico que supone un mayor riesgo de caer en situación de pobreza.

Desde 2015, FMBBVA cuenta con una alianza estratégica con ONU Mujeres que nos ha permitido participar en los principales foros internacionales de la mujer. Y en los últimos años, hemos impulsado una estrategia de empoderamiento económico femenino basada en 3 pilares: oferta de valor específica, equidad interna y abogacía/alianzas.

Al cierre del 2023, las mujeres eran el 61% de los emprendedores totales de crédito y el 58% del total de emprendedores atendidos



En 2023, hemos seguido impulsando productos y servicios financieros con enfoque de género:

- ampliado la protección social de las emprendedoras con microseguros de salud para cubrir enfermedades propias de las mujeres, apoyar el periodo de lactancia, entre otros.
- fortalecido sus negocios con distintas acciones como facilidades para el otorgamiento de créditos y garantías, una oferta educativa especializada y su digitalización.
- desarrollado múltiples estudios e indicadores en el ámbito de la economía del cuidado, la educación financiera con enfoque de género.
- incorporado un enfoque de diversidad, con estudios e iniciativas para otros colectivos especialmente vulnerables como poblaciones indígenas, migrantes, mayores, jóvenes, ampliando la propuesta de valor hacia su inclusión.

CONTRIBUCIÓN AL EMPODERAMIENTO DE UNA MUJER PARA LA REDUCCIÓN DE LAS BRECHAS DE GÉNERO

Emprendedoras

1,7 Mill.
empreendedoras

563.587
empreendedoras
con crédito

61%
de clientes
de crédito

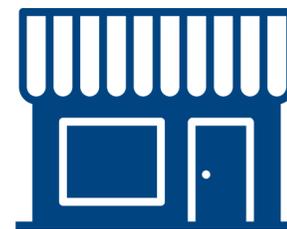
Vulnerabilidad

83%
son vulnerables
(brecha de género 10 p.p.)

32%
están en pobreza
(brecha de género 12 p.p.)

Entre los nuevos emprendedores

Sus negocios



Brechas de género*

74%

Activos

64%

Desembolsos/Ingreso



56%

De estas emprendedoras
tienen su negocio como
la principal fuente de ingresos
del hogar



Sus hogares



64%

Son las únicas
proveedoras de
sus hogares
(14 pp brecha de género)

12% Más de 5 miembros en el hogar

Y por tanto, mayor probabilidad
de caer en pobreza multidimensional

*porcentaje que representa el indicador en los negocios de las mujeres respecto a los de los hombres.

Una oferta de valor con lentes de género

En los últimos años la oferta de valor de FMBBVA ha evolucionado con lentes de género con el fin de reconocer las brechas financieras y económicas de las emprendedoras en situación vulnerable que atiende la entidad y cubrir sus necesidades. A diciembre de 2023, además de las **563.587 mujeres atendidas con crédito (61% del total)** por valor de 633* millones de euros, casi **263.000 mujeres contaban con productos específicos mujer** (un 44,6% del total de mujeres con crédito y/o seguros).

Indicador ESG

 **262.953**
mujeres con productos especialmente diseñados para cubrir sus necesidades

563.587 mujeres atendidas con crédito (61% del total) por valor de 633* millones de euros

PRODUCTOS FINANCIEROS CON ENFOQUE DE GÉNERO GRUPO FMBBVA

	Productos	Seguros de accidentes con asistencias mujer rural y urbana
Colombia BANCAMÍA	Seguro de maternidad protegida Seguro de Cáncer ¹	Asistencias mujer rural Asistencias mujer urbana Mi morral protegido ¹
Perú FINANCIERA CONFIANZA	Banca grupal "Palabra de Mujer" (PDM) Crédito "Emprendiendo Mujer"	
Rep. Dominicana BANCO ADOPEM	Crédito mujer rural "Agromujer" Créditos para Microfranquicias Nestlé Víctimas de Género	
Chile FONDO ESPERANZA	Banca comunal	
Panamá MICROSERFIN	Microseguro Oncológico ¹ Seguros de accidentes con asistencias	

* Cartera vigente a 31.12.2023, incl. Emprende; todas las demás cifras excluyen Emprende

1. Producto diseñado con lentes de género aunque no es exclusivo mujer y también está abierto a hombres. La mayoría de personas que toman el producto son mujeres.

Como novedades en 2023, las entidades de la Fundación Microfinanzas BBVA, además, desarrollaron las siguientes iniciativas:

En **Bancamía** emitieron la “Garantía 323”, un producto que contó con una cobertura del 60% sobre el capital y un beneficio de descuento en la tasa de 700 puntos básicos para la mujer microempresaria. En total, se garantizaron 763 operaciones por valor de 4.222 millones de pesos (1,09 millones de dólares). Además, las mujeres se beneficiaron de la garantía “Economía popular comunitaria” con 4.787 desembolsos por 6.973 millones de pesos (1,8 millones de dólares).

Financiera Confianza en alianza con CARE Perú y su aliado donante CUMMINS, en el marco del proyecto VALORA, han creado una cuenta de Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) específicamente para trabajadoras del hogar. Esta alianza también busca desarrollar y coordinar estrategias y acciones conjuntas para impulsar eventos, campañas, material de comunicación y otras actividades a nivel nacional sobre la incorporación de las mujeres trabajadoras del hogar al sistema financiero. Con este objetivo han participado en diferentes eventos y han realizado encuentros con las Federaciones de Trabajadoras del Hogar registradas en el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Además, en 2023 finalizó el proyecto Ignite, iniciativa conjunta de CARE Perú y Mastercard Center for Inclusive Growth, donde Financiera Confianza fue el brazo financiero, diseñando y adaptando los productos a los perfiles y necesidades reales de las clientas. Si bien el proyecto culminó, se está lanzando una siguiente fase en 2024. A través de esta alianza y del Producto Emprendiendo Confianza de crédito individual, se han logrado beneficiar un total de 66.132 clientas (23.000 en 2023).

En 2023, **Fondo Esperanza** realizó un estudio de demanda potencial de cinco nuevos perfiles: migrantes, rural, adulto mayor, jóvenes y emprendedores más desarrollados. Este estudio busca actualizar el modelo de demanda potencial, explorando en el nuevo contexto sociodemográfico del país e identificando las principales vulnerabilidades de cada grupo con el fin de desarrollar una oferta de valor ajustada a estos grupos. Adicionalmente, **Fondo Esperanza** ha trabajado en la modernización del modelo de impacto con perspectiva de género (módulo de empoderamiento y género). Incorporaron a su modelo de impacto indicadores que buscan explorar brechas de género en las socias y socios. En ese sentido, se agregan a la medición social preguntas como el uso del tiempo para labores domésticas y de cuidados, y los niveles de corresponsabilidad en sus hogares. Además, se hizo el lanzamiento en la Escuela de Emprendimiento Digital del módulo de “empoderamiento y género” con el fin de capacitar a las socias y socios en roles de género.



Alianzas e iniciativas realizadas en 2023

Bancamía

Banco de Desarrollo CAF: se desarrolló el estudio de Customer Journey de Educación Financiera 360, que dio origen al proyecto “Conversaciones en la Banca” a través del cual busca empoderar a las mujeres a través de la adquisición de habilidades blandas, que confluyen creativamente con realidades financieras emulando cercanía, practicidad, cotidianidad, que ellas sientan que las finanzas sí son para ellas y son fáciles de gestionar, además de propiciar condiciones para que puedan percibirse dignamente productivas y transitar a otros niveles de desarrollo a través de sus emprendimientos y plan integral de vida.

Financiera Confianza

Instituto de Estudios Peruanos (IEP): se hizo un estudio en pro de la expansión del uso de servicios financieros por parte de las mujeres y poblaciones indígenas en Perú. Este es el caso de la alianza firmada con el Instituto de Estudios Peruanos (IEP), con el objetivo de desarrollar intervenciones basadas en la ciencia del comportamiento para superar las barreras del uso de productos financieros por parte de

las mujeres. En esta línea, el proyecto “Nudges”, financiado parcialmente por el BID, aborda el desarrollo de piloto de Chatbot “Charito” para el envío de mensajería de ahorro dirigida a mujeres del producto Palabra de Mujer vía whatsapp para fomentar un cambio de comportamiento positivo frente al ahorro. En la etapa piloto se contó con la participación de 50 mujeres y se espera que para la segunda fase que se realizará en 2024, se llegue a unas 10 mil mujeres.

Banco Adopem

La entidad firmó la renovación del Convenio del Plan Barrio Nestlé, en el que se incluye la definición de un Programa Asistencia Técnica y Capacitación, a través del Centro Adopem MIPYMES para Socias “TOPs en Ventas” del Plan A través de este programa denominado Embajadoras Nestlé se capacitó a un grupo de 37 mujeres en 2023, con formación en educación financiera, marketing digital, emprendimiento, servicio al cliente y buenas prácticas de sostenibilidad y nutrición.

Con el Ministerio de la Mujer de la República Dominicana se continúa trabajando en la promoción y gestión de contacto para oferta de facilidades de créditos y, recomendación de prospectos para talleres de capacitación y apoyo. Además, dentro del Proyecto Comunidad Emprendedora Digital se realizaron varios talleres presenciales en Centros de Capacitación del Ministerio y con el programa de capacitación para el fomento de la articulación económica hacia mujeres emprendedoras o que desean emprender.

Con el BID LAB, Adopem continuó el desarrollo del proyecto de Comunidad Emprendedora Digital (CED). En 2023, además, se trabajó con The Trust for Americas para el diagnóstico sobre las necesidades de formación y carencias tecnológicas, se definió y diseñó el modelo de formación para la plataforma “CreceConAdopem”, y se estableció la ruta de aprendizaje. (Para mayor información, consultar el apartado de digitalización).

Fondo Esperanza

Fondo Esperanza realizó diferentes alianzas con terceros en materia de concienciación en salud, violencia de género o mejora de los negocios, entre otros. Asimismo, lanzó el módulo de Empoderamiento y Género de la nueva plataforma educativa digital, con cápsulas sobre qué es corresponsabilidad, autonomía económica y cómo avanzar hacia la corresponsabilidad en el hogar.

Con la Escuela de Trabajo Social de la Universidad Católica de Chile (UC) y el Instituto Milenio para la Investigación del Cuidado (MICARE) llevó a cabo un estudio sobre Economía del Cuidado. Esta investigación analiza la relación entre el cuidado informal y el bienestar de los emprendedores, según sus perfiles, teniendo en cuenta factores familiares y comunitarios, así como el uso de tecnología tanto en el cuidado como en sus negocios. Paralelamente se exploró la relación entre los determinantes familiares asociados a la maternidad, la composición de familia y el hogar, y el trabajo no remunerado, con las experiencias de acceso y permanencia de mujeres en la economía informal a través de microemprendimientos.

Microserfin

Junto a Voces vitales, Microserfin llevó a cabo la primera generación del programa de empoderamiento y fortalecimiento de habilidades blandas “Escala Mujer”.

Un total de 25 mujeres de diversas provincias de Panamá recibieron mentorías sobre: Proyectos de vida, Empoderamiento Femenino, Creatividad e Innovación, Resiliencia y adaptación al cambio.

Con la Fundación Calicanto se complementaron las acciones enfocadas en el fortalecimiento de habilidades blandas de las mujeres, capacitó a 96 microempresarias con temáticas como: Liderazgo Emprendedor, Comunicación Asertiva e Inteligencia Emocional en los negocios.

Junto a TIGO, Microserfin implementó el programa de Digitalización Mujer cuyo esfuerzo conjunto impactó a más de 290 mujeres con capacitaciones temáticas como: ¿Cómo crear un correo electrónico?, La importancia del internet, Seguridad en Internet, Las RRSS y su uso, ¿Cómo utilizar Excel en mi negocio?, entre otras.

Finalmente, con el Gobierno de la República de Panamá Microserfin compartió su estrategia de Empoderamiento de la Mujer en el Conversatorio Empresas responsables por los derechos de las mujeres organizado por la Iniciativa de Paridad de Género (IPG) y se incorporó a la Mesa Interinstitucional de Gobernanza del Plan de Empoderamiento de la Mujer Indígena en Panamá como co-líderes del grupo de trabajo de Empleo y emprendimiento, iniciativa que se constituye como la primera política pública regional que aboga por la autonomía económica de las mujeres indígenas.



Cultura interna

Este año, **Bancamía** lanzó la iniciativa Entornos Seguros con la que se busca promover la equidad, la diversidad, la inclusión y el respeto por la diferencia en diferentes ámbitos, físico, mental y de trabajo. Asimismo, lanzó la versión 2.0 de la iniciativa “Nosotros con Ellas” en el cual participaron 28 lideresas que ocupan cargos de gerente y director en Dirección General. Esta iniciativa busca el crecimiento y el liderazgo femenino en Colombia, desde todas las regiones donde trabaja el Banco.

Bancamía fue seleccionada para ser parte del Programa Sourcing2Equal Colombia por la Corporación Financiera Internacional (IFC) como entidad comprometida en reducir las brechas de género en Colombia. Este programa busca promover las adquisiciones corporativas (compras) con perspectiva de género. Por último, Bancamía recibió el premio Global SME Finance Awards 2023 en la categoría ‘Mejor Financiado para Mujeres Emprendedoras’, por las prácticas más eficaces, exitosas e innovadoras para apoyar a las pequeñas y medianas empresas en el mundo.

En **Financiera Confianza**, se reactivó la Mesa de Equidad y Diversidad conformada por un equipo multidisciplinario, así como representantes de los colectivos de red de operaciones y comercial. A partir de esta mesa se impulsó la encuesta voluntaria de Bienestar para conocer las condiciones de los colaboradores en las dimensiones de salud, vivienda y características de su hogar. Asimismo, se realizaron preguntas de autoidentificación sobre orientación sexual e identificación étnica.

En el 2023 se consolidaron iniciativas como los CV ciegos, formalización de una pauta de preguntas prohibidas para las entrevistas con el fin de no hacer preguntas que recaen en estereotipos, facilitación de asistencia psicológica para la salud mental, así como un soporte para prevenir la violencia doméstica, entendiendo el impacto en el desempeño laboral del personal afectado. Además, se brindó licencia de paternidad extendida, más allá de lo establecido por ley. También se cuenta con la póliza de salud extendida a la pareja para todo el personal de la organización incluido de manera explícita al personal que pertenece a la comunidad LGBTIQ+. Finalmente, se continuaron con las charlas de sesgos inconscientes y diversidad en los espacios de inducción para los nuevos colaboradores.



Bancamía 15
El Banco de los que crecen

Fundación
BBVA Microfinanzas

Entornos
seguros

Llega

Entornos Seguros

En Bancamía promovemos la equidad, diversidad e inclusión, que junto a los valores corporativos, nos permiten fortalecer y avanzar hacia el futuro en nuestra cultura.

Por ello, reconocemos el valor de la dignidad humana y el respeto a la diferencia en los diferentes entornos: físico, mental y de trabajo, todos ellos libres de sesgo, acoso o maltrato.

Mira el video aquí 

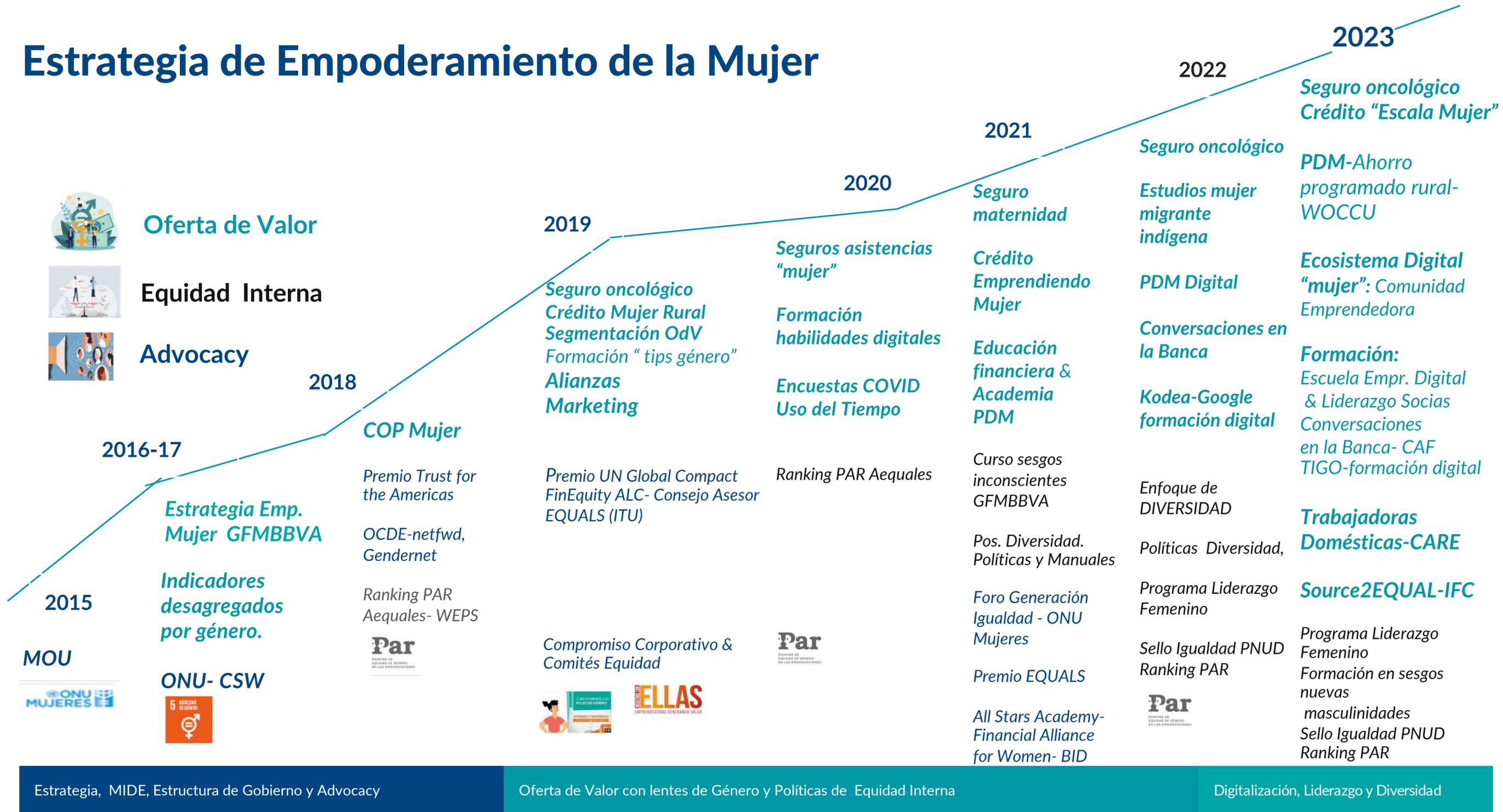
Por su parte **Adopem**, avanzó en el Sello Igualando RD del PNUD. Entre las actividades desarrolladas se presentó un reporte integrado de brechas, por parte del equipo del Sello Igualando RD y, por su parte, la entidad elaboró el diseño e implementación de planes de acción para el cierre de brechas. Adicionalmente, se impartieron charlas sobre igualdad de oportunidades, educación sexual para padres y madres y la no discriminación y trato igualitario para colaboradores del banco promoviendo y fomentando un ambiente más inclusivo e igualitario para todos. Por último, se hicieron mejoras en los procesos comunicación de reclutamiento y selección, con publicaciones más inclusivas, los procesos de capacitación, y se adoptaron reportes data desagregada por género, y beneficios que entrarán en vigencia en 2024.

En **Fondo Esperanza** se hicieron charlas internas de acoso callejero, cambios en políticas internas de bienestar, en pro de la diversidad, además de continuar la actividad de su Comité de Equidad e Inclusión.

A inicios de 2023, **Microserfin** consolidó su Comité de Género, Diversidad e Inclusión, un espacio con representación de diversas áreas: Comunicaciones (Área líder del eje estratégico), Talento Humano (Equidad Interna), Comercial (Oferta de valor), Administración y Finanzas (Compras) y Jurídico (Normas y leyes). Dicho comité es el ente responsable de establecer la hoja de ruta y estrategia para incorporar la mirada de género en todo el quehacer de la entidad, además acompaña al Comité de dirección y a las diversas áreas para adoptar el foco de género en los proyectos e iniciativas y presenta el balance del cumplimiento de la estrategia a la Junta Directiva de forma semestral. Así mismo, se promovieron campañas y se realizó un taller junto a la Fundación Calicanto en el que participaron 65 personas en materia de sensibilización en la prevención de violencia de género y se impulsaron tres capacitaciones para toda la entidad en el campus Microfinanzas sobre Sesgos Inconscientes, Diversidad e Inclusión. Además, un año más se midieron a través del ranking PAR de Aequales, para conocer cómo están en materia de género y reforzar las estrategias.



Estrategia de Empoderamiento de la Mujer





Informe de
desempeño social
2023

Nuestra
travesía digital



Nuestra travesía digital

Durante años, la Fundación Microfinanzas BBVA ha impulsado la transformación digital en sus entidades con el objetivo de potenciar el modelo de banca relacional; por un lado, agilizando los procesos internos para ofrecer un mejor servicio y una mejor relación con los emprendedores y, por otro lado, para facilitar y acompañar a los emprendedores en la adopción de las nuevas tecnologías.

El proceso de la digitalización requiere acciones coordinadas y oportunas, y los emprendedores valoran cada vez más una oferta adaptada y con valor añadido a sus necesidades. Para afrontar esta demanda, es indispensable desarrollar nuevos modelos de negocio digitales y basados en el creciente conocimiento que tenemos de nuestros emprendedores. Por ello, la digitalización del modelo de finanzas productivas en el grupo considera varios componentes:

- **El desarrollo de servicios financieros digitales**
- **La transformación de los datos al servicio del cliente**
- **La inclusión de los emprendedores en la economía digital.**

En esta constante adaptación no se puede perder de vista que la travesía digital no es igual para todos. Existe una generación de emprendedores que ha crecido con internet, que utiliza las redes sociales intensivamente, vive en «digital» y demanda autoservicio desde sus dispositivos móviles. Pero también están los emprendedores menos digitales, que requieren una asesoría presencial y más cercana mediante los canales tradicionales como el asesor, corresponsal u oficina.

Para poder dar respuesta a todas estas necesidades, estamos construyendo un modelo híbrido donde se complementan los canales presenciales y digitales para poder ofrecer una verdadera experiencia «omnicanal», es decir, la misma propuesta de valor, el mismo servicio, en cualquier momento y por cualquier canal, con la posibilidad de cambiar de uno a otro de forma instantánea y sin ninguna discontinuidad, de manera natural y transparente.



Servicios financieros digitales

La **Movilidad Asesor** continúa evolucionando año a año. Más de **4.200** asesores utilizan esta aplicación desarrollada internamente para atender a los emprendedores en sus negocios y un total de **747.368 créditos fueron gestionados desde esta app durante 2023**.

La **red de corresponsalía**, tanto propia como de terceros, también sigue siendo muy relevante para acompañar las necesidades financieras de los emprendedores en la realización de depósitos, retiros y desembolsos en puntos cercanos a su domicilio. Por eso, se amplió a 3.667 la cifra de corresponsales bancarios incluyendo varias tipologías: corresponsales bancarios tradicionales, corresponsales con conexión satelital (a los que les dotamos de una antena satelital para que puedan atender en zonas remotas y desconectadas, ofreciendo servicios financieros, formación y acceso a internet), y corresponsales móviles (un nuevo modelo donde la figura del asesor es móvil, sin ubicación física). Todos ellos operan con la **App Corresponsal**, desarrollada internamente de acuerdo a las características de nuestro modelo de servicios.

PRINCIPALES RESULTADOS BANCA MÓVIL 2023



FMBBVA (agregado)

N° Clientes registrados

845.044

% Clientes registrados sobre clientes totales

28,41%

N° Productos contratados

286.125

N° Desembolsos de crédito

159.112

Pero ya sea por restricciones geográficas, por facilidad de uso o algún otro motivo, muchas veces las emprendedoras y emprendedores prefieren hacer uso de medios remotos.

Por ello, los canales digitales representan una herramienta generadora de oportunidades en este ámbito, permitiendo a los emprendedores acceder y gestionar sus servicios financieros a distancia, de forma segura y ahorrando tiempos de desplazamiento a las sucursales. A su vez, esto promueve más espacio para las labores de desarrollo del negocio, domésticas y personales.

En 2023, alcanzamos los **845.044** usuarios **digitales** –es decir, que están registrados en la banca móvil u oficina virtual– que representan más del 28% del total de emprendedores atendidos por el grupo. Desde la aplicación **Banca Móvil** pudieron acceder a servicios financieros como la solicitud de créditos, contratación de productos, apertura de cuentas, transferencias, pago de servicios, entre otros

Durante 2023 hemos incorporado novedades en las formas de autenticar y validar la identidad de nuestros emprendedores a través del reconocimiento de sus características físicas, reduciendo los riesgos de suplantación de identidad y potenciales fraudes, pero también logrando ofrecerles un acceso a sus productos y servicios simplificado y con menos fricciones.

Así, en el proceso híbrido de acceso al crédito, que combina atención presencial y digital desde que un emprendedor se acerca a cualquiera de las 5 entidades hasta el que desembolsa o recibe su producto, se realizaron **24.264 inscripciones digitales** (17.793 por biometría facial y 6.471 por biometría de voz), además de **4.993 autenticaciones** por biometría de voz en otras transacciones.

ONBOARDING POR BIOMETRÍA FACIAL

El **onboarding por biometría facial** es un proceso donde se valida la identidad de un emprendedor en una plataforma digital, gracias al uso de inteligencia artificial capaz de contrastar sus documentos de identificación y su rostro a través de fotografías o vídeo

Adicionalmente, se realizaron **540.523 operaciones con firma electrónica**, con la finalidad de asegurar la integridad de la documentación y el cumplimiento de estándares en todas las entidades.

Una de las plataformas que más rápido evoluciona en el mundo y permite impactar positivamente en la población son los sistemas de pagos inmediatos, pues mejora la liquidez y minimiza la incertidumbre en ámbitos como los pagos y recaudación de dinero.

En República Dominicana, integramos en la Banca Móvil el sistema de Liquidación Bruta en Tiempo Real del Banco Central para que los emprendedores puedan realizar transferencias electrónicas entre sí y con el Banco Central, por la cual se realizaron **100.986 transacciones en 2023**. En Colombia, Bancamía fue el primer banco de microfinanzas en integrar la plataforma TransfiYa para enviar, recibir y solicitar dinero entre teléfonos celulares, donde **1.936** emprendedores realizaron más de **11.900** transacciones.

En Perú se inició un piloto para incluir un sistema de cobros por código QR en el aplicativo para emprendedores. Por su parte, en República Dominicana se desarrolló junto con una fintech una solución para ofrecer directamente en su App, sin intermediación de asesores, seguros de vida para los emprendedores, además de agregar una funcionalidad que facilita el pago de servicios públicos, multas e impuestos.

En esta misma línea, como una forma de optimizar la asistencia y dar respuesta a las consultas de los emprendedores, incorporamos tecnologías innovadoras tanto en los canales web como en redes sociales, a través de iniciativas como ChatDopem en República Dominicana y los chatbots habilitados a través de WhatsApp con los que cuentan entidades como Bancamía y Microserfin.

Se realizaron 540.523 operaciones con firma electrónica.

Datos al servicio del cliente

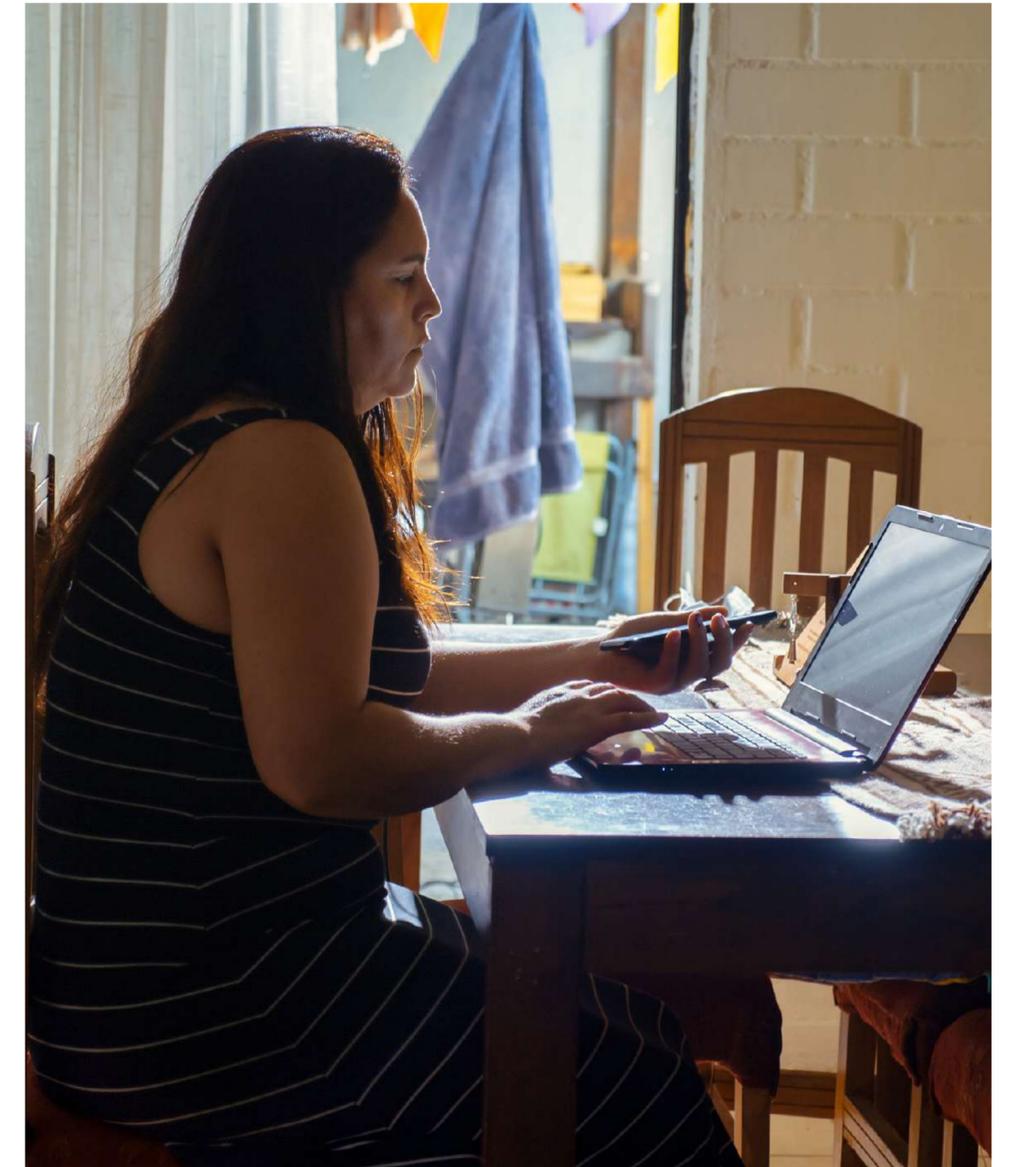
La digitalización de los procesos trae consigo un masivo aumento de los datos disponibles, por lo que contar con información precisa, completa y ordenada puede marcar la diferencia entre un buen servicio y uno excelente respecto del conocimiento del emprendedor, sus necesidades y la entrega de información oportuna sobre los productos y servicios que generan más impacto en su desarrollo.

Por esto, continuamos potenciando **Nexo**, un entorno informacional que tiene por finalidad conectar los datos con tal de servir a más emprendedores y de mejor manera. Esta iniciativa integra una plataforma tecnológica transversal para las cinco entidades, bajo un modelo común de aprovisionamiento, desarrollo evolutivo y reglas para el gobierno de los datos que aseguran calidad y trazabilidad.

Con la incorporación de fuentes de datos internas y externas, además de modelos predictivos basados en *machine learning* y estadística avanzada, **Nexo** potencia las capacidades analíticas que permiten profundizar en ámbitos como los ciclos productivos de las actividades del cliente, sus necesidades y las de sus familias, así como en la identificación de patrones de comportamiento, mejoras en la experiencia de usuario y la oportunidad de incorporar nuevos productos y servicios que generan cada vez mayor inclusión e impacto.

En Chile, Fondo Esperanza incorporó en su Banca Móvil la “Ficha de Evaluación Social - FES” por la cual ya capturó los datos de **15.245 nuevas emprendedoras y emprendedores**. A través de ella, se puede acceder a información para generar un perfil multidimensional de cada emprendedor, que incluya su situación inicial en ámbitos como el negocio, la familia, nivel de empoderamiento, acceso a la tecnología y estado de su vivienda; y ver la evolución de cada aspecto a lo largo de su relación con la entidad. Este perfil permite una medición continua del impacto de Fondo Esperanza y el Grupo FMBBVA, además de la segmentación para el ajuste y generación de una oferta de valor cada vez más profunda y personalizada.

Adicionalmente, en 2023 todas las entidades junto con la FMBBVA participaron en el programa **Digilab Data** desarrollado en conjunto con IFC del Banco Mundial, para fortalecer la estrategia y definir la ruta y plan de acción que marcarán la agenda para los próximos años.



Emprendedores y la economía digital

La digitalización debe ser progresiva con tal de ser inclusiva para todos los emprendedores y promover su entrada en la economía digital. Por ello, la entidad trabaja en tres niveles: disminución de la brecha de acceso, desarrollo de habilidades digitales y creación de un ecosistema digital.

Considerando que el 29% de los emprendedores no tiene acceso a internet en su negocio u hogar, buscamos disminuir la brecha de acceso a las nuevas tecnologías en los sectores más vulnerables, en las zonas remotas y poco conectadas. A día de hoy, ya existen 62 puntos de conectividad en Perú y 22 en Colombia. En Panamá, 75 emprendedores pudieron acceder a internet gracias al primer piloto con Starlink en la zona selvática de Darién, por el cual pudieron realizar sus operativas sin tener que asistir presencialmente a sucursales, ahorrando más de una hora de desplazamientos.

Las oficinas y sucursales de las entidades también se han ido transformando en nodos de conexión, habilitando el acceso al Wifi en las sucursales de las entidades y abriendo «esquinas digitales» para dar acompañamiento a los emprendedores en su proceso de incorporación a la

tecnología. Durante 2023, las 112 oficinas de Financiera Confianza en Perú llegaron a contar con estos espacios para dar acompañamiento a los emprendedores, seguidas por pilotos en Chile y Panamá; y en Colombia Bancamía proporcionó Wifi abierto en 219 sucursales para que los clientes puedan acceder a su Banca Móvil.

En paralelo, el avance en alfabetización digital de los emprendedores se desarrolla a través de plataformas de aprendizaje online en todas las entidades del grupo, donde **56.469 emprendedoras y emprendedores accedieron a módulos de capacitación** para promover su fluidez en el entorno tecnológico y el desarrollo de sus negocios. Como una forma de ampliar la oferta de cursos, surgieron alianzas estratégicas con The MasterCard Strive Community & Caribou Digital para la cesión gratuita de contenidos en *e-commerce*, con WOM para la formación en habilidades digitales en Colombia y con The Trust for the Americas en República Dominicana.

Gracias a estas acciones, los emprendedores están cada vez más cercanos a la tecnología.

DEMO DAY: EN LÍNEA CON LA INNOVACIÓN

Dado que la tecnología es una palanca fundamental en la ejecución de la estrategia del Grupo FMBBVA, en 2023 se lanzó la iniciativa Demo Day: Avanzamos Juntos, un encuentro periódico en formato presencial y virtual donde colaboradores de las cinco entidades presentan sus experiencias más innovadoras y de transformación digital, con el objetivo de compartir conocimientos, intercambiar ideas y buscar soluciones a las necesidades de los 3 millones de emprendedores a los que el grupo atiende en Latinoamérica.

De esta manera, las entidades ya han dado a conocer proyectos como Microserfin Responde, un asistente virtual basado en inteligencia artificial para que asesores comerciales obtengan apoyo rápido en su atención a emprendedores; **alianzas con Fintech** para la venta ágil de microseguros de vida; y diversas **integraciones para el envío de transferencias interbancarias inmediatas**



Informe de desempeño social 2023

Nuestra visión de sostenibilidad: ESG



Nuestra visión de sostenibilidad

En la Fundación Microfinanzas BBVA estamos comprometidos con el desarrollo económico sostenible e inclusivo. La gestión de los aspectos de la sostenibilidad constituye una de nuestras prioridades, y para ello contamos con un marco de indicadores ASG (o ESG) a partir del cual se desarrolla el plan estratégico.

Este modelo está centrado en los emprendedores con los que trabaja la entidad, quienes son la esencia de nuestro propósito, y aborda la dimensión social, medioambiental y de gobierno, recogiendo entre sus principios las líneas estratégicas del Grupo FMBBVA.

La visión de sostenibilidad está basada en servir a poblaciones desatendidas en situaciones de vulnerabilidad y excluidas de sistemas básicos como el financiero. Con esta visión, se les intenta dotar de herramientas financieras y no-financieras con tal de mejorar su situación de una forma transversal, sostenida en el tiempo y reconociendo la complejidad de su entorno y los obstáculos a los que se enfrentan.

Este objetivo incluye la protección y reparación del entorno natural más allá de la mitigación de los efectos de la crisis climática y abarca a todos nuestros grupos de interés (emprendedores, empleados, proveedores). Nuestro compromiso se sella con un sólido cuerpo de gobierno en todas nuestras instituciones.

Es por tanto el marco para diseñar las iniciativas que permitirán reducir las diferencias de ingresos, las múltiples brechas sociales y, sobre todo, poner a disposición de las poblaciones vulnerables herramientas para mejorar su resiliencia financiera a medio plazo de cara a potenciar su desarrollo. Todo ello, cuidando los recursos, los colaboradores y el buen gobierno.

NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS PILARES ESG



Nuestro modelo ESG

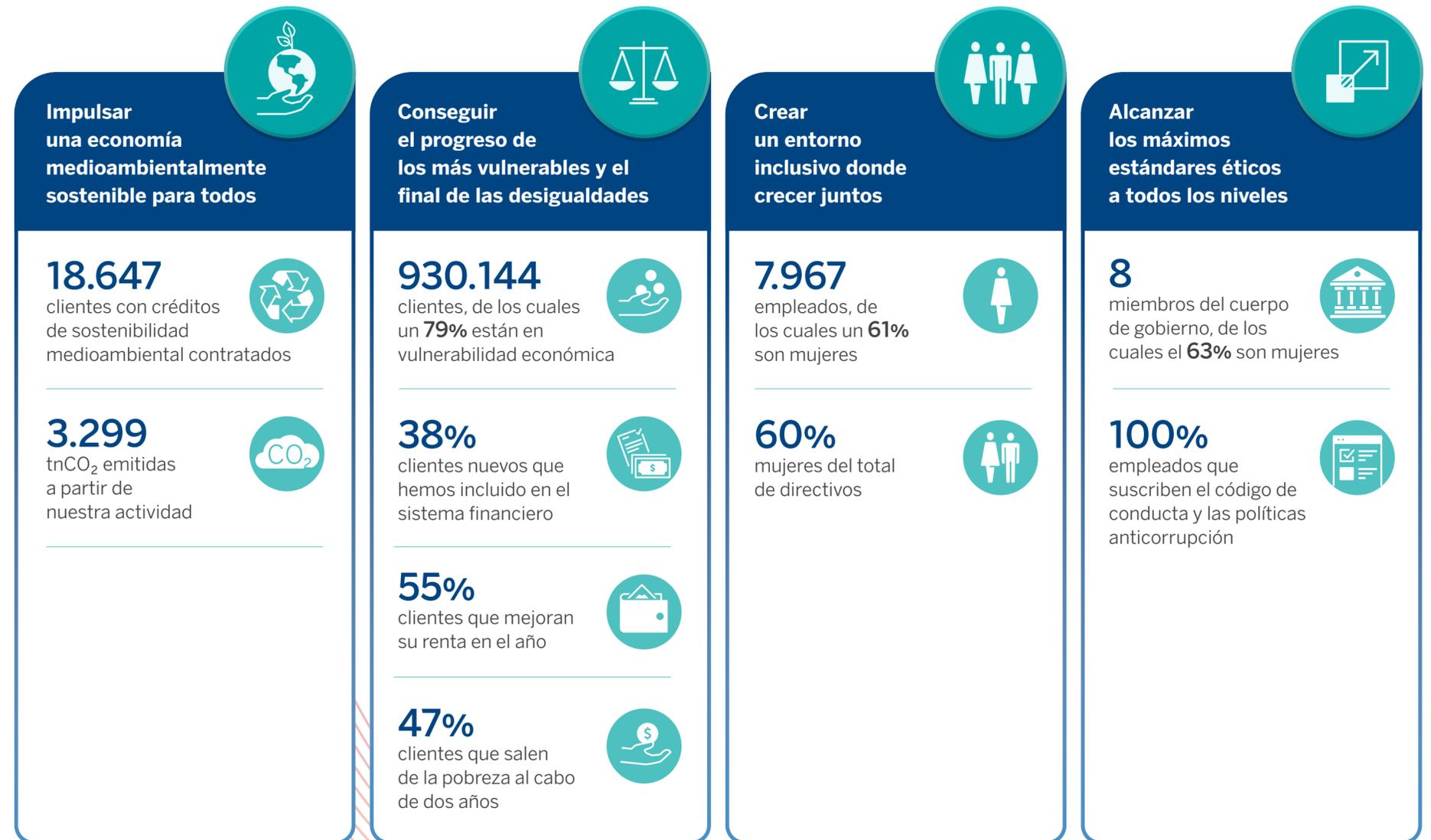
El modelo ESG refleja los retos a resolver de una forma integral y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030. Es decir, reconociendo las múltiples dimensiones a las que se enfrentan los emprendedores y cómo éstos están apoyados por una sólida red de colaboradores con una robusta gestión de recursos que respetan el medioambiente.

La dimensión social es doble: por un lado, se asegura el desarrollo sostenible de los emprendedores y por otro, se busca la satisfacción de los empleados.

Entre los factores sociales, la Fundación Microfinanzas BBVA no sólo aspira a mitigar los factores de exclusión financiera y social, sino, en positivo, se hace un seguimiento del desempeño de los emprendedores que sirve –en su negocio, salud financiera y bienestar.

Se trata de reducir sus brechas de ingresos, de vivienda, de educación y salud para mejorar su resiliencia y, con ello, sus probabilidades de salir adelante de una forma sostenida. Incluye por tanto, la resiliencia de los más vulnerables al cambio climático, el mejorar su interacción con el medio ambiente y sus condiciones de vida.

LOS PRINCIPALES INDICADORES ESG SON:



El alcance social se refiere también a los impactos en los empleados, las condiciones para su inclusión laboral y la implementación de prácticas y estándares de trabajo seguros y generadores de bienestar.

Los factores ambientales comprenden medidas para proteger y minimizar el impacto en el entorno y los esfuerzos por conservar los recursos. Algunos ejemplos son la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, el cumplimiento de las regulaciones gubernamentales sobre contaminación, la conservación y manejo de los recursos a través de la gestión del agua y los residuos, además de las prácticas de ahorro de energía.

Más allá de la mitigación de los riesgos ambientales, es necesario anticiparse a ellos, especialmente los relacionados con el cambio climático que ponen en riesgo a las poblaciones que viven en condiciones precarias. Partiendo de la medición de vulnerabilidad climática por zonas (mapas climáticos) el objetivo es establecer un índice de vulnerabilidad climática común a todos los países.

El modelo de gobernanza del Grupo FMBBVA apuesta por el largo plazo, con altos estándares éticos, y que alinea los intereses de todos los grupos de interés involucrados, con tal de impulsar su misión fundacional: impulsar el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas en situación de vulnerabilidad.

Así mismo, la incorporación del modelo ESG en nuestras entidades debe alinearse a los estándares y regulación en materia de sostenibilidad, entendiendo la diversidad y diferentes estados de maduración en esta materia, para lograr un mayor impacto en las comunidades y satisfacer las expectativas de los grupos de interés. En particular, está alineada con los estándares GRI, SASB y TCFD.



Indicadores ESG 2023 | FMBBVA



MEDIOAMBIENTALES

	Medidas	2022	2023
Acceso a mecanismos de protección y adaptación ante los efectos del cambio climático (GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3)			
Seguros ambientales	Nº de clientes que han contratado un producto en el año	149.041	157.093
Financiación para la adaptación	Nº total de clientes	3.454	3.361
Apoyo a una mayor sostenibilidad medioambiental en los negocios de nuestros emprendedores (GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3)			
Financiación para la mitigación	Nº total de clientes	426	449
Otros fines de sostenibilidad	Nº total de clientes	8.105	10.724
Financiación para potenciar la economía circular	Nº total de clientes	7.368	7.532
Gestión eficiente y sostenible de los activos naturales			
Energía consumida	Kwh	8.376.998	7.027.818
Agua consumida	m ³	213.429	154.731
Papel	Kilos	219.176	184.853
Reducción de nuestra huella de carbono*			
Emisiones generadas	TnCO ²	3.538	3.296
	TnCO ² / empleados	0,461	0,414
Alcance 1	TnCO ²	453	434
Alcance 2	TnCO ²	2.522	2.171
Market-based	TnCO ²	2.522	2.171
Location-based	TnCO ²	2.522	2.171
Alcance 3	TnCO ²	563	692
Viajes de negocio	TnCO ²	563	692

* Algunos de los datos en los alcances han sido corregidos y en el caso de Bancamía difiere del dato reportado en su memoria, ya que la entidad usa los factores de emisión publicados por el Gobierno local y la Fundación utiliza factores de emisión internacionalmente reconocidos

Indicadores ESG 2023 | FMBBVA



SOCIALES - CLIENTES

	Medidas	2022	2023
Foco en personas pobres. vulnerables. excluidas y con carencias multidimensionales			
Clientes totales	Nº total de clientes	2.858.166	2.972.417
Clientes con crédito	Nº total de clientes con crédito	918.900	930.668
Pobres económicamente	% del total de clientes	30,1%	27,6%
Vulnerables económicamente	% del total de clientes	81,1%	79,2%
Mujeres	% del total de clientes	60%	61%
Rurales	% del total de clientes	35%	34%
Con niveles de educación bajos	% del total de clientes	32%	30%
Migrantes o desplazados	Nº total de clientes		17.951
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes	12%	11%
Clientes nuevos			
Clientes de crédito nuevos	Nº total de clientes con créditos nuevos	294.510	280.010
Vulnerabilidad	% del total de clientes nuevos	83,9%	81,4%
Pobreza	% del total de clientes nuevos	38,9%	34,3%
Rural	% del total de clientes nuevos	31%	31%
Ed.Primaria a lo sumo	% del total de clientes nuevos	29%	24%
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes nuevos	11%	10%
Impulso en el desarrollo de negocio de nuestros emprendedores			
Clientes que salen de la pobreza	% del total de clientes pobres económicamente	43%	47%
Clientes que mejoran la renta	% del total de clientes	51%	55%
Clientes con 3 o + ciclos de crédito	% del total de clientes	55%	56%
Fortalecimiento de su salud financiera			
Bancarizados (por 1ª vez en sist.financiero)	% del total de clientes nuevos	41%	38%
Clientes con productos de depósitos (vista y no vista)	Nº total de clientes	2.624.500	2.750.965
Clientes con productos de ahorro	Nº total de clientes	154.985	147.355
Personas que recibieron educación financiera	Nº de personas (clientes + no clientes)	696.450	662.555
Clientes con 3 o más productos	% del total de clientes	17,00%	16,60%
Personas con seguros de vida	Nº total de clientes	352.138	357.699

Indicadores ESG 2023 | FMBBVA



SOCIALES - CLIENTES (continuación)

	Medidas	2022	2023
Incremento del bienestar de nuestros clientes y sus familias			
Cientes con prod. de vivienda	Nº total de clientes	35.710	26.358
Cientes con prod. de saneamiento	Nº total de clientes		10.287
Cientes con créditos educativos	Nº total de clientes	3.306	6.050
Personas con cobertura de salud	Nº total de personas con cobertura de salud	211.711	244.151
Cientes que generan empleo	% del total de clientes	15%	15%
Becas entregadas a hijos de clientes		14	106
Contribución al empoderamiento de la mujer para la reducción de la brecha de género			
Mujeres	% del total de clientes	60%	61%
Mujeres nuevas	Nº total de mujeres con créditos nuevos	175.266	170.555
Mujeres en situación de pobreza	% del total de mujeres con créditos nuevos	46%	41%
Mujeres con productos específicos (crédito y seguros)	% del total de clientes mujeres	44,0%	44,6%
Capacitación e integración en el mundo digital			
Personas dotadas de acceso a internet por el Grupo FMBBVA	Nº de personas (clientes + no clientes)	2.036	4.399
Usuarios activos en nuestra App y/o oficina virtual	Nº de usuarios que hacen uso de las plataformas digitales del banco	206.221	291.872
Usuarios digitales acumulados		613.813	845.044
Personas formadas en habilidades digitales	Nº de personas (clientes + no clientes)	90.803	81.664
Otros KPIs			
Políticas y prácticas relacionadas con la privacidad y la seguridad de la información	[Cualitativa]	Para velar por la privacidad y la protección de los datos personales, la Fundación ha adoptado un marco corporativo alineado con las previsiones establecidas en la normativa aplicable, así como con las mejores prácticas y los estándares internacionales, tomando como referencia las recomendaciones y criterios de los organismos europeos	

Indicadores ESG 2023 | FMBBVA



SOCIALES - EMPLEADOS

	Medidas	2022	2023
Respeto por la diversidad, equidad e inclusión			
Empleados		7.681	7.967
Mujeres	% del total de FTEs	50%	50%
Edad			
< 30 años	% del total de FTEs	32%	31%
Entre 30 y 50 años	% del total de FTEs	57%	56%
> 50 años	% del total de FTEs	2%	3%
Nacionalidades	Nº de nacionalidades		17
Nivel en la organización			
Directivos			
	% del total de FTEs	0,5%	0,4%
Mujeres directivas	% del total de FTEs directivos	36%	35%
No directivos			
	% del total de FTEs	99,5%	99,6%
Mujeres no directivas	% del total de FTEs no directivos	49%	50%

Indicadores ESG 2023 | FMBBVA



GOBIERNO

	Medidas	2022	2023
Propósito de un cuerpo de gobierno independiente, equitativo y diverso			
Composición del Cuerpo de Gobierno	Nº total de miembros	8	8
	% de mujeres	63%	63%
	% consejeros independientes	50%	50%
	Edad (por rango)		
	<50 años	0%	0%
	Entre 50 y 60 años	25%	13%
	>60 años	75%	87%
	Nº medio de años en el Consejo	10	11
	Nº total nacionalidades	3	3
Competencias y experiencia del Cuerpo de gobierno	Administración y alta dirección	88%	88%
	Finanzas y riesgos	88%	88%
	Sector microfinanciero	63%	63%
	Gestión del talento	75%	75%
	Tecnología y Procesos	38%	38%
	Desarrollo	75%	75%
Compromiso de tiempo y dedicación	% de asistencia a órganos de gobierno	100%	100%
Políticas de remuneración	USD por asistencia a Patronatos / Consejo	0	0
	USD por asistencia Comités	N/A	N/A

Indicadores ESG 2023 | FMBBVA



GOBIERNO (continuación)

	Medidas	2022	2023
Compromiso con los estándares de ética y cumplimiento			
Código de conducta	[Cualitativa]	El Grupo FMBBVA cuenta con un código de conducta que establece, los lineamientos de comportamiento de sus integrantes para ajustarlos a los valores del grupo.	
	% de empleados que han aceptado el código de conducta	100%	100%
Políticas Anticorrupción	[Cualitativa]	El Grupo FMBBVA cuenta con políticas anticorrupción, para combatir cualquier forma de esta, en todas las actividades que desarrolla	
	% de empleados que han completado la formación anticorrupción (en caso de que haya)		
Existencia de un Canal activo de denuncias sobre el CdC	[Cualitativa]	El Canal de Actitud Responsable está disponible para que cualquier persona acceda a él para comunicar o consultar situaciones que puedan ir en contra del Código de Conducta dentro de las actividades desarrolladas por las entidades que forman parte del Grupo FMBBVA. Los dos principios que rigen el Canal son el de Confidencialidad de la información y protección al informante que actúa de buena fe	
Reconocido el respeto a los Derechos Humanos en el Código de Conducta del Grupo y de la entidad	DATO CUALITATIVO-no rellenar por entidad: se copia a nivel de Grupo el epígrafe del CdC en el que se encuentra	En el código de Etica y Conducta, en el acápite referido a Conducta con la Sociedad, tenemos establecido el compromiso con el respeto a los derechos humanos. El respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos fundamentales constituye un elemento esencia de la conducta del Grupo FMBBVA, que promueve la aplicación y el respeto a los derechos humanos, conforme a los principio dela Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y de otros convenios y tratados de organismos internacionales que promueve los Derechos Humanos. Adicionalmente, tenemos un listado de actividades inelegibles, tales como: Actividades económicas que atenten contra los principios de ética tales como cabaret, night club u otros relacionados al comercio sexual, producción o actividades que conlleven formas perniciosas o abusivas de trabajo forzado, trabajo infantil forzado, peligroso o que altere el normal desarrollo del niño(a) y/o aquél desarrollado fuera del núcleo familiar que no corresponda a actividades propias de labores familiares micro empresariales	
Gestión integral de riesgos			
Sistema de Gestión de Riesgos	[Cualitativa]	Gestión y control de todos los riesgos financieros y no financieros relevantes derivados de cualquier negocio y actividad desarrollada por las Entidades del Grupo FMBBVA dentro de los límites de apetito establecidos por los diferentes Consejos de Administración	
Control Interno	[Cualitativa]		

Nota metodológica



MEDIOAMBIENTE

Impulsar una economía medioambientalmente sostenible para todos

Métrica	Medida	Definiciones para el cálculo	GRI asociado
1.1. Acceso a mecanismos de protección y adaptación ante los efectos del cambio climático			
Seguros ambientales	Nº de clientes que han contratado un producto en el año	Clientes asegurados con un una cobertura de daños climáticos (excluye terremotos).	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Financiación para el aumento de la resiliencia	Nº total de clientes	Clientes con un crédito de adaptación vigente a cierre de año. Son créditos con medidas que permiten prepararse, responder, y asegurar la resiliencia tanto a los efectos e impactos actuales y futuros del cambio climático (inundaciones, sequías, subidas del nivel de mar, etc.).	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
1.2. Apoyo a una mayor sostenibilidad medioambiental en los negocios de nuestros emprendedores			
Financiación para la mitigación	Nº total de clientes	Clientes que contratan un crédito que permite reducir las emisiones de gases de efecto invernadero	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Otros fines de sostenibilidad	Nº total de clientes	Clientes que contratan un crédito para mejorar el uso de recursos naturales (tierra, agua, ecosistemas y biodiversidad) o reducir la contaminación (Medidas para el control o reducción de contaminación, vertidos y gestión de residuos de aguas y suelos)	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Financiación para potenciar la economía circular	Nº total de clientes	Clientes que contratan un crédito de consumo responsable, es decir, cuyo negocio es el desarrollo y fabricación de productos con más vida útil, re-utilizables, reparables o con materiales procedentes de residuos así como actividades de reciclaje de materiales.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
1.3. Gestión eficiente y sostenible de los activos naturales			
Energía consumida	Kwh	Total de energía anual consumida	GRI 302: 302-1, 302-2
Agua consumida	m ³	Volumen de agua anual consumido	GRI 303: 303-5
Papel consumido	Kilos	Volumen de residuos de papel anual generados	GRI 306: 306-2

Nota metodológica



MEDIOAMBIENTE

Impulsar una economía medioambientalmente sostenible para todos

Métrica	Medida	Definiciones para el cálculo	GRI asociado
1.4. Reducción de nuestra huella de carbono*			
Emisiones generadas	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anuales de emisiones total: Scope 1 + Scope 2 + Scope 3	GRI 305 (Emisiones)
	TnCO ₂ / empleados	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones total / N° empleados	GRI 305 (Emisiones): 305-4
Alcance 1	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gas, GLP, gasolina y gasóleo, de Fuentes Fijas y Fuentes Móviles de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
Gas natural FF	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gas natural en Fuentes Fijas de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
Gas natural FM	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gas natural en Fuentes Móviles de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
GLP FF	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gas licuado de petróleo (GLP) en Fuentes Fijas de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
GLP FM	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gas licuado de petróleo (GLP) en Fuentes Móviles de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
Gasolina FF	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gasolina en Fuentes Fijas de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
Gasolina FM	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gasolina en Fuentes Móviles de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
Gasóleo FF	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gasóleo en Fuentes Fijas de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
Gasóleo FM	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones directas generadas por el consumo de gasóleo en Fuentes Móviles de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-1
Alcance 2	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones indirectas generadas por la compra o adquisición de energía de las entidades del Grupo (incluida la Fundación)	GRI 305 (Emisiones): 305-2
Market-based	TnCO ₂	"Toneladas de CO ₂ anual de emisiones indirectas generadas la compra o adquisición de energía de las entidades del Grupo (incluida la Fundación) - Market based: calculo con datos exactos en base a las emisiones que genera la tecnología usada."	GRI 305 (Emisiones): 305-2
Location-based	TnCO ₂	"Toneladas de CO ₂ anual de emisiones indirectas generadas la compra o adquisición de energía de las entidades del Grupo (incluida la Fundación) - Location based: calculo a través de la media de emisiones que produce el mix energético de la zona de operación"	GRI 305 (Emisiones): 305-2
Alcance 3	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de restoemisiones indirectas relacionadas de alguna manera con la actividad de la las entidades del Grupo (incluida la Fundación), pero que no están bajo su control directo	GRI 305 (Emisiones): 305-3
Viajes de negocio	TnCO ₂	Toneladas de CO ₂ anual de emisiones generados por los viajes de colaboradores en plantilla del Grupo (no incluye desplazamiento al puesto de trabajo habitual)	GRI 305 (Emisiones): 305-3

* Algunos de los datos en los alcances han sido corregidos y en el caso de Bancamía difiere del dato reportado en su memoria, ya que la entidad usa los factores de emisión publicados por el Gobierno local y la Fundación utiliza factores de emisión internacionalmente reconocidos

Nota metodológica



SOCIAL - CLIENTES

Promover el progreso de los más vulnerables y la reducción de sus brechas

Métrica	Medida	Definiciones para el cálculo	GRI asociado
2.0. Foco en personas pobres, vulnerables, excluidas y con carencias multidimensionales			
Clientes totales	Nº total de clientes	Volumen total de clientes del Grupo (a cierre de año)	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes con crédito	Nº total de clientes con crédito	Volumen de clientes con créditos activos a cierre de año	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes de crédito nuevos	Nº total de clientes con créditos nuevos	Clientes que contratan un crédito con las entidades de la Fundación por primera vez	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Pobres económicamente	% del total de clientes	Volumen de clientes pobres económicamente / Volumen total de clientes. Se considera pobres económicamente: Aquellos cuyos excedentes del negocio para cada miembro del hogar está por debajo de la línea de pobreza nacional (renta: excedentes del negocio para cada miembro del hogar)	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Vulnerables económicamente	% del total de clientes	Volumen de clientes vulnerables económicamente / Volumen total de clientes Se considera vulnerables económicamente: Aquellos cuya renta está por debajo de tres veces la línea de pobreza nacional, es decir, están en alta probabilidad de caer en pobreza (renta: excedentes del negocio para cada miembro del hogar)	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Mujeres	% del total de clientes	Total de clientes que son mujeres / Total de clientes a cierre de año	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Rurales	% del total de clientes	Total clientes rurales / Total de clientes a cierre de año Se considera rural: Definición local asignada por cada entidad*	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Con niveles de educación bajos	% del total de clientes	Clientes con niveles de educación bajos / Total de clientes a cierre de año. Se considera niveles de educación bajo: Como máximo educación primaria	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Migrantes o desplazados	Nº total de clientes	Volumen de clientes migrantes o desplazados. Se considera migrantes o desplazados: clientes calificados como refugiados por ACNUR o migrantes (PEP)	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes	Clientes con +5 personas en el hogar / Total de clientes	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
2.1. Impulso en el desarrollo de negocio de nuestros emprendedores			
Clientes que salen de la pobreza	% del total de clientes pobres económicamente	Volumen de clientes que han salido de la pobreza al cabo de dos años / Volumen total de clientes pobres económicamente Se considera la salida de pobreza: clientes que son pobres al inicio de la relación con la entidad y cuya renta, tras dos años de relación con la entidad, está por encima de la línea de pobreza nacional, descontando aquellos cuya renta (antes por encima) vuelve a caer en pobreza. Se entiende como renta el excedente del negocio para cada miembro del hogar.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes que mejoran la renta	% del total de clientes	Volumen de clientes atendidos en el año que mejoran la renta/ Volumen total de clientes del Grupo atendidos en el año Se considera mejorar la renta: Aquel emprendedor cuya renta incrementa	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes con 3 o + ciclos de crédito	% del total de clientes	Volumen de clientes con 3 o más ciclos de crédito / Volumen total de clientes del Grupo. Un ciclo de crédito es el desembolso de un crédito.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3

Nota metodológica



SOCIAL - CLIENTES (continuación)

Promover el progreso de los más vulnerables y la reducción de sus brechas

Métrica	Medida	Definiciones para el cálculo	GRI asociado
2.2. Fortalecimiento de su salud financiera			
Bancarizados (por 1ª vez en sist.financiero)	% del total de clientes nuevos	Clientes que por primera vez contrata un crédito con las entidades de la Fundación y no cuentan con ningún otro crédito en el sistema financiero formal / Volumen de clientes que contratan un crédito con el Grupo por primera vez	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes con productos de depósitos (vista y no vista)	Nº total de clientes	Clientes con productos de pasivo a cierre de año . Se considera producto de pasivo; Depósitos vista y no vista	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes ahorradores	Nº total de clientes	Clientes con productos especialmente diseñados para el ahorro a cierre de año . Se considera producto de ahorro: Depósitos o productos de ahorro diseñados especialmente para ese fin (ej. Ahorro programado) para emprendedores vulnerables. Se excluyen clientes inactivos o con saldos inferiores a USD 2.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Personas que recibieron educación financiera	Nº de personas (clientes + no clientes)	Personas que asistieron a sesiones de capacitación durante el año	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes con 3 o más productos	% del total de clientes	Volumen de clientes con 3 o más productos / Volumen total de clientes del Grupo a cierre de año	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
2.3. Incremento del bienestar de nuestros clientes y sus familias			
Clientes con prod. de vivienda	Nº total de clientes	Clientes que cuentan con un crédito para la mejora de vivienda; aquel que permite mejorar su tejado, piso, paredes y nº de espacios habitables.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes con prod. de saneamiento	Nº total de clientes	Clientes que cuentan con un crédito para brindar acceso a alcantarillado y/o servicios sanitarios como inodoros, pozos, etc.	
Clientes con créditos educativos	Nº total de clientes	Clientes que cuentan con un crédito para la mejora de educativa ; que permite que el hijo/a o cliente pueda atender un nivel educativo mayor	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Personas con cobertura de salud	Nº total de personas con cobertura de salud	Volumen de personas con cobertura de salud .	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Clientes que generan empleo	% del total de clientes	Volumen de clientes que tienen contratados a 1 o más personas en su negocio / Volumen total de clientes del Grupo a cierre de año	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Becas entregadas a hijos de clientes	Beneficiarios	Nº becas para hijos de clientes para realizar estudios universitarios.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3

Nota metodológica



SOCIAL - CLIENTES (continuación)

Promover el progreso de los más vulnerables y la reducción de sus brechas

Métrica	Medida	Definiciones para el cálculo	GRI asociado
2.4. Contribución al empoderamiento de la mujer para la reducción de la brecha de género			
Mujeres	% del total de clientes	Volumen de clientes mujeres con productos especializados para mujeres / Volumen total de clientes mujeres a cierre de año Se trata de productos que han sido diseñados para cubrir las necesidades específicas de las mujeres (salud, hijos, negocio...) o incluyen una diferenciación por género significativa o que es mayoritariamente dirigido a mujeres (+50%). .Dado que las entidades tienen oferta específica para mujer en uno de los dos ámbitos (crédito o seguro), se considera únicamente este ámbito (para seguros, solo considera cliente tomadores de la póliza).	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Mujeres nuevas	Nº total de mujeres con créditos nuevos	Mujeres que contratan un crédito con las entidades de la Fundación por primera vez	
Situación de pobreza	% del total de mujeres con créditos nuevos	Volumen de mujeres pobres económicamente / Volumen total de clientes mujeres Se considera pobres económicamente: Aquellos cuyos excedentes del negocio para cada miembro del hogar está por debajo de la línea de pobreza nacional (renta: excedentes del negocio para cada miembro del hogar)	
Mujeres con productos especializados	% del total de clientes mujeres	Volumen de clientes mujeres con productos especializados para mujeres / Volumen total de clientes mujeres a cierre de año Se trata de productos que han sido diseñados para cubrir las necesidades específicas de las mujeres (salud, hijos, negocio...) o incluyen una diferenciación por género significativa o que es mayoritariamente dirigido a mujeres (+50%). .Dado que las entidades tienen oferta específica para mujer en uno de los dos ámbitos (crédito o seguro), se considera únicamente este ámbito (para seguros, solo considera cliente tomadores de la póliza).	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
2.5 Capacitación e integración en el mundo digital			
Personas dotadas de acceso a internet por el Grupo FMBBVA	Nº de personas (clientes + no clientes)	Volumen total de personas que acceden a internet a través de puntos de conectividad del Grupo. Volumen total de personas que acceden a internet a través de los puntos habilitados en los corresponsales (dato acumulado desde mayo 2021), ya sea para formación o acceso a internet (compra de minutos, acceso a plataforma formativa). Esto es independientemente de si se hace a través del satélite o no. Zonas de bajo acceso o dificultad. Solo disponible en Bancamía y Financiera Confianza.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Usuarios digitales acumulados	Clientes acumulados	Número total de usuarios registrados en el canal app / web. Cifra acumulada a fecha de corte.	
Usuarios activos en nuestra App y/o oficina virtual	Clientes ult 6 meses	Número total de usuarios que hayan accedido al menos una vez a la app/web durante los últimos 6 meses.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3
Personas formadas en habilidades digitales	Nº de personas (clientes + no clientes)	Volumen de personas formados en capacidades digitales desde 1 Enero (de cada año) hasta la fecha de corte. Incluye clientes y no-clientes. Hace referencia a cualquier curso, taller, charla, webinar, et al que contenga algún contenido en habilidades digitales. Formación interna, con aliados, o a través de la plataforma educativa.	GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3

Nota metodológica



SOCIAL - EMPLEADOS

Crear un entorno inclusivo donde crecer juntos

Métrica	Medida	Definiciones para el cálculo	GRI asociado
Empleados	Nº de FTEs	Volumen total de empleados en plantilla del Grupo (dato a cierre de año). El término "empleado en plantilla" excluye el personal subcontratado	GRI 102: 102-7
Mujeres	% del total de FTEs	Volumen de empleados en plantilla que son mujeres / Volumen total de empleados en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1
Edad			
< 30 años	% del total de FTEs	Volumen de empleados en plantilla menores de 30 años / Volumen total de empleados en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1
Entre 30 y 50 años	% del total de FTEs	Volumen de empleados en plantilla de entre 30 y 50 años / Volumen total de empleados en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1
> 50 años	% del total de FTEs	Volumen de empleados en plantilla mayores de 50 años / Volumen total de empleados en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1
Nacionalidades	Nº de nacionalidades	Número de nacionalidades distintas de los empleados en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1
Nivel en la organización			
Directivos	% del total de FTEs	Volumen de empleados directivos en plantilla / Volumen total de empleados en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1
Mujeres directivas	% del total de FTEs directivos	Volumen de empleados mujeres directivas en plantilla / Volumen de empleados directivos en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1
No directivos	% del total de FTEs	Volumen de empleados no directivos en plantilla / Volumen total de empleados en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1
Mujeres no directivas	% del total de FTEs no directivos	Volumen de empleados mujeres no directivas en plantilla / Volumen de empleados no directivos en plantilla	GRI 102: 102-8; GRI 405: 405-1

Nota metodológica

GOBIERNO

Integrar los máximos estándares éticos a todos los niveles



Métrica	Medida	Definiciones para el cálculo	GRI asociado	
4.1 Propósito de un cuerpo de gobierno independiente, equitativo y diverso	Composición del Cuerpo de Gobierno	Nº total de miembros	Volumen de miembros que componen el Consejo de Administración del Grupo FMBBVA	GRI 102 (Contenidos generales): 102-18
		% de mujeres	Volumen de mujeres Consejeras / Volumen de miembros que componen el Consejo de Administración del Grupo FMBBVA	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22; GRI 405 (Diversidad e igualdad de oportunidades): 405-1
		% consejeros independientes	"Volumen de Consejeros independientes / Volumen de miembros que componen el Consejo de Administración del Grupo FMBBVA. Se considera un Consejero independiente aquel que desempeña sus funciones sin verse condicionado por relación alguna con el equipo gestor ni con los accionistas de control de la sociedad"	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22
		Edad (por rango)		
		<50 años	Volumen de Consejeros con edades <50	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22; GRI 405 (Diversidad e igualdad de oportunidades): 405-1
		Entre 50 y 60 años	Volumen de Consejeros con edades >50 y <60	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22; GRI 405 (Diversidad e igualdad de oportunidades): 405-1
		>60 años	Volumen de Consejeros con edades >60	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22; GRI 405 (Diversidad e igualdad de oportunidades): 405-1
		Nº medio de años en el Consejo	Media de antigüedad de los Consejeros como miembros del Consejo del Grupo FMBBVA: Cálculo: (antigüedad Consejero 1 + antigüedad Consejero 2 + ... + antigüedad Consejero N) / Volumen total miembros del Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22
		Nº total nacionalidades	Número de nacionalidades distintas de los miembros del Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22; GRI 405 (Diversidad e igualdad de oportunidades): 405-1
	"Competencias y experiencia del Cuerpo de gobierno"	Administración y alta dirección	Volumen de Consejeros con experiencia en Administración y alta dirección / Volumen total miembros del Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22
	Finanzas y riesgos	Volumen de Consejeros con experiencia en Finanzas y riesgos / Volumen total miembros del Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22	
	Sector microfinanciero	Volumen de Consejeros con experiencia en Sector microfinanciero / Volumen total miembros del Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22	
	Gestión del talento	Volumen de Consejeros con experiencia en Gestión del talento / Volumen total miembros del Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22	
	Tecnología y Procesos	Volumen de Consejeros con experiencia en Tecnología y Procesos / Volumen total miembros del Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22	
	Desarrollo	Volumen de Consejeros con experiencia en Desarrollo / Volumen total miembros del Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-22	
Compromiso de tiempo y dedicación	% de asistencia a órganos de gobierno	Media de asistencia de los Consejeros a los foros de Gobierno Se consideran foros de gobierno: Consejo/Patronato y Comités Cálculo: % asistencia Consejero: Nº de foros a los que ha asistido / Nº de foros realizados que apliquen al Consejero	GRI 102 (Contenidos generales): 102-18	
Políticas de remuneración	USD por asistencia a Consejo / Patronato	Retribución por asistencia a cada Patronato o Consejo	GRI 102 (Contenidos generales): 102-35	

Nota metodológica



GOBIERNO

Integrar los máximos estándares éticos a todos los niveles

Métrica	Medida	Definiciones para el cálculo	GRI asociado
4.2. Compromiso con los estándares de ética y cumplimiento			
Políticas Anticorrupción	% de empleados que han aceptado el código de conducta	Volumen de empleados en plantilla que han aceptado formalmente el código de conducta en este año/ Volumen total de empleados en plantilla	GRI 102 (Contenidos generales): GRI 102-16
	% de empleados que han completado la formación anticorrupción	Volumen de empleados en plantilla que han realizado formaciones de anticorrupción en este año/ Volumen total de empleados en plantilla	GRI 205 (Anticorrupción):205-2
Canal de actitud responsable	Uso de canal / número de empleados	Número de casos resuelto por el canal de actitud responsable % (Consultas+Denuncias) / / Número de empleados	GRI 406 (Non discrimination): 103-1, 103-2, 103-3 (Enfoque de gestión)



Informe de
desempeño social
2023

Migrantes y desplazados

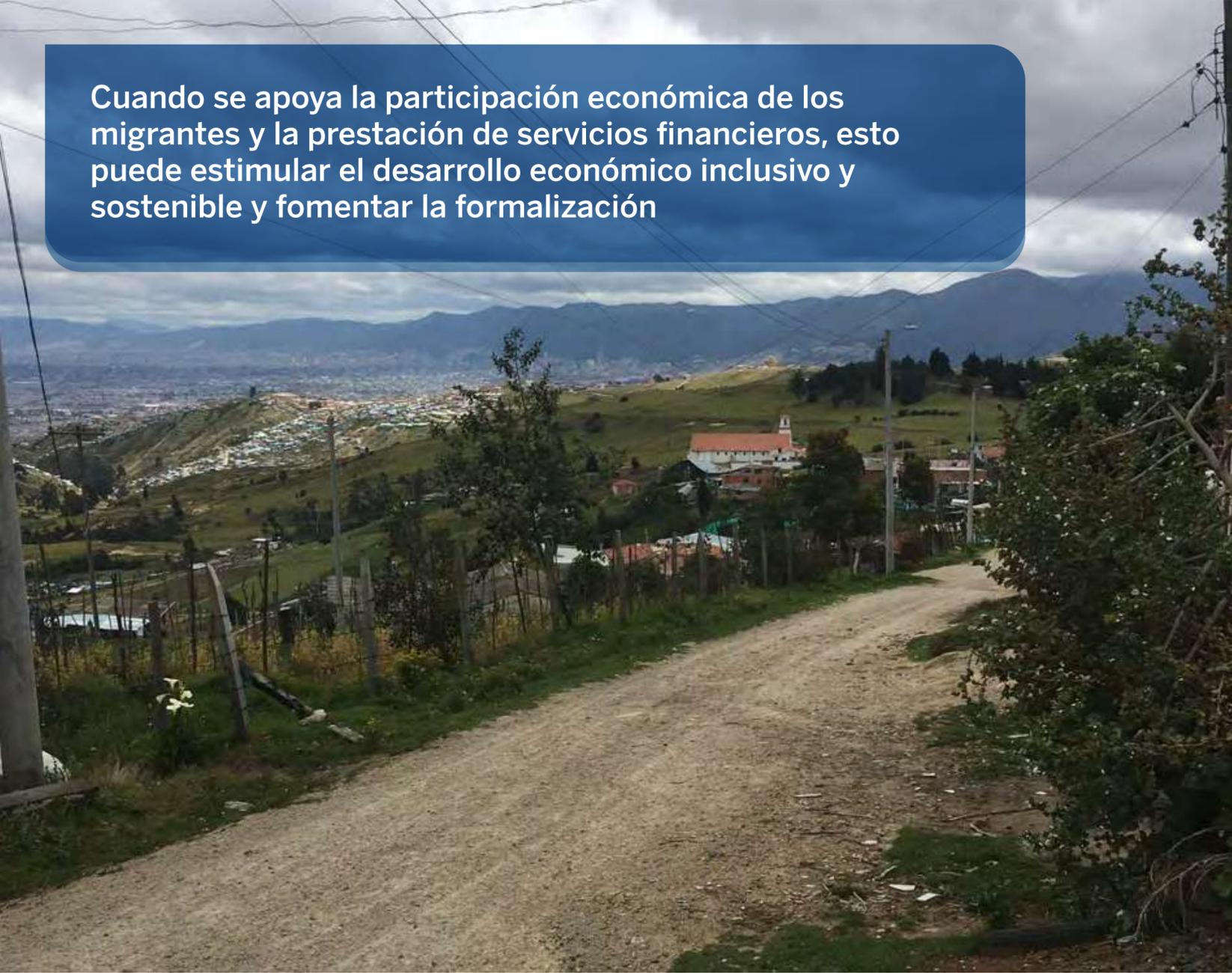


Refugiados y migrantes en búsqueda de esperanza

Al recorrer cualquier capital de los países en los que operan las instituciones de la Fundación Microfinanzas BBVA, en medio del bullicio se entrelazan distintos acentos, donde comienza a destacar uno en particular: evoca al Caribe y se repite cada vez más con mayor intensidad en cada de esas ciudades. En sus calles se esconden historias de migrantes, narrativas que trazan caminos de esperanza y desafíos insospechados, tratando de equilibrar sueños y realidades en una danza constante entre la nostalgia de lo dejado atrás y la promesa de lo que está por venir.

Hemos sido testigos de un flujo migratorio notable en las últimas décadas, con millones de personas moviéndose dentro de la región y hacia otros países en busca de mejores oportunidades económicas, seguridad y calidad de vida. Estos movimientos poblacionales han generado una serie de impactos significativos en los países de origen, tránsito y destino, que abarcan aspectos económicos, sociales, culturales y políticos.

Muchos de estos migrantes se han visto obligados a desplazarse, lo que implica que en la mayoría de los casos lo han hecho de manera irregular e insegura. Las personas que migran para escapar de situaciones de crisis o contextos frágiles, como buena parte de los recientes migrantes de la Región, tienen asimismo muchas más probabilidades de caer en la indigencia a su llegada al país de destino o durante el tránsito, lo que supone una carga para los recursos de bienestar social.



Cuando se apoya la participación económica de los migrantes y la prestación de servicios financieros, esto puede estimular el desarrollo económico inclusivo y sostenible y fomentar la formalización

En 2022, había más de 43 millones de latinoamericanos viviendo fuera de sus países de origen, a esto se suma que la región enfrenta la crisis de desplazamiento más grande de la historia de las Américas, donde los venezolanos, con su mayoritario acento caribeño, son hoy los principales protagonistas. En la actualidad, alrededor de 7,7 millones de refugiados y migrantes de Venezuela se encuentran fuera de su país de origen, unos 6,5 millones (84%) están acogidos en países de América Latina y el Caribe

Utilizando cifras oficiales del Banco Central de Venezuela, se estima que entre 2013 y 2019, período de mayor flujo de migrantes, el PIB de Venezuela disminuyó alrededor del 63%, la mayor caída en los últimos 50 años para un país que no está en guerra. Todo ello en un entorno hiperinflacionario que hizo, según datos de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, que más del 90% de la población venezolana se encontrara en situación de pobreza y un 75% en pobreza extrema. La imagen desde 2013 es la de una población buscando cubrir las necesidades más básicas en medio de fuertes racionamientos, en un entorno de tensiones sociales con represión y falta de derechos humanos básicos, que ya habían comenzado con anterioridad.

Desde el colapso de la economía en 2017, los migrantes provienen de hogares de bajos ingresos con un nivel educativo inferior

Las características de los migrantes venezolanos ha ido cambiando en el tiempo. La primera ola estuvo constituida principalmente por profesionales con un nivel educativo superior. La segunda, por jóvenes de clase media con titulación universitaria. Desde el colapso de la economía en 2017, los migrantes provienen de hogares de bajos ingresos con un nivel educativo inferior.

El perfil demográfico de los migrantes venezolanos es similar al de la población local de los países de acogida. Casi dos tercios están en edad de trabajar, y casi la mitad son mujeres. Los migrantes venezolanos enfrentan un mayor desempleo, tienen más probabilidades de trabajar en el sector informal inicialmente, y ganan menos que los trabajadores locales, generando presiones a la baja sobre los salarios en el sector informal.

No cabe duda que la gestión de las migraciones venezolanas representa un desafío considerable para los gobiernos y las instituciones regionales. Es fundamental garantizar la protección de los derechos humanos de todos los migrantes y promover políticas que faciliten su integración social y económica en los países receptores. Esto incluye la implementación de programas de regularización migratoria, la expansión de servicios de atención y la sensibilización pública sobre la contribución positiva de los migrantes a la sociedad, así como la posibilidad que se integren en el día a día de las actividades mediante la regulación y acceso a las fuentes de financiación para llevar actividades por cuenta propia.

A pesar de los esfuerzos de los países de acogida para regularizar e integrar a las personas refugiadas y migrantes de Venezuela, más del 67% de estas personas siguen teniendo dificultades para acceder a alimentos, vivienda, servicios médicos, educación y empleo formal en América.

El reciente Análisis de Necesidades de Refugiados y Migrantes (RMNA) para 2023 muestra que muchas personas refugiadas y migrantes de Venezuela en la región carecen de medios de subsistencia estables, lo que dificulta su integración efectiva y su contribución a las comunidades de acogida, a pesar de los niveles de capital humano que poseen.

Aunque más del 60% de las personas refugiadas y migrantes de Venezuela tienen documentos, esto no ha sido suficiente para garantizar una vida digna y un acceso adecuado a los derechos básicos.

Muchos ellos lo construyen a través del emprendimiento, como una alternativa de superación y crecimiento personal, permitiendo en muchos casos, poner en valor las habilidades y capital humano que el mercado de los países de destino no les reconoce. Esto es particularmente relevante sobre todo para las personas que migran de manera no voluntaria, como es el caso de la mayoría de los venezolanos, y que se han visto obligados a empezar desde cero.

La inclusión financiera: elemento esencial para avanzar

Los migrantes no pueden llevar a cabo sus emprendimientos o desarrollar todo su potencial debido a las limitaciones que afrontan en los países y las comunidades de tránsito y de destino, sin tener acceso a fuentes de financiación propias o de terceros. Muchos de ellos han tenido experiencia en operar en el sistema financiero en su país de origen. De hecho, en Venezuela, según datos del Global Findex para 2021, el 84% de los adultos tienen experiencia en el sistema financiero, y en 2017 lo tenía el 73%.

Ambos ratios son superiores a la media de los países de destino y se ha casi duplicado en Venezuela desde 2011. El proceso de hiperinflación provocó que disminuyera drásticamente el uso del efectivo y eso impulsó la utilización del sistema financiero a través de opciones digitales para realizar los pagos. Esto hace que en líneas generales tengan una educación financiera superior a la media de la población similar en los países de destino.

Los servicios financieros ofrecen herramientas esenciales a las personas desplazadas por la fuerza. Estas herramientas, cuando se diseñan adecuadamente y están respaldadas por

políticas y regulaciones, ayudan a los migrantes a ahorrar dinero de manera segura, enviar o recibir transferencias de dinero y crear un historial de transacciones que les ayuda a acceder a servicios como crédito y seguros cuando sea necesario.

En ciertos casos, los migrantes son profesionales altamente calificados o fueron dueños de negocios exitosos antes de ser desplazados. Pueden ser tanto empleados como empleadores con experiencias y un segmento de clientes rentable para el sector privado, cuando tengan las condiciones legales para poder operar con el sistema financiero.

El Grupo FMBBVA atendía con créditos a más de 17.951 migrantes y refugiados con sus familias, a través de programas e iniciativas especializadas

Cuando se apoya la participación económica de los migrantes y la prestación de servicios financieros, esto puede estimular el desarrollo económico inclusivo y sostenible y fomentar la formalización. Para ello, es esencial una colaboración más estrecha entre las partes interesadas en la inclusión financiera y las que promueven la participación económica.

Las intervenciones que fomenten la inclusión financiera de los migrantes deben mantener una visión integral que permita superar las distintas barreras a las cuales se enfrentan. Esa aproximación es la que tienen las distintas entidades de la Fundación Microfinanzas en cada uno de los países donde operan, donde en línea con su propósito, presta especial atención a estos colectivos, apoyándolos mediante la inclusión financiera y el fomento de sus pequeños emprendimientos, que promueven su desarrollo y bienestar.

Al cierre de 2023, Bancamía (Colombia), Financiera Confianza (Perú), Fondo Esperanza (Chile) y Microserfin (Panamá) atendían a más de 17.951, migrantes y refugiados con sus familias, a través de programas e iniciativas especializadas.

Colombia

Colombia ha sido uno de los principales destinos para los venezolanos debido a su proximidad geográfica y políticas migratorias relativamente abiertas. Los venezolanos que llegan a Colombia presentan una diversidad de perfiles, que van desde profesionales altamente cualificados hasta trabajadores informales y personas en situación de vulnerabilidad. Muchos venezolanos se han establecido en ciudades como Bogotá, Cúcuta, Medellín y Barranquilla, donde buscan integrarse en la sociedad colombiana y contribuir a la economía local.

Según datos de la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), Colombia alberga a una de las comunidades de migrantes venezolanos más grandes del mundo. Se estima que más de 2,8 millones de venezolanos han llegado a Colombia desde 2015.

En este recorrido, Bancamía fue el primer banco del país en permitir a los migrantes venezolanos abrir un producto financiero con documentos temporales. La entidad comenzó por cuentas de ahorro, que acompañaban de mecanismos sencillos de inversión como los certificados de depósitos a término. Luego dieron acceso a créditos para ir avanzando en sus emprendimientos y este año pusieron a disposición el portafolio de microseguros, con los cuales se pretende derribar barreras entre ellos y el sector financiero.

Para atender a esta población migrantes hay que hacer frente a importantes retos que comienzan desde la documentación básica de identificación, el desconocimiento de su pasado financiero y para el otorgamiento de créditos, confirmar su decidida vocación de permanencia.



Bancamía fue el primer banco del país en permitir a los migrantes venezolanos abrir un producto financiero con documentos temporales

En Bancamía resolvió el problema de la identificación, vinculándolos con su pasaporte y luego con un documento temporal denominado “permiso especial de permanencia”, posteriormente la legislación colombiana permitió vincularlos al menos con alguno de estos dos, y desde el año 2021, mediante el “Estatuto Temporal de Protección” se creó el PPT (Permiso de Protección Temporal), ofreciéndoles así la oportunidad de acceder a muchos más servicios y garantizando todos sus derechos en el territorio colombiano

En ese sentido, se ha construido una hoja de ruta que ha permitido, identificar sus necesidades y trabajar a partir de sus realidades, para ayudarles a progresar a ellos y también a las comunidades de acogida. En ese camino hemos contado con importantes aliados como IFC, entidad con la que se firmó un acuerdo en 2020 para desarrollar la oferta de valor para el segmento de migrantes venezolanos, especialmente mujeres, con el objetivo de ayudarlos a integrarse con éxito a las dinámicas sociales y económicas del país.

Esto se hizo en 4 etapas: la primera se definió como “Conociendo la voz del cliente”, mediante la cual se identificaron necesidades y se desarrollaron distintos arquetipos, se identificaron las fortalezas y oportunidades internas para desplegar la oferta de valor, luego se aproximó la oferta de valor para los arquetipos seleccionados y, finalmente se creó el producto mínimo viable, para apoyar a estos colectivos. Este acuerdo facilitó la implementación

de herramientas de acercamiento que permitieron conocer las necesidades, desafíos, preferencias, experiencias y aspiraciones de los migrantes en todo lo referente al uso de servicios financieros.

Adicionalmente se han creado alianzas con USAID y DFC (Corporación Financiera de Desarrollo Internacional) del Gobierno de los Estados Unidos, en un modelo de garantías que permiten respaldar los créditos de esta población.

En 2018 se puso en marcha el programa Emprendimientos Productivos para la Paz, (Empropaz), junto a USAID, para impulsar la inclusión financiera en condiciones especiales y formación para la creación de nuevos emprendimientos y el fortalecimiento empresarial en 92 municipios afectados por la violencia y la pobreza. En 2020 este programa se amplió a 21 municipios con mayor inmigración para atender a la población migrante venezolana, colombianos retornados y comunidades de acogida.

El programa Empropaz ha atendido a más de 200.000 personas en estos territorios, 59% mujeres, entre los que se encuentran desplazados y víctimas del conflicto interno, permitiéndoles acceder a productos y servicios financieros y formación especializada. Esta misma oferta está disponible para la población venezolana, y hoy cuenta con 4.441 migrantes vinculados al programa.

De esta forma, a nivel nacional, hoy Bancamía atiende a 8.367 migrantes venezolanos, 55% mujeres y 10% en zonas rurales, que mantienen más de 10.500 productos al cierre de 2023. El 96% de ellos tienen cuentas de ahorro (8.101), el 32% tienen créditos (2.713), con una cartera vigente que supera los 2,6 millones de dólares, y el 26% (2.171) cuentan con microseguros voluntarios (incluyen salud, vida, daños, eventos climáticos, exequias, entre otros) de gran impacto. El 80% de los que poseen créditos tienen un seguro voluntario.

Muchos venezolanos trabajan en el sector informal, realizando actividades como vendedores ambulantes, trabajadores domésticos, conductores de transporte informal, actividades de peluquería, salones de belleza, venta de comida, tiendas y elaboración de postres, entre otros. También se encuentran en sectores como la agricultura, la hostelería y el transporte.

Bancamía atiende a 8.367 migrantes venezolanos, 55% mujeres y 10% en zonas rurales, que mantienen más de 10.500 productos al cierre de 2023

Perú

Según la Superintendencia Nacional de Migraciones de Perú, se estima que más de 1,54 millones de venezolanos ingresaron al país desde el inicio de la crisis en Venezuela en 2015 hasta fines de 2023. La mayoría de los migrantes venezolanos en Perú son jóvenes adultos entre 18 y 35 años, aunque también hay familias enteras y personas mayores. Según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) de Perú, alrededor del 52% de los migrantes venezolanos son mujeres y el 48%, hombres.

Aproximadamente un 64% de la población migrante que reside en el país tiene permiso migratorio. El 33,6% cuenta con carné de extranjería; un 17,8%, con carné de Permiso Temporal de Permanencia (CPP); un 8,9%, con Documento Nacional de Identidad (DNI) y un 3,8% cuenta con Permiso Temporal de Permanencia (PTP) vigente o vencido.

Alrededor del 36% de los venezolanos migrantes no cuentan con un permiso migratorio, haciendo muy compleja su inserción al mercado laboral formal e inclusive, al informal.

Si bien muchos migrantes venezolanos se concentran en Lima, la capital del país, también se han establecido en otras regiones de Perú. Ciudades como Arequipa, Trujillo, Cusco y Tacna también han experimentado un aumento en la población venezolana.

Por categoría de ocupación se observa que el 64,4% de la población refugiada y migrante de Venezuela en el Perú que trabaja se desempeña como empleado u obrero, el 29,3% como trabajador independiente, el 4% como trabajador del hogar y el 1,3% se desempeña como empleador o patrono.

Los migrantes venezolanos en Perú trabajan en una variedad de sectores económicos. El 55,0% lo hace en el sector de servicios; 24,3%, comercio; 12,7%, manufactura; 7,2%, construcción y 0,8%, en agricultura, pesca o minería. Muchos trabajan en empleos informales o temporales debido a las barreras para acceder al mercado laboral formal.

Según el Ministerio de Educación de Perú, se estima que alrededor del 60% de los niños y adolescentes venezolanos en edad escolar asisten a la escuela en Perú. El gobierno peruano ha implementado programas para facilitar la incorporación de estudiantes venezolanos al sistema educativo. El gobierno peruano ha ampliado el acceso de los migrantes venezolanos a servicios de salud básicos a través del Seguro Integral de Salud (SIS). Esto ha permitido que muchos venezolanos accedan a atención médica gratuita o a bajo costo en centros de salud y hospitales públicos.



Al cierre de 2023, FC atendió a 5.297 migrantes venezolanos, con más de 8.079 productos

Perú ha implementado programas de regularización migratoria para brindar estatus legal a los migrantes venezolanos que residen en el país de manera irregular. Esto les permite acceder a empleo formal, servicios sociales y protección legal.

Del total de venezolanos mayores de 14 años que permanecen en el país, el 45,1% declara estar trabajando, el 37,2% no trabaja y el 17,7% no proporcionó información sobre su situación laboral. En el comparativo según sexo se observa que el 51,4% de los hombres declara tener un trabajo y son mayores en 13,4 puntos porcentuales que la misma población en mujeres; asimismo, el 29,5% de la población masculina declara no estar trabajando y es menor en 16,4 puntos porcentuales respecto a la población femenina.

De aquellos que declararon su situación laboral y trabajan, el 55,2% tiene estudios secundarios completos. Los que tienen estudios superiores completos representan el 20% del total, del mismo modo que el 10,7% posee estudios técnicos completos. Por otra parte, los que poseen estudios secundarios incompletos, el grupo que declara tener un trabajo representa el 14,1% del total.

Estos datos proporcionan una visión general de la situación de los migrantes venezolanos en Perú, destacando su contribución a la economía y la sociedad peruana, así como los desafíos que enfrentan en términos de integración y acceso a servicios básicos. En ese contexto, su inclusión

social y un proceso de acogida adecuado, implica, en primer lugar, identificar las necesidades específicas de la población migrante, abordando los sesgos en el proceso.

Financiera Confianza (FC), gracias a las siete alianzas estratégicas centradas exclusivamente en población migrante venezolana, ha podido fortalecer su oferta de valor y su mirada integral del migrante construyendo formas de entenderlo. Es una de las primeras financieras en trabajar con población migrante, y sobre todo, en ofrecerles un amplio abanico de productos 100% digitales y servicios *ad hoc* teniendo en cuenta sus necesidades y características.

Al cierre de 2023, FC atendió a 5.297 migrantes venezolanos, con más de 8.079 productos. El 98% de ellos tienen cuentas de ahorro (5.206), el 28% tienen créditos (1.497) y el 26% (1.376) cuentan con microseguros voluntarios. El 91% de los que poseen créditos tienen un seguro voluntario.

La estrategia de trabajo parte del análisis de necesidades, por lo que el trabajo de FC con la población migrante ha permitido entender cómo las diversas situaciones de vulnerabilidad y carencias que enfrentan afectan a su inclusión económica, y de manera más integral, a su

inclusión social. Por este motivo la entidad utiliza el ahorro como estrategia de entrada, sobre todo, porque la mayoría de clientes o potenciales clientes migrantes no están bancarizados. Este año, las cuentas de ahorro confianza 100% digitales han destacado en su preferencia, y a nivel nacional, por su innovación y capacidad de contribuir al cierre de brechas.

Además de la inclusión financiera, FC reconoce la importancia de la diversidad y de inclusión social y laboral de la población migrante y desplazada. Por este motivo, y en alianza con organizaciones de base y entidades que promueven la inclusión laboral, FC cuenta con 6 colaboradores migrantes, con gran aporte y contribución a la comprensión de las necesidades reales, espacios de comunicación, y deseos de la población migrante y desplazada.

Aún hay mucho camino por recorrer para lograr una verdadera y plena inclusión financiera de la población migrante y desplazada en el país. Por eso desde FC se participa de manera activa en espacios de concertación, discusión y diálogo, tanto con el sector público como privado, para generar los cambios necesarios en las políticas y en los procesos relativos a la población migrante y desplazada.

Es una de las primeras financieras en trabajar con población migrante, y sobre todo, en ofrecerles un amplio abanico de productos 100% digitales y servicios *ad hoc* teniendo en cuenta sus necesidades y características.

Chile

Según el Departamento de Extranjería y Migración de Chile, se estima que más de 532.715 venezolanos ingresaron al país desde el inicio de la crisis en Venezuela en 2015 hasta fines de 2022. Esta cifra representa el 33% del total de migrantes en Chile, duplicando el peso del segundo país, que es Perú.

La población venezolana en Chile es diversa en cuanto a edad y género. Se compone de personas jóvenes, familias enteras y adultos mayores. El 80% de los venezolanos que tienen hijos viven con ellos, mostrando que es una comunidad con mayor intención de permanencia que otros colectivos. Solo un 13% vive en hogares unipersonales.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de Chile, alrededor del 55% de los venezolanos que residen en Chile son hombres y el 45% son mujeres. Cerca del 71% de los migrantes en edad de trabajar se concentra en el tramo de 18-39 años.

El modo del financiamiento del viaje define puntos de partida diferentes en términos de integración. Aquellos que han apalancado su traslado tendrán mayores dificultades para recomenzar. El 77% de los venezolanos señalan que hicieron uso principalmente de recursos propios en origen para financiar su traslado, por lo que están en mejores condiciones.

La mayoría de los migrantes venezolanos en Chile se concentran en la Región Metropolitana de Santiago,

especialmente en la capital, Santiago. Sin embargo, también se han establecido comunidades venezolanas en otras ciudades importantes como Antofagasta, Valparaíso y Concepción.

Los migrantes venezolanos en Chile trabajan en diferentes sectores económicos. Muchos se desempeñan en el sector servicios, incluyendo restaurantes, hotelería, retail y salud. Otros trabajan en construcción, minería, tecnología, educación o se dedican al emprendimiento.

El 64,6% de los venezolanos muestran una educación superior completa. El 30,8% tiene educación secundaria completa, siendo de los grupos migrantes los que tienen el mayor nivel educativo. El 47,4% de los venezolanos con educación superior completa lo han hecho en ingeniería o carreras tecnológicas; sin embargo, solo el 10% ha convalidado sus títulos.

Alrededor del 79% de los trabajadores migrantes venezolanos se encuentra empleado como asalariado y el 18% lo hace por cuenta propia. Hay una brecha de 25 p.p respecto al desempeño de sus profesiones en Venezuela versus en Chile, estando muchos en trabajos no asociados a su formación y la mayoría haciendo actividades por cuenta propia que tienen como principal limitación el acceso a los servicios financieros en el país de destino.



Fondo Esperanza atiende a 4.264 migrantes, comenzando muchos de ellos a obtener microseguros que completan su oferta de valor

En este sentido, Fondo Esperanza atiende a 4.264 migrantes que en su totalidad tienen acceso a créditos por un monto de 2,75 millones de dólares, comenzando muchos de ellos a obtener microseguros que completan su oferta de valor. Al no ser una entidad regulada, no tiene opción a ofrecer instrumentos de ahorros a este colectivo.

Panamá

Según datos del Servicio Nacional de Migración de Panamá se estima que más de 162.000 venezolanos han llegado al país desde el inicio de la crisis en Venezuela en 2015, para residir en él, mientras que aproximadamente 328.000 migrantes venezolanos irregulares transitaron por el país rumbo al norte del continente hasta fines de 2023.

Panamá ha implementado programas de regularización migratoria para brindar estatus legal a los migrantes venezolanos que residen en el país de manera irregular. Esto les permite acceder a empleo formal, servicios sociales y protección legal.

La población venezolana en Panamá es diversa en cuanto a edad y género. Se compone de personas jóvenes, familias enteras y adultos mayores. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) de Panamá, aproximadamente el 53% de los venezolanos que residen en Panamá son hombres y el 47% son mujeres.



Los migrantes venezolanos en Panamá se concentran principalmente en la Ciudad de Panamá y la provincia de Panamá Oeste, donde se encuentran la mayoría de las oportunidades laborales y servicios. Sin embargo, también se han establecido comunidades venezolanas en otras áreas urbanas y rurales del país.

Los migrantes venezolanos trabajan en diferentes sectores económicos. Muchos se desempeñan en el sector servicios, incluyendo restaurantes, hotelería, comercio minorista y atención al cliente. Otros trabajan en construcción, banca, tecnología, educación y emprendimiento.

Algunos migrantes venezolanos en Panamá han optado por iniciar sus propios negocios o emprendimientos, aprovechando sus habilidades y experiencia para establecerse en el mercado local. Se pueden encontrar restaurantes, cafeterías, tiendas de ropa, servicios profesionales y otros negocios propiedad de venezolanos en todo el país.

Microserfin es la única entidad en Panamá que atiende a personas con estatus de refugiados o solicitantes de refugio, gracias a una alianza que tiene en marcha con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y la Cruz Roja Panameña

En este sentido, Microserfin, la entidad panameña de la FMBBVA, apoya a los migrantes venezolanos mediante un crédito individual destinado a atender a los refugiados dueños de microempresas con un nivel mínimo de formalidad que requieren suplir necesidades de capital trabajo, inversión o ambas para ampliar o mejorar la gestión de sus actividades.

Microserfin mantiene un compromiso con este colectivo desde hace más de diez años siendo la única entidad en Panamá que atiende a personas con estatus de refugiados o solicitantes de refugio, gracias a una alianza que tiene en marcha con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y la Cruz Roja Panameña.

El programa de Inclusión financiera para refugiados permite a estas personas que han sido forzadas a huir de sus países producto de la violencia, la guerra o la persecución, acceder a servicios financieros, no financieros, acompañamiento y una oferta de valor pensada en sus necesidades, que potencien su integración socioeconómica en Panamá.

Gracias a esta alianza estratégica, Microserfin hasta el cierre del 2023 ha desembolsado más de 200.000 dólares a refugiados ofreciéndoles la oportunidad de tener una vida crediticia en el país e invertir en sus negocios para su crecimiento y la mejora de sus condiciones de vida.

Para fortalecer esta línea de atención, en 2023 la entidad fortaleció sus alianzas para multiplicar el impacto en este colectivo con la firma de un Memorandum de Entendimiento junto a la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) en Panamá, que establece un marco general de colaboración entre ambas instituciones y con el cual se prevé, de cara a los próximos años, propiciar la máxima cooperación entre las partes a fin de facilitar el intercambio de conocimientos, experiencias y asimismo impulsar la colaboración e identificación de programas y/o proyectos de interés común que fomenten la integración socioeconómica de las personas migrantes.

Los migrantes venezolanos en Panamá se concentran principalmente en la Ciudad de Panamá y la provincia de Panamá Oeste