Inteligencia artificial y Transformación Digital 2030

El mes de julio fue en Perú el de la promoción de las nuevas tecnologías. Comenzó con la aprobación de la Ley que Promueve el Uso de la Inteligencia Artificial, que tiene por objeto fomentar el uso de la inteligencia artificial en el marco del proceso nacional de transformación digital, teniendo en cuenta a la persona y el respeto de los derechos humanos, con el fin de fomentar el desarrollo económico y social del país, en un entorno seguro que garantice su uso ético, sostenible, transparente, replicable y responsable.

Desarrollo y uso de la inteligencia artificial

La ley contempla los siguientes principios para el desarrollo y uso de la inteligencia artificial:

Enfoque basado en riesgo
Debate plural para el desarrollo de políticas de regulación
Gobernanza de internet por parte del Estado, instituciones del sector privado y la sociedad civil
Valoración y promoción de la sociedad digital
Promoción y desarrollo ético para una inteligencia artificial responsable
Protección y promoción de la privacidad

Por otro lado, define los siguientes conceptos: inteligencia artificial, sistema basado en inteligencia artificial, tecnologías emergentes, algoritmo; y establece que la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros es la autoridad técnico-normativa

competente a nivel nacional responsable de dirigir, evaluar y supervisar el uso y la promoción del desarrollo de la inteligencia artificial y las tecnologías emergentes, a través de las siguientes acciones:

El desarrollo de la inteligencia artificial
La formación de profesionales para el uso de la inteligencia artificial
La creación y el fortalecimiento de la infraestructura digital
El desarrollo de una infraestructura de datos
La adopción de lineamientos éticos
Un ecosistema de colaboración a nivel nacional e internacional

Política de Transformación Digital 2030

Por otro lado, días después se publicó la Política Nacional de Transformación Digital al 2030, con los siguientes objetivos: i) Garantizar el acceso inclusivo, seguro y de calidad al entorno digital a todas las personas; ii) Vincular la economía digital a los procesos productivos sostenibles del país; iii) Garantizar la disponibilidad de servicios públicos digitales inclusivos, predictivos y empáticos con la ciudadanía; iv) Fortalecer el talento digital en todas las personas; v) Consolidar la seguridad y confianza digital en la sociedad; y vi) Garantizar el uso ético y adopción de las tecnologías exponenciales y la innovación en la sociedad.

Ley que Promueve el Uso de la Inteligencia Artificial en favor del desarrollo económico y social del país. AQUÍ

Dos expertos de la FMBBVA nos cuentan cómo la digitalización ayuda a los más vulnerables

Gabriela Eguidazu, directora de Innovación y Crecimiento Inclusivo de la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA), tiene más de 18 años de experiencia en el sector financiero. En 2012 se incorporó a Bancamía, entidad colombiana de la FMBBVA, donde fue vicepresidenta de Transformación Digital e Innovación. Desde 2022 es la responsable de la estrategia de digitalización, sostenibilidad ambiental y empoderamiento económico de las mujeres.

Yuri Dolorier, gerente de División de Operaciones, Tecnología y Canales de Financiera Confianza, cuenta con una amplia experiencia en el sector financiero y microfinanciero. Ha desarrollado su carrera profesional en las áreas de Riesgos, Comercial y Desarrollo de productos y Servicios en BBVA y en Financiera Confianza, entidad de la FMBBVA en Perú.

En este número de la revista *Progreso* conversamos con estos dos expertos en innovación sobre la *tecnología con propósito y su capacidad para crear* oportunidades reales de desarrollo.

– Los especialistas hablan siempre de la importancia de la “experiencia del usuario” a la hora de diseñar una herramienta digital. Cuando la tecnología se hace para personas en vulnerabilidad, como ocurre en la FMBBVA, les preguntamos: ¿Qué hay que tener en cuenta?

Yuri Dolorier: La tecnología debe ser fácil y amigable. Un emprendedor que vive en una zona rural tarda 4 horas en llegar hasta la sucursal para hacer sus transacciones financieras, lo que le obliga a cerrar su negocio esas horas y dejar de tener ingresos. Para solucionar ese problema, en Financiera Confianza pusimos en marcha los *corresponsales bancarios*, pequeños negocios en las zonas rurales, como una farmacia, a cuyos dueños formamos para que puedan realizar operaciones financieras como en una sucursal. Funcionan bien y ahorran tiempo y dinero a los emprendedores.

Hemos solucionado ese problema, pero debemos seguir innovando: antes para hacer esas transacciones dependíamos de un datáfono y una impresora, y ahora gracias a nuestra app de corresponsales bancarios usamos la biometría de voz y los códigos QR para autentificar las operaciones. Además, tenemos *agentes satelitales* que permiten la conectividad a Internet en zonas rurales alejadas, lo que da acceso a teleeducación o telemedicina. Con este modelo realizamos más de 300.000 transacciones mensuales. Pero no queremos abandonar la banca relacional, y nuestros asesores siguen yendo hasta los negocios de los emprendedores que necesitan esa atención personalizada presencial.

Yuri Dolorier y Gabriela Eguidazu, en el panel de expertos del acto de la FMBBVA *Tecnología para cerrar brechas*

– Los emprendedores de la FMBBVA viven en zonas muy afectadas por los cambios climáticos, y su situación socioeconómica les hace más vulnerables a fenómenos climáticos adversos. Cuando la prioridad es cubrir las necesidades básicas queda en segundo plano el protegerse para el futuro. ¿Cómo puede ayudar la tecnología en estos casos?

Gabriela Eguidazu: El secretario general de la Organización Mundial de Meteorología de Naciones Unidas ya ha advertido que en América Latina y el Caribe las consecuencias del cambio climático van a ser muy intensas. Por eso es muy importante que la región adopte sistemas de medición temprana. En esa línea **estamos trabajando en elaborar unos mapas que nos permitan determinar el índice de vulnerabilidad climática que tienen los emprendedores**.

Tomamos datos de información meteorológica, como precipitaciones, heladas o sequías, y la cruzamos con la geolocalización de los emprendedores y así evidenciamos cuál es su nivel de exposición a los efectos climáticos. Esta información es muy útil y nos ayuda a determinar qué tipo de medidas necesitan: por ejemplo formación o financiación para

implementar una medida de adaptación como reconstrucción de suelo o agricultura de conservación, o si viven en una zona con mucho riesgo lo que necesitan es un seguro para protegerse. Este tipo de productos que estamos desarrollando les permite ser mucho más resilientes y les ayuda a mitigar el impacto del clima. Actualmente estamos ayudando a más de 165.000 emprendedores con alguna de estas medidas y nuestro compromiso es aumentar esta cifra.

– Por seguir con cifras, más de 800.000 emprendedores utilizan las apps de banca móvil de las entidades de la FMBBVA. ¿Qué tienen de especial estas aplicaciones?

Yuri Dolorier: Somos punta de lanza en muchas soluciones tecnológicas, pero hay muchos retos. Por ejemplo, nuestros emprendedores olvidan sus contraseñas o tienen la huella dactilar deteriorada por el tipo de trabajo manual que realizan o su teléfono móvil es de gama baja o tienen un bajo nivel de educación financiera digital, que puede llegar al 90% de los casos en zonas rurales. Por eso hemos implementado diferentes soluciones: por ejemplo las biometría facial y de voz para el acceso a la banca móvil y realizar transacciones en las agencias. En tan solo 6 segundos, los clientes pueden autenticar sus transacciones usando la biometría de voz en cualquier dialecto que se habla en Perú. El 60% de nuestros emprendedores ya no va a la agencia para formalizar sus créditos y lo hace utilizando la contratación electrónica. Además, emprendedores migrantes de cualquier nacionalidad pueden abrir una cuenta de ahorro digital: de hecho Financiera Confianza es la primera entidad peruana que ha integrado los documentos de los migrantes en su core bancario. Es importante humanizar la tecnología, especialmente cuando se diseña para personas de escasos recursos para quienes las herramientas digitales no son tan familiares. De ahí la importancia de nuestras e*squinas digitales,* espacios físicos en las sucursales donde nuestros *embajadores digitales* acompañan a los emprendedores en su formación digital. El proceso de integración al ecosistema digital a través de Bing va a permitir a nuestros clientes realizar sus transacciones de forma segura y sin coste. En las entidades de la FMBBVA ya se han realizado 25 millones de transacciones digitales.

– Tecnología y análisis de datos van siempre de la mano. ¿En qué productos de la FMBBVA se ve especialmente ese binomio?

Gabriela Eguidazu: Los seguros paramétricos son un claro ejemplo de cómo combinando los datos y la tecnología estamos afrontando las consecuencias de un problema real como es el cambio climático. Según las grandes aseguradoras solo el 7% de las pérdidas por desastres naturales están aseguradas en países de ingresos medios y bajos, lo que tiene unas altísimas consecuencias económicas y sociales para estas personas. Hemos

diseñado un seguro para proteger a los emprendedores de fenómenos climáticos extremos.
Este tipo de seguro facilita mucho el proceso de reclamación para el emprendedor, ya que se basa en parámetros (ej. las precipitaciones) y umbrales normales, por lo que cuando estos umbrales se exceden, el sistema lo detecta, y geolocaliza a las personas afectadas de forma automática, y automáticamente la aseguradora les paga la indemnización a través de una cuenta de ahorro (sin que sea necesario una reclamación por parte del asegurado). Esto es muy cómodo para ellos: es una ayuda directa que les permite afrontar los gastos imprevistos o las pérdidas por tener el negocio cerrado.

– Una última pregunta para los dos, en realidad es más una reflexión: ¿Pueden compartir con nuestros lectores un mensaje de futuro sobre el uso de la tecnología?

Yuri Dolorier: Sigamos haciendo que las cosas sucedan. La inclusión digital de los menos favorecidos es más viable a través de la tecnología.
Debemos continuar trabajando incansablemente en la búsqueda de soluciones innovadoras, fáciles, amigables y sobre todo seguras, manteniendo siempre el componente humano a través de un acompañamiento constante y cercano para llevar nuestra solución, nuestra oferta de valor, a la puerta de las viviendas de los emprendedores.
Gabriela Eguidazu: Creo que el mensaje principal es que cuando combinamos las ganas extraordinarias que tienen las personas por salir adelante con los servicios financieros que les ofrecemos y ponemos la tecnología a su alcance, realmente estamos contribuyendo a que salgan adelante y superen la pobreza.

Protección de datos y ciberseguridad

Colombia

En el mes de julio se publicó en Colombia la Ley 2300 del 10 de julio de 2023, de Protección de la Intimidad de los Consumidores, que tiene por objeto proteger el derecho a la intimidad de los consumidores, estableciendo los canales, el horario y la periodicidad en la que estos pueden ser contactados por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera.

Entre otras medidas, la ley contempla que solamente podrán ser utilizados canales de comunicación aprobados por los clientes, no se permiten contactos por varios canales en una misma semana ni más de una vez al día, se debe contar con autorización del cliente para hacer gestiones de cobranza en su

domicilio o lugar de trabajo, no se puede obligar a consumidores a recibir publicidad de asuntos diferentes al producto/servicio adquirido y se debe cancelar el envío de publicidad cuando el consumidor lo solicite.

Ley 2300 de 2023 Protección al Consumidor: AQUÍ

Perú

En la misma línea, el Congreso de Perú aprobó la Ley que modifica la Ley 29571, de Protección y Defensa del Consumidor, prohibiendo el envío de comunicaciones con fines comerciales o publicitarios desde las 8:00 PM a las 7:00 AM del día siguiente, ni los sábados, domingos o días festivos. Asimismo, se advierte que la vulneración a esta prohibición dará lugar a una infracción de carácter muy grave, con sanción.

Mencionar que anteriormente se permitía el envío de este tipo de comunicaciones a los consumidores en el horario señalado, siempre y cuando se contara con su consentimiento previo. Ahora, se prohíbe la comunicación de manera absoluta en dicho horario e implica que se establece la aplicación de la regla del "primer contacto" que faculta a los proveedores a realizar un primer acercamiento con los consumidores únicamente con el fin de recabar su consentimiento expreso para el envío de publicidad.

Asimismo, recientemente se publicó en el país la Resolución de la SBS que modifica el Reglamento para la Gestión de la Seguridad de la Información y la Ciberseguridad, que establece que el enrolamiento de un usuario en un canal digital requiere, por lo menos, verificar la identidad del usuario y tomar las medidas necesarias para reducir la posibilidad de suplantación de identidad, lo que incluye el uso de dos factores biométricos o el uso

de dos factores de categorías diferentes e independientes, salvo que se trate de productos de seguros incluidos en el régimen simplificado de debida diligencia de conocimiento del cliente, en cuyo caso se puede hacer uso de un único factor biométrico.

Requiere también contar con un control ante ataques de terceros, que puede incluir un código único generado mediante métodos criptográficos, a partir de los datos específicos de cada operación. Da un plazo hasta el 30 de junio de 2024 para adecuar los procedimientos internos.

Ley que modifica la Ley 29571, de Protección y Defensa del Consumidor: AQUÍ

República Dominicana

Por último, la Superintendencia ha publicado la Circular CSB-REG-202300014, con lineamientos y reiteraciones para el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la Ley núm. 172-13, que tiene por objeto la protección integral de los datos personales asentados en archivos, registros públicos, bancos de datos u otros medios técnicos de tratamiento de datos destinados a dar informes, sean estos públicos o privados.

Así, se exige a las Entidades de Intermediación Financiera:

Obtener el consentimiento expreso de los titulares previo a realizar consultas de sus reportes crediticios en las Sociedades de Información Crediticia (SIC)
Responder las reclamaciones que le sean notificadas por las SIC en un plazo máximo de 10 días hábiles
Realizar de inmediato las modificaciones que correspondan, cuando acojan la reclamación presentada por el titular

También se establece una serie de obligaciones para las SIC, como presentar la información del titular en forma clara, completa y detallada en sus reportes de crédito, y contar con sistemas parametrizados que permitan: i) filtrar la información que no debe ser publicada, ii) el cruce de informaciones para advertir si la fecha del crédito se está reportando mal, y iii) excluir la información que no corresponde.

Circular CSB-REG-202300014: AQUÍ

Greenwashing

Colombia

Recientemente se presentó ante el Congreso el proyecto de ley 101-23 mediante el que se regula y sanciona el lavado verde de imagen o greenwashing, con el objetivo de establecer medidas para regular, prevenir y sancionar el lavado verde de imagen.

En concreto, el proyecto obliga a personas jurídicas y naturales que realicen publicidad de la sustentabilidad a proporcionar información completa, veraz, verificable, comprensible y precisa. Además, prohíbe omitir antecedentes relevantes que puedan llevar a error a la audiencia. Igualmente, promueve la transparencia y la veracidad en la comunicación de prácticas sustentables, evitando la confusión o el engaño a los consumidores.

Perú

Por otra parte, y en línea con el proyecto colombiano, en Perú, INDECOPI ha emitido una Guía de Publicidad Ambiental para la difusión de Publicidad Verde y evitar el Greenwashing. La Guía establece los cinco principios de la publicidad verde:

La veracidad, que consiste en que las afirmaciones objetivas sobre el producto o servicio que se difunde en la publicidad cuenten con un sustento técnico o científico actualizado y que haya sido emitido de manera previa a la difusión del anuncio
La claridad de la información que se proporciona al consumidor y al mercado, evitando la imprecisión sobre la realidad del producto o servicio
La pertinencia de trasladar al consumidor información relevante y que esté directamente relacionada con el producto
La transparencia de la información para el consumidor
La lealtad para efectuar comparaciones sobre atributos objetivos que resulten verdaderos, exactos y pertinentes

Guía de Publicidad Ambiental para la difusión de Publicidad Verde y evitar el Greenwashing: AQUÍ

Responsabilidad penal personas jurídicas

El pasado 17 de agosto se publicó en Chile la Ley 21595 que Sistematiza los Delitos Económicos y Atentados contra el Medio Ambiente, con el objetivo de: i) sistematizar los delitos económicos y atentados contra el medio ambiente; ii) regular las penas y consecuencias adicionales aplicables; iii) modificar una serie de textos legales para perfeccionar y complementar el ámbito normativo del derecho penal económico.

La ley crea cuatro categorías de delitos vinculados a la actividad empresarial, de cara a determinar si se consideran o no “delitos económicos”, con reglas y penas que les son propias. Asimismo, restringe la aplicación de las penas sustitutivas a esta clase de delitos, buscando que se cumpla su condena mediante penas privativas de libertad efectivas.

También introduce cambios a la Ley 20393 sobre Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica, ampliando el catálogo de delitos que generan responsabilidad penal a los delitos económicos y estableciendo las exigencias legales que deben cumplir los modelos de prevención de delitos.

Fomento del emprendimiento, formación y desarrollo empresarial de mujeres

El pasado mes de octubre se publicó la Ley para el Fomento de la Inclusión y Participación de las Mujeres en los Programas para el Emprendimiento, Formación y Desarrollo Empresarial.

Participación mínima de mujeres

La ley tiene por objeto disminuir la brecha de género en el país, al garantizar la obligación de participación mínima de mujeres en los proyectos, programas, instrumentos, fondos y recursos dirigidos al fomento del desarrollo empresarial, emprendimiento, innovación y formación de las personas; organizados por las entidades del orden nacional y del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación.

Además, fomenta la vinculación de las mujeres a los programas de formación en carreras STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) de entidades nacionales, sectores administrativos e instituciones de educación superior, en el marco de su autonomía.

Fomento desarrollo empresarial

La Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, conjuntamente con el Ministerio de Comercio, el SENA, la Dirección de Mujer Rural del Ministerio de Agricultura, iNNpulsa Colombia y el Ministerio de la Información y las Comunicaciones; y contando también con la participación de las entidades territoriales y organizaciones no gubernamentales de mujer, serán los organismos encargados de elaborar, en los seis meses siguientes a la expedición de la ley, un documento que trace los principios, objetivos, criterios, procedimientos de diagnóstico e indicadores de verificación y seguimiento cualitativo y cuantitativo.

La emprendedora colombiana Marina Uriana con su asesor. Bancamía (FMBBVA)

Dichos principios orientarán la identificación de brechas de género y las asignaciones del porcentaje mínimo obligatorio de mujeres a cumplir en cada programa de fomento al desarrollo empresarial, emprendimiento, innovación y formación, distribuyendo este porcentaje, bajo criterios de igualdad y equidad, en cada uno de los departamentos.

Este documento será usado por las demás entidades del orden nacional y territorial convocantes para cumplir con la obligación de definir el porcentaje mínimo de participación de mujeres en las particularidades de sus programas y mitigar la brecha identificada en el mismo.

Ley 2337 de 2023 Congreso de la República de Colombia: AQUÍ

Protección a la mujer “jefa de hogar”

En el mes de mayo, se publicó en Perú la Ley de Protección a la Mujer Jefa de Hogar en situación de Pobreza o Pobreza Extrema, que tenía como objeto proteger a dichas mujeres que, independientemente de su estado civil, asumen económicamente de forma exclusiva y permanente la manutención y el cuidado de sus hijos menores de edad o con discapacidad, o de sus cónyuges o convivientes con incapacidad física o mental permanente que no le permite valerse por sí mismo.

Protección especial a las jefas de hogar

En desarrollo de la referida ley, se publicó en noviembre el Reglamento de la Ley de protección a la mujer jefa de hogar en situación de pobreza o pobreza extrema, a fin de establecer los mecanismos necesarios para dar protección especial a la mujer jefa de hogar en situación de pobreza o pobreza extrema.

Contiene un primer capítulo con las principales definiciones y enfoques de la ley; otro capítulo dedicado al Registro de la Mujer Jefa de Hogar, en el que se inscribirán todas aquellas mujeres que hayan recibido la certificación de “jefa de hogar” por parte del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables; y otro capítulo más extenso con criterios orientadores y mecanismos para la promoción y fortalecimiento de los derechos de dichas mujeres.

Criterios orientadores y fortalecimiento de derechos

El reglamento contempla para todas las entidades públicas, en los tres niveles de gobierno, de acuerdo a sus competencias y según corresponda, adoptan para la toma de decisiones dirigidas a fortalecer los derechos económicos, sociales, culturales, de salud y educativos de la mujer jefa de hogar en situación de pobreza o pobreza extrema, los siguientes criterios orientadores: i) generación de información; ii) empoderamiento; iii) no discriminación contra la mujer; iv) desarrollo de capacidades.

Recoge, además, un conjunto de medidas para fortalecer los derechos sociales, económicos, de educación y salud de las mujeres jefas de hogar.

Plataforma Digital Mujer Jefa de Hogar

Igualmente, establece que el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables implementará una plataforma digital denominada “Plataforma Digital Mujer Jefa de Hogar”, en la que se informará de los servicios a disposición de las mujeres jefas de hogar por parte de las entidades públicas a las que hace referencia la Ley N° 31754, incluyendo los gobiernos regionales y locales; siendo responsables que su contenido se encuentre actualizado.

La “Plataforma Digital Mujer Jefa de Hogar” contendrá también un asistente en línea, mediante la cual las mujeres jefas de hogar podrán formular consultas, que serán atendidas por el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

Ley de Protección a la Mujer Jefa de Hogar en situación de Pobreza o Pobreza Extrema: AQUÍ

La Reina, testigo de cómo las herramientas digitales mejoran la vida de millones de emprendedores vulnerables

La tecnología puede contribuir a conseguir un mundo más inclusivo y sostenible y ayudar a mejorar la vida de las personas vulnerables.

Inteligencia artificial y biometría facial para hacer operaciones financieras y mapas de vulnerabilidad climática son algunas de las herramientas de vanguardia que la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) pone a disposición de 3 millones de emprendedores vulnerables en América Latina.

La Reina ha intervenido en el acto *Tecnología para cerrar brechas. Creando sin límites,* organizado por la FMBBVA. "Escuchar a María y a Rony es muy pertinente porque ellos dan sentido al esfuerzo de la Fundación Microfinanzas BBVA para que las inequidades, la pobreza y la exclusión social den paso a un desarrollo inclusivo sostenible e igualitario", señalaba la Reina.

finanzas

En su intervención la Reina destacó el “esfuerzo de la FMBBVA para un desarrollo inclusivo sostenible e igualitario”

Un acto en el que la emprendedora María Jorge y su asesor Rony Sulca explicaron cómo la digitalización mejora su día a día. Más de 800.000 emprendedores de escasos recursos a los que atiende la FMBBVA son digitales. El 90% de los créditos se conceden usando la ‘app’ que cada asesor lleva en su dispositivo móvil y que funciona también offline.

Javier M. Flores, director general de la FMBBVA, aseguró en su intervención, en la clausura: “no debemos ponernos límites cuando se trata de utilizar la tecnología para el bien común, sigamos trabajando para que los avances tecnológicos cierren brechas y para dar pasos hacia un mundo más justo y equitativo; necesitamos colaborar, innovar y comprometernos, más si cabe, a hacer de la digitalización una herramienta para el bienestar de todos”.

Más información

Los mejores momentos del acto *Tecnología para cerrar brechas. Creando sin límites* AQUÍ

Digitalización para apoyar un progreso inclusivo

En un mundo en constante transformación digital, el acceso a la tecnología no es igualitario. Actualmente un tercio de la población mundial sigue sin estar conectada. Este dato de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo especializado en tecnología de las Naciones Unidas, informa que hoy 2.600 millones de personas no acceden a Internet ni a las ventajas educativas, sociales o económicas que se derivan de ese acceso. Suelen ser poblaciones ya de por sí excluidas, como personas de escasos ingresos, o que viven en zonas rurales, mujeres, de más edad o con menor nivel educativo.

La innovación está en el ADN de la FMBBVA. Usa las nuevas tecnologías para cerrar las diferentes brechas y afrontar retos como la inclusión financiera, la igualdad de género y la sostenibilidad ambiental.

Durante el acto *Tecnología para cerrar brechas. Creando sin límites*, en el panel *Microfinanzas en la era digital,* expertos de la FMBBVA y de sus entidades en Perú, República Dominicana y Panamá han explicado los avances tecnológicos que la Fundación pone a disposición de 3 millones de emprendedores vulnerables en

América Latina y cómo esas tecnologías también han mejorado y agilizado los sistemas de trabajo de los asesores.

El Gerente de Transformación Digital de Microserfin destacaba la puesta en marcha de un asistente virtual diseñado con inteligencia artificial para que en las visitas a los hogares-empresa de los emprendedores los asesores tengan la información necesaria para apoyarles de la mejor manera. “Podrá conversar de forma natural con ellos y en un lenguaje sencillo. Si tienen alguna duda puntual, el asistente les dará rápido la información correcta. Esto les permite orientar mejor al emprendedor sobre las distintas opciones financieras y de capacitación más útiles para su negocio, y así generar más confianza. La tecnología refuerza nuestro modelo relacional. Estamos aplicando inteligencia artificial para potenciarlo sin perder el acompañamiento cercano y ágil”, explicaba Oliver Calvo.

ansformación Digital de Microserfin, y Mercedes Canalda de Beras -Goico, presidenta ejecutiva de Banco
expertos

Ese modelo relacional es la seña de identidad de la FMBBVA. Por su situación socioeconómica los emprendedores en ocasiones utilizan las nuevas tecnologías y otras veces son reticentes a usarlas. Vencer el miedo a la digitalización con un acompañamiento formativo mejora el rendimiento de sus negocios, les permite descubrir las posibilidades, por ejemplo, de las ventas online, y ser dueños de su tiempo cuando hacen gestiones administrativas desde sus teléfonos móviles sin tener que ir a la sucursal. "Es importante destacar la humanización de la tecnología a través de las esquinas digitales, espacios destinados en nuestra red de oficinas donde nuestro equipo de embajadores digitales (influencer digitales) acompañan a los emprendedores en el camino a su digitalización", señalaba Yuri Dolorier, Gerente de División de Operaciones, Tecnología y Canales de Financiera Confianza.

De izq. a dcha. Elizabeth Prado, presentadora del acto; Yuri Dolorier, de Financiera Confianza, y Gabriela Eguidazu, de la FMBBVA

La FMBBVA tiene una estrategia consolidada de transformación digital que le ha permitido desarrollar un ecosistema diseñado para dar mejor servicio a los emprendedores. “Contamos con una aplicación para que los asesores puedan atender a los clientes en sus negocios, y está integrada con el expediente digital. Además, la aplicación para los corresponsales bancarios nos ha permitido más presencia, cercanía y llegar a zonas más excluidas. Tenemos la aplicación *Appdopem*, diseñada para que los emprendedores gestionen sus finanzas de

forma autónoma y hagan pagos, transferencias, etc. Además contamos con un canal de atención por *Whatsapp*, entre otras soluciones para potenciar al máximo nuestra banca relacional con nuevas herramientas tecnológicas", detallaba Mercedes Canalda de Beras -Goico, presidenta ejecutiva de Banco Adopem.

Gabriela Eguidazu, directora de Innovación y Crecimiento Inclusivo de la FMBBVA, cerraba el panel de expertos con una frase que resume de forma muy acertada la labor que la Fundación realiza en América Latina desde hace ya 16 años: "Cuando combinamos el esfuerzo y las ganas de los emprendedores para salir adelante con nuestra experiencia, la tecnología y nuestras herramientas, logramos cambiar la vida de estas personas".

Emprendedores y asesores, protagonistas del éxito de las microfinanzas

Las microfinanzas han demostrado ser una herramienta útil para generar progreso en los países en desarrollo. Para que un servicio microfinanciero integral cambie de verdad la vida de las personas y la de sus familias debe crearse una relación de confianza entre el cliente y la entidad. La figura del asesor genera esa vinculación que se ha reforzado con la formación en habilidades digitales.

En el acto *Tecnología para cerrar brechas* una emprendedora y un asesor peruano de la FMBBVA explicaron cómo, ella en su negocio y él en su trabajo en el terreno, aprovechan las ventajas de la digitalización.

La emprendedora María Jorge Álvarez es madre cabeza de familia y ha sacado adelante a sus cuatro hijos; la mayor estudia Derecho. Vive en la selva, en una comunidad indígena apartada donde no es habitual usar la tecnología. Desde hace ocho años es clienta de Financiera Confianza, la entidad peruana de la FMBBVA. "Mi asesor me enseñó a usar la App y puedo consultar mi saldo y verificar las fechas de mis pagos. Y ahora con la identificación por voz es todo más sencillo que usar claves. Es muy fácil: primero me tomé un selfie y la app comprobó que era yo gracias a la biometría facial. Después registré mi voz diciendo una frase. Además, entro en la aplicación, creo un código QR y puedo retirar mi dinero", explicaba.

María Jorge usa la tecnología para eliminar las barreras geográficas y estar conectada

Gracias a su asesor María ha superado su desconfianza a usar la tecnología.

Para llegar a ese momento se partió de la necesidad inicial de digitalizar también los procesos internos de las propias entidades microfinancieras. “Me enseñaron a utilizar y aprovechar las herramientas digitales, lo que me sirvió mucho en mi trabajo de campo. Ahora toda la oficina está en mi celular. Trabajamos con nuestros teléfonos o *tablet*: las aplicaciones funcionan offline de manera rápida y accesible”, explica Rony Sulca. “Cuando voy a visitar a un emprendedor a su negocio abro la aplicación y realizo una preevaluación, geolocalizo su dirección, hago una solicitud de crédito, subo fotos y documentos.. y toda esta información se almacena en un expediente digital”.

El asesor Rony Sulca visita a la artesana María Jorge en su negocio en la selva peruana

La geolocalización es una funcionalidad especialmente valiosa. Muchos emprendedores viven en zonas rurales donde no existen direcciones bien definidas y la única referencia puede ser un árbol o un cruce de caminos.

Al igual que el servicio microfinanciero que caracteriza a la FMBBVA combina la atención presencial con la virtual, la formación en habilidades digitales se realiza también de forma híbrida a través de plataformas educativas online y con espacios físicos como las sucursales o centros de formación, donde se enseña a los emprendedores.

Toda una gama de productos y servicios financieros que acercan la tecnología a las personas más desfavorecidas para que la digitalización derive en crecimiento inclusivo y en más oportunidades para los que menos tienen.

La COP28 otorga a la Fundación Microfinanzas BBVA el estatus de Organización Observadora

La Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) ha sido designada Organización Observadora en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, COP28, que ha reunido a líderes gubernamentales de todo el mundo en Dubai para debatir y tomar medidas sobre cambio climático.

Este estatus permite a la FMBBVA tener representación e intervenir como observadora en las sesiones de la Conferencia de las Partes (más conocidas como COP) de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, el Protocolo de Kioto o el Acuerdo de París.

Los retos del cambio climático afectan especialmente a las poblaciones vulnerables porque se alteran los ecosistemas en los que viven y sus medios de subsistencia. La experiencia sobre el terreno apoyando a estos segmentos de la población, es fundamental para conocer sus necesidades y para implementar medidas que les permitan adaptarse.

La FMBBVA junto a sus entidades, Bancamía en Colombia y Financiera Confianza en Perú, se ha unido como miembro fundador a la Red Financiera para la Amazonía que impulsan la Corporación Financiera Internacional (IFC), miembro del Grupo Banco Mundial, y BID Invest, miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo y que se ha presentado en el marco de la COP28.

Agricultores de Bancamía (FMBBVA) en la amazonía colombiana

Esta red se ha creado para mejorar las condiciones de vida de la población local, deteniendo la deforestación y preservando el ecosistema del Amazonas, generando así un impacto sostenible reduciendo la pobreza algo en lo que la fundación tienen una larga experiencia como señala Alejandro Lorca, director de Finanzas de la Fundación: “Las entidades de la Fundación Microfinanzas han atendido ya a más de 6 millones de personas y han desembolsado más de 19.200 millones de dólares en créditos a emprendedores de escasos recursos en cinco países de América Latina“.

Más información

La digitalización como herramienta para la inclusión financiera

La digitalización trae consigo el almacenamiento de datos para múltiples usos. El reto global es saber transformar la data en información de utilidad. La Fundación Microfinanzas BBVA está afrontando el reto de la digitalización en dos líneas de actuación: sus procesos internos y las herramientas digitales que pone a disposición de los emprendedores.

Para mejorar y agilizar los procesos internos, la FMBBVA ha implementado un *core bancario* común que almacena digitalmente toda la información de negocio de las entidades y permite una configuración rápida y flexible de los nuevos productos al ser una solución diseñada específicamente para las microfinanzas.

Y en lo que se refiere a los procesos externos, para mejorar las ventas de los pequeños negocios de los emprendedores a los que atiende, la fundación diseña apps de fácil uso para que pierdan el miedo

a usar dispositivos móviles o redes sociales que mejoren su día a día y a los que están desconectados del mundo digital les acerca la tecnología.

Precisamente la inclusión digital ha sido una de las prioridades durante la Asamblea General de las Naciones Unidas, en Nueva York. Algunas de las sesiones y actos han abordado los avances en conectividad y cómo deben enfocarse en usos que deriven en progreso y bienestar global. La Fundación Microfinanzas BBVA ha participado en algunos de estos foros compartiendo su experiencia en inclusión digital , igualdad de género y apoyo a colectivos vulnerables, como refugiados.

Más información

Microfinanzas con enfoque de género y tecnología para acelerar la inclusión financiera de las mujeres

La tecnología permite conectar a la vez a cientos, y a veces a miles de personas. Un ejemplo reciente ha sido el Foro Regional *Fortaleciendo la propuesta de valor de la inclusión financiera para las mujeres*, organizado por la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF) en alianza con FinEquity ALC, Andares Mujeres y el Portal FinDev.

Más de 800 personas de instituciones microfinancieras, especialistas en género e inclusión financiera y representantes de gobiernos, organismos de cooperación multilaterales y del sector académico han debatido sobre la importancia de que los productos y servicios que ofrecen las organizaciones del sector de desarrollo tengan en cuenta las barreras sociales que deben superar las mujeres.

La Fundación Microfinanzas BBVA, Bancamía, su entidad en Colombia, y el Banco Adopem, su entidad en República Dominicana, han participado en este foro detallando sus iniciativas en favor del empoderamiento de la mujer.

Elizabeth Prado, del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales de la FMBBVA, explicaba en el foro que “la brecha digital afecta a un 52% de mujeres frente a un 42% de hombres en el mundo. Una realidad que incide también en el acceso a otros derechos como la educación, empleo, salud o justicia o en el ejercicio de la ciudadanía de las mujeres, por lo que debemos poner en valor el vínculo existente que hay entre la tecnología y el empoderamiento de la mujer”.

Elizabeth Prado, de Comunicación y Relaciones Institucionales FMBBVA, interviniendo en el foro de REDCAMIF

Por su parte, en su intervención, Eva Carvajal, vicepresidenta Ejecutiva de Negocios de Banco Adopem, señalaba la importancia de conocer las necesidades reales de los que menos tienen para poder apoyarlos de la mejor manera: “En Banco Adopem hemos realizado estudios para conocer la realidad de los hogares y los negocios de las emprendedoras a las que atendemos. Tenemos reportes de la data desagregada por género, lo que nos ha permitido diseñar soluciones efectivas que respondan a sus necesidades y preocupaciones y que contribuyen a su inclusión financiera y al fortalecimiento de sus capacidades”.

Para Ángela Panqueva, directora de Equidad e Inclusión de Bancamía, “las principales barreras para atender a las mujeres migrantes son la falta de documentación, el escaso sentido de arraigo y la ausencia de datos para un análisis de riesgo”. En la entidad colombiana de la FMBBVA han atendido a más de 4.600 venezolanas, que han elegido Colombia para empezar de cero una nueva vida con más oportunidades, a través de iniciativas como su programa *Emprendimientos Productivos para la Paz* (Empropaz).

Más información

«Datos, el nuevo oro para la inclusión financiera», Carola Krainz, Especialista en Economía Digital, IFC, Banco Mundial

El uso de los datos en la toma de decisiones ha transformado la forma en que las empresas se relacionan con los consumidores. La reciente pandemia disparó esta tendencia, convirtiendo clientes

analógicos en clientes digitales de la noche a la mañana y transformando la manera en que las personas realizan y reciben pagos, solicitan préstamos y ahorran. La adopción de estas nuevas costumbres ha sido fundamental para que instituciones financieras mantengan su relevancia y competitividad en un entorno en el que las novedades de hoy pueden quedar obsoletas en poco tiempo. Este cambio de paradigma no solo es esencial para satisfacer las demandas en constante evolución de los clientes y mejorar sus experiencias, sino que también juega un papel fundamental en la promoción de la inclusión financiera al ampliar los servicios a las poblaciones desfavorecidas y no bancarizadas.

Según el Banco Mundial, alrededor de 1.400 millones de adultos en todo el mundo carecen de acceso a servicios bancarios, muchos de ellos son mujeres, personas desfavorecidas y residentes de áreas rurales. Con la digitalización de los servicios financieros actualmente el 71% de las personas en países en desarrollo tienen una cuenta bancaria, lo que representa un aumento significativo en comparación con el 42% de hace una década. Sin embargo, América Latina aún enfrenta desafíos porque el 41% de la población sigue excluida del sistema financiero. En esta región países como Brasil, Argentina y Venezuela muestran avances, pero otros como Honduras, Perú y Colombia siguen afrontando retos para promover la inclusión financiera.

En la era digital, los datos se han convertido en el nuevo oro. La clave radica en saber cómo extraer valor de estos datos. Mediante el análisis y la interpretación adecuadas las empresas pueden descubrir información valiosa, identificar patrones y tendencias, comprender mejor a sus clientes y tomar decisiones estratégicas, con el fin de optimizar el rendimiento del negocio, ofrecer servicios personalizados y mejorar su posicionamiento en el mercado.

Mediante sus modelos de negocios basados en datos y la hiper personalización de productos y servicios, empresas como Netflix, Spotify e Instagram cambiaron la manera en la que consumimos películas, música y medios. Se espera que los bancos ofrezcan un nivel similar de personalización con servicios adaptados a las necesidades, disponibilidad las 24 horas todos los días de la semana y con la facilidad de estar a solo un clic de distancia.

Los datos no solamente son un catalizador para el negocio, sino que también desempeñan un papel importante en el aumento de la inclusión financiera, al proporcionar información adicional sobre personas sin un historial crediticio tradicional. En mercados emergentes, muchas personas no tienen acceso a servicios financieros básicos debido a la falta de historial crediticio o de garantías. Sin embargo, con frecuencia disponen de fuentes de datos alternativos que se pueden utilizar para evaluar su capacidad crediticia, como su actividad en redes sociales, pagos de servicios y operaciones en línea.

El uso de datos alternativos permite a las instituciones financieras evaluar de manera más precisa el riesgo crediticio y ofrecer servicios a personas excluidas del sistema financiero tradicional. Aunque es importante garantizar la ética y la privacidad en el uso de estos datos, su utilización puede fomentar la inclusión financiera y contribuir al desarrollo económico, al permitir el acceso a préstamos y otros servicios financieros.

Con el fin de seguir en el pulso de la transformación digital y apoyar a sus entidades en convertirse en entidades data-driven, la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) se alió con la Corporación Financiera Internacional (IFC) para una nueva edición de DigiLab Data, un programa diseñado para acelerar la transformación de datos en instituciones financieras.

Esta segunda cohorte cuenta con la participación de las cinco entidades de la FMBBVA: Banco de las Microfinanzas – Bancamía S.A. (Colombia), Financiera Confianza S.A.A (Perú), Banco Adopem (República Dominicana), Microserfin (Panamá) y Fondo Esperanza (Chile).

En un mundo cada vez más digitalizado, el dato se convierte en un activo invaluable que puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso empresarial. Por lo tanto, es fundamental que las

organizaciones reconozcan su importancia y se conviertan en empresas impulsadas por los datos, siempre y cuando se comprometan a utilizarlo de manera ética y responsable para el beneficio de todos.