

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](#)

Two BBVAMF experts tell us how digitalization helps the most vulnerable

Gabriela Eguidazu, Director of Innovation for Inclusive Growth at the BBVA Microfinance Foundation (FMBBVA), has more than 18 years of experience in the financial sector. In 2012, she joined [Bancamía](#), the Colombian microfinance institution of the BBVAMF, where she was vice president for Digital Transformation and Innovation. Since 2022 she is responsible for the [digitalization strategy](#), [environmental sustainability](#) and [economic empowerment of women](#).

Yuri Dolorier, Operations, Technology and Channels Division Manager at [Financiera Confianza](#), has extensive experience in the financial and microfinance sector. He has developed his professional career in the areas of Risk Management and Business and Product & Services Development at BBVA and Financiera Confianza, the institution of BBVAMF in Peru.

In this issue, *Progreso* magazine interviews these two experts in innovation about technology with purpose and its capacity to create real opportunities for development.

– Specialists emphasize the importance of the “user experience” when designing a digital tool. When technology is for people in vulnerability, as is the case at BBVAMF: What needs to be taken into account?

Yuri Dolorier: Technology must be uncomplicated and user-friendly. For example, an entrepreneur who lives in a rural area takes 4 hours to get to the branch office to make his financial transactions, which forces him to close his business during those hours and stop earning income. To solve this problem, Financiera Confianza set up banking correspondents, small businesses in rural areas, such as a pharmacy, whose owners we train so that they can carry out financial transactions like in a branch office. They save entrepreneurs time and money.

We have solved that problem, but we must continue to innovate: before we relied on a dataphone and a printer to make these transactions, and now thanks to our banking correspondent app we use voice biometrics and QR codes to authenticate transactions. In addition, we have satellite agents that enable Internet connectivity in remote rural areas, providing access to tele-education or telemedicine. With this model, we carry out more than 300,000 transactions per month in Peru. But we do not want to abandon relationship banking, and our advisors continue to visit the businesses of entrepreneurs as they need personalized face-to-face attention as well.



- BBVAMF entrepreneurs live in areas highly affected by climate change, and their socioeconomic situation makes them more vulnerable to adverse weather events. When the priority is to cover basic needs, protecting themselves for the future is put on the back burner, how can technology help in these cases?

Gabriela Eguidazu: The Secretary General of the United Nations World Meteorological Organization has already warned that in Latin America and the Caribbean the consequences of climate change are going to be very intense. Therefore it is very important for the region to adopt early measurement systems. Along that line, we are working on the creation of maps that will allow us to determine the climate vulnerability of entrepreneurs. We take meteorological data, such as rainfall, frost or drought, and cross-reference it with the geolocation of the entrepreneurs to determine their level of exposure to climate effects. This information is very useful and helps us to determine what kind of measures they need: for example, training or financing to implement a climate adaptation measure such as soil reconstruction or conservation agriculture, or if they live in a high-risk area, insurance to protect themselves. These types of products that we are developing allow them to be much more resilient and help them mitigate the impact of climate. We are currently supporting more than 165,000 entrepreneurs with some of these measures and we are committed to increasing this figure.

- To continue with figures, more than 800,000 entrepreneurs are already using the mobile banking apps of BBVAMF microfinance institutions. What is so special about these applications?

Yuri Dolorier: We are at the forefront of many technological solutions, nevertheless there are many challenges. For example, our entrepreneurs forget their passwords or their fingerprints have deteriorated due to the type of manual work they do, or their cell phone is low-end or they have a low level of digital financial education, which can reach 90% of cases in rural areas. For this reason we have implemented different solutions: for example, facial and voice biometrics for accessing mobile banking and performing transactions at branches. In just 6 seconds, customers can authenticate their transactions using voice biometrics in any dialect spoken in Peru. 60% of our entrepreneurs no longer go to the agency to formalize their loans and do so using electronic contracting. In addition, migrant entrepreneurs of any nationality can open a digital savings account: in fact Financiera Confianza is the first Peruvian financial institution that has integrated migrants' documents into its core banking system.

It is important to humanize technology, especially when it is designed for low-income people for whom digital tools are not so familiar. Hence the importance of our digital corners, physical spaces in the branches where our digital ambassadors accompany

entrepreneurs in their digital education. The process of integration into the digital ecosystem through Bing will allow our clients to carry out their transactions securely and free of charge. The BBVAMF institutions have already carried out 25 million digital transactions.

– Technology and data analysis always go hand in hand. In which BBVAMF products is this pairing particularly visible?

Gabriela Eguidazu: Parametric insurance is a clear example of how, by combining data and technology, we are tackling the consequences of a real problem such as climate change. According to large insurance companies, only 7% of losses due to natural disasters are insured in low- and middle-income countries, which has extremely high economic and social consequences for these people. We have designed insurance to protect entrepreneurs from extreme weather events.

Parametric insurance makes the claim process much easier for the entrepreneur, as it is based on parameters (e.g. rainfall) and thresholds, so that when these thresholds are exceeded, the system detects it, and automatically geolocates the affected persons, and the insurer automatically pays them the compensation through a savings account (without the need for a claim by the insured). This is very convenient for them: it is a direct payment that allows them to face unforeseen expenses or losses due to having the business closed.

– Can you share a message for the future on the use of technology?

Yuri Dolorier: Let's keep making things happen. Digital inclusion of the underserved is more viable through technology. We must continue to work tirelessly in the search for innovative, easy, friendly and above all safe solutions, always maintaining the human component through constant and close support to bring our solution, our value proposition, to the doors of the homes of entrepreneurs.

Gabriela Eguidazu: I think the main message is that when we combine the extraordinary desire people have to get ahead with the financial services we offer them and put technology within their reach, we are really contributing to lifting them up and out of poverty.

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.



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.



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.

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 cliente 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](#)

“Data, the new gold for financial inclusion”, Digital Economy Specialist, IFC, World Bank

The use of data in decision-making has transformed the way businesses engage with consumers. The recent pandemic has been a catalyst in this trend, turning analogue customers into digital customers overnight and transforming the way people make and receive payments, borrow and save. The adoption of these new habits has been critical for financial institutions to remain relevant and

competitive in an environment where today's innovations may be obsolete tomorrow. This paradigm shift is not only essential to meet evolving customer demands and improve customer experiences, but also plays a key role in promoting financial inclusion by extending services to the underserved and unbanked.

According to the World Bank, around 1.4 billion adults worldwide lack access to banking services, many of them women, disadvantaged people, and residents of rural areas. With the digitization of financial services, 71% of people in developing countries now have a bank account, a significant increase from 42% a decade ago. However, Latin America still faces challenges as 41% of the population is still excluded from the financial system. In this region, countries such as Brazil, Argentina and Venezuela show progress, however, others such as Honduras, Peru and Colombia still face challenges in promoting financial inclusion.

In the digital age, data has become the new gold. The key is knowing how to extract value from this data. Through proper analysis and interpretation, companies can uncover valuable information, identify patterns and trends, better understand their customers, and make strategic decisions in order to optimize business performance, offer personalized services and improve their market positioning.

Through their data-driven business models and hyper-personalisation of products and services, companies such as Netflix, Spotify and Instagram have changed the way we consume movies, music and media. Banks are expected to offer a similar level of personalization with tailored services, 24/7 availability and the ease of being just a click away.

Data is not only a catalyst for business, but also plays a critical role in increasing financial inclusion by providing additional information on individuals without a traditional credit history. In emerging markets, a large portion of the market does not have access to basic financial services due to a lack of credit history or collateral. However, these individuals do count on alternative data sources that can be used to assess their creditworthiness, such as their social media, utility payments and online transactions.

The use of alternative data allows financial institutions to assess credit risk more accurately and offer services to people excluded from the traditional financial system. While it is important to ensure ethics and privacy in the use of this data, its use can foster financial inclusion and contribute to economic development by enabling access to loans and other financial services.

In order to stay on the pulse of digital transformation and support its institutions in becoming data-driven, the BBVA Microfinance Foundation (BBVAMF) teamed up with the International Finance Corporation (IFC) for a new edition of DigiLab Data, a programme designed to accelerate data transformation in financial institutions.

This second cohort includes the participation of the five institutions of the BBVAMF: Banco de las Microfinanzas – Bancamia S.A. (Colombia), Financiera Confianza S.A.A. (Peru), Banco Adopem (Dominican Republic), Microserfin (Panama) and Fondo Esperanza (Chile).

In an increasingly digitized world, data is becoming an invaluable asset that can make the difference between business success and failure. It is therefore critical that organizations recognize its importance and become data-driven businesses, as long as they commit to using it ethically and responsibly for the benefit of all.