Fundación BBVA Microfinanzas

2024 INFORME DE IMPACTO

Construyendo hogares resilientes que miran hacia el futuro



Construyendo hogares resilientes que miran hacia el futuro



En medio de una economía global inestable, que lucha por recuperarse tras la pandemia, la Fundación Microfinanzas BBVA ha tendido la mano a millones de personas en situación de vulnerabilidad y excluidas del sistema financiero tradicional. Las entidades de la Fundación han atendido a 3 millones de personas y han concedido créditos a más de 800.000 emprendedores en 2024. Además, ha apoyado a familias de Latinoamérica que buscan superar la precariedad laboral y construir un futuro más estable. Esto demuestra que la inclusión financiera implica comprender las diversas necesidades de cada emprendimiento.

ÍNDICE

1 Resumen ejecutivo



2 Introducción



- Quiénes somos
- Economía, empleo y pobreza
- Perfil del emprendedor

3 Diagnóstico de la pobreza



- Pobreza monetaria
- Pobreza multidimensional

4 Soluciones



- Nuestros productos
- Líneas de actuación

5 Impacto



- Ingresos
- Bienestar
- Resiliencia

6 Actividad institucional

- Acciones
- Reconocimientos

7 ESG



- Visión
- Indicadores

Accede al informe de cada una de las entidades de la FMBBVA

Financiera Confianza



Perú

Banco Adopem



Rep. Dominicana

Bancamía



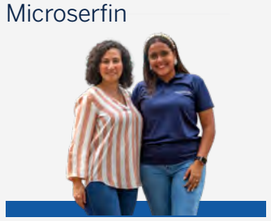
Colombia

Fondo Esperanza



Chile

Microserfin



Panamá

Resumen Ejecutivo

Recuperación económica en una región desigual

La Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) opera en un entorno caracterizado por la recuperación desigual post-pandemia en América Latina, una región especialmente expuesta a crisis económicas, sociales y climáticas. En 2024, la tasa de pobreza monetaria en los países donde actúa la Fundación (Colombia, Perú, República Dominicana, Chile y Panamá) alcanzó el 25,6%, aún por encima de los niveles previos a la pandemia.

La recuperación económica se da principalmente en trabajos informales: 55% de los trabajadores lo son. Financiar estos emprendimientos es clave para un progreso inclusivo y sostenible

El crecimiento económico promedio en estos países fue del 2,6% en 2024, superando la media regional de América Latina (2,2%). Sin embargo, persisten debilidades estructurales como la baja inversión privada, un ritmo lento de creación de empleo formal y una alta desigualdad de género en el acceso a oportunidades económicas. Además, la recuperación económica ha sido desigual. Países como República Dominicana y Perú han mostrado un crecimiento económico más dinámico, impulsado por sectores como la pesca, la construcción y la minería. Sin embargo, en Panamá, la desaceleración en el sector minero y manufacturero ha ralentizado el crecimiento general. Chile y Colombia, por su parte, enfrentan desafíos relacionados con la escasez de afluencia de capital y un menor ritmo de consumo, aunque muestran signos de recuperación progresiva.

Así, aunque el desempleo ha disminuido ligeramente desde su punto más alto en 2020, la recuperación se ha dado principalmente en trabajos informales, con un 55,6% de los trabajadores en situación de informalidad. Por ejemplo, las mujeres enfrentan mayores desafíos para ingresar al mercado laboral formal, especialmente en áreas rurales y sectores tradicionalmente dominados por hombres.

En cuanto al acceso al sistema financiero, el 73% de la población adulta en América Latina posee una cuenta bancaria o digital, un avance significativo respecto al 39% en 2011. A pesar de ello, aproximadamente 109 millones de adultos (23% del total) continúan excluidos del sistema financiero formal .



Perfil tipo del emprendedor vulnerable: mujeres, urbanas y comerciantes

Los emprendedores atendidos por la FMBBVA se caracterizan por contar con altos niveles de vulnerabilidad social y económica.

- **Sociodemografía**: La mayoría de los emprendedores atendidos son mujeres (63%), con un nivel educativo medio (30%) y predominantemente en áreas urbanas (66%). La baja educación formal y la falta de oportunidades de empleo digno llevan a muchas personas a optar por el autoempleo como principal fuente de ingresos.

- **Sectores de actividad**: La mayoría de los emprendedores se dedica al comercio (54%), seguido de servicios como alimentación, estética y transporte. Un 15% se dedica a actividades agrícolas, que son lideradas mayormente por hombres en áreas rurales. Este sector enfrenta desafíos específicos como la variabilidad estacional, los efectos del cambio climático y la falta de infraestructura adecuada.

- **Inclusión al sistema financiero**: Un 36% de los nuevos emprendedores accede por primera vez al sistema financiero formal a través de las entidades de la Fundación. Este acceso inicial es clave para su progreso económico y social, especialmente para aquellos que viven en zonas rurales (40% de los nuevos emprendedores) y jóvenes menores de 30 años (53%).

- **Pobreza monetaria**: Los emprendedores enfrentan altos niveles de pobreza monetaria (26%, con crédito vigente en 2024) y pobreza multidimensional (15%). Las mujeres, quienes constituyen la mayoría de los emprendedores atendidos, enfrentan barreras adicionales por su doble rol de proveedoras de ingresos y encargadas del cuidado del hogar. La vulnerabilidad social y económica se ve agravada por la falta de acceso a servicios básicos como salud, educación y vivienda adecuada.

Impacto en los hogares

CRECIMIENTO DEL NEGOCIO

Emprender para mejorar su **situación económica**

↑ 12% Ventas

Tasa de crecimiento anual

63%
Mejora su renta

De los clientes que han contratado un crédito en 2019, seis de cada diez han mejorado su renta respecto al crédito anterior.

Se observa mucha diversidad en el crecimiento de los negocios por país, en línea con el desempeño económico nacional. De media, la recuperación de aquellos en situación de pobreza es más lenta y desigual debido a los impactos persistentes de la pandemia y la inestabilidad económica.

1 de cada 6

clientes emplea a otras personas de su comunidad en su negocio

Llegando a contratar a

158.969 **personas**

Emprendedores consolidados tienen mayor probabilidad de contratar a uno o más trabajadores.

BIENESTAR. **Atendiendo necesidades básicas**

Los que están con nosotros....

La Fundación busca mejorar la calidad de vida de sus clientes mediante un enfoque integral que incluye vivienda, salud y educación.

15%
de los hogares son pobres multidimensionales

Las privaciones más comunes entre los hogres son la atención médica, la escolaridad y el saneamiento.

Los que ya han mejorado...

A pesar de que estas cifras no son muy elevadas, traslucen un gran esfuerzo y un impacto en las comunidades.

Clientes que mejoran en tres años sus condiciones de vivienda.

En el tercer año mejora su nivel de formación un
2%

SALUD FINANCIERA. **Mejorando la resiliencia**

La salud financiera es importante para planificar el ahorro y hacer frente a imprevistos.

Crédito bien gestionado + **Ahorro** + **Seguros**

Desembolso medio

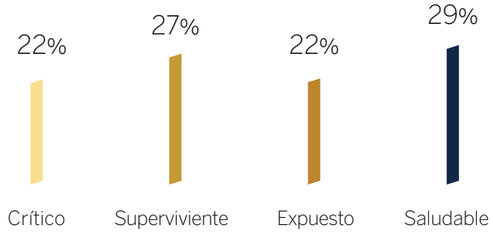
Total clientes atendidos en 2024

USD 1.469

43%
De los hogares han incrementado o mantenido su colchón financiero.

26%
De los clientes tiene un seguro voluntario, que de media, les indemniza el 80% de sus excedentes mensuales.

No obstante, todavía la mayoría no puede subsistir más de 6 meses con sus ahorros. La consolidación de un futuro económico próspero requiere un enfoque integral que combine el fomento de hábitos de ahorro robustos con una gestión financiera eficiente en el día a día.



Soluciones financieras a problemas multidimensionales

La FMBBVA ofrece una gama completa de productos y servicios financieros diseñados específicamente para atender las necesidades de emprendedores vulnerables:

Crédito y ahorro

En 2024, la Fundación brindó servicios a 3,03 millones de personas. De estas, 810.310 fueron emprendedores que recibieron créditos por un total de USD 1.578 millones. Adicionalmente, 2,8 millones de hogares utilizan productos de ahorro.

Programas de capacitación

Durante 2024, se capacitó a 613.712 personas, mejorando sus habilidades empresariales, financieras y digitales. Este apoyo formativo es crucial para potenciar la gestión presupuestaria del hogar y resiliencia ante adversidades económicas.

Seguros

483 mil hogares han contratado seguros voluntarios para mitigar riesgos ante emergencias. De hecho, el 80% de los siniestros son indemnizados en la mayoría de los ramos, lo que evidencia la importancia de contar con este tipo de seguro diseñados para cubrir daños del negocio, vida, exequias, riesgos climáticos y temas de salud. Los microseguros de salud son especialmente solicitados por personas en situación de pobreza. Para maximizar el impacto y la sostenibilidad, se han implementado estrategias adaptadas a cada contexto nacional.

Uso de tecnología

La adopción de tecnologías financieras innovadoras ha permitido incluir a personas vulnerables que anteriormente quedaban excluidas del sistema financiero. Esto ha sido especialmente relevante en áreas rurales con menor acceso a servicios tradicionales.

Conclusión

La FMBBVA ha logrado avances importantes en la inclusión financiera de poblaciones vulnerables en América Latina. Durante 2024, atendió a más de 3 millones de personas con productos y servicios financieros adaptados a sus necesidades. Las estrategias adoptadas, que incluyen programas de educación financiera y tecnologías innovadoras, han permitido mejorar la resiliencia económica de los emprendedores y sus hogares.

A pesar de estos logros, se mantienen desafíos significativos como la informalidad laboral, la desigualdad de género y la persistencia de la pobreza multidimensional. La FMBBVA continúa perfeccionando su modelo de "Finanzas Productivas" para maximizar su impacto social y económico de manera sostenible.

La Fundación apuesta por una inclusión financiera, sostenible y adaptada a las necesidades reales, promoviendo un bienestar integral que trasciende el crédito: salud, educación, vivienda y comunidad

Introducción

En un contexto global de profunda turbulencia, el panorama mundial enfrenta desafíos sin precedentes. Nos encontramos en un momento histórico de transformación. La pandemia de COVID-19 ha generado un impacto significativo para la salud pública mundial y también ha impulsado una profunda reflexión sobre el tejido social y económico de las naciones. Los sistemas educativos han tenido que adaptarse a nuevas modalidades, mientras que las economías experimentan procesos de ajuste y recuperación, con especial atención a las personas más afectadas. Este periodo de cambio nos brinda la oportunidad de reimaginar y fortalecer nuestras estructuras para un futuro más equitativo y próspero.

Desde 2020, la pobreza se incrementó en 8,6 millones de personas en el grupo de países donde operan las entidades de la Fundación Microfinanzas BBVA (Colombia, Perú, República Dominicana, Chile y Panamá). El desempleo, que en 2020 se incrementó en 2,7 millones, ha remitido, pero con la creación de empleos de menor calidad y la mayoría en el sector informal de esas economías.

Desde 2020, la pobreza se incrementó en 8,6 millones de personas en el grupo de países donde operan las entidades de la Fundación Microfinanzas BBVA

A pesar de estos obstáculos, los esfuerzos en política económica, comenzaron a dar frutos. En 2024, se observó una recuperación progresiva, con un aumento promedio del PIB mundial del 3,2%. Esta recuperación económica, aunque aún incipiente, es un testimonio de la resiliencia de las sociedades y de la capacidad de adaptación ante la incertidumbre. En los países donde operan las entidades de la Fundación ha sido del 2,6%, mostrando aún vulnerabilidades en esas economías, especialmente en la inversión, que lastra el crecimiento.

Uno de los pilares para enfrentar esta crisis ha sido el acceso al sistema financiero.En la última década, América Latina ha avanzado significativamente en este ámbito. Según el Global Findex Database 2021 del Banco Mundial, en América Latina el 73% de las personas tienen acceso a una cuenta financiera o digital, lo que representa un aumento de 34 puntos porcentuales en comparación con 2011. Este progreso responde a la implementación de políticas que fomentan el uso de tecnologías financieras, promueven la competencia en el mercado y refuerzan los marcos regulatorios.

Estos avances han permitido una mayor democratización de los servicios financieros, promoviendo el progreso socioeconómico de las poblaciones más vulnerables, mediante una labor coordinada que incluye el desarrollo de herramientas financieras para diversos segmentos poblacionales, la construcción de un ecosistema competitivo y el establecimiento de una infraestructura digital robusta, todo respaldado por una regulación financiera sólida.

El acceso a productos y servicios financieros básicos no solo mejora la capacidad de las personas para afrontar emergencias, sino que también genera oportunidades de ahorro e inversión, aumentando la resiliencia económica de las familias. Sin embargo, aún queda trabajo por hacer para garantizar que los servicios financieros sean accesibles, asequibles y adaptados a las necesidades de los más vulnerables.

El acceso al sistema financiero ha mejorado, pero aún queda trabajo para garantizar que los servicios financieros se adapten a las necesidades de los más vulnerables

En 2024, según estimaciones propias, alrededor de 109 millones de adultos, un 23% del total en América Latina, continúan excluidos del sistema financiero, por lo que es necesario seguir avanzando hasta encontrar una inclusión plena y un uso más profundo del sistema financiero.

EN LOS PAÍSES DONDE ESTÁ LA FMBBVA

POBREZA

31 Millones de personas en nuestro *footprint*

26% de la población vive en condiciones de pobreza monetaria

DESEMPLEO

7,4% 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

- Aumento del desempleo
- Alta informalidad
- Falta de protección social
- Otros

Microfinanzas como motor para los sectores excluidos

Estimación y cálculos propios, en base a The Global Findex Database 2021 World Bank Group del *footprint*.

Alrededor del 25% de los ocupados en América Latina vive en situación de pobreza, más de cinco de cada diez trabajadores en la economía informal. Las mujeres se ven más afectadas que los hombres por este fenómeno en los países de ingresos bajos o medio bajos, y, a menudo, se hallan en situaciones de mayor vulnerabilidad.

Pero muchos otros se encuentran fuera del mercado laboral, en la inactividad. En muchos casos, pasan a la inactividad por estar en condiciones de pobreza en el mercado laboral y, por ende, apuntan a desarrollar actividades de autoempleo con pequeños emprendimientos que les permitan salir de esa situación de precariedad.

Este panorama parece sugerir que la elevada incidencia del autoempleo no es resultado de un mayor "espíritu emprendedor" en relación con países más desarrollados, sino un reflejo de insuficientes oportunidades de empleo asalariado y de haberlo que permita superar situaciones de pobreza.

Estas tasas de emprendimiento de "necesidad" muestran que el principal motivo para emprender es la voluntad de ganarse la vida ante la falta de trabajo o precariedad de dicho mercado laboral. Sin embargo, como ocurre con todos los emprendedores, la probabilidad de que estos emprendimientos no logren madurar es alta, existiendo una importante diferencia entre el número de negocios que se inician y los que perduran en el tiempo.



MODELO DE FINANZAS PRODUCTIVAS



Sin embargo, muchos de los emprendedores que no prosperan son precisamente los que están excluidos del sistema financiero formal o no hacen uso pleno del mismo, y en muchos casos, ellos mismos terminan saliendo del sistema financiero.

La inclusión financiera es útil cuando puede ayudar a los emprendedores vulnerables a mejorar sus vidas y estimular la actividad económica. Entender que se enfrentan a múltiples obstáculos para poder comenzar sus actividades, es clave.

En este sentido, la Fundación Microfinanzas BBVA lidera una revolución financiera enfocada en los sectores más vulnerables y desatendidos. Bajo nuestro modelo de "Finanzas Productivas", la Fundación trabaja para eliminar barreras estructurales, permitiendo a los emprendedores de bajos ingresos acceder a recursos económicos que hagan crecer sus negocios y fomenten su bienestar y el de sus comunidades.

Grupo FMBBVA

La Fundación busca conocer mejor la realidad de la población vulnerable que atiende para construir un modelo de productos y servicios que incremente la probabilidad de éxito de su progreso

En un entorno de incertidumbre, los servicios financieros ágiles son esenciales para afrontar imprevistos y construir un capital a largo plazo. El impacto de la Fundación se centra en generar ingresos apoyando a pequeños emprendedores, fomentar una buena salud financiera y mejorar el bienestar en áreas como salud, vivienda y educación, todo ello mediante productos y servicios financieros cada vez más adaptados a las necesidades de los emprendedores y sus hogares.

Es crucial ir más allá de la simple protección de empleos y medios de subsistencia, enfocándose en mejorar estas condiciones. Este desafío social es el núcleo de la misión de la Fundación: promover el progreso sostenible de los hogares vulnerables. Para lograrlo, es necesario comprender el contexto en el que operan y el mercado laboral al que tienen acceso estos segmentos, lo que es clave para desarrollar un modelo de productos y servicios que incremente las probabilidades de éxito y garantice la inclusión financiera a largo plazo.

En 2024, las entidades del Grupo apoyaron a 3,03 millones de personas de bajos ingresos, ofreciéndoles productos y servicios financieros, incluidos créditos (810.310 emprendedores), ahorros (2,8 millones de hogares) y seguros (483 mil hogares), así como capacitación para impulsar su progreso.

La Fundación promueve una visión de sostenibilidad integral, buscando generar impacto en sus grupos de interés y cuidar el medioambiente para garantizar un crecimiento sostenido. Todo esto se apoya en un buen gobierno que tiene en cuenta su principal enfoque: los emprendedores y sus familias. (ver *Modelo de sostenibilidad: ASG*).

El camino hacia el progreso sostenible presenta grandes oportunidades. Si bien existen desafíos para los hogares en situación de vulnerabilidad, como las barreras de acceso a oportunidades económicas, educativas y de salud, las estrategias de inclusión financiera tienen el potencial de generar un impacto positivo significativo.

Es fundamental que estas estrategias no solo busquen proteger empleos, sino también mejorar las condiciones de vida a largo plazo, empoderando a las personas y comunidades. En línea con su propósito, la FMBBVA opera bajo un modelo en el que los servicios financieros sean catalizadores de cambio. Más allá de atender necesidades inmediatas, estos servicios pueden impulsar un cambio estructural positivo, promoviendo el bienestar de las comunidades y el desarrollo sostenible.

PRINCIPALES MAGNITUDES a cierre de 31-12-2024

Clientes
3.033.187 +2% TAM

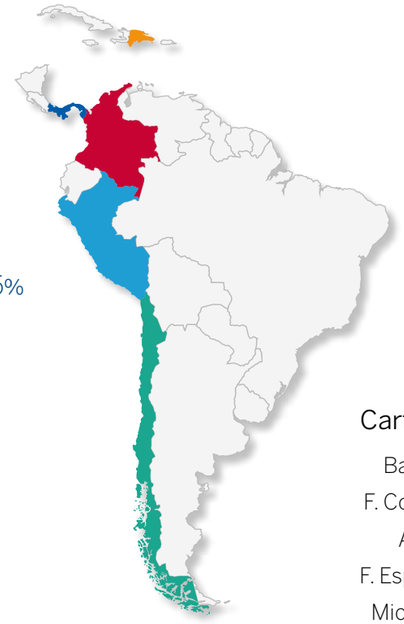
17%
República Dominicana
509.848 +7,1%

1%
Panamá
18.464 -5%

54%
Colombia
1.633.248 +0,5%

24%
Perú
734.481 +1,4%

4%
Chile
137.146 +8,9%



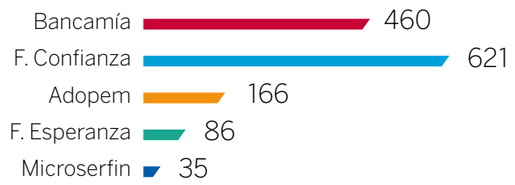
Cartera bruta*
USD 1.282 Mill.

Recursos clientes
USD 816 Mill.

Monto desembolsado
USD 1.578 Mill.

Crédito medio
USD 1.469

Cartera bruta por país (USD Mill.)



Empleados**
7.430

Oficinas y puntos ligeros de atención
521

Corresponsales propios
3.905

Puntos transaccionales
115.717

* Incluye emprende. ** Nº de empleados a cierre de año.

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

Es fundamental que estas estrategias no solo busquen proteger empleos, sino también mejorar las condiciones de vida a largo plazo, empoderando a las personas y comunidades. En línea con su propósito, la FMBBVA opera bajo un modelo en el que los servicios financieros sean catalizadores de cambio. Más allá de atender necesidades inmediatas, estos servicios pueden impulsar un cambio estructural positivo, promoviendo el bienestar de las comunidades y el desarrollo sostenible.

Para la FMBBVA, los servicios financieros son catalizadores de cambio y por eso se preocupa en medir cómo se reducen las brechas de ingreso y sociales mediante una mejor salud financiera



EL RETO PARA LOS HOGARES QUE SERVIMOS

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 hablilidades digitales– **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. Así como, solventar emergencias y alcanzar objetivos a corto, medio y largo plazo).

Economía, pobreza y desempleo



Economía[1]

En 2024 América Latina se enfrentó a un entorno global marcado por las fuertes tensiones mostrando un crecimiento de la economía del 2,2%, con bajo ritmo de creación de empleo y elevada informalidad. La desaceleración en la actividad económica de la región estuvo asociada principalmente a las expectativas empresariales en muchos de los países que han afectado a la inversión privada, y el menor ritmo del consumo.

La tasa de crecimiento promedio en la década 2014-2024 fue de 1,3%, lo que implica un estancamiento del PIB per cápita durante ese período, mostrando una menor resiliencia frente a las fluctuaciones económicas, baja productividad y necesidad de reformas para mejorar el desempeño de mediano y largo plazo.

En los países donde operan las entidades (*footprint*) pertenecientes a la Fundación Microfinanzas BBVA, el alza de la actividad fue del 2,6% , superando el crecimiento medio de la Región. Todos los países aportan al crecimiento, destacando Perú y República Dominicana. El *footprint* que históricamente casi duplica el crecimiento de América Latina, está en un ciclo político electoral en Perú, Colombia y Chile que inhibe la confianza de consumidores e inversores, lastrando el crecimiento en estos países.

En Colombia, la economía creció un 1,7%, en un entorno de mayores incertidumbres y de no consolidación de los efectos positivos de la menor inflación en el consumo y de los menores tipos de interés en la inversión, pero mostrando una recuperación con respecto a 2023 cuando creció apenas un 0,6%.

La inversión ascendió un 2,6% mientras que el consumo de los hogares lo hizo en apenas un 1,2%. La inversión estuvo dinamizada por las obras de infraestructuras, mientras que la adquisición de maquinarias y equipos mostró una caída del 1,1%. El consumo de los hogares estuvo tenuemente impulsado por la demanda de bienes no durables que crecieron 1,9%.

En Perú, la economía mostró un repunte del crecimiento hasta el 3,3%, apoyado por una fuerte evolución de la pesca, el buen momento de la construcción y minería, así como una orientación más laxa de la política monetaria. Por el lado del gasto, se aceleró la demanda interna, se mantuvo el impulso fiscal y continuaron recuperándose el consumo y la inversión privada.

La evolución favorable del mercado laboral, la reducción de la inflación y la recuperación de las expectativas empresariales impulsaron el gasto privado, que a su vez favorecieron las actividades no primarias como comercio y servicios. Asimismo, la inversión pública mantuvo su dinamismo y continuó creciendo a tasas de dos dígitos (15,1%).

En República Dominicana, la economía creció un 5,0% frente al 2,4% registrado en 2023, destacándose como una de las economías más dinámicas de la región. El consumo ha recuperado su dinamismo pre pandemia un 4,6%, mientras que la inversión se expandió un 5,0% recuperando la dinámica de la demanda interna que aportó el 76% del crecimiento del año, mientras que el buen comportamiento del sector externo aportó el restante 24%.

El crecimiento fue impulsado por el aporte de las actividades que componen el sector servicios, que repuntaron un 5,5% respecto al año anterior, destacándose hoteles, bares y restaurantes (9,6%), servicios financieros (8,3%), energía y agua (7,0%), transporte y almacenamiento (5,7%) y comercio con un repunte del 5,5%.

En Chile, la economía se expandió un 2,6 %, impulsada principalmente por las exportaciones, mientras que la demanda interna presentó un crecimiento del 1,3%. Desde la perspectiva de la oferta, las principales contribuciones al crecimiento se registraron en la minería, el comercio, los servicios personales y el transporte. El consumo de los hogares creció un 1,0%, mientras que la formación bruta de capital mostró una contracción del 1,4%, por una menor inversión en equipos de transporte y edificación.

En Panamá, la economía creció 2,9% en 2024, con una desaceleración concentrada en el sector minero y la manufactura, mientras que el resto de sectores muestran un mayor dinamismo. Esta es la menor tasa de crecimiento de la economía panameña, desde 2009 si se excluye el 2020, año de la pandemia. Sin el impacto del sector minero la economía hubiera crecido un 4,8%. El resto de sectores crecen, destacando hoteles y restaurantes (8,9%), construcción (4,8%), comercio (5,9%) y transporte (4,7%) que en conjunto representan el 45% del PIB.

Ante esta evolución de la actividad, en los países en los que opera la Fundación la inflación cerró el 2024 en 4,0%, luego de tocar máximos en todas las geografías, en los episodios de alza de precios post pandemia. Se han atenuado las alzas de alimentos y energía, que fueron las de mayor impacto.

Perú y República Dominicana mostraron el mayor dinamismo de crecimiento, mientras que otros países enfrentaron menor inversión y consumo

1. Distintas fuentes nacionales. Estimaciones de cierre de 2024 de FMBBVA Research..

Los episodios de inflación posteriores a 2020 se han caracterizado por ser más pronunciados y persistentes en comparación con los episodios anteriores. Las presiones inflacionarias se han acumulado bruscamente durante este episodio, continuaron aumentando y continúan aumentando en el año siguiente. Las altas tasas de inflación observadas desencadenaron mecanismos de indexación que le dieron más persistencia, con caídas de los ingresos reales de los hogares en la mayoría de los países.

En Colombia, la inflación ha continuado su proceso de convergencia hacia la meta de 3,0 % en 2024, cerrando el año con un alza del índice de precios al consumidor del 5,2% (su nivel más bajo en tres años), inferior en 4,1 puntos porcentuales a la registrada al cierre de 2023 del 9,3 %, luego de alcanzar 13,3% en marzo de ese mismo año.

Esta evolución de la inflación estuvo acompañada por una política monetaria contractiva a partir de septiembre de 2021 que elevó la tasa de intervención del Banco de la República en 1150 puntos básicos, llevándola a noviembre de 2023 a 13,25%, a partir de ese momento la Junta del Banco de la República, impulsó un relajamiento de la política monetaria que permitió una reducción de 400 puntos básicos para cerrar 2024 en 9,25%.

Este nivel de cierre de 2024 implica una tasa real de intervención del Banco de la República de 4,3%, superior al 3,1% de noviembre de 2023. Esto indica que a pesar de la reducción observada esta muestra una postura más contractiva si se analiza en términos reales, que si bien ha permitido revertir el proceso inflacionario ha impactado, conjuntamente con otros factores, el proceso de recuperación del crecimiento económico.

En Perú, la evolución de la actividad estuvo acompañada por una inflación que se ha mantenido de forma continua al interior del rango meta del Banco Central desde abril de 2024, ubicándose en 2,0% al cierre de 2024, en el centro de este rango, disminuyendo desde el 3,2% registrado en 2023. Este comportamiento ha sido consecuencia de la reversión de los efectos de choques de oferta y una reducción gradual de las expectativas de inflación hacia el valor medio del rango meta, sin presiones inflacionarias de demanda.

Esto permitió que durante el año el Banco Central redujera el tipo de interés de referencia de la política monetaria en 175 puntos básicos, ubicando la tasa de interés de referencia real cerca del nivel estimado como neutral, donde la economía se mantiene en su nivel potencial de producción y con una tasa de inflación en su nivel de equilibrio de largo plazo.

En República Dominicana, la inflación se ha mantenido en el tramo inferior del rango meta del Banco Central de 4.0 % ± 1.0 % desde diciembre 2023, cerrando el año en 3,3 %, lo que refleja la efectividad de la política monetaria en un entorno de flexibilización, combinada con los subsidios a los combustibles y al servicio de energía eléctrica. Este comportamiento de la inflación permitió que el Banco Central redujera la tasa de política monetaria en 275 puntos básicos desde mayo de 2023, para cerrar el año en 5,75%.

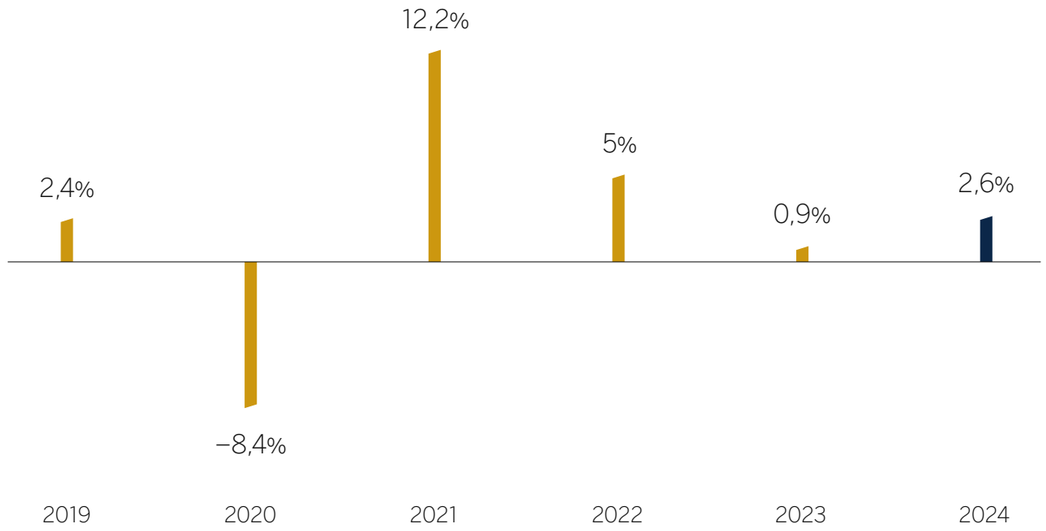
En Chile, la inflación cerró el 2024 en 4,5%, superior a la variación registrada en 2023 del 3,9%. La inflación tocó mínimos en marzo con un 3,7% de variación anual del índice de precios al consumidor. Esta alza de los últimos meses del año se debe al mayor auge del componente subyacente de bienes y de servicios, así como al impacto anticipado del reajuste de las tarifas eléctricas, que se sumaron a un aumento conjunto de varios factores de costos, donde destacan la depreciación del peso y el repunte de los costos laborales.

La política monetaria siguió estas presiones inflacionarias e inició un agresivo ciclo de alza de tasas de interés, que pasó de 0,5% en julio de 2021 hasta llegar al 11,25% en octubre de 2022, en la medida que se ajustaba la inflación se produjo una reducción de la tasa de interés de referencia de la política monetaria, cerrando 2024 en 5%, registrando una disminución de 325 puntos básicos con respecto al cierre de 2023, siendo la reducción de 625 puntos básicos con respecto al nivel máximo que se mantuvo desde octubre de 2022 hasta julio de 2023. Al cierre de 2023 la tasa real de intervención era del 4,35% para pasar al cierre de 2024 a una tasa real del 0,5%, mostrando una senda de política monetaria expansiva.

En Panamá, la tasa de inflación cerró en 2024 con un acumulado anual del 0,7 %, inferior a la registrada en 2023 (1,9%). La desaceleración del crecimiento, el control de precios de algunos productos básicos y la apreciación del dólar que generó un abaratamiento de los costos de importación, son algunos de los factores que mantuvieron la inflación contenida. Panamá mostró una de las tasas de inflación más bajas de la región.

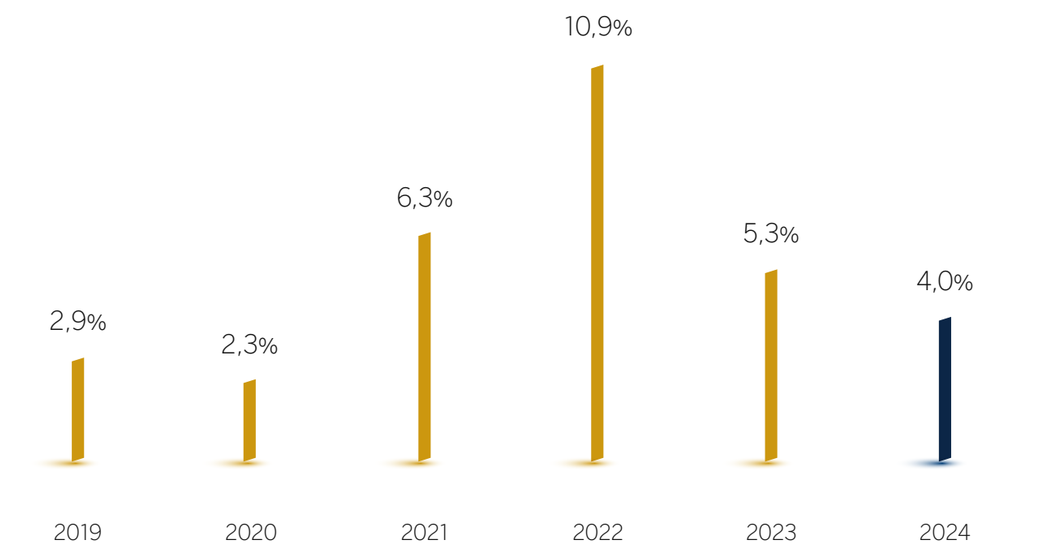
1. CRECIMIENTO REAL DEL PIB

Total emprendedores de crédito evaluados



2. INFLACIÓN (VARIACIÓN % IPC)

Total emprendedores de crédito evaluados



G.**1** y G.**2**. Research FMBBVA y fuentes nacionales.

Empleo y pobreza[3]

En el *footprint* la tasa de crecimiento promedio en la década 2014-2024 fue de 2,8%, superior al 1,3% registrado por América Latina, sujeta a un estancamiento del PIB per cápita durante ese período

En 2024, la tasa de desocupación en los países en los que opera la Fundación (*footprint*)se situó en 7,4%, regresando a niveles pre pandemia y mejorando respecto al 7,6% de 2023. Este avance contrasta con el 13,1% de desempleo registrado en 2020, el peor año de la crisis por COVID-19, cuando se perdieron 6 millones de empleos. Desde ese año se han generado 8,9 millones de empleos, siendo el 50% de estos en la informalidad.

En Colombia, la tasa de desempleo nacional cerró el 2024 en 8,8%, ligeramente inferior a la registrada al cierre de 2023 (9,4%). La tasa global de participación en el mercado laboral se ubicó en 64,0%. Esta evolución y el comportamiento de las tasas de vacantes apuntan a la presencia de un mercado laboral estrecho.

En Perú, a nivel nacional, la tasa de desempleo al cierre de 2024 se ubicó en 5,6%, cifra superior en 0,2 punto porcentual al cierre de 2023 (5,4%). La tasa de participación se ubicó en 70,1% siendo la más alta del *footprint* incrementándose en 5,4 p.p. con respecto al cierre de 2020.

En República Dominicana, el dinamismo de la economía permitió situar la tasa de desempleo en 5,3%, que se eleva al 7,6% al incorporar a los sub-ocupados que estarían dispuestos a trabajar más horas. Al analizar la evolución de la tasa de participación laboral, se advierte que se ha expandido en 0,5 p.p. pasando de 64,9% en 2023 al 65,4% en 2024 y mejorando en 4,3 p.p con respecto al 2020, volviendo a los niveles de participación de 2019.

En Chile, la tasa de desempleo nacional fue del 8,5%, registrando un descenso de 0,2 pp. en el año, producto del alza de la fuerza de trabajo (2,2%), menor a la presentada por las personas ocupadas (2,5%). La tasa de participación se ubicó en 62%.

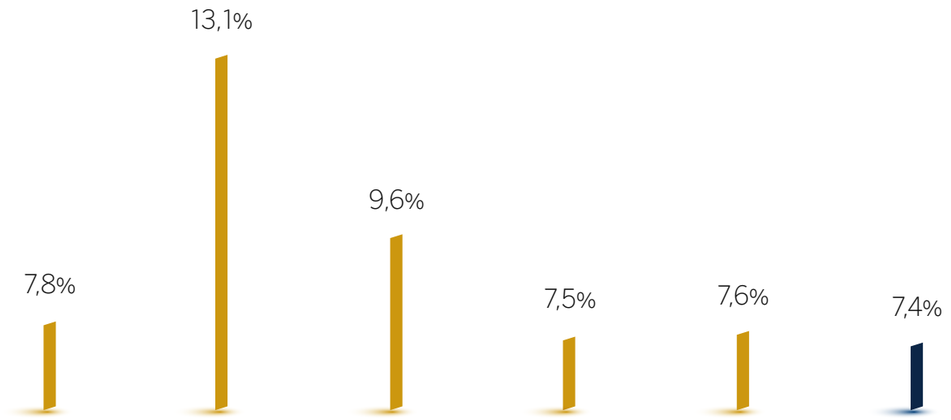
En Panamá, la tasa de desempleo abierto se ubicó en 2024 en 7,8%, incrementándose en 2,0 puntos porcentuales con respecto al nivel alcanzado en 2023. La tasa de participación se ubicó en 63,3%, mejorando en 0,9 p.p. con respecto al 2023.

En total alrededor de 4,6 millones de trabajadores se encuentran en situación de desempleo en el *footprint*, reduciendo en 69 mil personas el desempleo con respecto al 2023, mientras que con respecto al máximo alcanzado en 2020, la reducción ha sido de 2,7 millones de trabajadores en situación de desempleo. Del total de trabajadores en desempleo, el 53,5% corresponden a mujeres que registraron una tasa del 10,3%, mostrando una brecha de 3,6 p.p. con respecto al desempleo de los hombres, que se ubicó en el 6,7%.

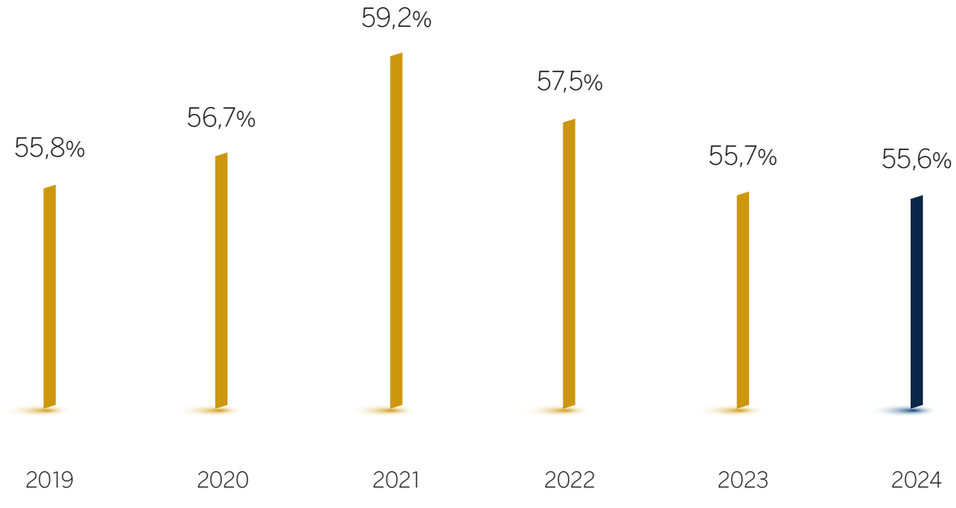
3. Distintas fuentes nacionales. Estimaciones de cierre de 2024 de FMBBVA Research.

La tasa global de participación aumentó en 0,2 p.p. pasando del 65,4% al 65,2%, registrándose una brecha de 21,4 puntos porcentuales de participación entre hombres y mujeres, situándose en el 74,6% y el 53,2% respectivamente.

3. TASA DE DESEMPLEO (%)
Total emprendedores de crédito evaluados



4. EMPLEO INFORMAL (%)
Total emprendedores de crédito evaluados



G.**3** y G.**4**. Research FMBBVA y fuentes nacionales.

La pobreza monetaria se situó en 25,6%, lo que implica que cerca de 31 millones de personas se encontraban en situación de pobreza

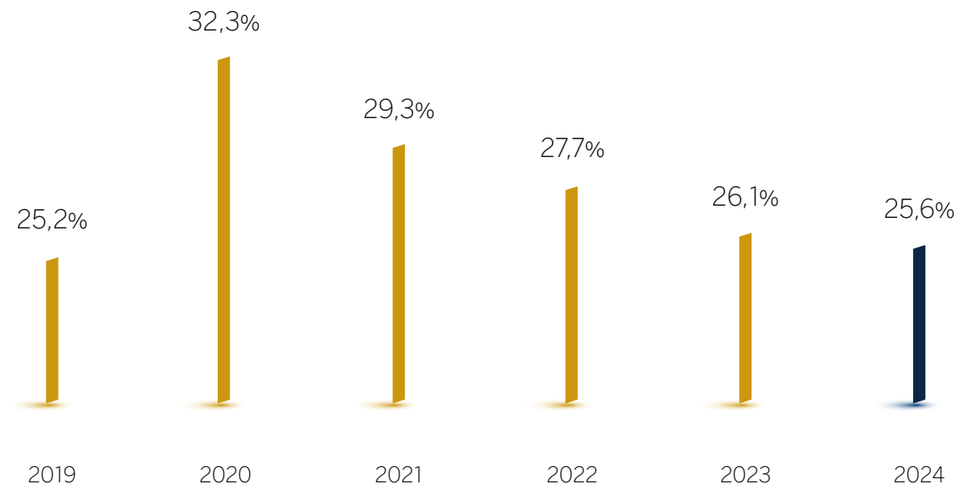
En el *footprint*, el 55,6% de los trabajadores están en informalidad, alrededor de 31,7 millones de trabajadores lo hacen con contratos inestables y sin seguridad social. Aunque hubo una leve reducción frente al 55,7% de 2023, países como Chile y Panamá mantienen los niveles más bajos de informalidad (28,3 y 49,3% respectivamente), pero Perú lideró la creación de empleos formales con respecto al 2020, a pesar de mantener una tasa de informalidad del 70,9%.

En 2024, la pobreza monetaria se situó en 25,6%, lo que implica que cerca de 31 millones de personas se encontraban en situación de pobreza. En él último año, alrededor de 356.000 personas han salido de la pobreza. En la pandemia alrededor de 8,6 millones de personas entraron en pobreza, de las cuales 6,6 millones han revertido esa situación.

En el *footprint* como en el resto de América Latina, la brecha de género en la pobreza se manifiesta como un fenómeno estructural donde las mujeres enfrentan mayores riesgos de exclusión económica y social. Este desequilibrio se agrava por múltiples factores interconectados que perpetúan ciclos de desigualdad.

La menor participación laboral se amplía en edades fértiles (25-35 años), donde la pobreza femenina supera en 7 p.p. la masculina y el trabajo no remunerado donde las mujeres dedican el doble de tiempo que los hombres a labores domésticas y de cuidado, son elementos que limitan su acceso a empleos formales, perpetúan su dependencia económica e incrementan la probabilidad de entrar en pobreza de las mujeres.

5. POBLACIÓN EN POBREZA MONETARIA (%)
Total emprendedores de crédito evaluados



G.**5**. Research FMBBVA..

Conociendo al emprendedor vulnerable

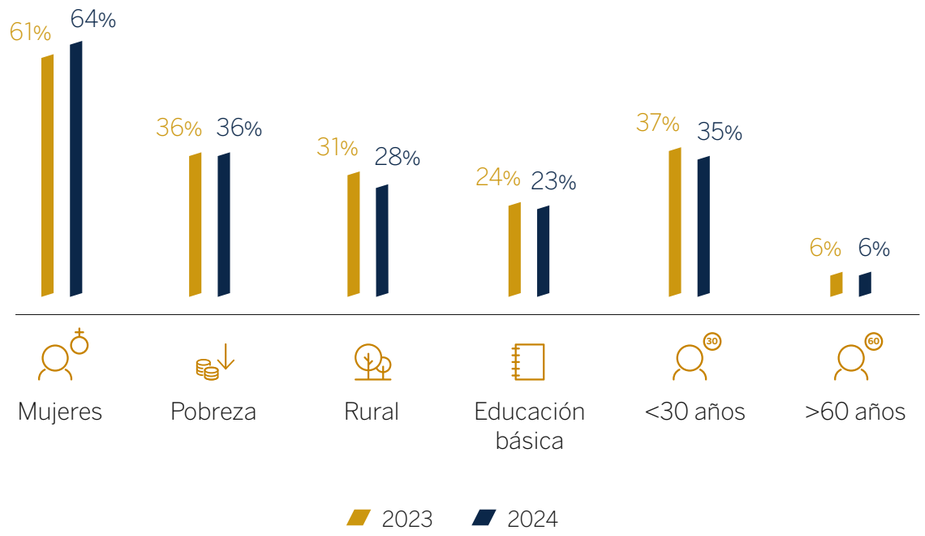


Los hogares, especialmente los más vulnerables, se encuentran en diferentes etapas de desarrollo y para que la oferta financiera sea inclusiva y sostenible debe reflejar las distintas necesidades de sus economías. Por ello, es fundamental conocer al emprendedor, su hogar, entorno y necesidades, para determinar qué productos y canales son más eficaces. Si además podemos proporcionar los servicios financieros al mayor número de personas posibles, el impacto será mayor.

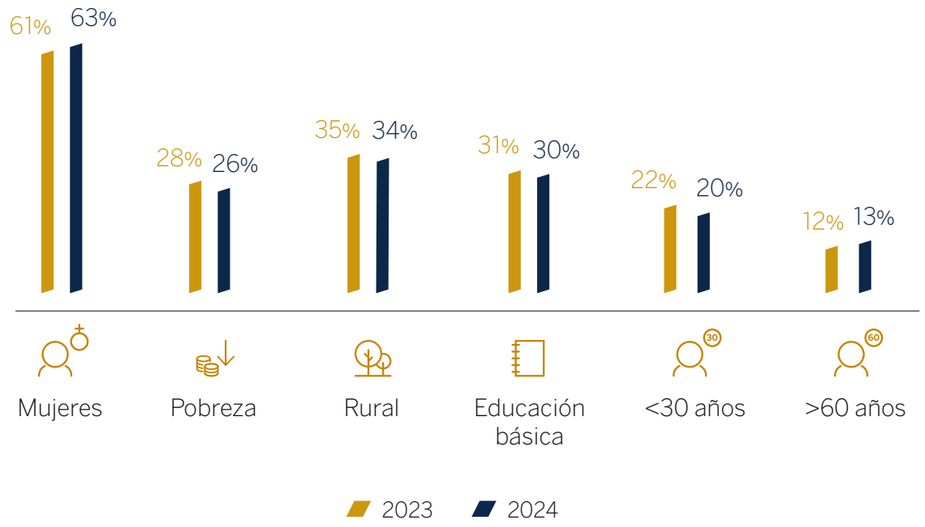
Para los emprendedores, hacer crecer un pequeño negocio es una solución a la falta de oportunidades laborales. La mayoría de los beneficiarios son mujeres (63%) con un nivel educativo básico (30%), segmentos que enfrentan mayores barreras culturales, legales o sociales, lo que aumenta su exclusión de los sistemas financieros formales y los expone a mayores riesgos. La mayoría de los emprendedores busca empleo en las ciudades, por lo que el 66% se encuentra en un entorno urbano.

6. VULNERABILIDAD SOCIAL

Nuevos emprendedores de crédito



Total emprendedores de crédito



G.**6**. Considera emprendedores de crédito vigente a 31.12.2024. Los nuevos son emprendedores que nunca se atendieron antes.

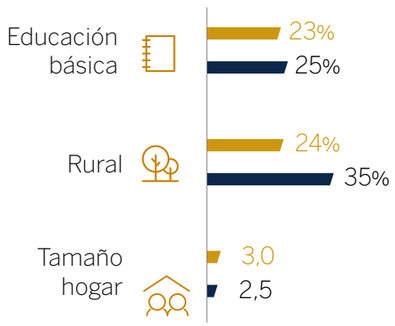
Las brechas de género obligan a las mujeres a asumir un doble rol, tanto como proveedoras de ingresos como encargadas de los cuidados y las tareas domésticas. Esto las coloca en emprendimientos de menor escala y en sectores de baja productividad, como el comercio. De hecho, el 66% de las nuevas emprendedoras atendidas por las entidades están solas con dependientes a su cargo, lo que supone una importante limitación a la hora de emprender.

7. MAYOR VULNERABILIDAD EN LA MUJER

Las mujeres son más vulnerables que los hombres, con un perfil parecido

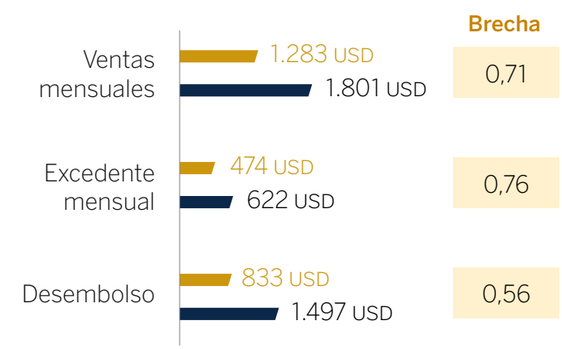
Vulnerabilidad social

Clientes de crédito nuevos



Brecha

Clientes de crédito nuevos



Es fundamental apoyar a la población migrante, desplazada y refugiada, especialmente en América Latina, donde la acogida de migrantes venezolanos es particularmente relevante. A través de créditos y ahorros se ha logrado atender a más de 21.000 personas **migrantes**, destacando Bancamía en Colombia como la entidad que aporta el mayor porcentaje. Este grupo presenta un perfil distinto al total, con mayor nivel educativo y mayor inclinación a contratar productos de pasivo: solo el 44% opta por productos de crédito y aumenta los saldos de pasivo.

EMPRENDEDORES MIGRANTES

Clientes con crédito y ahorro en Colombia, Perú, Chile y Panamá

Migrantes

Clientes totales

2023	2024
17.951	21.005

Sus negocios

Muchos emprendedores eligen actividades resilientes y flexibles ante el cambio. Por eso, el comercio es el sector más común

Muchos emprendedores operan múltiples negocios para diversificar sus riesgos: si uno falla, el otro puede mantenerse económicamente. Estos negocios suelen ser más pequeños y flexibles, y operan en industrias que no requieren grandes conocimientos, priorizando la adaptabilidad sobre el crecimiento. Esta pequeña escala permite responder rápidamente a cambios en el mercado, contexto o tecnología.

Al inicio, muchos emprendedores se enfocan en el comercio (54%), con un tercio dedicado a la venta de textiles al por menor (14%). Este sector es liderado por mujeres jóvenes, solteras y con niveles educativos bajos en entornos urbanos. Otro tercio se dedica al sector alimentario, con actividades como supermercados y comercios especializados, principalmente dirigidas por mujeres urbanas de mediana edad. La venta ambulante ha disminuido, representando solo el 2% de los negocios, mayormente dirigidos por hombres en entornos urbanos. El resto se dedica al comercio de diversos productos. El comercio está limitado por la oferta y demanda de productos específicos, lo que afecta su margen de beneficio, que es el más bajo en comparación con otros sectores.

El sector servicios (comidas, centros de estética y peluquerías) es el segundo sector más importante. Son liderados principalmente por mujeres vulnerables y desarrollan su actividad en entornos urbanos. Algunos emprendedores se dedican al transporte de mercancías o pasajeros (principalmente hombres urbanos de mediana edad) y a actividades inmobiliarias, donde predominan mujeres mayores de 60 años, debido a la comodidad de gestionar este tipo de actividades. La asistencia sanitaria, aunque menos representativa, está ganando terreno, especialmente entre los jóvenes, en su mayoría mujeres.

Muchos servicios requieren una inversión inicial baja, ya que no necesitan grandes inventarios o infraestructura, lo que reduce los costos operativos y se basa en la mano de obra y algunos insumos básicos. Esto permite que tengan márgenes más altos que otros sectores, además de ofrecer un valor agregado a través de la personalización y la atención al cliente.

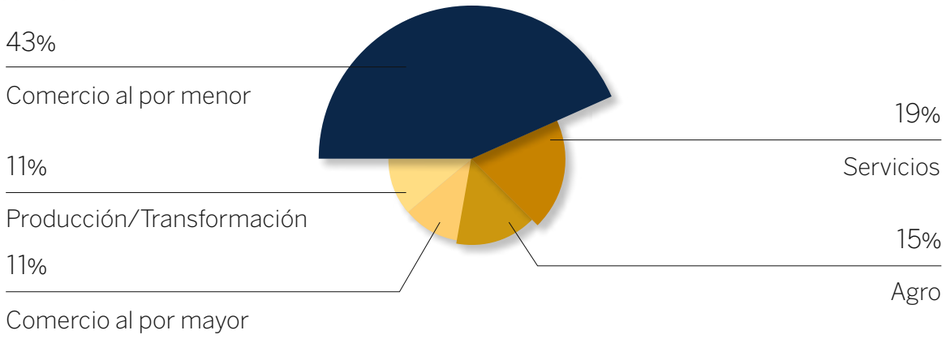
El sector agropecuario, liderado por hombres en entornos rurales, representa el 15% de los emprendedores. Requiere una alta inversión inicial en tierras, maquinaria y animales, especialmente en ganadería y cultivos mixtos. Aunque su margen promedio es relativamente alto (38%), varía según la estacionalidad y factores externos como el clima o los costos de insumos.

Por último, el sector de producción y transformación incluye la industria alimentaria (como panaderías) y textil/calzado (como talleres de costura), donde predominan las mujeres urbanas, mientras que los hombres destacan en la construcción.

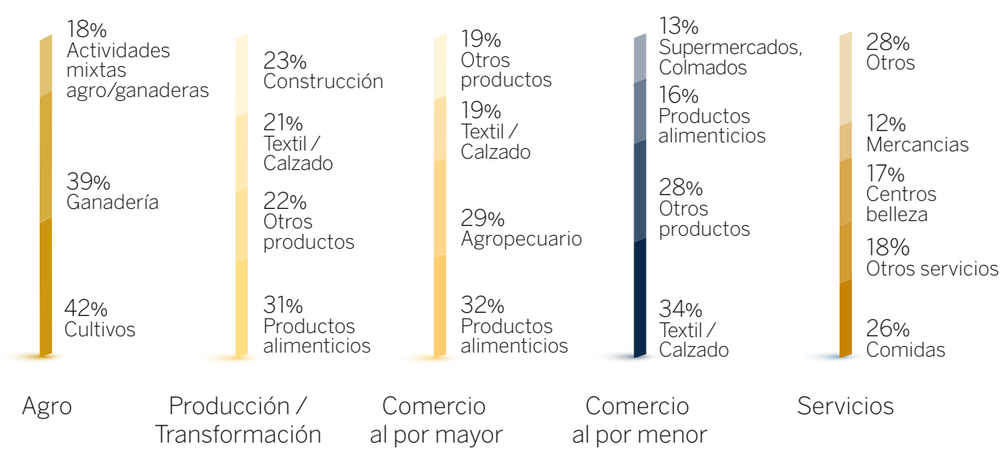
8. TIPOS DE ACTIVIDAD DE LOS EMPRENDEDORES

Total emprendedores de crédito (%)

Sectores

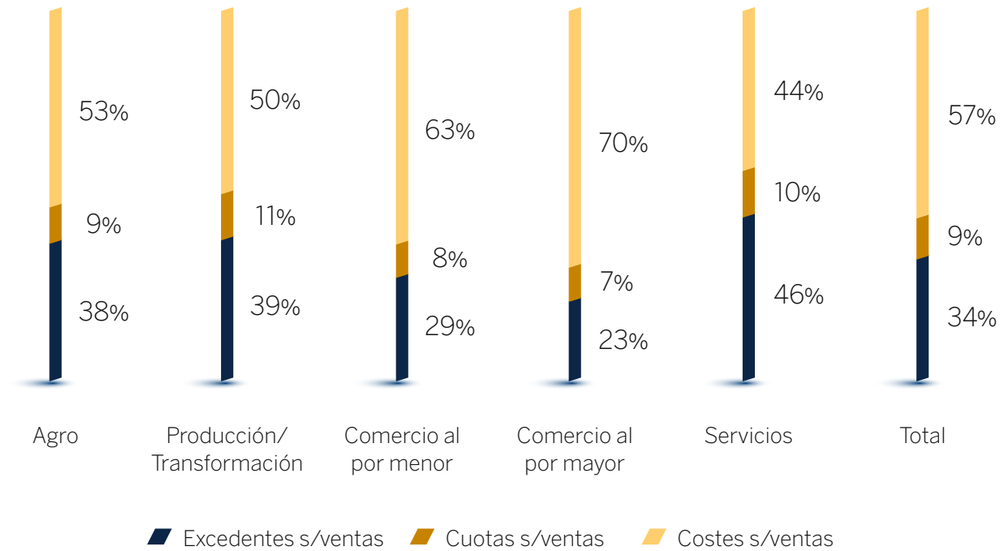


Actividades



9. MÁRGENES POR SECTOR

Total emprendedores de crédito (%)



G.**8**.Considera emprendedores vigentes a 31.12.2024.
G.**9**. Considera clientes vigentes a 31.12.2024. 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.

Diagnóstico de la pobreza



La pobreza en América Latina sigue siendo un problema persistente y complejo, afectando a una parte significativa de la población. A pesar de los avances importantes en las últimas décadas, los niveles de pobreza siguen siendo elevados[4]. La pobreza no solo se refiere a la falta de ingresos, sino que abarca diversas dimensiones que afectan la calidad de vida. Identificar las causas subyacentes es clave para diseñar soluciones efectivas.

En el Grupo FMBBVA, se evalúan tanto la pobreza monetaria como la multidimensional, ya que ambas reflejan el panorama completo de la situación de los hogares. Estudios de 2021 indican que la pobreza multidimensional complementa a la pobreza monetaria.

Por ello, seguir ambas dimensiones es esencial para orientar los esfuerzos de las entidades microfinancieras hacia soluciones que superen las carencias estructurales, relacionadas con la falta de bienes y servicios básicos, y así reducir las brechas. Este análisis es crucial, ya que los hogares con altos niveles de pobreza multidimensional y económica enfrentan imprevistos con mayor frecuencia, lo que resalta la relación directa con la gestión financiera del hogar[5].

Los hogares con mayores carencias estructurales enfrentan imprevistos con mayor frecuencia, lo que evidencia la relación directa entre la pobreza multidimensional y la gestión financiera

4. Pobreza monetaria para 2024 en el footprint es 25,6%.
5. Estudios realizados en 2021 con las encuestas de pobreza multidimensional revelaron que aquellos hogares con imprevistos tenían una mayor incidencia de pobreza multidimensional.

La pobreza monetaria

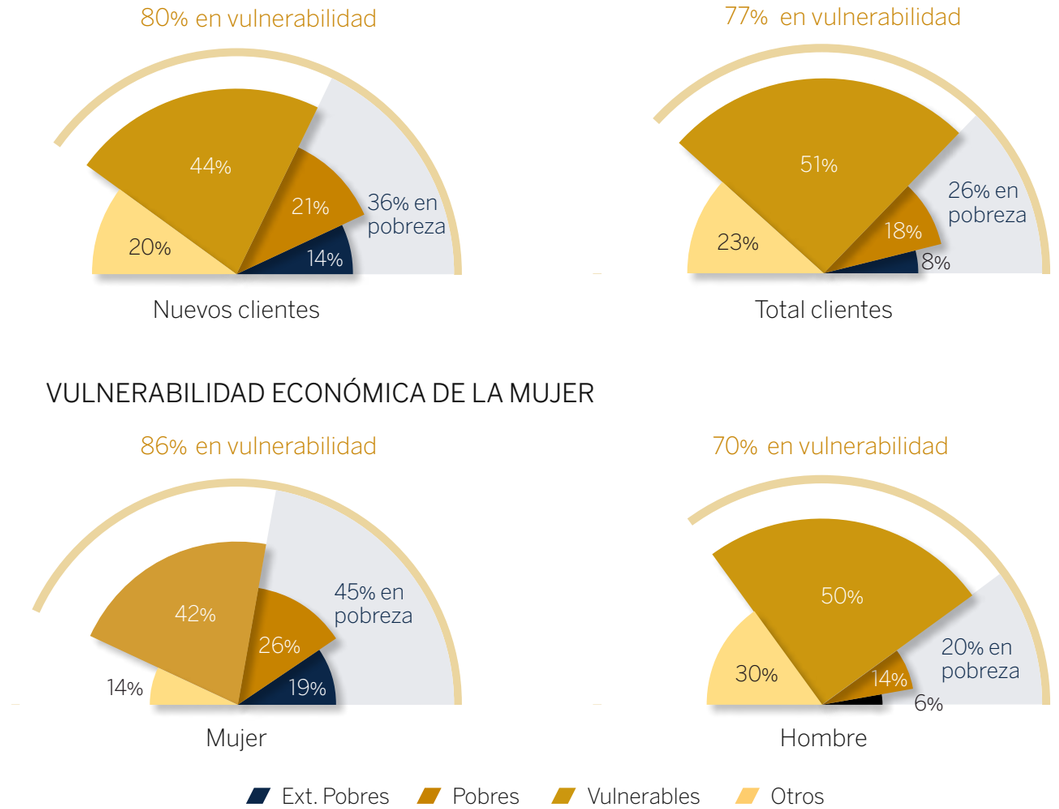
En 2024, en los países donde operan las entidades de la Fundación (footprint), la pobreza monetaria alcanza el 25,6%, mostrando una recuperación parcial, pero aún se mantiene por encima de los niveles pre-pandemia (ver *Empleo y pobreza*). La disminución de la pobreza se atribuye al aumento de ingresos per cápita y a una menor inflación, aunque los eventos climáticos y obstáculos estructurales a los que se enfrentan (de vivienda, educación y salud, entre otros) atenuaron su impacto. La pobreza monetaria mide la insuficiencia de ingresos para cubrir una canasta básica de bienes y servicios esenciales.

En la Fundación se realiza un seguimiento de cómo los ingresos del negocio contribuyen al hogar, lo que permite determinar de manera aproximada la pobreza monetaria. El 26% de los emprendedores con crédito vigente a diciembre 2024 se encuentra en situación de pobreza.

La pobreza es más acuciada entre las mujeres y ha empeorado en relación con 2023, ya que un 45% de ellas se encuentra en esta situación, frente al 20% de los hombres (43% mujeres vs 26% hombres en 2023).

10 VULNERABILIDAD ECONÓMICA DE LOS EMPRENDEDORES

Total emprendedores de crédito

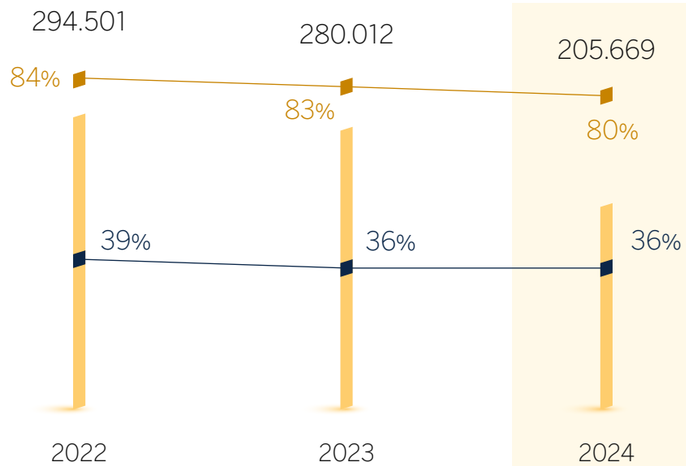


G. **10**. De acuerdo con las Líneas de Pobreza oficiales de cada país. Total son emprendedores con crédito vigente a 31.12.2024; nuevos son aquellos que entraron en 2024 por primera vez con la entidad.

El 80% de los nuevos emprendedores atendidos en 2024 estaban en situación de vulnerabilidad

11. VULNERABILIDAD DE LOS NUEVOS EMPRENDEDORES

Nuevos emprendedores de crédito



36% pobres con ingresos inferiores a 153 USD al mes

44% vulnerables con ingresos de 153 a 459 USD al mes

Las entidades de la Fundación están comprometidas con un segmento económicamente vulnerable, y durante 2024 de los más de 205.000 nuevos emprendedores atendidos, el 80% estaban en situación de vulnerabilidad económica y el 36% por debajo de la línea de pobreza.

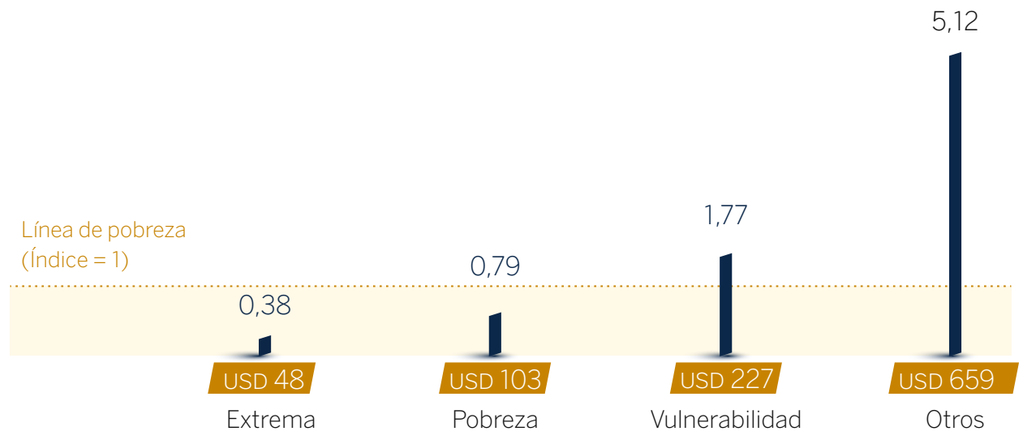
La vulnerabilidad trasciende la mera dimensión económica, manifestándose en el comportamiento lo que dificulta superar la precariedad. Esto puede sesgar la toma de decisiones hacia opciones cortoplacistas y con mayor aversión al riesgo (Mani et al., 2011; Shah et al., 2012), lo que perpetúa la situación de vulnerabilidad.

G. **11**. 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.

El 50% de los emprendedores gana 227 USD mensualmente, 7 USD al día

12. RENTA DE LOS EMPRENDEDORES

Nuevos emprendedores de crédito evaluados



Un creciente número de investigaciones demuestra que el acceso y uso recurrente de los servicios financieros formales por parte de personas vulnerables se asocia con una mejora significativa en su bienestar (Dupas & Robinson, 2013; Karlan & Zinman, 2010). Este impacto positivo se atribuye a la capacidad de afrontar riesgos de manera más efectiva, gestionar las finanzas con mayor eficiencia e incrementar la productividad de sus actividades económicas (Banerjee & Duflo, 2011).

La estabilidad económica, al fortalecer la seguridad en los hogares, genera un impacto positivo en el comportamiento de los individuos (Morduch, 1999). La mayor seguridad económica se traduce en una mayor capacidad para asumir riesgos calculados, planificar a largo plazo y ejercer un mayor control sobre sus propias vidas (Bertrand et al., 2010), promoviendo así su empoderamiento económico.

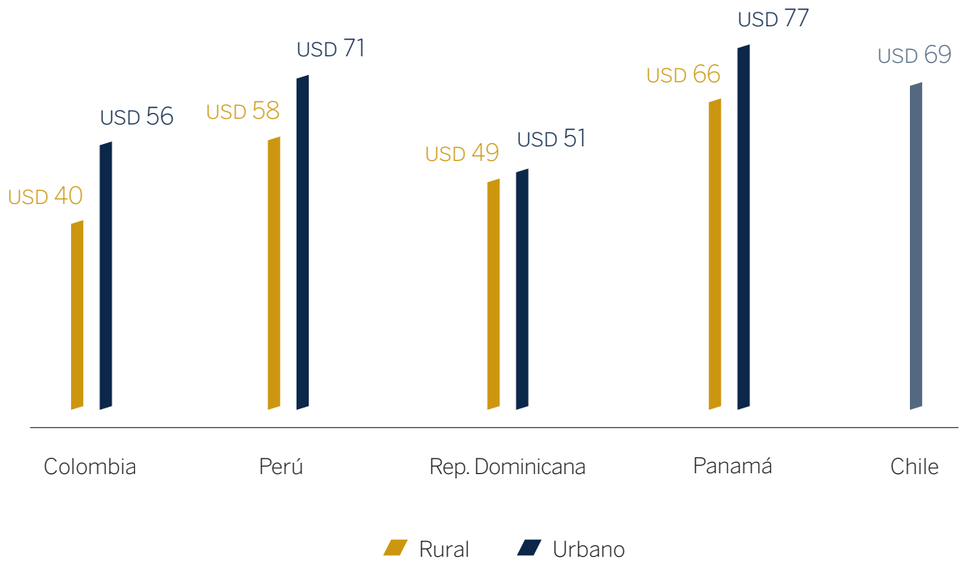
G.**12**. De acuerdo con la Línea de Pobreza oficial de cada país.

Nota metodológica: 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, se compara con 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)[6].

13. CANASTA BÁSICA POR PAÍS

Línea de Pobreza Extrema según el instituto nacional de cada país

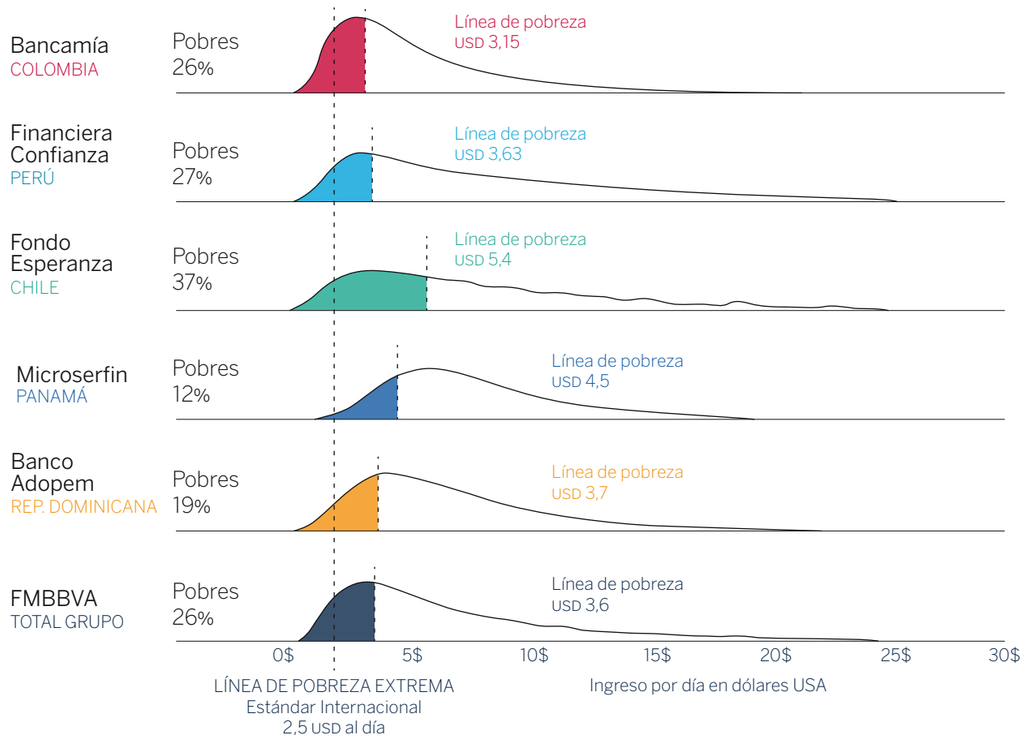


Clasificación de vulnerabilidad económica del Grupo FMBBVA:

- Extremadamente pobres: cuando el excedente por miembro del hogar es inferior a la Línea de Pobreza Extrema del país.
- Pobres: cuando la renta es superior a la Línea de Pobreza Extrema, pero inferior a la Línea de Pobreza del país.
- Vulnerables: cuando la renta es superior a la Línea de Pobreza, pero inferior a tres veces la línea de pobreza.
- Otros: cuando la renta es superior a tres veces la Línea de Pobreza.

14. POBREZA Y DISTRIBUCIÓN DE CLIENTES POR NIVEL DE RENTA

Total emprendedores de crédito (%)



Aunque esta clasificación es propia del Grupo, es comparable con los estándares de organismos internacionales como las Naciones Unidas o el Banco Mundial. La renta relativa es el excedente del negocio dividido por cada miembro del hogar en relación con la Línea de Pobreza (LP), midiendo la distancia respecto a ella. Esto permite observar cuán pobres son los clientes, cuánto deben crecer sus negocios para superarla y su riesgo de volver a caer por debajo de ella. Este indicador también refleja la concentración de pobreza en cartera.

En 2024, la renta relativa de los clientes vulnerables atendidos fue de 1,77 veces la LP, mientras que los clientes clasificados como "otros" tenían una renta mucho mayor, de 5 veces la LP, lo que reduce su probabilidad de caer en la pobreza.

6.- 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. **13**. Se presenta la canasta básica alimentaria oficial de 2023 para cada país, actualizada a su vez con el IPC a cierre de 2024. 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).

La pobreza multidimensional

Para reducir la pobreza se debe acatar varias dimensiones a la vez. Una de las principales, son aquellas carencias estructurales, como la educación, la salud y la vivienda, dimensiones incluidas en prácticamente todos los índices de pobreza nacionales donde opera la Fundación.

En los países donde act´ua la Fundación todavía existe una proporción no menor de personas en pobreza multidimensional. La medición de la pobreza multidimensional en Colombia, Perú, República Dominicana, Chile y Panamá presenta una heterogeneidad significativa en los aspectos medidos, la frecuencia de las mediciones y el grado de madurez alcanzado. Si bien existen similitudes en las dimensiones consideradas, las diferencias en los indicadores específicos utilizados para cada una de ellas implican que la medición de la pobreza multidimensional no sea directamente comparable entre estos países. A modo de referencia, se comparte el detalle por país.

Las entidades de la FMBBVA son las primeras entidades financieras privadas en contar con una evaluación multidimensional de cada hogar que atiende

POBREZA MULTIDIMENSIONAL POR PAÍS

País	Incidencia de pobreza multidimensional	Año	Fuente	Dimensiones evaluadas
Colombia	12,10%	2023	DANE	Incorpora cinco dimensiones: condiciones educativas, condiciones de la niñez y juventud, trabajo, salud y acceso a servicios públicos domiciliarios.
Perú	27,5%	2022	INEI	Evalúa seis dimensiones: educación, salud, vivienda, servicios básicos, seguridad alimentaria y trabajo.
República Dominicana	36%	2022	Ministro de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)	Considera cinco dimensiones: educación, salud, trabajo, vivienda y protección social.
Chile	16,90%	2022	Ministerio Desarrollo social, CASEN	Incorpora dimensiones como la educación, la salud, el trabajo y la seguridad social, la vivienda y el entorno, la redes y la cohesión social.
Panamá	12,10%	2022	Ministerio de Economía, Gabinete Social	Abarca cinco dimensiones: educación, salud, trabajo, vivienda y acceso a servicios básicos.

ANTECEDENTES

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 se cuenta con:

- **Nueva evaluación no-financiera**. Se re-evalúan las preguntas no financieras para incorporar las carencias creando un estándar corporativo.
- **Recopilación datos gradual**: La información se captura en el proceso de desembolso y se actualiza cada 12 meses.
- **Metodología**: Se ajusta el índice en función de la distribución de los indicadores. manteniendo la metodología Alkire-Foster.

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

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

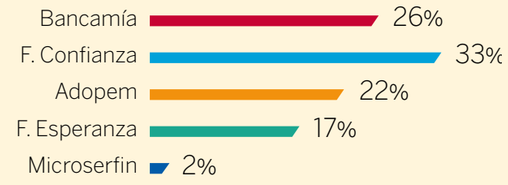
Desde 2023 se captura las carencias en vivienda, salud y educación de los hogares. Esta información ayuda a dirigir una oferta de valor que permita a los emprendedores superar carencias estructurales, a menudo relacionadas con la falta de bienes y servicios, y a cerrar esas brechas.

ÍNDICE BASADO EN 7 INDICADORES

Dimensión	Indicador	Peso (%)	Nº Preguntas
Educación	1. Años de escolarización	14%	1
	2. Acceso al agua	14%	1
Salud	3. Saneamiento	14%	2
	4. Seguro de salud	14%	1
Vivienda	5. Materiales de la vivienda	14%	3
	6. Hacinamiento	14%	1
	7. Acceso a internet	14%	2
	TOTAL	100%	11

Umbral de pobreza: 33,33%. Se mantiene.

AGREGACIÓN: PESO DE CADA PAÍS*



Umbrales de privación basados en criterios nacionales

Los umbrales de privación se definieron en función de las condiciones específicas de cada país, siguiendo los lineamientos del organismo nacional que lo determina. Por tanto, no permite la comparación de los niveles de pobreza o privación entre las entidades (un cliente que se encuentra exactamente en las mismas circunstancias podría ser identificado como pobre (o con carencias) si es atendido por una entidad y como no pobre si es atendido por otra).

* Para el calculo agregado, la proporción de cada país es la misma que la que tiene ese país en “terminos de números de clientes en cartera”.

Pobreza Multidimensional. Proyecto 2023-2024

Medición completa: A través de una encuesta de 11 preguntas se recopila el estado de privación de los hogares durante la admisión o renovación del crédito. Esta información se almacena en los sistemas del core bancario y se actualiza anualmente. Se utiliza un índice de pobreza multidimensional, siguiendo la metodología Alkire-Foster.

EVALUACIONES DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL

Entidad	Ventana de evaluación		Hogares evaluados	En cartera vigente	
	Período	Nº Evaluaciones		Clientes	% Cartera
Bancamía	Sep. 23 - Dic 24	181.078	145.114	130.673	62,15%
Financiera Confianza	Ago. 23 - Dic 24	541.176	336.544	233.181	86,64%
Adopem	Ago. 23 - Dic 24	203.738	165.455	151.998	86,72%
Fondo Esperanza	Jun. 23 - Oct 24	45.652	45.652	34.112	25,84%
Microserfin	Abr. 24 - Dic 24	7.521	7.507	7.372	39,93%

Oferta de valor: Simultáneamente, las áreas de negocio diseñan y ofrecen productos y servicios financieros para abordar las brechas identificadas.

Esto ha requerido ajustar procesos comerciales, plataformas tecnológicas y de datos, implementar un plan de formación a varios niveles de la red comercial y diseñar un plan de comunicación. El proyecto ha involucrado a toda la organización para alinear los intereses en pro del impacto, incluyendo a los equipos de negocios, proyectos, tecnología, sucursales, formación y comunicación.



Yanneth Arauz, gerente regional centro de Microserfin Panamá.

"Con las respuestas que obtuvimos con el desarrollo de la encuesta de pobreza multidimensional estamos haciendo mejoras en el producto *Casafin* enfocándonos las necesidades específicas manifestadas por los emprendedores. La información recogida nos ayuda a conocer más a nuestros clientes, así como también identificar dónde podemos aportarles y ayudar en su crecimiento. Nuestros emprendedores no están solos, detrás de ellos está todo su entorno familiar y son personas que también se ven impactadas por el trabajo que estamos haciendo, por tanto, conocerlos nos ayuda a apoyarlos mejor".

Manasés Ruíz, asesor de Financiera Confianza Perú.

"Como entidades, la captura de información es importante porque nos permite, por ejemplo, identificar zonas donde hay mayores carencias y con base en ello, crear una oferta de valor para estos territorios, asimismo nos ayuda a identificar vacíos de conectividad e internet y encontrar mejoras para nuestros productos de tal manera que podamos ser conscientes del valor que tiene esta data para nosotros y para todo lo que vamos a construir en el futuro".



Índice de pobreza multidimensional

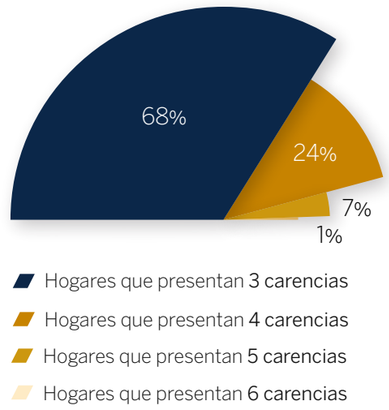
La incidencia de la pobreza multidimensional entre los emprendedores es del 15%, siendo más alta en Perú (19%), Panamá (16%) y República Dominicana (13%). Los hogares en situación de pobreza multidimensional tienen, en promedio, privaciones en el 48% de los indicadores (equivalente a 3,3 de los 7 indicadores). Entre los clientes pobres, más de la mitad experimentan sólo tres privaciones, lo que significa que superar una de ellas podría sacarlos de la pobreza.

15. ÍNDICE INTERNO DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL
Total emprendedores de crédito evaluados

ÍNDICE	VALOR
IIPM	0,075
Incidencia (H,%)	15,52%
Intensidad (i,%)	48,02%

15% de los hogares son pobres multidimensionales

16. INTENSIDAD DE LA POBREZA
Total emprendedores de crédito evaluados



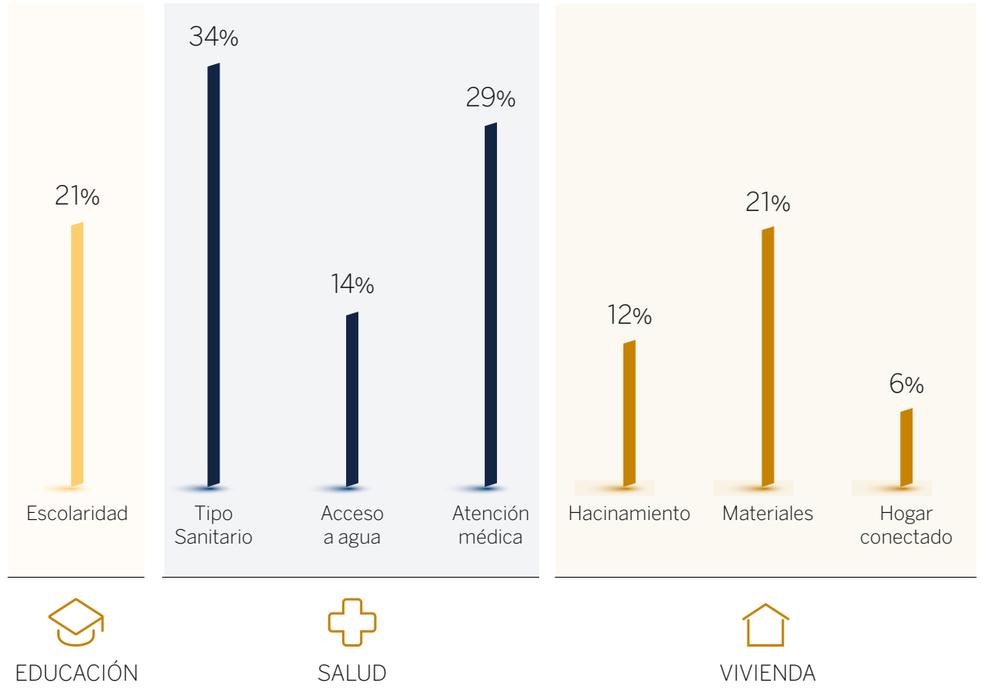
Entidad	País	Hogares evaluados	IIPM	Incidencia	Intensidad	Peso entidad	% Hogares en pobreza
Cartera de clientes		**523.454**	**0,075**	**15,52%**	**48,02%**		
Bancamía	Colombia	130.659	0,008	1,78%	46,48%	1,78%	1,78%
Financiera Confianza	Perú	232.899	0,092	18,86%	48,65%	18,86%	18,86%
Adopem	República Dominicana	118.800	0,058	12,62%	46,36%	12,62%	12,62%
Fondo Esperanza	Chile	33.785	0,006	1,20%	51,31%	1,20%≤	1,20%
Microserfin	Panamá	7.507	0,078	15,63%	49,74%	15,63%	15,63%

G.**16**.- . El 68% de los hogares en situación de pobreza multidimensional presentan carencia en 3 indicadores, 24% en 4 indicadores y 7% en 5. Residual es el porcentaje de hogares con más de 5 carencias (1% 6 carencias, 0,03% 7 carencias).

Evaluación de las carencias

Las privaciones más comunes entre los hogares son la atención médica, la escolaridad y el saneamiento. Un cambio importante respecto a 2021 es la mejora en conectividad (19% de hogares privados en 2021 frente al 4% en 2024) y escolaridad (42% de hogares carentes en 2021 frente al 21% en 2024), lo que refleja los efectos de la pandemia, que ha impulsado a los hogares a invertir en estas dos dimensiones.

17. INCIDENCIA DE LAS PRIVACIONES
Total emprendedores de crédito evaluados (%)



Los hogares de emprendedores presentan altos níveles de privación en escolaridad, saneamiento y atención médica, dimensiones que son fácilmente abordables tanto por el sector privado como público

G.**17**.- Los umbrales de privación utilizados coinciden, dentro de lo posible, con el usado por Sistema Único de Beneficiarios (SIUBEN). Clientes en cartera vigente con evaluación de pobreza multidimensional. Indicador de escolaridad calculado basándose exclusivamente en el nivel académico del titular

Dimensión vivienda

En la dimensión vivienda se evalúan tres elementos: el hacinamiento (número de personas por dormitorio), los materiales de la vivienda (techo, piso y/o paredes) y el acceso a internet.

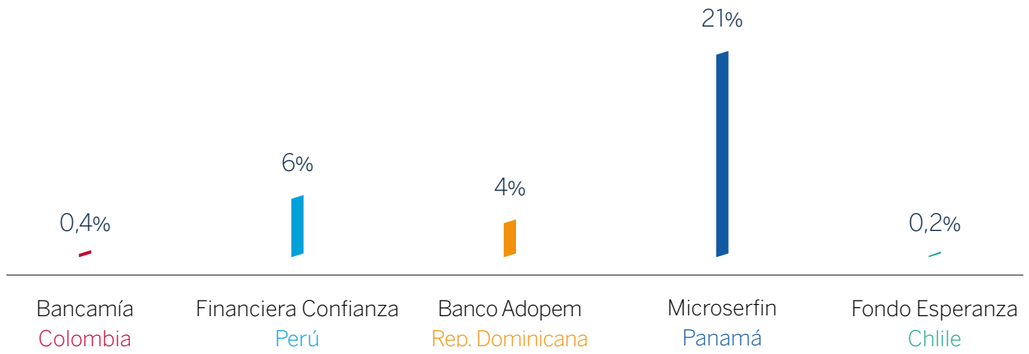
Conectividad. El 96% de los hogares tiene acceso a internet en su vivienda, con una mayor incidencia en zonas rurales. Panamá es el país donde esta carencia es más notoria. Las razones varían por país:

- En Panamá los emprendedores no disponen de una oferta de servicio en las zonas donde residen.
- En Perú y Dominicana los hogares no pueden asumir el coste del servicio.

Hacinamiento. El 10% de los hogares tienen una ratio de hacinamiento (personas por dormitorio) igual o superior a 3. Siete de cada diez hogares con hacinamiento sufren esta situación debido a la falta de dormitorios exclusivos para dormir. Esta problemática es más significativa en República Dominicana, donde la privación es mayor en las zonas rurales (29% rural frente a 24% urbano). En Perú, no se presentan diferencias entre entornos.

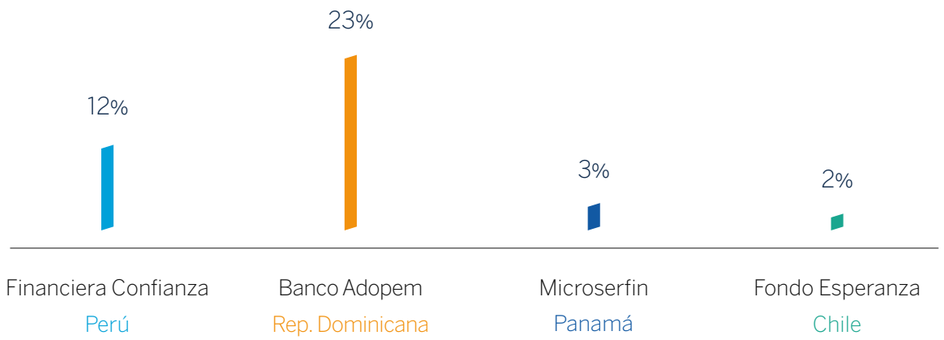
18. HOGAR CONECTADO

Total emprendedores de crédito evaluados (% hogares privados)



19. HACINAMIENTO

Total emprendedores de crédito evaluados (% hogares privados)



G.**19**.- No se incluyen los datos de Colombia dadas las incidencias de información identificadas.

Materiales de construcción. El 10% de los hogares presentan material precario en alguna de los tres componentes (piso, pared o techo). Perú es el país con la mayor incidencia (21% de los hogares tienen materiales precarios), seguido de Chile.

En Perú, la mayoría de los hogares con privación en este indicador lo experimentan debido al piso, especialmente aquellos con suelo de tierra o arena (49%). El resto corresponde a viviendas con pisos de madera burda, tabla o tablón (19%). El suelo de tierra o arena es común en zonas rurales, mientras que en las urbanas predomina el cemento o concreto. En cuanto a las paredes, son responsables del 49% de las privaciones, siendo común en viviendas urbanas con paredes de madera burda, tabla o tablón (41%)[6], y en menor medida, con triplay, calamina o estera (6%). Solo el 5% de las privaciones se deben a la precariedad en los techos.

En Panamá, el 84% de los hogares con privación en este indicador la presentan por el material de la pared, principalmente debido al uso de tablas o troza en viviendas urbanas (47%).

Perú es el país con mayor incidencia: 21% de los hogares tienen materiales precarios, sobre todo en el suelo, que suele ser de tierra o arena

20. MATERIALES DE VIVIENDA

Total emprendedores de crédito evaluados (% hogares privados)

DETALLE DE PRIVACIONES DE MATERIALES EN PERÚ

	% Privaciones	Evaluaciones
MATERIAL TECHO	5%	2.944
Caña, estera, triplay o carrizo	4%	2.292
Palma, paja, penca, cartón/plast	1%	652
MATERIAL PISO	69%	43.439
Tierra o arena	49%	31.336
Madera burda (tabla, tablones)	19%	12.103

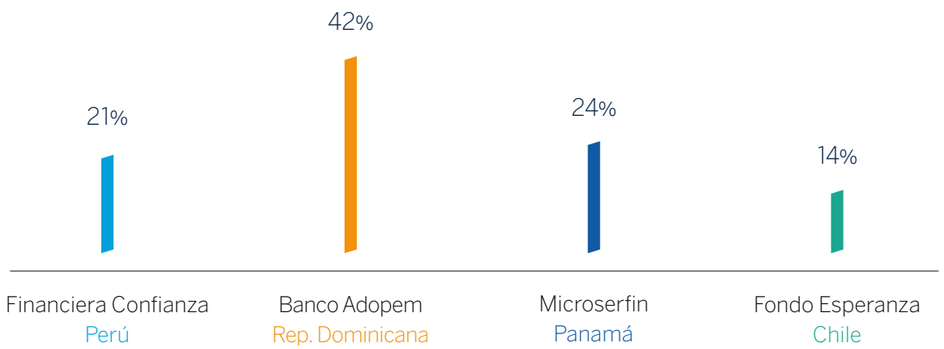
	% Privaciones	Evaluaciones
MATERIAL PARED	49%	30.907
Madera burda en urbano	41%	26.243
Triplay, calamina o estera	6%	3.855
Plástico, cartón, sin paredes	1%	872

6. Este material, en cambio, no se considera precario en vivienda rural en Perú.

Dimensión educación

El 21% de los hogares evaluados presentan privación en escolaridad, ya que alguno de sus miembros no tiene el certificado de educación secundaria completa. En Perú, esta privación tiene un ligero sesgo urbano, mientras que en Panamá afecta significativamente más al entorno rural.

21. ESCOLARIDAD
Total emprendedores de crédito evaluados (% hogares privados)





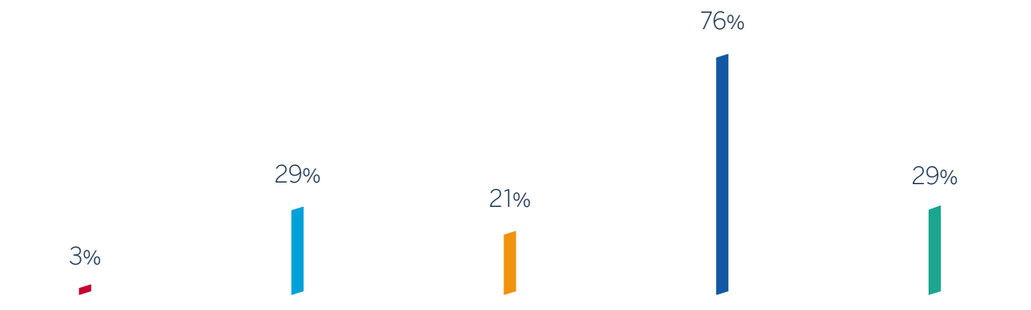
G.**21**.- No se incluyen los datos de Colombia dadas las incidencias de información identificadas.

Dimensión salud

Atención médica. El 21% de los hogares reportan que algún miembro no está afiliado a ningún seguro de salud, ya sea público o privado. En Chile, donde la pobreza multidimensional es la más baja del grupo, esta carencia es especialmente relevante, ya que 1 de cada 3 hogares presenta privación en este aspecto.

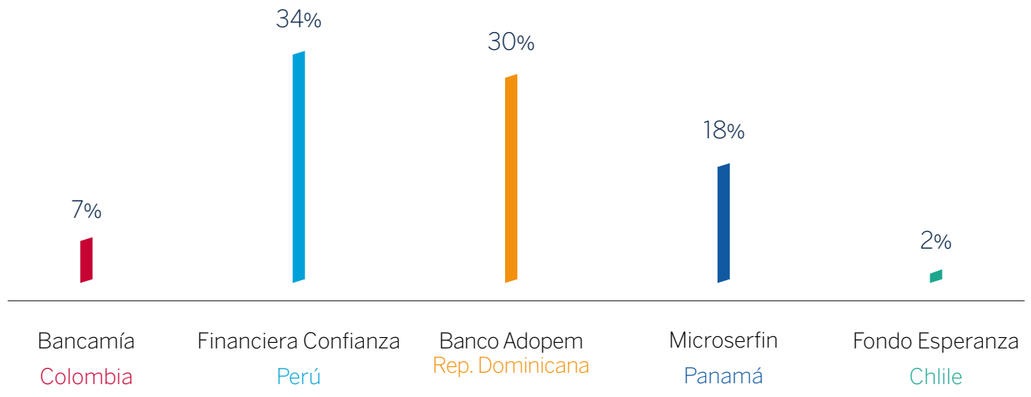
De los hogares con cobertura, 8 de cada 10 logran atención médica cuando la requieren, lo que destaca la necesidad de seguir expandiendo esta oferta en hogares vulnerables.

22. ATENCIÓN MÉDICA
Total emprendedores de crédito evaluados (% hogares privados)



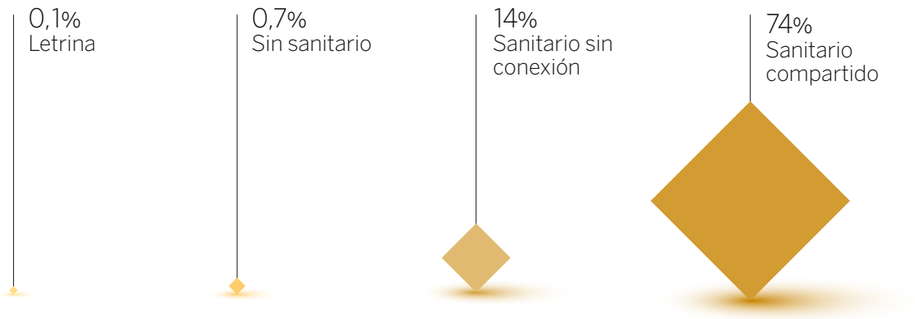
Saneamiento. El 20% de las evaluaciones muestran privación, especialmente en Perú y República Dominicana. En estos países, la principal causa (74% de los hogares) es compartir el sanitario con otros hogares. La segunda causa (14%) es la falta de conexión (inodoro o letrina). La letrina, aunque minoritaria, se utiliza en las zonas rurales.

23. SANEAMIENTO
Número de hogares con carencia (%)



24. CRECIMIENTO REAL DEL PIB

Total emprendedores de crédito evaluados (% hogares privados). Datos para Perú y República Dominicana

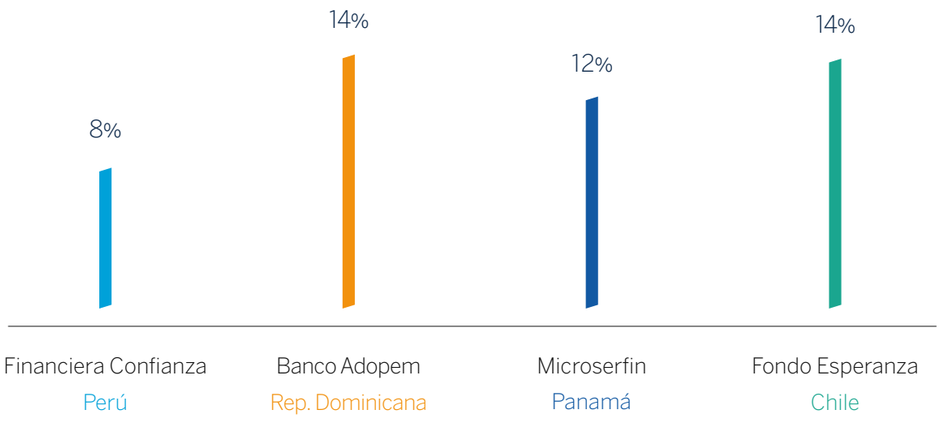


El 74% de los hogares evaluados en Perú y República Dominicana tienen que compartir el baño con otras familias

Acceso al agua. El 12% de los hogares enfrentan dificultades de acceso a agua, con un sesgo urbano en Perú, Colombia y Panamá. En estos países, la privación se da principalmente por el acceso a través de tubería fuera de la vivienda o pozo protegido en áreas urbanas, mientras que en las zonas rurales predomina el acceso a través de tubería fuera de la vivienda. En República Dominicana no se observan diferencias entre entornos.

25. ACCESO AL AGUA

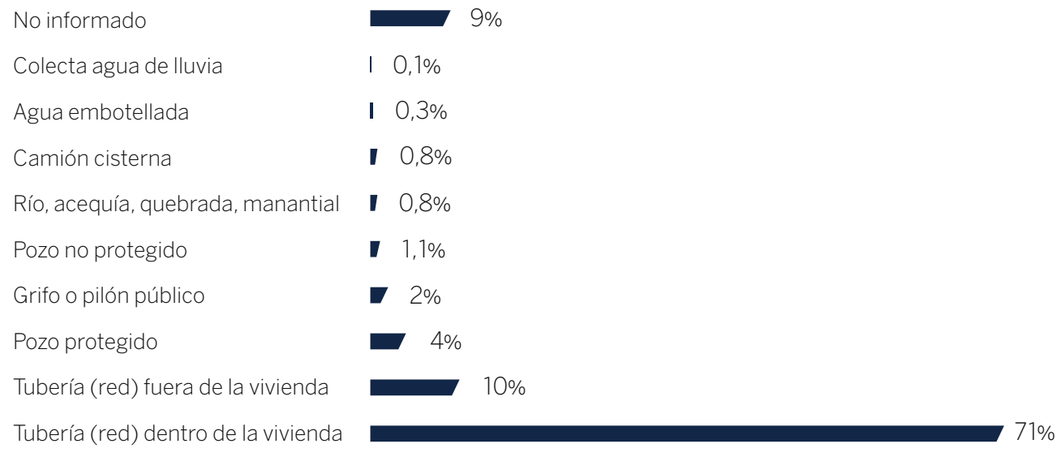
Total emprendedores de crédito evaluados (% hogares privados)



G.**25**. No se incluyen los datos de Chile dadas las incidencias de información identificadas.

¿CÓMO SE OBTIENE EL AGUA QUE SE UTILIZA EN LA VIVIENDA?

Perú, República Dominicana y Panamá



Conclusión

Los hogares de los emprendedores presentan distintos níveles de privación según el país, destacándose especialmente en las áreas de saneamiento y atención médica, que son fácilmente abordables tanto por el sector privado como público. Desde 2021, los materiales de construcción de las viviendas han mejorado y siguen siendo relevantes para el 10% de los hogares. Esto ha permitido que las entidades FMBBVA concentrenconcentre esfuerzos en la mejora de las opciones de crédito para vivienda y saneamiento, con el fin de reducir estas brechas, además de los seguros de salud recién lanzados en Chile. No obstante, otras dimensiones, como el acceso al agua o la escolaridad, exigirán una colaboración más amplia con otras partes interesadas, incluidos los gobiernos nacionales.

La conexión a internet, en su mayoría, ha dejado de ser un problema, salvo en Panamá, donde el 21% de los hogares aún carecen de acceso, lo que refleja los avances de la población vulnerable. Actualmente, se está revisando la forma de medir esta carencia para incorporar un indicador más completo que contemple aspectos como la estabilidad, el coste y la frecuencia o capacidad de uso de internet, con un estudio proyectado para 2025-2026.

Los datos sobre pobreza multidimensional se están utilizando a través de mapas interactivos para identificar la vulnerabilidad de los hogares, ofreciendo productos específicos que buscan mejorar su calidad de vida. Este será un esfuerzo conjunto y una oportunidad para todos.

El acceso al agua o la escolaridad son áreas de privación para los hogares que exigen una colaboración amplia con otros sectores, como el gubernamental

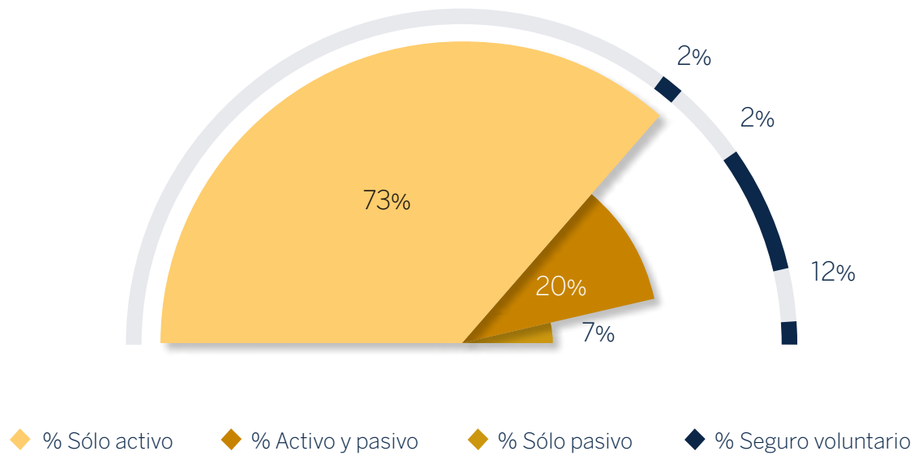
Soluciones financieras

Las entidades del Grupo FMBBVA han creado una sólida oferta de valor con una amplia gama de créditos, seguros y productos de ahorro, enfocados en apoyar a la población vulnerable. Además, disponen de módulos educativos financieros y no financieros para que los emprendedores aprovechen mejor estos productos y gestionen sus negocios y hogares según un plan estructurado. El objetivo es proporcionar tanto herramientas como conocimientos para enfrentar los retos del día a día.

Las entidades microfinancieras de la Fundación atienden a 2,9 millones de emprendedores. El 73% mantiene una cuenta de ahorro o depósitos, el 20% combina su ahorro con un crédito, y el 7% restante solo tiene un crédito.

También se ofrecen servicios complementarios, como el seguro voluntario, que cubre vida, daños o salud, y es contratado por el 26% de los emprendedores. Estos productos ayudan a mitigar imprevistos y proporcionan mayor estabilidad económica.

26. VINCULACIÓN DE EMPRENDEDORES, POR TIPO DE PRODUCTO
Total clientes netos



Los seguros voluntarios, contratados por el 26% de los emprendedores, ayudan a mitigar imprevistos

G.**26**. Emprendedores vigentes a 31.12.2024. Bancamía, Financiera Confianza y Banco Adopem son entidades reguladas, con licencia para ofrecer productos de ahorro.

SOLUCIONES FINANCIERAS



SALUD FINANCIERA

2.821.660
Clientes con productos de ahorro

483.228
Asegurados con coberturas en daños, vida, exequías, salud y/o climático

613.712
Personas formadas reciben educación financiera y/o acompañamiento

Educación financiera
65,4% de las acciones formativas



95.160
Usuarios de **plataforma educativa virtual**

BIENESTAR

Vivienda

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

Saneamiento
Perú
5.388 hogares

Educación

Créditos educativos
Colombia, Perú y Rep. Dominicana
4.528

Becas universitarias para hijos
Colombia y Perú
164

Salud

Seguros salud y asistencia
Colombia, Perú, Chile y Panamá
173.082

Clima

Resiliencia
Colombia, Perú, Rep. Dominicana y Chile
4.528

Créditos educativos
Colombia, Perú y Rep. Dominicana
4.528

Digitalización y conectividad

79 **Corresponsales** ofrecen conectividad en zonas alejadas de Colombia, Perú y Panamá

685.559 **Clientes** han utilizado algún canal digital

Crédito

Durante 2024, se otorgaron más de 699 mil créditos[7] . De estos, 205 mil corresponden a emprendedores nuevos, mientras que 493 mil son renovaciones de crédito para emprendedores previos. La estrategia se ha centrado en fortalecer la relación con los clientes actuales y apoyar a los sectores más vulnerables. Perú es el país que más impulsa el desempeño del Grupo. En cuanto a sectores, el comercio (mayorista y minorista) es el más destacado (+2% en TAM), mientras que el sector agropecuario experimenta una ligera caída (-2% en TAM).

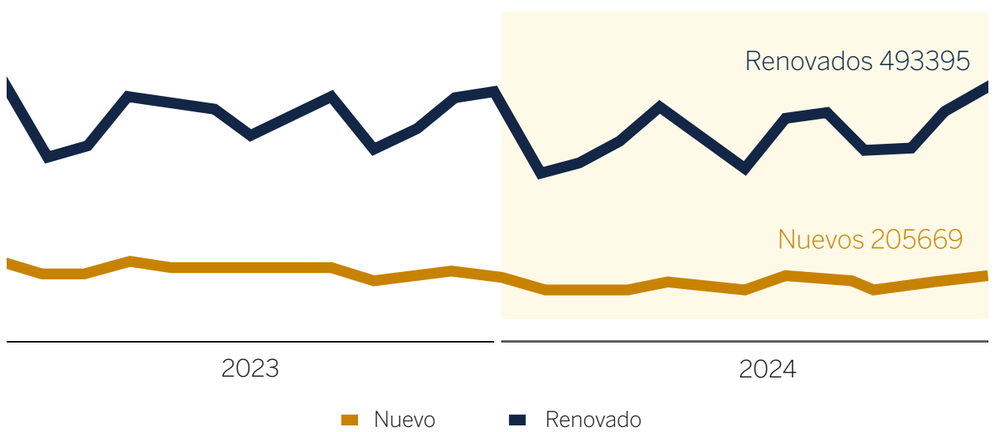
El 36% de los emprendedores ingresan por primera vez al sistema financiero a través de las entidades

Muchos de los emprendedores de estos segmentos están excluidos del sistema financiero formal o no lo utilizan plenamente. Un 38% de los nuevos emprendedores acceden por primera vez al sistema financiero a través de las entidades de la Fundación, el 40% de los cuales se encuentran en zonas rurales, y la mitad son personas jóvenes (51% menores de 30 años, lo que representa un aumento de 5 puntos respecto al año anterior). Este porcentaje es particularmente alto en Panamá (Microserfin), donde uno de cada dos emprendedores está bancarizado. De hecho, en comparación con 2023, aumenta la bancarización en perfiles rurales en Panamá, mujeres en Perú y mayores en Colombia.

El 44% del total de emprendedores de crédito tiene una relación exclusiva con las entidades del FMBBVA, donde las mujeres representan el 59% del total. Es significativo resaltar cómo en Microserfin (Panamá) y Banco Adopem (República Dominicana), 1 de cada 2 emprendedores es exclusivo mientras que las entidades situadas en Colombia y Perú, la exclusividad es menor.

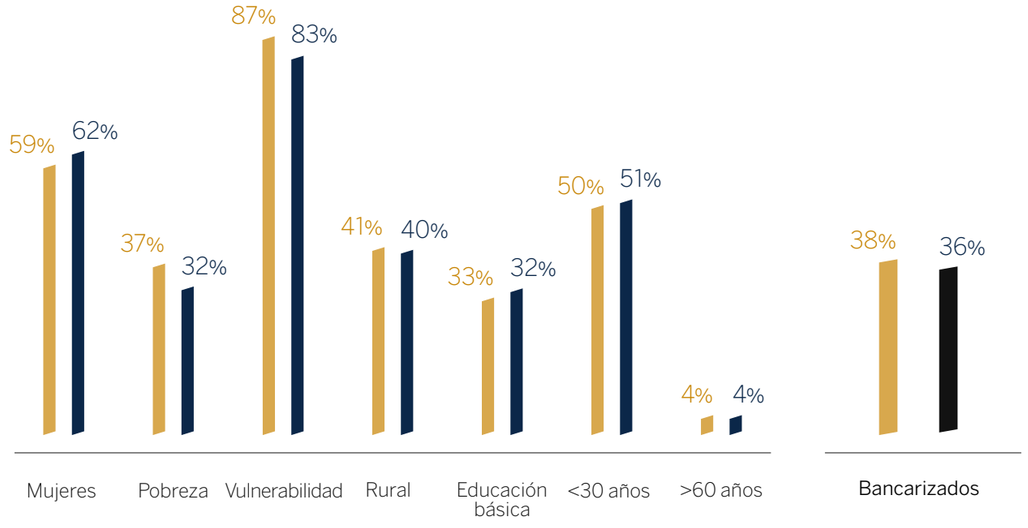
27. EMPRENDEDORES ATENDIDOS EN CADA FECHA

Emprendedores con crédito, nuevos y renovados



28 EMPRENDEDORES BANCARIZADOS

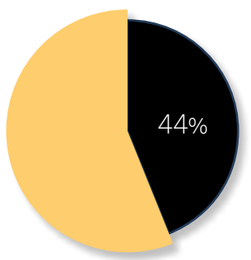
Nuevos emprendedores de crédito que entran en el sistema financiero formal por primera vez (%)

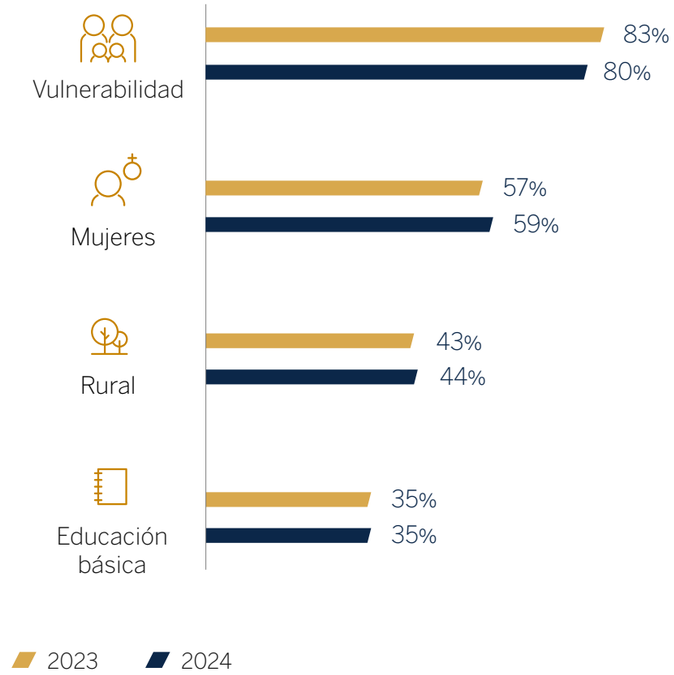


44%

Emprendedores exclusivos

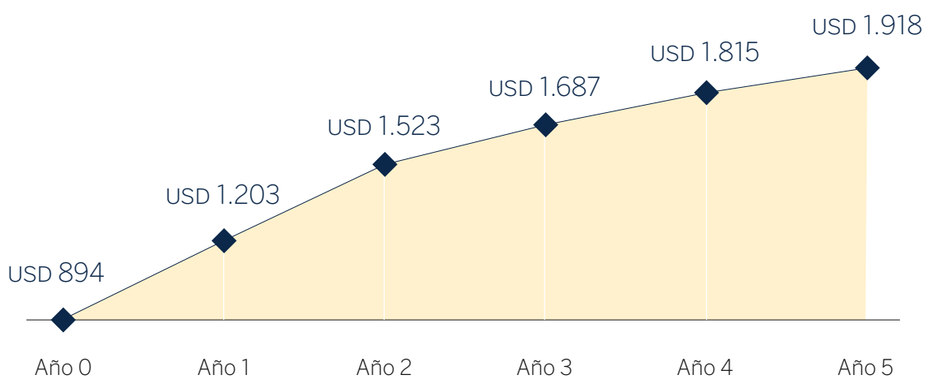
con crédito solo en nuestras entidades





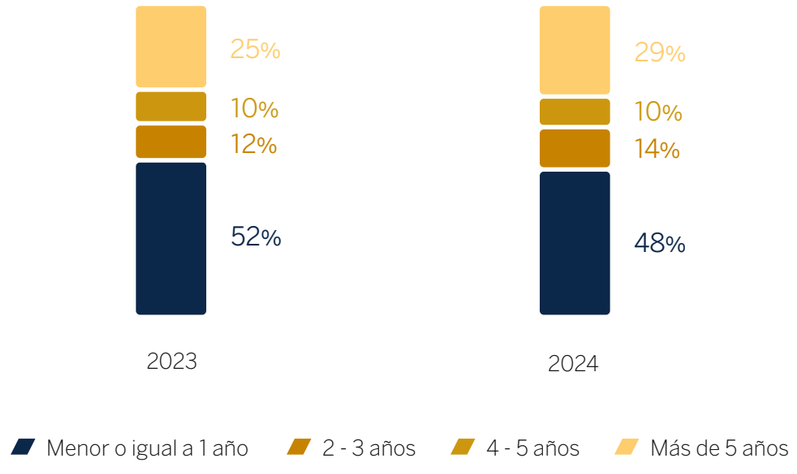
7. Representa una disminución del 12% en comparación con el año anterior, con una caída del 27% en nuevos y del 7% en renovados.
G. **27**. Se muestran emprendedores que contratan un nuevo crédito y aquellos que lo renuevan, en cada fecha de observación.
G.**28**. Excluye FE

29. EVOLUCIÓN DEL MONTO PROMEDIO DESEMBOLSADO
Emprendedores atendidos. Monto medio en USD



Los emprendedores inician su relación con un crédito medio de USD 894 y a medida que han venido renovando se produce una progresión lineal hasta el tercer ciclo de crédito, donde alcanzan los USD 1.523. A partir de este ciclo, el monto crece a un ritmo más moderado, llegando a un promedio de USD 1.918.

30. ANTIGÜEDAD DE LOS EMPRENDEDORES
Total emprendedores de crédito



G. **29**. 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. **30**. Emprendedores vigentes a 31.12.2024.

Ahorro

La capacidad de ahorro tiene una estrecha vinculación con la salud financiera de los emprendedores, ya que les permite afrontar imprevistos y planificar a medio plazo. A pesar de comenzar con condiciones desfavorables, muchos emprendedores se esfuerzan por ahorrar, demostrando su compromiso con el crecimiento y la estabilidad de sus negocios.

Las entidades del Grupo FMBBVA atienden a 2,8 millones personas con cuentas de ahorro y depósitos. En los últimos periodos, los saldos han crecido de manera constante, mientras que el número de clientes se mantiene estable (TAM[8] 16% y 3% respectivamente). La mayoría de estos clientes (77%) ha tenido un crédito, lo que significa que en su mayoría son emprendedores. Para entender mejor el comportamiento de los clientes en la cartera de pasivo, se ha segmentado en cuatro perfiles principales:

- **Cliente Ahorrador**: persona que posee algunos de los productos como depósito a plazo fijo, plan ahorro, o similar.
- **Cliente Potencial**: Clientes con cuentas de ahorro activas para transacciones y crédito vigente.
- **Cliente Transaccional**: Clientes con solo cuenta de ahorro activa (sin crédito vigente).
- **Clientes Inactivos**: Clientes con cuentas inactivas (generalmente inactivas por 2 años y con poca probabilidad de ser reactivada).

A pesar de las dificultades, los emprendedores muestran compromiso con el ahorro

El segmento de clientes ahorradores sigue siendo el más representativo en términos de saldos, acumulando el 81% del total de ahorro en la entidad, a pesar de representar solo el 5% del total de clientes. Dentro de este segmento, el 53% son emprendedores (quienes han recibido un crédito en las entidades microfinancieras), pero sus saldos suman solo el 15% del total en este grupo. Esto refleja las dificultades que enfrentan los emprendedores para ahorrar, ya que el 83% de ellos tenía un saldo inferior a USD 25 en diciembre de 2024.

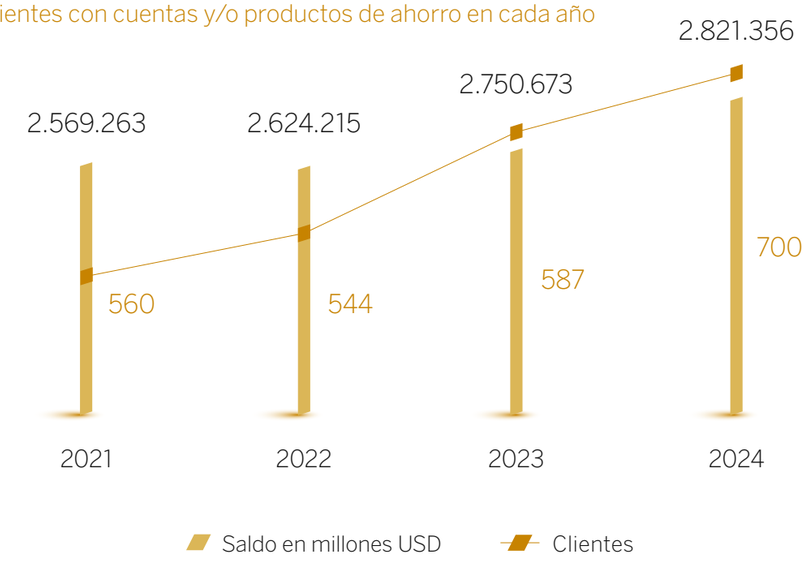
Estos emprendedores ahorradores suelen estar en zonas urbanas, posiblemente debido a un acceso más fácil al ahorro (entidades cercanas) o a un mayor nivel educativo y confianza en el sistema financiero. El saldo promedio de ahorro de un cliente urbano es el doble que el de un emprendedor rural, y ha mostrado una variación positiva del 21% en comparación con 2023.

8. Tasa Anual Media (crecimiento interanual).

En el segmento ahorrador, se observa una relación directa entre la edad y la capacidad de mantener saldos superiores a USD 500. Los clientes con saldos más altos tienen 40 años o más, representando el 51% del total de clientes y el 83% del saldo total de este segmento.

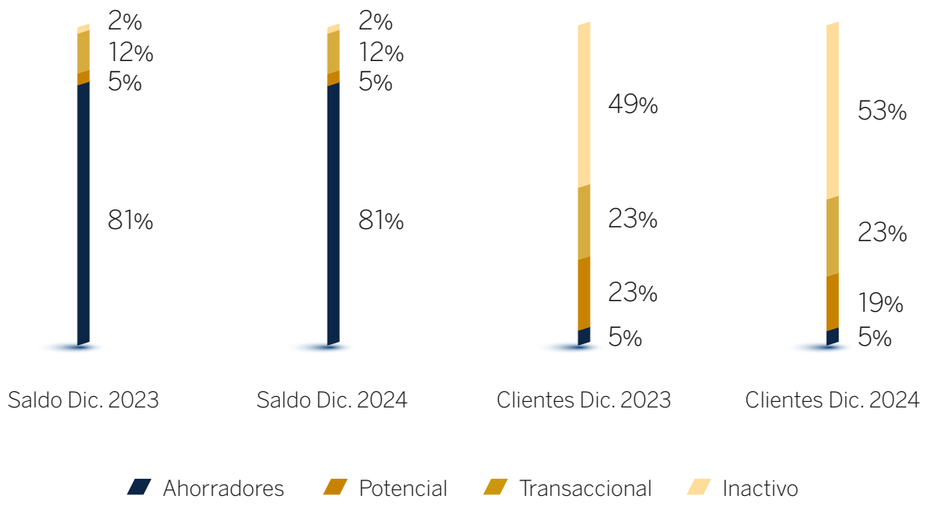
31. CLIENTES CON CUENTAS DE AHORRO Y DEPÓSITOS

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



32. SEGMENTOS DE CLIENTES DE AHORRO Y DEPÓSITOS

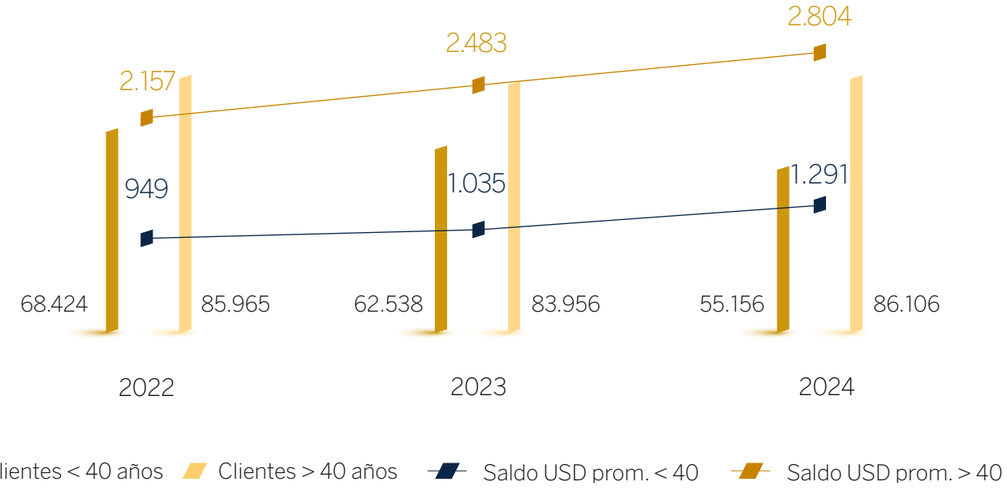
Segmentación de los clientes de ahorro y saldos



G. **31**. Todos los estudios de esta sección excluyen clientes institucionales. El saldo es el balance a cierre de cada año; aplica a toda la sección.
G. **32**. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas. 1. Ahorrador: cliente con productos de ahorro especializados (no incluye cuentas transaccionales). 2. Potencial: cliente con productos de ahorro transaccionales y mayor vinculación con la entidad. 3.Transaccional: cliente con producto de ahorro transaccional y baja vinculación con la entidad. 4. Inactivo: resto de clientes.
G. **33**. Cliente y saldo de ahorro en cada una de las fechas.
G. **34**. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas.

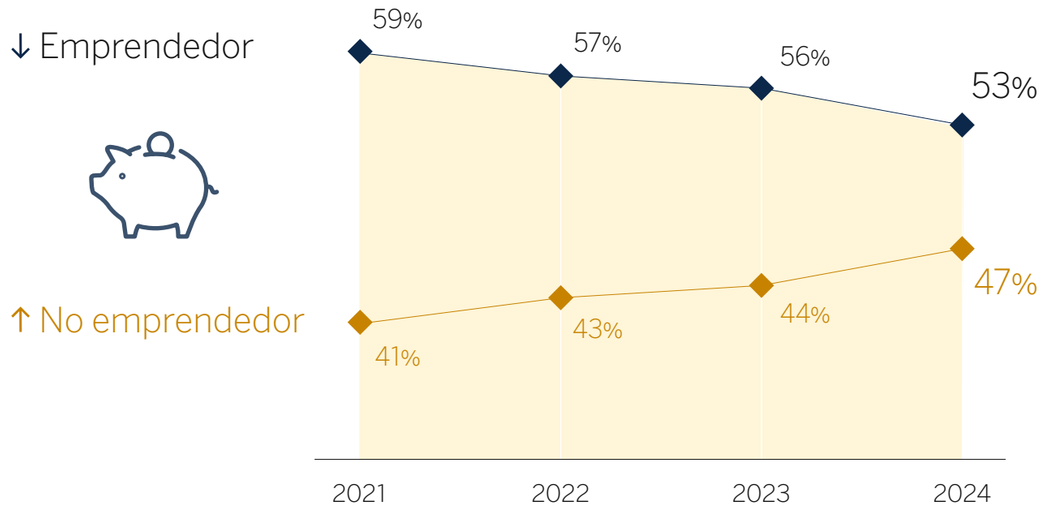
33. PERFIL AHORRADOR, POR TRAMO DE EDAD

Saldos (promedio del año en) y número de emprendedores



34. PERFIL AHORRADOR, POR TIPO DE RELACIÓN FINANCIERA

Total clientes vigentes ahorradores



Los resultados muestran una oportunidad para promover y consolidar hábitos de ahorro sostenibles, mejorando la salud financiera de los emprendedores dentro de la entidad. Sin embargo, es positivo notar que, a pesar de los desafíos, existen clientes de segmentos no vulnerables con saldos promedio de USD 268, cuatro veces mayor que el saldo promedio del segmento vulnerable, que es de USD 69. Esto motiva a trabajar en iniciativas para reducir esta brecha y ofrecer más oportunidades para el desarrollo económico de todos los emprendedores.

Seguros

Las entidades de la Fundación atienden la necesidad de proteger a los emprendedores y sus familias a través de seguros que cubren imprevistos. Los seguros voluntarios cuentan con primas de bajo costo que permiten, mediante la misma operación de crédito o con cargo a su cuenta de ahorros, contratar coberturas de acuerdo con su perfil y sus necesidades.

En 2024, un total de 483.228 personas tenían un seguro contratado y se ha fortalecido el portafolio de seguros que se comercializa en cuatro de los cinco países. El 52% de los clientes de crédito tienen contratado al menos un seguro voluntario, siendo el de la vida el ramo más demandado (62%), seguido del seguro de salud (36%).

483.228 personas tenían en 2024 un seguro voluntario, siendo vida y salud los ramos más demandados

Una de las principales brechas que enfrentan los emprendedores es el acceso a los servicios de salud, además de los graves impactos que los gastos de emergencia pueden tener en su economía. Por ello, se sigue trabajando en la oferta de productos que ayuden en este sentido, como asistencias de salud, seguros oncológicos y seguros de salud para enfermedades graves, a precios asequibles para ellos.

Además, el costo de la prima es asumible por el cliente. El 95% de los clientes invierte menos del 10% de sus excedentes mensuales en seguros, lo que subraya que los beneficios son enormes y adecuados para su capacidad financiera de los usuarios.

35. SEGUROS VOLUNTARIOS

	TOTAL ASEGURADOS DICIEMBRE 2024					
FAMILIA - RAMO	BANCAMÍA	FINANCIERA CONFIANZA	ADOPEM	FONDO ESPERANZA	MICROSERFIN	FMBBA
Salud	122.824	35.800	0	383	14.075	173.082
Climático	10.794	112.231	0	1.282	0	124.307
Daños no climático	23.929	0	0	0	0	23.929
Vida	120.009	106.767	64.098	1.111	6.783	298.768
Exequías	96.142	0	0	0	9.820	105.962
Protección cuotas / tarjetas	0	70.428	0	0	0	70.428
Total asegurados FMBBVA	208.654	191.479	64.098	2.537	16.460	483.228

G. **35**. Se presentan clientes con póliza vigente, no siempre son los asegurados (se asegura un familiar). También muchos clientes tienen varias pólizas. El ratio de póliza por cliente es de 2-2,3 dependiendo del país.



Una contratación inclusiva

Los seguros han sido diseñados teniendo al emprendedor/a vulnerable en el centro. Así lo demuestra el buen comportamiento de contratación entre personas que viven en entornos rurales y clientes con menor nivel educativo. Además, en Colombia, contratan más los mayores de edad y las mujeres, sin embargo, en Perú, las mujeres contratan menos.

En cambio las personas en situación de pobreza tienen menor tendencia a contratar seguros voluntarios, excepto en el caso del seguro de salud, donde una mayor proporción de personas pobres lo adquieren. Esto podría deberse a la dificultad de acceder a atención médica efectiva, mientras que otros seguros (como daños y robo) son percibidos como menos importantes, ya que, a medida que aumenta el nivel económico, también lo hace la propensión a contratarlos.

Las personas en situación de pobreza tienen menor tendencia a contratar seguros voluntarios, excepto en el caso del seguro de salud

El impacto de los seguros: la gestión de siniestros

El 80% de los siniestros son indemnizados en la mayoría de los ramos, si bien hay margen de mejora en los tiempos de respuesta en beneficio de los clientes

Con el fin de evaluar cómo los seguros apoyan a los emprendedores frente a imprevistos, se analizó su eficacia en la cobertura de siniestros. De las cerca de 6.400 indemnizaciones, se observan altas tasas de cobertura: el 80% de los siniestros son indemnizados en la mayoría de los ramos, lo que evidencia la importancia de contar con un seguro.

Sin embargo, los pagos oscilan entre 2 y 6 meses, lo que indica tiempos de respuesta largos y variables, con oportunidades para mejorar la agilidad de los procesos. Se está trabajando de cerca con las compañías de seguros para mejorar los tiempos de respuesta en favor de nuestros clientes. Gracias a este esfuerzo, en el 2024 en Perú se ha logrado reducir a cerca de la mitad dichos plazos con respecto al 2023.

EVALUACIONES DE INDEMNIZACIONES

Colombia

Producto	Estacional*	% Indemnizados	% Excedentes	Tiempo de pago	Mediana indemnización (USD)
Accidentes p.	No	50%	80%	3 meses	561
Daños	Sí	>90%	50%	2 meses	450
Cultivos	No	>90%	70%	6 meses	550
Exequías	No	80%	60%	3 meses	450
Vida	No	90%	100%	2 meses	731
Salud	No	90%	5-10%	2 meses	56

Perú**

Producto	Estacional*	% Indemnizados	% Excedentes	Tiempo de pago	Mediana indemnización (USD)
Multirriesgo	No	90%	80%	4,5 meses	1.220
Agrícola	Sí	80%	75%	3 meses	1.003
Accidentes p.	No	60%	125%	4 meses	1.898

* **Estacional**: Si la serie presenta un comportamiento concreto en función del mes del año. **% Indemnizados**: Porcentaje de siniestros que finalmente acaban con una indemnización. **% Excedentes**: Comparativa entre los excedentes mensuales y las indemnizaciones recibidas por los siniestros. **Tiempo de Pago**: Tiempo transcurrido entre la fecha del siniestro y la fecha en la que se recibe el pago de la indemnización.
** No se dispone de información de siniestros de todos los seguros porque hay demasiada poca y no es representativo.

Reflexiones sobre los seguros

De cara a identificar oportunidades de mejora en la efectividad de los seguros y de fortalecer su impacto en las poblaciones más necesitadas, se trabaja internamente con los objetivos de:

1. **Reforzar un diseño inclusivo**: Ampliar las coberturas para atender mejor a los jóvenes y personas económicamente vulnerables, especialmente en los seguros de salud, aprovechando su alta adopción entre los sectores más vulnerables. Además, se sugiere ampliar la cobertura.

2. **Optimizar procesos**: Reducir los tiempos de pago de indemnizaciones y simplificar los trámites administrativos para mejorar la confianza de los clientes.

3. **Mejora en la comunicación**: Ofrecer información clara y accesible sobre los beneficios de los seguros y procedimientos de indemnización, para que los clientes comprendan y aprovechen mejor los productos, especialmente aquellos emprendedores de menor nivel educativo.

Entre los objetivos está la reducción de tiempos de pago, la ampliación de coberturas a sectores vulnerables y la información clara sobre los seguros



Sostenibilidad

124.307
emprendedores con un seguro climático

América Latina se perfila como una de las regiones más afectadas por el cambio climático, con impactos severos como olas de calor, disminución del rendimiento de cultivos, incendios forestales y eventos extremos del nivel del mar.[9]

Ante estos riesgos, la Fundación Microfinanzas BBVA ha desarrollado una estrategia de sostenibilidad ambiental basada en tres pilares fundamentales:

I) Fortalecer la oferta financiera y no financiera para mejorar la adaptación y resiliencia de los emprendedores.

II) Gestionar su vulnerabilidad climática.

III) Fomentar una cultura verde mediante la medición del impacto ambiental de nuestras actividades.



9. ONU, 2021.
https://news.un.org/es/story/2021/08/1495582#:~:text=Am%C3%A9rica%20Latina%20se%20proyecta%20como,del%20mar%2C%20ser%C3%A1n%20m%C3%A1s%20intensos.

Oferta de valor para la resiliencia climática y la sostenibilidad ambiental

El cambio climático impacta directamente en la actividad productiva, especialmente en sectores sensibles al clima y a las personas en situación de pobreza. La FMBBVA impulsa servicios financieros y no financieros para fortalecer la resiliencia de los emprendedores a través de seguros climáticos, créditos verdes y productos orientados a sostenibilidad como agua y saneamiento.

En 2024 se amplió el portafolio de seguros climáticos, con productos específicos para el sector agrícola como *Mi Inversión Protegida*, el *Seguro Paramétrico Embebido* y el *Seguro Agrícola* de **Financiera Confianza**. También se han desarrollado seguros multirriesgo para emprendedores urbanos, como *Mi Local Protegido, Mi Negocio + Protegido* y el *Seguro Multirriesgos*.

Paralelamente, se impulsó un portafolio de créditos verdes para promover buenas prácticas productivas y proteger activos frente a riesgos climáticos. Destacan productos como *Crediverde Adaptación*, *Crediverde Energía* y *Crediverde Agua* en **Bancamía**, así como *Eco Crédito, Ganadería Familiar Sostenible*, *Macadamia* y *Ecovivienda* en **Banco Adopem**. Estos financian cerca de 40 medidas de Adaptación Basada en Ecosistemas (MEBA), reduciendo el consumo de recursos y emisiones.

10.304
emprendedores con un crédito para la adaptación y 945 con un crédito para la mitigación

EMPRENDEDORES CON:

Seguro climático
124.307

Crédito para la adaptación
10.304

Crédito para la mitigación
945

5.925 emprendedores con un crédito o actividad destinado a agua y saneamiento en 2024

Por otro lado, a finales de 2024, **Financiera Confianza** lanzó su *Crédito Verde*, para actividades como cultivos orgánicos, riego por goteo, apicultura, reciclaje o paneles solares, financiando capital de trabajo o activos fijos.

Además, se reforzó la alianza con *Water for People Perú* para ampliar servicios de agua y saneamiento mediante asesoría técnica a asesores y el proyecto *Water Credit - Asomif Perú* de mejora del acceso a estos servicios mediante crédito, capacitación y sensibilización a través de la campaña *Construyendo Confianza*. Para conocer mejor las necesidades en zonas rurales, **Fondo Esperanza** abrió en marzo un punto de atención en Ovalle con un asesor rural. Hasta la fecha, se han creado 5 bancos comunales con 58 socias en localidades con baja conectividad, ofreciendo créditos grupales con pagos quincenales. Las principales necesidades detectadas son: acceso a financiamiento, capacitación en comercialización y adaptación a sequías.

Por su parte, **Bancamía** afianzó *Crediverde Agua*, lanzado en 2023, para financiar infraestructuras de acceso a agua potable y alcantarillado. Estableció una alianza con *Alfagress S.A.* para ofrecer descuentos en materiales del hogar a los clientes de esta línea y sigue utilizando la información de exposición climática del área de riesgos para orientar mejor los productos verdes.

Adopem, junto con *Hábitat para la Humanidad*, ajustó el P*réstamo de Vivienda* reduciendo su tasa de interés en 4 puntos. También amplió la cobertura del producto *Eco-Vivienda* de 5 a 73 sucursales y desarrolló el piloto *Solución limpia para un problema sucio* en la Provincia de Monte Cristi, para financiar baños en viviendas sin conexión a alcantarillado, con apoyo técnico de Hábitat.

Análisis del portafolio "verde"

5.545 emprendedores se dedican a actividades relaciónadas con la economía circular (reparación, alquiler, reciclaje)

A nivel de Grupo se cuenta con una Taxonomía Verde basada en la europea y en las nacionales. Esta clasificación permite identificar la financiación destinada a actividades y créditos "verdes

Financiera Confianza realizó en 2024 un diagnóstico de su cartera de créditos *Agropecuario* y *Emprendiendo Confianza*, identificando actividades con impacto ambiental positivo como riego por goteo, cultivos orgánicos o apicultura. Esto se hizo mediante la App de *Censo Verde*, que registra actividades verdes de emprendedores con crédito.

Banco Adopem fue seleccionado por la Superintendencia de Bancos de República Dominicana para un piloto de aplicación de la Taxonomía Verde nacional junto con el IFC. El objetivo es evaluar la capacidad de identificar créditos verdes y detectar brechas en la gestión de riesgos ambientales.

Fondo Esperanza incorporó un campo en la *Ficha de Evaluación Social* para identificar actividades económicas con potencial verde, como reciclaje o producción sostenible. Asimismo, la entidad incluyó un campo en la Ficha de Evaluación Social (FES) donde las socias declaran su actividad económica. para poder identificar las actividades que podrían considerarse "verdes" bajo la Taxonomía de la FMBBVA.

Formación de la red comercial y emprendedores:

Durante 2024 se fortaleció la formación de asesores y emprendedores para entender los impactos climáticos en los negocios y el valor de los productos verdes.

Bancamía diseñó una estrategia integral para expandir sus créditos verdes, centrada en adaptación, agua y energía. Se ofrecieron capacitaciones sobre el Fenómeno de la Niña y medidas frente al exceso de lluvias y se incluyó el cambio climático en la estrategia de salud financiera y en las cápsulas de *"Echemos Números"*. Dentro de la *Ruta FINDEQ*, se creó contenido educativo sobre bioeconomía, agro-sostenibilidad y etnoturismo. dirigido a comunidades de Putumayo, Caquetá y la comunidad indígena.

Financiera Confianza organizó charlas virtuales sobre manejo del agua y protección de cultivos además del programa *Consejos del Inge de Confianza*, disponible en su plataforma *La Academia de Confianza*.





Vulnerabilidad climática

La Fundación está desarrollando un modelo de vulnerabilidad climática que permitirá identificar los riesgos a los que están expuestos los emprendedores y orientar mejor la oferta de valor para fortalecer su resiliencia

Conscientes de las implicaciones del cambio climático para los emprendedores, la Fundación está desarrollando un modelo de vulnerabilidad climática que abarca exposición, sensibilidad y capacidad de adaptación que permitirá identificar los riesgos a los que están expuestos y orientar mejor la oferta de valor para fortalecer su resiliencia. En 2024, se realizaron varios proyectos piloto para identificar los riesgos climáticos por lluvia y sequía que enfrentan los emprendedores:

Microserfin, junto con Agroclimática, evaluó la vulnerabilidad climática analizando factores como lluvias y pH del suelo. Los resultados se usaron para ofrecer recomendaciones y análisis interno.

Bancamía implementa reportes bimensuales de exposición climática para establecer estrategias como seguros o créditos de adaptación.

Financiera Confianza usa datos del *Senamhi* para evaluar la exposición de zonas agrícolas a fenómenos como El Niño y La Niña, y definir ayudas para mitigar los impactos.

Adopem continúa implementando su índice de vulnerabilidad climática para emprendedores agrícolas, evaluando exposición, sensibilidad y capacidad de adaptación a través de una herramienta propia.

Sistemas de análisis de riesgos ambientales y sociales - SARAS

El Grupo FMBBVA busca integrar la evaluación de impactos ambientales y sociales en el análisis de crédito. **Financiera Confianza**, en alianza con GIZ, desarrolló el SARAS e integró esta evaluación en el proceso crediticio para operaciones superiores a S/.120.000 (30.000 euros). Se impartieron capacitaciones teóricas y prácticas a gerentes y responsables de crédito. Actualmente, se ha convertido en un reglamento interno aplicable a todas las operaciones de crédito de Financiera Confianza.

Bancamía realizó en 2024 un piloto en algunas oficinas aplicándolo a 14 operaciones de sectores como ganadería, avicultura y café, por montos superiores a COP 32.500.000 (7.000 euros).

Cultura interna - sostenibilidad

Un pilar clave de la estrategia de sostenibilidad de la Fundación es la gestión responsable del consumo de energía, agua, papel y residuos, así como en la medición y reducción de la huella de carbono. Las entidades han implementado medidas para optimizar procesos y sensibilizar a sus colaboradores.

Bancamía desarrolló una estrategia de Ecoeficiencia basada en educación ambiental, concursos de oficinas ecoeficientes, medición del uso de recursos y acciones de reducción. Se analizaron los consumos iniciales de agua y energía en 209 oficinas, y se impartieron capacitaciones a colaboradores e interesados donde se activaron los vigías ambientales.

Financiera Confianza realizó diversas actividades educativas en alianza con Recidar, sobre residuos sólidos, videos informativos y una campaña para reducir el consumo energético. Además, promovió la movilidad sostenible y lanzó las cápsulas formativas *ABC de la Sostenibilidad*, en las que más de 900 colaboradores participaron El Ministerio del Ambiente otorgó a Financiera Confianza la primera estrella de *Huella de Carbono Perú*.

Fondo Esperanza trabajó en el modelo de Nuevas Oficinas, con lineamientos de ecoeficiencia enfocados en luminarias y griferías. También avanzó en el diagnóstico de buenas prácticas, reconoció a emprendimientos sostenibles, gestionó residuos tecnológicos para reciclaje y organizó una feria de negocios verdes. Además, creó una mesa de trabajo sobre cultura verde con participación de diversas áreas.

Microserfin implementó un plan de ecoeficiencia con acciones como una campaña de reciclaje en alianza con Grün, la promoción del uso de escaleras y eficiencia en el uso del aire acondicionado. También realizó un concurso de reciclaje para hijos de colaboradores y difundió un dossier bimensual sobre ecoeficiencia. Más de 100 colaboradores participaron en formaciones sobre huella de carbono y sostenibilidad, y se lanzó una encuesta de movilidad para empleados.

Banco Adopem aplicó medidas para optimizar recursos y reducir su impacto ambiental, como la expansión del Gestor Documental - Crédito Digital a 73 oficinas, reduciendo el uso de papel. También implementó un proyecto de ahorro energético mediante la instalación de aires acondicionados y bombillas eficientes, elaboró un manual ambiental para proveedores y lanzó una campaña interna para fomentar el ahorro y reciclaje.

El Grupo FMBBVA busca integrar la evaluación de impactos ambientales y sociales en el análisis de crédito

Bienestar: salud, educación, vivienda y brecha digital

La FMBBVA, con su enfoque holístico de la vulnerabilidad, mide el índice de pobreza multidimensional, que incluye carencias en salud, educación, vivienda y brecha digital. Como parte de su compromiso con la reducción de estas vulnerabilidades, ofrece una propuesta de valor para mejorar el bienestar integral de las personas que atiende en estas áreas a través de servicios financieros y no financieros, así como alianzas con otras instituciones.



Salud: Seguros que protegen

En 2024, **Fondo Esperanza** lanzó el microseguro "Salud + Protegida", orientado especialmente a mujeres, que ofrece apoyo económico ante el primer diagnóstico de cáncer cérvico-uterino y de mama. Incluye exámenes preventivos gratuitos, indemnización por diagnóstico, telemedicina y cobertura por muerte accidental.

Microserfin presentó el *"Microseguro de Mujer"*, con coberturas como renta por maternidad, mamografías y citologías (ver más en la sección *Mujer*). Además, inició una alianza con Corporación Continental y Mawdy (MAPFRE), ampliando la cobertura territorial y el número de asistencias incluidas.

Bancamía, por su parte, aumentó el valor asegurado en su seguro de enfermedades graves, ajustándose al perfil del emprendedor y lanzó una estrategia para impulsar su uso, que incluyó: formación a la red comercial, acompañamiento de gestores del corredor Marsh para explicar los beneficios, un plan de incentivos y un "paquete de bienvenida" con información sobre la póliza y los canales de atención disponibles.

En 2024, 173.082 personas contaban con un seguro de salud y asistencias

Vivienda

Conscientes de las carencias que enfrentan los emprendedores, especialmente en acceso a vivienda y servicios básicos, la Fundación ha diseñado una oferta de valor orientada a mejorar sus hogares y condiciones de vida. Mediante productos como el *Crédito de Mejoras Locativas* (Bancamía), *Construyendo Confianza* (Financiera Confianza), *Casafin* (Microserfin), *Préstamo de Vivienda* y *Ecovivienda* (Adopem), y el crédito de inversión de *Fondo Esperanza*, se facilita la construcción y mejora de viviendas para emprendedores propietarios. Las financiaciones permiten construir paredes, techos, sanitarios, cisternas, paneles solares, cuartos adicionales y baños mejorados.

Financiera Confianza reafirmó su alianza con *Water.org* para ampliar la cobertura de agua y saneamiento. En 2024, se enfocó en fortalecer capacidades en saneamiento sostenible y brindar asesorías técnicas a los asesores de negocios (Consultar sección de agua y saneamiento para más detalle).

Fondo Esperanza se unió a la alianza *Déficit Cero*, una plataforma colaborativa que reúne actores sociales, públicos y privados para resolver el déficit habitacional con el fin de generar estudios y materiales formativos que faciliten el acceso a la vivienda para emprendedores.

Por su parte, **Banco Adopem**, junto a *Hábitat para la Humanidad*, lanzó el piloto *Solución limpia a un problema sucio*, que facilita el financiamiento para construir y remodelar baños en Monte Cristi (ver apartado *Agua y Saneamiento*).

Microserfin, realizó mejoras a su crédito de vivienda, *Casafin*, ampliando el financiamiento a clientes nuevos, incluyó el destino de saneamiento y se redujo a los aplicantes, el parámetro de años de residencia, de 2 a 1.

20.100 emprendedores con un crédito de vivienda en 2024

Educación

La educación y el desarrollo de habilidades son esenciales para superar desigualdades, mejorar la movilidad social e impulsar la productividad. Sin embargo, los sistemas educativos en América Latina y el Caribe enfrentan grandes desafíos, especialmente en el acceso, calidad y finalización de los estudios lo que afecta especialmente a los grupos más vulnerables, como los emprendedores, quienes presentan una de las principales carencias: la falta de años de escolarización.

Créditos educativos

La Fundación continúa impulsando productos financieros que permitan a emprendedores y sus familias avanzar en su formación, a través de créditos ofrecidos por Bancamía, Financiera Confianza, Banco Adopem y Microserfin.

613 mil personas fueron asesoradas o formadas en 2024 por nuestras entidades

4.550 emprendedores con un crédito educativo en 2024

En 2024, **Bancamía** promovió su línea de crédito educativo, dirigida tanto a los hijos como a los propios emprendedores. Se trabajó en dos frentes: la formación de la red comercial mediante cápsulas semanales sobre el producto, y la identificación de emprendedores con hijos para acercarlos a esta oferta.

Banco Adopem siguió impulsando el crédito EDUCA-T, en alianza con Opportunity International, para financiar estudios técnicos, universitarios y de posgrado. En 2024 se capacitaron 145 colegios, se realizaron 14 charlas de educación financiera y se formó a asesores para mejorar la oferta.

Microserfin, por su parte, lanzó el crédito *Escala Mujer*, dirigido a mujeres que desean continuar estudios profesionales o técnicos. Este producto forma parte del proyecto del mismo nombre, que también incluye protección social mediante un seguro de salud (ver sección *Empoderamiento de la Mujer*).

Formación a emprendedores para promover la salud financiera

La formación continua es un pilar del modelo de finanzas productivas de la Fundación, fundamental para el desarrollo personal, empresarial y comunitario de los emprendedores. Todas las entidades ofrecen programas gratuitos, presenciales y virtuales, a través de cinco plataformas de *e-learning* que se combinan con el acompañamiento de los asesores durante las visitas, sesiones grupales en bancos comunales, reuniones mensuales, webinars en redes sociales, programas radiales, podcasts, videos y materiales educativos. También se colabora con organizaciones públicas y privadas para impartir formaciones conjuntas.Además, se ofrecen sesiones de educación financiera en colegios y un programa de becas universitarias para hijos de emprendedores (ver sección *Becas*).

Cada entidad del Grupo implementa iniciativas formativas abordando desde habilidades financieras y liderazgo hasta alfabetización digital, sostenibilidad y fortalecimiento empresarial.

En 2024, más de 613 mil personas participaron en procesos de asesoramiento financiero, formación o visualizaron sesiones de capacitación virtual en las entidades de la Fundación Microfinanzas BBVA. De ellas, unas 524.015 (85,4%) recibieron formación presencial.

En **Bancamía**, 186.084 personas fueron asesoradas a través del programa *Echemos Números*, que se ha fortalecido con un formato virtual por WhatsApp, alcanzando 230.359 visualizaciones. Por tercer año consecutivo, la Superintendencia Financiera de Colombia reconoció este programa, con nivel 3 del sello de calidad en "Gestión de Capacidades". También desarrolló contenidos de Educación Verde para comunidades indígenas como parte del proyecto FINDEQ en la plataforma de e-learning en alianza con la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) en la que 400 personas obtuvieron certificación en temas de sostenibilidad.

DATOS DE FORMACIÓN POR ENTIDAD A 31.12.24

	BANCAMÍA	% sobre total personas formadas	FINANCIERA CONFIANZA	% sobre total personas formadas	ADOPEM	% sobre total personas formadas	FONDO ESPERANZA	% sobre total personas formadas	MICROSERFIN	% sobre total de personas formadas	TOTAL 2024	% sobre total personas formadas
No. personas formadas (por género)	231.791	37,8%	149.330	24,3%	46.242	7,5%	161.874	26,4%	24.475	4,0%	613.712	100%
- Mujeres	132.772	21,6%	74.155	12,1%	12.221	2,0%	127.880	20,8%	12.682	2,1%	359.710	58,6%
- Hombres	98.698	16,1%	0	0,0%	3.592	0,6%	33.994	5,5%	11.631	1,9%	147.915	24,1%
- No informado	321	0,1%	75.175	12,2%	30.429	5,0%		0,0%	162	0,0%	106.087	17,3%
No. personas formadas (clientes/no clientes)	231.791	37,8%	149.330	24,3%	46.242	7,5%	161.874	26,4%	24.475	4,0%	613.712	100%
- Clientes	147.850	24,09%	74.155	12,08%	13.521	2,20%	161.874	26,38%	24.313	3,96%	421.713	68,7%
- No clientes	83.941	13,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	162	0,0%	84.103	13,0%
- Clientes y no clientes	0	0,0%	75.175	12,2%	32.721	5,3%	0	0,0%			107.896	17,5%
Tipo de formación	231.791	37,8%	149.330	24,3%	46.242	7,5%	161.874	26,4%	24.475	4,0%	613.712	100%
Interno	219.472	35,8%	101.812	16,6%	39.743	6,5%	161.874	26,4%	24.324	4,0%	547.225	89,1%
En Alianza	12.319	2,0%	47.518	7,7%	6.499	1,1%	10.201	1,7%	151	0,0%	66.487	10,8%
Formato de formación	231.791	37,8%	149.330	24,3%	46.242	7,5%	161.874	26,4%	24.475	4,0%	613.712	100%
Digital	33.064	5,4%	21.461	3,5%	20.946	3,4%	2.234	0,4%	715	0,1%	76.186	12,4%
Presencial	186.084	30,3%	127.869	20,8%	24.428	4,0%	161.874	26,4%	23.760	3,9%	524.015	85,4%
Híbrido	12.643	2,1%	0	0,0%	868	0,1%	6.752	1,1%	0	0,0%	13.511	2,2 %



Fondo Esperanza capacitó a 161.874 personas a través de su formación continua, combinando modalidades presenciales y virtuales en su "Escuela de Emprendimiento" en la que 81.886 socias y socios se habían registrado. En 2024, esta escuela se fortaleció, con el lanzamiento de la Escuela de Lideresas y Líderes, que brinda recursos educativos a directivas de Bancos Comunales con el objetivo de mejorar la gestión de los BC y optimizar la aprobación de créditos, seguros y otros servicios financieros. El programa incluyó formación en liderazgo comunitario, gestión de conflictos y comunicación efectiva. A lo largo del año, 649 socias directivas participaron en el programa.

Microserfin amplió su formación presencial y virtual y llegó a capacitar a más de 24.000 personas en el último año. Su plataforma Impulsamos *Tu Negocio* ha alcanzado 1.454 nuevas inscripciones.

Adopem continuó con charlas de educación financiera, enfocadas en mejorar la administración de recursos y fortalecer la confianza financiera en las que. participaron 8.064 personas. En colaboración con el Ministerio de la Mujer, capacitó a 868 personas en el marco del *Proyecto Comunidad Emprendedora Digital* desarrollado junto a BID LAB (ver sección de *Brecha digital* para más detalle).

También impulsa el programa Educación Financiera para Niños y Jóvenes, en centros educativos, con el objetivo de fomentar la cultura del ahorro que benefició a 7.382 estudiantes.

Aprendiendo en Confianza, de **Financiera Confianza,** involucró a más de 74.000 mujeres, en un proceso formativo basado en el enfoque grupal del producto *Palabra de Mujer (PDM)*. Las participantes reciben asesoría personalizada en reuniones mensuales, abordando temas como reconocimiento de ingresos y manejo de presupuestos. Además, en el ámbito rural, se lanzó el programa *Consejos del Inge* de Confianza, con formación gratuita y virtual sobre agricultura sostenible, manejo de plagas, cultivo orgánico y gestión del agua. Los cursos están disponibles en la plataforma gratuita La Academia de Confianza, abierta al público en la que más de 2.394 personas estaban registradas a finales de 2024.

Por último, todas las entidades de la Fundación han desarrollado acciones de sensibilización como talleres, webinars, charlas y actividades en redes sociales para promover la educación financiera, inclusión y bienestar integral en alianza con actores estratégicos, alcanzando un impacto significativo en las comunidades atendidas.

Brecha digital

En 2024, las entidades de la Fundación han mantenido su compromiso con la inclusión digital, logrando avances significativos y posicionándose como referentes en la reducción de la brecha tecnológica en comunidades vulnerables.

Conectividad a internet

En los últimos años, las empresas de telecomunicaciones han comenzado a expandir sus servicios hacia zonas rurales y remotas sin acceso previo a fibra óptica. Para seguir promoviendo la conectividad, la Fundación Microfinanzas BBVA ha implementado un modelo de subvención para el pago de internet en corresponsales no bancarios (pequeñas tiendas locales), permitiéndoles acceder a internet durante 12 meses.

Bancamía fue pionera en este modelo a finales de 2023 y en 2024 atendió a más de 1.800 clientes a través de sus 15 corresponsales con conectividad en 2024.

Financiera Confianza, al cierre de 2024, contaba con 17 *Agentes Confianza Conectividad*. De un total de 63 agentes, 46 son satelitales y 17 conectividad. Esta red ha beneficiado a más de 4.200 personas, facilitando su acceso a internet. Durante el año, se realizaron 63.787 operaciones, incluyendo pagos, retiros, depósitos y servicios.

Microserfin, por su parte, habilitó un corresponsal satelital en Cucunatí (Darién) a fines de 2023. En 2024, además de facilitar pagos, ofreció más de 700 horas de internet, principalmente utilizadas por estudiantes, contribuyendo al desarrollo educativo de la comunidad.

Esquinas digitales

Desde hace años, las entidades de la Fundación han adaptado sus canales físicos para fomentar la inclusión digital, facilitando el acceso a servicios para quienes no tienen plan de datos o enfrentan problemas de conectividad. Estas acciones incluyen la instalación de Wi-Fi gratuito y la creación de esquinas digitales, que permiten a los clientes aprender y usar herramientas digitales, impulsando su inclusión financiera y participación en la economía digital.

Facilitamos el acceso a internet mediante 79 corresponsales no bancarios a más de 6.000 personas en zonas remotas de Colombia, Perú y Panamá. Ofrecemos alfabetización digital en nuestras 122 esquinas digitales.

Microserfin ha facilitado el acceso a sus plataformas mediante un código QR en todas sus oficinas y mantiene un Punto Digital en su sede de Marbella, atendiendo hasta 100 clientes mensuales.

Financiera Confianza, por su parte, cerró 2024 con 109 oficinas con Wi-Fi gratuito y 114 oficinas con puntos digitales, ampliando así el acceso digital en zonas urbanas y rurales.

Fondo Esperanza finalizó el piloto de su nuevo modelo de oficina, que incluye red Wi-Fi y Esquina Digital. En 2024, se implementó en Coyhaique, Tarapacá y Calama, fortaleciendo la inclusión digital en regiones con menor conectividad.

Adopem y **Bancamía** lanzaron esquinas digitales en 8 y 1 oficinas respectivamente. Además, Bancamía, junto a Claro y USAID, creó el primer laboratorio digital en El Paujíl (Caquetá) como parte del proyecto FINDEQ, que ofrece computadoras y acceso a internet de alta velocidad a más de 230 personas con formaciones sobre educación financiera y alfabetización digital.

Ecosistema Digital

Impulsamos ecosistemas digitales para que nuestros emprendedores lleven sus negocios "on line" y contamos con plataformas de *e-learning* accesibles y gratuitas que ya usan más de 95.000 personas

Adopem continúa con el proyecto *Comunidad Emprendedora Digital* (CED), cofinanciado por BID-LAB, que busca fortalecer la sostenibilidad de negocios liderados por mujeres. En 2024, se desarrolló un producto financiero específico para la digitalización de emprendedoras y se facilitaron herramientas digitales productivas. También se lanzó la plataforma virtual *Crece con Adopem*, con módulos en educación digital, financiera, marketing, liderazgo y fortalecimiento empresarial, permitiendo a las emprendedoras mantenerse competitivas en el mercado. Además, se avanzó en la implementación de vitrinas virtuales, así como en el modelo de acompañamiento, asociatividad y pagos digitales, que se ampliará en 2025. A cierre de año, 3.264 emprendedoras fueron formadas, 2.964 registradas en la plataforma, 1.371 utilizan tecnología en sus negocios y 342 están asociadas.

En conjunto, todas las entidades del Grupo cuentan con plataformas educativas digitales, que en 2024 se han enriquecido con nuevos contenidos accesibles a clientes y no clientes. Al 31 de diciembre, **95.100 personas estaban registradas** en estas plataformas. (Para mayor información ver apartado Educación).

Empoderamiento económico de las mujeres

En América Latina y el Caribe persiste una fuerte desigualdad de género, que se ve reflejada en la rígida división del trabajo y la distribución desigual del cuidado que limita las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral, afectando su autonomía económica, participación política y acceso a diferentes áreas de la sociedad, además de impactar en su disponibilidad de tiempo. Las brechas de género y la pobreza prevalecen, con 1 de cada 4 mujeres sin ingresos propios, frente a 1 de cada 10 hombres, solo la mitad de las mujeres participa en el mercado laboral y la pobreza extrema afecta a 118 mujeres por cada 100 hombres. De hecho, el 85 % de las nuevas emprendedoras atendidas por la Fundación en 2024 estaban en situación de vulnerabilidad y un 42% en pobreza (tasas muy superiores a las de los hombres).

Ante esta realidad, la Fundación prioriza el empoderamiento económico de las mujeres, reafirmando su compromiso desde 2015 a través de una alianza con ONU Mujeres. Esta colaboración ha permitido participar en importantes foros internacionales de las Naciones Unidas, como la CSW y el Foro Generación Igualdad, participamos en la red del CGAP sobre finanzas inclusivas de género (Finequity LAC) desde su creación siendo miembros del consejo asesor o en el grupo de género la red de filantropía del Centro de Desarrollo de la OCDE (netfwd) y el grupo de trabajo de género del Comité de Ayuda al Desarrollo de la OCDE (Gendernet) siendo reconocidos por nuestras buenas prácticas.

Desde 2017, la estrategia de empoderamiento de la mujer se ha basado en tres pilares: oferta de valor específica, equidad interna y alianzas. En 2024, se reafirmó el compromiso al firmar el Women's entrepreneurs-Financial Initiative (We-FI) Code del Banco Mundial, siendo la primera entidad europea y latinoamericana (a través de Adopem) en hacerlo.



Al cierre del 2024, las mujeres eran el 58% de los emprendedores totales de crédito y el 63% del total de emprendedores atendidos

PRODUCTOS FINANCIEROS CON LENTES DE GÉNERO POR ENTIDAD A 31-12-2024

Entidad	Producto	Año	
		Mujeres	% Mujer
Bancamía	Seguro maternidad protegida	3.489	99,9%
	Seguro oncológico mujer †	18.326	58,7%
	Asistencias mujer rural	5.577	99,9%
	Asistencias mujer urbana	3.509	99,9%
	Bolso protegido †	13.035	54,8%
	Total clientas Bancamia * †	**37.586**	
Financiera Confianza	PDM	3.489	99,9%
	Emprendiendo mujer	3.489	100%
	Total clientas Financiera Confianza	**65.881**	
Banco Adopem	Agromujer	287	100,%
	Nestlé Microfranquicias	12	100%
	Víctimas de Género-Fiscalía	3	100%
	Total clientas Banco Adopem	**302**	
Fondo Esperanza	Banca comunal	3.489	78,36%
	Banca estrella	3.489	80,5%
	Seguro Salud Más Protegida	3.489	87,9%
	Total clientas Fondo Esperanza	**3.489**	**78,3%**
Microserfin	Seguro oncológico mujer	3.489	45,0%
	Asistencias salud completa familiar mujer	3.489	89,7%
	Microseguro Mujer	3.489	72,4%
	Total clientas Microserfin	**3.489**	
Total clientas FMBBVA con producto "Mujer"		**215.741**	

Oferta de valor

Bancamía ha desarrollado, en colaboración con aseguradoras reconocidas, un portafolio de seguros con enfoque de género que cubre necesidades específicas de la mujer, incluyendo salud, cáncer, seguro de bolso protegido y maternidad, con más de 37.586 mujeres con estas pólizas específicas a cierre de 2024. Este año, se rediseñó el portafolio para mejorar beneficios, ampliando el grupo asegurado en 'asistencias para tu salud' a hasta 4 personas y mejorando las condiciones de seguros de 'enfermedades graves' dirigidos a mujeres.

En 2024 se lanzó el programa *Conversaciones en la Banca*, que ofrece educación mediante videos, podcasts e infografías difundidos en canales digitales. Ha superado las 200.000 visualizaciones y fue reconocido por la Superintendencia Financiera de Colombia con el Sello de Calidad en la categoría *Iniciativa Mujeres*.

También se amplió *Empropaz*, que desarrolla contenidos con enfoque de género para poblaciones afectadas por violencia y pobreza. En el marco del proyecto FINDEQ, en alianza con USAID, el 66% de las personas participantes fueron mujeres, quienes además recibieron acompañamiento mediante el programa *Para Ellas*. Un 20% fueron jóvenes, identificándose áreas clave de transformación en sectores como lácteos, ecoturismo y redes de servicios. Además, se lanzó un nuevo programa para la inclusión de pueblos indígenas, que comenzará en 2025 y estará orientado a eliminar barreras en educación financiera.

Financiera Confianza mantiene una perspectiva interseccional, con productos diseñados para responder a las necesidades específicas de las mujeres emprendedoras que atiende.

Palabra de Mujer (PDM): A cierre de 2024, se habían gestionado 4.800 grupos de crédito a nivel nacional, conformados en promedio por 10 mujeres atendidas con un total de 58.708 mujeres. Este producto incluye un programa de formación, 'Aprendiendo en Confianza'. Además, se continuó con el proyecto Nudges, en alianza con el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) y el BID, mediante el uso del Chatbot 'Charito' que alcanzó a 10,000 mujeres de PDM, para identificar estrategias para incentivar hábitos de ahorro sostenibles.

Emprendiendo Mujer: es un producto financiero innovador desarrollado junto con CARE Perú on el apoyo del Mastercard Center for Inclusive Growth. Dirigido a mujeres con habilidades en la gestión de sus finanzas y negocios (denominadas "strivers"), ofrece crédito individual con tasas de interés reducidas y montos entre S/300 y S/7,000.sin necesidad de la firma del cónyuge. Además, las beneficiarias tienen acceso a la plataforma Academia Confianza con el bloque "Haz Crecer tu Negocio"con cursos sobre marketing digital. A cierre de 2024, casi 7.173 mujeres. En alianza con CARE PERÚ, también se desarrolla el proyecto "Strive Women", centrado en la salud financiera, que fomenta la planificación financiera, el ahorro y el acceso a productos de protección.

En 2024, **Adopem** continuó con el proyecto *Comunidad Emprendedora Digital (CED)*, cofinanciado por BID Lab, enfocado en reducir la brecha digital de PYMES lideradas por mujeres en República Dominicana. A través de la plataforma *CRECE con Adopem*, más de 3.000 mujeres han accedido a 105 cursos online en educación financiera, habilidades digitales, marketing y liderazgo, mejorando sus ventas y capacidades empresariales. En 2024, el proyecto amplió su alcance facilitando el acceso a tiendas virtuales, redes sociales y financiamiento preferencial para capital de trabajo y adquisición de tecnología. También se lanzó un piloto de asociatividad para promover compras conjuntas y uso de soluciones de pagos digitales con formación asociada.



* En los productos de seguros se considera cliente a la tomadora de la póliza
†. Se infiere aplicando al total de tomadores el % de mujeres entre los tomadores que son o han sido clientes.

Ese mismo año, Adopem firmó un acuerdo con BID Invest para la emisión de un bono de género por el equivalente a USD 15 millones, el primero con incentivos ligados al logro de resultados en República Dominicana. Los fondos respaldan el crecimiento de carteras dirigidas a PYMES o microempresas propiedad de mujeres. Este bono está alineado con los Principios de Bonos Sociales de la ICMA y es la segunda operación en el país enmarcada en la iniciativa We-Fi del Banco Mundial.

Fondo Esperanza, lanzó el microseguro *"Salud + Protegida"*, para ofrecer apoyo económico frente al diagnóstico de cáncer, que cubre cáncer cérvico uterino y de mama, con beneficios como exámenes preventivos gratuitos, indemnización por diagnóstico y telemedicina. A cierre de 2024, había sido contratado por 383 socias. Para las emprendedoras con negocios más consolidados, se lanzó *Banco Estrella* para acceder a créditos más altos y condiciones mejoradas. En 2024, se amplió a todos los bancos comunales que cumplieran con los requisitos mencionados. Además, se ofreció un curso exclusivo de *e-commerce* de Mastercard Center for Inclusive Growth en la Escuela de Emprendimiento Digital. Al cierre de 2024, había 320 Banco Estrella con un total de 7.625 socias/os beneficiarias/os de este producto.

En 2024, también se lanzó la Escuela de Lideresas/Líderes, dirigida a las directivas/os de los Bancos Comunales (BC) para fortalecer su rol como líderes (ver sección de formación a emprendedores).

En 2024, **Microserfin** completó su programa para el empoderamiento de las mujeres microempresarias con el lanzamiento del producto "Escala Mujer" y el microseguro "Mujer", ofreciendo mayor acceso a crédito para educación, salud y cuidados médicos, además de coberturas por licencia de maternidad e incapacidad. Esta iniciativa innovadora en Panamá permite a las microempresarias continuar sus estudios y acceder a servicios médicos de calidad para ellas y sus familiares.

A finales de 2024, había 684 productos de *Escala Mujer*: 660 microseguros mujer. Por otro lado se colocaron 24 créditos Escala Mujer, 20 para el destino educación y 4 para el destino salud. Además, la entidad repitió su programa de formación en habilidades digitales en alianza con Tigo y Fundación Calicanto, en el que participaron 85 microempresarias en el que se incluyeron temas de inteligencia artificial, manejo de la nube y liderazgo, como parte del fortalecimiento de habilidades blandas.

Cultura interna



En 2024, **Bancamía** comenzó a recolectar datos desagregados por sexo y grupo étnico, incluyendo categorías como géneros trans, no binarios e integrantes de siete grupos étnicos, entre ellos indígenas, afrodescendientes, raizales y palenqueros con el fin de atender sus necesidades con mayor equidad, en línea con el Protocolo Social de Asobancaria suscrito e impulsado por la entidad (ver información en la sección de Alianzas e iniciativas).

Bancamía también participó en el programa *Sourcing2Equal* de la IFC que permitió revisar su cadena de abastecimiento e implementar una nueva Política de Gestión de Recursos y Servicios, logrando que el 36% de las contrataciones se hicieran con perspectiva de género. Asimismo, organizó la feria *Para ellas*, orgullosamente Bancamía para promover productos de microempresarias, y fortaleció su *Mesa de Equidad y Diversidad*, desde donde se impulsaron iniciativas como *Orgullo Mujer* con el fin de visibilizar barreras que enfrentan las colaboradoras y compartir sus testimonios en temas como mujeres en microfinanzas, maternidad y oficios masculinizados.

Adopem obtuvo en 2024 el Sello Igualando RD en grado de Oro y el Sello Igualando RD del PNUD, por su implementación del modelo de gestión para la igualdad de género, que busca eliminar barreras culturales y asegurar espacios de trabajo libres de violencia.

Fondo Esperanza, por su parte, incorporó indicadores con enfoque de género en su Ficha de Evaluación Social (FES), como corresponsabilidad y tiempo destinado a tareas domésticas y de cuidado. Tras un año, el 20,4% de las socias aumentaron el reparto equitativo de estas tareas, posiblemente gracias a los cursos impartidos sobre el tema en la Escuela de Emprendimiento.

Microserfin, en el marco del Día de la Mujer, celebró por primera vez la *"Semana de la Equidad"*, un espacio para reconocer y fortalecer el liderazgo de todo el equipo, sin distinción de género. Además, continuó con las sesiones del Comité de Género, Diversidad e Inclusión, y recibió capacitación de ONU Mujeres Panamá sobre la implementación de la Política Pública de Igualdad de Oportunidades para la Mujer 2024-2034, alineando así su estrategia para promover la equidad en todos los ámbitos de impacto de la entidad.

Alianzas



Bancamía

- Bancamía lideró la firma del **Protocolo Social** del sistema financiero colombiano, junto al Ministerio de Hacienda, la Superintendencia Financiera y Asobancaria, presidiendo el Comité de Equidad. Este protocolo promueve la inclusión financiera de poblaciones vulnerables, incluyendo mujeres, grupos étnicos, población rural, personas mayores, jóvenes, migrantes, personas en procesos de paz, con discapacidad y comunidad LGBTIQ+.

- Además, como miembro de la **Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI)**, Bancamía colaboró con ONU Mujeres en la elaboración de la guía *Advancing Gender Equality and Women's Empowerment: Target Setting Guidance for Banks*. La publicación, basada en cuatro pilares: liderazgo, transformación de cartera, inclusión financiera y cambio del ecosistema, posiciona a Bancamía como caso de éxito por su enfoque integral en equidad e inclusión.

Financiera Confianza

- **CARE PERÚ - "Strive Women"**: Financiera Confianza participa en este programa del *Mastercard Center for Inclusive Growth*, que busca impulsar el crecimiento de las MiPYMES lideradas por mujeres, promoviendo su salud financiera.

- **CARE PERÚ - "VALORA"** : En 2023, junto a CARE Perú y CUMMINS, se diseñó una cuenta de compensación por tiempo de servicio (CTS) para trabajadoras del hogar, un sector con derechos laborales limitados. En 2024, se participó en ferias de empleo, talleres y actividades con federaciones del sector, fomentando su inclusión financiera mediante campañas y materiales educativos.

- **Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE)**: En 2024, se finalizó un estudio junto al GRADE y el BID, que evalúa el impacto de innovaciones en capacitación y el papel de las habilidades blandas en la formación empresarial de clientas del programa *Palabra de Mujer* en Pucallpa.

- **Universidad de Lima** - Proyecto *"MICROFIN-HUB PERÚ: Microfinanzas y Educación Financiera para el Emprendimiento y la Inclusión Social de Mujeres"*: dirigido a mujeres microempresarias de zonas vulnerables de Lima para promover el microemprendimiento y la educación financiera con el acompañamiento empresarial de expertas de la Universidad de Lima y la Universidad Pablo de Olavide.

Banco Adopem

- **BID Invest** realizó un estudio para cuantificar sesgos de género en su oferta de crédito evaluando más de 170.000 operaciones de crédito aprobadas a hombres y mujeres entre 2022 y 2024. Se analizaron clientes con características similares (edad, perfil de riesgo, mismo sector de actividad económica, misma zona geográfica) para evaluar diferencias en los montos aprobados, condiciones de los créditos, o comportamiento de pago. Los resultados muestran que en promedio la entidad cobra el mismo tipo de interés, pero concede montos y plazos un poco mayores a las mujeres siendo el comportamiento de pago igual para ambos, lo que indica que Adopem concede crédito de forma justa sin que el género del cliente tenga ningún peso.

- **We Fi Code del Banco Mundial**: En 2024, Banco Adopem comenzó la implementación del *Código de Finanzas para Mujeres Empresarias*, junto a otras entidades financieras con el apoyo de BID Invest y la Fin*ancial Alliance for Women*. Este estándar busca comprender mejor las necesidades de las mujeres empresarias a través del análisis de datos para diseñar productos financieros más inclusivos.

- **Ministerio de la Mujer**: Adopem capacitó a 868 mujeres en 2024, participando en talleres del *Proyecto Comunidad Emprendedora Digital* en tres centros del Ministerio, con el objetivo de reducir la brecha digital.

Fondo Esperanza

- **Escuela de Trabajo Social de la Universidad Católica y Fundación MICARE**: el estudio explora cómo los factores familiares, la composición del hogar y el trabajo no remunerado afectan la participación de las mujeres en la economía informal a través de microemprendimientos. Como principales hallazgos, se tiene que: el emprendimiento surge para compatibilizar la crianza con los trabajos o el desempleo; la familia extendida cobra relevancia a la hora de transmitir habilidades y actitudes sobre las actividades domésticas y compatibilizarlo con el trabajo remunerado; hay una importante gestión mental que se apalanca con redes de apoyo informal; la dinámica familiar y el apoyo (o no) por parte de parejas e hijos puede potenciar o limitar la capacidad de las mujeres para emprender; la adaptación del espacio hogar es determinante para poder desarrollar el emprendimiento y el cuidado; y la probabilidad de formalizar los negocios aumenta con el uso de tecnologías vinculadas a la contabilidad.

  Respecto al indicador que mide el tiempo dedicado al trabajo doméstico y a las labores de cuidados, los resultados muestran que al entrar a Fondo Esperanza, existe una brecha de género y mientras las mujeres declaran dedicar 6,1 horas del día a labores domésticas y de cuidado, los hombres declaran 3 horas diarias. Al cabo de un año, la brecha de género disminuye a una dedicación de 3,9 horas diarias. Estas mejoras en indicadores de corresponsabilidad y uso del tiempo podrían atribuirse, en parte, a los cursos que tratan estos temas en la Escuela de Emprendimiento.

- **Universidad de Chile, Facultad de Economías y Negocios**: Proyecto de investigación en terreno que estudia el rol de la confianza en el funcionamiento de Bancos Comunales por medio de entrevistas en profundidad a socias(os) y asesoras(es) y observación silenciosa en reuniones de Banco Comunal. Como principal resultado, se tiene que las/os socias/os valoran positivamente la metodología de Banco Comunal, y reconocen que requiere de confianza entre sus miembros, que es clave el liderazgo de el/la asesor/a en conjunto con las directivas así como las normas implícitas y explícitas son claves para reducir el riesgo percibido por el modelo de co-avalidad.

- **Redes de beneficios y descuentos para socias**: Fondo Esperanza mantiene diversas alianzas estratégicas para beneficiar a sus socias con descuentos en productos de belleza, costura y maquinaria para cocinería y productoras de alimentos junto con capacitaciones, tales como Fundación Belcorp L'Bel, Esika y Cyzone. Janome o, Full Máquinas.



Microserfin

- **Iniciativa de Paridad de Género de Panamá (IPG)**: Como miembros de la IPG, participaron en el foro Buenas Prácticas en la Inclusión Financiera de las Mujeres y como expositores en el evento Mujeres Emprendedoras: Innovando Juntas, donde compartieron los resultados de su estrategia de género.

- **Fortalecimiento de alianzas**: Se consolidaron vínculos con organizaciones clave que apoyan a mujeres emprendedoras en Panamá, como el *Canal de Empresarias* (Fundación Ciudad del Saber), la F*undación Atenea Emprende* y el *Centro de Arte y Cultura de Colón* (Ministerio de Cultura). En estos espacios se promovió el programa *Escala Mujer* como herramienta para el desarrollo femenino.

- **Mesa de trabajo sobre emprendimiento y empoderamiento económico**: Avanzó la estructuración de la mesa de trabajo para implementar el *Plan de Empoderamiento Económico de la Mujer Indígena Panameña (PEMIP 2025)*. Como co-líder, la entidad aportó su experiencia y ayudó a definir el marco de acción para mejorar el desempeño del grupo.

Digitalización

Durante los últimos años, la explosión de la tecnología, en el uso de herramientas como la inteligencia artificial y el análisis avanzado de datos están redefiniendo todas las industrias. Bajo esta realidad, y especialmente en el sector microfinanciero, la digitalización emerge no sólo como un catalizador del crecimiento económico, sino también como una vía esencial para cerrar brechas de desigualdad, conectando comunidades vulnerables con oportunidades antes inaccesibles.

En este contexto, la transformación digital continúa siendo una de las palancas estratégicas de la Fundación Microfinanzas BBVA, consolidándose como una herramienta clave para promover la inclusión financiera y social de millones de emprendedores en América Latina. Por ello, desarrollamos una estrategia de digitalización que combina varios componentes: el desarrollo de un ecosistema digital para los emprendedores o entorno de servicios financieros digitales, un ecosistema digital para asesores y corresponsales bancarios, y la digitalización y transformación de los datos al servicio de los emprendedores y su inclusión en la economía digital.

Durante 2024, hemos reforzado el ecosistema digital para ofrecer a los emprendedores un modelo de banca relacional que incluya la autogestión 100% digital, de forma híbrida y en formato remoto (visita virtual); integrando plataformas transaccionales, analítica avanzada de datos y servicios omnicanales. Estos nuevos modelos de atención, que combinan una experiencia digital con acompañamiento individual, garantizan que todos los emprendedores puedan acceder a nuestros servicios de manera ágil y segura, independientemente de su nivel de alfabetización tecnológica.



Avanzando hacia un ecosistema digital

Los ecosistemas digitales han demostrado ser una herramienta esencial para impulsar el desarrollo económico y social. La adopción de plataformas que habilitan las transacciones, pagos inmediatos, el acceso a créditos digitales u otras soluciones de fintechs u operadores ha permitido a millones de personas superar barreras tradicionales de acceso a servicios financieros, fomentando la inclusión y reduciendo brechas de desigualdad.

Estas soluciones no solo optimizan la gestión de recursos y transacciones, sino que también brindan a los emprendedores la posibilidad de participar activamente en la economía digital, mejorando su salud financiera, minimizando riesgos y generando mayor estabilidad en sus actividades económicas diarias.

Facilitar el acceso de los emprendedores a ecosistemas digitales, como la disponibilidad de plataformas transaccionales, pagos inmediatos y/o créditos digitales es crucial para su desarrollo económico y social, dado que estas soluciones fomentan la inclusión y permiten agilizar y optimizar sus recursos, reduciendo brechas de desigualdad.

Las entidades de la FMBBVA viene fortaleciendo un ecosistema digital para los emprendedores que complementa el modelo tradicional de banca relacional, con nuevos sistemas y canales de atención digitales, híbridos y en formato remoto (visita virtual), que consiste además en ofrecer diversas opciones de transaccionales, como la banca móvil, oficina virtual whatsapp, y soluciones de pagos en línea.

Para complementar el modelo tradicional de banca relacional, las entidades de la FMBBVA continúan fortaleciendo un ecosistema digital para los emprendedores. Este ecosistema integra nuevos sistemas y canales de atención digitales, híbridos y remotos (mediante visitas virtuales), y amplía la oferta de opciones transaccionales, incluyendo banca móvil, oficina virtual a través de WhatsApp y soluciones de pago en línea.

Estos nuevos modelos de atención, que combinan una experiencia digital con acompañamiento individual, garantizan que todos los emprendedores puedan acceder a nuestros servicios de manera ágil y segura, independientemente de su nivel de alfabetización tecnológica.

En esta línea, seguimos desarrollando y posicionando en las cinco entidades la **Banca Móvil**, que se consolida como el canal fundamental para disponibilizar todos los servicios financieros, desde la solicitud de crédito, apertura de cuentas, consultas y contratación digital, hasta las transferencias y pagos; convirtiéndose en la opción preferida para muchos emprendedores, debido a su facilidad de uso y ahorro en tiempo y desplazamientos.

Durante 2024, **960.785** usuarios digitales accedieron a estos servicios y representan **31.68%** del total de emprendedores atendidos por el Grupo FMBBVA, destacando el progreso hacia un modelo cada vez más inclusivo y digital.

Las entidades de la FMBBVA vienen fortaleciendo un ecosistema digital para los emprendedores que consiste en ofrecer diversasopciones de transaccionales, como la banca móvil, oficina virtual, whatsapp, y soluciones de pagos

La Banca Móvil sigue mejorando

Actualización de las arquitecturas de movilidad a soluciones en la Nube, basada en contenedores y organizada por dominios funcionales que darán cobertura a las peticiones desde nuevas Apps híbridas de última generación tanto Android como iOS.

- **Fondo Esperanza** ha lanzado Crédito Clic, su primer crédito completamente digital, complementario al crédito principal del Banco Comunal y accesible exclusivamente a través de su aplicación móvil AppSocias.
- **Microserfin** ha implementado Resuelve, una solución digital que facilita el acceso al crédito para clientes pre aprobados.
- **Adopem** ofrece un crédito digital de fácil acceso desde su aplicación móvil AppDopem, con la posibilidad de desembolso en cuenta cuando el cliente lo disponga.
- **Financiera Confianza** ha consolidado su oferta digital con la incorporación del crédito Express para renovaciones de créditos sin intervención de los asesores en el proceso.
- **Bancamía** ha ampliado su servicio de visita virtual, un canal de contacto que agiliza las renovaciones de créditos mediante videoconferencias, para mayor eficiencia. Además, con Credimía 2.0, se ha incorporado la cobertura del Fondo Nacional de Garantías al crédito digital, permitiendo ofrecer mejores condiciones de financiación a los clientes.

Otro de los avances significativos de 2024 ha sido la ampliación de los sistemas de pagos en línea, que permiten a los usuarios realizar operaciones en tiempo real desde cualquier lugar. Este enfoque no solo simplifica las interacciones, sino que también reduce las barreras geográficas y de conectividad, aspectos críticos en las zonas rurales y de difícil acceso donde operamos.

Así, se han robustecido los ecosistemas de medios de pago que añaden a las tradicionales transferencias bancarias operadas por cámaras de compensación, las redes de **pagos instantáneos (P2P)** que facilitan transferencias de dinero en tiempo real utilizando el número de móvil personal como identificador, como por ejemplo Transfiya (Colombia), Plin y Bizum (Perú) y el sistema Liquidación de Bruta en Tiempo Real en República Dominicana. Otra solución implementada por Bancamía es el sistema de cobros y pagos por QR, que permite a los usuarios realizar transacciones escaneando un código con su teléfono celular desde una app compatible (banca móvil o billetera digital).

Además de esta solución, los emprendedores tienen acceso a otros servicios y herramientas: la oficina virtual, para aquellos clientes que no cuenten con un dispositivo móvil; el canal whatsapp, para atención de consultas e información de las entidades, que se ha venido robusteciendo con nuevas funcionalidades; y la integración con canales o servicios básicos en los países (como el caso de pagos PSE en Colombia).

Durante 2024, 960.785 usuarios digitales accedieron a estos servicios digitales, representando un 31,68% del total de emprendedores atendidos por el Grupo FMBBVA, demostrando una evolución hacia un modelo cada vez más inclusivo y digital

Ecosistema Asesor y Corresponsal

La atención a los emprendedores con menor familiaridad con la tecnología es esencial para lograr una oferta de servicios inclusiva. Por ello, el desarrollo del ecosistema digital del asesor resulta fundamental. En este sentido, la App de Movilidad para Asesores continúa siendo una herramienta clave en nuestra labor, al facilitar que el asesor pueda llevar todas las funcionalidades de una oficina física directamente al negocio del emprendedor.

Durante 2024, esta aplicación ha seguido evolucionando con nuevas funcionalidades, lo que ha permitido que el 98% de los créditos se gestionen a través de esta plataforma.

Además, la Red de Corresponsales Bancarios (puntos propios o de terceros que actúan como vínculo transaccional de las entidades en los territorios) mantiene su importancia estratégica para atender las necesidades de los clientes de manera cercana y ampliar significativamente la zona de cobertura de servicios. Este año, el número de corresponsales bancarios alcanzó los 3.967, incluyendo modelos innovadores como los corresponsales con conexión satelital (que operan en zonas remotas) y los corresponsales móviles (asesores que llevan los servicios directamente a las comunidades en Colombia y Perú, sin ubicación física). Todos estos operan con la App Corresponsal, diseñada internamente para adaptarse a las necesidades de cada contexto.

Otro de los avances significativos de 2024 ha sido la ampliación de los sistemas de pagos en línea, que permiten a los usuarios realizar operaciones en tiempo real desde cualquier lugar. Este enfoque no solo simplifica las interacciones, sino que también reduce las barreras geográficas y de conectividad, aspectos críticos en las zonas rurales y de difícil acceso donde operamos.

Así, se han robustecido los ecosistemas de medios de pago que añaden a las tradicionales transferencias bancarias operadas por cámaras de compensación, las redes de pagos instantáneos (P2P) que facilitan transferencias de dinero en tiempo real utilizando el número de móvil personal como identificador, como por ejemplo Transfiya (Colombia), Plin y Bizum (Perú) y el sistema Liquidación de Bruta en Tiempo Real en República Dominicana. Otra solución implementada por Bancamía es el sistema de cobros y pagos por QR, que permite a los usuarios realizar transacciones escaneando un código con su teléfono celular desde una app compatible (banca móvil o billetera digital).

TABLA DE CIFRAS DIGITALES

Indicador	2024
Usuarios digitales	960.785
Ventas digitales (productos)	282.960
Nº Onboardings biometría facial y voz	27.458
Nº TX canal Bancamóvil y web	1,53 millones
Usdo canales digitales	12,3%
Firma electrónica o créditos digitales	283 mil

Tecnología y data: consolidando el camino para el futuro de las microfinanzas

La FMBBVA lleva años desarrollando una estrategia tecnológica orientada a la implementación de **soluciones tecnológicas compartidas** en todas sus entidades. Las herramientas de movilidad (Banca Móvil, App de Movilidad de Asesores y App de Corresponsales) se apoyan en una arquitectura unificada, y además, cuatro entidades comparten el mismo core bancario, junto con una plataforma global de datos. Este enfoque de grupo persigue no solo la generación de sinergias y economías de escala, sino también la optimización del conocimiento y la experiencia adquiridos durante el proceso.

Durante 2024, se ha iniciado una evolución de la arquitectura y tecnología de los principales aplicativos, junto con la migración a la nube para adoptar las mejores prácticas de utilización y optimización de recursos. Como parte de esta transformación, también se ha emprendido la renovación de la infraestructura de desarrollo y despliegue de aplicaciones para clientes y asesores, a través del **Proyecto DevOps**. Esta solución colaborativa, que integra desde el desarrollo de software hasta el despliegue de los servicios, permitirá a los equipos de tecnología cumplir con los desafíos de ofrecer servicios mejorados de forma más ágil y segura.

La FMBBVA ha unificado su Estrategia de Datos, reconociendo la importancia de comprender las necesidades de cada emprendedor, su interacción con las entidades y la oferta de soluciones a medida. En este sentido, en 2024 se consolidó **NEXO** como el núcleo de información del Grupo FMBBVA.

NEXO, una plataforma única para todas las entidades y construida en la nube, es un repositorio centralizado de datos estructurado con tablas estandarizadas, niveladas y homogéneas. Esta arquitectura permite la replicación de informes e indicadores automatizados y la consolidación eficiente de la información.

En la actualidad, se cuenta con más del 97% de los datos del core bancario aprovisionados, más de 900 indicadores implementados y alrededor de 270 informes operativos en todas las entidades, conformando un volumen de información valioso y confiable. Además, en 2024 se ha progresado en la creación de casos de uso de analítica predictiva y machine learning:

- En **Microserfin** han desarrollado un modelo analítico de evaluaciones de crédito que utiliza información histórica para detectar patrones de comportamiento, generando alertas que respaldan la toma de decisiones de los asesores en campo.

- En **Financiera Confianza**, **Bancamía** y **Adopem**, se ha trabajado en la implementación de analítica avanzada para la gestión de riesgos y retención. Estos casos de uso permiten identificar patrones de comportamiento y detectar señales tempranas de riesgo y fuga.

- En **Fondo Esperanza**, la distribución diaria de información de gestión comercial se ha extendido a más de 370 asesores, aprovechando al máximo las capacidades de la herramienta.

- En **Bancamía**, la generación automatizada de los principales informes estratégicos y la automatización de más de 20 actividades, mejorando su contenido su forma más visual. Actualmente, se envían más de 800 correos electrónicos automáticos y programados cada día.

La FMBBVA ha unificado su Estrategia de Datos, reconociendo la importancia de comprender las necesidades de cada emprendedor, su interacción con las entidades y la oferta de soluciones a medida

La automatización ha mejorado la reportería comercial y de gestión, potenciando el análisis de datos para comprender mejor a los emprendedores y sus necesidades. La analítica avanzada impulsa esta transformación y fortalece la eficiencia operativa.

En 2024, el Grupo FMBBVA consolidó su modelo de gobierno del dato con la designación de roles clave, como el Chief Data Officer (CDO) en todas las entidades, y los Data Owners, responsables de la gestión y calidad de los datos en cada unidad.

Además, se dio un impulso significativo a la adopción de la herramienta corporativa de gobierno del dato, la cual se ha estado integrando de forma progresiva en los procesos de desarrollo y administración de indicadores. En este marco, se lograron cargar y gestionar cerca de 500 métricas, contribuyendo a la mejora en la trazabilidad y la toma de decisiones basadas en datos, y se promovió la capacitación y divulgación continua de esta solución entre los equipos.

Inteligencia artificial (IA)

Como Grupo FMBBVA creemos que la inteligencia artificial significa una oportunidad para transformar no solo nuestros procesos internos, sino también la forma en que interactuamos con los emprendedores y sus comunidades. Esta tecnología se está convirtiendo en una herramienta estratégica clave para identificar oportunidades y superar desafíos en todos los sectores, por lo que nuestro enfoque en la innovación responsable garantiza que estas herramientas se utilicen con ética, transparencia y un claro propósito social.

Durante 2024, iniciamos la **incorporación gradual de la inteligencia artificial generativa (GenAI) en los puestos de trabajo**, con más de 100 colaboradores de todas las entidades participando en un programa piloto con la solución Google Gemini Advance. Este programa permitió a nuestros equipos experimentar con esta herramienta de última generación diseñada para maximizar el potencial del procesamiento del lenguaje natural y la integración con servicios digitales, y realizar tareas avanzadas como la generación de código, la optimización de procesos y la colaboración en proyectos creativos. De esta manera, identificamos los casos de uso con mayor impacto en la productividad, la escalabilidad y el servicio al cliente.

En Panamá, se implementó **Microserfin Responde**, un asistente virtual impulsado por GenAI diseñado para resolver consultas de los asesores comerciales de una forma más rápida y eficiente, En Colombia, Bancamía trabaja en **tres pilotos de innovación** para transformar procesos clave con esta tecnología, como el "rescate" de clientes inicialmente denegados en la aprobación del crédito, la mejora de la eficiencia en la programación de visitas comerciales y la Cobranza Inteligente, un agente de WhatsApp que interactúa directamente con los clientes y promete un impacto adicional en la recuperación de cartera.

En adición, iniciamos un laboratorio de pruebas de IA a nivel de grupo para evaluar diversas tecnologías presentes en el mercado y que puedan contribuir en la mejora de los procesos internos (apoyo a la inclusión de nuevos clientes, renovaciones, etc.), la experiencia del cliente y la productividad general.



Impacto en los hogares

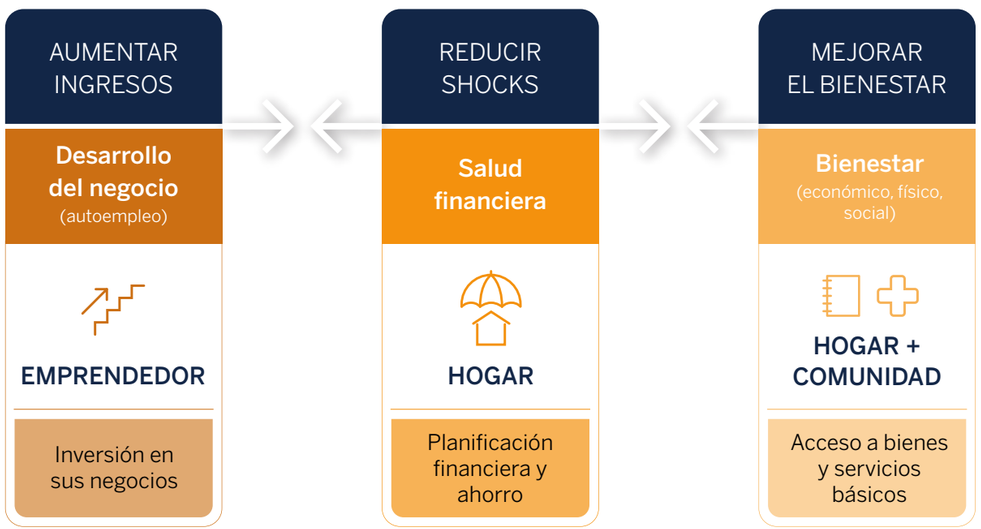
Para las poblaciones en situación de vulnerabilidad, con la falta de oportunidades laborales, el emprendimiento se presenta como una oportunidad de generar ingresos para el hogar. De hecho, para la mayoría de los hogares es la única fuente de ingresos ("desarrollo del negocio para generar ingresos"). Habilidades como la perseverancia, la capacidad de trabajo, la autodeterminación, la creatividad y la pasión son esenciales en este camino. Junto con el acceso a servicios financieros, permiten a las personas transformar sus patrones de consumo, impulsar las inversiones y gestionar riesgos de manera eficaz ("salud financiera para mayor resiliencia").

Además, en estos hogares, la línea que separa las necesidades financieras de su negocio y del hogar es difusa. Son un **hogar-empresa, donde las decisiones sobre su patrimonio se interrelacionan**, y las decisiones en materia de consumo y de producción están íntimamente ligadas. De allí la necesidad no sólo de tener en cuenta la vivienda, la educación o el acceso a servicios de salud, sino también las redes que opera en las comunidades en las que se operan a través de la generación de empleo o las personas que aseguran, para protegerlos ante imprevistos ("El bienestar del hogar y sus comunidades").

La probabilidad de éxito aumenta si se consideran las múltiples dimensiones que afectan este desempeño, cómo se interrelación entre ellas y si se genera un entorno favorable para su desarrollo.

A continuación se muestran avances en crecimiento económico, incluso por encima de la línea de pobreza, con un impacto positivo en la renta de los hogares, la creación de empleo y una ligera mejora en el nivel de educación. Sin embargo, persisten desafíos en la estabilidad de ingresos y de un ahorro más estructural que permita sostener imprevistos a medio plazo.

OBJETIVOS DE IMPACTO



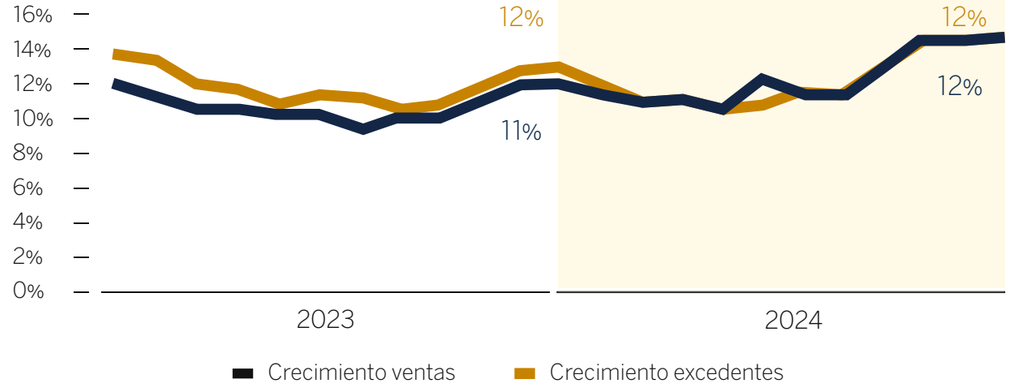
Crecimiento de los negocios

En 2024 se mantiene un sólido crecimiento de los negocios de los emprendedores atendidos. De hecho se observa una relación positiva con la evolución de la economía local. En República Dominicana y Chile, los negocios crecen a un ritmo superior al de 2023, impulsados por un buen desempeño económico. Sin embargo, en Perú y Panamá los excedentes experimentan una caída, liderada por el sector agrícola. Diversos factores, como el aumento de las temperaturas, la falta de agua y la aparición de plagas, influyen en esta dinámica. En Colombia, el crecimiento económico mantiene una tendencia positiva, lo que beneficia a los emprendedores que siguen en la entidad.

Mientras en República Dominicana, Chile y Colombia crecen sus negocios, los emprendedores de Perú y Panamá decrecen, especialmente en el sector agrícola

36. CRECIMIENTO DE LOS NEGOCIOS

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada período
Tasas de crecimiento deflactadas



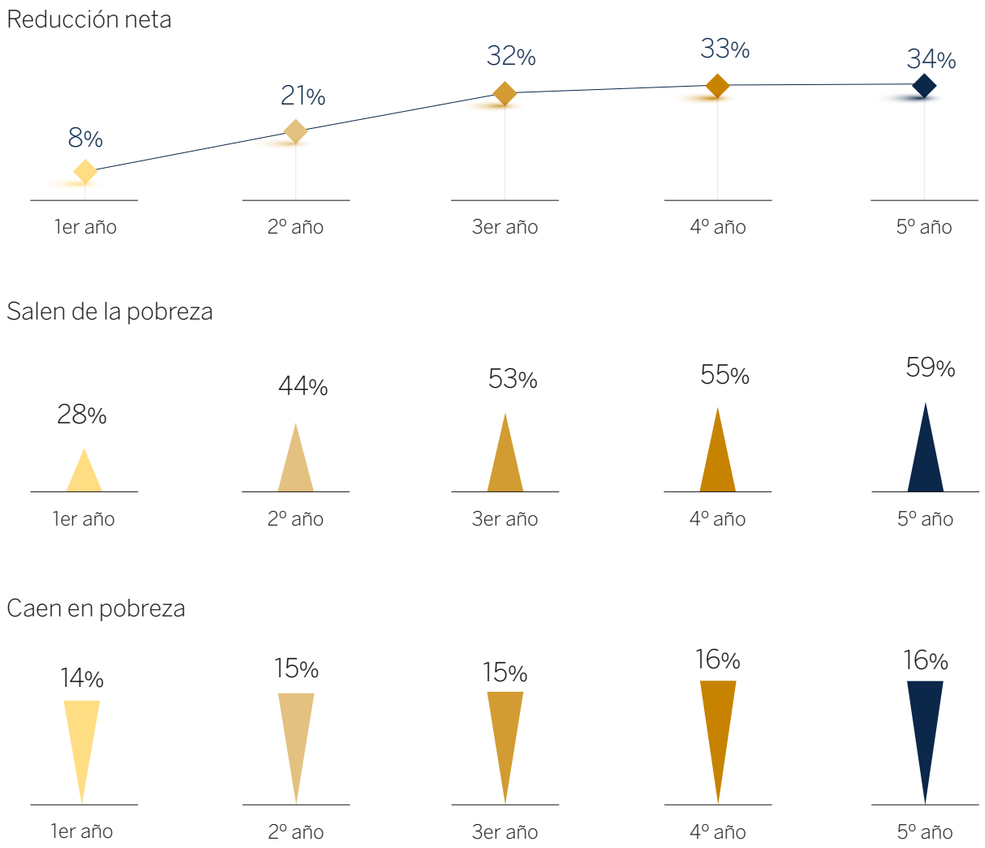
	Crecimiento ventas		Crecimiento excedentes	
	2023	2024	2023	2024
Colombia (Bancamía)	10%	13%	15%	19%
Perú (Financiera Confianza)	14%	16%	12%	10%
Rep. Dominicana (Banco Adopem)	10%	11%	8%	12%
Chile (Fondo Esperanza)	9%	9%	12%	11%
Panamá (Microserfin)	6%	7%	6%	7%

G. **36**. Se consideran los clientes que han renovado un crédito cada mes. Se calcula el crecimiento promedio anual de las ventas y excedentes de esos negocios. En el caso de Fondo Esperanza y Financiera Confianza (PDM), tiene que tener una distancia mínima en días para incluirlos en el cálculo, entre dos operaciones deben haber pasado al menos 170 días para considerar su crecimiento.

Salida rápida de la pobreza: 44% en el primer año, 59% en el quinto, evidenciando el impacto creciente de los créditos

37. REDUCCIÓN DEL SEGMENTO DE POBREZA

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2024



En total, un 63% de los emprendedores ha mejorado su renta en 2024, frente al 61% en 2023. Si bien la mayoría de los emprendedores ha mejorado su renta en 2024, la recuperación de aquellos en situación de pobreza es más lenta y desigual debido a los impactos persistentes de la pandemia y la inestabilidad económica. En promedio, el conjunto de emprendedores en situación de pobreza se reduce un 21% en el segundo año de relación con la entidad, ligeramente inferior a lo observado en 2023.

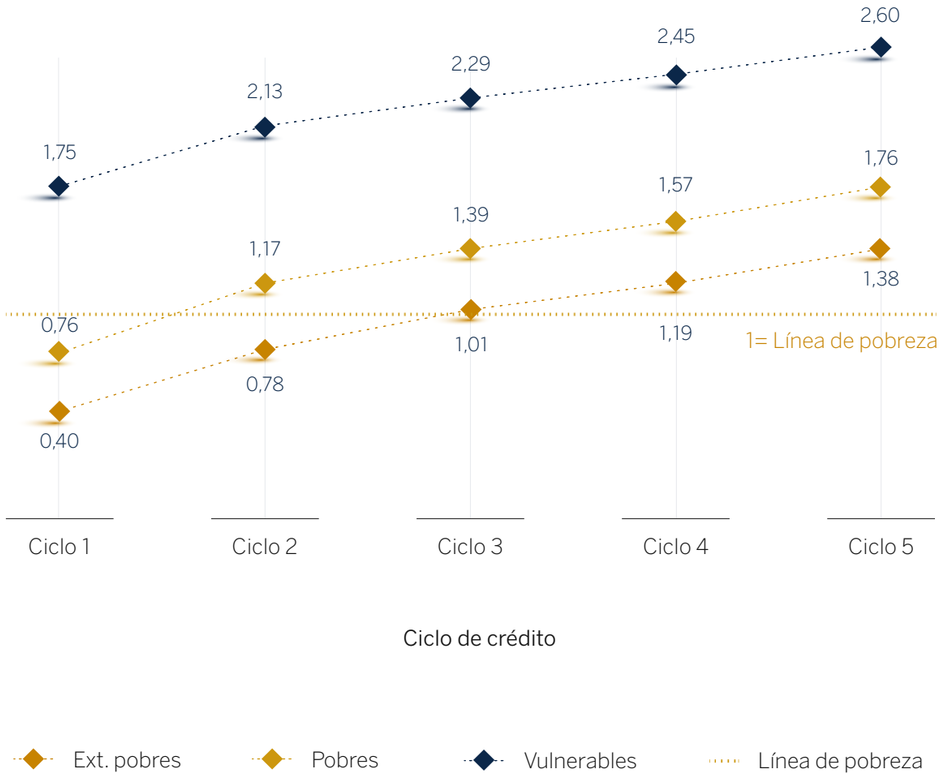
Dado que existe una mayor proporción de mujeres que entran en situación de pobreza, y su desempeño se mantiene sólido, de las personas que superan la situación de pobreza 6 de cada 10 mujeres lo consiguen.

G. **37**. Se presentan los emprendedores vigentes al cierre del año que han renovado un crédito a lo largo de 2024. • Salida de la pobreza: Clientes que al inicio de su relación con la entidad estaban en pobreza (clasificados como extremadamente pobres o pobres) y han generado ingresos superiores a la Línea de Pobreza. • Entrada en la pobreza: Clientes que no eran pobres al inicio de su relación con la entidad (clasificados como vulnerables u otros) y han generado ingresos por debajo de la Línea de Pobreza. • Reducción neta: Diferencia entre la salida de la pobreza y la entrada en la pobreza.

Cuanto más larga es la relación de crédito de los emprendedores, mejor desempeño

38. RENTA RELATIVA A LA LÍNEA DE POBREZA

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2024



En general, **se mantiene la tendencia positiva: a mayor antigüedad, mejor desempeño**. Tras dos ciclos de crédito, los emprendedores clasificados como pobres han superado la pobreza, mientras que los extremadamente pobres tardan un ciclo más en salir de esta situación. Esto se debe a que parten de una base financiera más austera y deben recorrer un camino más largo. **Superar la pobreza es un proceso gradual**, sujeto a las condiciones externas y que requiere mayor atención en aquellos que empiezan de una situación más precaria.

Al menos tras tres ciclos de crédito, la mayoría ha superado la pobreza. Dado que las relaciones a largo plazo favorecen un buen desempeño, es crucial seguir acompañando a los emprendedores a lo largo del tiempo para que logren un progreso sostenido.

G. **38**. Se muestran los emprendedores atendidos durante 2024 con crédito individual —clasificados según su situación inicial en el primer crédito— se exhibe el excedente per cápita (renta) 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

Las personas en situación de pobreza extrema requieren más tiempo (al menos cuatro créditos) para superar la línea de pobreza, de ahí la importancia de construir relaciones de largo plazo

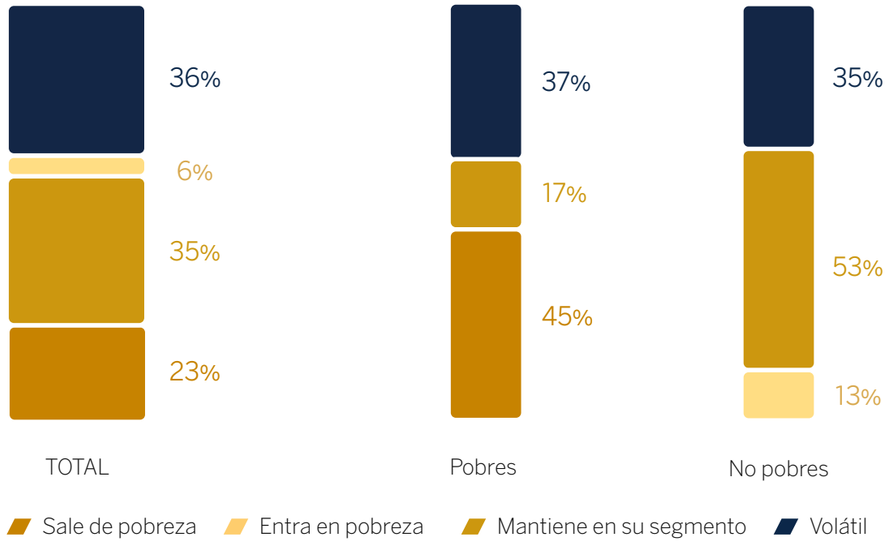
A pesar de sus esfuerzos, algunos emprendedores no logran estabilizar sus ingresos, llevándolos a entrar y salir de la pobreza en varias ocasiones. El 36% de los que tienen más de cinco créditos ha caído por debajo de la línea de pobreza al menos dos veces durante su relación con la entidad. Este dato no varía sustancialmente respecto a 2023. Es decir, los que se enfrentan a imprevistos, lo hacen aparentemente en la misma proporción (es parte de su normalidad).

Aún queda mucho por hacer: un 17% de las personas que estaban en situación de pobreza no la ha superado ("mantiene"), y un 13% ha vuelto a caer en ella, cuando se comparaba con el momento de entrada en alguna de las entidades. Esto visto en términos globales, puede decirse que un 23% ha superado la pobreza, un 6% su renta ha bajado por debajo de la línea de pobreza, un 36% son volátiles y el restante 35% son estables (que no han cambiado en 5 créditos de situación económica).

Por ello, es fundamental seguir acompañándolos con créditos, ahorro a medio plazo, seguros y educación, ayudándoles a sortear mejor los obstáculos que enfrentan en su entorno.

39. INESTABILIDAD DE INGRESOS

Emprendedores con más de cinco años de antigüedad



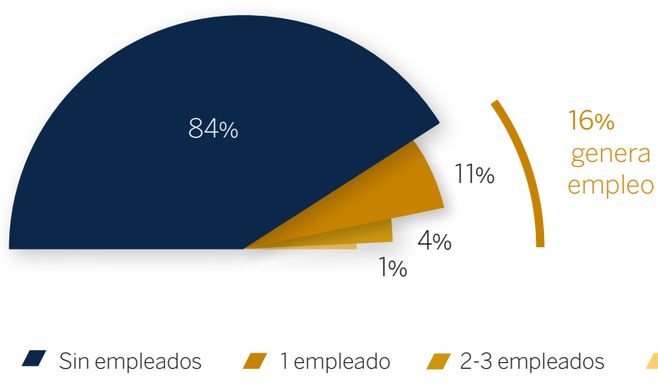
G. **39**. Muestra de emprendedores atendidos desde 2011 hasta 31.12.2024 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se analiza el número de veces que un cliente cruza la Línea de Pobreza (LP). Volátil es el cliente cuyos excedentes por cada miembro del hogar cruzan más de una vez la LP. Sale de 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. Se presenta la volatilidad para dos segmentos: inicialmente pobres vs. no pobres.

Empleo

El principal motivo para emprender es la necesidad de ganarse la vida debido a la falta de trabajo o la precariedad en el mercado laboral. Esto explica que la mayoría sean autoempleados (85%) y, a medida que crecen, tengan la capacidad de contratar empleados. El 16% restante logra emplear a uno o más trabajadores. Esto refleja el gran esfuerzo y el impacto en las comunidades, ya que es difícil para negocios pequeños emplear a otros. Los emprendedores con crédito vigente han contratado a 158.969 personas a través de sus negocios.

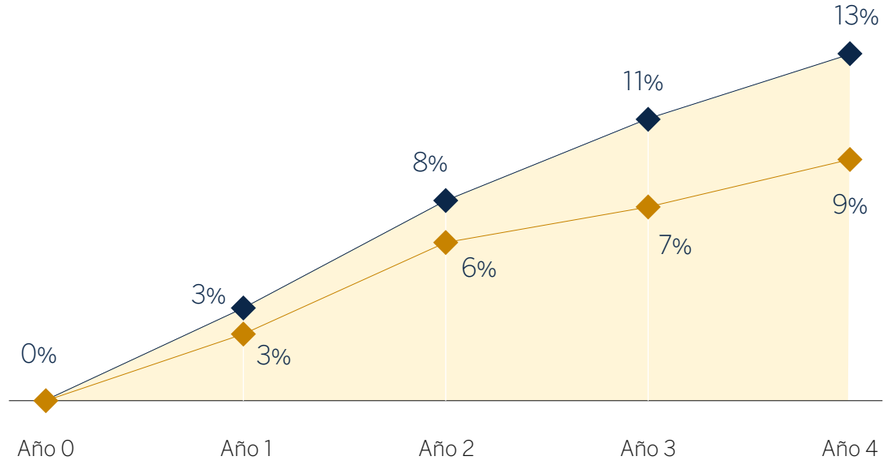
40. FUENTE DE EMPLEO

Total emprendedores de crédito



CREACIÓN DE EMPLEO

Emprendedores con crédito que aumentan el número de empleados del negocio



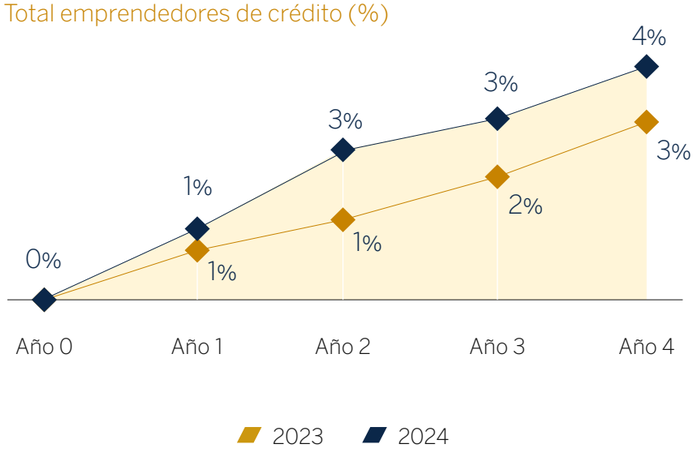
G. **40**. Considera el número de empleados del negocio de los clientes vigentes a 31.12.2024.
Considera el aumento en el número de empleados del negocio sobre la situación inicial. Se muestran promedios de las cohortes (año de entrada) de 2021-2024.Información disponible para Banco Adopem y Financiera Confianza.

Bienestar: cómo mejoran su vivienda y educación

Las ganancias de los emprendimientos se reinvierten en los hogares, buscando mejorar la calidad de vida de las familias. Por ejemplo, en promedio, un 2% ha invertido en mejorar su nivel educativo durante el segundo año, una inversión que generará mayores beneficios a mediano plazo y un 6% ha mejorado su vivienda al cabo de tres años de relación con su entidad.

41. MEJORA EN LA EDUCACIÓN

Total emprendedores de crédito (%)

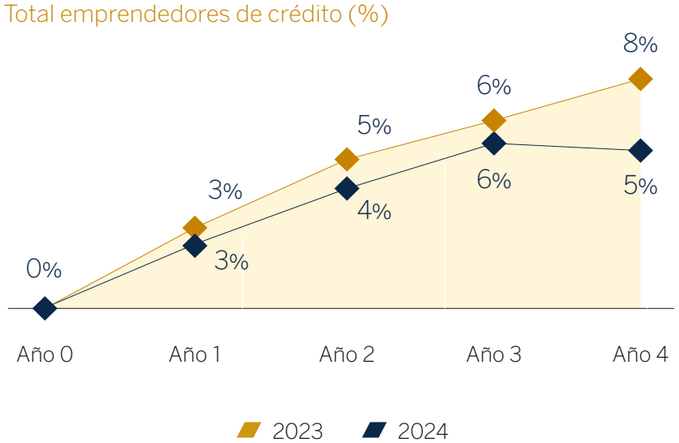


En el cuarto año mejora su nivel de formación un

4%

42. MEJORA EN LA VIVIENDA

Total emprendedores de crédito (%)



Clientes que mejoran en tres años sus condiciones de vivienda

6%

G. **41**. Clientes que han mejorado su nivel educativo, frente a su situación inicial. Se muestran promedios de las cohortes (año de entrada) de 2021-2024. Información disponible para Bancamía.
G. **42**. Se analizan los clientes que han adquirido vivienda propia o mejorado su vivienda en aspectos como sanitarios, material de construcción, combustible o número de habitaciones, comparado con la situación inicial. Se muestran promedios de las cohortes de 2021 a 2024. Información disponible para Bancamía, Financiera Confianza y Banco Adopem.

Salud financiera



América Latina ha logrado avances importantes en inclusión financiera, alcanzando el 73% en 2021, incrementando un 18,5% desde 2017. Además, el 65% de los adultos realizó pagos digitales en el último año, como facturas, transferencias y compras en línea[10]. El acceso a productos financieros es clave para gestionar las finanzas de manera segura, pero también es necesario abordar otras áreas como generar ingresos, controlar gastos, ahorrar, planificar y gestionar riesgos.

La salud financiera es esencial para el bienestar y la resiliencia de los hogares

Esto es especialmente relevante en comunidades vulnerables, que tienen una alta probabilidad de enfrentar imprevistos que pueden afectar tanto a sus negocios como sus hogares. Una buena salud financiera permite gestionar mejor los recursos, afrontar imprevistos y planificar el futuro, lo que contribuye a mejorar el bienestar económico.

Medición. Se ha establecido una medición que comprende:

- **Medición subjetiva**, muestra cómo los emprendedores perciben su salud financiera.
- **Medición objetiva**, basada en su gestión de gastos e ingresos y su nivel de ahorro y bienes.

Todo ello se analiza para identificar oportunidades de acompañarlos mejor con recursos financieros, ya sean actuales o nuevos. Este proceso requiere un aprendizaje constante, la adopción de buenos hábitos y el acceso a servicios financieros adecuados.

10. Población adulta (18 años o más) que tiene una cuenta en una institución financiera, según datos del FINDEX del Banco Mundial.

Definición de salud financiera

Definición: Banco Adopem define salud financiera como la capacidad de los hogares para:

1. Gestionar sus finanzas hoy (gestión);
2. Gestionar imprevistos (shocks); y,
3. Anticipar las situaciones futuras para poder afrontarlas (planificación e inversión).

Esta definición está en línea con la establecida en la cumbre del G20 en Río de Janeiro en 2024, y publicada por The Global Partnership for Financial Inclusion (GPFI):

"Un estado en el que las personas son capaces de manejar con solvencia sus necesidades y obligaciones financieras, pueden afrontar imprevistos, pueden perseguir aspiraciones, metas y aprovechar oportunidades, y se sienten satisfechas y seguras con respecto a su gestión financiera, teniendo en cuenta las circunstancias específicas del país."

Además, fue respaldada por los Ministros de Finanzas y Gobernadores de los Bancos Centrales del G20. Las mediciones realizadas están alineadas con la nota metodológica de GPFI, aunque no son exhaustivas.

NIVELES DE SALUD FINANCIERA

Gestión

El hogar tiene capacidad para cubrir gastos del día a día

Imprevistos

El hogar tiene capacidad para cubrir gastos e imprevistos

Futuro

El hogar tiene capacidad para cubrir gastos, imprevistos y además acumular capital (ahorro/inversiones)

Medición **subjetiva**
(percepción del cliente)
5.453 encuestas

Medición **objetiva**
(evaluación de niveles de SF)
1.663 encuestas

Nota metodológica: Encuestas de Salud financiera

Se realizan encuestas anualmente para profundizar en la salud financiera de los hogares atendidos. En poblaciones no digitalizadas, las encuestas son la única herramienta disponible para medirla, permitiendo registrar no solo su evolución durante el año, sino también la percepción sobre la utilidad de las herramientas disponibles.

A lo largo de 2024 se realizaron dos encuestas, una desde un punto de vista subjetivo y otra objetiva, evaluando el nivel de ahorro, bienes y gestión de ingresos y gastos del día a día.

Encuestas de percepción de la salud financiera

	Colombia (Bancamia)	Perú (Financiera Confianza)	Rep. Dominicana (Banco Adopem)	Total
Nº encuestas	182	4.487	1.900	6.569
Muestreo	Representativa en perfil y cobertura nacional	Representativa en perfil y cobertura nacional	Representativa en perfil y cobertura nacional	Representativa en perfil y cobertura geográfica
Canal	Encuesta de satisfacción realizada por asesores de crédito	Encuesta de satisfacción autocompletada en oficina	Encuesta de satisfacción realizada por asesores de crédito	

Encuestas de salud financiera

	Colombia (Bancamia)	Perú (Financiera Confianza)	Rep. Dominicana (Banco Adopem)	Chile (Fondo Esperanza)	Panamá (Microserfin)	Total
Nº encuestas	434	1.058	1.109	870	330	3.801
Muestreo	Representativa en perfil y solo se incluyen emprendedores con crédito	Representativa en perfil y solo se incluyen emprendedores con crédito	Representativa en perfil y solo se incluyen emprendedores con crédito	Representativa en perfil y solo se incluyen emprendedores con crédito	Representativa en perfil y solo se incluyen emprendedores con crédito	
Canal	Whats App-Chatbot	Asesores	Asesores+Whats App	Callcenter	Whats App - Chatbot + Callcenter	
Margen de error / confianza	4%/90%	4%/99%	3%/95%	3%/95%	5%/95%	

Percepción de los hogares sobre su salud financiera

La salud financiera incorpora la autoevaluación de los hogares sobre su posición económica. Considerar la visión subjetiva del hogar es crucial ya que refleja su realidad percibida, que influye en sus decisiones financieras. Además, permite identificar factores emocionales o culturales no cuantificables. Este análisis subjetivo, clave para comprender sus necesidades y percepciones, permite completar el análisis objetivo de la salud financiera.

Aunque se observa un optimismo generalizado de los hogares en su relación microfinanciera, existen diferencias por país y entre los grupos socioeconómicos.

- A nivel cultural, los dominicanos son más optimistas que los peruanos, quienes perciben mayores dificultades en todos los ámbitos. Los colombianos se encuentran en terreno mixto.
- A nivel socioeconómico, las diferencias se perciben por país:
  - Colombia, los jóvenes perciben mayores dificultades para gestionar los gastos, mientras que en República Dominicana las dificultades se inclinan ligeramente hacia las mujeres.
  - En general, los más pobres experimentan más estrés financiero y tienen menos optimismo sobre su situación económica futura y el cumplimiento de metas. Esto no ocurre en República Dominicana, donde esta característica posiblemente se vea sesgada por las remesas, principal diferencia con los demás países. Además, clientes más recientes enfrentan mayores dificultades para cumplir sus metas.
  - En República Dominicana se destaca que los clientes con una mayor diversidad de productos (más del 99% de ellos) consideran que pueden resolver las urgencias con mayor facilidad en comparación con aquellos que solo cuentan con productos de pasivo.

INDICADORES DE SALUD FINANCIERA

CAPACIDAD DE GASTO	INGRESOS FINANCIEROS	METAS FINANCIERAS	RESILIENCIA
42% clientes Considera que su capacidad de gasto es mayor[11]	**86%** clientes Cree que tendrá mayores ingresos futuros[12]	**97%** clientes Siente que cumple sus metas financieras[13]	**98%** clientes Considera que su capacidad para resolver emergencias ha mejorado[14]
Bancamía Colombia 42%	**Bancamía** Colombia 80%	**Bancamía** Colombia 86%	
F. Confianza Perú 39%	**F. Confianza** Perú 53%	**F. Confianza** Perú 70%	
Adopem R. Dominicana 45%	**Adopem** R. Dominicana 86%	**Adopem** R. Dominicana 97%	

Nota: Datos de Bancamia (Colombia); Financiera Confianza (Perú); Banco Adopem (Rep.Dominicana)

Nota: Datos de Banco Adopem (Rep.Dominicana)

Capacidad de gasto

El 42% de las personas encuestadas consideran que su capacidad de gasto ha mejorado y el 52% considera que se mantiene igual. Se observa una correlación positiva entre la satisfacción del cliente (NPS) y su percepción de una buena gestión de gastos.

Aquellos que no están satisfechos con su gestión de gastos suelen ser los más pobres, lo que reafirma que, a mayor vulnerabilidad económica, mayor estrés financiero. En República Dominicana, la diversidad de productos financieros está asociada con una mayor capacidad para gestionar el gasto, lo que sugiere que contar con un rango de recursos financieros puede ofrecer cierta seguridad.

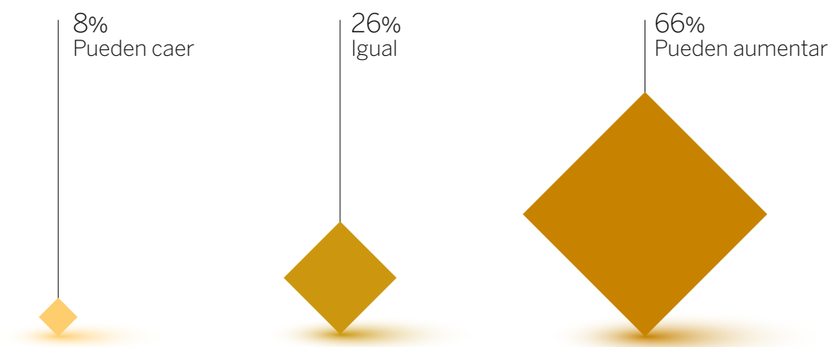
Ingresos futuros

El 66% de los encuestados espera que sus ingresos mejoren en el futuro gracias a tener un producto de alguna entidad. Solo el 8% cree que, a pesar de ser clientes de alguna entidad, sus ingresos podrían disminuir. Por ejemplo, en Financiera Confianza el 59% de los jóvenes encuestados confía en que sus ingresos aumentarán gracias a tener un producto con la entidad.

En contraste, los emprendedores mayores de 60 años de la misma entidad, aunque menos representados, son los más optimistas, con el 65% considerando que sus ingresos mejorarán en el futuro gracias a pertenecer a la entidad.

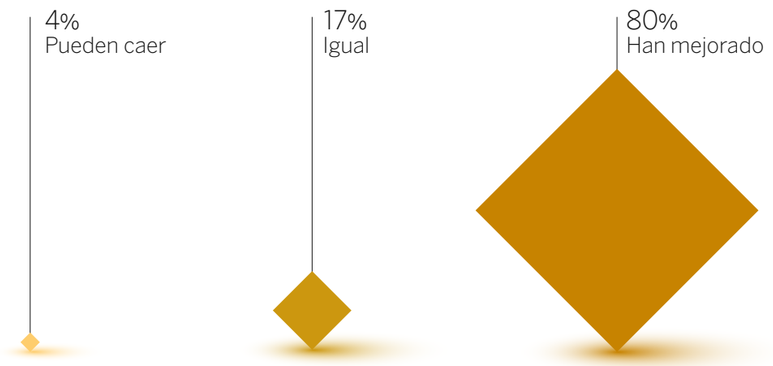
A mayor diversidad de productos, mayor capacidad de gestionar el gasto, lo que ofrece posiblemente cierta seguridad al emprendedor

43. INGRESOS FUTUROS
Total emprendedores encuestados



11. La capacidad de gasto se ha construido como combinación de las preguntas, "Desde que eres cliente, ¿cuánto ha variado tu gasto en el hogar? En relación a los gastos básicos ha..." y la pregunta "Sobre tu principal objetivo financiero actual, ¿ha mejorado tu capacidad de conseguirlo desde que eres cliente nuestro?"
12. Desde que eres cliente, "¿crees que tus ingresos mejorarán a futuro? [incluir respuestas]"
13. Sobre tu principal objetivo financiero, "¿ha mejorado tu capacidad de conseguirlo desde que eres cliente?"
14. Desde que eres cliente, "¿ha mejorado tu capacidad de resolver urgencias económicas?"

44. CUMPLIMIENTO DE METAS FINANCIERAS
Total emprendedores encuestados



Metas financieras

El 80% de los emprendedores considera que su capacidad para alcanzar sus metas financieras ha mejorado desde que son clientes de alguna entidad, y sólo el 4% cree que ha empeorado. En particular, el 43% cree que su capacidad para lograr sus objetivos financieros ha aumentado mucho, un 10% más que el 33% reportado por el "Microfinance Index 2024" de 60 Decibels en su informe sobre entidades latinoamericanas.

En Financiera Confianza, se observan diferencias por género: el 68% de las mujeres (que representan el 55% de las personas encuestadas) consideran que han alcanzado sus metas financieras desde que son clientas de la entidad, frente al 72% de los hombres.

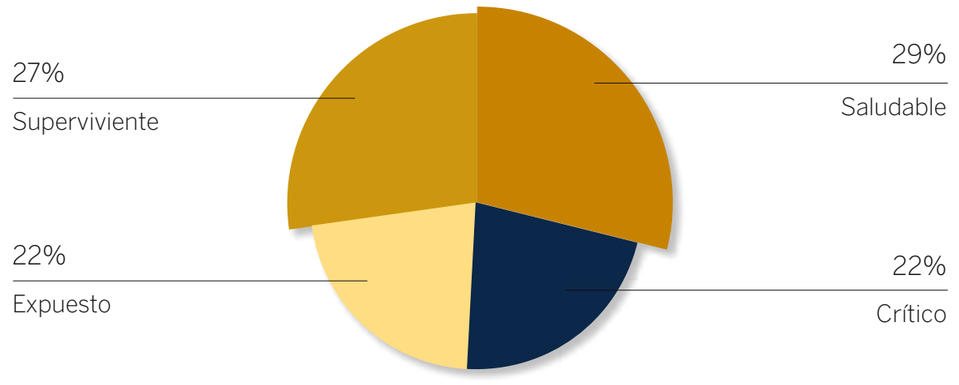
Evaluación de la salud financiera de los hogares

Mantener un buen control sobre la gestión del día a día y el nivel de ahorro y bienes acumulado contribuye a un futuro económico más seguro y próspero. Cuanto mayor es el nivel de salud financiera, más recurren al uso de préstamos formales para realizar inversiones, en lugar de recurrir a recursos como préstamos de familiares y amigos. Esto resalta la importancia de guiar a los emprendedores en el uso de recursos que garanticen su estabilidad financiera.

En esta encuesta de salud financiera se mide la gestión de gastos e ingresos, así como el nivel de bienes y ahorro de los hogares. El 29% de los hogares gestionan sus finanzas con holgura, mientras que un 22% se encuentra en una situación crítica, y el restante 49% está en una situación intermedia. La menor salud financiera se observa en Colombia y Panamá.

El 22% de los hogares se encuentra en una situación crítica, mientras que un 29% gestiona sus finanzas de manera adecuada

45. SALUD FINANCIERA DE LOS HOGARES
Total emprendedores encuestados



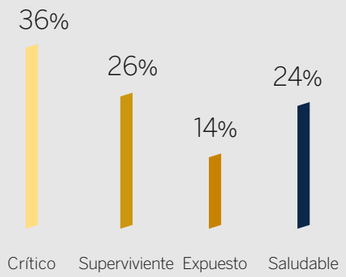
Indice de salud financiera

- **Saludable**: es capaz de gestionar su día a día con solvencia, manteniendo su nivel de ahorro y activos durante al menos 7 meses.
- **Expuesto**: es capaz de gestionar su día a día sin dificultades y mantiene u n nivel de ahorro y activos de al menos un mes.
- **Superviviente/Frágil**: se trata de dos casos: (1) Tiene muchas dificultades (o incluso no logra) gestionar su día a día, independientemente de su nivel de activos; o (2) No tiene ahorros.
- **Crítico**:tiene dificultades para gestionar su día a día y no tiene ahorro o lo ha destruido.

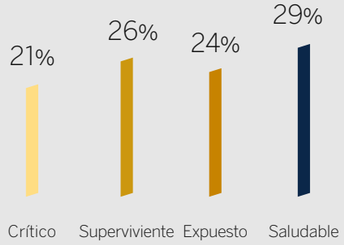
Se observa por país, Colombia y Panamá presentan la menor salud financiera.

SALUD FINANCIERA POR PAÍS

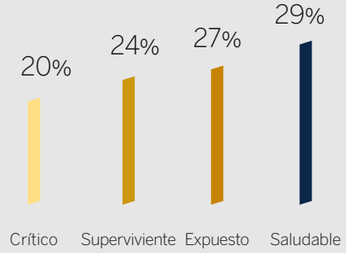
Bancamía



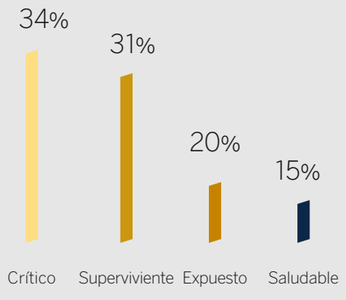
Banco Adopem



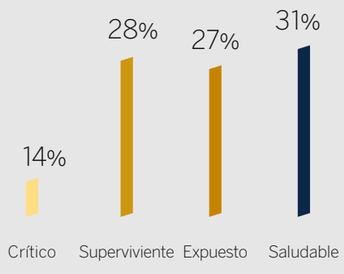
Financiera Confianza



Microserfin



Fondo Esperanza



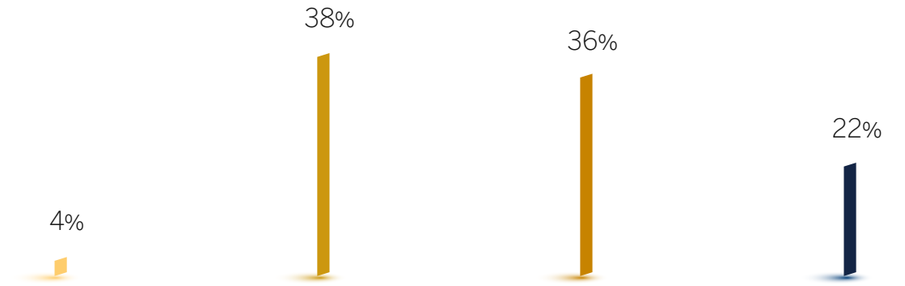


Evolución de gastos vs ingresos

La capacidad de los hogares para cubrir sus gastos es mayoritariamente positiva, ya que un 63% de estos afirma que lo logra con las mismas o menores dificultades que el año anterior. Solo un 4% manifiesta dificultades significativas para cubrir sus gastos básicos. Sin embargo, a medida que aumenta la edad y disminuye el nivel educativo, el estrés relacionado con la gestión de los gastos tiende a aumentar.

En cuanto a la inestabilidad de los ingresos, prevalece respecto a 2023: el 45% de los hogares concentra la mayor parte de sus ingresos en un periodo máximo de 9 meses, frente al 44% en 2023. Es decir, no pueden garantizar ingresos durante la totalidad del año.

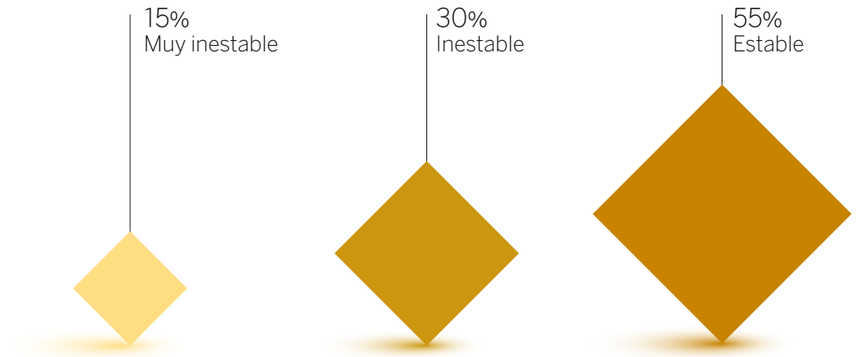
46. COBERTURA DE GASTOS DEL HOGAR
Total emprendedores encuestados



47. EVOLUCIÓN DE COBERTURA DE GASTOS, RESPECTO AL AÑO ANTERIOR
Total emprendedores encuestados

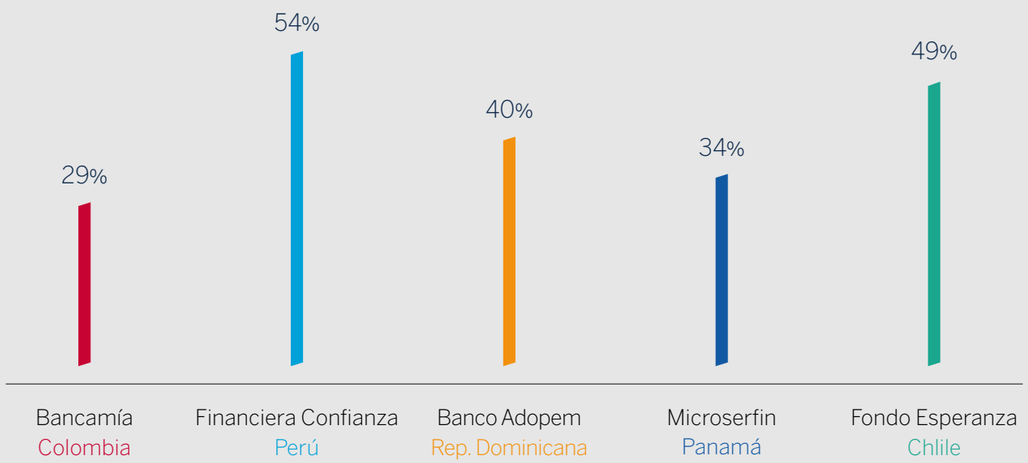


48. INESTABILIDAD DE INGRESOS
Total emprendedores encuestados



Si observamos la inestabilidad de ingresos por países, vemos que Bancamía y Microserfin han logrado reducir su inestabilidad de ingresos, pasando de ser los dos países con mayor inestabilidad en 2023 a ser los de menor inestabilidad en 2024. En el extremo opuesto, Fondo Esperanza y Banco Adopem han experimentado un aumento, mientras que en Financiera Confianza la proporción de emprendedores con ingresos inestables se mantiene en 1 de cada 2.

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



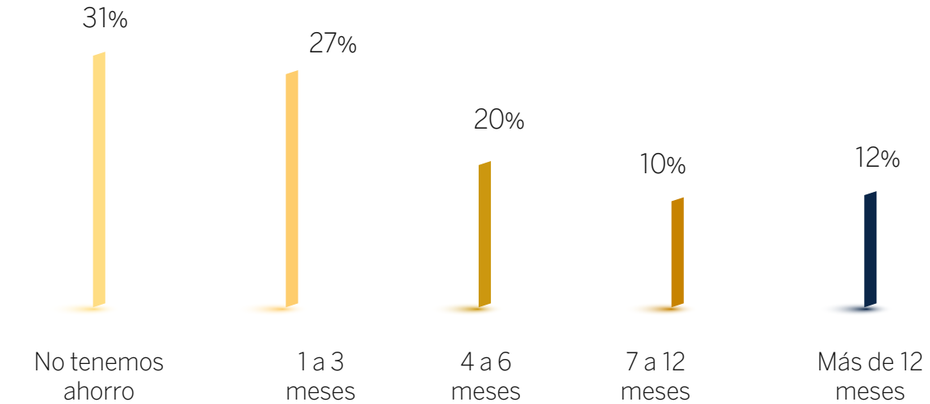
Evolución de ahorro y bienes

En contraste con la gestión financiera del día a día, que se enfoca en el flujo de ingresos y gastos, la capacidad de mantener un ahorro regular y activos que generen valor a largo plazo es crucial.

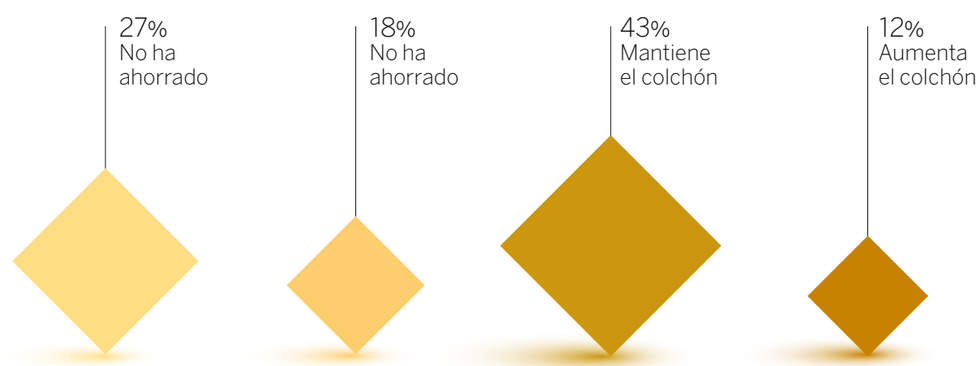
Aunque la mayoría de los hogares tienen ahorros y han conseguido mantener o incluso aumentar su colchón (61%), el nivel de ahorro sigue siendo bajo. Sólo 22% podría subsistir por más de 6 meses utilizando únicamente sus ahorros.

En general, los hogares de nuestros clientes presentan un nivel de ahorro bajo, aunque existe un grupo significativo que podría vivir hasta 6 meses con sus ahorros, lo que indica un buen nivel de ahorro. Esto sugiere que hay potencial para mejorar la práctica del ahorro entre estos hogares. Banco Adopem y Financiera Confianza tienen un mayor porcentaje de este grupo, mientras que Bancamía se sitúa en el extremo opuesto. En Banco Adopem, el alto segmento de ahorradores podría deberse a su amplia cobertura nacional, excelentes oficinas y la confianza que el sistema financiero genera en las personas.

49. NIVEL DE AHORRO
Total emprendedores encuestados

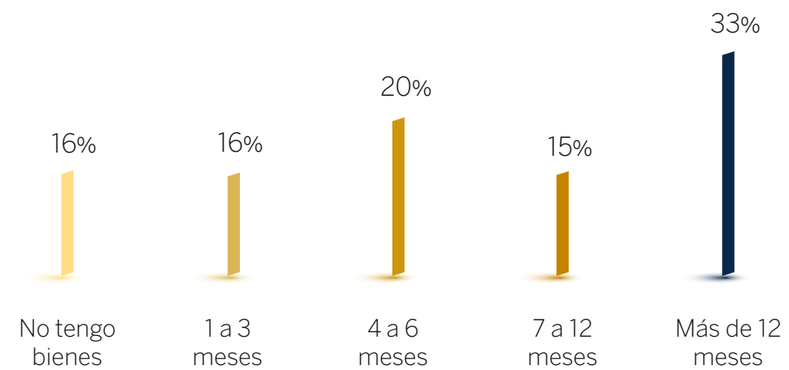


50. EVOLUCIÓN DEL AHORRO EN EL ÚLTIMO AÑO
Total emprendedores encuestados



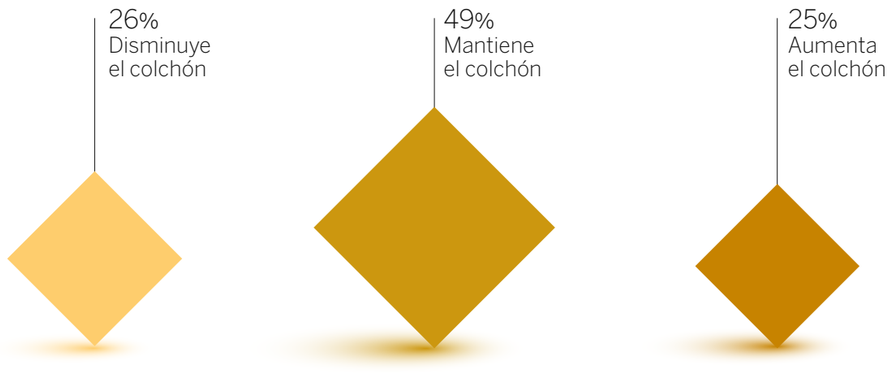
Además, tienden a priorizar las inversiones en activos productivos que generen ingresos, como la mejora de negocios, la compra de herramientas o la adquisición de ganado. Un 74% mantiene o incrementa su nivel de activos en comparación con el año anterior y así, un 48% podría vivir más de 6 meses si vendiera los bienes de su negocio u hogar.

51. NIVEL BIENES Y ACTIVOS
Total emprendedores encuestados



En contraste con el ahorro, los emprendedores muestran un buen nivel de activos. Casi 1 de cada 2 puede vivir más de 6 meses si vende los bienes de su negocio y hogar. Fondo Esperanza destaca con el mayor porcentaje de emprendedores en este grupo (60%), mientras que Microserfin tiene solo el 13% de sus emprendedores con un nivel elevado de activos.

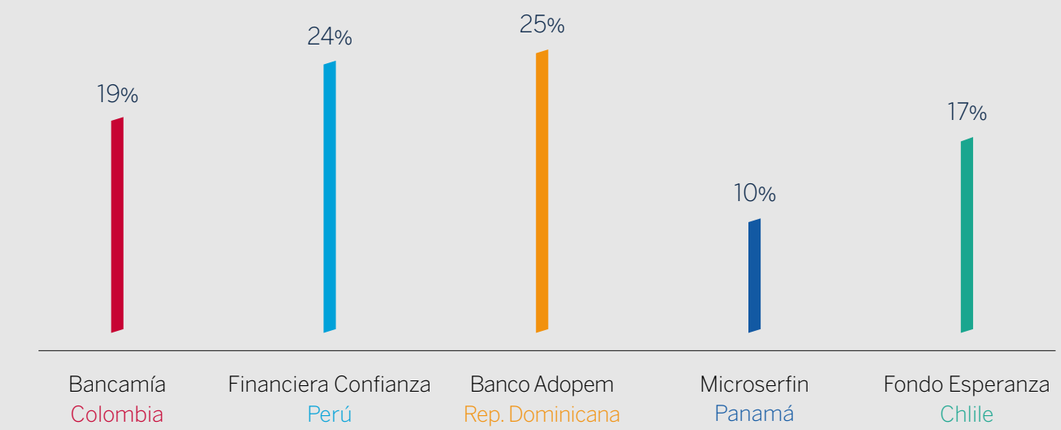
52. EVOLUCIÓN DE BIENES Y ACTIVOS
Total emprendedores encuestados



En contraste, los emprendedores muestran un buen nivel de activos: casi uno de cada dos puede vivir más de seis meses si vende sus bienes

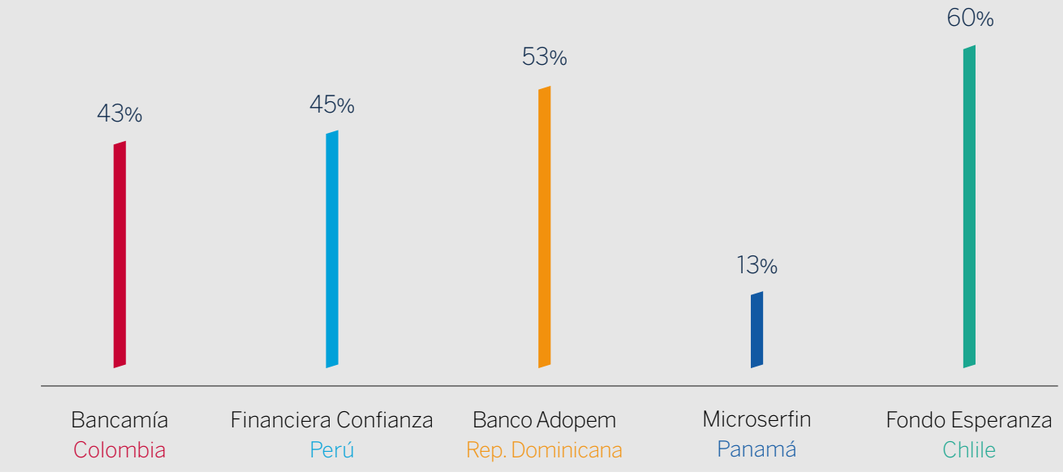
Los hogares vulnerables priorizan productos de ahorro que ofrecen flexibilidad y liquidez, permitiéndoles acceder a sus fondos rápidamente en caso de necesidad

EMPRENDEDORES CON MÁS AHORRO
Proporción de emprendedores que pueden vivir más de 6 meses del ahorro



El ahorro en hogares vulnerables está impulsado por una variedad de motivos, incluyendo la gestión de riesgos (enfermedades o desastres naturales), objetivos específicos (educación, vivienda), eventos sociales (bodas o funerales) y oportunidades de negocio. Dado su nivel precario de ahorro, los hogares vulnerables priorizan productos de ahorro que ofrecen flexibilidad y liquidez, permitiéndoles acceder a sus fondos rápidamente en caso de necesidad.

EMPRENDEDORES CON MÁS ACTIVOS
Proporción de emprendedores que pueden vivir más de 6 meses si venden los bienes





En términos de ahorro e inversión, la mayoría destina estos recursos principalmente a bienes del negocio y, en menor medida a bienes del hogar. Según mejora el nivel de salud financiera, aumenta la proporción de personas que ahorran e invierten.

Las principales características que definen las preferencias de inversión son la edad, el entorno, el nivel económico y educativo.

Los jóvenes prefieren destinar su ahorro principalmente a estudios, en mayor medida que los adultos mayores, que prefieren invertir en bienes del negocio.

En el nivel de educación técnico hay un mayor porcentaje de personas que ahorran. En níveles de educación superior se destina más ahorro a estudios y emergencias que los clientes con bajos níveles de educación.

En entornos rurales prefieren destinar el ahorro a bienes del hogar en mayor medida que en entornos urbanos.

Se observa una correlación negativa entre la pobreza y el porcentaje de personas que ahorran. Los más vulnerables prefieren destinar el ahorro a bienes del negocio en menor medida que los no vulnerables.

Cuanto mayor es el nivel de vulnerabilidad monetaria, menor es el porcentaje de personas que ahorran

Conclusión

Si bien la gestión financiera diaria es fundamental, la capacidad de ahorro e inversión a largo plazo también es crucial para la estabilidad económica. **A pesar de que un 61% de los hogares ahorran, el nivel de ahorro sigue siendo bajo**, con solo un 22% capaz de subsistir por más de 6 meses utilizando únicamente sus ahorros. Esto se debe a la inestabilidad de ingresos y posibles imprevistos que enfrentan. **A cambio, invierten en bienes: un 48% podría vivir más de 6 meses si vendiera los bienes de su negocio u hogar**. No solamente esto les ayuda a generar ingresos, posiblemente son inversiones con menor riesgo y retornos más predecibles. Ante la falta de recursos propios para imprevistos, el préstamo formal se convierte en una herramienta clave para cubrir estas necesidades.

Un ciclo virtuoso se crea cuando el ahorro se traduce en inversiones productivas, generando mayores ingresos y permitiendo a su vez un mayor ahorro. Por eso, **existe una correlación positiva entre la salud financiera y la capacidad de ahorro e inversión**. Los hogares con mayor salud financiera tienden a ahorrar más.

En definitiva, los hogares vulnerables enfrentan un complejo escenario al tomar decisiones financieras. Si bien priorizan el ahorro flexible y líquido para la gestión de riesgos y objetivos específicos, también buscan oportunidades de inversión productiva que les permitan mejorar sus ingresos. La confianza en las instituciones financieras, el acceso a información y capacitación y la disponibilidad de microcréditos y microseguros son factores cruciales para impulsar el ahorro y la inversión en estos hogares, contribuyendo a mejorar la resiliencia financiera.



Actividad institucional FMBBVA | 2024

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL



Madrid, 22 febrero

Acto de entrega de la IV Edición de los Reconocimientos go!ODS
Pacto Mundial de las Naciones Unidas y la Fundación Rafael del Pino



Punta Cana, 8 marzo

BID – BID Invest
Reuniones Anuales de las Asambleas de Gobernadores. Foro Empresarial: Comercio, Inversión y Colaboración público-privada como catalizadores para el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe

Online, 22 y 23 abril

OECD NetFWD
Shaping Philanthropy's Support to Brazil's G20 Gender Objectives



Madrid, 9 mayo

Acto FMBBVA
Presentación Becas DIME con los 20 ganadores



Madrid, 11 abril

SpainNAB / COFIDES - AECID
Lanzamiento Área Internacional SpainNAB: Hacia una Transición Justa en el Sur Global



Londres, 17 abril

BBVA
Learn session Introduction to the BBVA Microfinance Foundation

Washington, 13 mayo

CGAP
Supply-Side Gender Disaggregated Data (SSGDD) for Advancing Financial Inclusion Technical Advisory Group meeting

Washington, 13 mayo

CGAP
Financial Inclusion 2.0 initiative Champions Meeting



Madrid, 19 abril

Become BBVA Senior CIB
Fundación Microfinanzas BBVA

Madrid, 21 mayo

BBVA, *Asociación Española Contabilidad y Administración Empresas (AECA) y Red Instituciones Financieras Desarrollo Ecuador (RFD). Acto Inclusión financiera, en el marco del Programa MentorKey: Cómo Impulsamos el Desarrollo en la FMBBVA.*

Actividad institucional FMBBVA | 2024



Madrid, 29 mayo

BID
50 Aniversario Declaración de Madrid y lanzamiento del capítulo europeo del programa BID for the Americas



Online, 27 junio

Acto FMBBVA
Detrás del Propósito: Instagram Live Día Internacional de las PYMES



Madrid, 4 julio

Observatorio Comunicación
Responsable & Medialuna
Entrega premios OCARE



Ciudad de Panamá, 8 de julio

Acto FMBBVA, Microserfin & Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
Presentación Informe Desempeño Social FMBBVA (IDS) & del Informe de Desarrollo Humano PNUD



Santo Domingo, 9 de julio

Acto FMBBVA, Banco Adopem & PNUD
Presentación IDS FMBBVA & Informe de Desarrollo Humano PNUD



Bogotá, 10 julio

Acto FMBBVA, Bancamía & PNUD
Presentación IDS FMBBVA & Informe de Desarrollo Humano PNUD



Lima, 11 julio

Acto FMBBVA, Financiera Confianza & PNUD
Presentación IDS FMBBVA & Informe de Desarrollo Humano PNUD



Madrid, 17 julio

Audiencia de S.M. la Reina a los becados colombianos y peruanos en el Palacio de la Zarzuela



París, 5 septiembre

Visa Payments Forum
Visa Foundation Roundtable



Madrid, 13 septiembre

Become BBVA senior CIB

Actividad institucional FMBBVA | 2024

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL



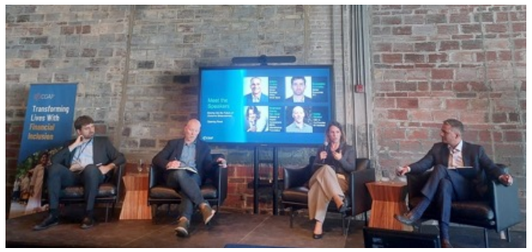
Madrid, 18 septiembre

AECID & FMBBVA
Grabación Programa RTVE
Conversatorios en Casa de América



Online, 18 septiembre

CAF
Bienestar financiero: ¿qué es, cómo se mide, y por qué es importante para los países y las entidades financieras?



Washington, 28 octubre

CGAP
Financial Inclusion 2.0: Embracing a New Outcome Agenda
Moving into the Future of Outcome Measurement: What are the solutions of today – and the future?



Madrid, 31 octubre

UCCI & SEGIB
I Encuentro de Ciudades Iberoamericanas
Financiación sostenible para el desarrollo futuro de las ciudades iberoamericanas. Nuevos enfoques de articulación Público-Privado en Gobiernos Locales



Online, 8-18 octubre

Center for Financial Inclusion
Financial Inclusion Week 2024



Costa Rica, 17 y 18 octubre

IICA
V Foro de Ministras, Viceministras y altas Funcionarias de la Agricultura



Bogotá, 21 octubre

OCDE
Encuentro Sector Privado Tercera Cumbre Ministerial sobre la Inclusión Social
La contribución del sector privado a la inclusión social
Women in Business in LAC



Lima, 6 noviembre

Acto Financiera Confianza & FMBBVA
Entrega de becas para que hijos de emprendedores puedan ir a la universidad
(En la sede de BBVA Perú)



Bogotá, 7 noviembre

Acto Bancamía & FMBBVA
Entrega de becas para que hijos de emprendedores puedan ir a la universidad
(En la sede de BBVA Colombia)



Luxemburgo, 13-15 noviembre

e-mfp
European Microfinance week2024
The Business Case for Client Financial Health: Voices from the Field

Actividad institucional FMBBVA | 2024

INCLUSIÓN E IMPACTO SOCIAL



Tarragona, 14 noviembre

Corresponsables
Gala de entrega de los XV Premios Corresponsables



Online, 27 noviembre

Banca de las Oportunidades
Perspectivas de los niveles de las mediciones de bienestar financiero



Madrid, 29 noviembre

ie
Sesión en el Master in International Development Financial markets and development



Madrid, 18 diciembre

ie
Jurado en el ie Challenge: Financial Inclusion

EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

Online, 4 marzo

Equals Access Coalition meeting



Madrid, 7 marzo

Acto FMBBVA y ONU Mujeres España
Acelerar la igualdad, una agenda conjunta



Madrid, 12 marzo

BBVA y FMBBVA
Desayuno Move for Equality, por el Día Internacional de la Mujer



Nueva York, 13 marzo

ONU Mujeres
CSW 68: Generation Equality Networking Reception

Actividad institucional FMBBVA | 2024



Nueva York, 13 marzo

OECD
CSW 68: Netfwd Side Event Gender and Climate in philantropy



Nueva York, 13 marzo

AFAMMER
CSW 68: El papel de las ONG y las mujeres rurales



Nueva York, 13 marzo

OIJ
CSW 68: Educación, Juventud y Género



Nueva York, 14 marzo

Acto FMBBVA con TheTrust for the Americas, Ministerio de Desarrollo Social de Panamá y Misión permanente de Colombia ante Naciones Unidas
En la sede de Naciones UnidasCSW 68: Gender-lens Financing & Innovating to End Poverty



Nueva York, 14 marzo

UN WOMEN
Women Expo, Harvard Club

EMPODERAMIENTO DE LA MUJER



Bogotá, 10 y 11 abril

FinEquity (CGAP) Bancamía, CAF, Fundación WWB Colombia y Banca de las Oportunidades.
Encuentro Anual de FinEquity ALC, en Bancamía.
- *Soluciones efectivas para la inclusión financiera de las mujeres en ALC*
- *Inversión con enfoque de género*
- *Agenda de Desarrollo con enfoque de género: Retos y oportunidades*
- *De la evidencia a la acción: Atendiendo poblaciones vulnerables*
- *El poder de los datos desagregados por género*

GENERATION EQUALITY

Online, 17 octubre

Generation Equality
Virtual Dialogue
Multistakeholder partnershipl accelerating achievement of key development agendas



Panamá, 17 septiembre

Acto Microserfin
Lanzamiento crédito y seguro "Escala Mujer"



Madrid, 3 octubre

Acto FMBBVA, IICA & FADEMUR
Día Internacional de las Mujeres Rurales
El rol de las mujeres rurales para lograr un desarrollo sostenible

Actividad institucional FMBBVA | 2024

EMPODERAMIENTO DE LA MUJER



Washington, 29 y 30 octubre

BI, BERD, We-F i, American University &UC Berkeley
Accelerating Growth for Women-led SMEs
Research Conference



Online, 5 diciembre

FinEquity & CAF
Experiencias en el diseño de programas de educación financiera con perspectiva de género y economía del comportamiento



Madrid, 11 diciembre

Forbes, mujeres influyentes.
Mujeres que transforman: creando impacto y cambios positivos en la sociedad

DIGITALIZACIÓN



Madrid, 29 enero

HRC TRENDS BARCAMP 2024
Sesión cultura, personas y tendencias digitales



Madrid, 7 marzo

Amazon
Mujeres en tecnología con impacto social



Online, 23 abril

EDISON Alliance - GSMA Handset Affordability
Coalition meeting



Bilbao, 23 mayo

WITH (Women in Tech)
Gala WITH 2024 - Mujeres Líderes



Madrid, 19 junio

Universidad Panamericana de México - IEB
Visita de alumnos a la sede de la FMBBVA para conocer las iniciativas de innovación digital

Actividad institucional FMBBVA | 2024

DIGITALIZACIÓN



Online, 27 junio

EQUALS global partnership to bridge the digital gender divide
Reunión de la Coalición de Acceso



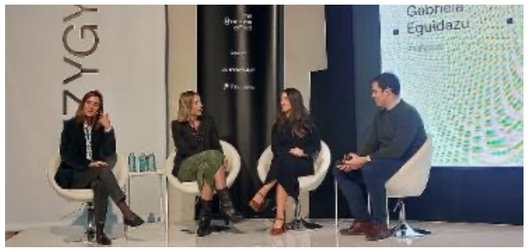
Madrid, Colombia, Perú, República Dominicana, Chile y Panamá, 18 Julio

ACTO GFMBBVA
Demo Day: Avanzamos Juntos



Online, 11 octubre

ITU
P2C Community Update Webinar



Madrid, 21 noviembre

Syzygy
Positive Impact Innovation Festival 2nd Edition
Positive Impact at the core of Business Models

MEDIOAMBIENTE



Online, 6 febrero

E-MFP
Green Inclusive & Climate Smart Finance Action Group meeting



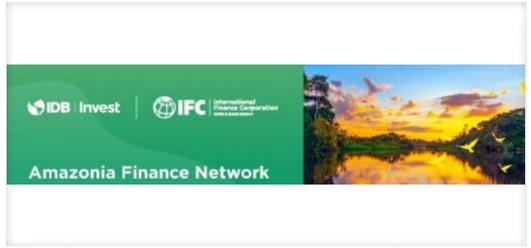
Online, 10 abril

CGAP
Community of Practice on Climate Resilience and Adaptation for Inclusive Financial Institutions



Londres, 11-13 junio

CGAP
Council of Governor's Annual Meeting 2024. Panel Inclusive Finance for Adaptation



Online, 8 febrero

IFC & BID Invest
Red Financiera para la Amazonía First Meeting



Bogotá, 21 mayo

ICEX España Exportación e Inversiones, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España
Encuentro Empresarial España - Colombia: La sostenibilidad como acceso a oportunidades de negocio



Online, 27 junio

CGAP
Community of Practice on Climate Resilience and Adaptation for Inclusive Financial Institutions

Actividad institucional FMBBVA | 2024

MEDIOAMBIENTE



Punta Cana, 17-19 julio

REDCAMIF
Foro Regional Evolución de las Finanzas Inclusivas hacia la Sostenibilidad.
Panel Articulando esfuerzos en el ecosistema de las finanzas climáticamente inteligentes: vinculando actores e iniciativas



Nueva York, 21 septiembre

Ban Ki-Moon Foundation, Chanel Foundation & CIFF
UNGA 79: Gender Equality and Climate Change Roundtable



Nueva York, 24 septiembre

Barclays & Business Fights Poverty
UNGA 79: Enabling a Just Transition through Climate Insurance



Online, 13 noviembre

USAID Climate Finance for Development Accelerator
CFDA Info & Pitch Session

ALIANZAS



Madrid, 31 enero

AECID
Reunión en la sede de la FMBBVA con el Director de Cooperación Multilateral, Horizontal y Financiera

Online, 6 marzo

CGAP
Reunión con su CEO

Online, 9 abril

EDISON Alliance's
Executive Network Meeting



Madrid, 25 abril

CGAP
Visita de la CEO a la sede de la FMBBVA



Madrid, 8 mayo

AECID
Reunión con el director y su equipo, en su sede

Actividad institucional FMBBVA | 2024

ALIANZAS



Londres, 11-13 junio

CGAP
Council of Governor's Annual Meeting 2024 - Anuncio oficial: FMBBVA se une a CGAP como Socio Estratégico

Online, 27 junio

NetFWD OCDE
Reunión de miembros para una participación coordinada en la UNGA y la Cumbre del Futuro

Madrid, 9 septiembre

Trust for the Americas
Reunión con su CEO



Nueva York, 20 septiembre

NetFWD OCDE
UNGA 79: Philanthropy for the Future: The role foundations can and should play post



Online, 17 julio

NetFWD OCDE
Reunión de los miembros con el departamento de Alianzas y Relaciones Externas de la Oficina Ejecutiva del Secretario General de la ONU

Madrid, 24 septiembre

AEF
Reunión de Fundaciones Corporativas

Madrid, 24 octubre

Reunión con ICC & el CEO de Merchants of Peace Foundation

Madrid, 18 julio
I
CEX
Reunión con la nueva Consejera Delegada

5 septiembre

Women Entrepreneurs Finance Initiative (WE-Fi) housed in the World Bank
Adhesión de la FMBBVA a We-Fi Code

Washington, 29 octubre

CGAP
Financial inclusion 2.0 partner meeting

Actividad institucional FMBBVA | 2024

ALIANZAS



Online, 4 diciembre
CGAP
Young Women's Financial Inclusion: What Works



Madrid, 10 diciembre

ICEX
Jurado en la sesión de clausura de la 3ª edición del Laboratorio de Negocios Inclusivos



Madrid, 17 diciembre

Fundación Chile-España
Reunión con su directora ejecutiva en la sede de la FMBBVA

Reconocimientos | 2024





FMBBVA

- Premios Go!ODS. Pacto Mundial Naciones Unidas. Ganadora del Premio global y en la categoría ODS1: Fin de la pobreza
- Premios Observatorio Comunicación Responsable (OCARE) y Medialuna a las mejores campañas de RSC. Finalista como Mejor campaña dirigida al público interno
- SME Financier of the Year, Platinum Award. Global SME Finance Forum (IFC & Global Partnership for Financial Inclusion)
- Premio Corresponsables, en la categoría Mejor información periodística de medios generalistas
- Premio Global Bank of the Year for Financial inclusion a BBVA por su contribución a través de la Fundación Microfinanzas BBVA. Bank of the Year Awards 2024. The Banker

COLOMBIA. *Bancamía*

- Premios Fintech Americas Innovadores Financieros 2023. Premio Oro en Innovación del modelo de negocio
- Reconocimiento Bancóldex, como Aliado Estratégico y Mejor Aliado de los Microempresarios



- Reconocimiento Gran Solidario, de la Fundación Solidaridad por Colombia, por el impacto de las Becas. Transformando Realidades, que se otorgan junto a BBVA para que hijos de emprendedores puedan ir a la Universidad
- Premio Dejando Huella, en la categoría Iniciativa que Deja Huella
- Sello de Calidad de Educación Financiera en la categoría Mujer otorgado por la Superintendencia Financiera de Colombia

Reconocimientos | 2024

PERÚ. Financiera Confianza

- Premios Fintech Americas Innovadores Financieros 2023. Premio Oro en Innovación del modelo de negocio
- Reconocimiento por el trabajo realizado en materia de agua y saneamiento, Asomif & Water.org



- Ganadores en la Semana Mundial del Ahorro en Propuesta integral de educación financiera y Entidad más colaboradora. *Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)*
- Premios Fintech Americas 2024 a los Innovadores Financieros. *Premio Oro en la categoría Transformación digital*

REPÚBLICA DOMINICANA. Banco Adopem



- Premios Fintech Americas Innovadores Financieros 2023. *Premio Plata en Insurtech*
- Reconocimiento al programa de Finanzas Rurales y Ambiente (FRA) en el Catálogo de Prácticas Prometedoras 2023 del CONEP y PNUD
- Sello de Igualdad de Género Igualando RD. *Nivel Oro, entregado por el* Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Ministerio de la Mujer de República Dominicana

- Certificado de Transparencia con la calificación A+. *Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF)*
- Premios Fintech Americas 2024 a los Innovadores Financieros *Premio Plata en la categoría Sostenibilidad y Responsabilidad Social*
- Reconocimiento en el MicroRate Top Rating 2024 por obtener las calificaciones más sobresalientes en el Rating Social y Ambiental, *cinco estrellas y calificación oro Estándares de protección al cliente*

CHILE. Fondo Esperanza



- Premios Fintech Americas Innovadores Financieros 2023. *Premio Plata en Impacto Social (ESG)*
- Premio Corresponsables. *Finalista en la categoría Mejor Columna de opinión*
- Premios Fintech Américas Innovadores Financieros 2024. *Premio Platino en la categoría Experiencia del Cliente*

PANAMÁ. Microserfin





- Premio a las Buenas Prácticas del Sello ODS: En Transformación Digital y Empoderamiento de la Mujer. *Mención Honorífica en Empleo y Emprendimiento*
- Premios Fintech Americas Innovadores Financiero 2023. *Premio Oro en Experiencia del cliente*
- Global Banking & Finance Awards 2024. *Premio a la Mejor Institución de Microfinanzas en Panamá*
- Bolsa Latinoamericana de Valores (Latinex). *Reconocimiento como emisor del primer bono social en Panamá*

- Premio Corresponsables. *Finalista en la categoría Gran Empresa*
- *Mejor Institución de Microfinanzas en Panamá* (Global Banking & Finance Review)
- *Campeones del Mercado, Primera Emisión de un Bono Social en Panamá.* (Bolsa Latinoamericana de Valores - Latinex)
- Nominados en los premios Huellas del Istmo, organizados por la Universidad del Istmo Panamá (UDI). *Se presentó el programa Escala Mujer.*
- Reconocimiento en el MicroRate *Top Rating 2024 por excelencia en la calificación Institucional y en el Rating Social y Ambiental.*