



Informe de desempeño social 2023

Banca♥ía



ÍNDICE



3

Introducción



4

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



6

**Conociendo al
emprendedor
vulnerable**



8

**Principales retos de
los emprendedores**

Carencias económicas - hogar
Carencias económicas - negocio
Carencias sociales
La pobreza digital
Impactos climáticos
Salud financiera



21

**Soluciones
financieras**

Crédito
Vivienda y Saneamiento
Digitalización
Formación
Sostenibilidad ambiental
Protección a través de seguros
Migrantes
Gobierno, Talento Humano y Gestión del Riesgo



33

**Impacto
en los hogares**

Crecimiento de los negocios
Comunidad, generando empleo
Ahorro



41

**Nuestra vision
de sostenibilidad,
basada en el
modelo ESG**

Bancamía es una de las entidades microfinancieras más grandes de Colombia en términos de cartera microfinanciera, si bien es importante revisar el contexto macroeconómico del país para entender el desempeño de Bancamía y el impacto que está generando en la sociedad.

De hecho, los hogares que atiende se enfrentan a un rango de riesgos y carencias que abordan no sólo la dimensión monetaria sino también, la pobreza digital y reconoce los riesgos del cambio climático.

Bancamía ofrece un rango de soluciones para atender de la mejor manera dichas carencias y riesgos a través de sus diferentes líneas de crédito y seguros, lo que permite no sólo acompañar los hogares para aumentar ingresos sino pensar más allá de la salud financiera para mejorar la calidad de vida de los clientes y sus hogares en el medio plazo.



El emprendimiento, una salida de la pobreza

La economía colombiana creció en promedio un 3,9% en el período 2006-2019 previo a la pandemia, sin embargo, ese período se puede dividir en dos fases: la primera entre 2006-2016 donde la economía creció en promedio un 4,4% y el período 2017-2019 cuando lo hizo en apenas un 2,4% en promedio. Colombia continuó experimentando un menor ritmo gradual de crecimiento económico en 2023 con una tasa de variación del PIB de apenas 0,6% respecto al año 2022.

En 2023 el crecimiento está explicado primordialmente por la actividad de Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales, que crece 3,9% contribuyendo 0,6% al total del resultado anual, mientras que actividades como Construcción, Manufactura y Comercio que restaron en conjunto 1,2 puntos porcentuales al crecimiento del PIB en el año¹.

El Banco de la República mantuvo una postura cautelosa en cuanto a la política monetaria para tratar de mantener la inflación bajo control. La incertidumbre global y los choques en los precios de los alimentos y la energía, fue acompañado

por niveles elevados de inflación que cerró el año con una variación anual del IPC de 9,28%, mostrando una disminución de 3,84 puntos porcentuales frente a la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 13,12%.

Este escenario de menor crecimiento y mayor inflación han tenido importantes impactos en los niveles de pobreza monetaria en el país. En 2022, el 36,6% de los colombianos estaba en condición de pobreza monetaria, lo cual representa una disminución de 3,1 puntos porcentuales frente a 2021, cuando fue del 39,7 %.

En Colombia, tanto el empleo informal como el empleo por cuenta propia son importantes para el sustento de muchas familias y comunidades, pero también plantean desafíos en términos de protección laboral, seguridad social y formalización del mercado laboral. Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en el trimestre móvil octubre-diciembre de 2023, en el total nacional, la tasa de desocupación fue 9,4%, en el trimestre octubre - diciembre 2022 fue 9,8%. La tasa global de participación se ubicó en 64,0% y la tasa de ocupación en 58,0%, en el mismo periodo de 2022 estas tasas fueron 63,7% y 57,4%, respectivamente.

La tasa de informalidad laboral en Colombia fue del 55,5%. Esto significa que más de la mitad de la fuerza laboral del país se encontraba empleada en el sector informal. Para las 13 ciudades y áreas metropolitanas, esta proporción fue 41,5% mientras que en los Centros poblados y rural disperso la proporción fue de 83,6%.

El empleo informal puede ser tanto una elección como una necesidad para muchos trabajadores. Algunos eligen trabajar de manera informal para evitar impuestos y regulaciones laborales, mientras que otros no tienen acceso a empleos formales debido a la falta de oportunidades o a barreras de entrada.

El empleo informal y por cuenta propia son componentes importantes del mercado laboral en Colombia. El empleo informal se refiere a aquel trabajo que no está regulado por el gobierno y no ofrece protección social ni beneficios laborales.

Este tipo de empleo suele caracterizarse por la falta de contratos formales, seguridad laboral y acceso a prestaciones como seguro médico, pensiones y vacaciones pagadas. Los trabajadores informales a menudo se encuentran en sectores como la construcción, el comercio ambulante, la agricultura informal, el trabajo doméstico, entre otros.

1. Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Comunicado de prensa Producto Interno Bruto 2023. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/cp-PIB-IVtrim2023.pdf>

El empleo por cuenta propia se refiere a aquellos trabajadores que son dueños de su propio negocio o trabajan de manera independiente sin depender de un empleador formal. Estos trabajadores pueden incluir desde pequeños comerciantes y vendedores ambulantes hasta profesionales independientes como médicos, abogados, consultores y artistas.

Los trabajadores por cuenta propia asumen la responsabilidad total de su negocio, incluyendo la gestión, los riesgos financieros y el acceso a la seguridad social. Aunque pueden tener más autonomía y flexibilidad en comparación con los empleados formales, también pueden enfrentar desafíos como la inestabilidad de los ingresos, la falta de beneficios laborales y la dificultad para acceder a créditos y servicios financieros.

Según datos del DANE, en el trimestre móvil octubre-noviembre de 2023, alrededor del 41,5% de los ocupados

estaban en esta categoría. En 2023, alrededor de 1 de cada 3 empleos que se generaron lo hicieron en este segmento. Muchos de ellos operan mediante Micronegocios que para el cierre de 2023 se estima que hayan crecido un 12,2% en la cantidad de estas unidades económicas en comparación con 2020.

Esta estructura del mercado laboral y el peso del empleo por cuenta propia y los micronegocios, hace del acceso a servicios financieros, uno de los elementos claves para que se puedan desarrollar. Es allí donde actúa una institución como Bancamía que ha apoyado a más de 1.700.000 de adultos que han desarrollado sus pequeños emprendimientos y donde hemos verificado, como en el tiempo, van mejorando sus niveles de ingresos y se van formalizando, permitiendo una salida estructural de sus condiciones iniciales y generando empleos para terceros.

PRINCIPALES MAGNITUDES

 **Clientes totales** **1.625.761**

 **Cartera bruta** **476** Mill. USD

 **Monto desembolsado en 2023** **313** Mill. USD

 **Desembolso promedio** **1.268** USD

 **Personas que han recibido educación financiera** **347.779**

 **Número de desembolsos en 2023** **247.139**

 **Número de empleados** **2.816**

 **Número de oficinas y puntos ligeros** **230**

2. La TRM usada para la información en USD, es la correspondiente a 31/12/2023 equivalente a 3.822 COP por 1 USD.

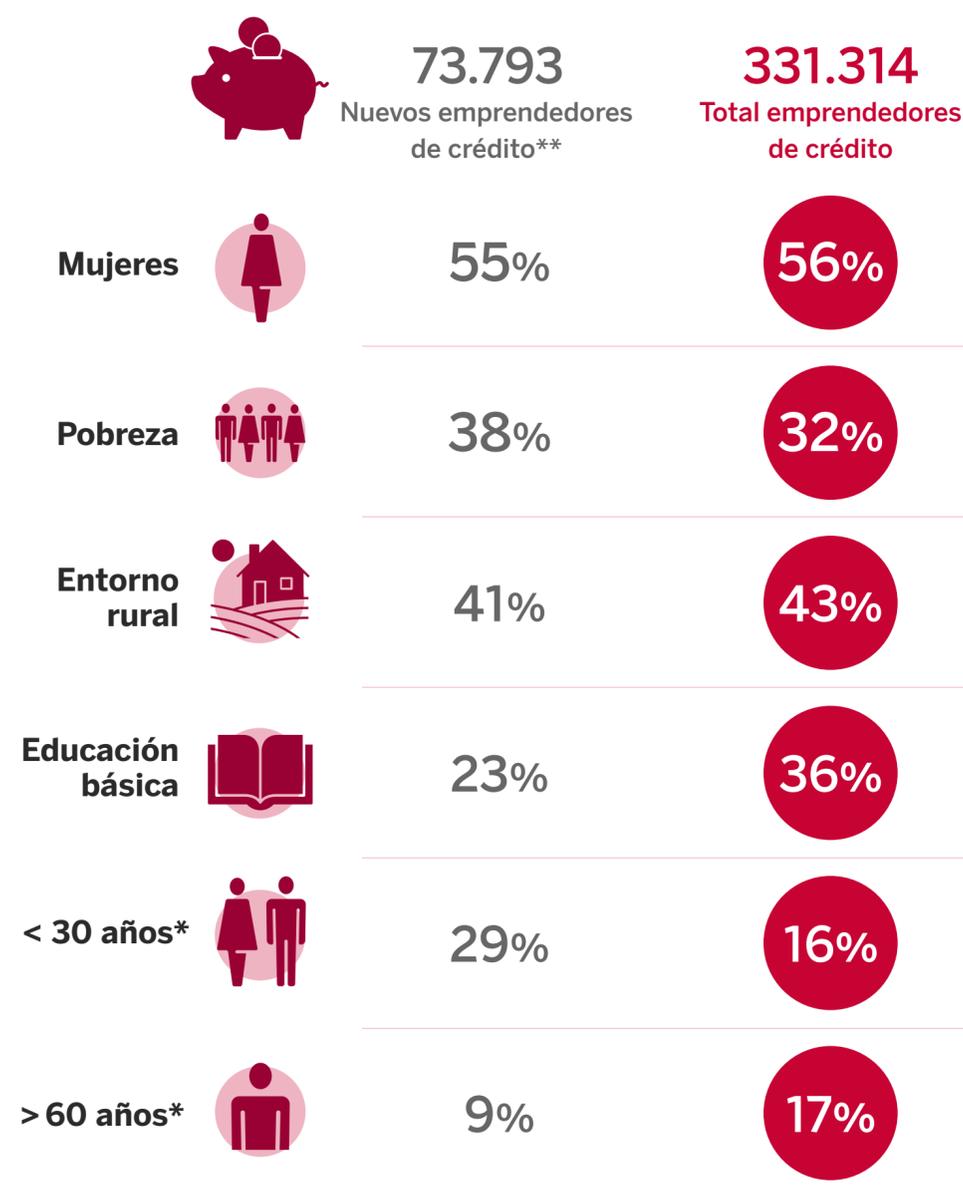
Conociendo al emprendedor vulnerable

Bancamía atiende a clientes que buscan en el emprendimiento una forma de generar ingresos para mejorar la calidad de vida de sus familias. Durante los últimos años el perfil del emprendedor es similar y se mantiene la atención en entornos rurales, con un nivel de educación que no supera la educación primaria para el 23% de los emprendedores.

Se dedican a actividades muy variadas entre las que destacan las aquellas del segmento de comercio (36%), seguidas por las del segmento agropecuario (26%) y las del segmento de servicios (26%).

La mayoría de los clientes se dedican a actividades de Comercio al por menor en establecimientos no especializados; así mismo para el segmento agropecuario las actividades relacionadas con Cultivo de Café y con Cría de ganado porcino son las de mayor relevancia y para el caso de Servicios, nuestros emprendedores se dedican primordialmente a Expendio a la mesa de comidas preparadas y Servicios de peluquería y tratamientos de belleza.

1 Los emprendedores de la entidad a cierre 2023



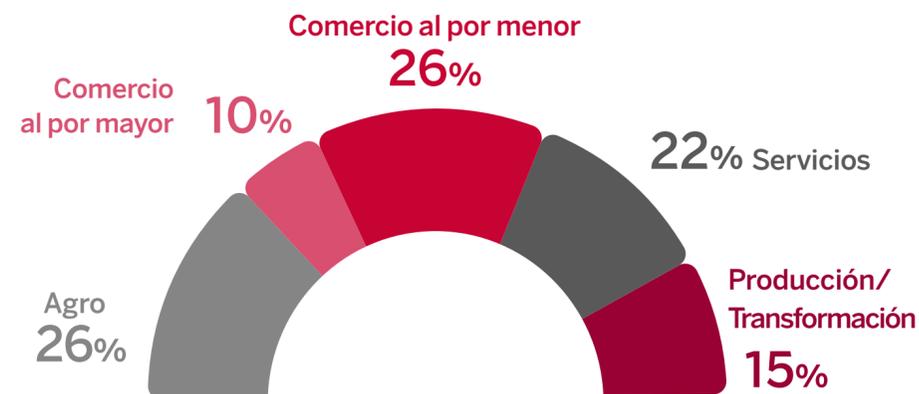
G. 1. * En este informe la etiqueta '< 30 años' se refiere a 'personas menores de 30 años' y '> 60 años' a 'personas mayores de 60 años'.

**Clientes durante el año que no hayan tenido un crédito anterior con la entidad.

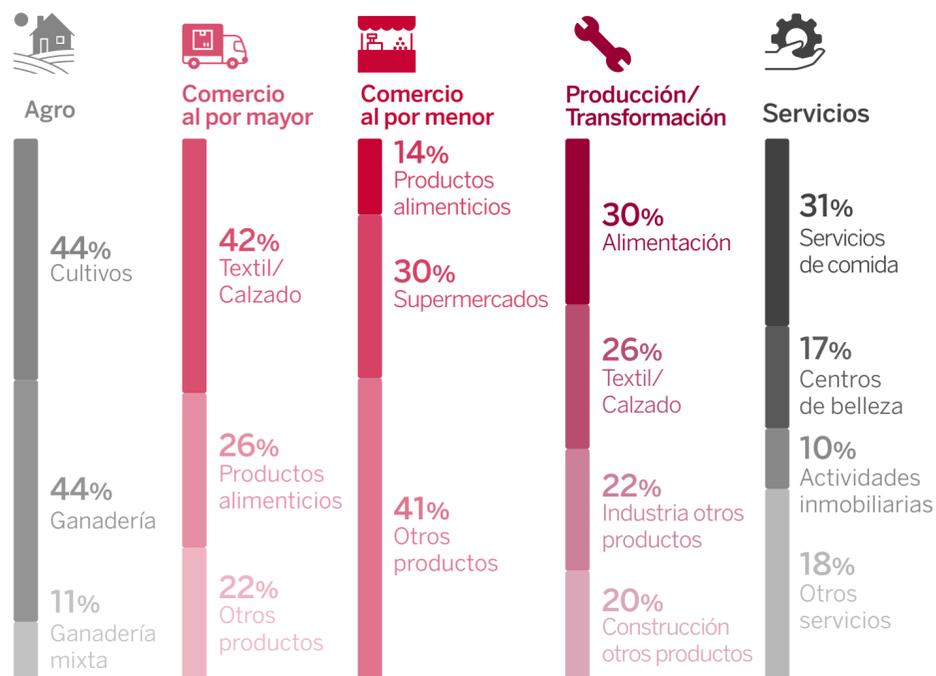
2 Sector de los emprendedores

Total emprendedores de crédito

Sectores

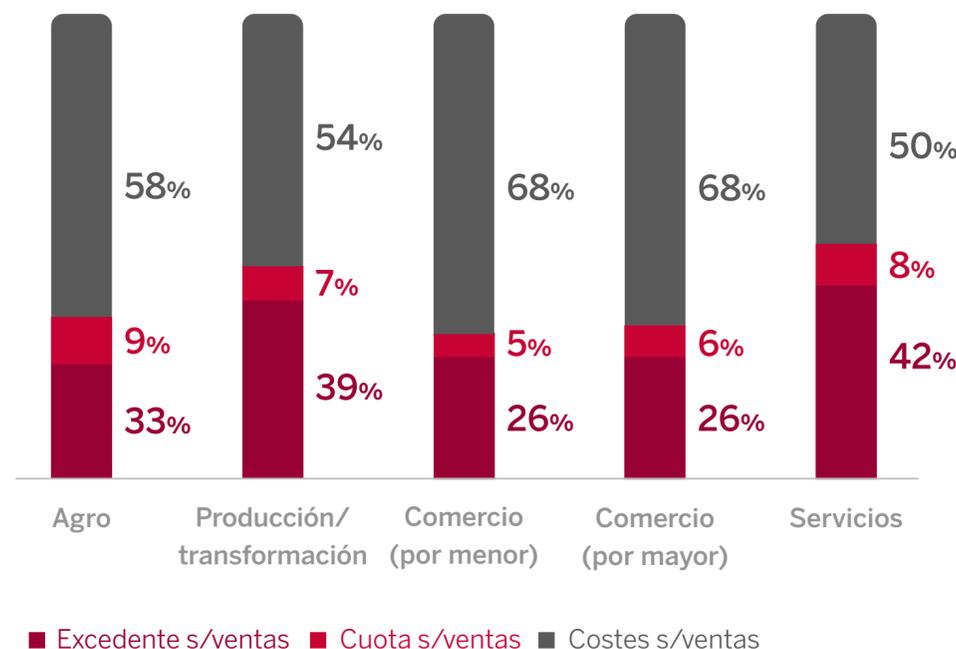


Por actividades



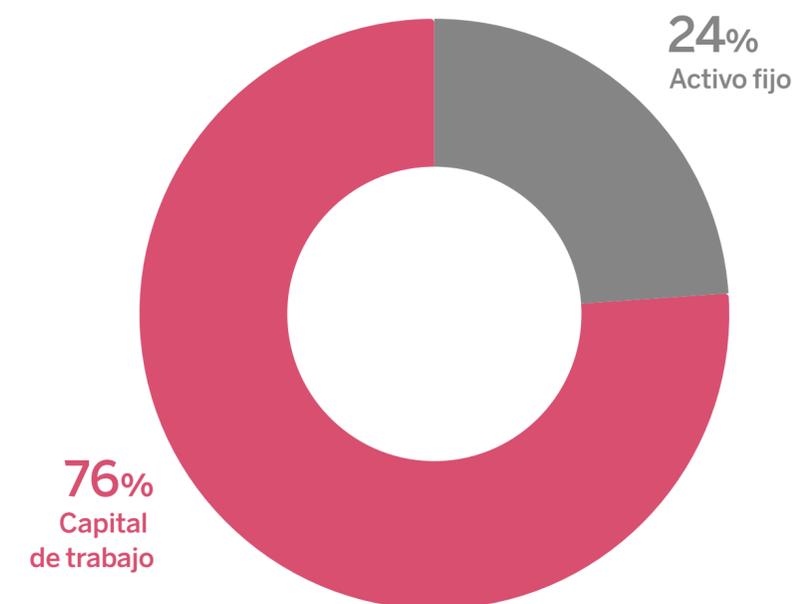
3 Márgenes por sector

Total emprendedores de crédito



4 Destino de los créditos

Total créditos desembolsados en 2023



G. 2. Considera clientes vigentes a 31.12.2023. Se muestran las actividades más representativas.

G. 3. Considera clientes vigentes a 31.12.2023. Nota: Porcentajes de los costes, cuota y excedente sobre ventas medias de cada uno de los sectores. El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.

G. 4. Desembolsos en función del destino del crédito.

Principales retos de los emprendedores vulnerables

Carencias económicas – hogar

Para los emprendedores, el negocio representa una parte importante de los ingresos del hogar. El emprendimiento suele estar complementado con otros salarios o negocios y, en menor medida, con pensiones, remesas u otras ayudas. Así preocupa, por un lado, el bajo nivel de ingresos y por otro, la dificultad para poder sostener, por pequeño que sea, este nivel de ingresos o uno superior en el tiempo³.



75%

clientes su negocio es la principal fuente de ingresos del hogar⁴



63%

clientes tiene ingresos inestables



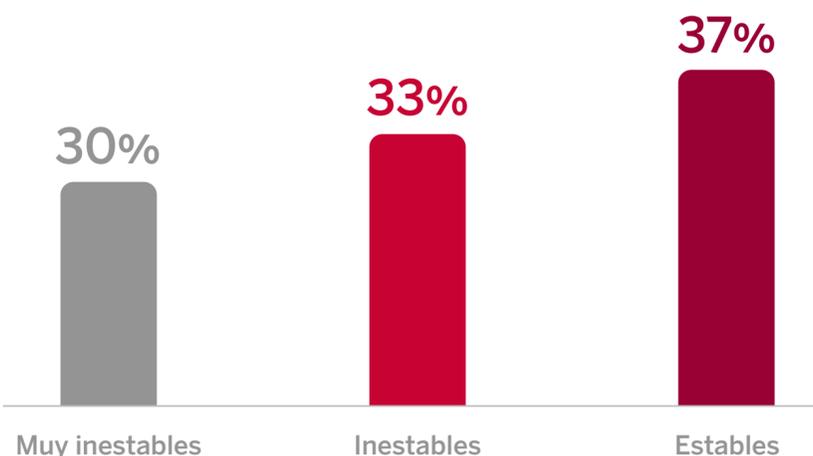
88%

clientes cubren gastos mensuales

El 63% de los hogares tienen ingresos inestables con una alta estacionalidad: durante 9 meses obtienen la mayor parte de los ingresos anuales. Si bien los ingresos son pequeños e inestables, la mayoría de los hogares (88%) dice gastar menos de lo que ingresa y un 60% dice gastar mucho menos de lo que ingresa.

5 Inestabilidad de ingresos del hogar

Total emprendedores encuestados



La inestabilidad y escasez de ingresos refleja la vulnerabilidad financiera que enfrentan los hogares



³. Esta información se extrae de la Encuesta de Salud Financiera 2023, realizada a 1158 hogares de la cartera de clientes.

⁴. Se considera principal fuente de ingresos cuando el negocio representa el 50% o más de los ingresos del hogar.

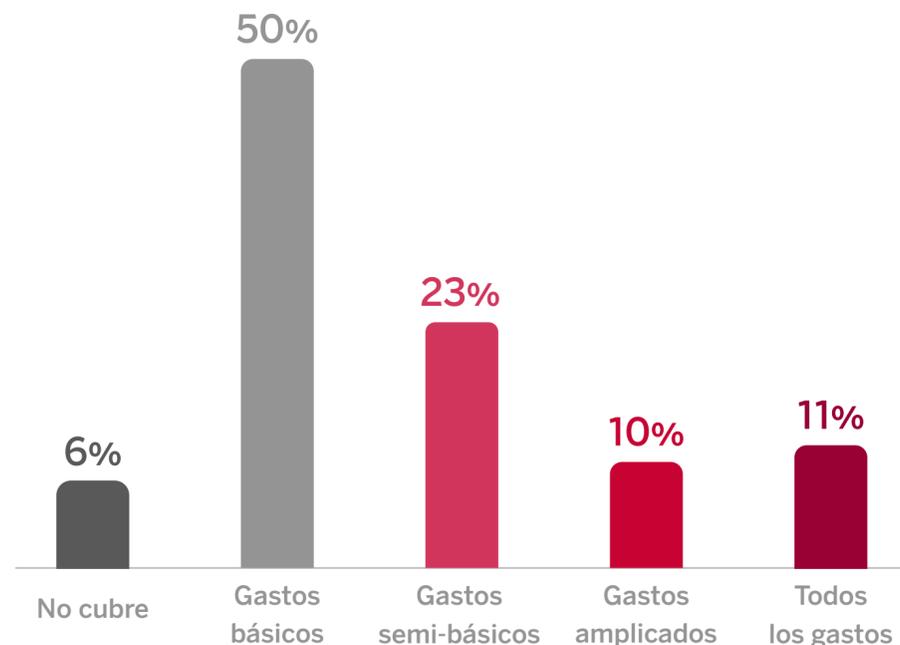
G.5. "Los ingresos en mi hogar son...": **Ingresos muy inestables**: en 4 meses del año. **Ingresos inestables**: en 9 meses del año. **Ingresos estables**: en más de 10 meses del año.

Sin embargo, en los meses de menos ingresos, el 56% de los emprendedores apenas cubre gastos básicos, frente al 21% que cubre todos o casi todos los gastos del hogar. Por tanto, si bien los emprendedores gestionan el día a día y cumplen con un nivel básico de salud financiera, tienen dificultades para cubrir más allá de los gastos básicos del día a día los meses de menos ingresos.

En este sentido, el 42% no tiene ingresos estables y en los meses de menos ingresos, apenas consigue cubrir los gastos básicos. Esto pone de manifiesto la importancia de disponer de mecanismos como el ahorro que permitan homogeneizar el consumo a lo largo del año. El grupo más preocupante es aquel que no cubre gastos básicos teniendo ingresos estables (un 15%), puesto que su vulnerabilidad es persistente. En el otro extremo, un 14% de los emprendedores cubre todos o casi todos los gastos del hogar y además tiene ingresos estables.

6 Cobertura de gastos

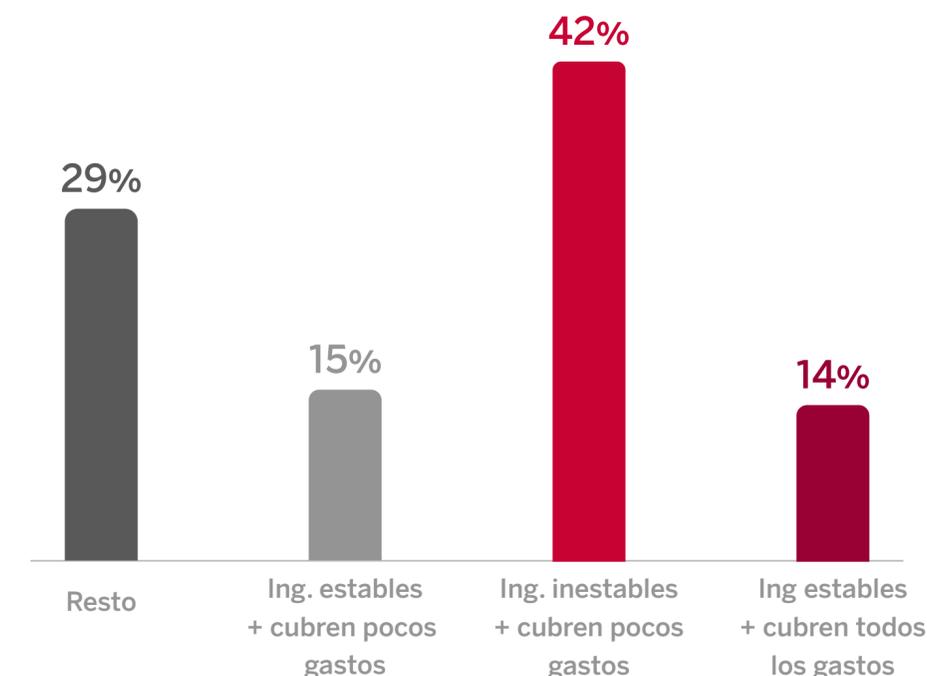
Total emprendedores encuestados



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

7 Capacidad de gestión financiera de los hogares

Total emprendedores encuestados



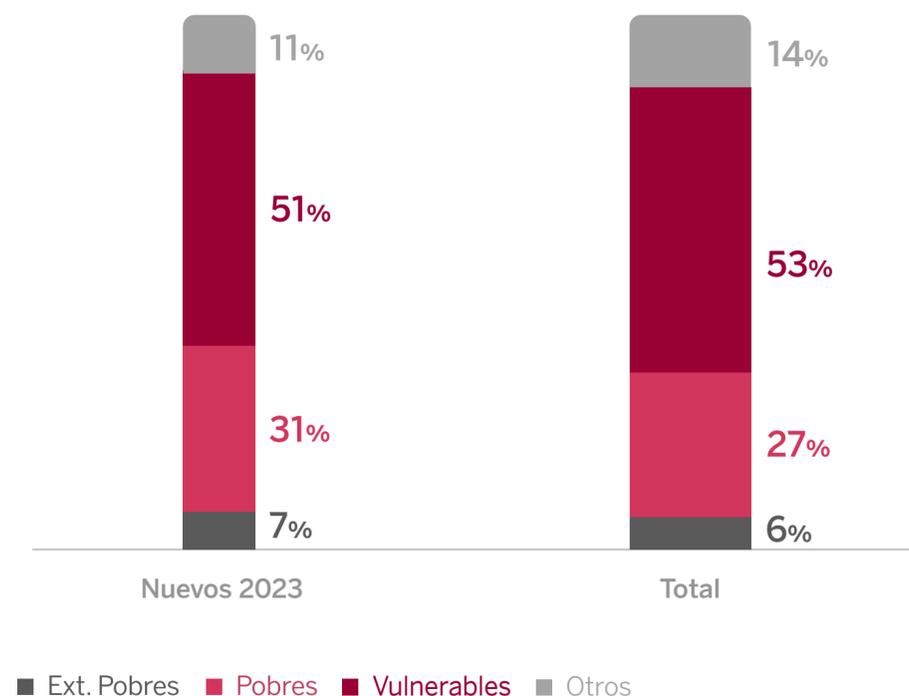
- Resto
- Tienen ingresos estables y los peores meses sólo cubren gastos básicos
- **Tienen ingresos inestables y los peores meses sólo cubren gastos básicos**
- **Tienen ingresos estables y los peores meses cubren todos los gastos**

Carencias económicas – negocio

Con el fin de conocer cuánto contribuyen los negocios al hogar y cómo progresan en el tiempo, se han definido cuatro segmentos de emprendedores en función de la capacidad que sus microempresas tienen de generar excedentes para cada miembro del hogar. Estos excedentes per cápita (renta) se analizan según el coste de una canasta básica de alimentos (línea de pobreza extrema) y otra ampliada, con el coste de servicios básicos (línea de pobreza).

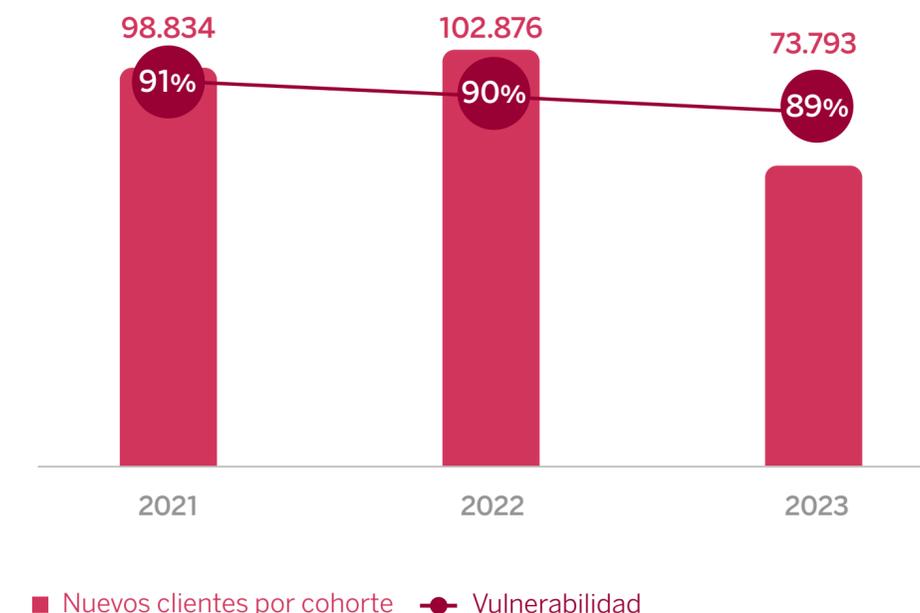
La medida de vulnerabilidad económica permite conocer el alcance del número de personas sobre las que Bancamía tiene un impacto y la profundidad de éste. En 2023 se han incorporado más de 73.000 nuevos emprendedores con crédito de los cuales un 89% se encontraba en situación de vulnerabilidad (vulnerables, pobres y extremadamente pobres), y un 38% tenía una renta por debajo de la línea de pobreza. Aquellos que se encuentran en situación de extrema pobreza tienen una renta promedio mensual que no supera los USD 37,7 (144.137 COP aprox.).

8 Vulnerabilidad económica de los emprendedores



9 Evolución de los emprendedores que piden créditos, según su vulnerabilidad

Nuevos emprendedores de crédito

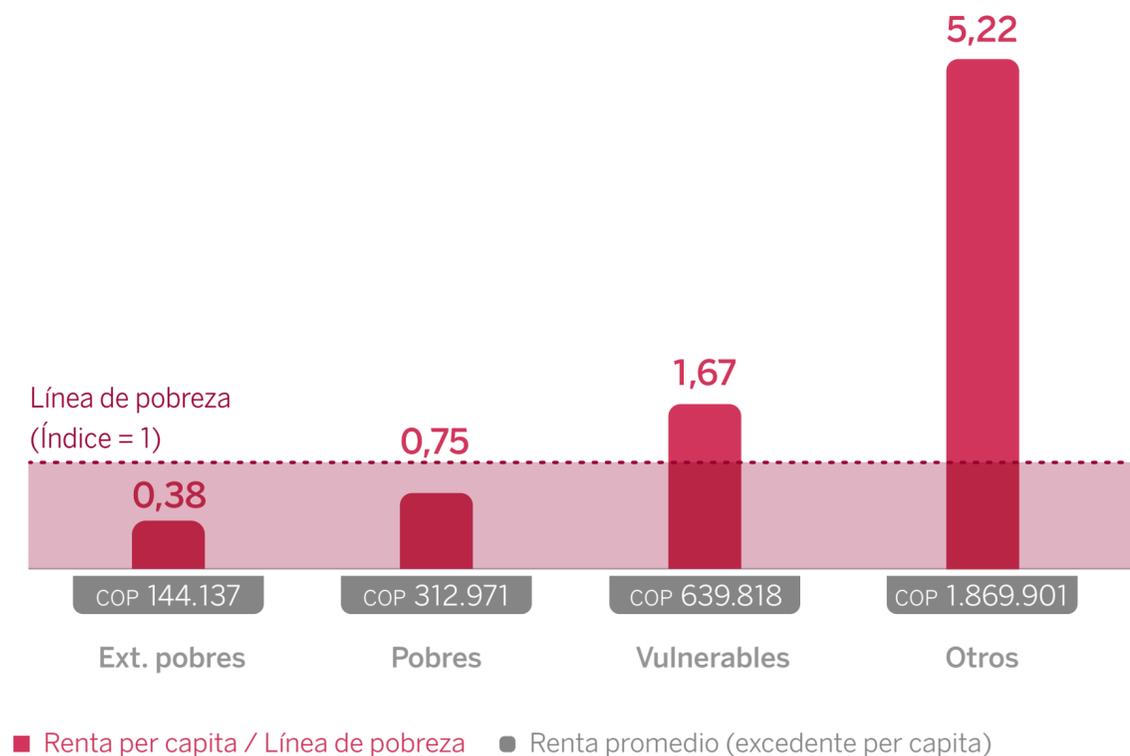


G.8. De acuerdo con las líneas de pobreza del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), diferenciando entorno rural y urbano. Total son clientes con crédito vigente a 31.12.2023; nuevos son aquellos que entraron en 2023 por primera vez con la entidad.

G.9. De acuerdo con las líneas de pobreza del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de tres veces la Línea de Pobreza oficial del país.

10 Renta de los emprendedores

Nuevos emprendedores de crédito



CÓMO MEDIR LA VULNERABILIDAD ECONÓMICA

Estos excedentes per cápita (renta) se analizan según el coste de una canasta básica de alimentos (línea de pobreza extrema) y otra ampliada, con el coste de servicios básicos (línea de pobreza). Por otra parte, se mide dicha renta en relación a la línea de pobreza (renta relativa) y, por tanto, nos permite observar cuán pobres son un conjunto de emprendedores, cuánto tienen que crecer sus negocios para superar la línea de pobreza y si estarán más o menos en riesgo de volver a caer por debajo de ella.

La clasificación de vulnerabilidad económica del Grupo FMBBVA es:

- **Extremadamente pobres:** cuando el excedente que le queda a cada miembro del hogar (o renta) es inferior a la línea de pobreza extrema de su país.

- **Pobres:** cuando su renta es superior a la línea de pobreza extrema, pero inferior o igual a la línea de pobreza (LP) de su país (representada por el coste de la canasta básica de alimentos, bienes y servicios básicos).
- **Vulnerables:** cuando su renta es superior a la línea de pobreza, pero inferior o igual a tres veces la línea de pobreza correspondiente.
- **Otros:** cuando su renta es superior a tres veces la Línea de Pobreza correspondiente.

Líneas de Pobreza y Pobreza Extrema

Línea de Pobreza Extrema per cápita	USD 61	\$ 233.448
Línea de Pobreza per cápita	USD 126	\$ 480.883

G.10. De acuerdo con las líneas de pobreza del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Renta = excedente del negocio / tamaño del hogar. Valores de renta media en moneda local (COP)

Carencias sociales

Los hogares de los emprendedores se enfrentan, además de la carencia de ingresos, a otras carencias (en vivienda, educación y salud) que son un reflejo estructural de la pobreza.

Con el objetivo de obtener una medición recurrente de éstas carencias, en septiembre de 2023 se inició, a través del proceso de crédito y con la información proporcionada por los emprendedores al solicitar el producto, la recopilación de datos necesarios para calcular el Índice Interno de Pobreza Multidimensional (IIPM) siguiendo la metodología empleada en el estándar del año 2021 (ver informe 2022). La información resultante estará disponible a partir del 2024.



La pobreza digital

La pobreza digital en Colombia es un desafío significativo que afecta a una parte de la población del país. La pobreza digital se refiere a la brecha entre aquellos que tienen acceso y habilidades para utilizar tecnologías de la información y comunicación de manera efectiva y aquellos que no lo tienen. Aunque Colombia ha realizado avances en términos de infraestructura de telecomunicaciones y acceso a internet en los últimos años, aún existen disparidades en la distribución de estas tecnologías y en las habilidades digitales.

Algunos factores que contribuyen a la pobreza digital en Colombia incluyen:

Acceso limitado a internet: A pesar de que Colombia ha mejorado su infraestructura de telecomunicaciones en los últimos años, todavía existen disparidades significativas en el acceso a internet entre áreas urbanas y rurales. Mientras que en las ciudades principales el acceso a internet es generalmente más amplio y rápido, muchas comunidades rurales carecen de acceso a banda ancha o incluso a conexiones básicas.

Según datos de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) de Colombia, a partir de 2021, aproximadamente el 64% de la población colombiana tenía acceso a internet. Sin embargo, existe una marcada diferencia entre áreas urbanas y rurales.



Mientras que en las ciudades principales como Bogotá y Medellín el acceso a internet es más amplio, en áreas rurales la cobertura es significativamente menor, con algunas regiones sin acceso a internet de alta velocidad.

Brechas socioeconómicas: Las personas en situaciones de pobreza tienen menos recursos para adquirir dispositivos tecnológicos como computadoras, tabletas o teléfonos

inteligentes, y a menudo no pueden pagar el costo de los planes de datos móviles o de internet fijo. Esto limita su capacidad para acceder a servicios en línea, oportunidades de educación, empleo y otros beneficios que ofrece la conectividad digital. Esto, considerando, como se enunció líneas arriba, que más del 36% de la población colombiana se encuentra en condición de pobreza monetaria, deja a Colombia con un riesgo importante de presentar pobreza digital.

Estos hogares enfrentan mayores dificultades para acceder a tecnologías digitales debido a limitaciones económicas. Además, según el DANE, el acceso a internet es más bajo en los estratos socioeconómicos más bajos, lo que refleja las disparidades en el acceso digital según el nivel de ingresos.

Habilidades digitales limitadas: La falta de educación en habilidades digitales es un obstáculo importante para superar la pobreza digital en Colombia. Muchas personas, especialmente aquellas en áreas rurales o de bajos ingresos, carecen de las habilidades necesarias para utilizar herramientas tecnológicas de manera efectiva. Esto incluye la capacidad para buscar información en línea, utilizar aplicaciones y plataformas digitales, y protegerse contra riesgos en línea como el fraude y el robo de identidad.

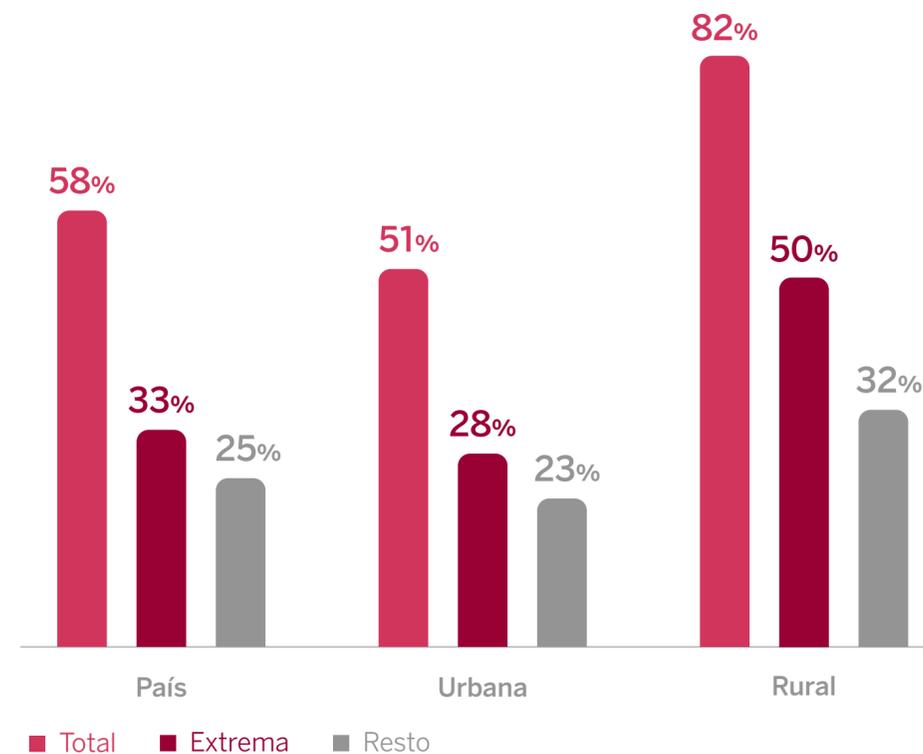
Según el informe "TIC en los hogares colombianos" del DANE, publicado en 2020, sólo el 36,9% de la población colombiana de 5 años o más ha recibido algún tipo de capacitación en TIC. Esto resalta la necesidad de programas de capacitación en habilidades digitales para mejorar la alfabetización digital en Colombia y reducir la brecha digital en el país.

Brechas generacionales: Existe una brecha digital generacional en Colombia, donde los jóvenes generalmente tienen un mayor dominio de la tecnología en comparación con las personas mayores. Esto puede perpetuar la exclusión digital entre los grupos de mayor edad, que a menudo enfrentan barreras adicionales para adoptar nuevas tecnologías.

Según el DANE, en 2020, el 79,6% de los jóvenes entre 5 y 17 años utilizaban internet, en comparación con sólo el 20,5% de las personas de 65 años o más. Esta brecha generacional en el uso de internet resalta la importancia de abordar las necesidades digitales de las personas mayores y promover la inclusión digital en todas las edades.

Para abordar la pobreza digital en Colombia, es fundamental implementar políticas y programas que promuevan la inclusión digital en todas las comunidades, especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad. Esto puede incluir la expansión de la infraestructura de telecomunicaciones en áreas rurales, la provisión de dispositivos tecnológicos asequibles, la capacitación en habilidades digitales y la promoción de contenidos digitales relevantes y accesibles para todos los grupos de la sociedad.

11 Pobreza digital en Colombia



Es importante destacar que el gobierno colombiano ha implementado programas y políticas para abordar la pobreza digital y promover la inclusión digital en el país. Estos incluyen iniciativas para expandir la cobertura de internet en áreas rurales, proporcionar acceso a tecnología y capacitación en habilidades digitales.

Según datos del Banco Mundial⁶ 39% de los adultos colombianos no tiene acceso a internet, mientras que el 9%

no tiene un dispositivo de telefonía móvil y sólo el 36% utiliza internet para realizar transacciones financieras. Este dato se reduce al 20% para la población de menores ingresos. A la brecha digital se unen otros dos elementos de carencia como puede ser la asequibilidad y conectividad (cantidad y calidad de ese acceso), los pilares que definen la pobreza digital.

Según encuestas realizadas por la Fundación en 2023, un 58,4% de los emprendedores colombianos presentan algún grado de pobreza digital y un 33,2% tienen pobreza digital extrema, es decir no tienen equipos y/o ningún tipo de acceso a internet.

Profundizando por áreas, tenemos que en las zonas urbanas la pobreza digital es del 51,4%, mientras que en las zonas rurales se eleva al 82,1%, mientras que un 28,3% tienen pobreza digital extrema en las zonas urbanas y el 49,8% en las rurales.

A nivel agregado, el 40% de los emprendedores encuestados no tiene acceso de forma directa a internet. Esto implica una baja cobertura, por lo que se mantiene una pobreza digital alta. El acceso a internet se hace principalmente a través de teléfonos inteligentes (92%). Un 18% de los que se conectan a internet, necesitan ayuda de terceros para realizarlo. Alrededor de 3 de cada 10 clientes tienen alguna dificultad, ya sea por razones endógenas (circunstancias propias como los costes) o exógenas como puede ser la cobertura.

Un 67% tiene dificultades para conectarse todo el mes a internet. Para el 22% de las personas, acceder a internet más de 15 días no es posible.

6. Global Data Findex 2021.

El impacto del cambio climático

En Colombia, el año 2023 fue particularmente retador en cuanto a las condiciones climáticas, dado que se presentó un incremento en los fenómenos del Niño y la Niña, situación que derivó en climas extremos y de cambios abruptos en muchas zonas del país. Por lo anterior, muchos de los emprendedores, especialmente aquellos ubicados en zonas rurales, debieron enfrentar un primer semestre atravesado por fuertes lluvias e inundaciones y un segundo semestre con un incremento de la temperatura de entre 0.5° y 2.0° comparativamente con los niveles históricos.

Bancamía utiliza datos climáticos del IDEAM (Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales) para analizar la vulnerabilidad climática en los departamentos del país. Este enfoque es fundamental para anticipar y gestionar las amenazas climáticas, identificando clientes en alerta roja y amarilla, lo que le permite al Banco a estructurar ofertas financieras con enfoque climático que ayuden a los microempresarios a enfrentar estos desafíos.

Un ejemplo de esto son los créditos de resiliencia y los microseguros, productos estructurados para dotar de herramientas a los clientes en pro de mitigar los riesgos financieros, asociados con eventos climáticos extremos, y promover la resiliencia económica de los microempresarios.

Bancamía ha identificado clientes que presentaron algún tipo de evento por las condiciones climáticas, alcanzando un impacto de COP\$2.508 MM a corte de septiembre de 2023, y para los que puso a su disposición herramientas de renegociación de la deuda, según el nivel de afectación, entre las cuales se manejaron: periodos de gracia, aumento de plazo, movimientos de cuota, entre otros.

Finalmente, durante 2023 Bancamía ha venido utilizando datos climáticos del IDEAM para analizar la vulnerabilidad climática en los departamentos del país, a través de la construcción de mapas que permita georeferenciar los clientes que pueden tener alguna afectación por fenómenos climáticos extremos.

Este enfoque es fundamental para anticipar y gestionar las amenazas climáticas, el proceso permite identificar a los clientes que se encuentren en zonas de alerta roja y amarilla, para que el Banco pueda estructurar una oferta financiera con enfoque climático; que posibilite ayudar a los microempresarios a enfrentar los desafíos climáticos.

En este sentido, las líneas verdes y los microseguros, son herramientas valiosas para mitigar los riesgos financieros asociados con eventos climáticos extremos y promover la resiliencia económica de los microempresarios.

Como resultado del uso de esta información climática, durante el 2023 la entidad logró construir los mapas de vulnerabilidad para el 80% de los departamentos del país, que demuestra el compromiso del Banco en abordar y comprender la vulnerabilidad climática a nivel nacional.



Salud financiera, el desafío de acumular capital

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

Parte de la misión de Bancamía consiste en mejorar la salud financiera del hogar (no sólo del emprendedor, según lo visto anteriormente). Esto requiere invertir tanto en las herramientas que se les ofrecen como en ampliar sus conocimientos financieros. Por ello, se ha llevado a cabo un estudio con el objetivo de entender mejor cuál es el estado de los hogares en esta materia e identificar así sus necesidades. A continuación, se analiza cómo es la gestión financiera de los hogares de los emprendedores en base a las encuestas realizadas. Para ello se distinguen tres niveles de salud financiera, de menor a mayor:

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

NIVELES DE SALUD FINANCIERA*



HERRAMIENTAS FINANCIERAS



Ahorro



Seguros



Educación financiera



Prestámos



Venta de activos



Reducción de gasto

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

El ahorro y los seguros son productos especialmente adaptados para mitigar riesgos y fomentar una buena salud

financiera. Estos productos forman parte esencial de la oferta de valor de Bancamía, ya que ayudan a los emprendedores a mejorar su resiliencia y a reducir su vulnerabilidad frente a los efectos adversos, posibles crisis y riesgos diversos.

* Se realizó un total de 1.158 encuestas en todo el país en el mes de noviembre. Las encuestas se llevaron a cabo sobre una muestra aleatoria representativa de la cartera de clientes (con un 95% de confianza y 3% de error).

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

[Carencias económicas del hogar](#)

Profundizando en el ahorro y otros activos del hogar

La forma más directa de poder cubrir los imprevistos es a través de un colchón económico, bien en forma de ahorros o de activos que se puedan vender para obtener liquidez. Los hogares aspiran a recurrir al ahorro y muchos tienen capacidad de ahorro (62%) reflejando la intención de construir un hábito saludable: un 32% dice poder ahorrar al menos 4 meses al año y un 30% todos o casi todos los meses⁶.

CAPACIDAD Y NIVEL DE AHORRO



62% clientes tiene capacidad de ahorro

56% clientes tienen ahorros

65% clientes tienen ahorros y/o activos

Sin embargo, el hecho de tener capacidad de ahorro no significa que lo hagan, puesto que a menudo deben dedicar los excedentes a cubrir imprevistos o, es frecuente que prefieran invertirlos en activos. Así, el nivel de ahorro es bajo: sólo un 10% puede vivir más de 6 meses con sus ahorros y un 44% no tiene nada de ahorro⁷.

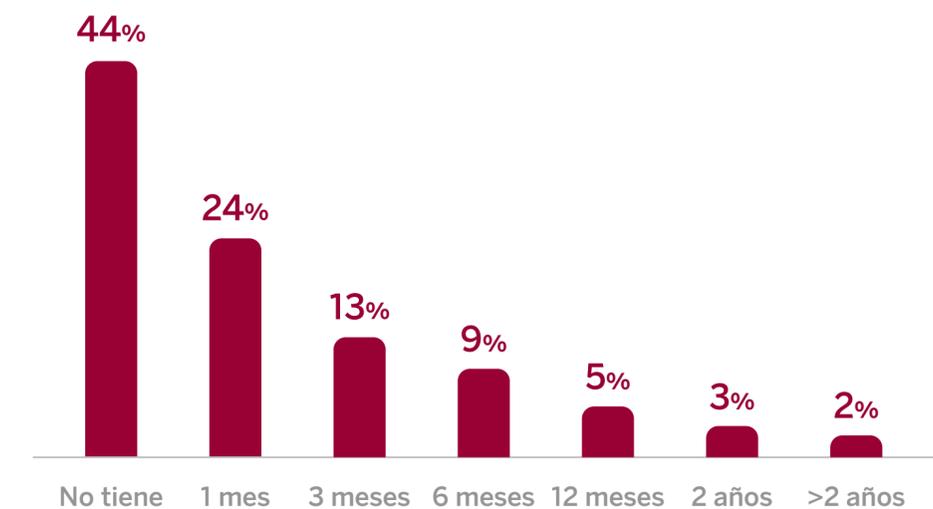
En lo que se refiere al resto de activos del hogar, un 65% de los emprendedores tiene activos. De hecho, un 21% de los hogares no tiene ahorro o tiene muy poco, pero sí tiene activos que podría vender para obtener liquidez⁸.

Por perfil de cliente, se observa un menor nivel de ahorro entre los adultos y los de educación más baja. Si se tienen en cuenta todos los activos, sólo hay diferencias significativas por nivel de vulnerabilidad.

Sólo un 10% de emprendedores tiene un nivel de ahorro para vivir más de 6 meses, por lo que posiblemente tengan dificultades para cubrir imprevistos o invertir a medio plazo

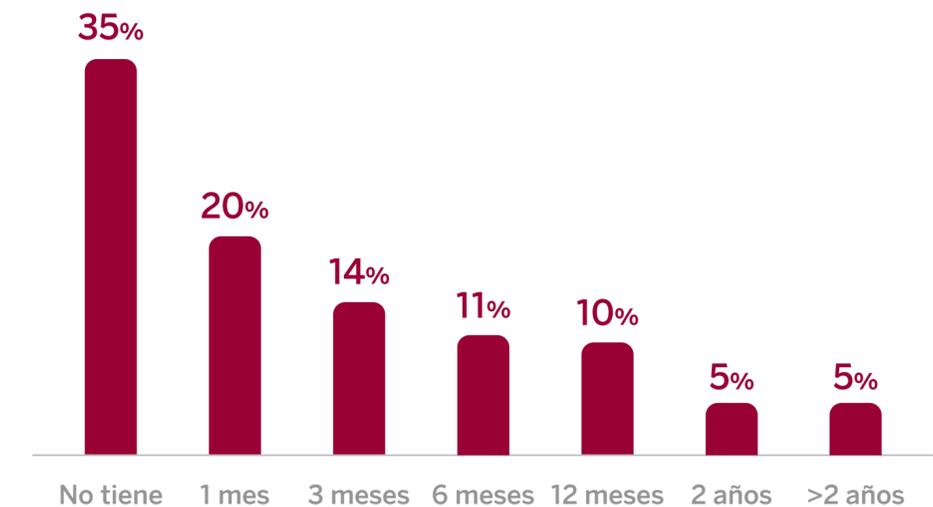
12 Nivel de ahorro

Cuánto tiempo podría vivir con sus ahorros



13 Nivel de activos

Cuánto tiempo podría vivir con todos sus activos



6. Se le pregunta al emprendedor "Con qué frecuencia puede ahorrar".

7. Se le pregunta al cliente "Cuánto tiempo podría vivir su hogar usando sólo ahorro".

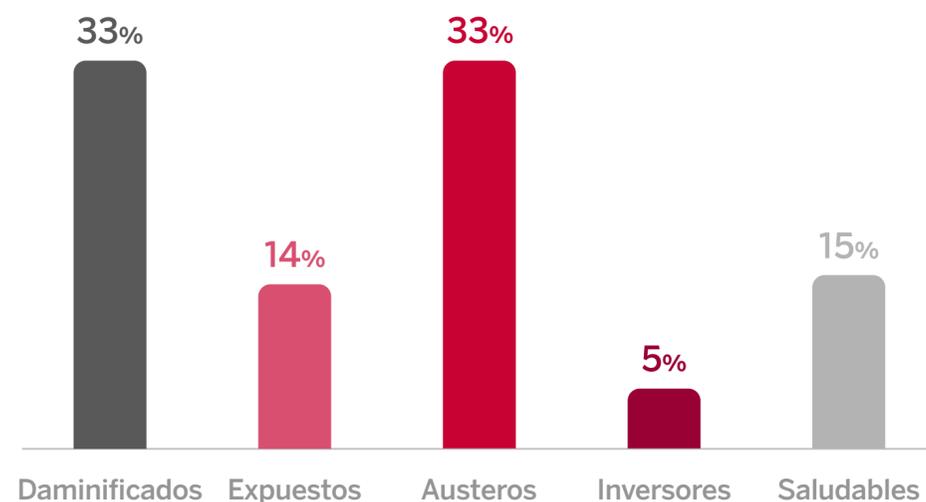
8. Se le pregunta al cliente "Cuánto tiempo podría vivir su hogar usando todos los activos".

G 12 y 13. Encuesta de salud financiera.

Al analizar la capacidad de ahorro y el nivel de activos conjuntamente, se han estipulado cinco categorías de hogares (gráfico siguiente).

14 Capacidad de ahorro y nivel de activos

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



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



El segmento *inversores* no tiene mucha capacidad de ahorro pero sí tiene un buen nivel de activos (tiene activos para vivir un mínimo de 6 meses). Esto puede deberse a que sus circunstancias han cambiado y en el pasado tenía cierto excedente o que, a pesar de no tener excedente, acumula activos a través por ejemplo de préstamos formales. Por tanto, este análisis muestra las distintas vías de los hogares para acumular activos, resaltando la importante función de los microcréditos para aquellos que quieren invertir, pero no consiguen tener un excedente. El 79% de los emprendedores ha realizado al menos una inversión en el último año, y un 24% ha realizado dos inversiones.

 **79%**
hogares han realizado una inversión en el último año

 **32%**
hogares invierten en activos líquidos

En contraste, el segmento *austeros* son aquellos que tienen pocos activos a pesar de tener capacidad de ahorro (un 33%). Es posible que éstos hayan tenido que enfrentarse recientemente a imprevistos, o que estén dedicando el excedente a inversiones que no comporten un aumento de activos, como mejoras en la vivienda o inversión en estudios de los hijos. da o inversión en estudios de los hijos.

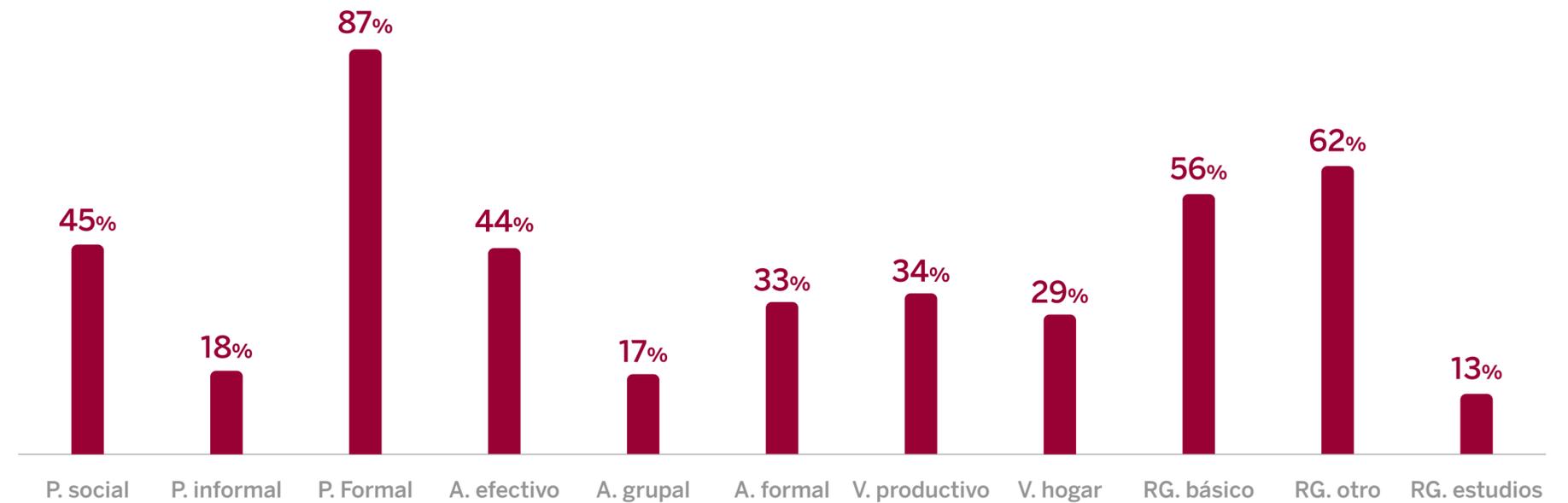
Estrategias financieras de los hogares, centrados en cubrir imprevistos

Además del ahorro o los activos, los hogares pueden recurrir a otros mecanismos para cubrir imprevistos, como por ejemplo los préstamos (formales o informales) o la reducción de ciertos gastos del hogar. Se definen cuatro tipos de recursos en función de su idoneidad desde un punto de vista de salud financiera. Los recursos buenos (como puede ser el ahorro o la venta de algún activo no productivo), los recursos nocivos (como la reducción de gasto necesario o productivo), los recursos propios y los recursos ajenos. La distinción entre recursos propios y ajenos se hace porque estos últimos no pueden considerarse para determinar el nivel de salud financiera de un hogar.

Clasificación de recursos financieros de los hogares

	 Buenos	 Nocivos
Recursos propios	Seguros Ahorro Dinero Venta de bienes	Venta de máquina, negocio Reducción de gastos Abandono de los estudios
Recursos ajenos	Préstamos de amigos Préstamo formal	Sobre-endeudamiento

15 Recursos utilizados



Un 53% de los hogares tiene recursos propios buenos (ahorro). Los que sólo disponen de recursos nocivos o ajenos son un 13%.

Ante los imprevistos, los recursos utilizados con más frecuencia han sido el préstamo formal y la reducción de gasto

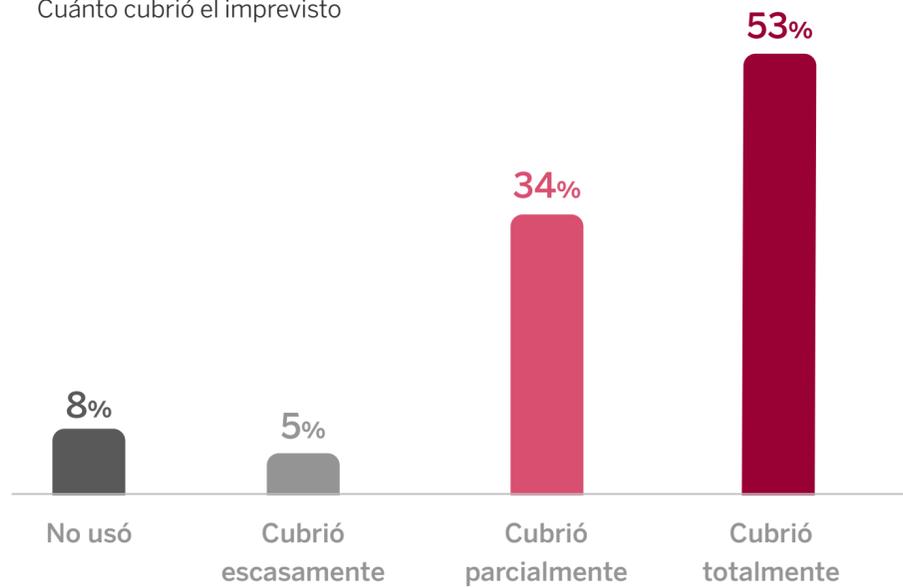
Es importante no sólo la disponibilidad sino también la utilidad de los recursos. La utilidad de los recursos depende, por un lado, del nivel de recurso que tenga el hogar y, por otro, de la magnitud económica del imprevisto, algo que sólo puede conocerse una vez ocurrido éste. El 100% de los hogares de la muestra ha tenido imprevistos económicos en el último año, enfatizando la importancia de poder gestionarlos. De esos hogares con imprevistos, un 53% usó recursos útiles porque cubrieron totalmente el imprevisto, y un 34% usó recursos parcialmente útiles (cubrió al menos la mitad del imprevisto).

* Elaboración interna.

G.15. P: préstamos; A: ahorro; V: venta; RG: reducción de gasto. Encuesta de salud financiera 2023

16 Cobertura de imprevistos

Cuánto cubrió el imprevisto



Los recursos utilizados con más frecuencia en el último año fueron el préstamo formal y la reducción de gasto, este último más frecuente que el préstamo social o el ahorro. De hecho, más de un 60% de los hogares recurrió a la reducción de gasto básico. Por tanto, desde una perspectiva de salud financiera, los recursos utilizados no son los mejores, ya que el uso de recursos ajenos y nocivos predomina sobre el uso de recursos propios, en línea con el bajo nivel de ahorro.

Por perfil de clientes, no se observan diferencias apreciables en el orden de preferencia de recursos, pero sí en la intensidad de uso de éstos. Por ejemplo, aunque los más utilizados siguen siendo el préstamo formal y la reducción de gasto, hay más intensidad en el uso del ahorro y la venta de bienes entre los hogares menos vulnerables.



G.16. No usó: no usó recursos; Cubrió escasamente: menos del 50% del imprevisto; Cubrió parcialmente: más del 50% del imprevisto; Cubrió totalmente: el 100% del imprevisto. Encuesta salud financiera 2023.

Soluciones financieras para personas vulnerables

Bancamía trabaja por acompañar el desarrollo productivo de los emprendedores vulnerables, impulsando sus microempresas mediante su modelo: Finanzas Productivas. Su oferta de valor está diseñada y adaptada a las necesidades específicas de este segmento, buscando respaldar el crecimiento económico, social y ambiental a través de la inclusión y educación financiera, el empoderamiento económico de las mujeres, el apoyo al desarrollo del campo colombiano, la digitalización para llegar a más, una estrategia de sostenibilidad para fortalecer la resiliencia de los pequeños productores frente al cambio climático y, en ese camino, robustecer un modelo que contribuye de manera efectiva a la disminución de la pobreza.

Bancamía ha desarrollado una robusta oferta de valor de: Créditos, seguros, ahorros, educación financiera, y otros servicios para poder atender las diversas carencias y necesidades de los emprendedores. Para lograr un desarrollo sostenible y de superación de la condición de pobreza a la que aún se enfrentan muchas familias colombianas, es necesario combinar varias acciones. Además del crédito, el acceso a seguros y educación financiera ayudan a soportar el estrés financiero, los imprevistos y planificar sus recursos, brindándoles mayor flexibilidad y más opciones para que acumulen activos en el tiempo, de modo que puedan

17. Vinculación de emprendedores, por tipo de producto

Total clientes (%)

Vinculación	Clientes	Seguro Voluntario	% Clientes	% Seguro Voluntario
Sólo Activo	24.323	19.789	1,5%	1,2%
Sólo Pasivo	1.294.447	35.586	79,6%	2,2%
Activo y Pasivo	306.991	267.665	18,9%	16,5%
Total Cartera	1.625.761	323.040	100%	19,9%

alcanzar también el fortalecimiento empresarial que les permita mayor flexibilidad y más opciones para la obtención de un mayor bienestar.

Todo sin olvidar las necesidades del hogar, como pueden ser educación, habilidades digitales o la gestión de riesgos climáticos.

De este modo, la oferta de valor está diseñada con el cliente siempre en el centro.

Créditos

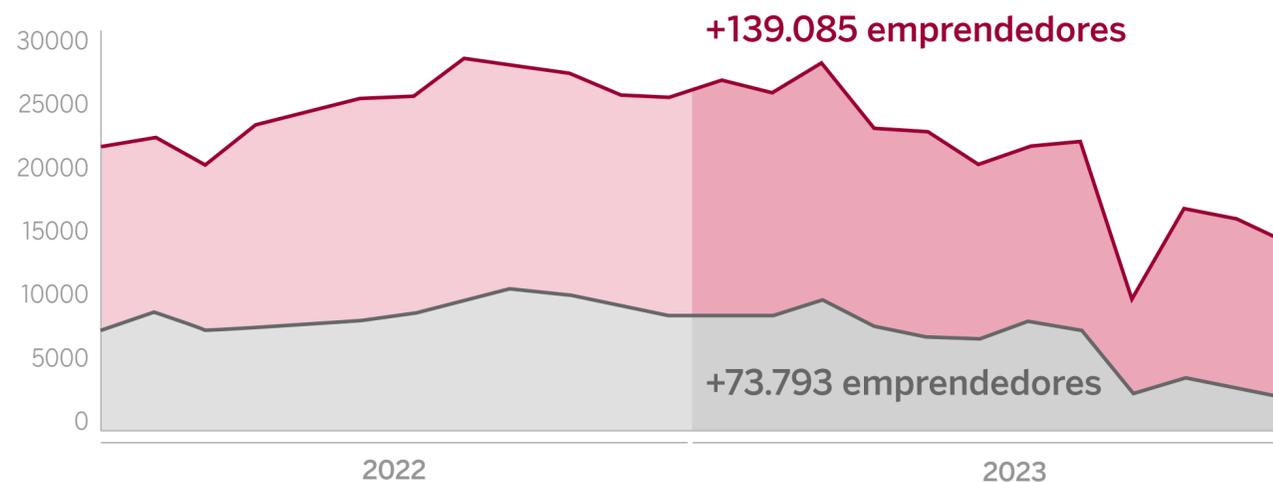
Alrededor de 139.000 emprendedores renovaron sus créditos durante 2023, mientras que 73.793 personas obtuvieron su primer crédito para emprender.

De hecho, un 43% de los nuevos emprendedores captados por Bancamía en 2023 han sido bancarizados, es decir, entran por primera vez en el sistema financiero formal por la entidad. Muchos se encuentran en el entorno rural y 9 de cada 10 se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Además, un 36% del total de clientes con crédito vigente a 31 de diciembre de 2023 mantienen relación de exclusividad con Bancamía.

18 Emprendedores atendidos en cada fecha

Emprendedores con crédito, nuevos y renovados



19 Emprendedores exclusivos

Emprendedores de crédito vigentes que son exclusivos de Bancamía



20 Emprendedores bancarizados

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



Vivienda y saneamiento

Al final del año 2023, el Banco diseñó una nueva línea de crédito verde “Crediverde Agua”, enfocada en garantizar el acceso a agua potable y saneamiento básico, financiando la infraestructura necesaria en las unidades de negocio que permita lograr este objetivo y, de esta manera, abordando directamente una necesidad crucial en muchas zonas urbanas y rurales del país, lo que demuestra la comprensión profunda de los desafíos que enfrentan las comunidades, así como un esfuerzo concreto para ofrecer soluciones a los clientes del Banco.



Digitalización

En 2023 la entidad siguió trabajando y fortaleciendo su estrategia digital en donde se destacan tres iniciativas clave que han marcado un hito en la cooperación del negocio:

1. Visita Virtual

En el 2023, Bancamía implementó la plataforma de Visita Virtual como componente facilitador de la Banca Relacional 2.0; este proceso hoy le permite, a más de 1.000 ejecutivos (EDPs) del banco a nivel nacional: visitar, conocer, actualizar, validar y ahondar en la realidad de los clientes, en las condiciones de sus unidades productivas y en la evolución de sus emprendimientos para que, a través de este modelo híbrido de relacionamiento, se logre la culminación del proceso de renovación de créditos productivos, ahorrándole a los clientes el tiempo de desplazamiento hasta las oficinas del Banco.

2. Ruta FINDEQ

Finanzas para la Equidad es un programa de USAID que le dio marco y oportunidad a Bancamía en el 2023 para diseñar e iniciar la implementación y despliegue de la 'Ruta FINDEQ'. Este programa al interior del Banco promueve el cumplimiento de 3 pilares:

- Aumentar la inclusión financiera a través de productos de crédito, ahorro y portafolio de seguros para los pobladores de 195 municipios ubicados en los 5 corredores de la actividad Finanzas para la Equidad.

- Aumentar la participación de los pobladores en rutas formativas donde, a través de capacitación, se abordan temas de salud financiera, productividad y habilidades digitales.
- Implementar un programa de emprendimiento sostenible llamado Para Ellas, en el cual las mujeres pobladoras de estos municipios puedan acceder a un "segundo ingreso" generado por cada cliente referido que presenten al Banco, beneficio que estará acompañado de conectividad permanente (gigas productivas que le servirán a estas Corresponsales Móviles para estar conectadas con sus clientes referidos, acompañándolos en el proceso de bancarización y aconsejándolos sobre el manejo sostenible de sus finanzas personales y empresariales).

En la 'Ruta FINDEQ' un reto fundamental es apoyar el cierre de la brecha digital de los corredores de Finanzas para la Equidad, motivo por el cual la entidad fortalece su oferta de valor no financiera, generando conectividad con gigas subsidiadas por el Banco a los pobladores que participen en los módulos de educación y a aquellos clientes que accedan a los créditos de inclusión financiera

3. Desembolso no presente

Esta funcionalidad le permite al cliente realizar el desembolso de su crédito sin la necesidad de acercarse a una oficina física del banco, mediante el envío de un link al correo realiza la firma de los documentos electrónicamente para que después estos retornen con el certificado digital correspondiente y se almacene en el expediente digital.

Los beneficios que se han identificado con la funcionalidad de desembolso no presencial van en dos vías: uno para el cliente y otro hacia la operatividad de la oficina. En el primero, el cliente experimenta una disminución del tiempo que destina para realizar el desembolso en la oficina y corresponde a un 85% menos del tiempo utilizado, esto le permite reducir costo de transporte, evitar cerrar el negocio para atender el desembolso y una mayor utilización de canales digitales para el uso del dinero.

Por otra parte, de cara a los beneficios de la operatividad en la oficina, se experimenta una eficiencia en el manejo del efectivo, descongestión del front bancario y una mayor concentración en la gestión comercial de cara a la atención de los clientes, cifras que se encuentran en validación con el escalamiento de la solución.

TransfiYa

El servicio de transferencias inmediatas interbancarias, conocido comúnmente como Transfiya, se lanzó el pasado 7 de noviembre, siendo el primer banco de microfinanzas con este servicio. En ese mismo mes se logró una participación del 3,8% en la totalidad de transacciones monetarias del Banco, por un valor promedio de COP229.089, originadas por más de 1.000 clientes.

En el 2023, la entidad logró crecer en clientes digitales un 19,4%, comparado con 2022, y aumentaron las transacciones monetarias digitales un 7,4%. Así mismo, el porcentaje de participación de transacciones monetarias digitales sobre el total de transacciones monetarias del banco se ubicó en un 12%, creciendo vs 2022 un 27,3%.

En el 2023 se generaron estrategias de migración de llamadas del contact center al canal WhatsApp, logrando un canal costo eficiente, manteniendo los indicadores de atención y experiencia dentro de lo establecido por la Superintendencia Financiera, reduciéndose de esta manera la cantidad de llamadas del Inbound en el contact center.

El crecimiento en el número de clientes y transacciones digitales monetarias señala un éxito significativo en la implementación de las estrategias tecnológicas de Bancamía, avanzando en la eliminación de barreras geográficas como un logro clave, ya que permite a más personas acceder a los servicios financieros desde cualquier lugar, lo cual es esencial para la inclusión financiera.



La capacidad de utilizar herramientas digitales para anticipar tendencias, realizar análisis predictivos y optimizar operaciones contribuye directamente a la eficiencia operativa y a la toma de decisiones informadas.

La colocación de las cuentas nuevas Soñando Juntos Digital creció un 31%, alcanzando un stock total de 50.237 cuentas, con un monto en saldo de COP 3.840 millones, lo que representa un 17% de crecimiento respecto a 2022.

La entidad consolidó la oferta con el CDT Digital, a través de la Bancamóvil, con tasa preferencial, lo cual permitió crecer un 12% en la apertura de productos nuevos frente al cierre de 2022.

Credimía Digital

Otra de las ofertas de productos y servicios digitales que ofrece Bancamía a sus clientes es la línea de crédito multipropósito 100% digital, Credimía Digital, el cual se habilitó en el año 2021, como una de las medidas de la Entidad para apoyar la reactivación económica, orientado a los clientes con el mejor perfil de riesgo.

En el 2023, el producto logra superar en un 80% el número de operaciones colocadas durante el 2021 y 2022, a la vez que creció la cartera de este producto un 64% frente al cierre del año anterior, incrementando así su participación en el total de las colocaciones del Banco, logrando obtener participaciones mensuales del 4,6% en el número de las operaciones desembolsadas.

Formación

Para Bancamía, la educación financiera es esencial y es uno de los procesos más relevantes para el desarrollo de su estrategia corporativa y para el desarrollo de sus clientes. En este sentido se ha realizado una profundización en diversas estrategias de formación para el empoderamiento financiero de los microempresarios, colaboradores y comunidad, buscando que estos tomen decisiones financieras informadas que beneficien sus finanzas personales y sus unidades productivas.

Para esto, el Banco ha integrado a su oferta de valor dirigida a los clientes la educación financiera como parte de los estándares de servicio que la fuerza comercial brinda en cada contacto -y cada vez que el cliente lo requiera- para desarrollar sus habilidades y autonomía en el manejo de su dinero y promover una inclusión financiera responsable.

A través del programa de educación financiera “Echemos Números”, Bancamía tiene como propósito superior que los grupos de interés se apropien de conceptos en finanzas personales y en finanzas para sus unidades productivas fortaleciendo sus conocimientos y facilitando el desarrollo de habilidades que contribuyan a mejorar los comportamientos financieros.

El programa “Echemos Números” dentro de su estrategia cuenta con tres líneas de acción:

Asesoramiento objetivo: en el marco de la banca relacional los ejecutivos de Desarrollo Productivo desarrollan esta acción que busca generar una orientación sin sesgos hacia productos o servicios financieros adaptados a las necesidades y circunstancias individuales.

Durante el 2023 se realizaron 382.167 acciones formativas de asesoramiento objetivo a 316.127 personas.

Talleres de educación financiera (presenciales y virtuales): a través de esta línea de acción diseñada para mejorar el conocimiento y las habilidades relacionadas con las finanzas personales y del negocio se abordan temáticas pertinentes respecto al ahorro, presupuesto, manejo de la deuda y educación digital, entre otras, que permiten a los asistentes apropiarse de conceptos y adquirir una comprensión más sólida de cómo manejar sus recursos financieros de manera efectiva y tomar decisiones informadas sobre su economía.

Durante el 2023 se realizaron 3.150 talleres en el territorio nacional con 33.263 asistentes y con impacto a 28.747 personas entre clientes y comunidad.

Autoaprendizaje: es un método de estudio que puede aportar muchos beneficios a lo largo de la vida, pues contribuye al desarrollo de habilidades, capacidades y aptitudes, permitiendo actuar según el ritmo de aprendizaje de cada uno de los usuarios registrados. Los participantes tienen acceso a contenidos totalmente gratis, 24 horas los siete días de la semana.

A través de esta línea de acción Bancamía busca que clientes y comunidad accedan a contenido pertinente dentro del ámbito de la educación financiera aportando al empoderamiento y crecimiento de sus unidades productivas a través de cuatro dimensiones:

- Educación financiera
- Educación digital
- Habilidades de empoderamiento
- Fortalecimiento empresarial

Durante el 2023 se registraron 2.108 nuevas personas que avanzaron en el autoestudio de contenidos e-learning.

Valery Martínez

Aprendiendo a navegar contracorriente: la educación como herramienta de resiliencia

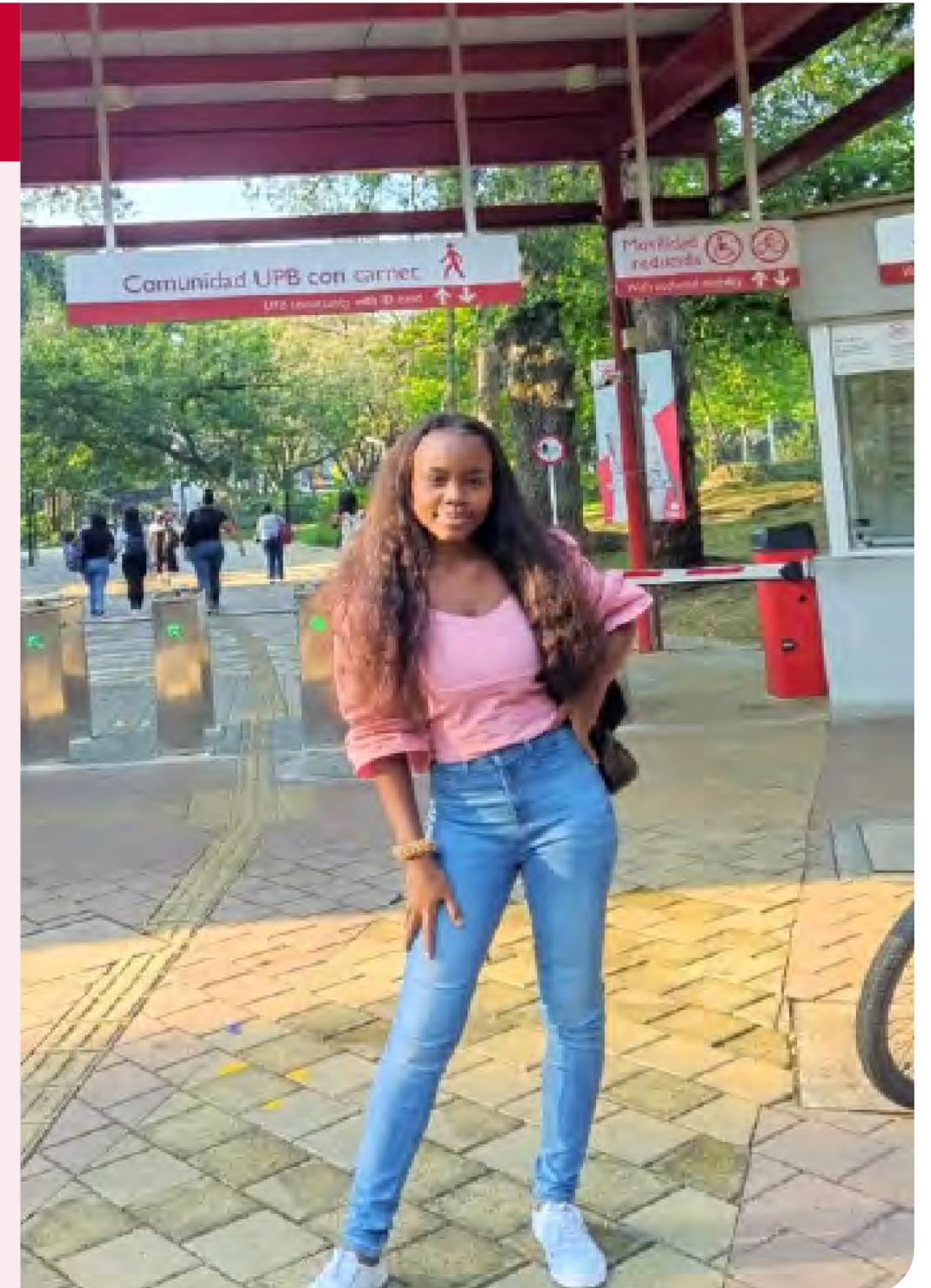
Tagachí, un pequeño corregimiento del municipio de Quibdó, capital del Chocó, Colombia, se alza como un oasis de paz en medio de un departamento marcado por la violencia y la pobreza. Ubicado a orillas del río Atrato, este pueblo de apenas 700 habitantes se caracteriza por su exuberante vegetación, su rica cultura y la calidez de su gente. Para sus habitantes, la naturaleza es fuente de vida y sustento, por lo que la pesca artesanal y la agricultura son las principales actividades económicas del pueblo. Esta población ha carecido de muchas oportunidades y algunas necesidades básicas, pero siempre hay personas como Valery y su padre, Jhovani, que buscan la manera de salir adelante.

De este corregimiento, ubicado a más de 5 horas de Quibdó, son Valery, una joven de 17 años, y su padre Jhovani Martínez, de 39 años, microempresario de Bancamía, quien tiene 7 hijos, a quienes con mucho esfuerzo trabajar para brindarles una buena vida en medio de sus dificultades. Él se dedica al transporte fluvial de pasajeros, así como a la venta de madera y plátano en lanchas artesanales, un trabajo arduo al que dedica gran parte del día, pues dependiendo del tipo de transporte

que realice, su navegabilidad le representa entre 5 y 12 horas desde su pueblo hasta la capital departamental.

Jhovani es cliente de Bancamía, entidad de la Fundación Microfinanzas BBVA en Colombia, hace más de 10 años, a través de créditos que le han ayudado a mejorar su unidad productiva al poder contar con más recursos para impulsar su negocio, que actualmente cuenta con 3 lanchas, una para cada tipo de actividad fluvial a la que se dedica desde hace varios años, en un lugar donde el agua representa el recurso más importante para trabajar

Con disciplina y dedicación ha logrado tener a flote su microempresa y una familia que busca opciones para construir un futuro que no conoce límites y busca oportunidades. Eso lo ha aprendido Valery, pues como ella misma dice: “me he tenido que enfrentar a muchas dificultades o problemas por diferentes causas porque mi realidad ha sido muy difícil, pero siempre he sabido encontrarme con la resiliencia”.





Valery cursó sus estudios en una escuela rural en la que supo destacarse como una gran estudiante, capaz de mostrar su talento académico y explorar la manera de encontrar un mejor futuro, oportunidad que descubrió al tener la oportunidad de nominarse a la Beca Transformando Realidades, que entregan Bancamía y BBVA en Colombia, de la que se convirtió en una de las ganadoras de este programa que resalta a los microempresarios y sus hijos/as, por ser ejemplo en sus familias y comunidades. De esta forma, la joven chocoana hoy ya puede acceder a educación superior para estudiar la carrera de sus sueños. Ese sueño que representa para Valery la oportunidad que le permitirá cambiar su presente y su futuro, que por mucho tiempo vio imposible de transformar, pero que hoy, gracias a este programa, lo ve con mayor claridad.

Actualmente, Valery vive en la ciudad de Medellín, Antioquia, y está cursando el primer año de Ingeniería Industrial, una carrera que la motiva y la reta a finalizar sus estudios con honores, conseguir experiencia y generar los recursos suficientes para poder montar su propia empresa junto a su hermana. Jhovani, un padre orgulloso, espera que sus hijas puedan apoyar su negocio, para más

adelante expandirlo a muchos lugares de su región, donde tanta falta hace las oportunidades de desarrollo.

Valery dice: “Para mí y mi comunidad haber ganado la beca significa una luz de esperanza para que los jóvenes de mi pueblo nunca dejen de perseguir sus sueños y ser esa inspiración que nos anima a salir adelante y luchar por lo que queremos, representa las oportunidades que durante tanto tiempo nuestros gobernantes nos han negado. El hecho de asistir a la universidad me permite ver un presente lleno de posibilidades que me permitirán obtener un futuro mejor, ese que tanto soñé y en el que actualmente trabajo para alcanzar los logros de forma satisfactoria”.

Actualmente, en Tagachí muchos jóvenes se ven obligados a abandonar el pueblo, en busca de una solución a tanta pobreza, lo que genera un problema de fuga de talentos, sin embargo, Valery desea volver para apoyar el desarrollo y la creación de nuevas oportunidades laborales y educativas, que les permita a todos los habitantes, quienes en su gran mayoría pertenecen a la comunidad afro, tener una mejor calidad de vida.

Sostenibilidad medioambiental

Bancamía desarrolla y proporciona productos adaptados a las necesidades de los clientes, buscando generar un impacto positivo en la actividad económica y, al mismo tiempo, entregar soluciones a los desafíos ambientales que todos los sectores de la economía presentan, entre estos, entender la importancia de la sostenibilidad y la mitigación y adaptación al cambio climático*. El compromiso de Bancamía con el desarrollo sostenible y la resiliencia de los microempresarios, ha sido evidente en sus 15 años, producto de esto se han desarrollado las líneas de crédito verde: Crediverde Energía, Crediverde Adaptación y Crediverde Agua, iniciativas de mitigación. A eso se une que muchos emprendedores financiados reciclan, alquilan o reparan bienes, lo que permite fomentar la economía circular. En definitiva, no solo se busca impulsar el crecimiento de los negocios, sino que también se diseñan créditos para ayudar a los clientes a adaptarse y mitigar los impactos del cambio climático o fomentar una mayor sostenibilidad ambiental. la actividad Finanzas para la Equidad.

Acceso a mecanismos de protección y adaptación a los efectos del cambio climático

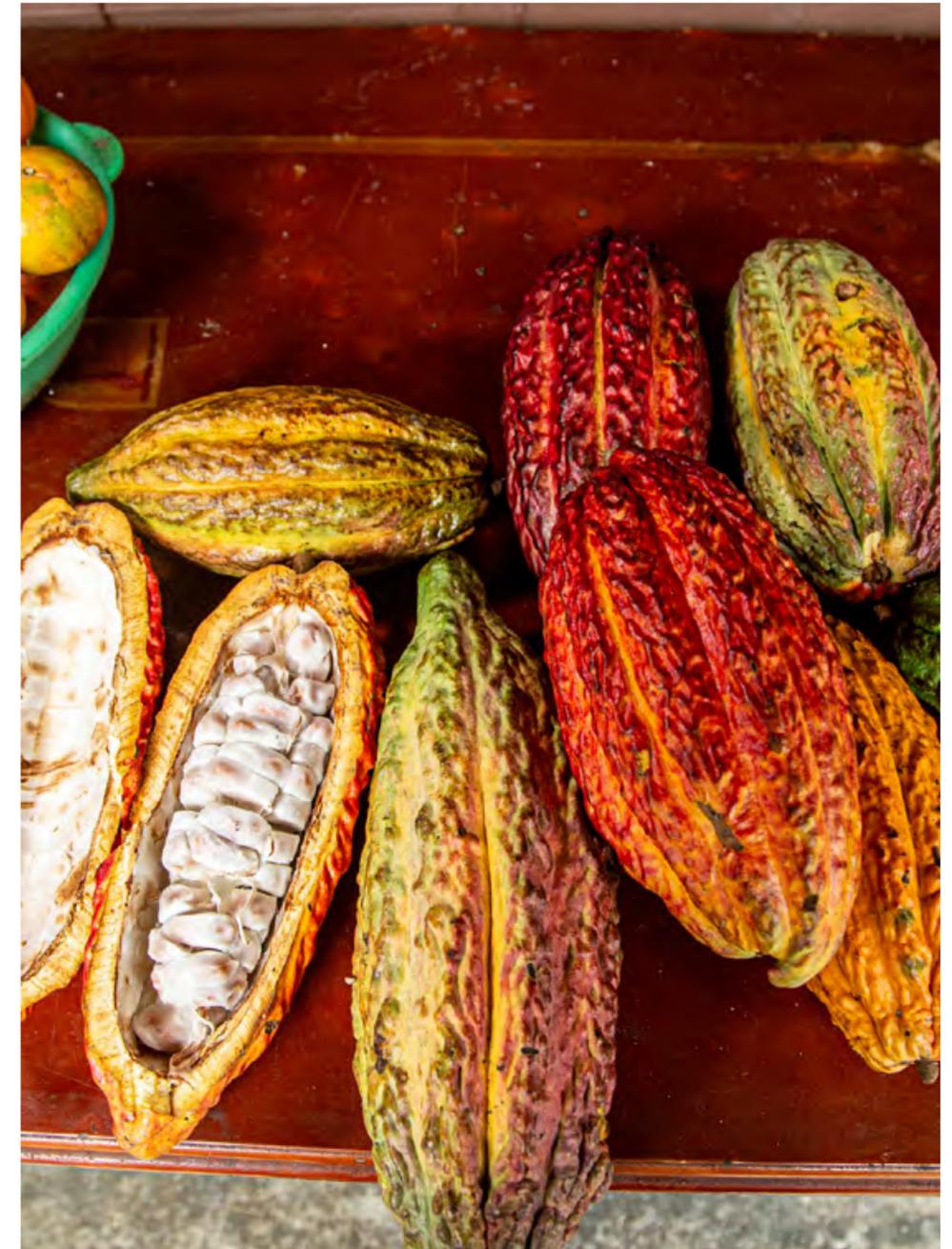
Créditos de adaptación	1.174 clientes
Seguros climáticos	20.641 asegurados

Apoyo a una mayor sostenibilidad ambiental

Financiación para la mitigación	447 clientes
Otros fines de sostenibilidad	218 clientes
Financiación para la economía circular	5.519 clientes

GESTIÓN AMBIENTAL

La entidad ha llevado a cabo una gestión ecoeficiente en los últimos años, consolidando una estrategia basada en la educación ambiental. Para más detalle sobre la gestión de recursos naturales y reducción de la huella de carbono, ver [Medioambiente](#) en la sección Sostenibilidad e indicadores ESG.



Protección a través de seguros

Bancamía, continua trabajando en la creación de una cultura de protección, sensibilizando en los emprendedores que atiende la necesidad de proteger a sus familias y a sus unidades productivas a través de productos diseñados a la medida. Los seguros cuentan con primas de bajo costo que permiten, mediante la misma operación de microcrédito o con cargo a su cuenta de ahorros, contratar coberturas de acuerdo con su perfil y sus necesidades.

Durante el año 2023 el banco cuenta con 331mil asegurados y fortaleció el portafolio de seguros que comercializa, pasando de 10 a 11 productos con la nueva póliza Mi Local Protegido (en la rama de Daños climáticos) la cual cubre la estructura y contenidos del negocio de los clientes ante eventos inesperados (desde daños materiales hasta el hurto calificado de contenidos y pérdidas derivadas de la interrupción de sus actividades por eventos climáticos). Cerca de 3.000 clientes cuentan con este seguro (el seguro de daños climáticos sigue siendo el producto más solicitado con 20mil asegurados).

Estos productos vigentes con las aseguradoras se han desarrollado con diferentes enfoques y buscan atender necesidades propias de su base de clientes como:

Seguros



Salud	211.736
Climático	20.641
Daños no climático	69.489
Vida	182.966
Exequias	170.003
Total asegurados	331.797

El 87% de los clientes de crédito tienen contratado al menos un seguro voluntario, siendo *salud* el ramo más demandado con un 57% de penetración, seguido de *vida* con un 49%. La propensión a contratar un seguro no presenta diferencias significativas analizada por el eje de vulnerabilidad económica, siendo de un 87% en todos los segmentos salvo en el de *Extrema Pobreza* que se sitúa 2 p.p. por debajo. Por ramos, *salud* es el único que presenta mayor demanda en segmentos vulnerables, especialmente en Pobreza y Extrema Pobreza donde se alcanza el 59% frente al 53% de no-vulnerables. En vida, *daños* y *robo*, a medida que desciende el grado de vulnerabilidad, crece la propensión a contratarlos.

En términos generales no se observa que el género condiciona la propensión a contratar un seguro voluntario. No obstante, debido a la estrategia seguida en el ramo salud, productos como Maternidad protegida, Asistencia mujer (Rural y Urbano) y Oncológico, que ponen especial atención a las necesidades de atención médica de la mujer, consiguen que el 60% de las mujeres con crédito contraten un seguro médico frente al 54% de los hombres.

El hecho de que *salud* y *vida* sean los ramos más demandados entre los clientes de la entidad explica por qué se observa mayor propensión cuanto más joven es el cliente. Exequias sería la única modalidad que cuenta con más asegurados en el segmento de mayores de 60 años.

El crecimiento más relevante se encuentra en seguros de salud— es de los productos más demandados y en Dic'23, uno de cada dos asegurados (52%) cuenta con cobertura tanto de salud como de distinta naturaleza (daños, exequias o vida).

Migrantes

Bancamía continúa abriéndole las puertas a la inserción productiva de los migrantes venezolanos y durante el 2023 se presentó un crecimiento del 14% en el número de clientes atendidos, pasando de 7.313 a 8.367, y una expansión en el número de productos entregados que incluye principalmente crédito y ahorro. En este último, el 2023 marcó un importante hito porque se abrió todo el portafolio de pólizas para que esta población pudiera acceder a microseguros de bajo costo.

Por último, cabe destacar que este colectivo ha sido integrado a la dinámica digital de Bancamía, de forma que 5.467 clientes hacían uso de los canales digitales del banco al cierre de 2023.



Gobierno, Talento Humano y Gestión del Riesgo

Bancamía ha tenido un compromiso firme al implementar su modelo de gobierno corporativo centrado en la transparencia y el trato equitativo para sus accionistas, clientes, colaboradores y otros grupos de interés. Este compromiso ha sido fundamental para fortalecer la confianza y la eficacia en la gestión de la entidad.

Algunos de los principios comunes que el banco ha incorporado en su modelo de gobierno corporativo incluyen:

1. Transparencia: Proporcionar información clara y completa sobre las actividades, finanzas y riesgos del banco para todos los interesados, incluidos accionistas, clientes y reguladores.

2. Equidad: Garantizar un trato justo y equitativo para todos los grupos de interés, evitando favoritismos y asegurando la igualdad de oportunidades.

3. Responsabilidad: Fomentar la responsabilidad en la toma de decisiones, tanto a nivel ejecutivo como en el consejo de administración, para asegurar que las acciones estén alineadas con los intereses a largo plazo de la institución.

4. Cumplimiento Normativo: Asegurar que la entidad cumple con todas las leyes y regulaciones pertinentes, así como con estándares éticos y mejores prácticas del sector.

5. Participación de los accionistas: Fomentar la participación activa de los accionistas en asuntos importantes y proporcionarles la información necesaria para tomar decisiones informadas.

6. Desarrollo Sostenible: Integrar factores ambientales, sociales y de gobierno (ASG) en la estrategia corporativa y en las decisiones empresariales para promover la sostenibilidad del banco y de los clientes.

En línea con lo anterior, se resalta que para el 2023, Bancamía ha cumplido todas sus obligaciones en lo que respecta al Gobierno Corporativo, Código País y buenas prácticas en la materia en el 2023, avanzando en una ordenada toma de decisiones estratégicas, a través de sus órganos de gobierno y velando por dar un trato igualitario a todos sus accionistas e inversionistas, para ello entregó y puso a su disposición la información completa y con antelación suficiente, así mismo atendió sus deberes en materia de revelación de información al mercado y al Supervisor.

Adicionalmente, la entidad ha mantenido un punto de atención o contacto destinado a los inversionistas, lo que ha servido como un canal activo de comunicación entre ellos y el banco, fomentando su participación activa, permitiéndoles expresar comentarios, hacer consultas o manifestar inquietudes.

Otra labor importante realizada en el año fue la publicación de información corporativa en la página web de Bancamía, lo cual es una práctica esencial para garantizar la transparencia y mantener informados a todos los grupos de interés, acción que subraya el compromiso de la entidad con la comunicación abierta y accesible. La disponibilidad de información corporativa en el portal asegura que los accionistas e inversionistas tengan acceso fácil a datos relevantes sobre el desempeño financiero, la estrategia y otros aspectos importantes relacionados con la entidad.

Al proporcionar información no solo para accionistas e inversionistas, sino para todos los grupos de interés, Bancamía demuestra un enfoque inclusivo que abarca clientes, empleados, reguladores, comunidades locales y otros stakeholders que tienen un interés en las actividades del banco.

A lo largo del año se realizaron todas las sesiones programadas para la Asamblea General de Accionistas, la Junta Directiva y sus Comités de Apoyo, así como la actualización de procesos y elaboración de guías por parte de la Secretaría General: estas prácticas clave reflejan el compromiso continuo con el buen Gobierno Corporativo y la eficiencia interna.

Impacto en los hogares

En línea con su misión, Bancamía busca que los créditos desembolsados tengan un enfoque productivo y permita a sus prestatarios invertir estos recursos en sus negocios y de esta forma mejorar la salud financiera y a su vez, calidad de vida de los hogares.



Crecimiento de los negocios

El ritmo de crecimiento de los negocios se ha ralentizado durante 2023, afectado por un contexto global de inflación.

Pese a las dificultades, los emprendedores en situación de pobreza consiguieron mantener el crecimiento de la renta media de sus hogares, ya que para muchos el negocio.

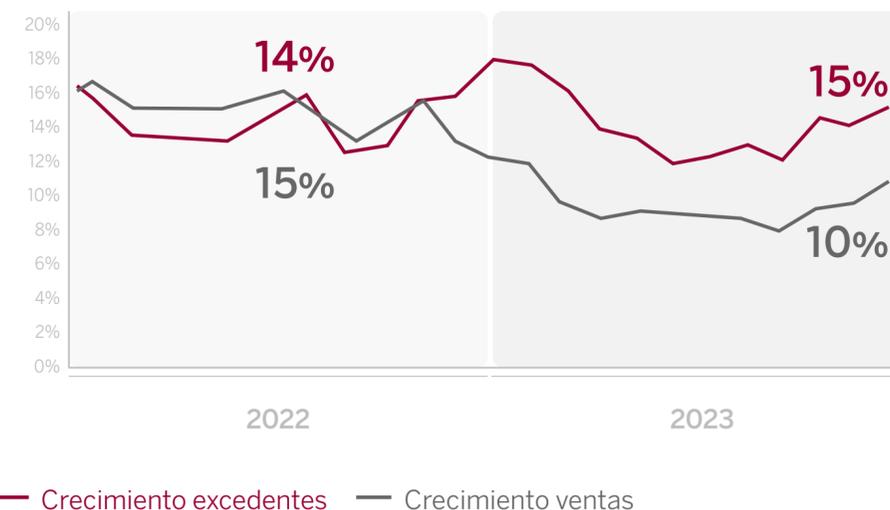
La mayor caída en el ritmo de crecimiento medio de las ventas se dio en el sector agropecuario (8%), frente a la caída media en el resto de sectores que es de aproximadamente 4%.

Este desempeño de los negocios redunda en una mayor renta disponible para los hogares. Así, el conjunto de emprendedores en situación de pobreza se reduce un 26% en el segundo año de relación con la entidad y tiene una tendencia positiva en el tiempo.

Una mayor proporción salió de la situación de pobreza en 2023, comparado con años pasados.

21 Crecimiento de las ventas y excedentes

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada período



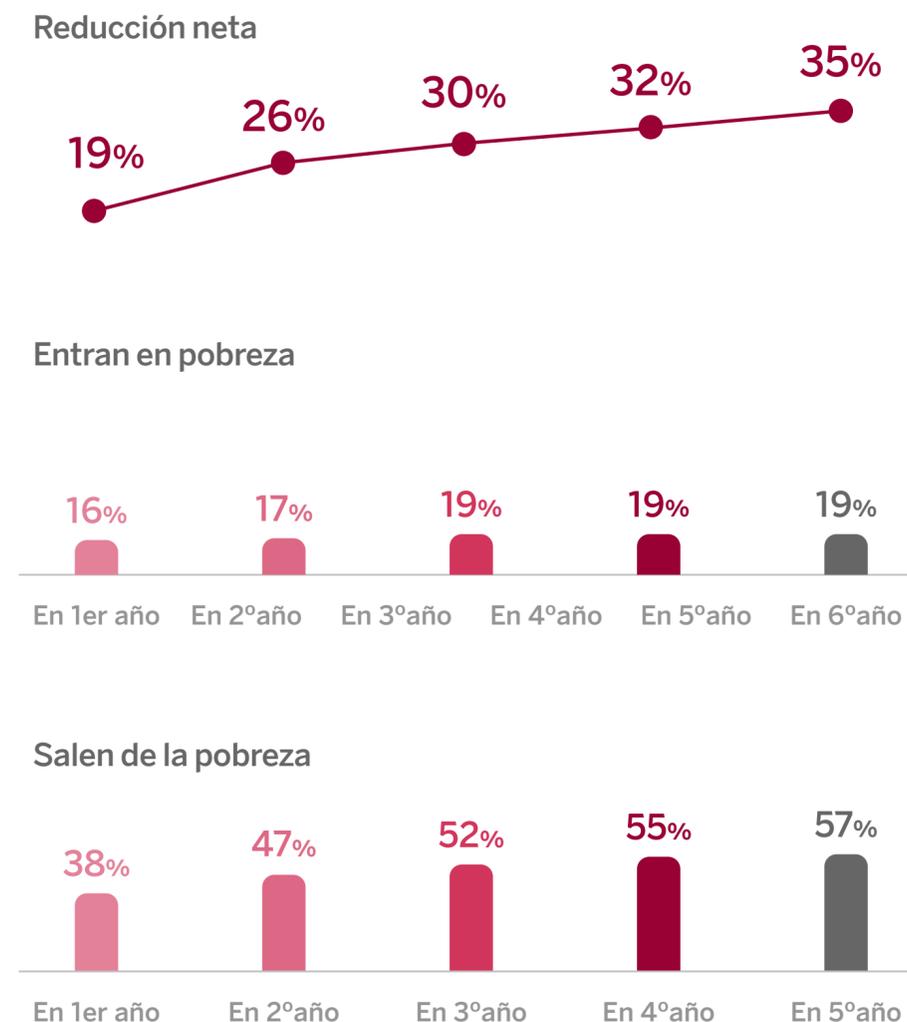
G 21. Emprendedores que han tenido al menos una renovación. Se compara su información financiera con la inmediatamente anterior. Se realiza el cálculo de las tasas de crecimiento anual compuesta (tcac) para cada uno de los clientes, excluyéndose los valores extremos del 5% superior y del 1% inferior tratados como outliers. Tasas deflactadas con el IPC mensual. Se muestra el promedio anual de las series en 2022 y 2023.

G 22. Se muestran los emprendedores vigentes a cierre de año que han renovado un crédito a lo largo de 2023.

Salida de la pobreza: Emprendedores en la pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como extremadamente pobres o pobres) que han generado rentas por encima de la Línea de Pobreza. **Entrada en la pobreza:** Emprendedores no pobres al inicio de su relación con la entidad (clasificados como vulnerables u otros), que han generado rentas por debajo de la Línea de Pobreza. **Reducción neta:** Salida de la pobreza - Entrada en la pobreza.

22 Reducción del segmento de pobreza

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2023

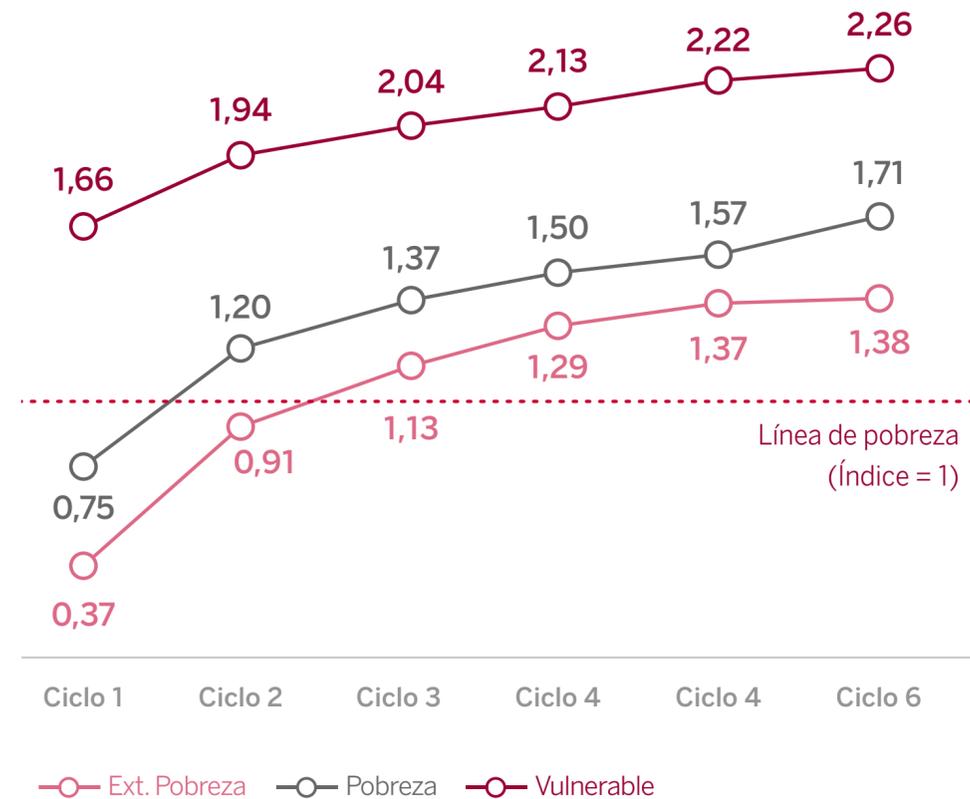


En efecto, la salida de pobreza requiere un tiempo y los números constatan que tras dos ciclos de crédito, los emprendedores clasificados como pobres, han superado la pobreza, mientras que los extremadamente pobres necesitan al menos tres créditos para superarla.

Dado que las relaciones a largo plazo promueven un desempeño positivo resulta clave seguir acompañando a los emprendedores en el tiempo para acompañar al cliente en su crecimiento e impulsar su negocio.

23 Renta relativa a la línea de pobreza, por cada ciclo de crédito

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2023



G 23. Se muestran los clientes atendidos durante 2023 con crédito individual –clasificados según su situación inicial en el primer crédito– se exhibe el excedente per cápita en cada ciclo de crédito y en relación a la Línea de Pobreza oficial del país según el año de desembolso. La renta relativa toma valor 1 cuando es igual a La Línea de Pobreza.



No obstante, no sólo es importante aumentar los ingresos, sino que este desempeño sea sostenido en el tiempo. Así, la inestabilidad de los ingresos, una característica determinante para estos segmentos, provoca que una persona pueda entrar y salir de la pobreza en más de una ocasión.

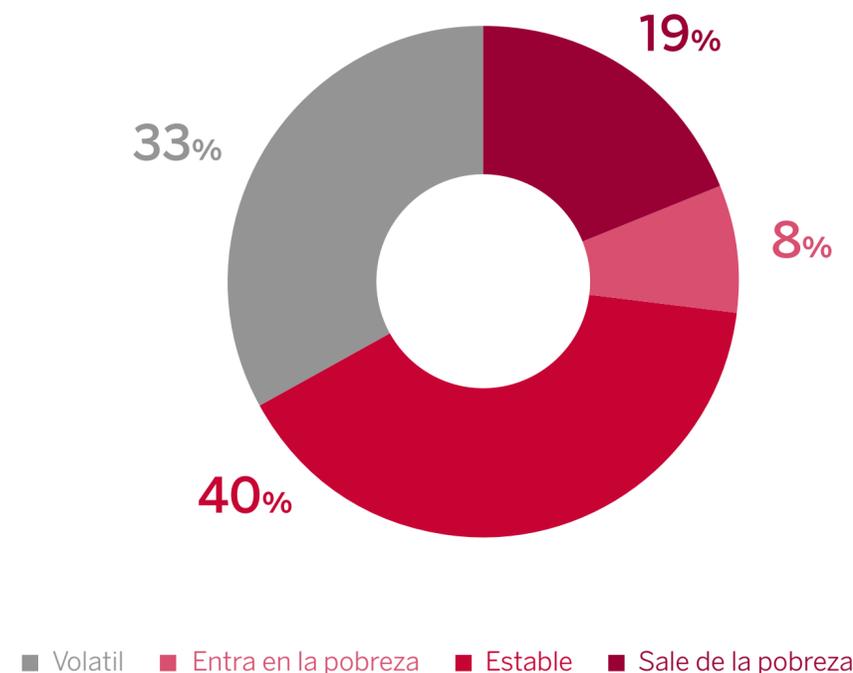
De esta manera, muchos de los emprendedores abandonan su situación de pobreza.

Para los clientes que han tenido al menos cinco créditos un 33% son volátiles, es decir, cruzan la línea de pobreza al menos dos veces. Los vaivenes de ingresos son más acusados cuanto peor es la situación de partida: un 37% de los que parten de una situación de pobreza tiene ingresos volátiles, frente a un 29% de los emprendedores que parten de mayores ingresos (*no-pobres*).

El entorno también condiciona la volatilidad de los más vulnerables: las personas de los entornos rurales presentan mayor inestabilidad.

24 Inestabilidad de ingresos

Emprendedores con más de cinco años de antigüedad



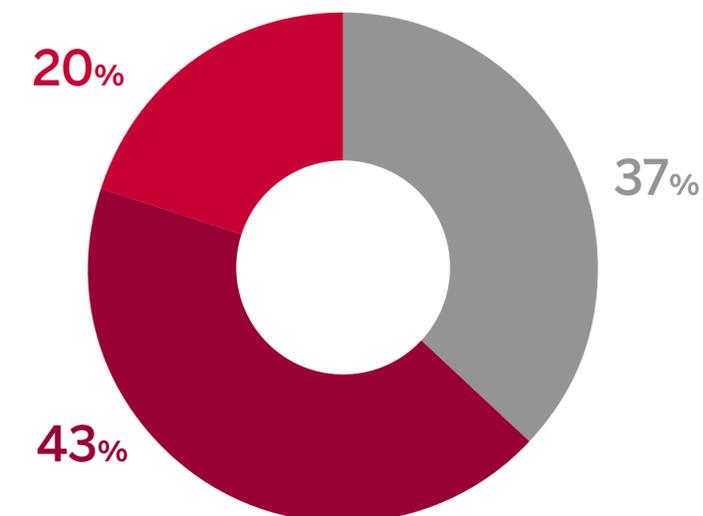
G 24. Muestra de clientes atendidos desde 2011 hasta 31.12.2023 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se analiza el número de veces que un cliente cruza la línea de pobreza (LP). **Volátil:** Cliente cuyos excedentes por cada miembro del hogar cruzan más de una vez la LP. **Sale de la pobreza:** Cliente pobre al inicio cuyos excedentes crecen por encima de la LP (y no se observa que vuelvan a disminuir). **Entra en la pobreza:** Cliente no-pobre al inicio cuyos excedentes caen por debajo de la LP (y no se observa que vuelvan a aumentar). **Estable:** Clientes que se mantienen en su situación de pobres (o no pobres) a lo largo de los cinco desembolsos.

G 25. Se presenta la volatilidad para dos segmentos: inicialmente pobres vs. no pobres.

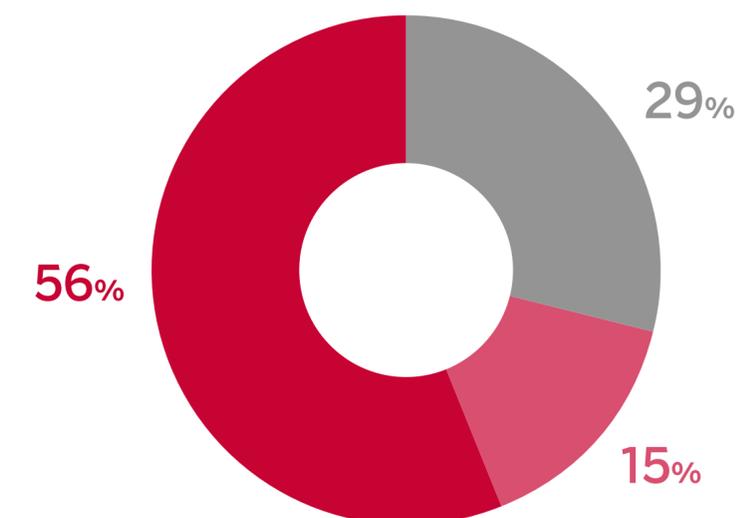
25 Inestabilidad, por segmentos de vulnerabilidad

Emprendedores con más de cinco años de antigüedad

En pobreza, inicialmente



No pobres, inicialmente



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

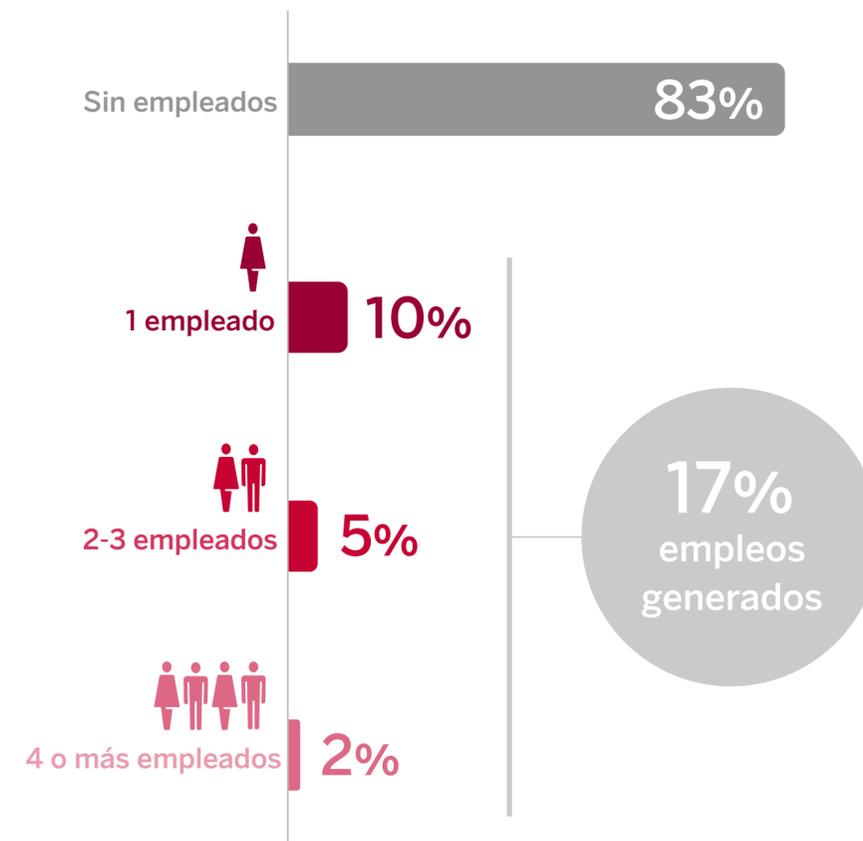
Comunidad, generando empleo

El principal motivo para emprender es la voluntad de ganarse la vida ante la falta de trabajo o precariedad del mercado laboral. Esto explica porque la mayoría son auto-empleados (83%) y que a medida que crecen, tienen capacidad de contratar a personas. En total, los emprendedores con crédito vigente contratan a través de sus negocios a 73.836 personas.

La generación de empleo crece a medida que se consolida la relación con la entidad. Así, al cabo de dos años de relación con esta, un 4% de los emprendedores genera, al menos, un nuevo puesto de trabajo (8% en 2019, antes de la pandemia). El contratar personas o tener que prescindir de ellas ha sido una estrategia adoptada por los emprendedores ante las dificultades que se encuentran. La lenta recuperación de este indicador es reflejo de ese impacto más profundo en la gestión financiera de los negocios.

26 Fuente de empleo

Total emprendedores de crédito (%)



G. 26. Considera el número de empleados del negocio de los clientes vigentes a 31.12.2023. No se realizan imputaciones de missing.

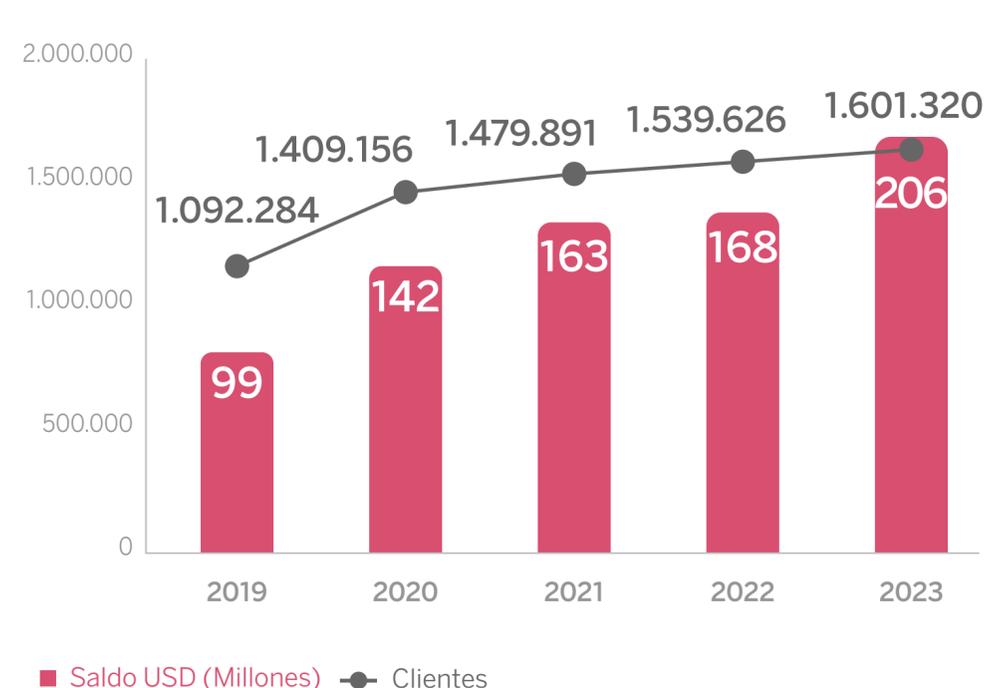
Ahorro

Bancamía atiende con productos de ahorro a más de 1,6 millones de clientes, pero sólo un 5% son *ahorradores* (cuentan con un depósito a plazo u otro sistema de ahorro) y un 21% son *transaccionales* (apenas tienen saldo, sin embargo, usan la cuenta para realizar pagos y cobros).

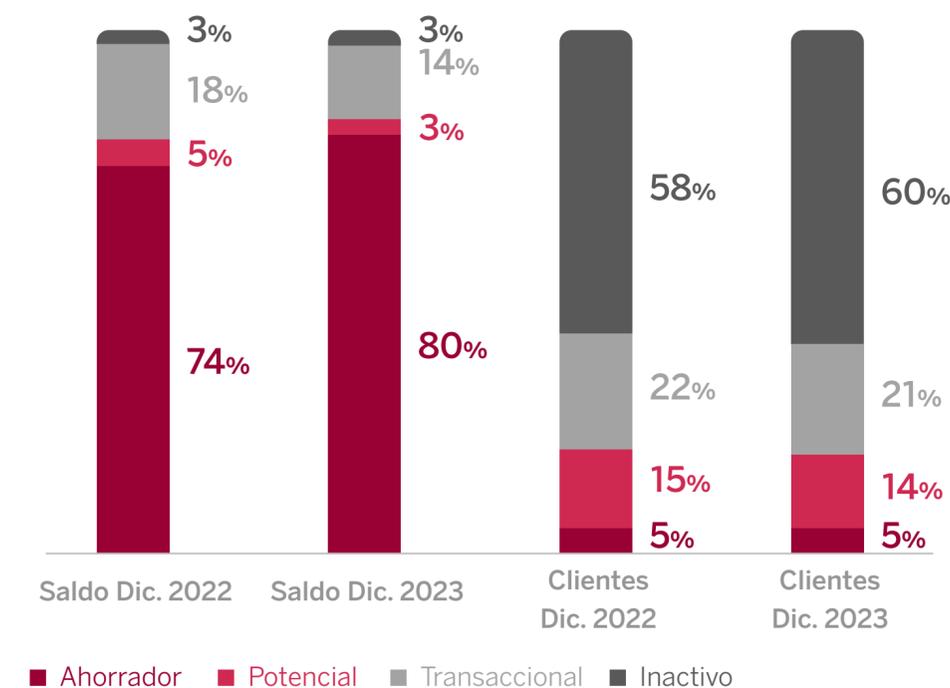
Si bien es cierto que el saldo de los clientes ahorradores aumenta (80% del saldo total de cartera, cuando en 2022 era un 74% del total), también podemos apreciar un aumento de clientes inactivos 60% (antes 58%), lo cual nos da indicios que existe una menor salud financiera entre los clientes y cada vez tienen menor interacción con los productos de ahorro.

27 Clientes con cuentas de ahorro y depósitos

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



28 Segmentos de clientes ahorradores

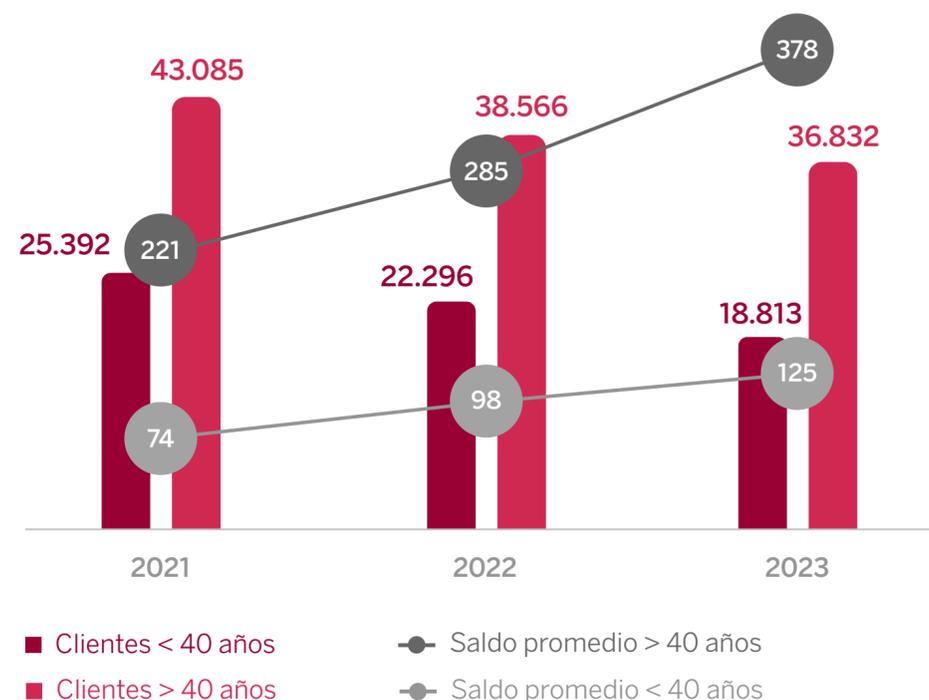


G 27. Todos los estudios de esta sección excluyen clientes institucionales. El saldo es el balance a cierre de cada año; aplica a toda la sección.

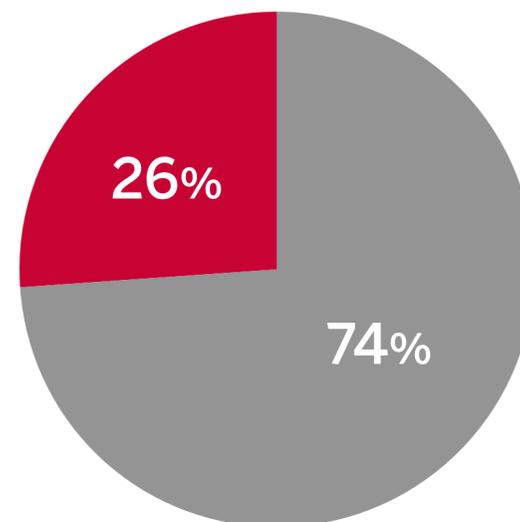
G 28. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas. **Ahorrador**: cliente con productos de ahorro especializados (no incluye cuentas transaccionales); **Potencial**: cliente con productos de ahorro transaccionales y mayor vinculación con la entidad; **Transaccional**: cliente con producto de ahorro transaccional y baja vinculación con la entidad; **Inactivo**: resto de clientes.

29 Perfil ahorrador, por tramo de edad

Saldos (promedio del año en USD) y número de clientes



30 Ahorrador y emprendedor



En el segmento *ahorrador*, se observa que a más edad mayor probabilidad de obtener saldos con importes mayores a 500 USD. Los clientes que tienen saldos importantes tienen 40 años o más, siendo este tramo el 66% del total de clientes y representan el 84% del total del saldo del segmento. Además, el 74% de los clientes de este segmento son emprendedores (han tenido un crédito) y la suma de sus saldos representan solo el 13% del total del saldo en este segmento. En efecto, resulta sumamente difícil ahorrar en un banco formal y la mayoría de éstos (el 93%) tiene un saldo menor a 25 USD en Dic 2023.

En general, los emprendedores *ahorradores* tienden a encontrarse en zona urbana (60%) posiblemente por la facilidad de acceder al ahorro (banco más cerca) y/o por contar con mayor nivel educativo y confianza en el sistema financiero. El saldo promedio de ahorro de un cliente urbano es 2,3 veces que aquel emprendedor rural, y ha tenido una variación positiva con respecto al 2022 del 38%.

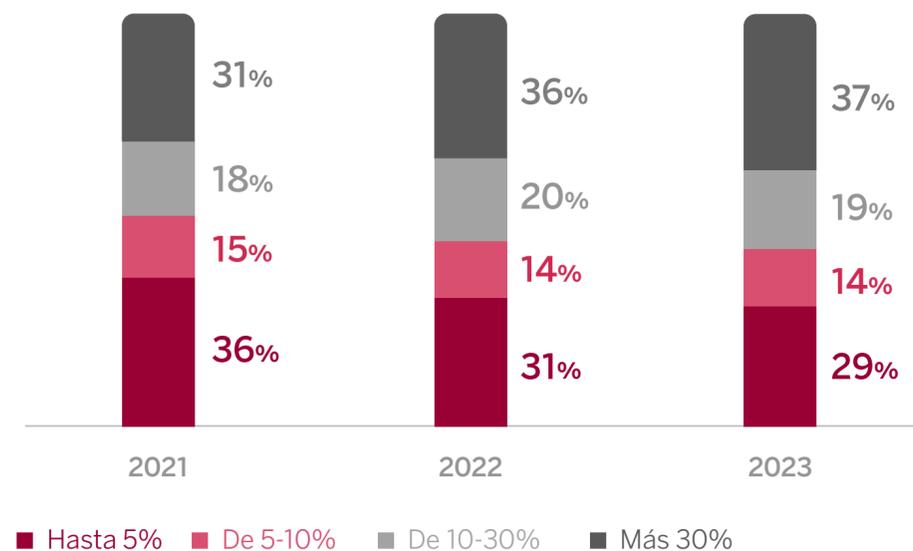
De hecho, observamos que la mayoría (el 81%) de éstos emprendedores ahorradores destinan menos de 30% de su renta al ahorro formal. y la mayoría de ellos cuentan con saldos menores a 25 USD.

G 29. Cliente y saldo de ahorro en cada una de las fechas.

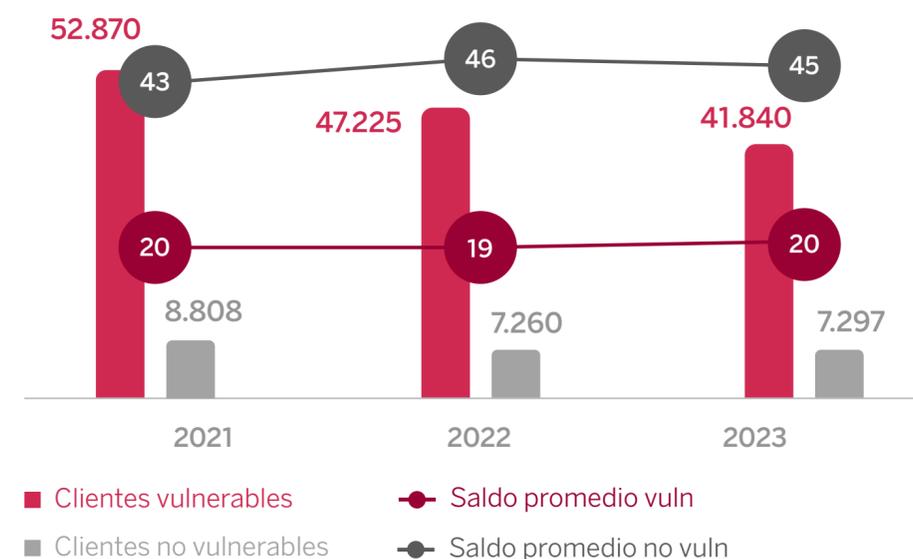
Esta carencia de monto ahorrado ha aumentado con el tiempo, aumentando la proporción de aquellos que no pueden destinar parte de su renta al ahorro formal, lo cual refleja el deterioro de la salud financiera de nuestros emprendedores en la entidad. Esto está relacionado con el nivel de vulnerabilidad de los emprendedores. Así, el saldo promedio de clientes no vulnerables es de 45USD en el 2023, muy por encima del saldo promedio de los vulnerables 20 USD.

Parte de la misión de Bancamía consiste en mejorar la salud financiera del hogar (no sólo del emprendedor, según lo visto anteriormente). Esto requiere invertir tanto en las herramientas que se les ofrecen como en ampliar sus conocimientos financieros, de allí la gran apuesta en digitalización como herramienta para acceder a herramientas financieras a bajo costo, así como las encuestas de salud financiera para entender mejor cuál es el estado de los hogares en esta materia e identificar así sus necesidades (ver [Salud financiera, el desafío de acumular capital](#)).

31 Esfuerzo de emprendedores-ahorradores, por segmentos



32 Saldo promedio de ahorro de emprendedores, por segmentos



G.31. Cliente ahorrador, con saldo en cada una de las fechas. El esfuerzo que realizan los clientes para realizar el ahorro lo hemos obtenido dividiendo su renta per cápita vs el saldo del ahorro

G.32. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas. La vulnerabilidad económica se calcula en función de la última observación del emprendedor.



Nuestra visión de sostenibilidad

En Bancamía estamos comprometidos con el desarrollo económico sostenible e inclusivo. La gestión de los aspectos de la sostenibilidad constituye una de nuestras prioridades, y para ello contamos con un marco de indicadores ASG (o ESG) a partir del cual se desarrolla el plan estratégico.

Este modelo está centrado en los emprendedores con los que trabaja la entidad, quienes son la esencia de nuestro propósito, y aborda la dimensión social, medioambiental y de gobierno, recogiendo entre sus principios las líneas estratégicas del Grupo FMBBVA.

La visión de sostenibilidad está basada en servir a poblaciones desatendidas en situaciones de vulnerabilidad y excluidas de sistemas básicos como el financiero. Con esta visión, se les intenta dotar de herramientas financieras y no-financieras con tal de mejorar su situación de una forma transversal, sostenida en el tiempo y reconociendo la complejidad de su entorno y los obstáculos a los que se enfrentan.

Este objetivo incluye la protección y reparación del entorno natural más allá de la mitigación de los efectos de la crisis climática y abarca a todos nuestros grupos de interés (emprendedores, empleados, proveedores). Nuestro compromiso se sella con un sólido cuerpo de gobierno en todas nuestras instituciones.

Es por tanto el marco para diseñar las iniciativas que permitirán reducir las diferencias de ingresos, las múltiples brechas sociales y, sobre todo, poner a disposición de las poblaciones vulnerables herramientas para mejorar su resiliencia financiera a medio plazo de cara a potenciar su desarrollo. Todo ello, cuidando los recursos, los colaboradores y el buen gobierno.

NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS PILARES ESG



1. Abarca el bienestar multidimensional: vivienda, salud, educación y empleo; e intangible, e.g., bienestar social.
 2. En dimensiones de economía, salud, educación y vivienda.

Nuestro modelo ESG

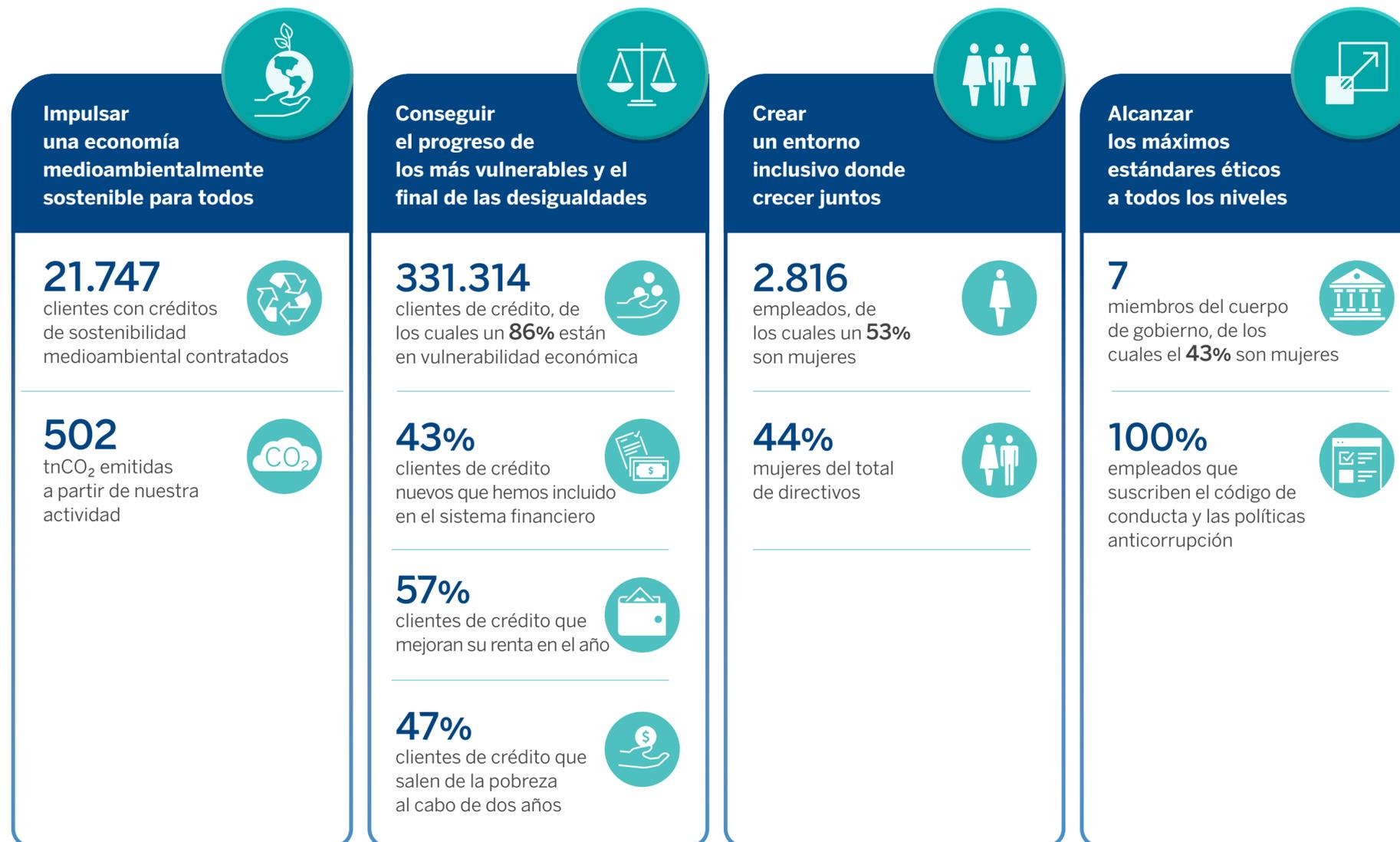
El modelo ESG refleja los retos a resolver de una forma integral y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030. Es decir, reconociendo las múltiples dimensiones a las que se enfrentan los emprendedores y cómo éstos están apoyados por una sólida red de colaboradores con una robusta gestión de recursos que respetan el medioambiente.

La dimensión social es doble: por un lado, se asegura el desarrollo sostenible de los emprendedores y por otro, se busca la satisfacción de los empleados.

Entre los factores sociales, Bancamía no sólo aspira a mitigar los factores de exclusión financiera y social, sino, en positivo, se hace un seguimiento del desempeño de los emprendedores que sirve – en su negocio, salud financiera y bienestar.

Se trata de reducir sus brechas de ingresos, de vivienda, de educación y salud para mejorar su resiliencia y, con ello, sus probabilidades de salir adelante de una forma sostenida. Incluye por tanto, la resiliencia de los más vulnerables al cambio climático, el mejorar su interacción con el medio ambiente y sus condiciones de vida.

LOS PRINCIPALES INDICADORES ESG SON:



El alcance social se refiere también a los impactos en los empleados, las condiciones para su inclusión laboral y la implementación de prácticas y estándares de trabajo seguros y generadores de bienestar.

Los factores ambientales comprenden medidas para proteger y minimizar el impacto en el entorno y los esfuerzos por conservar los recursos. Algunos ejemplos son la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, el cumplimiento de las regulaciones gubernamentales sobre contaminación, la conservación y manejo de los recursos a través de la gestión del agua y los residuos, además de las prácticas de ahorro de energía.

Más allá de la mitigación de los riesgos ambientales, es necesario anticiparse a ellos, especialmente los relacionados con el cambio climático que ponen en riesgo a las poblaciones que viven en condiciones precarias. Partiendo de la medición de vulnerabilidad climática por zonas (mapas climáticos) el objetivo es establecer un índice de vulnerabilidad climática común a todos los países.

El modelo de gobernanza de Bancamía apuesta por el largo plazo, con altos estándares éticos, y que alinea los intereses de todos los grupos de interés involucrados, con tal de impulsar su misión fundacional: impulsar el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas en situación de vulnerabilidad.

Así mismo, la incorporación del modelo ESG en nuestras entidades debe alinearse a los estándares y regulación en materia de sostenibilidad, entendiendo la diversidad y diferentes estados de maduración en esta materia, para lograr un mayor impacto en las comunidades y satisfacer las expectativas de los grupos de interés. En particular, está alineada con los estándares GRI, SASB y TCFD.



Indicadores ESG 2023 | Bancamía



MEDIOAMBIENTALES

	Medidas	2022	2023	Grupo FMBBVA 2023
Acceso a mecanismos de protección y adaptación ante los efectos del cambio climático (GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3)				
Seguros ambientales	Nº de clientes que han contratado un producto en el año	19.426	20.641	157.093
Financiación para la adaptación	Nº total de clientes	1.602	1.174	3.361
Apoyo a una mayor sostenibilidad medioambiental en los negocios de nuestros emprendedores (GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3)				
Financiación para la mitigación	Nº total de clientes	408	447	449
Otros fines de sostenibilidad	Nº total de clientes	204	218	10.724
Financiación para potenciar la economía circular	Nº total de clientes	5.724	5.519	7.532
Gestión eficiente y sostenible de los activos naturales				
Energía consumida	Kwh	3.800.000	2.171.805	7.027.818
Agua consumida	m ³	21.800	24.122	154.731
Papel	Kilos	62.600	59.900	184.853
Reducción de nuestra huella de carbono				
Emisiones generadas	TnCo ²	1.063	502	3.296
	TnCo ² / empleados	0,3	0,2	0,414
Alcance 1	TnCo ²	9	12	434
Alcance 2	TnCo ²	878	332	2.171
Market-based	TnCo ²	878	332	2.171
Location-based	TnCo ²	878	332	2.171
Alcance 3	TnCo ²	177	158	692
Viajes de negocio	TnCo ²	177	158	692

Indicadores ESG 2023 | Bancamía



SOCIALES - CLIENTES

	Medidas	2022	2023	Grupo FMBBVA 2023
Foco en personas pobres, vulnerables, excluidas y con carencias multidimensionales				
Clientes totales	Nº total de clientes	1.574.824	1.625.761	2.972.417
Clientes con crédito	Nº total de clientes con créditos previos	354.141	331.314	930.668
Pobres económicamente	% del total de clientes	35%	32%	27,6%
Vulnerables económicamente	% del total de clientes	87%	85,5%	79,2%
Mujeres	% del total de clientes	53%	56%	61%
Rurales	% del total de clientes	43%	43%	34%
Con niveles de educación bajos	% del total de clientes	38%	36%	30%
Migrantes o desplazados	Nº total de clientes	7.313	8.367	17.951
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes	11%	9%	11%
Clientes nuevos				
Clientes de crédito nuevos	Nº total de clientes con créditos nuevos	102.876	73.793	280.010
Vulnerabilidad	% del total de clientes nuevos	90%	88,7%	81,4%
Rural	% del total de clientes nuevos	42,2%	37,8%	34,3%
RURAL	% del total de clientes nuevos	40%	41%	31%
Ed.Primaria a lo sumo	% del total de clientes nuevos	18%	23%	24%
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes nuevos	10%	8%	10%
Impulso en el desarrollo de negocio de nuestros emprendedores				
Clientes que salen de la pobreza	% del total de clientes pobres económicamente	44%	47%	47%
Clientes que mejoran la renta	% del total de clientes	53%	57%	55%
Clientes con 3 o + ciclos de crédito	% del total de clientes	47%	49%	56%
Fortalecimiento de su salud financiera				
Bancarizados (por 1ª vez en sist.financiero)	% del total de clientes nuevos	40%	43%	38%
Clientes con productos de depósitos	Nº total de clientes	1.539.752	1.601.438	2.750.965
Clientes con productos netamente de ahorro	Nº total de clientes	82.074	75.996	147.355
Personas que recibieron acciones formativas	Nº de personas (clientes + no clientes)	457.045	347.779	662.555
Clientes con 3 o más productos	Nº total de clientes	18%	17%	16,60%
Personas con seguros de vida	Clientes vigentes	205.797	182.966	357.699

Indicadores ESG 2023 | Bancamía



SOCIALES - CLIENTES (continuación)

	Medidas	2022	2023	Grupo FMBBVA 2023
Incremento del bienestar de nuestros clientes y sus familias				
Clientes con prod. de vivienda	Nº total de clientes	938	468	26.358
Clientes con prod. de saneamiento	Nº total de clientes			10.287
Clientes con créditos educativos	Nº total de clientes	7	2	6.050
Personas con cobertura de salud	Nº total de personas con cobertura de salud	198.228	211.736	244.151
Clientes que generan empleo	% del total de clientes	17%	17%	17%
Becas entregadas a hijos de clientes	Nº personas	10	100	106
Contribución al empoderamiento de la mujer para la reducción de la brecha de género				
Mujeres	% del total de clientes	53%	56%	61%
Mujeres nuevas	Nº total de mujeres con créditos nuevos	54.828	40.746	170.555
Mujeres en situación de pobreza	% del total de mujeres con créditos nuevos	48%	43%	41%
Mujeres con productos específicos (crédito y seguros)	% del total de clientes mujeres	44%	43%	44,6%
Capacitación e integración en el mundo digital				
Personas dotadas de acceso a internet por el Grupo FMBBVA	Nº de personas (clientes + no clientes)	139	672	4.399
Usuarios activos en nuestra App y/o oficina virtual	Nº de usuarios que hacen uso de las plataformas digitales del banco	176.440	121.101	291.872
Usuarios digitales acumulados		374.261	446.929	845.044
Personas formadas en habilidades digitales	Nº de personas (clientes + no clientes)	1.293	2.424	81.664
Otros KPIs				
Políticas y prácticas relacionadas con la privacidad y la seguridad de la información	[Cualitativa]	Para velar por la privacidad y la protección de los datos personales, la entidad ha adoptado una política de protección de datos alineado con las previsiones establecidas en la normativa aplicable		Para velar por la privacidad y la protección de los datos personales, la Fundación ha adoptado un marco corporativo alineado con las previsiones establecidas en la normativa aplicable, así como con las mejores prácticas y los estándares internacionales, tomando como referencia las recomendaciones y criterios de los organismos europeos

Indicadores ESG 2023 | Bancamía



SOCIALES - EMPLEADOS

Medidas		2022	2023
Respeto por la diversidad, equidad e inclusión			
Empleados		3.072	2.816
Mujeres	% del total de FTEs	51%	53%
Edad			
< 30 años	% del total de FTEs	27%	25%
Entre 30 y 50 años	% del total de FTEs	70%	71%
> 50 años	% del total de FTEs	3,0%	4,0%
Nacionalidades	Nº de nacionalidades	4	2
Nivel en la organización			
Directivos	% del total de FTEs	0,00%	0,30%
Mujeres directivas	% del total de FTEs directivos	38%	44%
No directivos	% del total de FTEs	100%	99,70%
Mujeres no directivas	% del total de FTEs no directivos	51%	53%
Mejora constante del bienestar y satisfacción de nuestros empleados			
Beneficios Sociales (gasto)	Gasto destinado a beneficios de empleados y sus familias	1,25%	1,07%

Libertad de asociación y representación El derecho de asociación sindical esta consagrado en la Constitución Nacional, y por ende goza de la especial protección del Estado. En Bancamía respetamos y garantizamos el derecho de asociación sindical, de tal forma que tenemos suscrita una Convención Colectiva con vigencia 2023-2025 con algunas de las Organizaciones Sindicales existentes al interior de la entidad

Gestión de riesgos salud y seguridad laboral Bancamía S.A da cumplimiento a la normatividad vigente que reglamenta el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, con el fin de implementarlo y ejecutarlo en todos los sitios de trabajo del Banco, da cumplimiento a los estándares mínimos establecidos por la resolución 0312 de 2019 con un porcentaje de implementación superior al 90% de acuerdo al último proceso de auditoría, el alcance del SG-SST se hace extensivo a colaboradores, practicantes universitarios, aprendices, terceros que desarrollan labores en instalaciones propias o en misión y contratistas. Son involucrados desde cada uno de sus roles a través de la definición de responsabilidades frente al SG-SST incluidas en los procesos de inducción y reinducción, capacitación en riesgos prioritarios y desarrollo de programas orientados a la prevención de lesiones y accidentes de trabajo, además de monitorear periódicamente las condiciones de salud a través de la realización de exámenes médicos ocupacionales y la gestión de los auto reportes de condiciones de salud

Indicadores ESG 2023 | Bancamía



GOBIERNO

		Medidas	2022	2023
Propósito de un cuerpo de gobierno independiente, equitativo y diverso				
Composición del Cuerpo de Gobierno	Nº total de miembros		7	7
	% de mujeres		43%	43%
	% consejeros independientes		86%	86%
	Edad (por rango)			
	<50 años		0%	0%
	Entre 50 y 60 años		29%	29%
	>60 años		71%	71%
	Nº medio de años en el Consejo		7	8
	Nº total nacionalidades		3	3
Competencias y experiencia del Cuerpo de gobierno	Administración y alta dirección		100%	100%
	Finanzas y riesgos		86%	86%
	Sector microfinanciero		100%	100%
	Gestión del talento		43%	43%
	Tecnología y Procesos		29%	29%
	Desarrollo		29%	29%
Compromiso de tiempo y dedicación	% de asistencia a órganos de gobierno		99%	96%
Políticas de remuneración	USD por asistencia a Patronatos / Consejo		600	600
	USD por asistencia Comités		300	300
Independencia de Comités	% Comités presididos por independientes		100%	100%
Separación de poderes	[Cualitativa]	La presidencia del consejo de administración y la presidencia de la entidad no recaen sobre la misma persona, delimitándose claramente las competencias de cada uno de ellos para asegurar la adecuada toma de decisiones		
Autoevaluación	% cumplimiento del plan de actuación de Consejeros		100%	100%

Indicadores ESG 2023 | Bancamía



GOBIERNO (continuación)

	Medidas	2022	2023
Compromiso con los estándares de ética y cumplimiento			
Código de conducta	[Cualitativa]	El Grupo FMBBVA cuenta con un código de conducta que establece, los lineamientos de comportamiento de sus integrantes para ajustarlos a los valores del grupo	
	% de empleados que han aceptado el código de conducta	100%	100%
Políticas Anticorrupción	[Cualitativa]	El Grupo FMBBVA cuenta con políticas anticorrupción, para combatir cualquier forma de esta,	
Existencia de un Canal activo de denuncias sobre el CdC	[Cualitativa]	El Canal de Actitud Responsable está disponible para que cualquier persona acceda a él para comunicar o consultar situaciones que puedan ir en contra del Código de Conducta dentro de las actividades desarrolladas por las entidades que forman parte del Grupo FMBBVA. Los dos principios que rigen el Canal son el de Confidencialidad de la información y protección al informante que actúa de buena fe	
Reconocido el respeto a los Derechos Humanos en el Código de Conducta del Grupo y de la entidad	[Cualitativa]	El respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos fundamentales constituye un elemento esencial de la conducta del Grupo FMBBVA. El Grupo FMBBVA, promueve la aplicación y el respeto a los derechos humanos, conforme a los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y de otros convenios y tratados de organismos internacionales que promueven los Derechos Humanos	