BANCA & DESARROLLO

JULIO - SEPTIEMBRE
2022

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN PARA FOMENTAR LA INCLUSIÓN FINANCIERA Y SOCIAL

ALIDE

Comunidad de la Banca de Desarrollo de América Latina y el Caribe

Carta del **presidente**

En su edición más reciente del informe «Perspectivas económicas mundiales», el Banco Mundial espera que el crecimiento mundial se desacelere notablemente, del 5,7% en 2021 al 2,9% en 2022 y al 3% en 2023-2024. Estas perspectivas se derivan de distintos factores de riesgo, como la intensificación de las tensiones geopolíticas, la estanflación, la creciente inestabilidad financiera, las continuas presiones sobre las cadenas de suministros y el deterioro de la seguridad alimentaria. Estos riesgos generan atención en la importancia de implementar una respuesta basada en políticas y acciones contundentes a nivel mundial.

Para América Latina y el Caribe (ALC) pronostica, asimismo, que el crecimiento podría desacelerarse al 2,5% en 2022 y al 1,9% en 2023. Esta desaceleración regional reflejaría el endurecimiento de la situación financiera, el debilitamiento del crecimiento de la demanda externa, la rápida inflación y la gran incertidumbre en materia de políticas en algunos países.

A nivel global vemos que la disyuntiva entre crecimiento económico e inflación se ha originado por la alternativa de sacrificar el crecimiento económico y enfocarse en controlar la inflación. Esto tendrá efectos negativos en los países latinoamericanos y creará escenarios más complicados cuando todavía vienen enfrentando las secuelas de la COVID-19. Entonces, nuestras instituciones financieras de desarrollo deben prestar atención, en el corto plazo, a contrarrestar el ciclo económico que se está dirigiendo hacia una desaceleración o recesión; y en el mediano y largo plazo, a la transformación productiva donde la sustentabilidad económica y la innovación se han convertido en algunos de los temas centrales en el ámbito de su actuación.

Desde esta perspectiva, como se señaló en nuestra reciente reunión de Economista Jefes de Bancos de Desarrollo de América Latina y el Caribe, se precisa de una mayor disponibilidad de recursos para apoyar a los diferentes sectores, así como modernizar e innovar los instrumentos financieros para poder orientar, con mayor fuerza, recursos hacia actividades sostenibles y para promover la inclusión financiera, el empoderamiento femenino, las energías renovables, la seguridad alimentaria y la descarbonización de la economía, entre otros.

Con este propósito, es importante que los bancos de desarrollo sean capaces de respaldar al sector privado y movilizar financiación e inversión privada, así como apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas por su importancia en el tejido empresarial y social.

Como Banca de Desarrollo necesitamos tener una visión regional en común y trabajar de manera integrada con los distintos sectores e intermediarios financieros. Lo mismo es válido a nivel global donde, precisamente en la próxima Finance in Common Summit a realizarse del 18 al 20 de octubre en Abidjan, Costa de Marfil, la comunidad de Banca de Desarrollo del mundo —nacionales y regionales—, por tercer año consecutivo, buscarán fortalecer su alianza y reforzar sus compromisos en apoyo a las acciones comunes para el cambio climático y el desarrollo sostenible. El tema será «Transición verde y justa para una recuperación sostenible» y brindará la oportunidad de resaltar el papel clave de los BPD para apoyar la transformación de las economías y los sistemas financieros hacia la sostenibilidad, al tiempo que abordará las necesidades más apremiantes de los países en desarrollo y grupos vulnerables.

ALIDE y un grupo de bancos de desarrollo de la región tendremos una presencia importante en la reunión llevando conocimiento, experiencias y la visión latinoamericana en materia de financiamiento para el desarrollo, y también mostraremos las oportunidades que presenta la región en un mundo pos COVID-19 y enfocado en el crecimiento sostenible con inclusión social.

Cordialmente,
Carlos Linares
Presidente de ALIDE

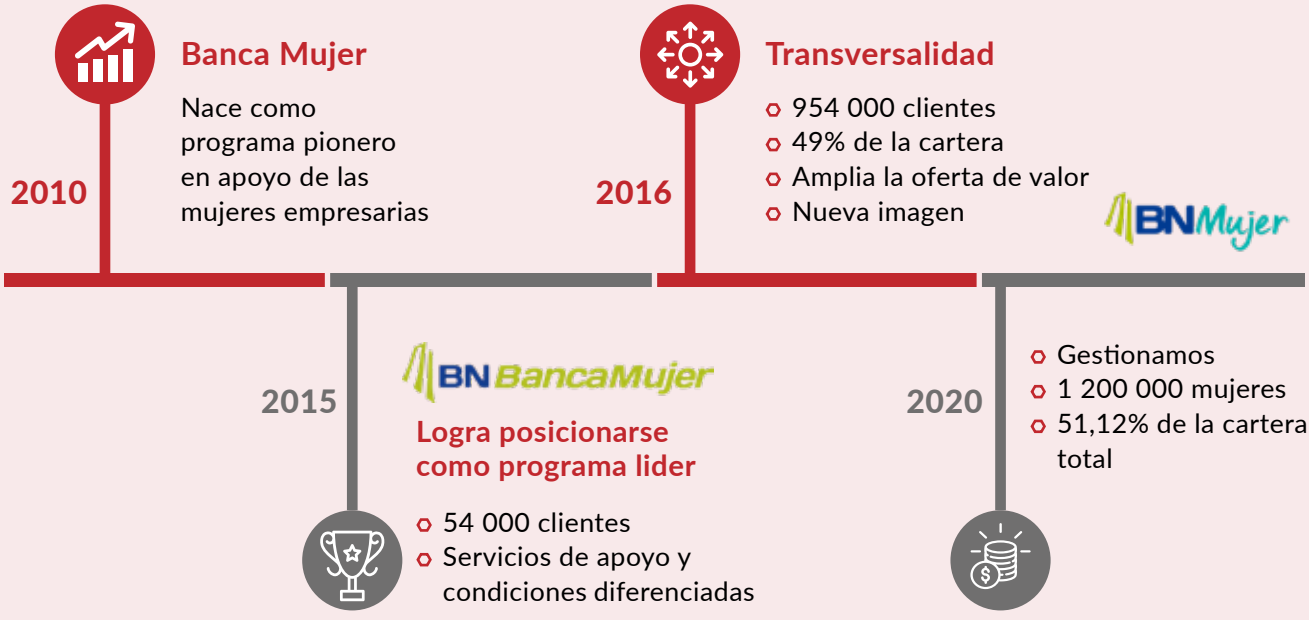
La Revista Banca & Desarrollo es una publicación de la Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo (Paseo de la República 3211, Lima 27, Perú. Apartado Postal: 3988 - Lima 100. Central: +511-203-5520) | **Elaboración**: Programa de Estudios Económicos e Información.
Edición: Unidad de Comunicación Corporativa. **Diagramación y corrección de estilo**: www.digitalworldperu.com |
Correo: comunicaciones@alide.org | **Web**: www.alide.org | Se autoriza la reproducción total o parcial de los artículos siempre que se indique la fuente.
Hecho el depósito legal: 2011-05060. ISSN 1990-2921.

Fuente: ENGIE

Programa Mujeres 360 de BN Mujer, del Banco Nacional de Costa Rica[1]

En Costa Rica, la mayor brecha de género existente se da en participación económica[2], una muestra de ello es la existente brecha en la cartera de créditos y productos bancarios otorgados a mujeres con respecto al resto de la cartera. Ante ello, el Banco Nacional de Costa Rica (BNCR), caracterizado por su compromiso y estrategia en apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas para promover el desarrollo, visualizó por primera vez en el año 2010 la oportunidad de realizar un enfoque de banca dirigido al segmento mujer, a través de su programa Banca Mujer (que con los años se transformó en BN Mujer), dada la cantidad creciente de mujeres económicamente activas y nuevas empresas en manos de mujeres.

El éxito de esta iniciativa, a nivel nacional e internacional, impulsó a que el Banco ampliara su visión hacia la necesidad y el potencial de este mercado emergente, con lo cual BN Mujer se convirtió, para el 2016, en un programa integral y transversal para toda la organización, coincidiendo con la etapa de transformación del Banco con una visión departamental y estratégica centrada en el cliente, contemplando el segmento mujer como transversal a todos los segmentos de clientes, impulsando la independencia económica y el desarrollo de todas las mujeres del país.



> El programa Mujeres 360 brinda herramientas de capacitación, asesoría técnica y formación integral a mujeres que lideran un negocio, permitiéndoles potenciarlo y hacerlo crecer, a la vez que logran crecer profesionalmente y mejorar su calidad de vida.

BN Mujer promueve la educación financiera y una mayor inserción de mujeres en la economía, contribuyendo a disminuir las brechas de equidad de género, impulsando el desarrollo del país, la disminución de la pobreza, la generación de empleo y el acceso a los servicios financieros. Actualmente atiende a más de 1,2 millones de mujeres, representando el 51% de la cartera total de clientes de la institución y el 47% de la población femenina del país.

A enero de 2022 BN Mujer cuenta con una cartera de créditos de ₡1 375 499 675 133,08 (US$ 2060,2 millones) otorgados a mujeres, de la cual 13 926 operaciones activas corresponden a créditos productivos por ₡659 680 458 228 (US$ 988).

El impacto del programa se visualiza en su crecimiento interanual mayor a 50 000 clientes mujeres, con mayores tasas de crecimiento en cantidad de clientes, saldos y hasta 6% mayor en vinculación que el total de la cartera de la institución, logrando en todos los segmentos un incremento en participación de las mujeres con respecto al total, de 2,4% en portafolio de clientes, 4,3% en cartera de captación y 5,6% en créditos durante los últimos 5 años, manteniendo el liderazgo de BNCR como entidad financiera con mayor apoyo hacia las mujeres.

Como parte de los principales esfuerzos de BN Mujer para fortalecer el emprendimiento de las mujeres como la llave para su independencia financiera y bancarización, nace el programa Mujeres 360, el cual brinda herramientas de capacitación, asesoría técnica y formación integral a mujeres que lideran un negocio, permitiéndoles potenciarlo y hacerlo crecer, a la vez que logran crecer profesionalmente y mejorar su calidad de vida.

SOCIOS ESTRATÉGICOS

Para el desarrollo y operación del producto, Mujeres 360 cuenta con una alianza estratégica con tres organizaciones que cumplen un rol de facilitador del proceso, aportando su *expertise* al desarrollo de este programa.

Organización	Acciones
Centro Latinoamericano de Innovación y Emprendimiento (CELIEM)	Asesoría técnica para promover la innovación, el emprendimiento y el desarrollo económico, que busca impactar en el crecimiento positivo de la región mediante la investigación, el análisis, la formulación de políticas, la capacitación y el acompañamiento empresarial.
CIE ULatina	Asesoría técnica para promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de la micro, pequeña y mediana empresa a través de mejoras en la administración empresarial y el fortalecimiento de las competencias de los emprendedores.
Voces Vitales Costa Rica (VVCR)	Identificar, visibilizar e invertir en mujeres líderes para desarrollar su liderazgo. Acompañar a las mujeres para que sean capaces de mejorar su calidad de vida y la de sus familias y que se conviertan en transformadoras en sus comunidades.

PÚBLICO OBJETIVO Y SERVICIOS

El programa Mujeres 360 está dirigido, especialmente, a mujeres empresarias clientes del Banco Nacional de todo el territorio de Costa Rica y de diferentes sectores económicos, que dispongan de un negocio en etapas iniciales o en proceso de crecimiento, con no menos de 6 meses de operación.

Constituye un programa orientado a fortalecer las competencias y capacidades emprendedoras de las participantes, así como mejorar las estructuras empresariales de los emprendimientos que lideran a través de la implementación de tres tipos de servicios:

Fuente: CANVA

Algunos de los logros reportados en este proceso de acompañamiento empresarial fueron: aumento en el número de empleos, aumento en las ventas, generación de nuevos productos, acceso a nuevos mercados, mayor formalización, aumento en la cartera de clientes, creación de e-commerce y sitios web, internacionalización y solicitud de productos bancarios.

- **Asesoría Empresarial:** que se brinda por medio del equipo de asesores empresariales del CIE, todos debidamente certificados como gestores de micro y pequeñas empresas, y cuentan con conocimientos en áreas de servicio al cliente, administración de empresas, gestión financiera y administrativa, mercadeo y ventas e innovación.

- **Asistencias Técnicas Especializadas (AT-E):** que se constituyen en asesorías técnicas que, de conformidad con lo definido en los planes de acompañamiento empresarial, incorporan la participación de asesores asociados al CELIEM en áreas específicas de especialidad; por ejemplo, imagen corporativa, calidad, ciclo de vida del producto, contable, aspectos legales y fiscales, entre otros.

- **Capacitación:** la cual busca fortalecer la formación en competencias emprendedoras de las mujeres participantes y la utilización de herramientas para el fortalecimiento de su gestión empresarial.

IMPACTO Y RESULTADOS

Durante la primera etapa del programa, 300 mujeres accedieron a sesiones de capacitación virtual con profesionales del CELIEM, donde tuvieron la oportunidad de evaluar el estado del emprendimiento, la propuesta de valor, su estrategia de mercadeo y recibir consejos para afinar y fortalecer su modelo de negocio[3] .

De las 300 mujeres se eligieron a las 50 más destacadas, que se beneficiaron con 3 meses de asesoría y capacitación personalizada, según las necesidades específicas de su negocio, con el acompañamiento de profesionales del CELIEM.

Finalmente, se realizó un evento de *networking* para el cierre del programa al cual asistieron 80 empresarias, quienes tuvieron la oportunidad de conectar y construir una red de contactos con el fin de dar a conocer su empresa y hacer negocios con otras mujeres que lideran una pyme.

A cada una de las asistentes se le realizó una evaluación final de su empresa. Algunos de los logros reportados en

BENEFICIOS RECIBIDOS

DIAGNÓSTICO y PLAN DE ACCIÓN, según las necesidades de su negocio

ASESORÍA INDIVIDUAL de consultores especializados.

CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN para fortalecer habilidades de liderazgo.

ENCUENTRO DE MUJERES Empresarias (networking)

ENTREGA DE CERTIFICADO de participación y reconocimiento a las más destacadas

Fuente: CANVA

este proceso de acompañamiento empresarial fueron: aumento en el número de empleos, aumento en las ventas, generación de nuevos productos, acceso a nuevos mercados, mayor formalización, aumento en la cartera de clientes, creación de *e-commerce* y sitios web, internacionalización y solicitud de productos bancarios.

Se logró atender a 50 empresas, generando 27 nuevos empleos, 291 empleos retenidos o conservados, 1 064 nuevos clientes y un aumento del 27,5 % en las ventas con respecto a 2020, y que 2 empresarias empezaran a vender en mercados internacionales.

LECCIONES APRENDIDAS

- Los programas dirigidos a promover la equidad de género son sensibles, ya que pueden estimular susceptibilidades e interpretaciones erróneas o contraproducentes si su abordaje no se da de manera correcta, por lo cual se consideró indispensable recibir asesoría de expertos de organizaciones nacionales e internacionales especializadas en temas de género, como la Alianza Financiera para la Mujer, la Asociación Empresarial para el Desarrollo, ONU Mujeres y Efecto Boomerang, con el objetivo de lograr un abordaje adecuado a través de la comunicación asertiva que genere conciencia entre todos los individuos de la sociedad, y promueva la inclusión de las mujeres en la economía.

- Es primordial que el abordaje de las empresas sea integral y acorde a las necesidades de cada empresa para que tenga un impacto en indicadores clave del negocio, así como el desarrollo de actividades dirigidas a formar una *network*. Esto último es fundamental para que las mujeres empresarias puedan conocerse, apoyarse entre sí, generar alianzas e intercambiar la compra y venta de productos.

A enero de 2022 BN Mujer cuenta con una cartera de créditos de **₡ 1 375 499 675 133,08 (US$ 2 060,2 millones)** otorgados a mujeres, de la cual **13 926** operaciones activas corresponden a créditos productivos por **₡ 659 680 458 228 (US$ 988).**

1 Reconocido con el Premio ALIDE de Mejores Prácticas en las Instituciones Financieras de Desarrollo 2022.

2 Según el reporte del Foro Económico Mundial sobre la Brecha de Género Global para 2020, Costa Rica ocupa el puesto 112 de un ranking de 153 en participación económica y oportunidades.

3 Los principales sectores de los emprendimientos participantes fueron: alimentación, servicios profesionales, educación, salud, arte, tecnología, retail y turismo.

Fuente: Revista NEO

Financiamiento a mujeres emprendedoras: emisión de Bonos Sociales de Género en México[1]

Si bien en los últimos años se han producido avances importantes tanto en México como a nivel mundial para cerrar las brechas de género, las mujeres y niñas del país aún se encuentran en una situación de vulnerabilidad o desventaja con relación a sus contrapartes hombres.

En particular, uno de los principales problemas que enfrenta la mujer empresaria es la escasez de opciones de financiamiento adecuadas, lo que deriva en baja productividad y bajo potencial de crecimiento, sobre todo en los niveles micro y de la pequeña empresa. Por otra parte, de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas 2015 (Enaproce), es la falta de colateral, garantía o aval lo que representa la barrera más fuerte para acceder al crédito por parte de los micronegocios y las pequeñas empresas en México, segmentos en los que la mujer tiene participación mayoritaria. Adicionalmente, el no poder comprobar ingresos

Situación general de la inclusión financiera por sexo

Indicador (Población con edad de 15+)	Región					
	México		Promedio de 5 países latinoamericanos cercanos a México en IDH 1/		Promedio de 5 países con Alto IDH	
	Mujer (%)	Hombre (%)	Mujer (%)	Hombre (%)	Mujer (%)	Hombre (%)
Tener cuenta en una institución financiera	33	39	56	67	99	98
Ahorra en una institución financiera	8	12	13	21	59	63
Posee una tarjeta de débito	21	29	42	53	91	90
Posee una tarjeta de crédito	8	11	13	22	57	63
Tuvo un préstamo en una institución financiera	6	6	8	12	19	22
Tiene ahorros para la vejez	12	15	9	16	51	57
Usó el internet para pagar facturas el año pasado	8	13	12	17	61	65

1/ los países latinoamericanos incluidos son: Costa Rica, Panamá, Venezuela, Brasil y Ecuador. Los países con alto índice de desarrollo humano (IDH) incluidos son: Noruega, Suiza, Australia, Irlanda y Alemania.

> Mediante los Bonos Sociales de Género, FIRA logró proveer el flujo de capital necesario para que las mujeres puedan iniciar o incrementar la capacidad de sus proyectos productivos.

representa una gran restricción en las oportunidades de obtener financiamiento del sector financiero formal.

Sin embargo, financiar a las mujeres emprendedoras en México representa una oportunidad de US$ 6,502 millones de dólares (IFC), ya que de los casi 1,2 millones de mipymes de México, unas 340 000 están en manos de mujeres. Muchas de ellas buscan financiamiento y son una oportunidad potencial de negocio.

Como forma de contribuir positivamente en la atención de los distintos problemas sociales del país, Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA)-Banco de México desarrolló un programa específico y con un enfoque diferenciado: los Bonos Sociales de Género (BSG).

Los BSG se distinguen de otros bonos temáticos por estar enfocados en un tema tan marcadamente social y arraigado, como es la desigualdad de género, por lo que, dado el reto que enfrentan las mujeres, particularmente en el sector agroalimentario, y alineándose con su programa y cultura institucional, FIRA da continuidad y relevancia a la estrategia de género contemplando en su programa de mediano plazo el objetivo de fomentar la inclusión financiera y abatir las barreras de acceso a servicios financieros de las y los productores de menor escala, con énfasis en los grupos vulnerables, dentro de los cuales se encuentran las mujeres, a través de este instrumento financiero.

IMPACTO Y RESULTADOS

A marzo de 2022 se han realizado dos emisiones del BSG, una en octubre de 2020 y la segunda en abril de 2021 con una gran aceptación en el mercado. Ambas se colocaron a 3 años; la primera, en un ambiente afectado por la pandemia, por $ 3 000 millones de pesos (unos US$ 150 millones) a una tasa de TIIE [2] + 27 pb con una sobredemanda de 3,8 veces y, la segunda, en condiciones de mercado más favorables , por $ 3 500 millones de pesos (US$ 175 millones) a una tasa de TIIE + 14 pb con una sobredemanda de 3,2 veces . Las sobretasas obtenidas en las emisiones de género fueron menores a la obtenida en la última emisión verde (FEFA 20V) y, por otra parte, mostraron una sobredemanda promedio de 3,5 veces, la cual es mayor que la observada en los tres bonos verdes (1,8 veces , en promedio), lo que enfatiza el interés del público inversionista.

Emisor	Fondo Especial para Financiamientos Agropecuarios (FEFA)
Ranting actual del emisor	mxAAA (S&P) y AAA (HR).
Monto emitido (MXN)	$ 3,000 millones de pesos (aprox. 150 millones de dólares)
Fecha de emisión	15 de octubre, 2020
Fecha de vencimiento	16 de octubre, 2023
Plazo	3 años
Detalles	Oferta pública, primara y nacional; Tasa variable de TIIE + 27 pb
Clave de pizarra	FEFA 20G

[1/] Utilizando un tipo de cambio de 20 pesos por USD.

Emisor	Fondo Especial para Financiamientos Agropecuarios (FEFA)
Ranting actual del emisor	mxAAA (S&P) y AAA (HR).
Monto emitido (MXN)	$ 3,500 millones de pesos (aprox. 175 millones de dólares)
Fecha de emisión	26 de abril, 2021
Fecha de vencimiento	22 de abril, 2024
Plazo	3 años
Detalles	Oferta pública, primara y nacional; Tasa variable de TIIE + 27 pb
Clave de pizarra	FEFA 20G

Mediante los BSG, FIRA logró proveer el flujo de capital necesario para que las mujeres puedan iniciar o incrementar la capacidad de sus proyectos productivos. Esto tendrá un impacto directo en las condiciones de vida de ellas y de sus familias, extendiendo los beneficios hacia su comunidad.

Al momento de la emisión, esta acción generó conciencia entre todos los participantes del mercado de sobre la importancia de emprender acciones en favor de la igualdad de género, rubro en el que México aún tiene mucho por hacer. Este fenómeno se puede apreciar en la cantidad de solicitudes que ha recibido la institución para compartir su experiencia en foros de distinta índole, así como en el interés que han mostrado distintas instancias en contribuir al proyecto.

Respecto a los proyectos productivos apoyados, en diciembre de 2021 se publicó el 1er primer informe anual del BSG «FEFA20G» comprobando el uso del 100 % de los recursos emitidos con los cuales se benefició a 10 007 mujeres, de las cuales el 42 % recibió su primer crédito con recursos de este, mientras que el 58 % ya había sido acreditada anteriormente con FIRA; el 80 % de las mujeres beneficiadas corresponde al estrato de microempresa y empresa familiar, es decir, sus necesidades de créditos

> El 100 % de los recursos emitidos benefició a 10 007 mujeres. La edad promedio de las mujeres es de 51 años, lo que muestra una población con grandes oportunidades productivas y fortalecimiento empresarial.

fueron menores a 230 000 pesos (US$ 11 520) y, prácticamente, el 20 % restante de mujeres corresponde al estrato de pequeñas y medianas empresa; la edad promedio de las mujeres es de 51 años, lo que muestra una población con grandes oportunidades productivas y fortalecimiento empresarial.

Los recursos del bono se dividieron en tres categorías de acuerdo con el destino del crédito; así, la categoría Inclusión Laboral y Productiva concentró 1 487 millones de pesos, muy cercano al 50 %; le siguió la categoría

Emprendimiento, con $ 1 196 millones de pesos (39 %) en créditos destinados a inversión en infraestructura y activos productivos, y el 12 % restante fue en la categoría Inclusión Financiera para quienes recibieron crédito por primera vez.

El 88 % de los recursos se destinó a proyectos de agricultura y ganadería, en los cuales se apoyó, principalmente, la actividad primaria.

El 85 % de los recursos del bono llegaron de forma directa, es decir, de instituciones financieras (IF) de primer piso a los proyectos de las mujeres, mientras que en el 15 % restante, además de los IF directos participaron entidades o empresas (por ejemplo, parafinanciera) con capacidades y funciones complementarias para canalizar el crédito a la población objetivo.

Fuente: CANVA

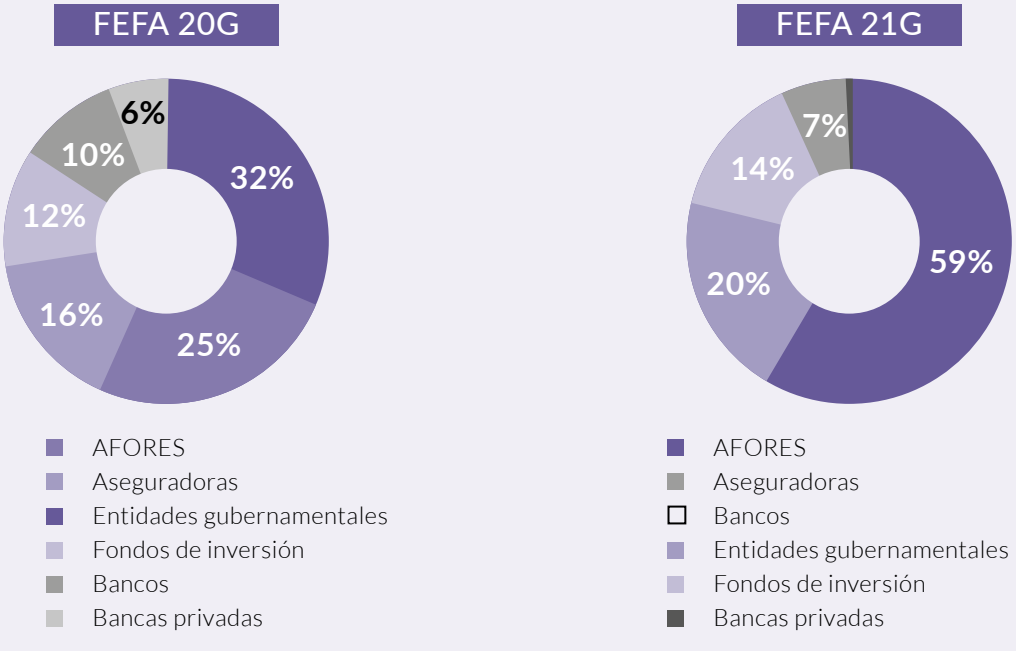
PÚBLICO OBJETIVO

Los beneficiarios directos de los recursos de la emisión de BSG son las mujeres productoras y aquellas que lideran empresas del sector agroalimentario o del medio rural en México, al obtener financiamiento para sus proyectos productivos con los diferentes IF que operan con FIRA.

Las emisiones contaron con la participación de una amplia base de inversionistas que incluyen administradoras de fondos para el retiro (Afores), bancos privados, casas de bolsa, bancos patrimoniales, fondos de inversión, mesas de dinero y aseguradoras, entre otros inversionistas institucionales. Los resultados reflejan la confianza del público inversionista.

Además, a través de estos bonos, se beneficia de forma indirecta a las comunidades donde tienen lugar los proyectos productivos financiados, lo que tendrá un impacto en la creación de empleos directos e indirectos, así como en la producción de bienes y servicios.

Distribución de los inversionistas participantes en el BSG-Fideicomiso Fondo Especial para Financiamientos Agropecuarios (FEFA)



SOCIOS ESTRATÉGICOS

Para el desarrollo y operación del BSG se contó con una alianza estratégica con tres organizaciones importantes.

Organización	Acciones
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	○ Cobertura de los costos de una consultoría para el desarrollo del marco de referencia, así como con la Second Party Opinión (SPO) provista por Sustainalytics. ○ Acompañamiento en todo el proceso de promoción y apoyo a la institución con la contratación del tercero independiente que revisará los primeros informes anuales de las dos emisiones del BSG vigentes.
Sustainalytics	○ Revisión del marco de referencia (framework) para constatar el cumplimiento de todos los principios de bonos sociales (PBS). ○ Emisión de la SPO, como tercero independiente. ○ Proporcionar los conocimientos necesarios para tomar decisiones más informadas que conduzcan a una economía global más justa y sostenible.
ONU Mujeres	○ Congratuló a FIRA, desde su fase de diseño, por la iniciativa del bono de género, que busca poner al centro a las mujeres y mejorar estructuralmente su bienestar.

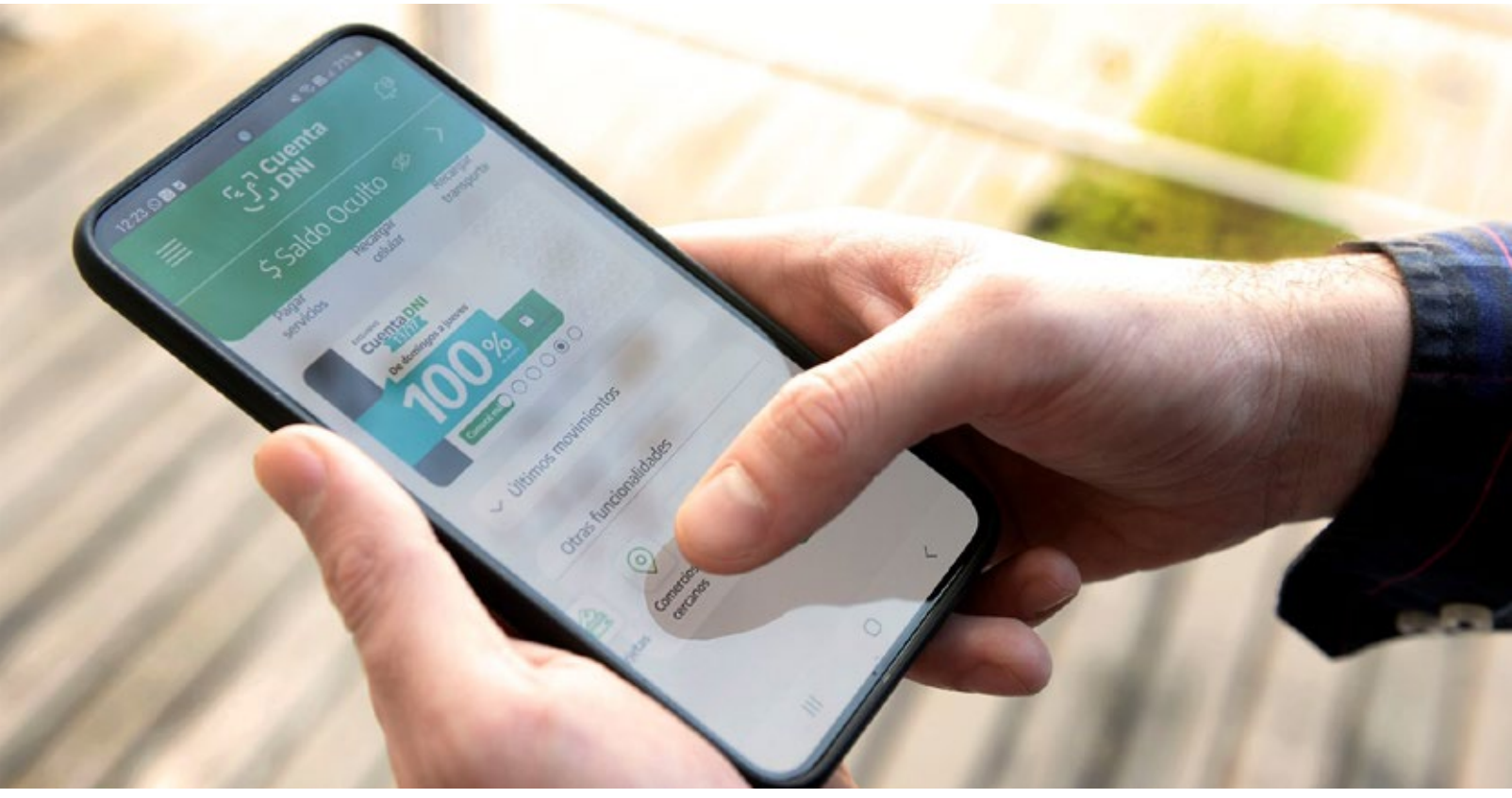
LECCIONES APRENDIDAS

- Un punto medular en toda emisión temática es la necesidad de un análisis profundo de la cartera para identificar las características de los créditos que serán sujetos de financiamiento con los recursos recabados a través de la emisión, ya que esto se traducirá posteriormente en los criterios de selección de proyectos. La definición clara de estos criterios debe plasmarse en el marco de referencia del bono y este, a su vez, contar con la opinión de un tercero independiente para dar seguridad al público inversionista de que sus recursos serán utilizados con el propósito declarado. En este caso, después de revisar el portafolio de los créditos, se decidió que solo se financiarían aquellos cuyas acreditadas finales fueran 100 % mujeres o mipymes, empresas familiares, grandes empresas, asociaciones y organizaciones de productoras con participación exclusiva o lideradas por mujeres.
- Contar con los socios de negocios adecuados es determinante por el apoyo que pueden brindar por medio de asistencia técnica, transferencia de conocimiento y mejores prácticas, así como para cubrir ciertos costos particulares de este tipo de emisión, los cuales pueden fungir como un obstáculo.
- Se considera importante que se desarrolle un organismo que certifique las emisiones sociales como sucede en el caso de los bonos verdes, dado que ese tipo de certificaciones permiten a todos los inversionistas interesados tener certeza del instrumento.

Fuente: BBVA

1 Reconocido con el Premio ALIDE de Mejores Prácticas en las Instituciones Financieras de Desarrollo 2022.

2 La TIIE de fondeo a un día se determina por el Banco de México con base en las operaciones de mayoreo realizadas por la banca y casas de bolsa sobre las operaciones en directo y en reporto de un día hábil bancario, con títulos de deuda emitidos por el Gobierno federal, el IPAB y el Banco de México, que hayan sido liquidadas en el sistema de entrega contra pago del Indeval. A final de los meses de las emisiones la TIIE era de 4,28 y 4,07, respectivamente.



Fuente: BAPRO

Cuenta DNI: Impulsando la inclusión financiera a través de la digitalización de los servicios bancarios

Leonel Piraino
Gerente de Política Comercial Individuos
Banco de la Provincia de Buenos Aires

Fundado en 1822, el Banco de la Provincia de Buenos Aires es el primer banco de la Argentina e Hispanoamérica próximo a cumplir 200 años de solidez. Posee una visión de futuro basada en la sustentabilidad económica y la innovación.

Ser referente de innovación en la industria financiera se encuentra en el ADN del Banco. A lo largo de su historia ha sostenido un fuerte compromiso con el desarrollo de la provincia de Buenos Aires y su gente, siendo el protagonista de grandes hitos, como la emisión del primer billete de la Argentina, el primer crédito hipotecario argentino (1856), la creación de planes de vivienda y construcción de conjuntos habitacionales en la provincia de Buenos Aires (1962), la

inauguración de una red de cajeros automáticos propia (1989) y la creación del primer comité de Mujeres, Política de Género y Diversidad Sexual del sistema financiero argentino (2020).

Su misión se basa en la inclusión, y el fomento y el desarrollo productivo, los pilares a través de los cuales brinda cada día mejores productos y servicios.

Por este motivo, no es de sorprender que, en un contexto de adversidad como la pandemia de la COVID-19, el Banco Provincia haya direccionado todos los esfuerzos en ofrecer a los habitantes de la provincia de Buenos Aires, una solución digital nunca vista: Cuenta DNI, sistema que tiene como parte fundamental el ingenio y la innovación para lograr la inclusión financiera y la motorización de los sectores productivos y comerciales.

Cuenta DNI es una billetera digital, una herramienta tecnológica con una alta penetración en todos los sectores de la población.

Esta aplicación promueve la inclusión financiera mediante la bancarización de aquellas personas que no tenían acceso a una cuenta bancaria, impulsa las transacciones digitales en los segmentos que solían ser más reticentes y brinda una solución para administrar de forma más eficiente las finanzas y realizar pagos en comercios de manera sencilla, ágil y segura.

A través de la apertura de la cuenta bancaria 100 % *online* y sin costo, el usuario inicia un camino hacia la economía formal y el acceso a una gama más amplia de servicios financieros. Solo se necesita tener DNI argentino y ser mayor de 13 años.

> Banco Provincia, a través de Cuenta DNI, incluye no solo a mayores de 18 años, también permite a miles de chicos contar con una caja de ahorros para menores.

De esta manera, Cuenta DNI pone a disposición una nueva vía de inclusión financiera no solo a mayores de 18 años, sino también permite a miles de chicos contar con una caja de ahorros para menores con las mismas funcionalidades que poseen los adultos y sin requerir autorización de representantes legales o mayores.

Al activar la billetera digital, los usuarios también pueden pagar impuestos y servicios, enviar y recibir dinero entre usuarios de la app, realizar transferencias entre cuentas y a terceros, recargar el celular y tarjetas de transporte, realizar extracción en cajeros sin necesidad de tarjetas plásticas, pagar en comercios a través de Clave DNI o QR mediante débito en cuenta o tarjetas de crédito y débito, y geolocalizar los comercios que tienen promociones, entre otras funcionalidades.

El Banco considera que la funcionalidad de cobro es la más relevante dado que posee un doble beneficio: permite al usuario realizar pagos a través de su celular y, al comercio, acceder a un esquema de cobros completamente innovador en el mercado argentino.

Gracias a esta funcionalidad , Cuenta DNI logró motorizar la economía del sector comercial de la provincia de Buenos Aires incentivando el comercio de cercanía mediante los beneficios de realizar el pago a través de la billetera, potenciar el consumo y poner a disposición del mercado una nueva alternativa de cobro con acreditación inmediata y menores costos.

Además, esta solución permite que todo tipo de comercio pueda adherirse, ya que cada usuario elige la opción que se adapte a su negocio:

- **Con celular, a través de la aplicación Cuenta DNI Comercios:** Destinada a comerciantes monotributistas y responsables inscriptos. Permite recibir pagos

con QR desde cualquier billetera del mercado y realizar ventas a distancia a través del envío de un link de pago a los usuarios de la billetera Cuenta DNI. Aquellos comerciantes que optan por esta alternativa tienen la posibilidad de ofrecer los beneficios que otorga el Banco a los usuarios de Cuenta DNI, obteniendo como resultado un incremento en sus ventas.

A su vez, los comerciantes obtienen la acreditación inmediata de los fondos en su cuenta bancaria y evitan los costos de mantenimiento que tendrían que afrontar teniendo una terminal de captura, dado que, bajo este esquema, solo se cobra una comisión por venta.

- **Con terminales de captura:** Elegida por aquellos comercios que desean cobrar mediante terminales de la empresa Fiserv o Prisma, pudiendo optar por el cobro a través de Clave DNI o de código QR.

En el primer caso, el comercio solo debe ingresar el DNI de su cliente, el monto a cobrar y la Clave DNI que genera el usuario a través de la aplicación, la cual es un código de seguridad único e irrepetible, con duración de 60 segundos. Esta modalidad de cobro con débito en cuenta no requiere que el cliente tenga datos en su celular ni estar conectado a una red de wifi. Esta característica es muy importante para determinadas localidades del interior de la provincia de Buenos Aires, que en muchas ocasiones no cuentan con buena señal de internet.

En el caso del QR es aún más simple, ya que el comercio solo debe ingresar el monto a cobrar y generarlo para ser escaneado por el usuario desde la aplicación. Luego, es este último quien decide entre las siguientes formas de pago: débito en cuenta o tarjetas de débito/crédito adheridas a la billetera.

De acuerdo con el medio de pago, el comercio accede a distintos plazos de acreditación y costos. Las ventas con débito en cuenta

Fuente: BAPRO

> El cobro con débito en cuenta no requiere que el cliente tenga datos en su celular ni estar conectado a una red de wifi, muy importante para localidades de la provincia de Buenos Aires, que en muchas ocasiones no cuentan

poseen acreditación inmediata, mientras que las operaciones con tarjeta se rigen de acuerdo con las condiciones determinadas por las marcas.

CON SISTEMAS INTEGRADOS:

Desarrollado para las grandes empresas que cuentan con sistemas de cobro propios e integran Cuenta DNI a los mismos. Permite el cobro mediante débito en cuenta y ofrece a los clientes los descuentos y promociones del Banco.

La adopción de este esquema de cobros por parte de los comercios, y la utilización constante de todas las funcionalidades de la billetera mediante los usuarios Cuenta DNI, constituye un antes y un después en la historia del Banco.

> El éxito de la aplicación la posiciona como la billetera digital bancaria más descargada del país, con una calificación de 4,5 en App Store y de 4,6 en la tienda

Gracias sus múltiples beneficios, la aplicación se convirtió en el fenómeno digital más comentado del país:

- **Gratuidad:** La descarga, el acceso, las transacciones y la caja de ahorros de Cuenta DNI son sin costo para los usuarios.
- **Instantaneidad:** La billetera permite operar las 24 horas, los 365 días del año, de forma rápida y segura. Posibilita la realización de transacciones financieras en segundos con disponibilidad inmediata de fondos.
- **Seguridad e innovación:** La tecnología de la aplicación consiste en el uso de verificación biométrica y *tokenización* para robustecer el proceso de *onboarding* y autenticación. De esta forma, el acceso a la *app* es a través de biometría facial o dactilar, un proceso que generó una satisfacción enorme entre los usuarios, bancarizados o no, gracias a su fácil operación y rápida autenticación.
- **Solidez y respaldo:** Cuenta con la solidez y respaldo del Banco de la Provincia de Buenos Aires y las regulaciones del Banco Central de la República Argentina, que se traduce en confianza y seguridad respecto de todas las transacciones realizadas.
- **Experiencia del cliente y navegabilidad:** En términos de UX, la *app* posee la usabilidad de un aplicativo moderno: facilidad de manipulación, reconocimiento inmediato de las acciones, fácil accesibilidad y operaciones instantáneas e intuitivas. Las funcionalidades y el servicio se presentan con una interfaz moderna.
- **Beneficios:** Ofrece ahorros en comercios de barrio y cadenas de supermercados de los 135 partidos de la provincia de Buenos Aires. Por primera vez, miles de personas de las localidades del interior bonaerense pudieron acceder a comprar mediante promociones que antes solo se disfrutaban en los grandes centros urbanos. Asimismo, la aplicación brinda reintegros por operaciones como, por ejemplo, recargas y pago de servicios.

Fuente: BAPRO

El éxito de la aplicación la posiciona como la billetera digital bancaria más descargada del país, con una calificación de 4,5 en App Store y de 4,6 en la tienda de Google Play.

La aplicación cuenta con más de 5,2 millones de personas usuarias, de las cuales el 48 % son nuevos clientes del Banco. En junio, la billetera registró más de 24 millones de transacciones por casi 104 000 millones de pesos (US$ 764,1 millones) entre compras en comercios, recargas, pagos de impuestos y servicios, transferencias y órdenes de extracción.

Desde el Banco se considera que, actualmente, el desafío de Cuenta DNI se basa en la innovación permanente para incorporar nuevas funcionalidades que faciliten aún más el manejo de las finanzas cotidianas de sus usuarios. A su vez, se sostiene que el proceso de digitalización y adopción de nuevas formas de pago es el camino hacia un mundo financiero más inclusivo, y se continuará haciendo hincapié en una propuesta integral basada en vanguardia tecnológica, pero que se complemente con su fuerte: la cercanía.

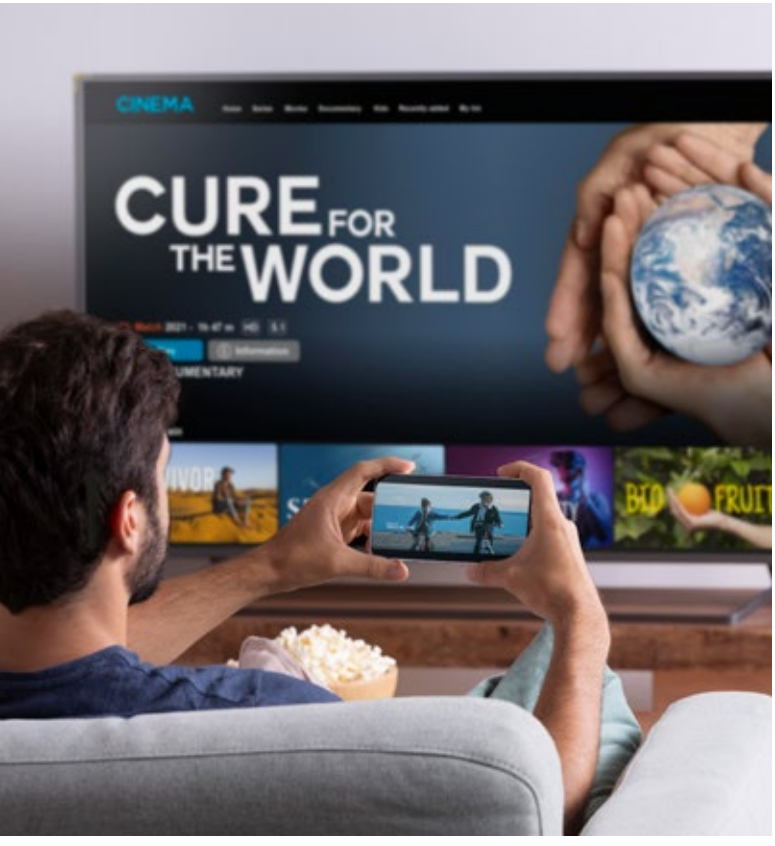
Fuente: ALIDE

Alcances y potencial de la economía naranja o creativa en América Latina y el Caribe

Con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y otras instituciones, ALIDE organizó, en el mes de julio pasado, el seminario «Economía naranja o creativa. Línea estratégica para la Banca de Desarrollo», con el objetivo de aportar a la comunidad de instituciones financieras de desarrollo de América Latina y el Caribe, conocimientos y experiencias respecto a la importancia y contribución de las empresas creativas y culturales en nuestras economías, la gestión y apoyo de la Banca de Desarrollo y la visión y desafíos de los y las emprendedores(as), entre otros. El presente artículo está basado en lo tratado en el seminario.

En términos conceptuales, se denominan industrias culturales y creativas aquellos subsectores que están relacionados con el campo de la creatividad e innovación. Estos pueden ser artes plásticas, medios audiovisuales, industria de videojuegos, moda, entre otros.

Esta industria es más importante de lo que se cree, pues se menciona que la fuerza laboral de la economía naranja supera a la de la industria automotriz. En América Latina y el Caribe representa 1,9 millones de empleos. Los subsectores, como el de contenidos digitales, son los de



Fuente: Freepik

> En las industrias culturales y creativas se estima un crecimiento de US$ 519,83 billones en el periodo comprendido desde 2020 hasta 2024, con una tasa anual de crecimiento del 15 %

mayor crecimiento en el mundo y se estima un crecimiento de US$ 519,83 billones en el periodo comprendido desde 2020 hasta 2024, con una tasa anual de crecimiento del 15 %. Es por esto por lo que muchas empresas han cambiado su modelo de negocio para adaptarse a las plataformas de video actuales.

En América Latina se calcula que en 2019 se invirtieron unos US$ 5,7 mil millones en producciones audiovisuales. Esto representó un impacto en más de 1,6 millones de empleos directos e indirectos.

La región fue la de mayor crecimiento mundial en 2020, dominada por ingresos de streaming que crecieron 30,2 % en ese año. Brasil fue el mercado de música grabada más grande de América Latina.

Uno de los rasgos que distinguen a las empresas de las industrias creativas es que suelen tener índices de innovación más altos que otros sectores económicos. No obstante, este tipo de emprendimientos suele fracasar debido a factores tales como: a) una mala planificación financiera; b) la dificultad de los mercados para comprender las preferencias de sus consumidores, y c) la mala gestión en el manejo de los flujos de capital.

En su mayoría, estos emprendimientos están financiados con dinero propio (48,9 %), siendo el crédito bancario aún muy escaso en la financiación de estas empresas (4,1 %).

Producto de la pandemia, los sectores con mayores pérdidas en la región fueron: actividades culturales (74 %), artesanías (51 %) y artes (49 %). Sin embargo, también influyó su menor digitalización, toda vez que antes de la pandemia solo el 28 % se encontraban digitalizadas y luego, esta cifra se incrementó hasta duplicarse al 56 %.

Desde la perspectiva de los propios actores del sector, es necesario activar un conjunto de medidas e instrumentos de políticas públicas para salir de la crisis, entre ellas: contratación pública, flexibilidad de pago, flexibilidad tributaria, medidas laborales, subsidios e incentivos para formación y digitalización, fondos concursales y financiamiento público reembolsable.

Con la tendencia a la automatización de los procesos en los distintos sectores, se considera que las economías creativas pueden aportar a la creación de empleo resiliente frente a la automatización, que cada vez es mayor en la industria 4.0; considerando que en la región se tienen altos índices de informalidad, esto, unido a que el 60 % de los trabajos pueden ser automatizados, representa, sin duda, una amenaza para el empleo en el largo plazo.

Asimismo, la economía creativa representa oportunidades para la creación de empleo inclusivo y resiliente, que nos ayudará a adaptarnos a un mundo con autoempleo , informalidad en el caso de la región, brechas tecnológicas y de conectividad.

ASISTENCIA FINANCIERA Y TÉCNICA A LA ECONOMÍA NARANJA O CREATIVA

Veamos algunas medidas y acciones puntuales en apoyo a la economía naranja o creativa: líneas estratégicas de la Banca de Desarrollo en la región.

- **Corfo: pymes y economía creativa.** El 79 % de las empresas del sector creativo en Chile son

microempresas. Unidades productivas pequeñas y de baja facturación, siendo esto un desafío para acceder al financiamiento bancario. El gran impedimento que tiene el sector creativo para acceder a la banca se debe a que el patrimonio en el sector es intangible, lo cual hace difícil su valorización. La mayoría solo tiene acceso a financiamiento mediante capital privado.

Dentro de Corfo se han realizado esfuerzos para identificar la cadena de valor y flujos de esta industria. Se ha dividido el análisis de las empresas creativas diferenciando el tipo de desafío que tienen, según su cadena de producción. Por tanto, se puede dividir a las empresas del sector creativo en los siguientes grupos: 1) Generadoras de contenidos, 2) Generadoras de servicios, 3) Generadoras de bienes y 4) Generadoras de experiencias creativas.

Fondos de inversión para proyectos empresariales de la economía creativa chilena. Hace dos años se creó la primera administradora de fondos de inversión para la industria audiovisual y de entretenimiento, llamada Screen Capital, en Chile. Allí se integró un primer fondo de US$ 20 millones, al que la **Corporación de Fomento de la Producción** (Corfo) aportó US$ 13 millones y un apalancamiento privado de US$ 7 millones.

Este fondo es exclusivo para la industria audiovisual y de espectáculo. Se identificó que a las empresas de esta industria les faltaba capacitación y acompañamiento en la gestión financiera de sus proyectos, de allí que se vio conveniente propiciar una oportunidad para crear un producto de este tipo.

- **Estrategias del Banco de Comercio Exterior de Colombia (Bancóldex) para fortalecer a las empresas de la economía creativa.** Bancóldex diseñó y creó una estrategia específica que recogiera las necesidades identificadas de la industria creativa en materia de financiamiento. Esta estrategia cuenta con cuatro pilares específicos:

a) **Financiamiento:** se ha fortalecido el portafolio de líneas de créditos especiales con condiciones diferenciales para las empresas de la industria creativa. En los últimos tres años se han creado ocho líneas de este tipo.

b) **Servicios no financieros:** como iniciativas se tienen cursos dirigidos a la industria creativa, garantías mobiliarias y asistencia técnica, entre otros.

c) **Bonos naranjas:** fue la primera acción en conjunto con el BID. Bancóldex tiene experiencia en la emisión de bonos especiales, por lo cual se realizó la primera emisión de estos bonos vía crédito.

d) **Fondos de capital:** tratando de conectar las necesidades de las empresas que buscan inyecciones de capital inteligente, que no solo les apoye con capital sino agregando otro tipo de conocimientos.

Para esta **primera convocatoria** de los **Bonos Creativos** en **2018** se adjudicó el monto de **US$ 109 985** y se tuvo como contrapartida **US$ 136 939.**

Fuente: ANDINA

> Durante la pandemia, los sectores con mayores pérdidas en América Latina y el Caribe fueron: actividades culturales (74 %), artesanías (51 %) y artes (49 %). También influyó su menor digitalización, toda vez que antes de la pandemia solo el 28 % se encontraban digitalizadas.

- **Bonos Creativos de la Federación de Industrias Creativas de Paraguay.** Los bonos creativos otorgados por la Federación se presentaron de la siguiente manera:

  (a) **Mipymes + Creativo en 2018**, buscando vincular al sector creativo con la microempresa. Para esta primera convocatoria de los Bonos Creativos en 2018 se adjudicó el monto de US$ 109 985 y se tuvo como contrapartida US$ 136 939.

  (b) **Creativo + Creativo 2018-2019**, enfocado al apoyo entre sectores creativos. Para la segunda colocación en 2019 se tuvo mayor participación de proyectos de empresas creativas. El monto adjudicado fue de US$ 106 933 y la contrapartida de US$ 134 783.

  (c) **Crea + Bonos – COVID-19**, apoyo al sector creativo durante la pandemia. Con la crisis se ha tratado de dar apoyo a los proyectistas reduciendo los aportes. A diferencia de las ediciones anteriores, se ha recortado el monto de contrapartida; por US$ 89 525 de monto adjudicado se han obtenido US$ 71 465 de contrapartida.

  (d) **#BonosCreativos edición Agua**, surge con la finalidad de involucrar a emprendedores del sector creativo con temas relacionados con el agua y saneamiento urbano.

- **Estrategia de CAF en economías creativas 2023-2026**

En la CAF se considera que se debe apostar por el desarrollo inclusivo y sostenible mediante la puesta en valor del patrimonio cultural, elevando su valor mediante inversiones. Siguiendo este pensamiento, CAF diseñó la siguiente estrategia para economías creativas, que comprende dos partes, primero de 2022 a 2023: 1) Lanzar y promocionar la estrategia «Mentes a la Obra», debido al posicionamiento de CAF en el sector; 2) Incorporar componentes de economía creativa en operaciones de financiamiento, y 3) Originar operaciones 100 % de economía creativa.

Y para el 2026 llegar a ser un actor relevante en el mundo de las economías creativas y en el trabajo, dando apoyo de terceros. Para ello cuenta con los siguientes elementos para su implementación: 1) Créditos con y sin garantía soberana, 2) Alianza con otros organismos multilaterales, 3) Cooperación técnica y 4) Sector privado.

Además, la estrategia cuenta con los siguientes pilares: infraestructura habilitante, políticas públicas y capacitación y formación.

Fuente: Red Bull

Fuente: hadynyah

Impacto en la seguridad alimentaria y respuesta de las instituciones públicas de desarrollo

A los problemas prexistentes, la emergencia del acontecimiento de naturaleza geopolítica del 2022 ha llevado a acumular graves riesgos relacionados con la seguridad alimentaria, que podrían extenderse aún más y provocar una crisis de seguridad alimentaria mundial, estiman diversas organizaciones internacionales, como, por ejemplo, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

Estos eventos geopolíticos se suman a un preexistente deterioro de la situación de la seguridad alimentaria y nutricional mundial, causado por los conflictos, la desaceleración o recesión económica y las interrupciones del suministro relacionadas con los problemas suscitados por la pandemia de la COVID-19. Así, el año 2021 y el primer semestre de 2022 están marcados por una tendencia inflacionista, en particular, por el aumento de los precios de los alimentos.

> El año 2021 y el primer semestre de 2022 están marcados por una tendencia inflacionista, en particular, por el aumento de los precios de los alimentos.

En recientes reuniones de la Red de Inversión y Financiación en favor de las Pymes Agrícolas y los Pequeños Agricultores (Safin), coordinada por el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) y la iniciativa global de bancos de desarrollo Finance in Common (FIC), se expresó la preocupación por los impactos en la seguridad alimentaria y la respuesta de los bancos públicos de desarrollo. A continuación se citan algunos comentarios expresados desde las instituciones financieras de desarrollo.

- Rusia y Ucrania representan más de una cuarta parte de las exportaciones mundiales de trigo, el 14 % del maíz y el 59 % del aceite de girasol. Como resultado, el precio del trigo en los mercados batió récords a principios de marzo por encima de los 400 €/t, superando los precios alcanzados durante la crisis alimentaria de 2008. Los países del norte de África y Oriente Medio son los más afectados por su importante dependencia de las importaciones rusas y ucranianas, así como del continente africano en su conjunto. El 30 % del trigo consumido en África proviene de Ucrania y Rusia; este último es, también, el principal país exportador a África occidental, que, sin embargo, permanece relativamente menos expuesto debido al alto consumo de cereales y leguminosas locales y la relativa estabilidad, en esta etapa, de los precios del arroz.

- El incremento en el costo de los fertilizantes, de los cuales Rusia es el principal productor mundial, aumenta el riesgo de tener un impacto negativo en la producción agrícola de África occidental en 2022 y deteriorar aún más la situación alimentaria en el horizonte de la temporada de carestía de 2023, tanto en las áreas rurales como urbanas. Además, esta tendencia inflacionaria se produce en un contexto en el que muchos países, particularmente en África, ya se enfrentan a un reducido margen de maniobra presupuestario tras dos años de pandemia y no cuentan con los recursos financieros suficientes para absorber el choque y canalizar la ayuda a los más pobres.

- Apoyo a la reconstitución de las reservas de alimentos: los bancos públicos de desarrollo podrían intervenir con sus contrapartes para apoyarlos en la reconstitución y aumento de su capacidad de almacenamiento a nivel nacional y regional. Este apoyo garantizaría la disponibilidad de alimentos ante una temporada de escasez en 2023, que amenaza con ser desastrosa. El alza de los precios de los alimentos provocará un aumento del número de personas en situación de inseguridad alimentaria y una fuerte movilización de las existencias públicas, mientras que la dificultad de acceso a los insumos corre el riesgo de tener un impacto negativo en la próxima campaña agrícola. Con un presupuesto constante, la capacidad de respuesta de los actores (países, organizaciones regionales, Programa Mundial de Alimentos) se reducirá, mientras que las necesidades de asistencia aumentarán. En el África subsahariana las campañas de cultivo fuera de temporada (especialmente en tiempos de recesión por inundaciones) podrían recibir apoyo mediante el suministro de insumos, equipos y asesoramiento, a fin de aumentar la disponibilidad local de productos básicos (arroz, maíz, horticultura) a principios 2023.

- Movilización de los bancos públicos de desarrollo a través de la iniciativa Finanzas en Común (FIC): en particular, a través de la coalición de bancos agrícolas, los BPD con una cartera agrícola pueden promover el sector y desempeñar un papel anticíclico importante. La plataforma FIC podría usarse para generar una movilización global y concertada de los bancos relevantes en respuesta a los impactos de los vetos mundiales en los problemas de disponibilidad de productos agroalimentarios y más allá. En este marco, podría garantizarse una coordinación internacional adecuada y el intercambio de experiencias sobre los temas de las inversiones agrícolas sostenibles e inclusivas. Será crucial que este trabajo incorpore una evaluación de la adaptación climática para garantizar la sostenibilidad de una mayor y mejor producción agrícola a lo largo del tiempo.

- Apoyar la resiliencia de los sistemas alimentarios a través de la transición agroecológica: es necesario

Fuente: IFAD

> Otra acción por parte del Gobierno brasileño para combatir la crisis ha sido potenciar los programas federales para reducir las importaciones de fertilizantes con la producción de bioinsumos.

continuar brindando apoyo financiero y técnico para la transición agroecológica de los sistemas agrícolas, con el fin de reducir la dependencia de los fertilizantes sintéticos y otros insumos, y fortalecer la resiliencia ante las crisis (geopolítica, clima, aparición de plagas). Este apoyo también beneficiará directamente a los productores (I+D, servicios de asesoramiento, formación profesional, apoyo a la organización, etc.). Por lo tanto, promoverá el buen funcionamiento de los sistemas alimentarios locales frente a choques y crisis, pero también ayudará a más largo plazo a enfrentar las perturbaciones que debilitan los sistemas de producción, en sinergia con acciones en términos de mitigación y adaptación al cambio climático (intensificación ecológica, renovables), energía rural, etc.), y la preservación de la biodiversidad.

- Industria agropecuaria en Brasil y apoyo del Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) durante la crisis: Brasil está entre los países líderes en las principales cadenas agroindustriales, como el zumo de naranja, azúcar, café, soja, carne de pollo, carne de vacuno, carne de cerdo y maíz. Sin embargo, el país tiene algunos problemas que depende en gran medida de la importación de fertilizantes (cerca del 80%, 41,6 millones de toneladas), un tercio de las importaciones brasileñas de fertilizantes provienen de Rusia y Bielorrusia. Solo produce la mitad del trigo que consume (una de las industrias más grandes del mundo), siendo Argentina su principal proveedor. El mayor peso de los alimentos y los combustibles en el índice de precios al consumo tiene niveles elevados en Brasil.

Para contrarrestar el efecto de los precios de los alimentos, que en marzo de 2022 registraron la mayor tasa de inflación del mes desde 1994 (1,64%), siendo de 11,3%, el Gobierno ha eliminado los impuestos a las importaciones de alimentos. Otra acción por

Rusia y Ucrania representan más de una cuarta parte de las **exportaciones mundiales** de trigo, el **14%** del maíz y el **59%** del aceite de girasol.

parte del Gobierno para combatir la crisis ha sido potenciar los programas federales para reducir las importaciones de fertilizantes con la producción de bioinsumos y el Programa de Agricultura Baja en Carbono y Fondos Climáticos. También, el Gobierno brasileño lanzó el Plan Nacional de Fertilizantes para reducir las importaciones de insumos y fomentar el uso de técnicas innovadoras y la producción de fertilizantes orgánicos y subproductos con potencial de uso agrícola, bioinsumos y nanomateriales, entre otros. En ese sentido, el BNDES tiene como objetivo reforzar estos programas federales con: 1) Programa de bioinsumos y agricultura con bajas emisiones de carbono, y tipos de interés más competitivos para los agricultores, y 2) Fondo del Clima, aumentando el desembolso en el tratamiento de residuos sólidos urbanos y agrícolas (para aumentar la producción de fertilizantes).

- Experiencia de Marruecos: en el caso del país, el impacto de los eventos globales se ha matizado por dos razones: 1) El total de las importaciones desde Rusia y Ucrania representan solo el 4 %, siendo el 3 % de Rusia y el 1 % de Ucrania. Marruecos produce para satisfacer el 65 % de sus necesidades e importa el 35 %. No es uno de los países africanos más dependientes del trigo ruso y ucraniano sino de las importaciones de trigo proveniente de Francia, América y Canadá; 2) En general, el país tiene un adecuado nivel de autosuficiencia de alimentos, siendo solo algo crítico en el caso de cereales y azúcar. Sin embargo, el impacto es más visible en: 1) La subida de precios (Gasoil > 100 dólares por barril / trigo > 400 dólares por tonelada / azúcar > 600 dólares por tonelada); 2) La inflación (1 % en los últimos 10 años, casi 4 % previsto para finales de 2022); 3) Sobre el poder adquisitivo y una posible renta social, y 4) Sobre el presupuesto del Estado (por el aumento de las subvenciones en el consumo del trigo, gas y azúcar).

  En cuanto al gas y diésel, Marruecos produce solo el 10 % de sus necesidades e importa el resto. Las importaciones de este bien provienen, en su mayoría, de Estados Unidos y de Europa occidental. Sus importaciones de diésel provienen de Europa occidental, el Medio Este, Estados Unidos e India. Es por esta vía que el sector de alimentos termina afectando al país dado el aumento de los costos del transporte. Sin embargo, hay otros factores que podría complicar la situación en el 2023, y es que Marruecos está siendo más afectado por la sequía.

  El banco de desarrollo Groupe Crédit Agricole du Maroc ha implementado un conjunto de medidas para contribuir a la seguridad alimentaria y enfrentar los problemas más inmediatos en materia de producción de alimentos; así, ha puesto en operación los siguientes productos y programas: 1) Un programa focalizado para posponer los plazos de los cultivos de otoño más afectados y la ganadería; 2) «Filaha Rabiia», producto para financiar los cultivos de primavera; 3) «Laksiba», producto dedicado al programa de conservación del ganado, y 4) «Gharss», producto dedicado a la financiación del riego complementario y el mantenimiento de las plantaciones de árboles. El Groupe Crédit Agricole du Maroc tiene fuertes relaciones con el Estado, siendo este su principal accionista. Esta es una condición indispensable para identificar y adaptarse rápidamente a la crisis. Las medidas adoptadas este año para hacer frente a la sequía están resultando muy útiles para amortiguar, en forma paralela, los efectos de la guerra en Ucrania.

La seguridad alimentaria debe situarse en el centro de las preocupaciones y tratarse con estrategias de autosuficiencia específicas para cada país.

- La seguridad alimentaria debe situarse en el centro de las preocupaciones y tratarse con estrategias de autosuficiencia específicas para cada país. En los casos de gran dependencia, hay que multiplicar y diversificar los proveedores, lo peor es quedar a merced de un único socio. El ejemplo de Marruecos es muy elocuente, su seguridad alimentaria se ve más afectada, sobre todo por la sequía. El rol del sector privado aquí, es muy importante para encontrar respuestas rápidas a la evolución del mercado. Es importante reforzar los vínculos entre el sector público y el privado, especialmente en tiempos de crisis.

Fuente: CANVA

Data science y el *scoring* crediticio en el sistema financiero

Conocemos que el ***data science*** o ciencia de datos es la gestión de datos que combina campos multidisciplinarios, como la estadística, métodos científicos, inteligencia artificial y análisis para extraer el valor de los datos. Por ende, la ciencia de datos abarca la preparación de los datos para el análisis, incluida la limpieza, la agregación y la manipulación de los datos para realizar análisis avanzados[1]. La ciencia de datos está impulsada por un determinado software que revisa los datos para encontrar patrones y transformar dichos patrones en predicciones que respalden la toma de decisiones[2].

SCORING CREDITICIO

Los *credit score* son metodologías estadísticas o matemáticas que se especializan en el pronóstico e identificación de un cliente que pueda tener o no riesgo de impago de un crédito (Rodríguez & Trespalacios, 2015); son usados, principalmente, para la aprobación de los créditos, la determinación de clasificación de créditos, la asignación de precios de los créditos, la generación de alertas tempranas y las estrategias de cobranza (García & Sánchez, 2005).

Los avances tecnológicos han permitido reducir los riesgos crediticios a través de técnicas de aprendizaje automático, estadístico, matemáticas, entre otros (*machine learning*

azure, *big data*, etc.), los cuales utilizan múltiples variables con base en la información obtenida sobre los clientes para su análisis y asignación de puntajes de crédito, el cual representa el riesgo de crédito, estableciendo, de este modo, la calificación crediticia basada en modelos predictivos que utiliza la data histórica para evaluar la probabilidad de que un cliente incumpla una obligación crediticia, o se vuelva moroso o insolvente.

La ventaja de la calificación crediticia evaluada a través de modelos predictivos con base en *data science* y sus respectivas herramientas de evaluación, permite tomar decisiones de forma eficiente, aceptar o rechazar a un cliente o aumentar o disminuir el valor del préstamo, la tasa de interés o el plazo del préstamo en los bancos.

En conclusión, el *score* crediticio con análisis de datos permite asignar determinadas puntuaciones en las siguientes etapas:

- Asignar puntuación de la solicitud del crédito que evalúa el riesgo de incumplimiento de nuevos solicitantes a fin de aceptar o rechazar al solicitante del préstamo.

La ventaja de la calificación crediticia evaluada a través de modelos predictivos permite tomar decisiones eficientes, aceptar o rechazar a un cliente o aumentar o disminuir el valor del préstamo, la tasa de interés o el plazo del préstamo.

- Las puntuaciones asignadas en la etapa del comportamiento del cliente evalúan el riesgo de incumplimiento a fin de decidir límites de crédito, gestión del exceso del límite crediticio y nuevos productos, entre otros.
- La puntuación de cobranza se utiliza en la estrategia de cobranza para evaluar la probabilidad de que los clientes paguen la deuda.

Figura 1. **Técnicas de data science**

Clasificación
- Logit/probit binomial y multinomial
- Cadenas de Markov
- KNN
- Árboles de clasificación
- Random forest
- Máquinas de vector soporte (SVM)
- Redes neuronales
- ...

Regresión
- Series temporales: ARIMAX
- Regresión lineal
- Datos de panel
- Árboles de regresión
- ...

Optimización
- Algoritmo genéticos
- Simplex
- Kuhn - Tucker
- ...

Asociación
- Clustering
- Mapas autoorganizativos
- Redes bayesianas
- ...

Simulación
- Monte Carlo
- Simulación histórica
- Bootstrapping
- ...

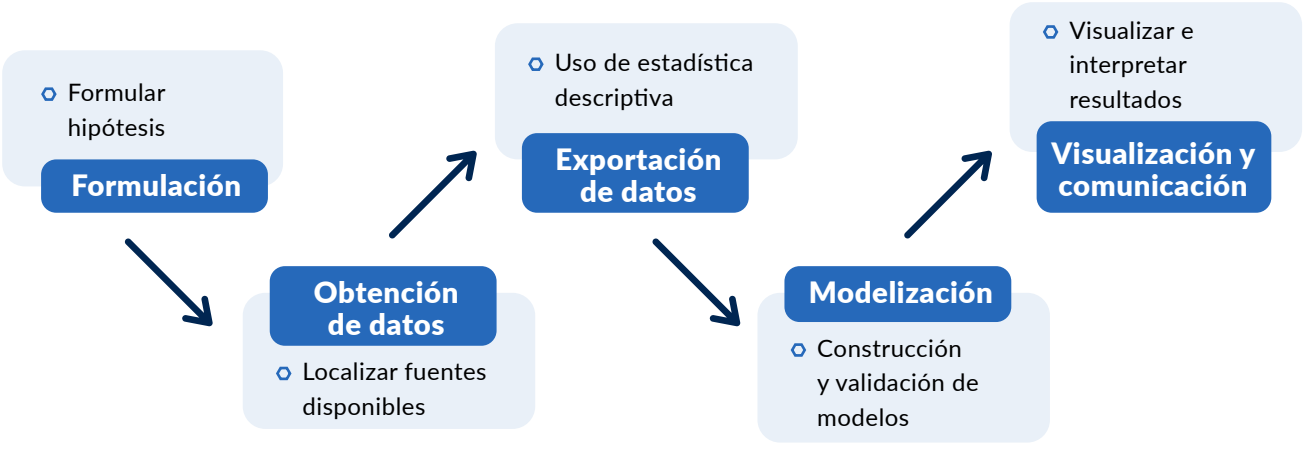
Geom. computacional
- Diagramas de Voronoi
- Triangulación
- Algoritmos sobre grafos
- Algoritmos greedy
- ...

Inferencia estadística
- Muestreo
- Bucketización
- Importance sampling
- Test de contraste de hipótesis (DF, DW, KS, CvM,AD,etc)
- Ajuste de distribuciones paramétricas y no paramétricas
- ...

Data Quality
- Reglas de validación
- Tratamiento de atípicos
- Tratamiento de missings
- Informe de calidad del dato
- ...

Fuente: Management Solutions, Data Science y la transformación del sector financiero

Figura 2. **Proceso de *data science***



Fuente: Elaboración propia / Management Solutions, Data Science y la Transformación del Sector Financiero

MODELACIÓN DE *SCORING* CREDITICIO A PARTIR DEL *DATA SCIENCE*

En la actualidad existen compañías que ofrecen herramientas para obtener los *ratings* crediticios para pymes y personas naturales, como FICO: Score en EE. UU. y Canadá, Schufa Auskunft en Alemania, Social Creddit System en China y otros similares en Japón. Con los avances tecnológicos y la aplicación de la ciencia de datos o data science se están enriqueciendo dichos modelos de *scoring* crediticio incorporándose enormes volúmenes de datos internos como externos, permitiendo que el proceso de originación del crédito sea menos costoso en ambos casos.

El *data science* aplicado al *scoring* crediticio cuenta con su respectivo proceso, el cual utiliza determinadas técnicas de modelación y análisis (figura 1), permitiendo formular una teoría (una pregunta o una hipótesis) con base en la realidad del negocio y aplicar sus conocimientos y habilidades sobre los datos para verificarla o descartarla.

El proceso del *data science* tiene las siguientes etapas[3] (figura 2):

Fuente: CANVA

Fuente: CANVA

Ahora bien, las etapas del mencionado proceso consisten en lo siguiente:

- **Formulación:** Permite formular la hipótesis a fin de verificarla o descartarla con base en la data histórica con la que se cuenta.
- **Obtención de datos:** Se localizan todas las fuentes disponibles (estructuradas y no estructuradas). Además de tener en cuenta los aspectos legales como: protección de datos, confidencialidad o cláusulas de restricción de uso.
- Exploración de datos: Aplicación de técnicas de estadística descriptiva para realizar un primer análisis exploratorio.
- **Modelización:** Permite la construcción y validación de modelos que se ven enriquecidos por algoritmos de alto rendimiento, desarrollados para grandes volúmenes de información a través de técnicas alternativas que aportan mejoras en el uso de la información (figura 1).
- **Visualización y comunicación:** *Data science* permite visualizar los resultados y su comunicación de forma práctica y entendible por terceras partes, las cuales son potenciadas por nuevas herramientas que integran el código.

1 https://www.oracle.com/mx/data-science/what-is-data-science/

2 https://www.ibm.com/pe-es/analytics/data-science

3 Management Solutions, Data Science y la transformación del sector financiero, p. 26.

Autores

Mauricio Hilbck Ríos

Consultor de ALIDE en riesgos financieros y data analytics, con experiencia en banca comercial. Docente en la Universidad PUC del Perú

Micaela Bueno Torres

Consultora en finanza, riesgos y gobierno corporativo

Fuente: ALIDE

Programa ANDE de Liderazgo Resiliente (PLAR)

Con el fin de reforzar sus habilidades de liderazgo directivo y ***ad portas*** de un recambio en algunas posiciones gerenciales, la Caja de ANDE (institución financiera de la Asociación Nacional de Educadores de Costa Rica), solicitó los servicios de ALIDE para estructurar y adelantar este programa durante el segundo semestre de 2021 y primero de 2022.

CAJA DE ANDE

¿CÓMO LA CAJA DE ANDE REINVENTÓ SU LIDERAZGO PARA EL LOGRO DE MEJORES ESTÁNDARES DE PRODUCTIVIDAD ORGANIZACIONAL?

Organizadas las primeras reuniones con la Unidad de Capital Humano de la Caja de ANDE en las que comprendimos el contexto, la cultura y el perfil de liderazgo de la entidad, se acordó el alcance y contenido de la propuesta metodológica que se denominó Programa ANDE de Liderazgo Resiliente (PLAR) - Potenciación del Talento y Productividad Organizacional.

¿A DÓNDE APUNTÓ EL PROGRAMA?

El programa se realizó bajo el objetivo general de potenciar las capacidades de liderazgo y de trabajo en equipo en los diferentes niveles organizacionales de la Caja de ANDE, como competencia crítica para impulsar el talento y dinamizar la innovación tanto en sus prácticas gerenciales como en la propuesta de valor a sus accionistas y demás grupos de interés.

Algunos de los objetivos propuestos fueron:

- Propiciar una cultura corporativa orientada hacia el liderazgo, la innovación y la inteligencia colectiva, generando espacios de participación y aporte de todos los integrantes de la organización en la optimización de procesos actuales y construcción de nuevas iniciativas.

- Fortalecer en la acción las nuevas habilidades de liderazgo resiliente de jefes y colaboradores, promoviendo iniciativas y acciones colectivas al interior de sus equipos en la búsqueda de respuestas novedosas a sus actuales y potenciales desafíos departamentales.
- Coadyuvar en el fortalecimiento y armonización de los diferentes equipos de trabajo, con el consiguiente impacto favorable en el clima organizacional y satisfacción en el trabajo.
- Poner a disposición de los directivos de la Caja de ANDE, al finalizar el PLAR, un portafolio de iniciativas de mejoramiento y transformación organizacional concebidas por su talento interno.

¿CÓMO SE CONFORMÓ EL EQUIPO DE TRABAJO?

Bajo el liderazgo del jefe de la Unidad de Capital Humano de la Caja de ANDE y del jefe del Programa de Capacitación y Cooperación de ALIDE, junto con su analista y especialista, respectivamente, integraron el equipo de dirección general del proyecto, mientras que el consultor organizacional estuvo cargo del enfoque, dirección técnica y ejecución de las diferentes etapas de la consultoría.

¿CÓMO SE DESARROLLÓ EL PROGRAMA?

El programa se desarrolló a través de talleres prácticos en todas las áreas organizacionales y sucursales de atención a clientes en los que se promovió:

- La inteligencia colectiva y, con ella, la generación interna de conocimiento para la entidad, motivando a todos los colaboradores en la búsqueda de mejores opciones para la ejecución de su trabajo.
- El uso de la metodología de Pensamiento de Diseño (Design Thinking), ampliamente probada en el ámbito empresarial y adaptable a cualquier tipo de reto empresarial.

Fases ejecutadas y su orientación

Fase 1 Conceptualización: Conocer el estatus de liderazgo institucional a través de conversaciones individuales con los distintos jefes para identificar estilos y perfiles de las áreas, así como también para sensibilizarlos en torno a su compromiso con los objetivos, metodología y contenido de las fases subsiguientes.

Fase 2 Talleres de Liderazgo: Mediante diversos casos situacionales, apoyos audiovisuales y discusiones grupales, sensibilizamos con los jefes en la caracterización del contexto empresarial actual, los diferentes estilos (coach, visionario, autoritario y otros), concepto y modelos de liderazgo (multiplicador, exponencial) concentrándonos en el resiliente como fórmula para enfrentar con éxito el entorno actual. Estos talleres se extendieron también a los colaboradores como potenciales líderes en los que se enfatizó en el fortalecimiento del trabajo en equipo y en la crucial importancia del autoliderazgo como determinante para la gestión de vida.

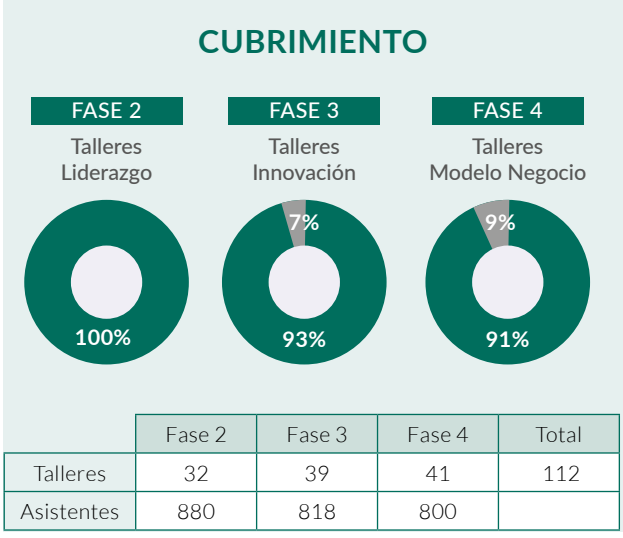
Fase 3 Talleres de Innovación: Luego de una dinámica de ambientación y de motivación en torno a la creatividad, todas las áreas distribuidas en equipos de trabajo fueron retadas a descubrir otras opciones para optimizar la productividad de su trabajo en talleres a manera de laboratorios de innovación, en los que, primero individualmente, identificaron sus nuevas iniciativas, las cuales fueron filtradas en sucesivas discusiones grupales hasta consensuar sus desafíos departamentales.

Fase 4 Talleres de Modelo de Negocio: Recogiendo los énfasis de fases anteriores; esto es, liderazgo y trabajo en equipo, unimos en el presente taller estas puntas mediante un trabajo grupal autónomo y con metodología guiada denominado Modelo de Negocio bajo la conducción del respectivo jefe, que constituyó un importante avance para la puesta en marcha de los nuevos desafíos a través del diseño de los procesos (los cómo hacerlo), los recursos necesarios y los beneficios a obtener.

ALCANCES DEL PROGRAMA

El proyecto se dirigió a la totalidad de los 880 colaboradores de la entidad, como en efecto se logró en los talleres de liderazgo. Infortunadamente, áreas de apoyo administrativo no pudieron participar en las actividades subsiguientes.

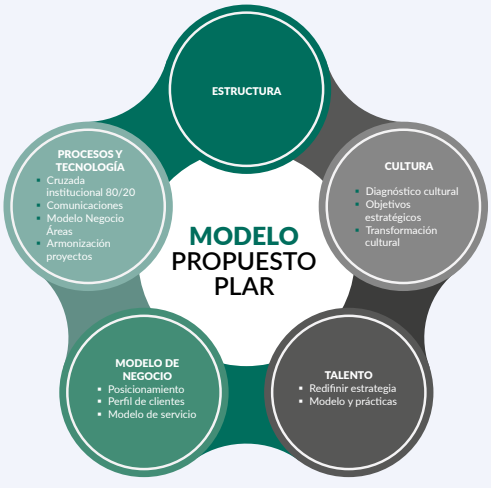
Recordemos que transcurrían los inicios de 2021 con grandes afectaciones y restricciones por la pandemia, hecho que indujo a utilizar la modalidad virtual a sabiendas de la conveniencia de la modalidad presencial, específicamente para el desarrollo de los talleres de innovación y de modelo de negocio.



	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Total
Talleres	32	39	41	112
Asistentes	880	818	800	

¿QUÉ RESULTADOS SE LOGRARON?

- 207 desafíos a disposición de directivos, con su ruta, recursos y beneficios, orientados a incrementar la productividad de trabajo de las diferentes dependencias de dirección general y sucursales en frentes tales como la racionalización de procesos, redefinición de prácticas, incorporación de tecnologías y nuevos protocolos de comunicación y trabajo en equipo.
- Inicio en la práctica de un cambio cultural de corte transversal en la entidad a través de la innovación, el fortalecimiento del nuevo rol que deben desempeñar los líderes y el compromiso de los equipos en la formulación y puesta en marcha de sus nuevos retos de trabajo.
- Hoja de ruta para el desarrollo de programas de cultura y talento que contribuyen a visibilizar y fortalecer el liderazgo institucional de capital humano.
- Armonización en el relacionamiento de las áreas y mejoramiento del clima y sentido de pertenencia institucional.
- Identificación de nuevos liderazgos que se proyectan para la próxima generación de cuadros directivos de la entidad.
- El impacto de esta consultoría, que superó las expectativas que le dieron origen, permitió que las directivas de la entidad hayan solicitado continuar con una etapa el acompañamiento.
- Se brindó, además, una solución costo-beneficio ventajosa para la institución respecto a los estándares del mercado.
- El recorrido a profundidad por todas las áreas facilitó el logro de un completo diagnóstico institucional y recomendaciones de prácticas a reforzar en diferentes vectores organizacionales: cultura y talento, estrategia, modelo de servicio, estructura, tecnología y procesos.



Mauricio Aldana Méndez

Colombiano, consultor internacional de ALIDE en estrategia, innovación, capital humano y desarrollo organizacional.

SAVE THE DATE

NOVEMBER
23rd to 25th
2022

MORELIA, MICHOACAN. MEXICO

7TH World Congress on Rural and Agricultural Finance

FIRA
FIDEICOMISOS INSTITUIDOS EN RELACION CON LA AGRICULTURA

ALIDE

afraca (Since 1977)
Empowering Rural Africa

APRACA

NENARACA

CICA