

Financiera
confianza

Fundación
BBVA Microfinanzas

2024

INFORME
DE IMPACTO

Construyendo hogares resilientes
que miran hacia el futuro



ÍNDICE

1 Introducción



- Resumen ejecutivo
- Contexto macroeconómico

2 Perfil



- Perfil del emprendedor vulnerable

3 Diagnóstico



- Diagnóstico
- Pobreza económica
- Pobreza multidimensional

4 Soluciones



- Créditos
- Vivienda y Saneamiento
- Ahorro
- Educación
- Seguros
- Sostenibilidad ambiental
- Digitalización

5 Impacto



- Crecimiento de los negocios
- Salud financiera

6 ESG



- Visión
- Indicadores

Resumen Ejecutivo

Contexto Económico y Social

Perú ha experimentado un crecimiento económico del 3,1% en 2024, impulsado por la recuperación de sectores clave como la pesca, construcción y minería. Sin embargo, persisten desafíos estructurales como la informalidad laboral, el desempleo juvenil y la desigualdad de ingresos. La pobreza monetaria afectó al 28,2% de la población, con una mayor incidencia en zonas rurales y en hogares liderados por mujeres. En este contexto, el acceso a financiamiento formal sigue siendo una barrera para el crecimiento de los micro y pequeños negocios, lo que resalta la importancia de instituciones como Financiera Confianza.

Perfil del Emprendedor Vulnerable

Financiera Confianza atiende a más de 730.000 emprendedores peruanos, de los cuales el 59% son mujeres, el 27% vive en pobreza y el 32% en zonas rurales. En 2024, se sumaron 103.002 nuevos emprendedores, con un 66% de mujeres y un 38% en situación de pobreza. Además, el 28% de los nuevos clientes proviene de zonas rurales, donde el acceso a servicios financieros es más limitado. Los sectores económicos predominantes entre los emprendedores son el comercio al por menor (31%), los servicios (22%), el comercio al por mayor (19%) y el agropecuario (18%).

Estos emprendedores enfrentan dificultades como la falta de garantías para acceder a créditos, la inestabilidad en sus ingresos y la ausencia de una red de protección financiera. A pesar de estos desafíos, su espíritu emprendedor es clave para el desarrollo económico local y la generación de empleo.



Soluciones Financieras

Financiera Confianza ofrece una gama de productos financieros adaptados a las necesidades de los emprendedores peruanos, incluyendo créditos, cuentas de ahorro y seguros. En 2024, se otorgaron 378.208 créditos con un desembolso total de 759 millones de USD. El monto promedio de desembolso fue de 2.007 USD, permitiendo a los emprendedores invertir en capital de trabajo, compra de activos fijos y mejora de infraestructura.



Programas específicos para mujeres

La entidad ha fortalecido programas como "Palabra de Mujer" y "Emprendiendo Mujer", beneficiando a más de **77.000 y 8.300 clientas**, respectivamente. Estos programas no solo facilitan el acceso al crédito, sino que también incluyen capacitaciones en educación financiera y desarrollo empresarial, promoviendo la autonomía económica de las mujeres emprendedoras.



Sector agropecuario

Adicionalmente, se han implementado iniciativas para el sector agropecuario, con **33.900 clientes** beneficiados y un desembolso total de **522,2 millones** de soles en créditos. Estas soluciones incluyen seguros agrícolas y programas de capacitación en gestión del riesgo climático, lo que ayuda a mitigar el impacto de eventos extremos como sequías y lluvias intensas.

Impacto en los Hogares



CRECIMIENTO DEL NEGOCIO



53% hogares mejoró su renta en 2024.



6 de cada 10 emprendedores que superaron la pobreza fueron mujeres.



GENERACIÓN DE EMPLEO



40.614 trabajadores contratados por emprendedores financiados por la entidad



SALUD FINANCIERA



25% emprendedores ha experimentado fluctuaciones en su situación financiera.

Iniciativas de Inclusión y Digitalización

Financiera Confianza ha implementado herramientas digitales innovadoras para mejorar la accesibilidad y eficiencia de sus servicios. Entre ellas destacan:



Agentes Confianza Satelitales

Han permitido ampliar la cobertura de servicios financieros en comunidades rurales.



Huella de Voz

Iniciativa que ha facilitado la autenticación segura de clientes en operaciones financieras, reduciendo las barreras tecnológicas para los emprendedores.

En el ámbito de la educación financiera, más de 74.500 personas participaron en capacitaciones y programas formativos a través de plataformas digitales y talleres presenciales. Estas iniciativas han contribuido a fortalecer la gestión financiera de los emprendedores y mejorar su capacidad de planificación económica.

Conclusiones

Financiera Confianza ha consolidado su impacto en la reducción de la pobreza y el fortalecimiento de los emprendimientos en Perú. Su enfoque integral, basado en el acceso a crédito, educación financiera y digitalización, ha permitido mejorar la estabilidad económica de miles de familias. Sin embargo, persisten desafíos como la inestabilidad de ingresos y la falta de garantías para acceder a financiamiento.

La entidad continuará apostando por la innovación en sus productos y servicios, el fortalecimiento del ecosistema digital y la expansión de su alcance en comunidades rurales y segmentos vulnerables. La sostenibilidad y la inclusión financiera seguirán siendo ejes fundamentales en su estrategia de crecimiento, con el objetivo de generar un impacto positivo en la economía y el bienestar de los emprendedores peruanos.



Introducción

El emprendimiento en Perú ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, posicionándose como un motor clave de la economía y la generación de empleo. Las micro y pequeñas empresas (Mipymes) representan más del 99% del total de empresas en el país y generan alrededor del 60% del empleo, según datos del Ministerio de la Producción. El deseo de lograr la independencia financiera es una de las principales motivaciones para los emprendedores peruanos, impulsándolos a iniciar sus propios negocios, independientemente del nivel de formalización.

Si bien el espíritu emprendedor es notable¹, el desafío radica en promover la productividad, la formaliza-

ción y el crecimiento sostenido de estos emprendimientos. En ese sentido, uno de los obstáculos es el limitado acceso a financiamiento formal. Es fundamental impulsar herramientas financieras que brinden a los emprendedores peruanos el apoyo necesario para consolidar sus negocios, generar mayor valor y contribuir al desarrollo económico del país.

Es allí donde actúa una institución como Financiera Confianza que atiende a más 730.000 adultos que han desarrollado sus pequeños emprendimientos y donde hemos verificado, cómo 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.

FINANCIERA CONFIANZA PRINCIPALES MAGNITUDES

734.481 Clientes totales

Cartera bruta
2.849 Mill. PEN
621 Mill. USD*

Monto desembolsado
2.847 Mill. PEN
759 Mill. USD

Número de desembolsos
378.208

Desembolso medio
7.528 PEN
2.007 USD



Empleados
2.655



Oficinas
+ Puntos Ligeros
176



Personas que han
recibido educación
financiera
149.330

* USD/PEN: 0,267, a 31.12.2024 BBVA Research.

1. Alto índice de actividad emprendedora temprana (TEA) que, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), alcanzó el 24,9% en 2022.

Economía peruana, pobreza y desempleo

En 2024, la economía peruana creció un 3,1%, impulsada por la recuperación de la pesca, construcción y minería

La economía peruana en 2024², registró un repunte del crecimiento de 3,1%, apoyado por una fuerte recuperación de la pesca, el buen momento de la construcción y minería, así como una orientación más laxa de la política monetaria. Por el lado del gasto, se aceleró la demanda interna, se mantuvo el impulso fiscal y continuaron recuperándose el consumo y la inversión privada.

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

Al evaluar la evolución por sectores económicos tenemos que el PIB primario se expandió un 3,4% en 2024, liderados por la pesca que se expandió un 25% por las mejores condiciones climáticas que han permitido que las cuotas de pesca de anchoveta fueran superiores a la inicialmente esperada para la segunda temporada en la zona norte-centro. En 2023, la pesca había caído un 21,2%. Esta caída fue consecuencia de los fuertes impactos en ese año de los eventos climáticos adversos como el Fenómeno El Niño y el efecto de las sequías en el sur del país.

La manufactura primaria creció 6,6% y el sector agropecuario lo hizo en 3,5%, luego de caer 2,3% y 2,4% respectivamente en 2023. Por su parte la minería metálica (principal fuente de ingresos externos del Perú) mostró un crecimiento de 1,9%, luego de crecer 9,3% en 2023, producto fundamentalmente por la mayor producción de molibdeno del proyecto minero Quellaveco.

Sin embargo, el mayor impulso a la economía vino del lado de los sectores no primarios, los cuales pasaron de contraerse 1,3% en 2023 a expandirse 3,1% en 2024. Destaca el comportamiento de la manufactura no primaria (2,3%), construcción



(3,5%) y servicios (3,2%), sectores impulsados por la recuperación del consumo privado, en un contexto de menor inflación y mayor confianza empresarial. Todos estos sectores mostraron importantes caídas de actividad en 2023.

La demanda interna que había retrocedido un 2,0% en 2023, mostró una expansión del 3,5% en 2024, producto del comportamiento del consumo privado (2,8%), inversión privada (2,3%) y la inversión pública (15,0%).

El consumo privado estuvo condicionado por la evolución del mercado laboral y a la disminución de la inflación, que favorecieron los ingresos reales de los hogares, así como por los desembolsos de la última parte del año de los fondos privados de pensiones.

La inversión privada fue empujada por las expectativas de los empresarios, las mejores condiciones climáticas y los menores tipos de interés, mientras que la pública se explica por el impulso mostrado en todos los niveles de gobierno.

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

La inflación se redujo al 2% en 2024, situándose en el centro del rango meta del Banco Central

2. Datos de cierre de 2024 estimados por FMBBVA.



Esto permitió que durante el año, el Banco Central redujera el tipo de interés de referencia de la política monetaria en 175 puntos básicos, ubicando la tasa de interés de referencia real cerca del nivel estimado como neutral, donde la economía se mantiene en su nivel potencial de producción y con una tasa de inflación en su nivel de equilibrio de largo plazo. Este comportamiento permitió que las tasas de interés en soles continuaron incorporando la reducción de la tasa de referencia manteniendo su tendencia a la baja, a pesar de la menor liquidez estructural en el sistema financiero.

Por su parte, el buen comportamiento de los términos de intercambio y fortaleza del sector externo han permitido mantener la solidez de la solvencia externa del país, siendo el país de la Región con el mayor stock de reservas internacionales con respecto al tamaño de la economía. Esto ha otorgado una fuerte estabilidad al tipo de cambio que apenas se depreció un 1,9% en términos nominales, a pesar de la reducción del diferencial de tasas de interés con los Estados Unidos, que fue compensada por el buen desempeño del sector externo.

Esta evolución de la economía ha permitido que la población ocupada de 45 y más años de edad creciera en 9,1% y el grupo de 25 a 44 años aumentará en 3,6 %, mientras que la población ocupada menor de 25 años disminuyó en 3,3%. En Lima, donde vive un tercio de la población peruana, el empleo creció del 4,6%, mientras que el desempleo descendió ligeramente al 6,4% menor en 0,4 puntos porcentuales respecto a 2023 (6,8%).

A nivel nacional, con datos al tercer trimestre de 2024, la tasa de desempleo se ubicó en 5,3%, cifra superior en 0,2 punto porcentual con relación a igual trimestre del año anterior (5,1%). La tasa de desempleo femenino (6,5%) fue superior a la masculina (4,4%) en 2,1 puntos porcentuales.

En las ciudades de Huancavelica (11,5%), Moquegua (11,2%) y Cajamarca (11,0%) se presentaron las tasas más altas de desempleo. En contraste, las tasas más bajas se dieron en Trujillo (3,6%), Tarapoto (4,0%), Moyobamba (4,0%) y Pucallpa (4,9%).

Las mayores tasas de informalidad se registraron en cuatro ciudades: Pucallpa (73,5%), Ayacucho (71,4%), Tacna (70,8%) y Puerto Maldonado (70,3%). Mientras que, las tasas más bajas se registraron en Moquegua (54,3%), Arequipa (54,9%), Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao (57,3%), e Ica (58,4%).

La pobreza monetaria³ afectó al 29,0% de la población en el año 2023, lo que representó un incremento de 1,5 puntos porcentuales respecto del año 2022. Este resultado fue asociado a una combinación de choques negativos que afectó los ingresos de los peruanos. La reversión de los shocks negativos y el crecimiento de la actividad registrada en 2024, ha permitido que la pobreza se reduzca en 80 pb. para ubicarse en 28,2% de la población.

La tasa de desempleo en 2024 fue de 5,6% y afectó en mayor medida a las mujeres (6,6%), que a los hombres (4,7%)

3. Según el INEI. Estimación 2024 FMBBVA Research

Perfil del emprendedor vulnerable

Aumenta el foco en mujeres, alzando el 66% de los nuevos emprendedores con crédito en 2024

Perú es uno de los países con más emprendedores en el mundo⁴ y casi 1 de cada 4⁵ adultos peruanos está involucrado en la creación o gestión de un negocio. El emprendimiento se presenta como una oportunidad y alternativa para la generación de ingresos en la que el acceso a recursos financieros es la herramienta primordial.

Este año, Financiera Confianza sumó 103,002 nuevos emprendedores con crédito, de los cuales el 66% son mujeres, un segmento especialmente importante dado que tienen una mayor vulnerabilidad inicial (48% son pobres frente a un 16% de los hombres que entran en 2024). Además, el 38% de los nuevos clientes vive en situación de pobreza económica (más que en 2023), y el 28% proviene de zonas rurales (frente a un 26% en 2023)⁶, donde el acceso a servicios financieros es limitado.

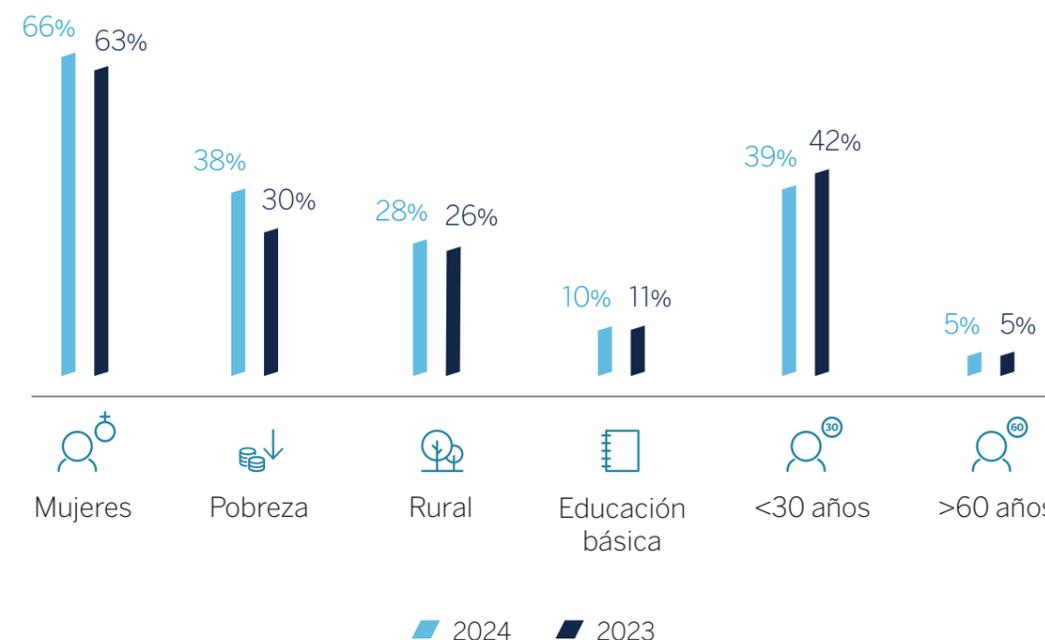
En todos los casos son personas que deciden emprender a falta de oportunidades laborales. En su mayoría carecen de colaterales o no tienen garantías, dificultándoles acceder a un crédito formal para hacer crecer su negocio, sumándole a esto la variación continua en sus ingresos lo cual dificulta el acceso al mercado financiero formal.

Así, Financiera Confianza valida su firme compromiso en atender a personas consideradas en vulnerabilidad o con dificultades para acceder por primera vez al mercado financiero formal. Al finalizar el año, la entidad cuenta con un total de 269,147 emprendedores con crédito, de los cuales el 59% son mujeres, el 27% vive con ingresos por debajo de la línea de pobreza, el 32% reside en áreas rurales y el 14% no tiene educación formal o solo accedió a estudios de nivel básico.

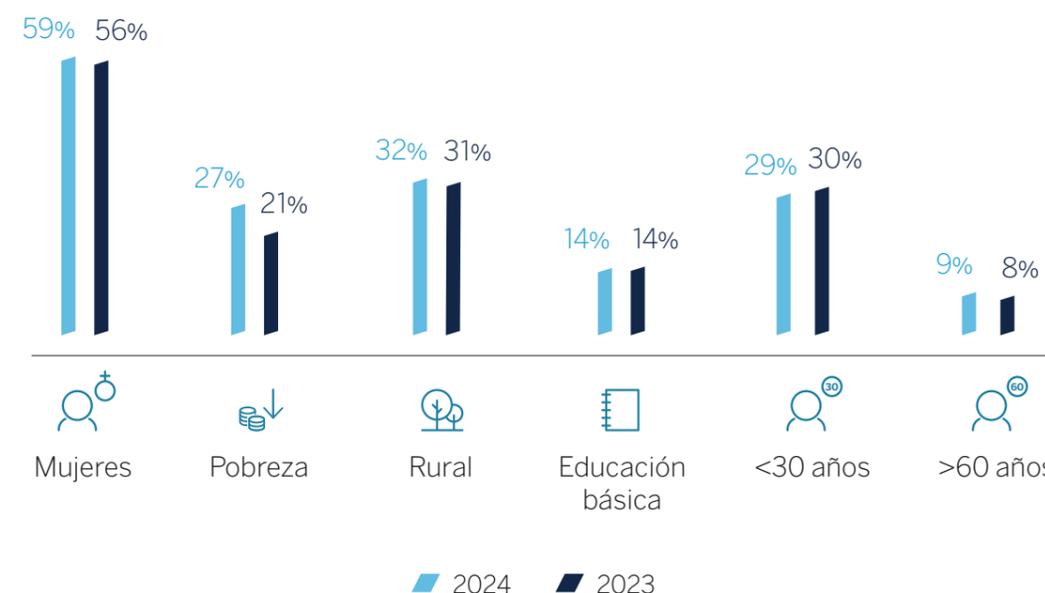
El 28% de los nuevos clientes proviene de zonas rurales, donde el acceso a servicios financieros es limitado

1. VULNERABILIDAD SOCIAL

Nuevos emprendedores de crédito (%)



Total emprendedores de crédito (%)



4. Ministerio de Producción (PRODUCE), 2023.

5. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del 24.9% Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para el año 2022/2023.

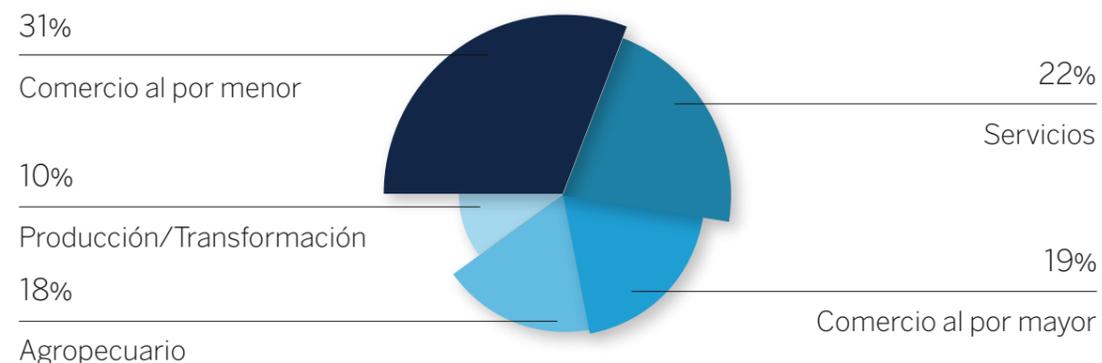
6. Definición de ruralidad según el INEI.

G.1. Considera clientes de crédito vigente a 31.12.2014. Los nuevos, son emprendedores que tienen su primera relación con Financiera Confianza, nunca se atendieron antes.

2. TIPOS DE ACTIVIDAD DE LOS EMPRENDEDORES

Total emprendedores de crédito (%)

Sectores



En cuanto a los sectores económicos, los emprendedores se dedican a una variedad de actividades, entre las que destaca el comercio al por menor (31%) y el sector servicios (22%).

Las actividades de comercio al por menor están lideradas por mujeres que se dedican principalmente a la venta de productos alimenticios así como textiles o calzado. Son actividades que se desarrollan principalmente en entornos urbanos y que permiten compatibilizar el trabajo con las responsabilidades del hogar.

En el sector servicios, mientras los hombres se dedican al transporte de mercancías, las mujeres prestan servicios de comidas. Este sector tiene una menor carga de gastos, lo que les permite mantener un mayor nivel de endeudamiento en relación con las ventas (16%), gracias a su margen relativo más amplio.

Le siguen las actividades de comercio al por mayor (19%) o sector agropecuario (18%). En el campo predomina una variedad de actividades agrícolas lideradas por hombres, donde la minería es poco representativa. El sector agropecuario requiere un elevado nivel de activos por su inversión en maquinaria, ganadería, materia prima. Muchos recurren a actividades mixtas para poder gestionar mejor los

riesgos del sector. Otro sector también importante, aunque minoritario es la producción y transformación de bienes (10%).

Este endeudamiento se destina principalmente a la financiación del capital de trabajo, es decir, a los recursos disponibles para las operaciones del negocio. Estos fondos suelen emplearse para cubrir obligaciones de corto plazo, como la compra de mercancías, ropa u otros insumos necesarios para mantener las actividades diarias. El segundo destino más común del crédito es la inversión en activo fijo, que representa uno de cada tres desembolsos. Estos recursos se dirigen a la adquisición de bienes duraderos que no se consumen rápidamente ni están destinados a la venta, como vehículos, refrigeradoras/congeladoras o mesas y sillas. Finalmente, aunque en menor medida, los desembolsos también se destinan a resolver necesidades puntuales que permiten a los emprendedores superar dificultades específicas.

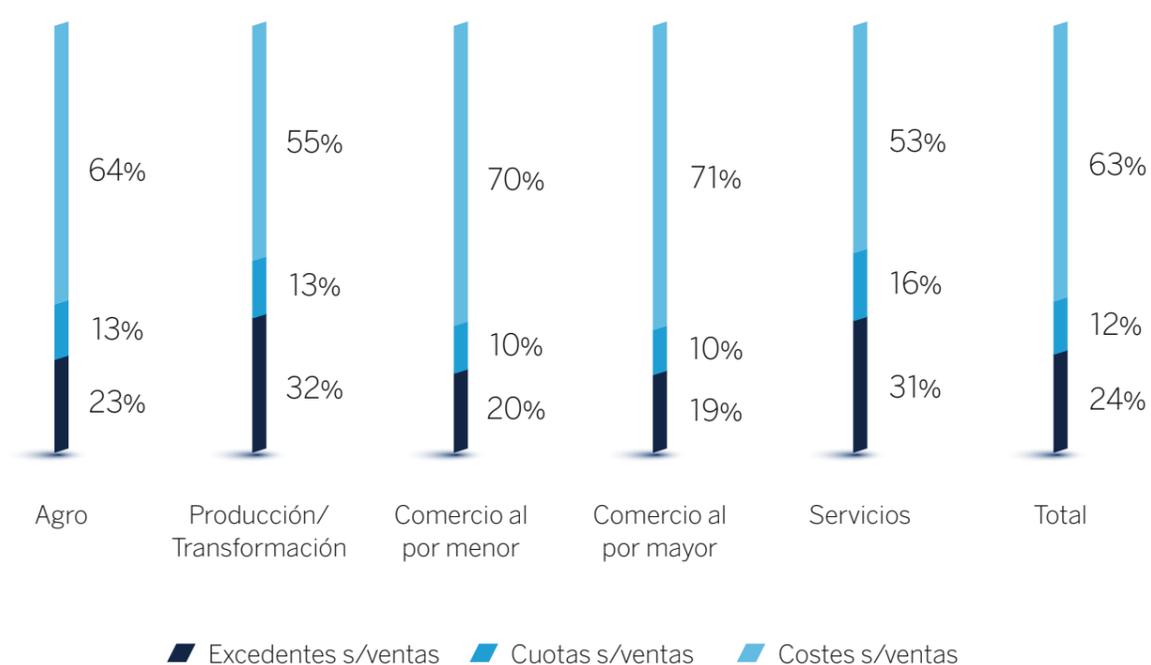
Por sectores, el "agropecuario" y el "comercio" son los que tienen un mayor consumo en capital de trabajo, mientras que para "servicios" y "producción y transformación" la necesidad de crédito está ligada al activo fijo u "otros".

Los márgenes varían, pero la mayoría de emprendedores logra generar excedentes tras cubrir sus costos y cuotas

G. 2. Considera clientes vigentes a 31.12.2024. Se muestran las actividades más representativas.

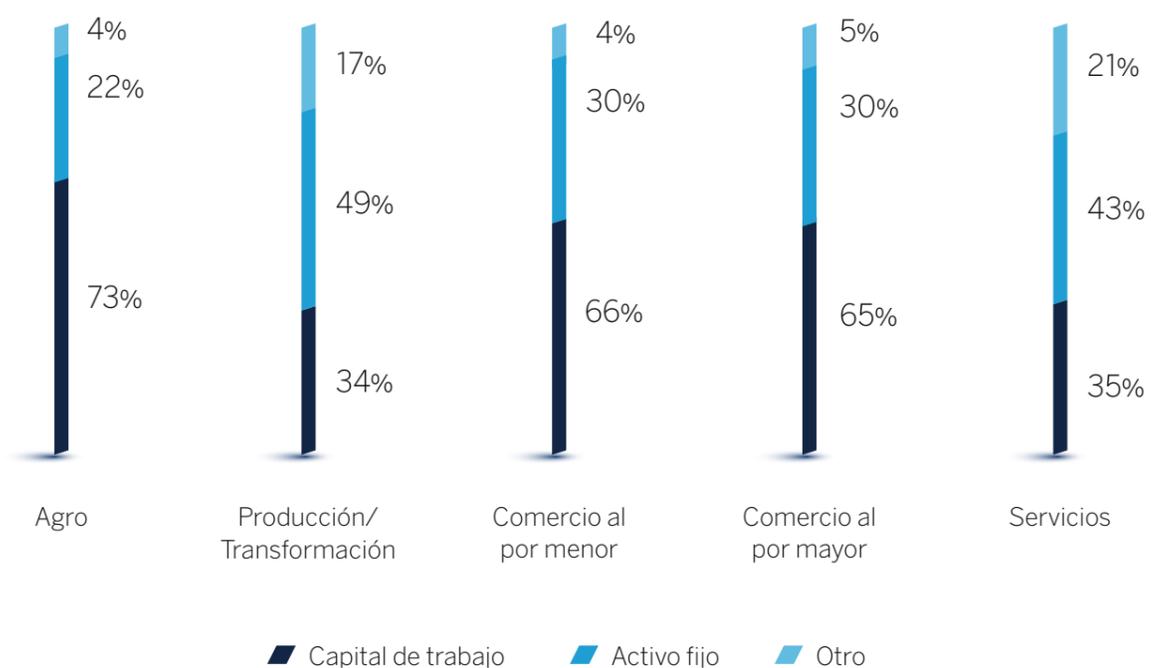
3. MÁRGENES POR SECTOR

Total clientes de crédito (%)



4. DESTINO DE LOS CRÉDITOS, POR SECTOR

Total créditos desembolsados en 2024 (%)



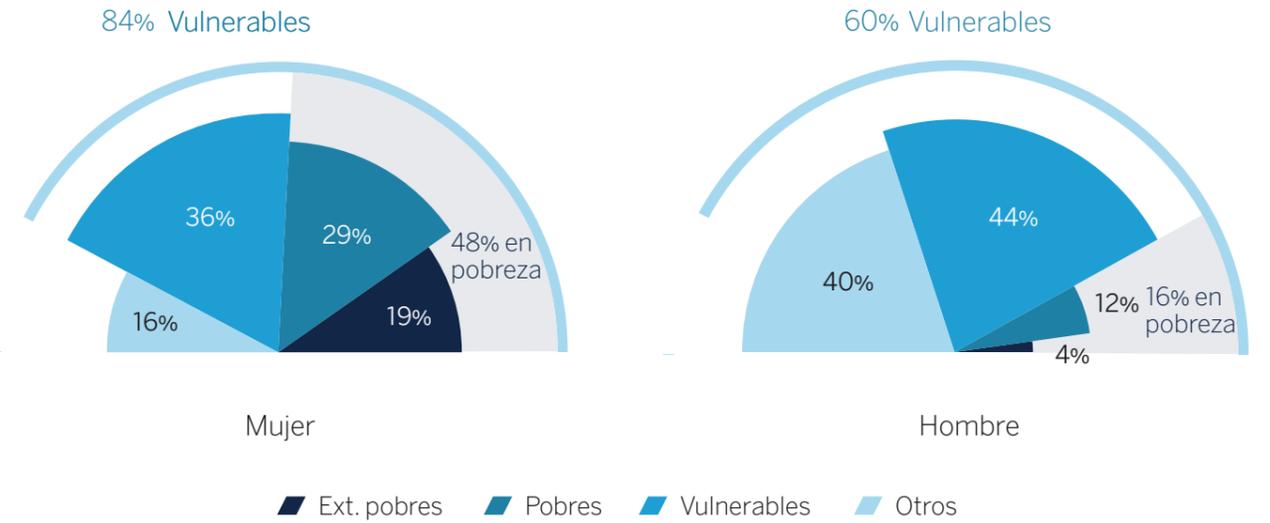
G. 3. Considera clientes vigentes a 31.12.2024. Nota: Porcentajes de los costos, cuota y excedente sobre ventas medias de cada uno de los sectores. El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.
G. 4. Desembolsos anuales en función del destino del crédito.



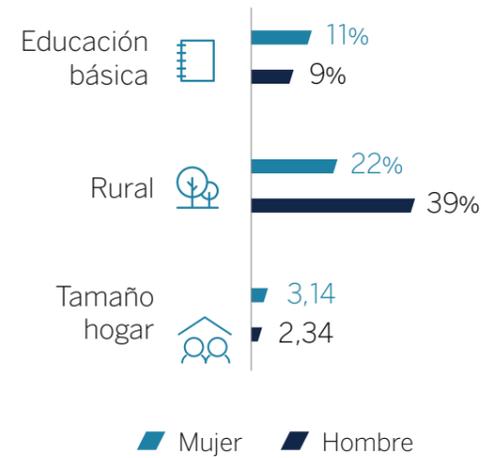
MAYOR VULNERABILIDAD EN LA MUJER

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

Vulnerabilidad económica
Emprendedores de crédito nuevos (%)



Vulnerabilidad social
Emprendedores de crédito nuevos



Brecha
Emprendedores de crédito nuevos



Diagnóstico de la pobreza



En 2024, la pobreza monetaria en Perú se redujo al 28%, mostrando una recuperación parcial, pero manteniéndose por encima de niveles pre-pandemia

La pobreza en Perú es un problema persistente y complejo que afecta a una parte significativa de la población, aunque ha habido avances importantes en las últimas décadas. Para entender la situación actual, es necesario analizar diferentes dimensiones.

En línea con los estándares del Grupo FMBBVA del que forma parte, Financiera Confianza evalúa tanto la **pobreza monetaria** como la **pobreza multidimensional**, reconociendo que reducirla requiere un enfoque integral.

Este análisis es fundamental ya que los hogares con mayores niveles de pobreza multidimensional suelen enfrentar imprevistos con mayor frecuencia, lo que evidencia una conexión directa con la gestión financiera del hogar.

El conocer ambas dimensiones es clave para poder acompañar los hogares. En particular, esta información nos ayudará a crear una oferta de valor que les permita superar esas carencias estructurales —a menudo asociadas a la ausencia de oferta de bienes y servicios—, y a cerrar esas brechas.

Pobreza económica

En 2024, la pobreza monetaria se redujo al 28%, mostrando una recuperación parcial, pero aún se mantiene por encima de los niveles pre-pandemia. Esta disminución se atribuye al aumento de ingresos per cápita y menor inflación, aunque los eventos climáticos moderaron su impacto. La pobreza monetaria mide la insuficiencia de ingresos para cubrir una canasta básica de bienes y servicios esenciales.

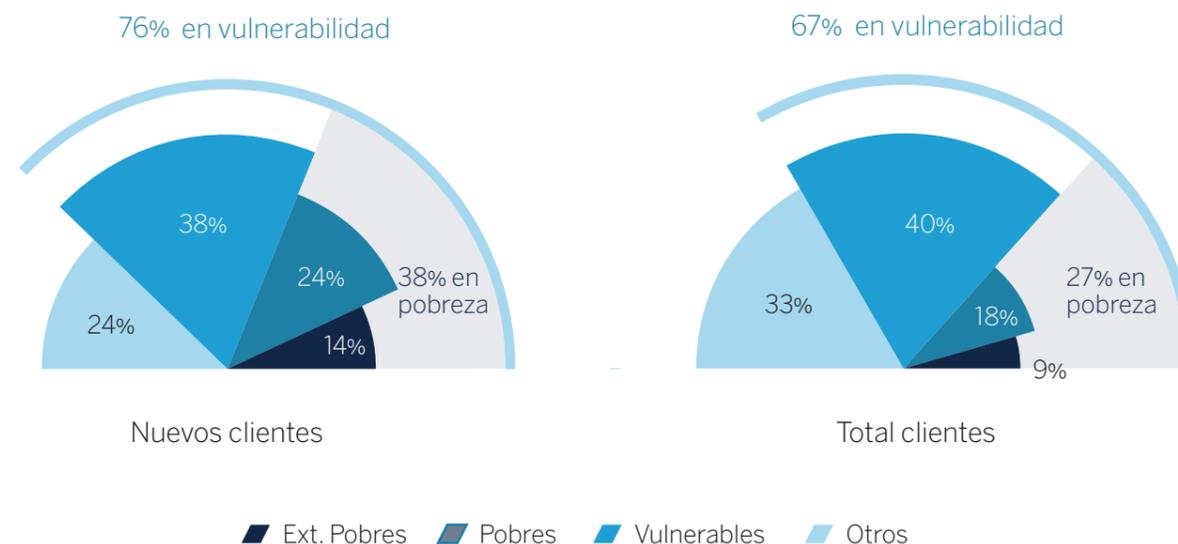
En Financiera Confianza se hace seguimiento de cuánto contribuyen los ingresos del negocio a cada miembro del hogar, y con ello, determinar la pobreza monetaria del hogar de forma aproximada. Al respecto, el 27% del total de emprendedores con crédito vigente se encuentra en situación de pobreza.

De hecho, la entidad está comprometida con un segmento económicamente vulnerable y durante 2024, de los 103 mil nuevos emprendedores que llegaron a la entidad, el 76% se encontraba en situación de vulnerabilidad económica y el 38%, por debajo de la línea de pobreza. De hecho, es más acuciada la pobreza entre las mujeres, ya que un 48% de ellas se encuentra en esta situación, frente al 16% de los hombres.

Para poder hablar en términos nominales, la renta media de los clientes "vulnerables" fue de PEN 740 (USD 197) o el 65% de la "Remuneración Mínima Vital" (RMV), en cuanto aquellos en situación de "pobreza" está cifras bajan a PEN 334 (USD 94) o 31% el RMV⁷.

La pobreza afecta de manera desigual: 48% de las mujeres emprendedoras nuevas están en situación de pobreza, frente al 16% de los hombres

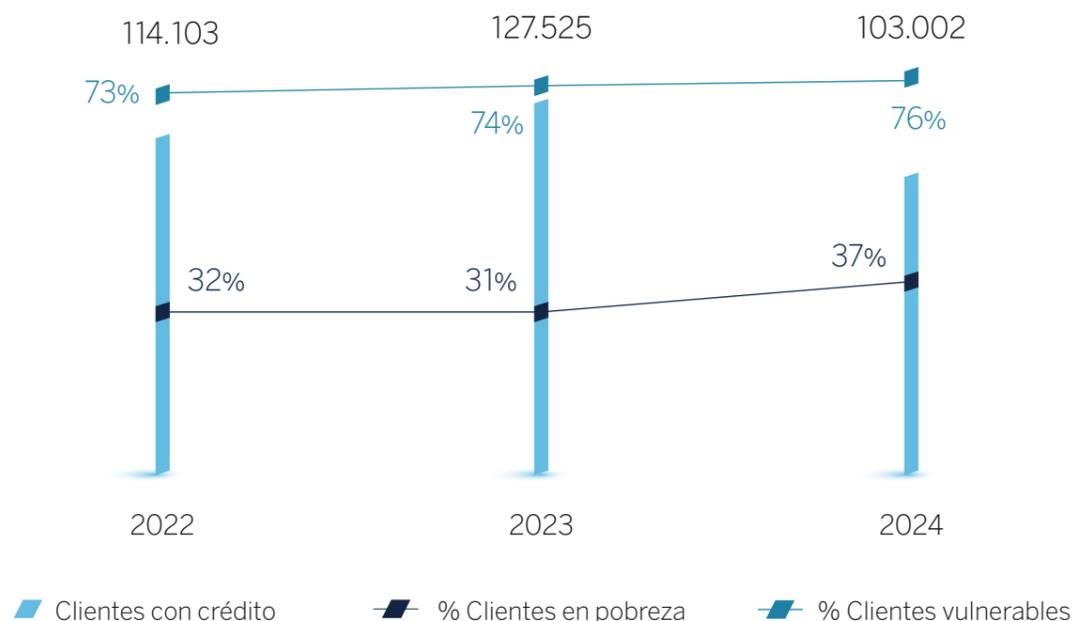
5. VULNERABILIDAD DE LOS NUEVOS EMPRENDEDORES



7. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. G. 5. De acuerdo con las Líneas de Pobreza del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) que diferencia entorno rural y urbano. Se considera como segmento vulnerable al formado por aquellos clientes cuyos excedentes per cápita (estimados a partir del excedente del negocio, dividido por el tamaño del hogar) se encuentran sobre la Línea de Pobreza, pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar por tres la cifra atribuida a dicha línea.

6. VULNERABILIDAD ECONÓMICA, POR AÑO

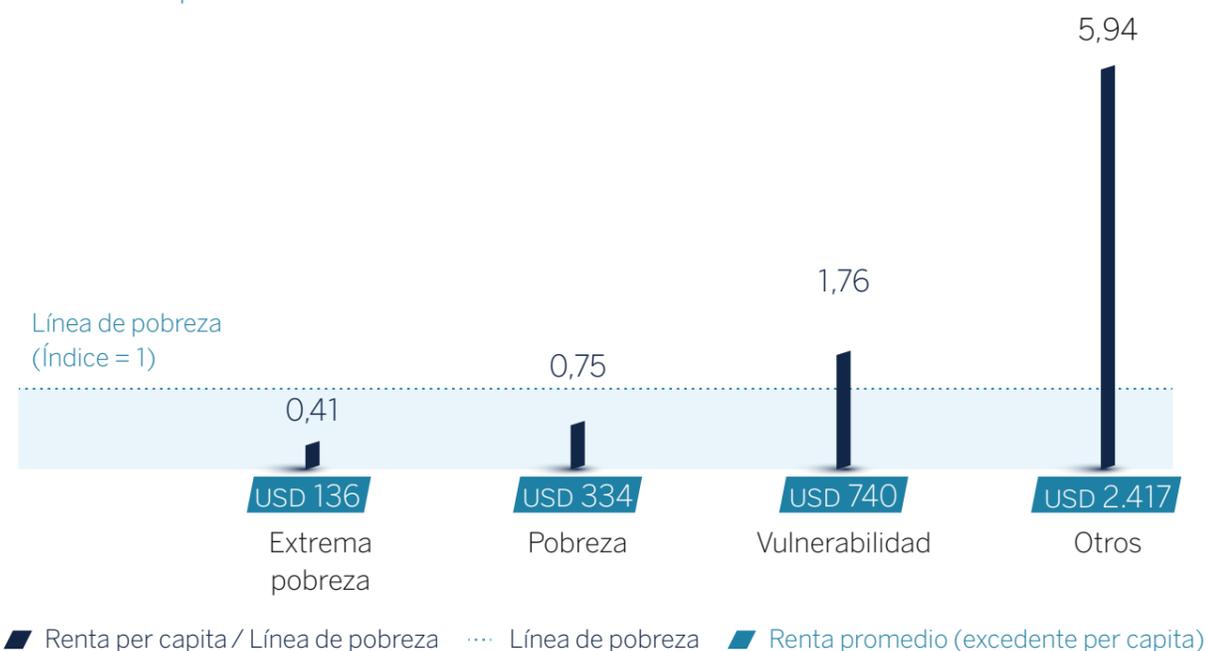
Nuevos emprendedores de crédito



Crece la atención hacia personas emprendedoras en situación de vulnerabilidad económica: en 2024, el 76% se encuentra en esta condición

7. RENTA DE LOS EMPRENDEDORES

Nuevos emprendedores de crédito



Nota metodológica: cómo medir la vulnerabilidad económica

Analizamos la vulnerabilidad económica de los emprendedores en función de la contribución económica del negocio a sus hogares. Para ello, medimos la capacidad de sus negocios de generar ingresos para cada miembro del hogar, los excedentes o renta per cápita, comparándolos con el coste de una canasta básica de alimentos (Línea de Pobreza Extrema) y el costo ampliado, que incluye servicios básicos (Línea de Pobreza)⁸.



PRECIO DE LA CANASTA BÁSICA

| Zonas rurales | Zonas urbanas |
|---------------|---------------|
| PEN 219 | PEN 267 |
| USD 58 | USD 71 |

Clasificación de vulnerabilidad económica del Grupo FMBBVA:

- **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 a tres veces la línea de pobreza correspondiente.
- **Otros:** cuando su renta es superior a tres veces la línea de pobreza correspondiente.

Aunque esta clasificación es propia del Grupo, es comparable con los estándares que emplean organismos internacionales como las Naciones Unidas o el Banco Mundial.

Por otra parte, la renta relativa es el excedente del negocio dividido por cada miembro del hogar en relación a la Línea de Pobreza (LP). Dicha renta mide la distancia respecto a la LP y, por tanto, nos permite observar la situación de pobreza en el conjunto de clientes, cuánto tienen que crecer sus negocios para superarla y si estarán más o menos en riesgo de volver a caer por debajo de ella. Este indicador también es una aproximación de la concentración de pobreza en cartera.

8. De acuerdo con las líneas de pobreza del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), diferenciando entorno rural y urbano en el periodo 2023. La FMBBVA calcula las líneas de pobreza de 2024, en función a las líneas del año anterior con el dato de IPC establecida por la fundación.

G.6. y G.7. De acuerdo con las Líneas de Pobreza del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

G.6.- Considera la entrada de emprendedores durante el año (sin créditos anteriores), en adelante "emprendedores nuevos". Vulnerabilidad es el porcentaje de emprendedores con ingresos por debajo de 3 veces la línea de pobreza oficial del país

G.7.- Renta que generan los emprendedores nuevos entendiendo como excedente del negocio sobre el tamaño del hogar en cada uno de los segmentos. Comprende valor absoluto y relativo a la línea de pobreza

Pobreza multidimensional



Financiera Confianza es la primera entidad financiera privada del país en contar con una evaluación multidimensional de cada hogar que atiende

En febrero y mayo de 2025, el Instituto Nacional de Estadística (INEI) hará las primeras mediciones de pobreza multidimensional correspondientes al año 2023 y 2024, respectivamente. Según los datos aportados por el INEI en el año 2022, el 27,5% de la población peruana vivía en situación de pobreza multidimensional. Esto significa que más de 9 millones de personas experimentaban carencias en diferentes dimensiones del bienestar, como educación, salud, vivienda y acceso a servicios básicos. Ésta es casi el doble en las zonas rurales (46,4%), frente a las urbanas (21,5%).

Así, en 2023 se lanzó la iniciativa “Pobreza Multidimensional” en las entidades de la FMBBVA para analizar las privaciones en vivienda, educación y salud de cada hogar de nuestros clientes de crédito. A diferencia del diagnóstico realizado en 2021, el objetivo actual es medir el estándar mínimo de vida de cada hogar atendido —no de una muestra representativa— y, a partir de ello, suplir de forma precisa sus carencias.

El 19% de los emprendedores se encuentra en pobreza multidimensional, es decir, presentan al menos 3 carencias lo que refuerza la necesidad de buscar soluciones integrales

Entre agosto de 2023 y octubre de 2024, Financiera Confianza ha evaluado la situación de pobreza multidimensional del 99% de los más de 541.000 emprendedores que han tenido un desembolso en este periodo y del 86% de los emprendedores vigentes en cartera a cierre de año.

La incidencia de la pobreza multidimensional entre los emprendedores, según las definiciones específicas de Perú, es del 19%. Los hogares que viven en situación de pobreza multidimensional tienen, en promedio, privaciones en el 49% de los indicadores, es decir, casi 4 de 7 indicadores. A pesar de que más del 60% de los clientes en situación de pobreza presentan tres privaciones, se considera que la superación de al menos una de estas es suficiente para que dejen de ser clasificados como pobres, aunque sabemos que los desafíos de carencia aún persisten.

El 68% de los hogares en pobreza multidimensional presenta carencias en 3 o más dimensiones, lo que refuerza la necesidad de soluciones integrales.

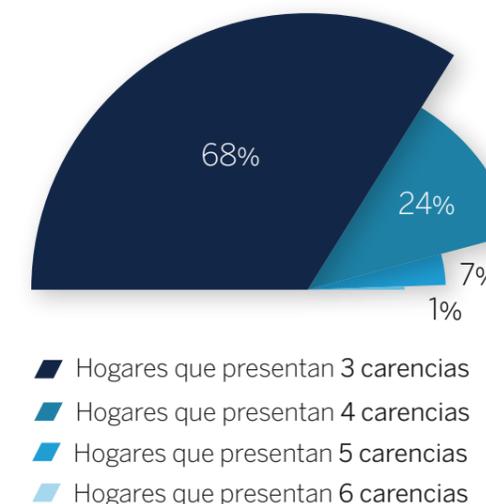
8. ÍNDICE INTERNO DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL

Total emprendedores de crédito evaluados*

| ÍNDICE | VALOR |
|------------------|-------|
| IIPM | 0,092 |
| Incidencia (H,%) | 19% |
| Intensidad (i,%) | 49% |

9. INTENSIDAD DE LA POBREZA

Total emprendedores de crédito evaluados (%)



Nota metodológica: Pobreza Multidimensional. Proyecto 2023-2024

Desde junio 2023, en todos los países del Grupo FMBBVA se ha lanzado el proyecto “Pobreza Multidimensional” con dos fines:



- **Conocer las carencias del cliente de forma integral:** mediante una encuesta de 11 preguntas, se recopila el estado de carencias de los hogares durante el proceso de evaluación de crédito y se actualiza anualmente si hay renovación. Se ha diseñado un nuevo índice de pobreza multidimensional, manteniendo la metodología Alkire-Foster.



- **Oferta de valor:** generar productos y servicios financieros que aborden las brechas ya identificadas.

Este proyecto involucra a toda la organización, para alinear los intereses en pro de ese impacto.

* Para toda la sección de IIPM se refieren a emprendedores en cartera vigente con información de pobreza multidimensional disponible G.9. El 68% de los hogares en situación de pobreza multidimensional presentan carencia en 3 indicadores, 24% en 4 indicadores y 7% en 5. Residual es el porcentaje de hogares con más de 5 privaciones (1%).

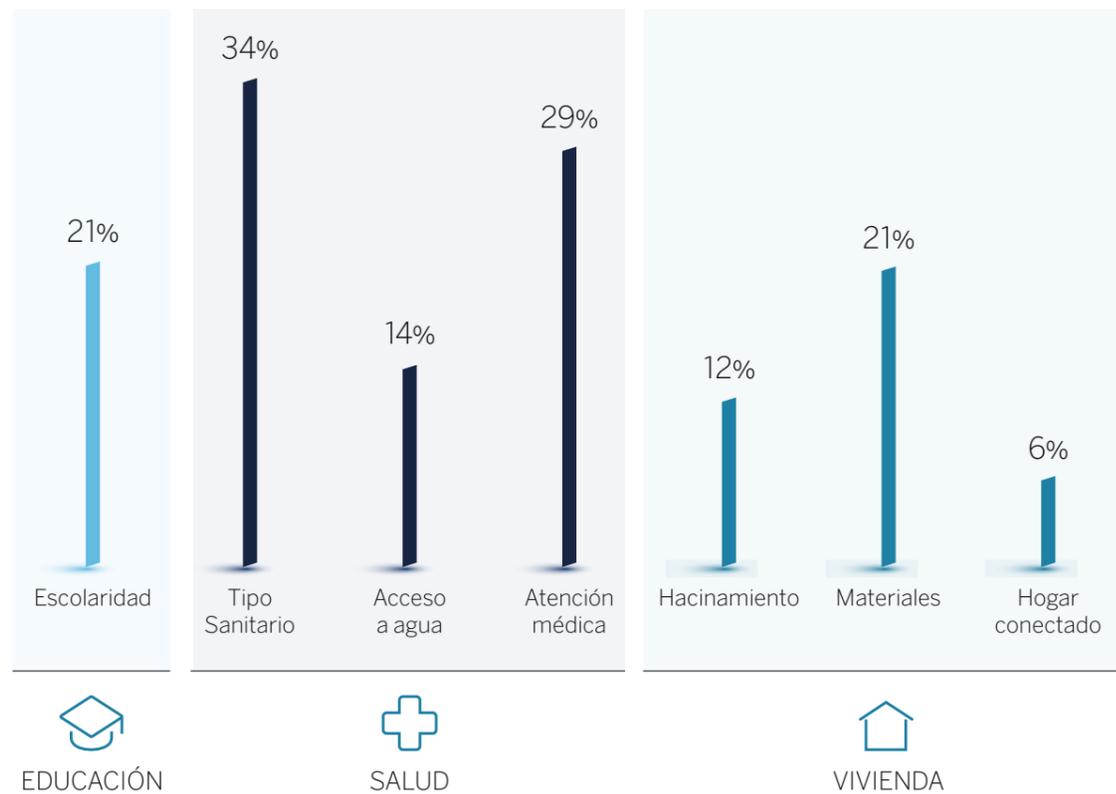
Evaluación de las carencias

Observamos que las carencias más comunes entre los hogares son el saneamiento, la atención médica, la escolaridad y los materiales de vivienda. El gran cambio respecto al 2021 ha sido el incremento de la

conectividad (22% hogares carentes en 2021) y materiales de vivienda (38% hogares carentes) mostrando los efectos de la pandemia que ha hecho que los hogares apuesten por esas dos dimensiones.

10. INCIDENCIA DE LAS CARENCIAS

Total clientes de crédito evaluados (%)



Las carencias más comunes son el acceso a tipo sanitario, la atención médica y los materiales de la vivienda

Dimensión vivienda

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

los casos, el problema se encuentra en el piso, que es principalmente de tierra o arena (49%), especialmente en áreas rurales. El resto de las viviendas se construyen con madera burda, tabla o tablón (20%).

Hacinamiento. El 12% de los hogares muestran un ratio de hacinamiento de tres o más personas por dormitorio. Además, siete de cada diez hogares con hacinamiento no cuentan con habitaciones destinadas exclusivamente para dormir.

El material utilizado en la construcción de las paredes es el segundo factor que presenta mayor carencia, afectando al 49% de los hogares evaluados. En las viviendas urbanas, se recurre a madera burda, tablas o tablones en un 41%, lo que constituye una carencia en la ciudad, aunque no ocurre lo mismo en el ámbito rural, donde estos materiales son más comunes. Por último, de manera más marginal, se encuentran carencias relacionadas con el uso de triplay, calamina o esteras (7%).

Conectividad. El 85% de los hogares declaran tener acceso a internet desde la vivienda y el 9% no lo tienen por considerarlo innecesario. El 6% restante serían hogares que no están conectados, pese a considerarlo necesario. La carencia de conexión en los hogares presenta mayor incidencia en el entorno rural alcanzando un 8,5% frente al 3,8% de privación en entornos urbanos. El motivo principal es no poder asumir el coste del servicio.

Solo el 5% de las carencias tendrían como origen la precariedad en el techo de la vivienda. El concreto armado o plancha de cemento está presente en un 54% de los hogares en las zonas urbanas, y la calamina, fibra de cemento u otras planchas metálicas son los materiales que predominan en el 50% de los hogares rurales.

Materiales de construcción. El 21% de los hogares presentan materiales precarios, predominante en piso, seguido de las paredes o el techo. En el 69% de

11. MATERIALES DE VIVIENDA

Total emprendedores de crédito evaluados (%)

| MATERIAL PISO | 69% | MATERIAL PARED | 49% | MATERIAL TECHO | 5% |
|--------------------------------|-----|-------------------------------|-----|----------------------------------|----|
| Tierra o arena | 49% | Madera burda en urbano | 41% | Caña, estera, triplay o carrizo | 4% |
| Madera burda (tabla, tablones) | 20% | Triplay, calamina o estera | 7% | Palma, paja, penca, cartón/plast | 1% |
| | | Plástico, cartón, sin paredes | 1% | | |

Uno de cada dos hogares atendidos presenta carencias en los materiales de construcción, especialmente en pisos y paredes.

Dimensión salud

La dimensión salud está compuesta por el acceso al agua, el saneamiento y atención médica.

Acceso al agua. La falta de acceso al agua prevalece en el entorno urbano, donde el 19% de los hogares sufre carencias de suministro, frente al 8% en el entorno rural.

Saneamiento. Un 34% de los hogares presentan carencias de saneamiento y la principal causa (73%) es tener que compartir sanitarios. La segunda (26%) es no disponer de conexión (inodoro o letrina). La letrina, minoritaria en el entorno urbano con 5%, alcanza un 14% en rural.

Atención médica. El acceso a la atención médica en los hogares peruanos sigue siendo un desafío.

Tres de cada diez hogares tienen al menos un miembro sin afiliación a ningún seguro de salud, ya sea público o privado.

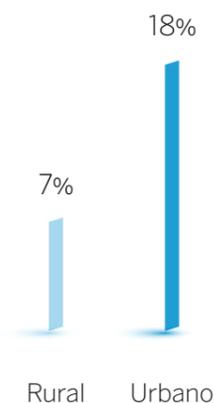
Por otro lado, quienes sí cuentan con seguro logran acceder a la atención médica: en 8 de cada 10 hogares con alguna necesidad de salud, al menos un miembro fue atendido por un profesional. Sin embargo, la brecha de afiliación sigue siendo preocupante, especialmente entre los sectores más vulnerables, lo que resalta la urgencia de fortalecer las políticas de cobertura sanitaria. En esta línea, las Ferias Médicas Inclusivas de Financiera Confianza se consolidaron como una estrategia clave de fortalecimiento de la cobertura, acercando servicios de salud esenciales a las comunidades más alejadas.

OBTENCIÓN DEL AGUA EN LOS HOGARES

%

298.295 hogares

| | |
|---|--------|
| Tubería (red) dentro de la vivienda | 74,45% |
| Tubería (red) fuera de la vivienda pero dentro del terreno | 15,43% |
| Pozo protegido (con revestimiento, una tapa y un torno para elevar el agua) | 4,05% |
| Grifo o pilón de uso público | 1,85% |
| Pozo no protegido | 1,42% |
| Río, acequia, quebrada, manantial o nacimiento | 1,26% |
| Camión cisterna o aguatero | 1,00% |
| Agua embotellada o en bolsa | 0,37% |
| Colecta agua lluvia | 0,16% |
| No informado | 0,02% |



La falta de acceso al agua prevalece en entornos urbanos, donde el 19% carece de suministros



Dimensión educación

En el 21% de los hogares, alguno de sus miembros no culminó la educación secundaria. Esta carencia, a diferencia de otras, prevalece en el entorno urbano (22% de los hogares), frente al entorno rural (19%).

Conclusión

Los hogares de los emprendedores presentan niveles relativamente altos de privación, especialmente en lo que respecta a carencias sanitarias y la atención médica. Los materiales de construcción de las viviendas también presentan áreas de mejora, aunque la situación mejoró levemente en comparación a 2021. Evaluar estas carencias ha permitido focalizar los esfuerzos en optimizar la oferta del crédito de vivienda y saneamiento para reducir la brecha social, pero requerirá la colaboración de los sectores público y privado.

Por otra parte, la conexión a internet ha mejorado sustancialmente, mostrando así elementos de progreso entre la población vulnerable.

Esta información se está analizando mediante mapas interactivos para responder mejor a la vulnerabilidad de los hogares y ayudarles a mejorar su calidad de vida.

La carencia en educación es un reflejo del porqué se recurre al emprendimiento como oportunidad laboral

EMPRENDEDORES

Yolanda Ramos

PDM



Con esfuerzo, Yolanda transformó su hogar y su futuro, demostrando que la perseverancia puede más que cualquier obstáculo

A sus 49 años, Yolanda Ramos es un ejemplo de esfuerzo y perseverancia. Nacida en Tingo María, Huánuco, dejó su tierra natal en busca de mejores oportunidades y se estableció en Pucallpa, una ciudad calurosa y en crecimiento, donde construyó su hogar en un asentamiento humano junto a otras 25 familias. A pesar de las dificultades de vivir sin servicios básicos como agua y desagüe, Yolanda ha sabido salir adelante, enfrentando cada obstáculo con determinación.

Madre de cuatro hijos, ha dedicado su vida a garantizarles un futuro mejor. Su hija mayor, de 28 años, ha tomado su propio camino, mientras que su hijo de 15 años y sus gemelas de 12 continúan estudiando en el colegio. Con especial orgullo, cuenta que su hija mayor logró acceder a Beca 18, una beca otorgada por el Estado Peruano a estudiantes destacados, para estudiar Ingeniería Ambiental. Su prioridad ahora es su hijo varón, quien está por terminar el colegio y se está preparando para la universidad.

A pesar de la carga laboral, Yolanda siempre encuentra tiempo para sus hijos. Cada jueves, su día de descanso, lo dedica exclusivamente a ellos, asegurándose de compartir momentos en familia y mantenerse conectada con sus sueños y aspiraciones.

Hace cuatro años, Yolanda decidió emprender. Viendo una oportunidad frente al colegio donde vive, abrió una bodega en la que ofrece gaseosas, abarrotes y otros productos. Con el tiempo, buscando aumentar sus ingresos sin dejar de estar en casa, comenzó a vender pollo broaster en las tardes, logrando hacer crecer su negocio poco a poco.

Su historia con Financiera Confianza empezó hace 12 años, con un préstamo de solo 500 soles a través del crédito grupal Palabra de Mujer. Con esfuerzo y buena administración, ha ido construyendo y mejorando su hogar de a pocos. Con los créditos que ha solicitado, ha podido construir su casa, instalar un piso firme, una ducha y un baño, mejorando la calidad de vida de su familia. Desde hace unos años, es presidenta del grupo "Las Semillitas" del crédito Palabra de Mujer, una muestra de su liderazgo y compromiso con su comunidad.

El camino no ha sido fácil. La delincuencia en la zona es un problema constante, lo que le impide extender sus horarios de atención. Sin embargo, con el apoyo de sus hijos, quienes la ayudan en el negocio, ha logrado mantenerlo estable y seguir creciendo.

Yolanda no se detiene. Sueña con hacer crecer su negocio, contratar una cocinera y dedicarse a administrar un restaurante que funcione todo el día. Quiere seguir brindando oportunidades a su familia y asegurarse de que sus hijos tengan las herramientas para alcanzar sus sueños. Su historia es un testimonio de que con trabajo duro, perseverancia y amor por los suyos, es posible transformar la realidad y abrirse camino hacia un mejor futuro.

De un préstamo de 500 soles a liderar su negocio y su comunidad: Yolanda es prueba de que el crédito cambia vidas.

Shocks climáticos y vulnerabilidad ambiental

Muchas de las personas que atiende Financiera Confianza se encuentran en zonas vulnerables a desastres naturales y son las principales afectadas por el cambio climático, especialmente por el exceso de lluvia, sequías, caída de heladas o vientos fuertes. La ubicación geográfica, las condiciones de la vivienda y la propia geografía del país ponen en riesgo la calidad de vida de los emprendedores y sus negocios.

Debido a la amplia biodiversidad de Perú, el impacto va desde temperaturas abruptas y sequía a precipitaciones atípicas o granizadas. Los emprendedores requieren, por tanto, protección para sus negocios y aumentar su resiliencia y capacidad de reacción frente a estos fenómenos climáticos.

Mapas de vulnerabilidad climática

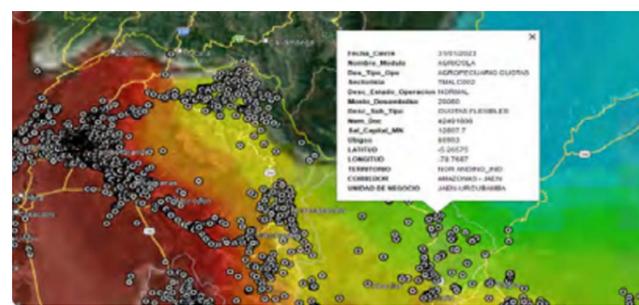
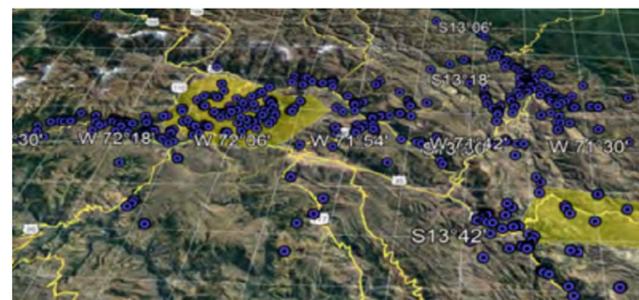
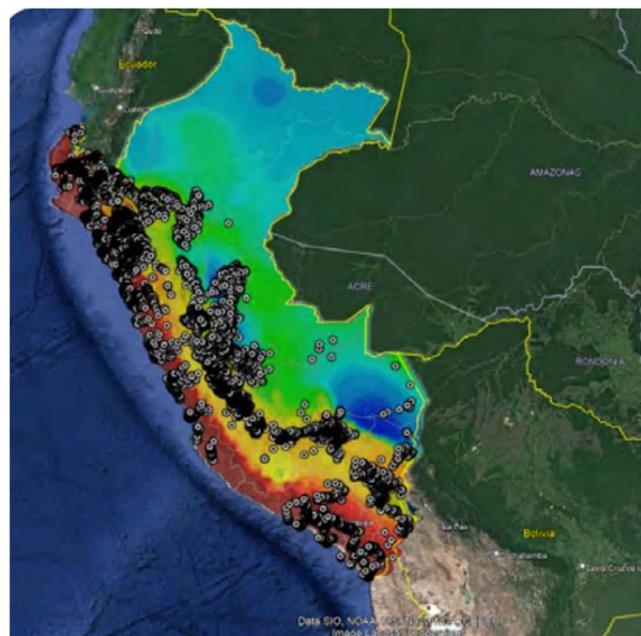
Para identificar a clientes en zonas de riesgo climático, hemos diseñado mapas de vulnerabilidad climática con el fin de evaluar a cuántas personas y cómo se pueden ver afectadas, ayudándoles así a

prepararse y a minimizar el impacto. Para elaborar estos mapas, cruzamos la base de datos de los negocios de los emprendedores geolocalizados, el tipo de cultivo o ganadería que desarrollan y los datos en tiempo real sobre las precipitaciones y las temperaturas que publica el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego.

Estos mapas de vulnerabilidad nos permiten:

1. Proteger los cultivos, el ganado y sus negocios frente a eventos extremos mediante el diseño de seguros climáticos.
2. Adaptarse a las necesidades financieras de los emprendedores, evaluando su capacidad de pago para evitar el sobreendeudamiento.
3. Fortalecer la resiliencia de los emprendedores frente al cambio climático con nuevos productos y servicios adaptados a las necesidades.

MAPA DE VULNERABILIDAD CLIMÁTICA



Soluciones financieras

Financiera Confianza ofrece una amplia gama de productos financieros, que incluyen créditos, seguros y ahorros, diseñados para los emprendedores. Además, cuenta con una propuesta integral de educación financiera que busca brindar las herramientas necesarias para que las personas gestionen de manera eficiente tanto sus negocios como la economía doméstica de sus hogares, fortaleciendo su capacidad para enfrentar los desafíos diarios.

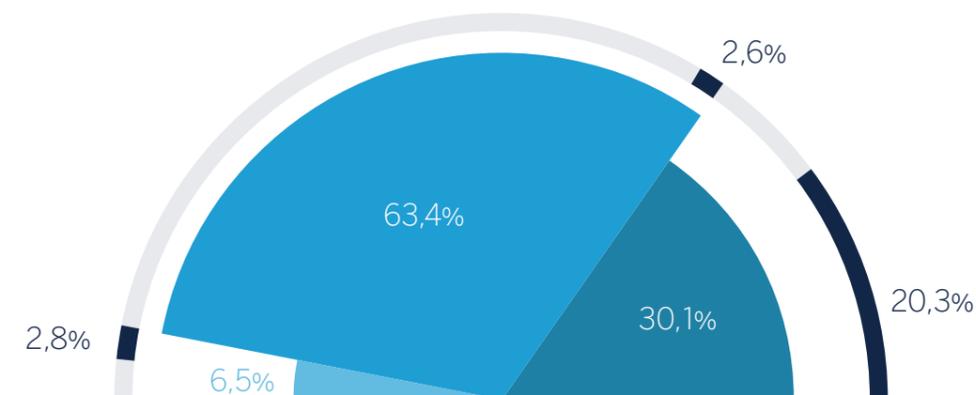
En la actualidad, Financiera Confianza atiende a un total de 734.481 emprendedores. De este total, el 63% mantiene una cuenta de ahorros en la entidad,

mientras que el 30% combina su ahorro con un crédito. El 7% restante corresponde a emprendedores que únicamente tienen un crédito con Financiera Confianza, sin mantener cuentas de ahorro, una situación menos frecuente.

Además, muchas personas, considerando posibles riesgos futuros, han optado por contratar seguros voluntarios, como seguros de vida, de daños o de salud. Estos productos permiten mitigar el impacto financiero de imprevistos, ofreciendo una mayor tranquilidad y estabilidad económica a los clientes.

12. VINCULACIÓN DE EMPRENDEDORES, POR TIPO DE PRODUCTO

Total emprendedores (%)



◆ % Sólo activo (0%) ◆ % Sólo pasivo ◆ % Activo y pasivo ◆ % Seguro voluntario

Los mapas de vulnerabilidad climática permiten diseñar soluciones financieras adaptadas, protegiendo a los emprendedores frente a fenómenos extremos.

SOLUCIONES FINANCIERAS



Crédito para el negocio

En 2024, se han otorgado más de 378.000 créditos, un 6% menos que el año anterior. De estos, 103.002 fueron destinados a nuevos emprendedores en Financiera Confianza y 163.543 a quienes ya habían recibido financiamiento en la entidad.

Entre los clientes de crédito nuevos, el 29% accedieron por primera vez al sistema financiero formal, sumando 30.202 personas. Es un segmento especialmente vulnerable, 66% son mujeres, el 39% vive en zonas rurales y 79% están en situación de vulnerabilidad económica.

En definitiva, aunque la cantidad total de créditos ha disminuido, la estrategia se ha orientado a consolidar la relación con clientes actuales y a fortalecer el apoyo a los sectores más vulnerables.

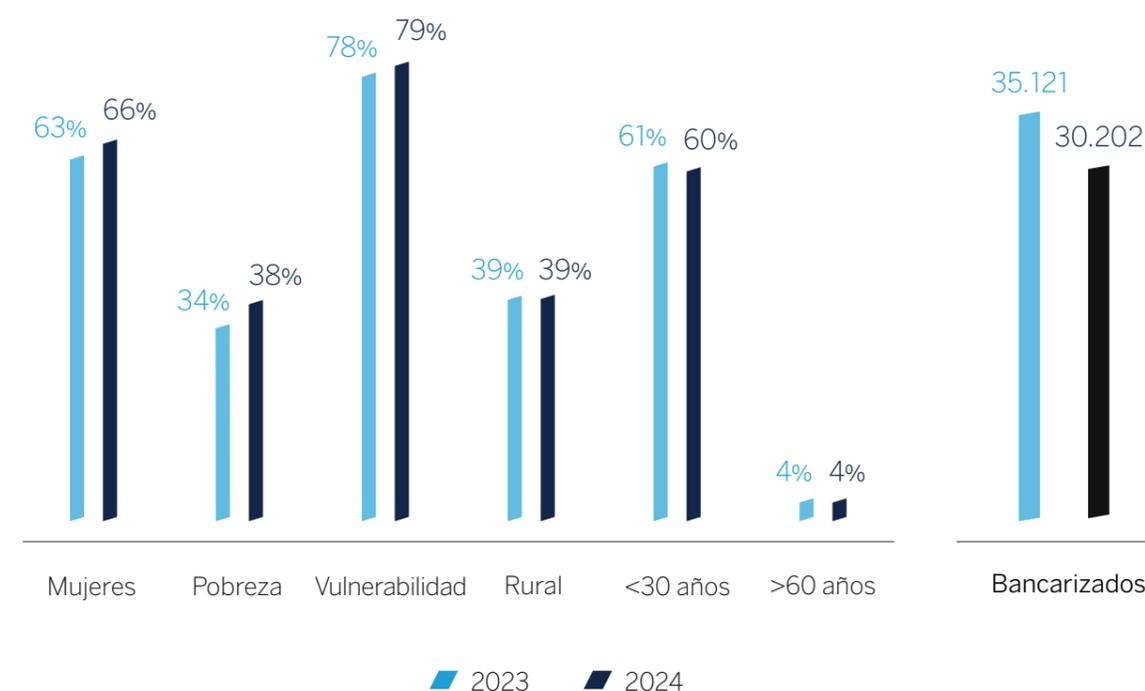
Por otro lado, están los emprendedores que han confiado exclusivamente en Financiera Confianza para sus créditos. Más de 100,000 personas han elegido esta entidad por encima de otras alternativas, destacando la participación de mujeres en la entidad, que aumentó del 52% al 55% al cierre del año.

En 2024, 30,202 emprendedores accedieron por primera vez al sistema financiero. De ellos, ocho de cada diez están en vulnerabilidad económica.



13. EMPRENDEDORES BANCARIZADOS

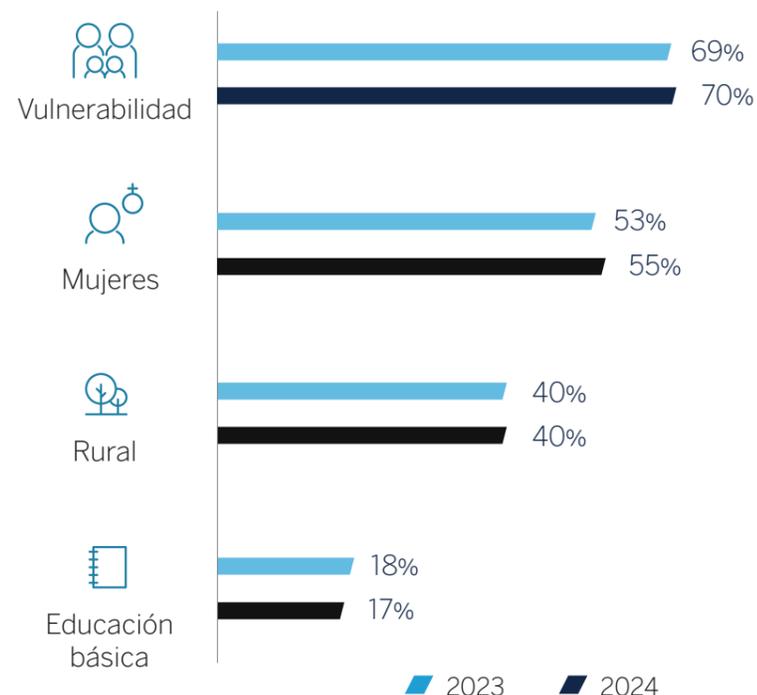
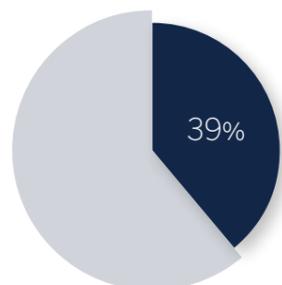
Nuevos emprendedores de crédito que entran en el sistema financiero formal por primera vez



14. EMPRENDEDORES EXCLUSIVOS

Emprendedores de crédito vigentes que son exclusivos de Financiera Confianza

104.649
Emprendedores
exclusivos



Mujer

Con tal de contribuir al empoderamiento económico de las mujeres de Perú, Financiera Confianza y Fundación Microfinanzas BBVA mantienen su enfoque de género que vienen desarrollando conjuntamente en el país.

Esto ha pasado por revisar y ajustar los procesos internos y las formas de interacción con las clientas. Además de la gama genérica de productos y servicios financieros, se han fortalecido dos productos exclusivos para mujeres, adaptándose específicamente al contexto y necesidades de ellas:

- Palabra de Mujer 68.196 clientas y PEN 105 M desembolsados
- Emprendiendo Mujer 8.300 clientas y PEN 22.4 M desembolsados.

39% de los emprendedores han confiado exclusivamente en FC para su relación financiera

Palabra de Mujer (PDM), crédito grupal

Palabra de Mujer es un modelo de banca comunal que, si bien los créditos se otorgan a nivel individual, las emprendedoras que lo reciben se organizan en grupos de al menos 10 integrantes con tal de formar sinergias en sus negocios y formando un aval solidario.

Se trata de mujeres en situación de pobreza o pobreza extrema, y gran parte de ellas nunca han tenido una cuenta en un banco, así que esta iniciativa persigue en última instancia facilitar su inclusión social.

Además, *Palabra de Mujer* ofrece un programa de formación *Aprendiendo en Confianza* que brinda capacitaciones mensuales sobre educación financiera, especialmente ahorro, alfabetización digital y gestión del negocio. Estas capacitaciones son impartidas a cada grupo de mujeres por los asesores de negocio inclusivo grupal como parte del modelo de banca relacional.

En el 2024, *Palabra de Mujer* atendió a 4800 grupos a nivel nacional, lo que supuso un total de 77.000 mujeres que accedieron a créditos de cantidades promedias de USD 313 (PEN 1164). En paralelo, con el programa *Aprendiendo en confianza*, 74,545 mujeres accedieron a una formación.

Los principales beneficios de participar en estos programas son una mayor autonomía económica, lo que reduce la dependencia de los miembros varones del hogar, en particular las parejas, un elemento crucial para amortiguar la exposición a situaciones de abuso de poder que puedan derivar en violencia de género. Además, el componente grupal de este programa permite la generación y fortalecimiento de redes de mujeres emprendedoras en espacios seguros de toma de decisiones. Ello aumenta la confianza en ellas mismas y en sus iguales y facilita la continuidad de su participación en el sistema financiero.

Emprendiendo Mujer

Emprendiendo Mujer es un producto financiero pionero en Perú, dirigido a mujeres que ya han demostrado habilidades en la gestión de sus finanzas y negocios, a quienes se les ofrece una oferta de valor mejorada, con intereses más bajos.

El crédito, que no requiere la firma del cónyuge, ofrece montos entre 300 y 7.000 soles peruanos y su contratación está disponible a través de la App móvil de Financiera Confianza.

Esta iniciativa se desarrolla en colaboración con CARE Perú y gracias al apoyo de "The Ignite Initiative: Unleashing the Power of Women Strivers" del Mastercard Center for Inclusive Growth. Incluye el acceso a educación financiera a través de la plataforma Aca-

En los últimos 5 años, Palabra de Mujer ha atendido a cerca de 218,000 mujeres, otorgando más de 451,000 operaciones de crédito y desembolsando más de 513 millones de soles. Solo en el último año, logramos gestionar 4,800 grupos de mujeres a nivel nacional, con un promedio de 10 mujeres por grupo.

El crédito Emprendiendo Mujer es pionero en Perú, no requiere firma del cónyuge y ofrece condiciones favorables

demia Confianza, con cursos especializados como *Haz Crecer tu Negocio* con temas avanzados de marketing digital, ventas en canales digitales, y estrategias de promoción digital, entre otros.

Al cierre del 2024, 8.300 clientas se pudieron beneficiar de este crédito para fortalecer sus negocios y tener así una mayor participación en la toma de decisiones en el hogar.

Además, en alianza con CARE PERÚ, Financiera Confianza desarrolla un nuevo proyecto centrado en la salud financiera de las mujeres, llamado "Strive Women (Mujeres Luchadoras)". Esta alianza permitirá profundizar en áreas esenciales como la planificación financiera, el fomento del ahorro y el acceso a productos de protección, asegurando un mayor impacto positivo.

Rural

Desde hace más de 30 años, Financiera Confianza facilita el progreso de pequeños productores y productoras del sector agropecuario, especialmente en las zonas rurales, donde la presencia de otras entidades financieras es limitada.

Los clientes son pequeños productores que manejan algo más de 2,15 hectáreas de terreno agrícola, de promedio. Para ellos se han diseñado productos financieros y seguros frente a emergencias, tomando en cuenta su situación de vulnerabilidad y con perspectiva de género. Con tal de facilitar el desarrollo del ecosistema digital en zonas rurales, se establecen los Agentes Satelitales Confianza (ASC) y las alianzas estratégicas para que les guíen en el proceso de integración.

Usando herramientas como los Mapas de Vulnerabilidad Climática y gracias a una evaluación integral del perfil de cada emprendedor agropecuario, que tiene en cuenta el objetivo del crédito, la capacidad de pago y los riesgos asociados, la entidad puede desarrollar una estrategia para proteger a los clientes agropecuarios de situaciones inesperadas como los fenómenos climáticos.

Además, la plataforma virtual la *Academia de Confianza*, que promueve la innovación en las prácticas agrícolas más eficientes y respetuosas con el medio ambiente, ofrece el programa *Consejos del Inge de Confianza*, compuesto por cursos sobre temas de agricultura sostenible, manejo de plagas, cultivo orgánico y gestión del agua.

Al cierre de 2024, participaron del crédito agropecuario más de 33.900 clientes de todas las regiones de Perú, con PEN 522.2M desembolsados, siendo el 30% mujeres representando a más de 200 tipos de cultivos y crianzas.

EMPRENDEDORES

Juana Díaz

Desde hace más de 15 años, Juana Díaz ha trabajado en el campo con disciplina y esfuerzo. Nació en Puno, pero decidió mudarse a Arequipa, al distrito de La Joya, con un objetivo claro: brindarles a sus hijos mejores oportunidades de educación. En su comunidad, la urbanización ha avanzado, pero aún enfrentan dificultades como la falta de agua potable, por lo que cada semana compra agua en cisternas para abastecer su hogar.

Como madre sola, ha sido el pilar de su familia. Sus dos hijos, de 22 y 20 años, están estudiando farmacia y psicología, respectivamente. Para cubrir los gastos de sus estudios, Juana trabaja en su chacra alquilada cultivando cochinilla, un negocio que ha mantenido a pesar de los desafíos del clima. En épocas de lluvias, la cosecha se ve afectada, lo que limita su producción y, en consecuencia, sus ingresos. Además del trabajo en su propia chacra, da empleo a otras personas para salir adelante. Cuando no es época de cosecha en su chacra, ella trabaja en cuadrillas, es decir, en las chacras de otros dueños.

Su rutina es intensa. Se levanta a las 4 a. m., desayuna y a las 7 a. m. inicia su jornada en el campo junto con sus trabajadores, laborando hasta la 1 p. m. Luego retoma las actividades hasta las 4 p. m. Los fines de semana, sus hijos la apoyan en la chacra para aliviar un poco su carga.

Hace algunos años, conoció Financiera Confianza a través de una campaña en su comunidad. Un joven asesor se acercó y le explicó las opciones de financiamiento para pequeños agricultores. Juana decidió confiar en la entidad y, desde entonces, ha solicitado entre tres y cuatro créditos agropecuarios para fortalecer su producción. Gracias a este apoyo, ha podido mantener su negocio en marcha y seguir cubriendo la educación de sus hijos. Lo que más valora de su relación con el banco es la confianza y la facilidad que le han brindado para acceder a financiamiento.

A futuro, su meta es clara: comprar la chacra donde trabaja actualmente y expandir su negocio con una granja de cuyes para comercialización. Su mayor anhelo es que sus hijos se conviertan en buenos profesionales, que sigan preparándose y tengan una vida más estable, sin las dificultades que ella ha enfrentado.

La historia de Juana es la de muchas mujeres que, con esfuerzo diario, construyen oportunidades para su familia y su comunidad.



Con esfuerzo y visión, Juana ha convertido su chacra en fuente de ingresos y oportunidades, demostrando que el trabajo rural también construye futuro

Crédito de vivienda y saneamiento

En línea con las carencias identificadas anteriormente en este informe, Financiera Confianza ha identificado dos factores clave que agravan especialmente la situación de vulnerabilidad de las poblaciones y dificultan su desarrollo: el acceso a agua y saneamiento de calidad, y la carencia de infraestructura segura en los hogares.

El Gobierno peruano estima que más de 3,3 millones de personas en el país carecen de acceso a una red pública de agua potable, mientras que casi el doble, 6,4 millones, no tienen acceso a conexiones de alcantarillado (SUNASS, 2023).

Para hacer frente a estas necesidades, se ha trabajado con aliados estratégicos como ASOMIF Perú, Water.org y Water for People, con tal de facilitar el acceso a agua potable y saneamiento, con herramientas como el crédito financiero y la capacitación.

Alianzas

Water Credit Perú - ASOMIF/ Water.org

Desde el 2022, Financiera Confianza forma parte del Proyecto *Water Credit - ASOMIF Perú*, impulsado de la mano de las ONG Water.org y ASOMIF. Esta alianza tiene como objetivo fomentar prácticas más saludables para clientes y no clientes, promoviendo el acceso a servicios de agua y saneamiento mediante el uso del crédito, la capacitación y la sensibilización sobre la importancia de estos recursos para una vida digna. En este marco, se llevaron a cabo acciones conjuntas para reducir la brecha de acceso a servicios básicos en los hogares, contribuyendo significativamente a mejorar las condiciones sanitarias y la calidad de vida.

Water for people

En alianza con la ONG Water for People Perú, Financiera Confianza lleva ya siete años trabajando para ampliar la cobertura de servicios de agua y saneamiento, mediante créditos destinados a la mejora o construcción de servicios higiénicos en los hogares peruanos. En 2024, ambas entidades renovaron su compromiso para fortalecer capacidades en Saneamiento Sostenible y brindar capacitación y asesorías técnicas dirigidas a los asesores de negocios de Financiera Confianza.

A lo largo de este año, se han otorgado más de PEN 49.1M desembolsados, beneficiando a más de 5,300 familias a través de proyectos de instalación de sistemas de almacenamiento de agua, construcción de pozos sépticos, redes de agua y desagüe, y pozos subterráneos. También se han financiado sistemas de captación de agua de lluvia, filtros de agua y paneles solares para abastecer de energía a zonas rurales.

Por otro lado, el crédito Construyendo Confianza, ha atendido a más de 10.0m clientes con PEN 170.9M desembolsados, contribuyendo a la mejora de la infraestructura de vivienda necesaria para una vida de calidad.

VIVIENDA⁹



10.798 emprendedores con Construyendo Confianza

SANEAMIENTO



5.388 emprendedores con nuestro producto Agua y Saneamiento

9. Clientes vigentes a Dic 2024 con estos productos.

Ahorro

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

Financiera Confianza atiende a 686 mil personas con cuentas de ahorro y depósitos. En los últimos periodos, los saldos han registrado un crecimiento sostenido, mientras que el número de clientes se mantiene relativamente estable. La mayoría de estos clientes (76%) ha tenido un crédito, lo que confirma que, en su mayoría, son emprendedores. Con el objetivo de comprender mejor el comportamiento de los clientes en la cartera de pasivo, se ha segmentado en cuatro perfiles principales:

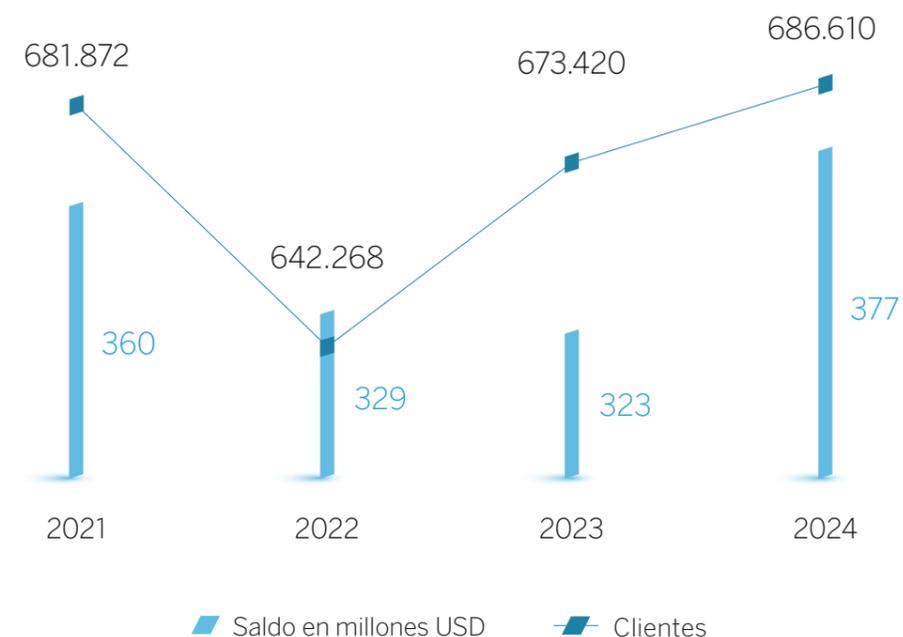
- Cliente Potencial: Clientes con cuentas de ahorro para poder realizar transacciones, y crédito activo
- Cliente Transaccional: Clientes con solo cuenta de ahorro activa (sin crédito vigente)
- Cliente Inactivos: Clientes con cuentas inactivas (el tiempo de inactividad es de 2 años en promedio y la probabilidad de re-activar es muy baja)

El segmento de clientes ahorradores sigue siendo el más representativo en términos de saldos, acumulando el 87% del saldo total de ahorro en la entidad y aunque solo representa el 7% del total de clientes. Dentro de este segmento, el 24% son emprendedores (han tenido un crédito en Financiera Confianza) y la suma de sus saldos representan solo el 13% del total del saldo en este segmento.

- Cliente Ahorrador: Aquel que cuenta con alguno de los productos: depósito a plazo fijo, plan ahorro, o similar);

15. CLIENTES CON CUENTAS DE AHORRO Y DEPÓSITOS

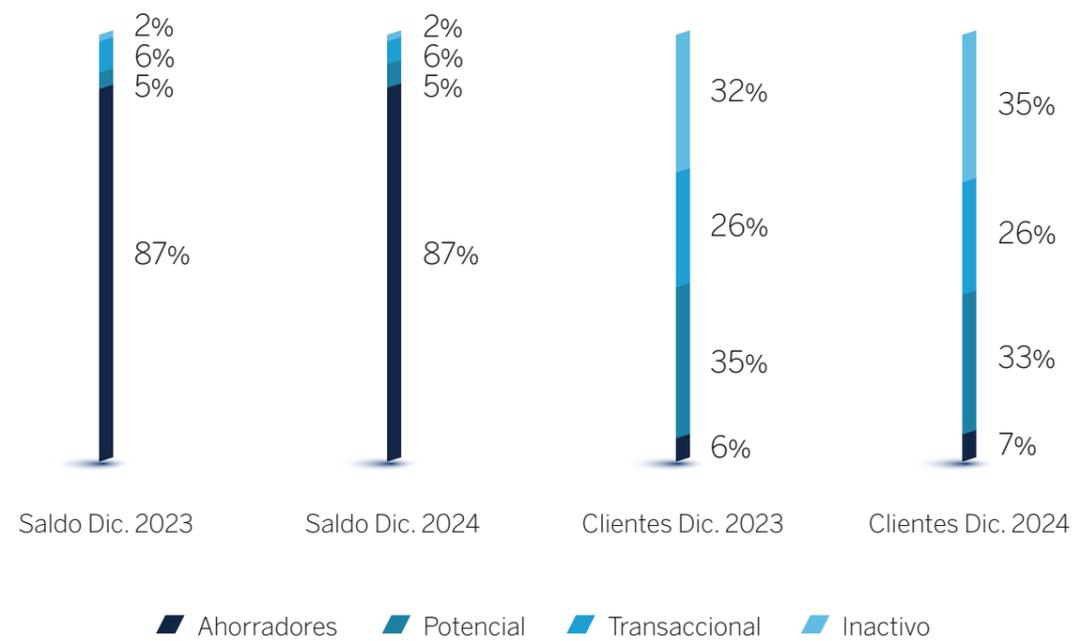
Total clientes y saldos



G.15. Todos los estudios de esta sección excluye clientes institucionales. El saldo es el balance a cierre de cada año; aplica a toda la sección.

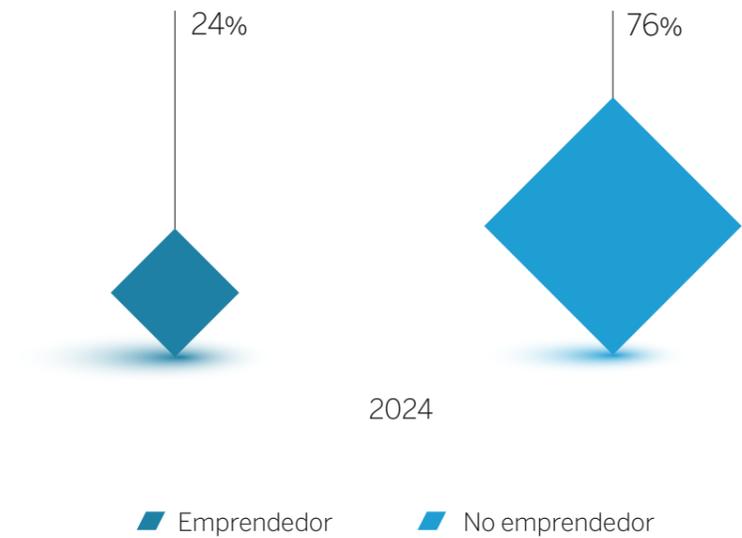
16. SEGMENTOS DE CLIENTES DE AHORRO Y DEPÓSITOS

Segmentación de los clientes de ahorro y saldos (%)



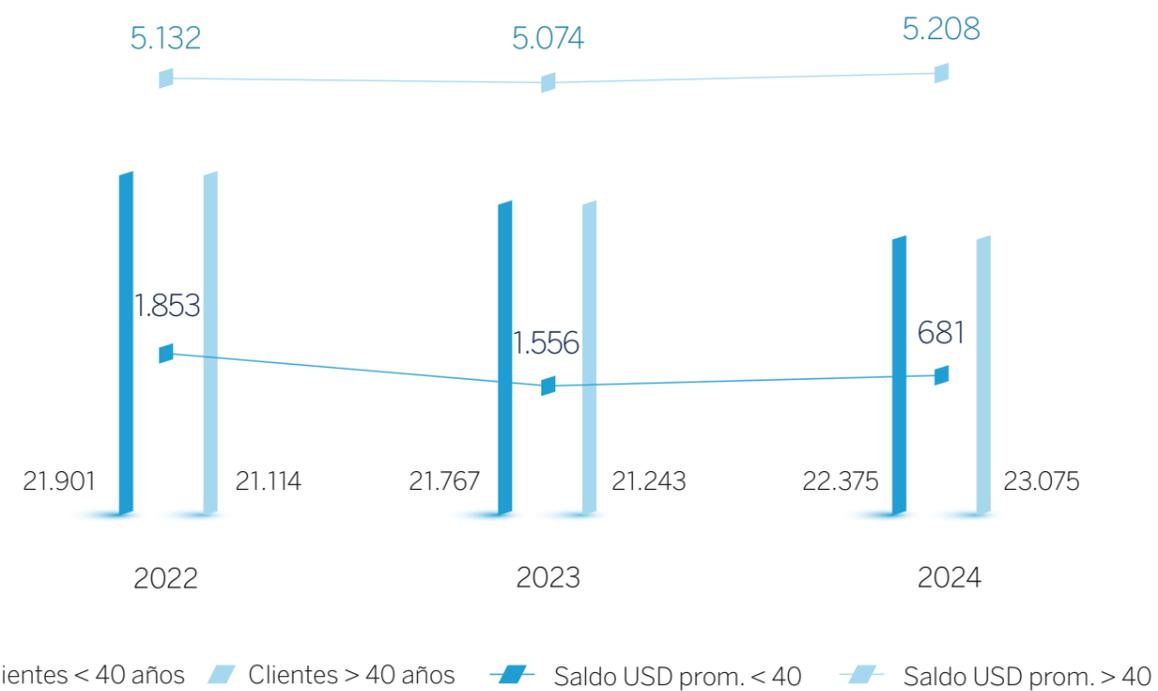
18. CLIENTE DE AHORRO POR PERFIL EMPRENDEDOR

Total clientes vigentes ahorradores (%)



17. AHORRADOR POR TRAMO DE EDAD

Saldos promedio del año en USD y número de clientes



Estos emprendedores ahorradores tienden a encontrarse en zona urbana, posiblemente porque sea más fácil acceder al ahorro (entidad 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 el doble que el de un emprendedor rural, y ha registrado una variación positiva con respecto al 2023 del 24%.

Además, en el segmento ahorrador, se observa una relación directa entre la edad y la capacidad de mantener saldos mayores a USD 500. Los clientes que tienen saldos relativamente altos, tienen 40 años o más, siendo este tramo el 51% del total de clientes y representan el 83% del total del saldo del segmento.

Los resultados reflejan una oportunidad para promover y consolidar hábitos de ahorros sostenibles, impulsando la salud financiera de nuestros emprendedores dentro de la entidad.

A pesar de los desafíos, existen clientes de segmentos no vulnerables con saldos promedios de USD 268, cuatro veces mayor al saldo promedio del segmento vulnerable que es de USD 69 - Esto nos motiva a trabajar en iniciativas que permitan cerrar esta brecha y brindar más oportunidades para el desarrollo económico de todos nuestros emprendedores.

El saldo promedio de ahorro de un cliente urbano es el doble que el de un emprendedor rural

Entre los ahorradores, a mayor edad, más ahorro, reflejando una oportunidad para promover y consolidar hábitos de ahorro

G.16. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas.
G.17. Cliente y saldo de ahorro en cada una de las fechas.

Educación

Más de 74 mil mujeres emprendedoras participaron en formaciones de **Aprendiendo en Confianza** durante 2024

Financiera Confianza ofrece educación financiera a través de su plataforma abierta a todas las personas interesadas en aprender sobre finanzas para tomar mejores decisiones informadas y responsables. Se han diseñado diversas iniciativas formativas dirigidas a emprendedores, colaboradores y público en general, con un enfoque integral que abarca desde el desarrollo de habilidades financieras hasta la sensibilización ambiental. Estas acciones buscan empoderar a las personas y promover prácticas responsables para un futuro más sostenible. A continuación, las principales iniciativas de formación.

Aprendiendo en Confianza

Aprendiendo en Confianza es un programa de educación financiera dirigido a las emprendedoras que obtienen los créditos grupales *Palabra de Mujer*. Más 74.000 mujeres emprendedoras participaron en 2024 en estas formaciones. Los asesores de negocio inclusivo imparten talleres mensuales de forma presencial que abordan el fortalecimiento empresarial, la sostenibilidad, las habilidades digitales, el empoderamiento y el liderazgo. Los contenidos impartidos se complementan con materiales alojados en una plataforma virtual, con vídeos e infografías.

Academia de Confianza

Para maximizar la flexibilidad de la formación, Financiera Confianza cuenta con la *Academia de Confianza*, una plataforma virtual de aprendizaje en diversas temáticas como educación financiera, fortalecimiento empresarial, habilidades digitales, medio ambiente y otras más, las cuales contienen cursos, videos e infografías de acceso libre y gratuito. Cerca de 2.500 emprendedores entre clientes y no clientes se han registrado, los cuales están desarrollando capacidades financieras de forma interactiva y práctica.

Sensibilización

Más de 47 mil personas participaron en actividades de sensibilización, como charlas, talleres, ferias y webinars, con el fin de fomentar la inclusión financiera. Algunos ejemplos son la Caravana del Emprendimiento y la I Feria Financiera 2024, en colaboración con WOCCU.

Entre los webinars, destaca el del Día Mundial del Agua en alianza con Yaqua, y el taller *Adquirir un seguro también es ahorrar* con Unión Venezolana en Perú y WOCCU, donde se abordaron temas clave para la protección financiera. También hubo charlas virtuales sobre el Día Mundial del Reciclaje junto a Recidar y so-



bre cómo proteger los cultivos ante eventos climáticos, con La Positiva.

Estudio con el Instituto de Estudios Peruanos

“Proyecto Evaluación de diferentes “nudges” en la expansión del uso de Servicios Financieros de Mujeres y poblaciones indígenas en Perú”

En julio de 2023, Financiera Confianza firmó una alianza con el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) para el proyecto *“Evaluación de diferentes empujones o nudges en la expansión del uso de Servicios Financieros de Mujeres y poblaciones indígenas en Perú”* que tiene el propósito de superar las barreras que enfrentan las mujeres en el uso de productos financieros.

Con financiamiento parcial del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se desarrolló un *chatbot* llamado Charito, una herramienta de mensajería dirigida a mujeres beneficiarias del producto *Palabra de Mujer*. A través de WhatsApp, Charito promueve un cambio de comportamiento positivo frente a la cultura del ahorro.

El proyecto inició con un testeo con 50 mujeres voluntarias y, en 2024, el piloto se expandió a una

muestra de 10.000 clientes a nivel nacional, con una metodología aún más precisa y efectiva. Los resultados han permitido a Financiera Confianza identificar puntos de mejora para fomentar el ahorro, especialmente en las poblaciones más vulnerables.

Estudio con Universidad de Lima

“Proyecto MICROFIN-HUB PERÚ: Microfinanzas y Educación Financiera para el Emprendimiento y la Inclusión Social de Mujeres”

El Proyecto MICROFIN-HUB PERÚ está orientado a mujeres emprendedoras de las zonas más vulnerables de Lima metropolitana que requieren créditos para fortalecer sus iniciativas. Muchas de ellas no han logrado acceder al sistema financiero,

Gracias a este proyecto, un grupo de 80 mujeres recibieron acciones de formación en finanzas básicas, sensibilización y acompañamiento empresarial, brindados por los expertos de la Universidad de Lima y la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, en España. Así, las mujeres emprendedoras en condición de vulnerabilidad podrán acceder a créditos para cubrir sus necesidades, contribuyendo a la creación de un entorno más inclusivo y equitativo.

EMPRENDEDORES

Seila Taica Julca

Seila Taica Julca es una mujer perseverante y visionaria que ha construido su camino con esfuerzo y determinación. A sus 39 años, ha logrado consolidar su hogar y brindar estabilidad a sus hijos, a pesar de los desafíos que ha enfrentado.

Residente de Carabayllo, distrito de Lima, Seila vive en una asociación que cuenta con los servicios básicos de agua, luz y gas. Con su esfuerzo, ha ido transformando su casa en un verdadero hogar. A través del crédito de Construyendo Confianza, financió el techado y enchapado de su vivienda y, posteriormente, la construcción del tercer piso. Su sueño de brindar un espacio seguro y cómodo a sus hijos se ha convertido en una realidad.

Madre de tres hijos, Seila ha sabido encontrar el equilibrio entre su vida familiar y laboral. Su hijo mayor, de 21 años, estudia psicología en Cajamarca, donde vive con de su padre. Mientras tanto, ella se encarga completamente del bienestar y educación de sus otros dos hijos, de 14 y 8 años.

Como profesional, Seila ha construido una carrera en el sector de la salud. Trabaja en una pesquera como enfermera ocupacional, desempeñando jornadas de 48 horas semanales con horarios variables. Además, en sus días libres, ofrece servicios particulares en la zona de Lima Norte. Durante la pandemia, sus ingresos fueron sólidos, lo que le permitió avanzar en sus proyectos personales. Aunque su remuneración actual es menor, se mantiene estable gracias a los beneficios que recibe y a su capacidad de administrar sus recursos. Incluso, ha optimizado su economía alquilando un vehículo para generar ingresos adicionales.

Seila conoció a Financiera Confianza a través de su conuñada. Su primer crédito fue para un emprendimiento de venta de artículos por internet. Con el tiempo, al ver la confianza que la institución depositaba en ella y el respaldo que recibió de su asesor, decidió quedarse. Su relación con los asesores, especialmente con Hernando, ha sido clave en su crecimiento. Siente que siempre ha contado con un acompañamiento cercano, soluciones oportunas y flexibilidad en los momentos difíciles, lo que le ha permitido cumplir con sus compromisos financieros sin preocupaciones.

Si bien su mayor meta era consolidar su hogar, su visión a futuro va más allá. Este año, alcanzará un logro personal muy importan-

te: titularse como licenciada en enfermería. Pero su ambición no termina ahí. En un par de años, proyecta tener su propio negocio en casa, combinando una farmacia con servicios de enfermería. Ha identificado que en su zona no hay un negocio similar, lo que representa una gran oportunidad. Su objetivo es consolidar esta empresa para asegurar el futuro de sus hijos y brindarles la estabilidad que necesitan para crecer con tranquilidad.

La historia de Seila es un testimonio de determinación y visión. Ha demostrado que, con esfuerzo y el apoyo adecuado, los sueños pueden hacerse realidad. Hoy, no solo ha construido su hogar, sino que también está cimentando un futuro prometedor para su familia.

Su próximo sueño:
combinar una farmacia
con servicios de
enfermería y construir
un futuro estable para
su familia

Madre, profesional y
empresaria, Seila
ha sabido equilibrar
sus múltiples roles para
construir estabilidad
y bienestar

Seguros

Protección ante imprevistos

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

Durante 2024, la financiera registró 194 mil asegurados y reforzó su portafolio de seguros, ampliando y diversificando su propuesta comercial.

Además, el costo de la prima es asumible por el cliente, a excepción del Seguro de Accidentes Personales en Cuentas de Ahorros, que es otorgado de forma gratuita a clientes con saldos promedios superiores a USD 27. El 95% de los clientes invierte menos del 10% de sus excedentes mensuales en seguros, lo que subraya que los beneficios son enormes y adecuados para la capacidad financiera de los usuarios.

En 2024, más de 194 mil emprendedores contaron con seguros para proteger su salud, sus bienes y sus ingresos

SEGURO VOLUNTARIO

| FAMILIA | F.C. |
|----------------------------|---------|
| Salud | 35.800 |
| Climático | 112.231 |
| Vida | 106.767 |
| Protección cuotas/tarjetas | 70.428 |



191.479 asegurados

Una contratación inclusiva

Los seguros de la entidad también han sido diseñados teniendo al emprendedor/a vulnerable en el centro. Así lo demuestra el buen desempeño de contratación en clientes que viven en entornos rurales, con menor nivel educativo y mayores de 60 años, lo que evidencia su potencial inclusivo. Sin embargo, aún hay espacio para ampliar la contratación en el segmento femenino, fortaleciendo su inclusión.

En términos de la vulnerabilidad económica del emprendedor, quienes están en condición de pobreza tienen menor tendencia a contratar seguros voluntarios, excepto en el caso del seguro de salud. El microseguro oncológico indemnizatorio sobresale como una opción clave para personas en el entorno rural y segmentos de bajos ingresos, resaltando su relevancia, sobre todo, ante la dificultad de encontrar una atención médica efectiva en salud.

Mejoras en la gestión de siniestros

Con el objetivo de evaluar cómo los seguros respaldan a los emprendedores frente a imprevistos, se analizó su eficacia en la cobertura de siniestros. En el 2024 se indemnizó a 367 clientes, más del 80% de los siniestros del Seguro Multirriesgo y 90% en el Seguro Agrícola Cofinanciado son indemnizados, evidenciando la importancia de contar con un seguro.

IMPORTE INDEMNIZADO POR SEGUROS

| | MULTIRIESGO | AGRÍCOLA | MÚLTIPLE | ONCOLÓGICO | PROTECCIÓN CUOTA | TOTAL |
|--------------------------|-------------|-----------|-----------|------------|------------------|-----------|
| Nº Eventos | 140 | 151 | 67 | 4 | 5 | 367 |
| Importe total (en Soles) | 943 Mill. | 788 Mill. | 354 Mill. | 23 Mill. | 7 Mill. | 2,1 Mill. |

Fuente: Plataforma de Seguros 2024 y Bantotal - Financiera Confianza

Reflexiones sobre la oferta de valor de seguros

De cara identificar oportunidades de mejora en la efectividad de los seguros y de fortalecer su impacto en las poblaciones más necesitadas, se está trabajando internamente para:

- Fortalecer el Ecosistema de Protección Inclusiva;** reforzando el diseño de seguros ubicando al cliente en el centro, ampliando los tipos de cobertura para atender mejor a jóvenes y personas vulnerables económicamente, y reforzar el desarrollo de seguros de salud, aprovechando su alta adopción entre sectores vulnerables.
- Agilizar y simplificar:** reduciendo la extensión de los certificados, reduciendo los tiempos de pago de indemnizaciones y simplificar los trámites administrativos para fortalecer la confianza de los clientes.
- Mejora en la comunicación:** Ofrecer información clara y accesible sobre los beneficios y proce-

sos de los seguros, asegurando que los clientes comprendan y aprovechen mejor los productos; especialmente entre aquellos emprendedores de menor nivel educativo.

- Ferias Médicas Inclusivas:** como estrategia de inclusión, se realizaron 15 Ferias a lo largo del 2024, llevando servicios de salud esenciales incluso a las comunidades más alejadas. Estas acciones refuerzan nuestro propósito de contribuir al desarrollo sostenible de emprendedores y emprendedoras, garantizando la protección de sus familias y negocios, y promoviendo una mejor calidad de vida de nuestros clientes.
- Fortalecimiento de alianzas comerciales:** se estrecharon relaciones con compañías aseguradoras y proveedores de asistencias, permitiendo una mejor coordinación y desarrollo de productos más adecuados a las necesidades de nuestros clientes. Esto ha incrementado la eficiencia y el alcance de nuestra oferta de valor, gracias al impulso y despliegue coordinado de las estrategias comerciales.

Sostenibilidad medioambiental



La incidencia de los efectos adversos del cambio climático llaman a un aumento de la resiliencia climática y ambiental de los emprendedores, sobre todo de los más vulnerables.

La sostenibilidad ambiental es una de las prioridades estratégicas, que se integra en el marco ESG (factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo, por sus siglas en inglés) y los Principios de Banca Responsable de la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente (UNEP-FI).

Por ello, más de 125,000 pólizas optativas verdes fueron vendidas, tanto del seguro multiriesgo pyme

como del seguro agrícola de rendimiento. El Seguro Agrícola de Rendimiento protege los cultivos de más de 3.500 agricultores con una cobertura que incluye "la falta de piso a cosechar", granizo, huaico o deslizamiento, incendio, inundación, lluvia, nieve, sequía, heladas y viento fuerte. Relanzado en julio de este 2024 con cofinanciamiento del Estado peruano, el seguro asociado al crédito cuenta con subsidio del 80%, por lo que los emprendedores pagaron solo el 20% del costo del seguro. Asimismo, respecto al seguro multiriesgo pyme, más de 296 emprendedores, no sólo agricultores, fueron indemnizados por el Seguro Multiriesgo Pyme, el 95% de ellos por inundaciones de lluvias y huaicos que afectaron sus emprendimientos o negocios.

Digitalización

La iniciativa Ecosistema Digital de Inclusión Financiera tiene como objetivo proporcionar acceso a los servicios financieros y mejorar la experiencia del cliente a través de innovaciones tecnológicas, para favorecer la inclusión social.

Agentes Confianza Satelitales y Conectividad

Más de 7.000 localidades carecen de acceso a Internet en Perú, lo que limita el acceso a información, educación y comunicación. Ante esta problemática, Financiera Confianza ha creado una red de 70 emprendedores ya establecidos y vinculados a la entidad a los que se les proporciona acceso a Internet satelital y local para que lo pongan también al servicio de su comunidad y ampliar así el acceso a la red bancaria, son los llamados Agentes Confianza Satelital y Conectividad. A través de estos servicios, los clientes también ganan un margen con cada transacción, de forma que amplían los servicios ofrecidos por su negocio.

En 2024, se añadieron nuevos puntos de subvención de Internet en áreas remotas y rurales en los departamentos de Arequipa, Tumbes, San Martín, Cajamarca, La Libertad, Huancaavelica, Huánuco, Junín, Tacna, Piura y Puno. Esta iniciativa ha conectado a Internet a 4,223 personas, de las cuales el 50% son mujeres.

Esquinas Digitales y Alfabetización Digital

Expandir el acceso a Internet debe ir a la par que la alfabetización digital para sacar el máximo partido a las herramientas disponibles que pueden hacer más eficientes las transacciones financieras.

Financiera Confianza cuenta con las llamadas Esquinas Digitales, espacios físicos dentro de las oficinas de la entidad diseñados para que los emprendedores y usuarios en general, reciban asesoramiento en el uso de las tecnologías digitales, como la app móvil, billeteras digitales, biometría de voz, transferencias, cuentas de ahorro digital o cómo convertirse en un agente corresponsal. Los que han utilizado estos espacios en el 2024 han valorado la ausencia de colas y la tranquilidad para realizar sus consultas.

Con internet satelital, alfabetización digital y biometría de voz, Financiera Confianza impulsa una inclusión financiera que también es tecnológica.



Impacto en los hogares

En un mundo donde las oportunidades económicas aún están fuera del alcance de muchas personas, las microfinanzas emergen como una herramienta poderosa para transformar realidades. En particular, Financiera Confianza ha asumido un compromiso fundamental de brindar a los emprendedores las condiciones necesarias para hacer crecer sus negocios y, al mismo tiempo, mejorar el bienestar de sus hogares. A través de un enfoque integral y riguroso, basado en métricas tanto cuantitativas como cualitativas, la entidad no solo mide el impacto económico, sino que profundiza en los cambios que experimentan los emprendedores en su desarrollo personal y financiero. Así, cada acción de apoyo no solo busca generar crecimiento, sino crear un efecto transformador en las vidas de quienes más lo necesitan.

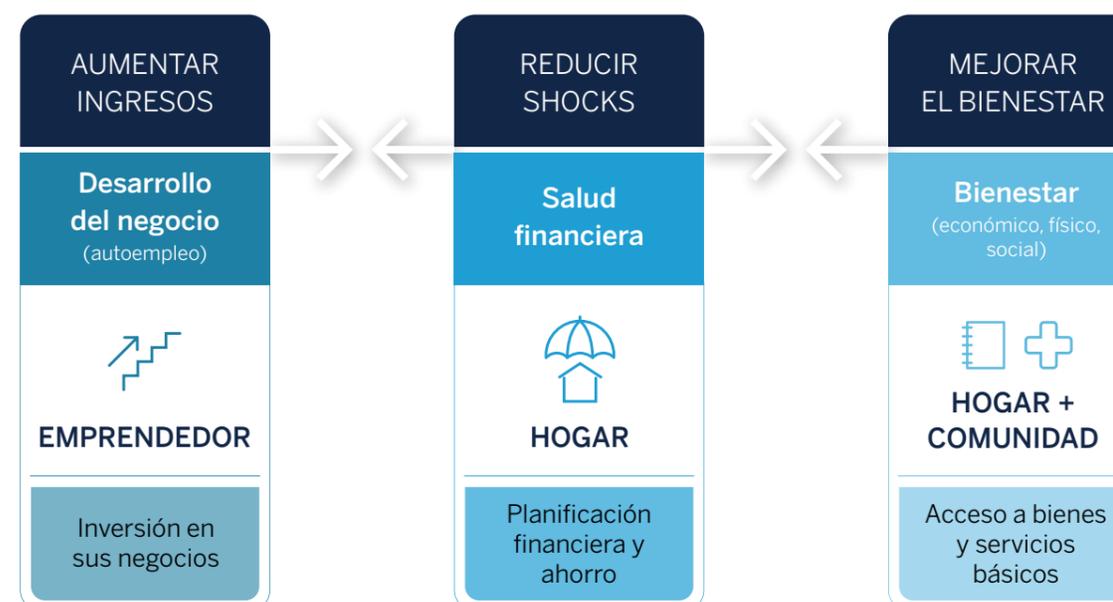
Huella de Voz

A finales de 2022, Financiera Confianza lideró la adopción de la biometría de voz como una alternativa de ciberseguridad inclusiva y altamente segura. Esto soluciona el problema del olvido de contraseñas, algo común cuando se quieren establecer contraseñas complejas para mantener un alto nivel de seguridad.

La biometría de voz se utiliza, por ejemplo, para el retiro de dinero en efectivo en los puntos facilitados por los Agentes Confianza: el cliente confirma la operación mediante su voz, integrando de manera efectiva la Banca digital con la Banca corresponsal.

La huella de voz también sirve para el desbloqueo de usuario dentro de la aplicación, agregando facilidad y rapidez al proceso, y para la autenticación reforzada en operaciones transaccionales, como transferencias internas, interbancarias y pagos de tarjetas.

OBJETIVOS DE IMPACTO



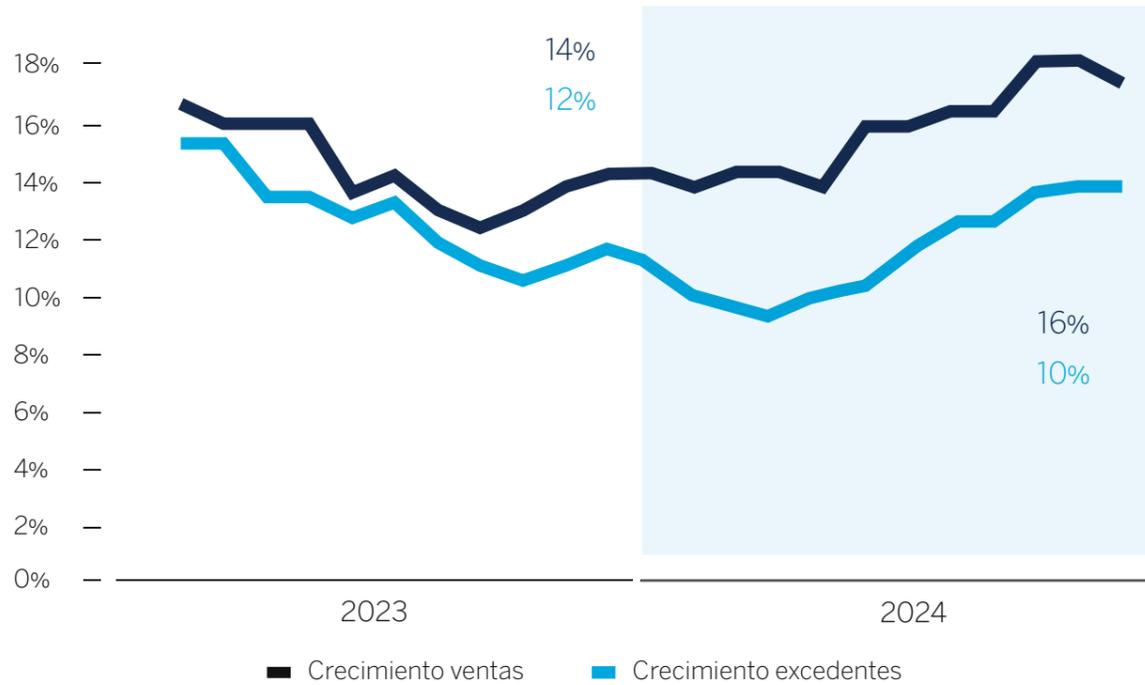
Crecimiento de los negocios

El desempeño de los negocios obedece, en muchos sentidos, al entorno macroeconómico. Así, la resiliencia de los emprendedores se traduce en un crecimiento de ventas similar al año pasado, alcanzando un 16% anual, y un menor crecimiento en excedentes de 10% anual. Esta tendencia de crecimientos, deflactado, es mayor a lo observado hace

un año, sugiriendo que los negocios han tenido que hacer frente a mayores gastos respecto al 2023¹⁰. Si bien la inflación se ha reducido, esto ha llegado con rezago a algunos segmentos y el aumento del costo de vida podría afectar la capacidad de gestión de gasto de los emprendedores.

19. CRECIMIENTO DE LAS VENTAS Y EXCEDENTES

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada periodo, Tasas de crecimiento deflactadas (%)



Esto se ha traducido en una mejora de la renta en uno de cada dos hogares: 53% de los hogares mejoran su renta en 2024, frente al 48% en 2023. Un menor número de emprendedores saldrá de su situación de pobreza en 2024, comparado con años pasados. En promedio, el conjunto de empre-

dores en situación de pobreza se reduce un 12% en el segundo año de relación con la entidad y tiene una tendencia positiva en el tiempo. Se observa que los emprendedores más antiguos todavía se están recuperando de algunos shocks.

10. Estas cifras tienen en cuenta los clientes que renovaron un crédito en cada año y de los cuales tienen información financiera para comparar su situación en 2024 / 2023 respecto al año anterior.

G. 19. Emprendedores que han tenido al menos una renovación. Se compara su información financiera con la inmediatamente anterior, siempre y cuando hubieran pasado al menos 170 días. Se realiza el cálculo de las tasas de crecimiento anual compuesta (tcac) para cada uno de los emprendedores, excluyéndose los valores extremos del 5% superior y del 1% inferior tratados como outliers. Tasas deflactadas. Se muestra el promedio anual de las series en 2023 y 2024. Se asume un plazo mínimo de 170 días para el cálculo del crecimiento en créditos de corto plazo.

Aunque las mujeres enfrentan una mayor vulnerabilidad ante la pobreza, su capacidad de recuperación es notable: 6 de cada 10 personas que logran salir de esta situación con el apoyo de Financiera Confianza son mujeres.

20. REDUCCIÓN DEL SEGMENTO DE POBREZA

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2024 (%)

Reducción neta



Salen de la pobreza



Caen en pobreza



El aumento en la atención a la población en situación de pobreza, sumado al tiempo necesario para superar dicha condición (3 años), genera un rezago temporal en la reducción del segmento de emprendedores en pobreza

G. 20. Se muestran los emprendedores renovados. Se excluye de la salida de la pobreza a aquellos emprendedores dados de baja por impago (castigados). • 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 en no pobreza 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: Número de clientes que salen de la pobreza - Número de clientes que entran en la pobreza; entre el número total de clientes pobres. El nivel de pobreza se evalúa en función de su situación de inicio (primer crédito con la entidad).

Se establece un plazo de 3 ciclos de crédito (aproximadamente 3 años) para que los hogares logren superar la pobreza

21. RENTA RELATIVA A LA LÍNEA DE POBREZA, POR CADA CICLO DE CRÉDITO

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2024



Personas con diferentes niveles de pobreza inicial requieren diferentes niveles de apoyo y tiempo para mejorar su situación.

El tiempo que toma para cada persona mejorar su renta también depende en gran parte del punto de partida. Aquellas que partieron desde una situación de pobreza extrema, necesitan al menos cuatro créditos para superar la línea de pobreza. En el caso de las personas en situación de pobreza (no extrema), tan solo hace falta un segundo crédito para superar esa línea.

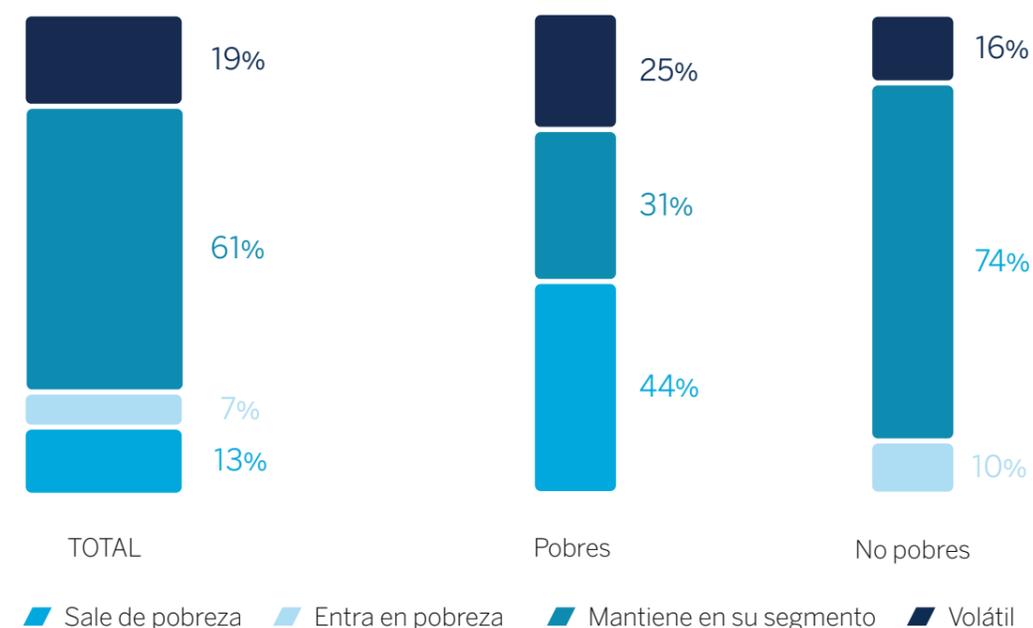
Dado que las relaciones a largo plazo promueven un desempeño positivo resulta clave seguir acompañando a los emprendedores en el tiempo para un progreso sostenido especialmente cuando para muchos emprendedores el negocio constituye la principal fuente de ingresos del hogar.

A pesar de sus esfuerzos, los emprendimientos enfrentan inestabilidad en los ingresos para salir de la pobreza, llevando a las personas a entrar y salir de la pobreza más de una vez. Si bien un 44% de quienes estaban en pobreza logran superarla, un 25% experimenta volatilidad (entra y sale de la pobreza al menos dos veces a lo largo de sus 5 años de relación con la entidad). Por otro lado, solo un 10% de quienes no estaban en pobreza caen en ella, mientras que un 74% mantiene ingresos estables. La inestabilidad (19% de los emprendedores) y la salida permanente de la pobreza (13%) son tendencias notables.

Los ingresos de los emprendedores son inestables, causando fluctuaciones en su situación respecto a la línea de pobreza, un 19% son volátiles

22. INESTABILIDAD DE INGRESOS

Emprendedores con más de cinco años de antigüedad (%)



G. 21. Se muestran los emprendedores atendidos durante 2023 y 2024 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.

G. 23. Segmentado por emprendedores que, al inicio de su relación con la entidad, generaban excedentes para cada miembro del hogar por debajo/por encima de la línea de pobreza. Muestra de emprendedores atendidos desde 2011 hasta 31.12.2024 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se analiza el número de veces que un cliente cruza la línea de pobreza (LP). Volátil: 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: Cliente que se mantiene en su situación de pobre (o no-pobre) a lo largo de los cinco desembolsos.

Bienestar



La vinculación duradera con los emprendedores, apoya la estabilidad y el crecimiento de sus negocios, aumentando la capacidad de contratación de trabajadores

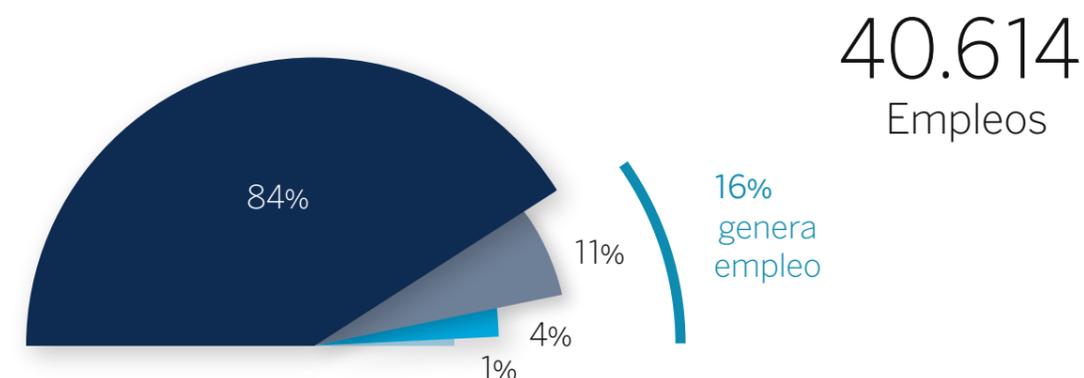
A medida que los emprendedores hacen crecer sus negocios, contratan personal: el 11% emplea al menos a una persona y el 5% emplea a dos o más personas, generando oportunidades en sus comunidades. En términos absolutos, los emprendedores con créditos de Financiera Confianza han contratado a un total 40.614 trabajadores.

A medida que el emprendedor mantiene una relación más prolongada con la entidad y recibe apoyo para estabilizar y hacer crecer su negocio, su capacidad para contratar también aumenta. Así, el 9% de aquellos que llevan dos años con la entidad ya han contratado, y después de cuatro años, esta cifra asciende al 15%.

40.614 empleos generados por emprendedores con créditos de Financiera Confianza

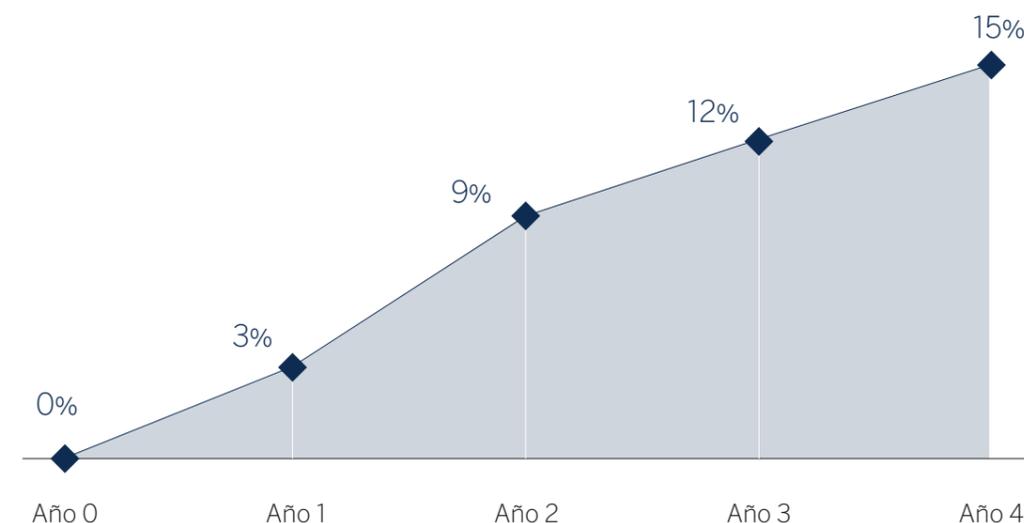
23. FUENTE DE EMPLEO

Total emprendedores de crédito



24. GENERACIÓN DE EMPLEO

Total clientes de crédito (%)



Al cabo de 2 años de relación con la entidad, el 9% de los emprendedores contrata un empleado

G. 24. Considera el aumento en el número de empleados del negocio sobre la situación inicial. Se muestran promedios de las cohortes (año de entrada) de 2021-2024.

Salud financiera

Para Financiera Confianza, la salud financiera es esencial para el bienestar y la resiliencia de los hogares

En los últimos años, Perú ha logrado avances significativos en inclusión financiera, alcanzando el 52% de inclusión en 2021, frente al 38% registrado en 2017. Además, el 36% de los adultos realizó o recibió pagos digitales en el último año, incluyendo pagos de facturas, transferencias de dinero y compras en línea¹¹. El acceso a productos financieros es un paso fundamental para empezar a gestionar las finanzas del hogar de forma segura, pero es necesario abarcar otras dimensiones, como la capacidad de generar ingresos, controlar los gastos, ahorrar, planificar y gestionar riesgos

Esto cobra especial relevancia en comunidades vulnerables, por su alta probabilidad de verse afectadas por imprevistos lo cual puede causar un declive en la capacidad del negocio y del hogar para seguir adelante.

Así, una buena salud financiera permite a las personas y hogares gestionar mejor sus recursos, afrontar imprevistos y planificar para el futuro. Esto, a su vez, contribuye a mejorar su bienestar económico.

Medición. En línea con el planteamiento del Grupo FMBBVA, se ha establecido una medición que comprende:

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

Todo ello se analiza con el fin de buscar oportunidades para acompañarlos mejor con recursos financieros actuales o nuevos. Esto requiere un proceso continuo de aprendizaje, adopción de buenos hábitos y acceso a servicios financieros adecuados.

Una buena salud financiera permite gestionar recursos, afrontar imprevistos y planificar para el futuro

Nota metodológica: Definición de salud financiera

Definición: Financiera Confianza define salud financiera como la capacidad de los hogares para:

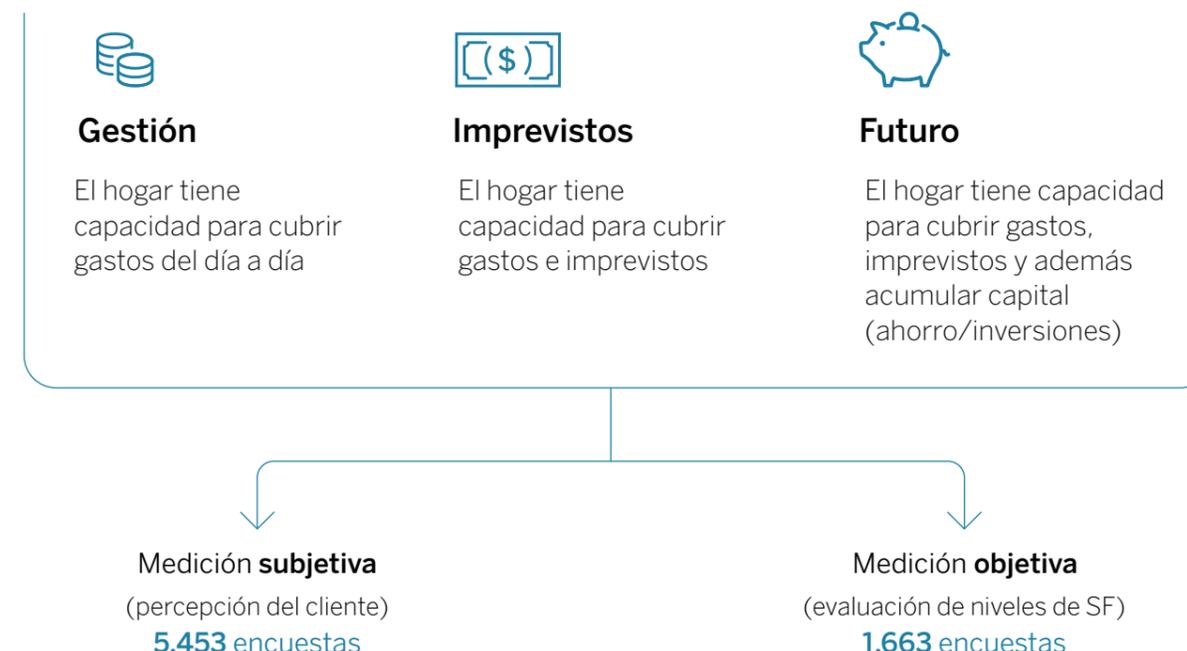
1. Administrar sus finanzas hoy (gestión);
2. Gestionar imprevistos (shocks); y,
3. Anticipar situaciones futuras para poder afrontarlas (planificación e inversión).

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

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

A su vez, fue respaldada por los Ministros de Finanzas y Gobernadores de los Bancos Centrales del G20. Las mediciones que se han realizado están alineadas con la nota metodológica publicada por GPFI, aunque no son exhaustivas.

NIVELES DE SALUD FINANCIERA



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

Percepción de los hogares sobre su salud financiera

Se incorpora a la salud financiera la visión subjetiva que los individuos u hogares tienen de su posición económica: su autoevaluación. Quién puede saber mejor que ellos mismos cuáles son sus necesidades y cómo las perciben, es decir, por qué y cómo se sienten financieramente. Este análisis complementario permite caracterizar la salud financiera y contribuir al diseño de mecanismos financieros adecuados. La encuesta de satisfacción de cliente evalúa de

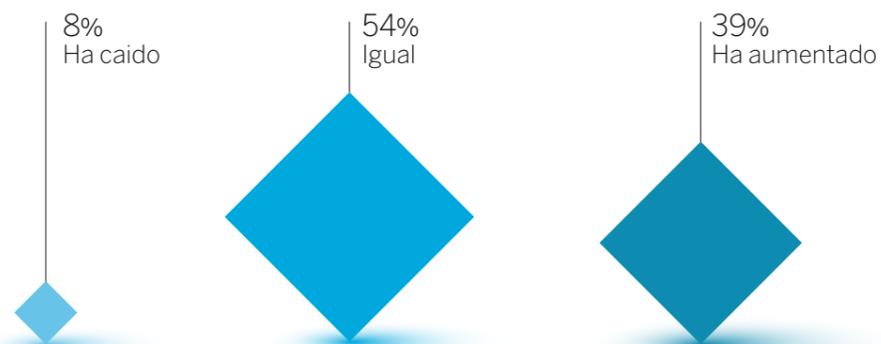
forma subjetiva la percepción de los hogares sobre su salud financiera.

Capacidad de gasto.

El 39% de las personas encuestadas consideran que su bienestar ha mejorado desde que son clientes de Financiera Confianza. No se observan diferencias significativas por perfil.

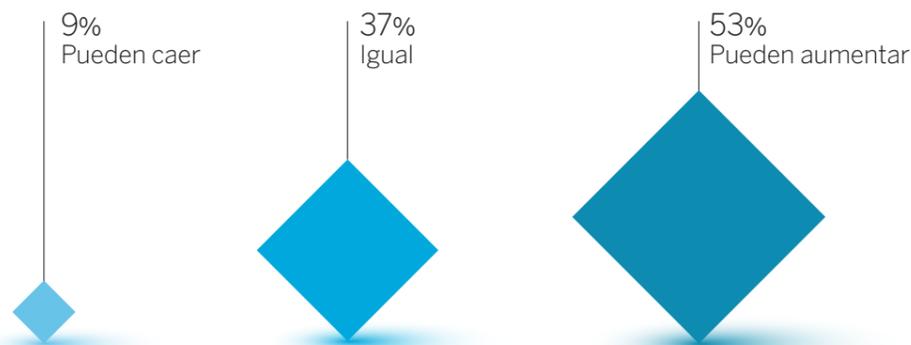
25. CAPACIDAD DE GASTO

Total emprendedores encuestados (%)



26. INGRESOS FUTUROS

Total emprendedores encuestados (%)



Ingresos futuros.

Uno de cada dos clientes encuestados, el 53%, espera que sus ingresos mejoren en el futuro gracias a contar con un producto de la entidad. Por el contrario, sólo el 9% considera que, a pesar de ser clientes de la

entidad, sus ingresos podrían caer en un futuro. Entre los jóvenes, el 30% de los clientes encuestados, el 59% confía en que gracias a tener un producto con la entidad, sus ingresos aumentarán en el futuro.

Los emprendedores mayores a 60 años (el 2% de los encuestados), si bien menos representados en la muestra, son los que tienen opiniones más positivas: el 65% considera que sus ingresos subirán en un futuro gracias a pertenecer a la entidad.

INDICADORES DE SALUD FINANCIERA



CAPACIDAD DE GASTO

39% clientes
Considera que su capacidad de gasto es mayor



INGRESOS FUTUROS

53% clientes
Cree que tendrá mayores ingresos futuros



METAS FINANCIERAS

70% clientes
Siente que cumple sus metas financieras

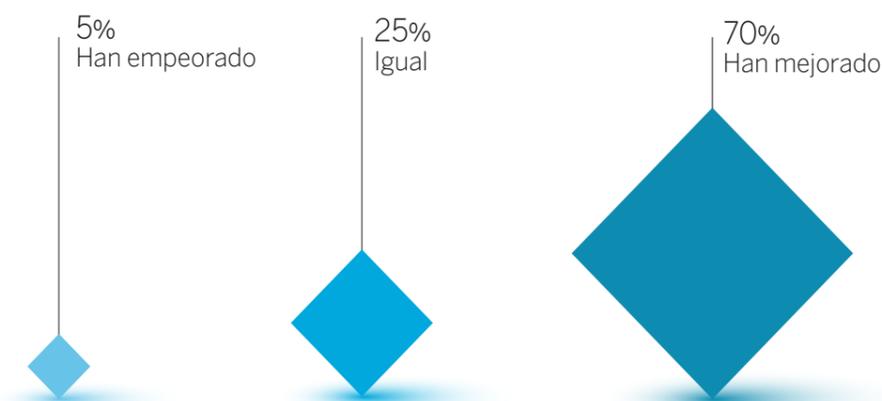
27. INGRESOS FUTUROS POR EDAD

Total emprendedores encuestados (%)



28. CUMPLIMIENTO DE METAS FINANCIERAS

Total emprendedores encuestados (%)



Metas financieras.

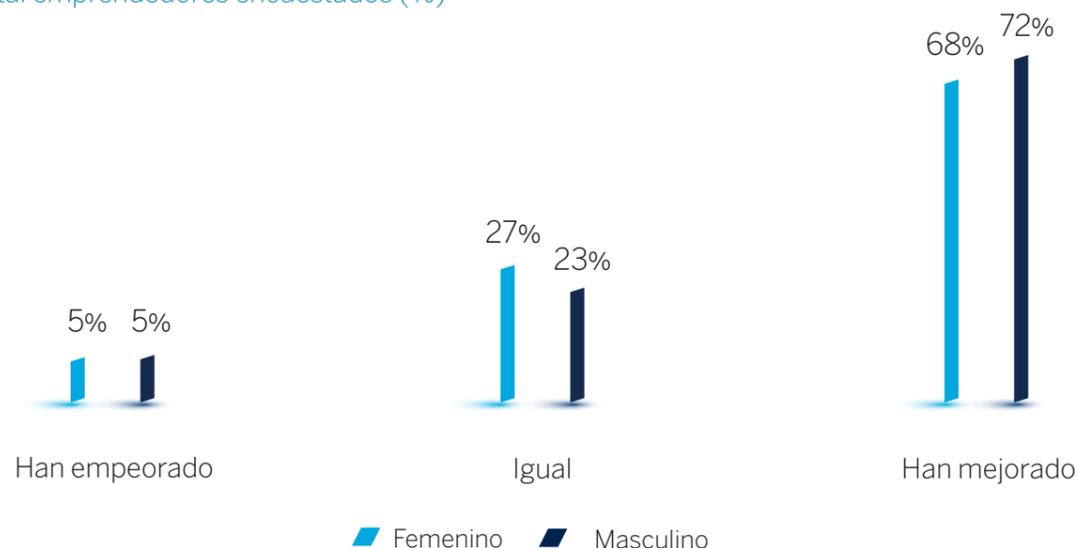
El 70% de los emprendedores considera que su capacidad para conseguir sus metas financieras ha mejorado desde que son clientes de la entidad, y sólo el 5% cree que su capacidad ha empeorado. En concreto, el 28% cree que su capacidad para conseguir sus objetivos financieros ha aumentado mucho, 5 puntos menos que el 33% reportado por el "Microfinance Index 2024" de 60 Decibels, en su informe

de la encuesta en las entidades latinoamericanas.

También se observan diferencias por género. El 68% de las mujeres (55% de las personas encuestadas), consideran que sus metas financieras se han conseguido desde que son clientas de la entidad, frente al 72% de los hombres.

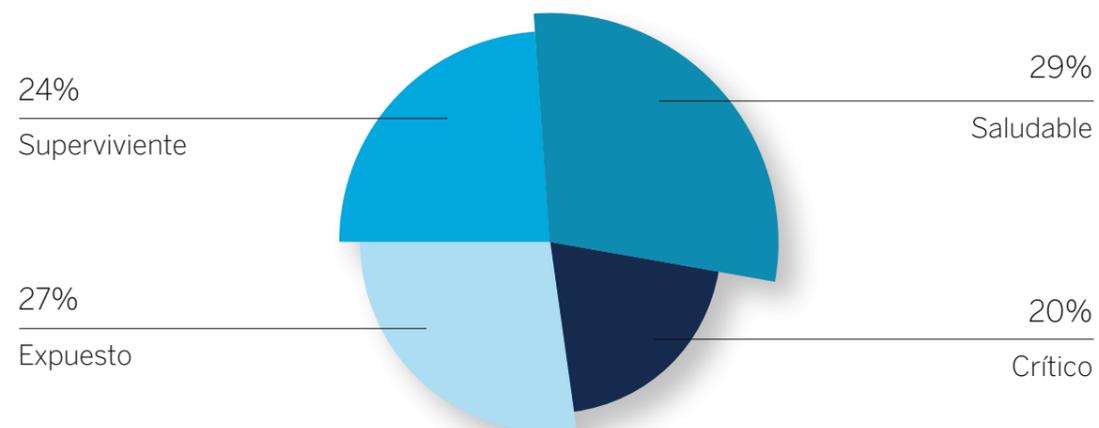
29. CUMPLIMIENTO DE METAS FINANCIERAS, POR GÉNERO

Total emprendedores encuestados (%)



30. SALUD FINANCIERA DE LOS HOGARES

Total emprendedores encuestados (%)



Evaluación de la salud financiera

Mantener un buen control sobre la gestión del día a día, frente a mantener el nivel de ahorro y bienes acumulado contribuye a la creación de un futuro económico más seguro y próspero. Cuanto mayor es el nivel de salud financiera, recurren más al uso de préstamo formal para realizar inversiones, frente a otros recursos como préstamo informal o de familia y amigos, por lo que es imprescindible guiar a los emprendedores en el uso de recursos que garanticen la estabilidad, como la educación financiera

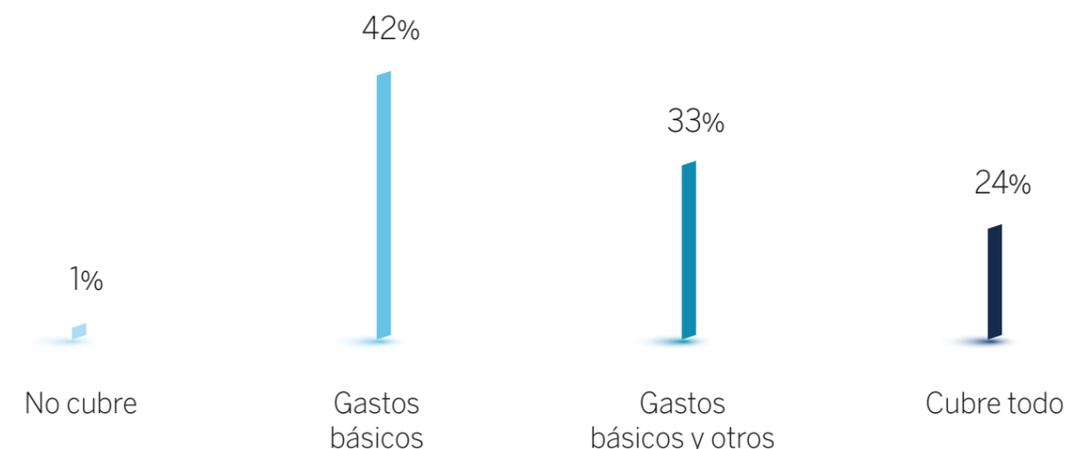
En esta encuesta de salud financiera se mide la gestión de gastos e ingresos y el nivel de bienes y ahorro de los hogares.

El 29% de los hogares gestionan sus finanzas con holgura, frente a un 20% que se encuentra en una situación crítica, estando el restante 51% en una situación intermedia.

29% de los hogares gestionan sus finanzas con holgura, frente a un 20% que se encuentra en una situación crítica

31. COBERTURA DE GASTOS DEL HOGAR

Total emprendedores encuestados (%)



Índice de salud financiera

- Saludable:** Es capaz de gestionar su día a día con solvencia, manteniendo su nivel de ahorro y activos durante al menos siete meses.
- Expuesto:** Es capaz de gestionar su día a día sin dificultades y mantiene un nivel de ahorro y activos de al menos un mes.
- Superviviente/Frágil:** Se trata de dos casuísticas, (1) Tiene muchas dificultades (o incluso no llega) a gestionar en día a día, independientemente de su nivel de activos; o (2) No tiene ahorros.
- Crítico:** Tiene dificultades en gestionar el día a día y no tiene colchón o lo ha destruido.

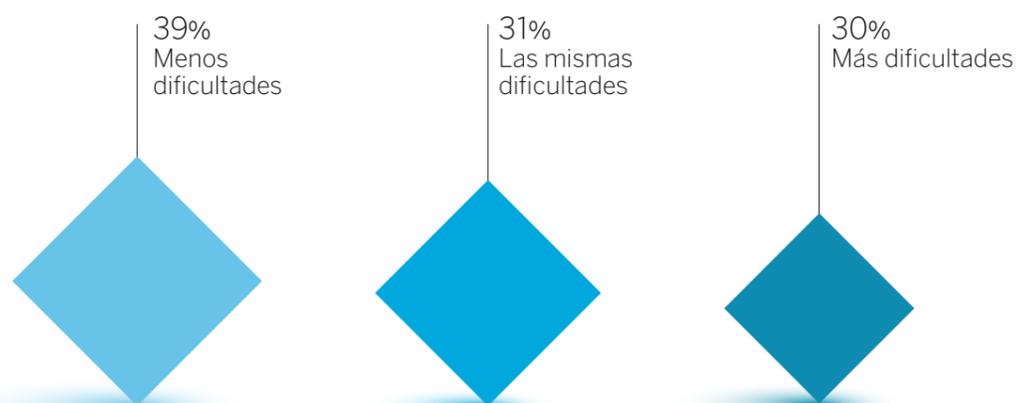
Aunque el 70% de los emprendedores logra cubrir sus gastos, solo el 46% cuenta con ingresos estables durante todo el año

Evolución de gastos vs ingresos. La capacidad de los hogares para cubrir sus gastos es buena, ya que un 70% logra cubrirlos con las mismas, o incluso menores, dificultades que el año anterior. Únicamente el 1% manifiesta no poder cubrir sus gastos básicos. No obstante, ésta capacidad para cubrir los gastos se ve condicionada por la inestabilidad en los ingresos, que prevalece respecto al 2023. Un 54% de los hogares concentra la mayor parte de sus ingresos en un período máximo de 9 meses al año (frente al 52% en 2023). Es decir, no pueden garantizar ingresos durante la totalidad del año.



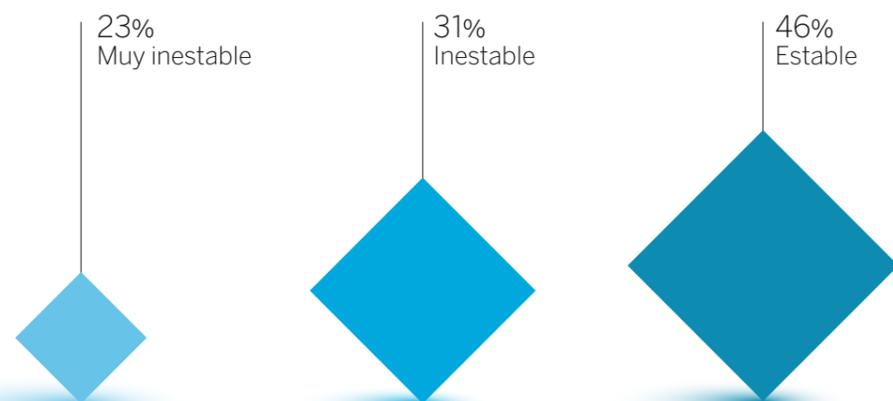
32. EVOLUCIÓN DE COBERTURA DE GASTOS, RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

Total emprendedores encuestados (%)



33. INESTABILIDAD DE INGRESOS

Total emprendedores encuestados (%)



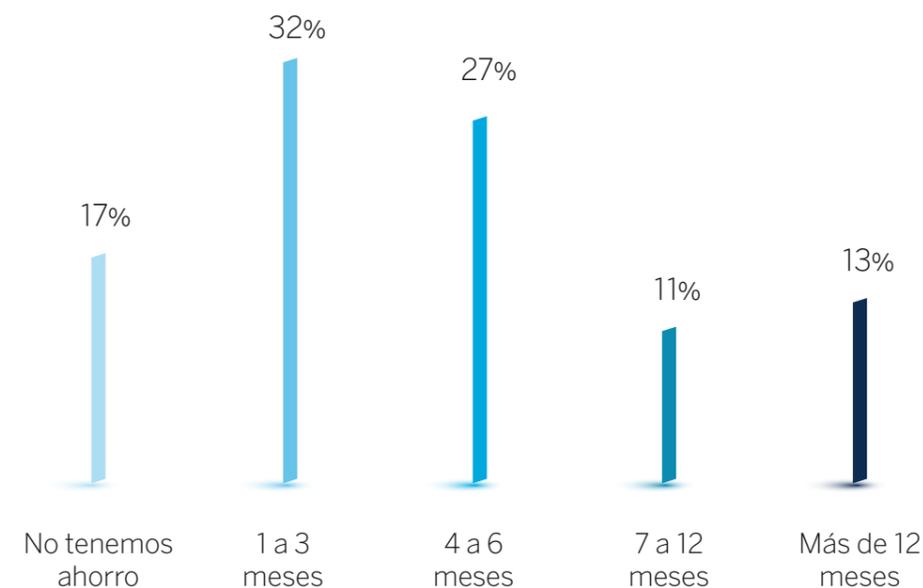
Quienes viven en zonas rurales experimentan mayores dificultades en equilibrar sus finanzas. Esto se debe en parte a que los que operan en el sector agropecuario se ven afectados por la estacionalidad de los ingresos, lo que les complica administrar los gastos. En cambio los emprendedores que trabajan en servicios o tiendas (comercio minorista), tienen ingresos más regulares, lo que les facilita llevar sus cuentas.

Los hogares que viven en zonas rurales experimentan mayores dificultades en equilibrar sus finanzas

Esto, aunado a la menor inclusión financiera en zonas rurales, muestra la necesidad de seguir ahondando en formas de mejorar la atención en estas zonas del país.

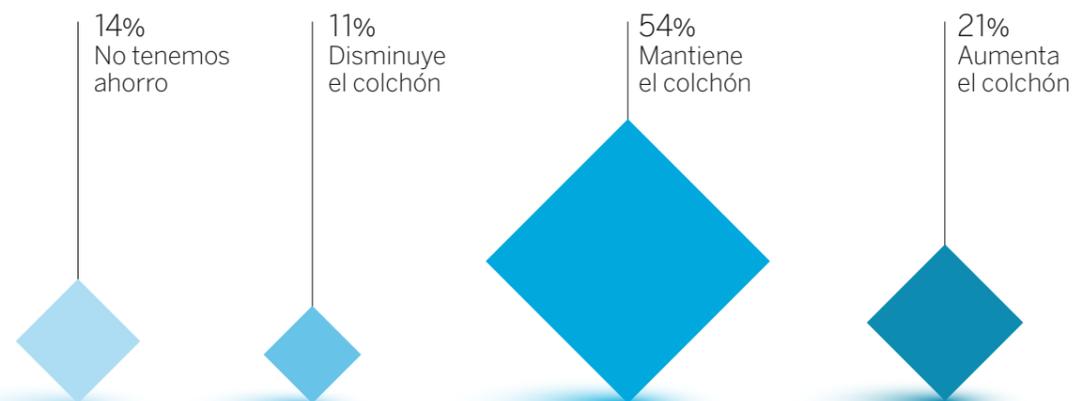
34. NIVEL DE AHORRO

Total emprendedores encuestados (%)



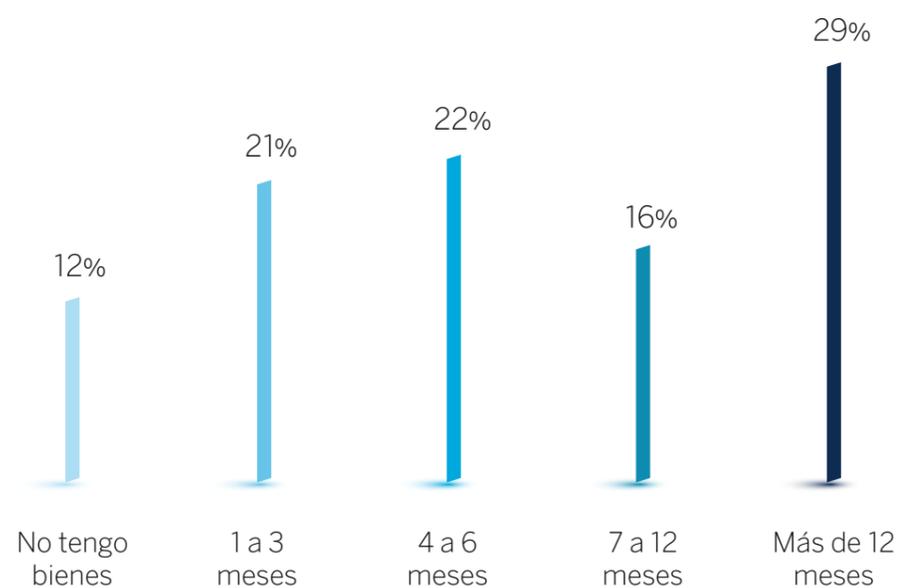
35. EVOLUCIÓN DEL AHORRO EN EL ÚLTIMO AÑO

Total emprendedores encuestados (%)



36. NIVEL DE BIENES Y ACTIVOS

Total emprendedores encuestados (%)



Evolución de ahorro y bienes. En contraposición a la gestión financiera del día a día, que refleja un flujo, se encuentra la capacidad de mantener un ahorro regular y un nivel de activos que generen valor en el futuro.

Un 83% de los emprendedores poseen ahorros y al analizar la dinámica del ahorro durante el último año, se observa que 7,5 de cada 10 ahorradores han aumentado o mantenido su colchón financiero, lo cual evidencia un notable interés por el ahorro. Sin embargo, solo un 24% podría subsistir por más de 6 meses utilizando únicamente sus ahorros.

Este segmento tiende pues, a apostar por la inversión puesto que entre el 88% de los emprendedores encuestados que posee bienes, se aprecia que un 79% mantiene o aumenta su nivel de ahorro y/o activos en comparación con el año anterior. Además, un 45% podría vivir por más de 6 meses si vendiera los bienes de su negocio u hogar.

Tanto en ahorro como en inversión, se destina principalmente a bienes del negocio y del hogar. Cuanto mayor es el nivel de salud financiera, mayor es el porcentaje de personas que ahorran e invierten. Las principales características que definen las preferencias de inversión son la edad, entorno, el nivel económico y educativo.

A pesar del esfuerzo por ahorrar, solo un 24% podría subsistir más de 6 meses con sus ahorros

A mayor salud financiera, mayor capacidad de ahorro e inversión

Edad. Los jóvenes prefieren destinar el ahorro a estudios en mayor medida que los mayores, que prefieren bienes del negocio.

Entorno. En entornos rurales hay mayor porcentaje de personas que ahorran y además lo destinan a bienes del hogar en mayor medida que en entornos urbanos.

Vulnerabilidad económica. El nivel de ahorro se ve condicionado por el nivel de pobreza económica, observándose una correlación negativa entre la pobreza y el porcentaje de personas que ahorran. Los más vulnerables prefieren destinar el ahorro a bienes del hogar en mayor medida que los no vulnerables.

Nivel de educación. También se observa mayor porcentaje de personas que ahorran a mayor nivel de educación. En niveles de educación superior se destina más ahorro a estudios y emergencias.

Conclusión

El bienestar financiero de los emprendedores encuestados presenta un panorama general favorable, con la mitad mostrando un estado expuesto-saludable según el índice establecido. Se observa una mejora en la cobertura de gastos, con un 39% experimentando menor dificultad en gestionar ese día a día.

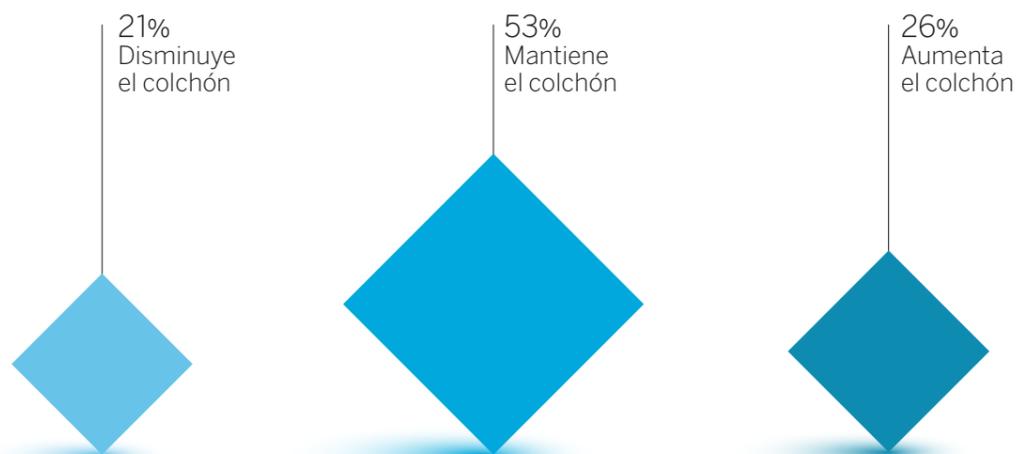
En cambio se evidencia un retroceso en la acumulación de ahorro y bienes comparado con 2023, ya que a pesar del esfuerzo en ahorrar, solo un 24% podría subsistir por más de 6 meses utilizando únicamente sus ahorros. Esto es especialmente relevante para un segmento con salud financiera precaria para el 21% crítico, pues además de tener dificultades en gestionar el día a día no tiene ahorro, o lo ha destruido.

Se recomienda focalizar esfuerzos en fortalecer la capacidad de ahorro y acumulación de bienes, especialmente en el sector agrícola y entre los jóvenes, para promover mayor resiliencia financiera.

El 45% de los emprendedores podría sostenerse más de 6 meses con sus activos, una señal positiva de resiliencia financiera

37. EVOLUCIÓN DE BIENES Y ACTIVOS

Total emprendedores encuestados (%)



Impulsar el ahorro y la acumulación de bienes, especialmente en el sector agrícola y entre los jóvenes, es clave para potenciar la resiliencia financiera del hogar

Nuestra visión de sostenibilidad

Introducción

En Financiera Confianza 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.



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.

Entre los factores sociales, la Fundación 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.

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 del Grupo FMBBVA apuesta por el largo plazo, con altos estándares éticos, y que alinea los intereses de todos los grupos de interés involucrados.

Así mismo, la incorporación del modelo ESG en nuestras entidades debe alinearse a los estándares y regulación en materia de sostenibilidad de cada país, 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, si bien al utilizar el marco ESG se ha adaptado la metodología de manera que permite la comparación en todos los países del Grupo FMBBVA.



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

Indicadores ESG 2024



Medioambiente

| MEDIDAS | | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|--|-----------|-----------|-----------|
| 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. | 129.615 | 136.048 | 112.231 |
| Financiación para la adaptación | Clientes vigentes | 0 | 0 | 7.661 |
| Financiación para la adaptación | | | | |
| Financiación para la mitigación | Nº total de clientes | 0 | 0 | 5 |
| Otros fines de sostenibilidad | Nº total de clientes | 7.901 | 10.506 | 5.720 |
| Financiación para potenciar la economía circular | Nº total de clientes | 32 | 33 | 201 |
| Gestión eficiente y sostenible de los activos naturales | | | | |
| Energía consumida | Kwh | 1.906.349 | 2.099.188 | 2.056.112 |
| Agua consumida | m³ | 128.204 | 62.979 | 47.451 |
| Papel | Kg | 58.810 | 40.807 | 35.511 |
| Reducción de nuestra huella de carbono | | | | |
| Emisiones generadas | TnCo² | 807 | 725 | 645 |
| | KgCo²/empleados | 0,322 | 0,262 | 0,241 |
| Alcance 1 | TnCo² | 249 | 180 | 178 |
| Alcance 2 | TnCo² | 339 | 391 | 383 |
| | Market-based | TnCo² | 339 | 391 |
| | Location-based | TnCo² | - | - |
| Alcance 3 | TnCo² | 218 | 154 | 84 |
| Viajes de negocio | TnCo² | 218 | 154 | 84 |

Indicadores ESG 2024



Social | Cliente

| MEDIDAS | | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---------|---------|---------|
| Foco en personas pobres, vulnerables, excluidas y con carencias multidimensionales | | | | |
| Clientes totales | Nº total de clientes | 699.958 | 724.610 | 734.481 |
| Clientes con crédito | Nº total de clientes con crédito | 265.106 | 285.247 | 269.147 |
| Pobres económicamente | % del total de clientes | 23% | 22% | 27% |
| Vulnerables económicamente | % del total de clientes | 66% | 66% | 67% |
| Mujeres | % del total de clientes | 54% | 57% | 59% |
| Rurales | % del total de clientes | 31% | 31% | 31% |
| Con niveles de educación bajos | % del total de clientes | 21% | 14% | 14% |
| Migrantes o desplazados | Nº total de clientes | 1.003 | 1.497 | 7.102 |
| Con hogares de +5 personas | % del total de clientes | 11% | 8% | 11% |
| Exclusivos | % del total de clientes | - | 40% | 39% |
| Clientes nuevos | | | | |
| Clientes de crédito nuevos | Nº total de clientes con créditos nuevos | 114.105 | 127.525 | 103.002 |
| Vulnerabilidad | % del total de clientes nuevos | 73% | 74% | 76% |
| Pobreza | % del total de clientes nuevos | 32% | 31% | 37% |
| Rural | % del total de clientes nuevos | 26% | 26% | 28% |
| Ed. Primaria a lo sumo | % del total de clientes nuevos | 32% | 11% | 10% |
| Con hogares de +5 personas | % del total de clientes nuevos | 11% | 8% | 11% |
| Impulso en el desarrollo de negocio de nuestros emprendedores | | | | |
| Clientes que salen de la pobreza | % del total de clientes pobres económicamente | 39% | 47% | 40% |
| Clientes que mejoran la renta | % del total de clientes | 48% | 49% | 57% |
| Clientes con 3 o + ciclos de crédito | % del total de clientes | 50% | 49% | 53% |
| Fortalecimiento de su salud financiera | | | | |
| Bancarizados (por 1ª vez en sist.financiero) | % del total de clientes nuevos | 31% | 28% | 29% |
| Clientes con productos de depósitos (vista y no vista) | Nº total de clientes | 642.332 | 673.488 | 686.685 |
| Clientes ahorradores | % del total de clientes | 43.432 | 43.716 | 46.842 |
| Personas que recibieron educación financiera | Nº de personas (clientes + no clientes) | 84.801 | 128.472 | 149.330 |
| Clientes con 3 o más productos | % del total de clientes | 27,90% | 29,80% | 25,60% |
| Personas con seguros de vida | Nº total de clientes | 93.918 | 113.615 | 106.767 |

Indicadores ESG 2024



Social | Cliente (continuación)

| MEDIDAS | | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|---|---------|---------|---------|
| Incremento del bienestar de nuestros clientes y sus familias | | | | |
| Clientes con prod. de vivienda | Nº total de clientes | 24.712 | 16.280 | 10.798 |
| Clientes con prod. de saneamiento | Nº total de clientes | 7.664 | 10.287 | 5.388 |
| Clientes con créditos educativos | Nº total de clientes | 3.041 | 5.862 | 4.202 |
| Personas con cobertura de salud | Nº total de personas con cobertura de salud | 0 | 17.478 | 35.800 |
| Clientes que generan empleo | % del total de clientes | 14% | 15% | 16% |
| Becas entregadas a hijos de clientes | Nº personas | 4 | 6 | 3 |
| Contribución al empoderamiento de la mujer para la reducción de la brecha de género | | | | |
| Mujeres | % del total de clientes nuevos | 54% | 57% | 59% |
| Mujeres nuevas | Nº total de mujeres con créditos nuevos | 67.922 | 79.886 | 67.801 |
| Situación de pobreza | % del total de mujeres con créditos nuevos | 41% | 39% | 48% |
| Productos específicos (crédito y seguros) | % del total de clientes | 39,1% | 42,2% | 41,5% |
| Capacitación e integración en el mundo digital | | | | |
| Personas dotadas de acceso a internet por el Grupo FMBBVA | Nº personas (clientes + no clientes) | 1.897 | 3.657 | 4.491 |
| Usuarios activos en nuestra App y/o oficina virtual | Nº de usuarios que hacen uso de las plataformas digitales del banco | 18.952 | 105.451 | 179.885 |
| Personas formadas en habilidades digitales | Nº de personas (clientes + no clientes) | 83.298 | 35.122 | 27.349 |
| Usuarios digitales acumulados | | 217.607 | 292.168 | 329.054 |

Indicadores ESG 2024



Social | Empleado

| MEDIDAS | | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|---|--|-------|-------|
| Respeto por la diversidad, equidad e inclusión | | | | |
| Empleados | | 2.504 | 2.769 | 2.673 |
| Mujeres | % del total de FTEs | 45% | 45% | 45% |
| Edad | | 33 | 34 | 34 |
| < 30 años | % del total de FTEs | 32% | 31% | 29% |
| Entre 30 y 50 años | % del total de FTEs | 65% | 66% | 67% |
| > 50 años | % del total de FTEs | 3% | 3% | 4% |
| Nacionalidades | Nº de nacionalidades | 3 | 4 | 5 |
| Nivel en la organización | | - | - | - |
| Directivos | % del total de FTEs | 0% | 0% | 1% |
| Mujeres directivas | % del total de FTEs directivos | 45% | 58% | 58% |
| No directivos | % del total de FTEs | 100% | 100% | 100% |
| Mujeres no directivas | % del total de FTEs no directivos | 45% | 45% | 45% |
| Mejora constante del bienestar y satisfacción de nuestros empleados | | | | |
| Beneficios Sociales (gasto) | Nº de personas (clientes + no clientes) | 3,63% | 3,82% | 3,31% |
| Libertad de asociación y representación | | La libertad de organización está garantizada, empero, en FC no contamos con Sindicato | | |
| Gestión de riesgos salud y seguridad laboral | | Programa Anual de SST referido a: Cumplimiento de actualización y desarrollo de documentación normativa en el SGSST, Vigilancia médico ocupacional en los trabajadores, Seguimiento de enfermedades crónicas, seguimiento y control de gestantes colaboradoras, gestión en prevención y manejo de incidentes y accidentes laborales. Desarrollo del programa de Capacitaciones en SST según exigencia normativa, Soporte y cumplimiento de requerimiento del Comité de SST, entre otros. | | |

Indicadores ESG 2024



Gobierno

| MEDIDAS | | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|------|------|
| Propósito de un cuerpo de gobierno independiente, equitativo y diverso | | | | |
| Composición del Cuerpo de Gobierno | Nº total de miembros | 6 | 7 | 7 |
| | % de mujeres | 50% | 43% | 43% |
| | % consejeros independientes | 83% | 71% | 71% |
| | Edad (por rango) | | | |
| | <50 años | 0% | 0% | 0% |
| | Entre 50 y 60 años | 17% | 14% | 14% |
| | >60 años | 83% | 86% | 86% |
| | Nº medio de años en el Consejo | 10 | 9 | 9 |
| | Nº total nacionalidades | 4 | 4 | 4 |
| Competencias y experiencia del Cuerpo de gobierno | Administración y alta dirección | 100% | 100% | 100% |
| | Finanzas y riesgos | 67% | 71% | 71% |
| | Sector microfinanciero | 83% | 100% | 100% |
| | Gestión del talento | 67% | 71% | 71% |
| | Tecnología y Procesos | 33% | 29% | 29% |
| | Desarrollo | 67% | 67% | 67% |
| Compromiso de tiempo y dedicación | % de asistencia a órganos de gobierno | 100% | 93% | 99% |
| Políticas de remuneración | USD por asistencia a Patronatos / Consejo | 600 | 600 | 600 |
| | USD por asistencia Comités | 300 | 300 | 300 |
| Independencia de Comités | % Comités presididos por independientes | 100% | 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% | 100% |
| 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% | 100% |
| Políticas Anticorrupción | [Cualitativa] | El Grupo FMBBVA cuenta con políticas anticorrupción, para combatir cualquier forma de esta, en todas las actividades que desarrolla | | |
| | % de empleados que han completado la formación anticorrupción | 94% | 92% | 91% |

Indicadores ESG 2024



Gobierno (continuación)

| | MEDIDAS | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---------------|--|------|------|
| 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] | En el código de Ética y Conducta, en el acápite referido a Conducta con la Sociedad, tenemos establecido el compromiso con el respeto a los derechos humanos. El respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos fundamentales constituye un elemento esencia de la conducta del Grupo FMBBVA, que 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 promueve los Derechos Humanos. Adicionalmente, tenemos un listado de actividades inelegibles, tales como: Actividades económicas que atenten contra los principios de ética como cabaret, night club u otros relacionados al comercio sexual, producción o actividades que conlleven formas perniciosas o abusivas de trabajo forzado, trabajo infantil forzado, peligroso o que altere el normal desarrollo del niño(a) y/o aquél desarrollado fuera del núcleo familiar que no corresponda a actividades propias de labores familiares micro empresariales | | |
| Gestión integral de riesgos | | | | |
| Sistema de Gestión de Riesgos | [Cualitativa] | La gestión de riesgo de crédito en Financiera Confianza está enfocada en desarrollar estrategias y mecanismos para mejorar la calidad de las colocaciones, para detectar y gestionar de forma temprana el posible impacto de la cartera con probabilidad de default. Todas nuestras acciones se encuentran enmarcadas dentro de nuestro apetito al riesgo, donde destacan proyecciones periódicas y seguimiento cercano y continuó de las variables de riesgos, a fin de identificar de manera oportuna desvíos a corregir para reducir el deterioro de la cartera. Como Sistema de Control Interno, buscamos prevenir la materialización de los riesgos, identificando los riesgos al que está expuesta los distintos procesos, e identificando los controles a fin de mitigar los riesgos en niveles admisibles enmarcados dentro del apetito y tolerancia definidos por la Empresa. Los riesgos no financieros que se gestiona en la División son: Riesgo Operacional, Continuidad de Negocios, Prevención de Fraude, Cumplimiento Normativo y Prevención de Riesgo de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo | | |
| Control Interno | | Entre los mecanismos se tiene: 1) Identificación y Evaluación de riesgos: los cuales se realiza mediante talleres de autoevaluación en las que participan los dueños y usuarios del proceso. 2) Verificar el cumplimiento de los controles para disminuir los riesgos que pueden afectar el logro de objetivos de la Empresa: Mediante el testeo de controles, en la que se revisa muestras de los controles identificados. 3) Información a la Alta Gerencia sobre la gestión de los riesgos: Mensualmente se reporta la gestión de riesgos al Comité de Riesgo Operacional, para su posterior ratificación por el Comité de Riesgos y Directorio | | |