

REPORTE DE ESTADO DE PROYECTO (PSR)

01/01/2022 - 06/30/2022 - PSR-09110

SÍNTESIS DEL PROYECTO

Número de Operación

GU-T1302

Número de suboperación

ATN/ME-17366-GU

Nombre del proyecto

Génesis Empresarial: Digital Technologies to Accelerate Rural Financial Inclusion

Lider de equipo:

Andres Rubio Chacon

Agencia ejecutora

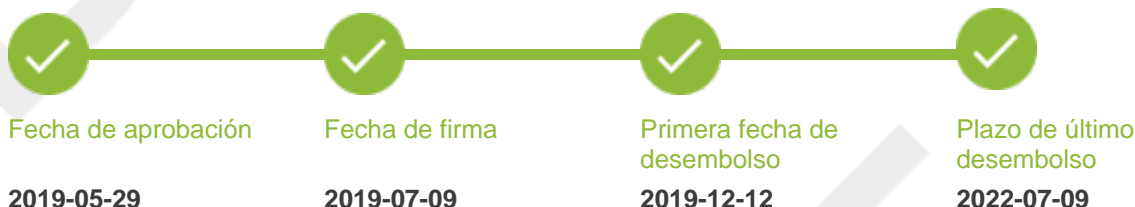
Fundación Génesis Empresarial

Proposito

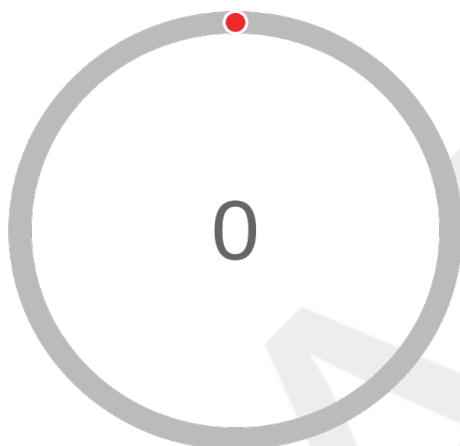
Ampliar la cobertura de servicios financieros para la población de bajos ingresos de Guatemala a través del uso de tecnologías digitales que reduzcan los costos de los productos y servicios financieros, y del fortalecimiento el ecosistema de pagos.



Ciclo del Proyecto



PUNTAJE PSR



- 0 - 1 Bandera roja
- 1 - 2 Bandera amarilla
- 2 - 4 Bandera verde

APRENDIZAJES

1. Riesgos y Lecciones

1.1. Riesgo

1.1.1. ¿Cuál cree que es el mayor riesgo que amenaza el cumplimiento de los objetivos del proyecto?

El mayor riesgo es la falta de adaptación de los usuarios digitales en tema de transacciones por este medio, ya que son usuarios de redes sociales, pero aun no tienen la adaptación o credibilidad de los productos de este tipo, ya que están acostumbrados a ir personalmente a realizar transacciones para "constatar" que estén hechas las transacciones (débitos y créditos). El riesgo disminuye con la capacitación y asesoría personalizada por algún tiempo, para tener la credibilidad necesaria en la herramienta y con ello el crecimiento de usuarios y montos sea mayor a lo largo del tiempo. En este caso la asesoría personalizada por los promotores fue troncada en la época de pandemia, ya que no se tuvo el contacto personalizado necesario.

1.2. Mayor Logro o Fracaso

1.2.1. ¿Cuál ha sido el mayor logro o fracaso del proyecto en el último semestre?

El mayor logro es poder diversificar el producto Genesis Efectivo en varios sub-productos que se lograron colocar y comenzar a crecer, como Krezco (para la compra de producto de la cadena CBC) y el producto Mercados (que es para los locatarios de mercados con su propio ecosistema digital) y ahora se piensa hacer más productos personalizados sobre este producto base. Otro logro fue el incremento de clientes de billetera digital y el uso constante de los cajeros inteligentes, ambos como parte de la gestión de los clientes. El fracaso fue la poca adaptabilidad del producto Genesis Efectivo como tal, pero tomado como base para productos digitales de forma personalizada para aliados.

1.3. Hallazgos y Lecciones

1.3.1. ¿Cuáles son los hallazgos y lecciones más útiles de este proyecto que, cuando se toman en consideración, podrían mejorar la ejecución y los resultados de los proyectos existentes y el diseño de proyectos similares en el futuro? Un hallazgo describe una acción, circunstancia o decisión que fue crítica para determinar la evolución positiva o negativa del proyecto (por ejemplo, Cambiar del desarrollo de una plataforma blockchain a una base de datos compartida basada en la web redujo el costo y el tiempo dedicado a implementar el capacidades de trazabilidad requeridas por el proyecto). Una lección es una propuesta concreta y procesable basada en un hallazgo que, en circunstancias similares, facilitaría la resolución de problemas, la mitigación de riesgos y el logro de resultados (por ejemplo, Desarrollar pautas y criterios para identificar candidatos que podrían beneficiarse de la implementación de una plataforma blockchain, y evaluar durante el diseño si el proyecto seleccionado cumple con los criterios antes de comprometerse a desarrollar uno).

Debido a que los clientes tradicionales de Fundación Genesis Empresarial se encuentran en un sector de pobreza y extrema pobreza, los cuales se les traza su ruta de desarrollo tradicional, se pudo identificar que existe una clasificación diferente en el tema de usuarios digitales, ya que van desde Incipientes y Expertos, independientemente de su clasificación social tradicional. Para ello la creación de estrategias diferentes para los clientes de Fundación Genesis Empresariales para el tema de digitalización o inclusión financiera digital, debe de ser completamente diferenciada a una inclusión financiera tradicional. La lección que se aprendió es no conocer en su debido tiempo a los diferentes tipos de segmentos de usuarios digitales de los clientes tradicionales, y crear estrategias diferenciadas al resto.

2. Escalabilidad y replicabilidad

2.1. Plan de Escalabilidad

2.1.1. Ahora que el Proyecto se encuentra en la fase de ejecución, ¿ha desarrollado algún plan o acción concreta que le permita llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales más amplios) en el futuro?

Para cada uno de los 3 componentes del proyecto se tienen diferentes estrategias para el crecimiento de clientes y operaciones. 1) Cajeros inteligentes: Se tienen varias estrategias para hacer crecer el número de puntos y usuarios, entre los cuales se encuentran. Proyecto Mercados: Crear un ecosistema dentro de los mercados municipales (actual 2 y futuro 100) el cual el cajero inteligente juega un rol importante en la parte transaccional (cash in y cash out). Instalación de cajeros en más sucursales: Tener la instalación en más instalaciones de Fundación Genesis Empresarial (estimado 50) Cajeros en comercios aliados: Colocar cajeros inteligentes en agencias y puntos de venta en empresas aliadas (estimado 50). 2) Billetera Akisi: Mejorar la experiencia de usuario y funcionalidades de la billetera, e impulsar los servicios actuales (remesas) con estrategias de beneficios tangibles. 3) Genesis Efectivo: Tal y como se hizo en el último año, tomar la base de Genesis Efectivo para la adaptación de créditos digitales para productos especializados de alianzas (Krezco) y además encontrar segmentos con productos que la base sea este (Mercados, Cementos Progreso y UPA).

2.2. Costos y Socios para Escalar

2.2.1. Ahora que el proyecto está en fase de ejecución, ¿Sabe cuánto cuesta ofrecer su producto/servicio por usuario/cliente/beneficiario? ¿Es esto un factor que pudiera afectar el llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios en el futuro? ¿Le ha solicitado esta información alguna institución pública o privada pensando en escalar o replicar el modelo/producto/servicio?

Si se conocen los costos por cada producto/servicio para cada usuario/cliente/beneficiario. Según las estrategias, el cobro por cada una de las transacciones de cash in/cash out, será analizada para determinar en costo-beneficio de cada estrategia y con ello determinar la rentabilidad de la operación. Acción Internacional (empresa consultora de microfinanzas) ha solicitado información para mejora de estrategias de costeo de servicios como parte de la asesoría que se contrató.

2.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

2.3.1. ¿Considera que algunos de estos factores ha afectado el que haya llegado a más/menos usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales) de lo que estaba previsto originalmente en el proyecto?

[Facilidad de transferir la solución a un contexto distinto (diferente ciudad/país/etc.), Cambios de comportamientos requeridos por parte de usuarios/clientes/beneficiarios, Conocimiento de la existencia de la solución por parte de potenciales usuarios/clientes/beneficiarios]

2.4. Alcance de Escalabilidad

2.4.1. ¿Qué tan factible es que la organización pueda llegar a un número de usuarios/clientes/beneficiarios que sea 5, 10, o 100 veces superior el número previsto originalmente en el diseño del proyecto (cinco años después del cierre del proyecto)?

[Podría llegar a menos de 5 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previstos en el diseño original cinco años después del cierre del proyecto]

2.4.2. ¿Qué probabilidad hay de que la organización alcance ese número cinco años después del cierre del proyecto?

[Probable (más del 50% pero menos del 90% de probabilidad)]

2.5. Relación con Grupo BID

2.5.1. ¿Se ha creado una relación comercial con otra unidad del Grupo BID diferente a BID Lab? BID-Invest

2.6. Socios de Replicabilidad

2.6.1. ¿Tiene conocimiento de alguna otra entidad a nivel nacional o internacional que haya copiado/replicado completa o parcialmente el modelo de negocio del proyecto? ¿Ustedes colaboraron en el proceso con esa entidad?

No

2.7. Socios de Replicabilidad

2.7.1. ¿Número de usuarios/clientes/beneficiarios alcanzado por entidades que han replicado/copiado completa o parcialmente el modelo de negocio/productos/servicios implementado con apoyo del proyecto?

[“Estas entidades han alcanzado menos de 5 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previstos en el diseño original del proyecto”]

2.8. Sostenibilidad

2.8.1. ¿Cómo cree que el proyecto continuará una vez que se acabe el financiamiento de BID Lab? Ejemplos: tiene fuentes de financiamiento externo identificadas para seguir operando, ha logrado el punto de equilibrio a través de la venta de servicios y productos, ha logrado el apoyo de instituciones públicas o del sector privado, ajustará el modelo de negocio para mantenerse viable (vía franquicias, etc.)

Debido al financiamiento otorgado, se pudo establecer flujos de cada una operación con 3 años de base, y los cuales fueron incluidos en el presupuesto operativo de Fundación Genesis Empresarial para el año 2023 en adelante. Se continuará buscando financiamiento con organismos nacionales e internacionales para la compra de equipos (cajeros inteligentes), la expansión de operaciones a nivel nacional y regional y la mejora de productos existentes.

3. Implementación

3.1. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

3.1.1. ¿Qué aspectos específicos han afectado (positiva o negativamente) la implementación del proyecto?

[Choques externos que afectan a la economía en general (desastres naturales/recesión o crecimiento económico/etc.)]

3.1.2. Explique en detalle cómo estos factores que ha identificado han hecho que la implementación del proyecto sea más fácil o más difícil.

Durante la ejecución del proyecto, se presentó un evento que afectó la validación del producto y la sensibilización (persona a persona) de las soluciones digitales, la pandemia COVID-SARS2. Esta pandemia hizo que la estrategia de comunicación persona a persona (estrategia definida por el tipo y segmento de los clientes) fuera interrumpida por el distanciamiento social requerido. El explicar a los usuarios y comercios el uso de la billetera electrónica AKISI y la validación de Genesis Efectivo, afectó enormemente a validación de parte de los clientes. Además por dicha pandemia la incertidumbre económica mundial hizo que se tuviera un estancamiento adicional.

3.2. Factores de Nuevas Tecnologías

3.2.1. Si el proyecto hace uso de tecnologías o metodologías novedosas, ¿Qué factores han facilitado o dificultado la implementación de la solución tecnológica propuesta inicialmente por el proyecto?

[Reconocimiento público de lo innovador del proyecto, Cobertura de redes de telecomunicaciones]

Otros. ¿Cuáles?

Uno de los desafíos más grande del proyecto, y es el titulo del proyecto fue la inclusión digital financiera de los clientes y no clientes de Fundación Genesis Empresarial. que conlleva una serie de sensibilizaciones, capacitaciones y asesorías a los clientes de forma personalizada que requieren muchos años para lograr una adaptación completa. El uso de herramientas financieras digitales para el sector de pobreza y extrema pobreza es un desafío que va amarrado con educación financiera y no financiera, conocimiento de uso de teléfonos inteligentes, infraestructura de telecomunicaciones y los cambios de hábitos para que esta

adaptación sea más fácil. Pero si uno de estos componentes falla, la adaptación o cambio es sumamente complicado, y tomará mucho más tiempo hacerse realidad. Si tomamos en cuenta el nivel de madurez de adaptación digital realizada, algunos clientes y usuarios de los servicios digitales poseen un alto nivel de adaptación, pero una gran mayoría se encuentra en modo incipiente o reciente, por lo cual poco a poco irán evolucionando a favor de la maduración digital, ya que la mayoría de los usuarios tienen un rango de edad de 18-25 años.

4. Resultados de Desarrollo (Cuantitativo)

4.0 ¿Su proyecto ha contribuido a alguno de los siguientes indicadores durante los últimos 12 meses (el año pasado)?

[4.6. No ha contribuido]

5. Resultados de Desarrollo (Cualitativo)

5.1. Población objetivo identificada en el diseño

¿Se está llegando a la población objetivo que se identificó en el diseño? Seleccione la población objetivo realmente alcanzada por el proyecto que se identificó originalmente en el diseño del proyecto.

[Población indígena, Población pobre/vulnerable /bajos ingresos, Migrantes y personas desplazadas, Emprendedores, PYMES, Mujeres, Población rural, Población urbana / periurbana]

5.2. Población atendida NO Identificada en el diseño

5.2.1. Seleccione si hay Grupos que NO fueron identificados originalmente en el diseño del proyecto pero que están siendo atendidos en la fase de ejecución.

[Ninguno]

5.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

5.3.1. ¿Qué factores han afectado (facilitado o dificultado) el alcance de estos grupos, o la resiliencia/impactos ambientales, en los números/dimensiones que el proyecto tenía previsto originalmente?

[Dificultades o ventajas relacionadas a la adopción de tecnología, Comunicar a los clientes/usuarios/beneficiarios las ventajas de los productos ofrecidos]

5.3.2. Explique en detalle ¿cómo estos factores han afectado la capacidad del proyecto para llegar a los grupos (o lograr resiliencia/impactos ambientales) en los números/dimensiones originalmente esperados?

Debido al segmento y sector que Fundación Genesis Empresarial posee sus clientes (pobreza y extrema pobreza) y la sumatoria de la baja adaptabilidad financiera digital, hace que la labor de la inclusión financiera digital sea una labor munición, tomando un tiempo mas prolongado, ya que el contacto persona a persona de forma constante, la inclusión gradual de servicios digitales a los clientes y la utilización de todo el ecosistema completo sea lento. El apoyo de materiales educativos en redes sociales y en plataformas digitales hacen que los clientes que ya se encuentran en vías de una adaptación digital, sea mayor y mejor. Pero se encuentra un gran segmento de clientes que no poseen redes sociales, capacidad monetaria para comprar tiempo de aire, y con ello tener datos para el uso de las transacciones digitales, o bien en su sector no se cuenta con un servicio de internet o telefonía. O la ultima variable que los teléfonos sean básicos (frijolitos llamados) o sean inteligentes de baja gama que no puedan tener la capacidad de soportar las aplicaciones.

INDICADORES



Superado



Logrado



Pendiente



En proceso



Atrasado

C1: Prestamo Senior

Peso: 49%

Calificación: Satisfactorio

71%

29%

Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Número de Cajeros Inteligentes instalados y en funcionamiento (acumulado) Monto promedio de Retiro y Depósitos de efectivo por cajero inteligente instalado (en Quetzales.	100 (2022-07-09)	100 (2021-01-19)	
I2 Volumen de dinero total en cajeros retirado, depositado, transferido/ número de cajeros inteligentes) (en Q.) Número promedio de transacciones de retiro, depósitos y transferencia de efectivo por cajero	400 (2022-07-09)	15807 (2020-07-21)	
I3 inteligente instalado (en Quetzales. Número de transacciones total en cajeros retirado, depositado, transferido/ número de cajeros inteligentes)	18500 (2022-07-09)	76551 (2021-07-31)	
I4 Valor Promedio (en Q.) por transacción: Monto total transaccionado en cajeros inteligentes / Total número de transacciones	800 (2022-07-09)	898 (2021-01-29)	
I5 Cumplen estándares de ciber seguridad y certificación anual independiente	0 (2022-07-09)	Si (2020-07-22)	
I6 Monto desembolsado en créditos generados a través de soluciones digitales (Genesis Efectivo) en los últimos 12 meses (expresado en Q.) (CRF 211000)	50321670 (2022-07-09)	945230 (2022-12-13)	
I7 Número de usuarios atendidos por productos de credito digital (Genesis Efectivo) durante los últimos 12 meses.	264000 (2022-07-09)	2277 (2022-12-13)	

C2: Cooperación Técnica

Peso: 49%

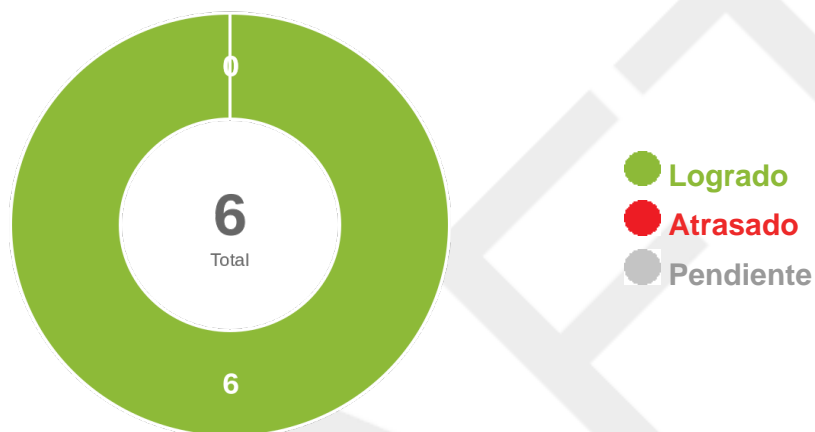
Calificación: Satisfactorio

66%

34%

Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Número de personas que han [adoptado nuevas tecnologías o prácticas] y han realizado 2 o más transacciones a través de los cajeros automáticos (CRF 210400).	12000 (2022-07-09)	19646 (2021-07-31)	
I2 Número de clientes de Génesis que han ingresado 5 veces o más a "Genesis App" en los últimos 12 meses	71250 (2022-07-09)	57361 (2022-12-13)	
I3 Número de clientes de Génesis que han realizado 5 transacciones a través de la billetera electrónica en los últimos 12 meses	27000 (2022-07-09)	36086 (2022-01-28)	

HITOS



Hitos	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
*Condiciones Previas / Prior Conditions	1	2020-01-09	2020-06-27	✓
*Lanzamiento de la aplicación Billetera Móvil Akisi	1	2020-06-30	2020-08-06	✓
*Lanzamiento de la aplicación Génesis Efectivo	1	2020-12-31	2020-11-20	✓
*Activación de la plataforma digital de capacitación a clientes	1	2021-12-31	2021-06-22	✓
*Al menos el 90% de los cajeros funcionando y operando	90	2021-06-30	2021-03-10	✓
*Activación de cápsulas y videos en plataformas de redes sociales	1	2022-06-30	2021-10-12	✓