

REPORTE DE ESTADO DE PROYECTO (PSR)

07/01/2022 - 12/31/2022 - PSR-09505

SÍNTESIS DEL PROYECTO

Número de Operación
CO-T1632

Número de suboperación
ATN/ME-18683-CO

Nombre del proyecto
Cívico - Neighborhood Stores: Resilience Through Digitization

Lider de equipo:
Isabela Echeverry Penon

Agencia ejecutora
Cívico Digital Sas

Proposito

El objetivo del proyecto es apoyar el proceso de digitalización de las tiendas de barrio de Bogotá, usando la plataforma CÍVICO, para transformarlos en negocios resilientes ante la pandemia de COVID-19.



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?

Después de 18 meses (contados a partir de la firma) de ejecución, el proyecto se ha implementado sin mayores contratiempos e incumplimientos, los procesos de vinculación, digitalización, oferta de créditos y desembolsos así como los procesos de capacitación han sido exitosos y han logrado en muchos casos superar las metas pactadas. Afrontamos retos al inicio de la ejecución del Proyecto, un reto natural fue el acercamiento por primera vez a los tenderos, llevarles la oferta, romper los paradigmas culturales de los tenderos fue arduo y nos exigió combinar los canales digitales con canales presenciales para lograr canales adecuados de comunicación y sobre todo generar relaciones de confianza que nos permitieran llevar el ecosistema a los posibles beneficiarios. Afrontamos también, el escaso interés y la baja disponibilidad de los tenderos por publicar productos para ser vendidos por internet, esto se debió particularmente a tres razones fundamentales, en primer lugar el desconocimiento de las herramientas digitales, en segundo lugar la poca confianza en las mismas y por último es el modelo de negocio de los beneficiarios, al vender al menudeo, al destajo y de manera presencial no tenían incentivo para publicar productos (al por menor) y venderlos por internet, es importante aclarar que pese a lo anterior, los tenderos apropiaron y usaron de manera eficiente los medios de pago digitales ofrecidos (botones de pago QR, link de pagos) en el Proyecto por el ecosistema de CÍVICO. Crédito rotativo o crédito por segunda vez. El mercado del microcrédito, o del crédito formal de bajo monto para los micronegocios debe reconocer una infinidad de variables y condiciones que el sector bancario tradicional no logra identificar ni mucho menos reconocer. Es por esto, que las referencias comunes y estandarizadas que los bancos tradicionales consideran como los plazos, los pagos anticipados y productos rotativos no aplican a la realidad del día a día de la base de la pirámide. En nuestra experiencia derivada de la ejecución del Proyecto, los tenderos solicitaban un crédito con plazo máximo de doce meses, así diseñamos el producto de financiación, y solo pocos tenderos prepagaron su deuda y/o solicitaron un nuevo crédito, para este caso solo 82 tenderos solicitaron por segunda vez. De igual forma, un aspecto fundamental y restrictivo que impactó el cumplimiento del indicador (crédito por segunda vez) fue que el plazo de doce meses del crédito ha sido similar o aproximado al plazo de ejecución del proyecto en particular 18 meses. Para la actual coyuntura y para el segundo semestre del año 2022 el mayor riesgo puede ser ocasionado por factores externos como la inflación, la desaceleración del crecimiento económico que podría afectar al grupo objetivo del proyecto. Consideramos que el Proyecto tuvo una característica anti cíclica ya que el ecosistema le otorgó recursos formales de financiación, capacitación y herramientas para gestionar y buscar nuevos modelos de negocio a los tenderos de Bogotá.

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, fue el de alcanzar el cumplimiento de 9 (indicadores de los 15 de la matriz de resultados) solo con 18 meses de ejecución, ya que focalizamos todos los esfuerzos de todas las áreas de CÍVICO en el proyecto, lo que nos permitió no solo cumplir con el BidLAB sino también llegar a más tenderos, logramos apoyar y mejorar la calidad de aproximadamente más 13.000 tenderos en una coyuntura social y económica muy demandante y retadora.

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 un plataforma blockchain, y evaluar durante el diseño si el proyecto seleccionado cumple con los criterios antes de comprometerse a desarrollar uno).

El comercio electrónico, como herramienta digital para las tiendas de barrio, para que consiga impactar y sea de la mayor utilidad, desde el tendero y la tendera es necesario que se adquiera y apropie de la mejor manera. Es por esto que es fundamental contar con mayor capacitación y "evangelización" de la importancia del comercio electrónico y de las transacciones en internet. Pese a lo anterior identificamos que las tiendas tienen interés y capacidad de apropiarse y adquirir los medios de pago digitales en particular botones QR como NEQUI y DAVIPLATA, medios de pago que se constituyen en herramientas digitales para vender mas Las transacciones digitales por medio de plataformas como las mencionadas le permiten a los beneficiarios iniciar procesos de formalización y así son visibles para el sector financiero formal, de igual manera le permite a las tiendas llegar a nuevos clientes y mercados como también es un proceso de "iniciación" digital. De igual manera, a partir de la ejecución del Proyecto, los hallazgos, los retos y del acompañamiento del consultor experto en estrategia y en tiendas logramos identificar como nuestra oferta puede pivotar desde el modelo actual a uno donde CÍVICO será una plataforma de co banking, este modelo de plataforma le permite a la compañía integrarse con los aliados y con los fondeadores, así como embeberse y reconocer las necesidades del fondeador, la plataforma será una herramienta para responder en tiempo real de la necesidades del mercados, los pequeños comercios y para los aliados. Esta nueva visión y perspectiva pone al "tendero como corresponsal social, es un BETTER LOCAL BUSINESS BLB" donde será es el centro del ecosistema que recibe crédito, capacitación, digitalización y medios de pago, como también el en referente del barrio, de la cuadra, es el referente social o corresponsal social, el tendero es el centro donde gravita las localidades, como es el centro gravitacional de nuestra atención. Con esta visión CÍVICO será el instrumento, el catalizador que convertirá al tendero en se referente social en su cuadra, en su barrio, será un espacio social para que los ciudadanos conozcan las oportunidades de empleo, de educación, de vivienda, de salud, de financiamiento y centro de pagos, entre otras. Ayudarlos a vender más y mejor Ser el corresponsal social es la posibilidad para el tendero de aumentar sus ventas, fortalecer las confianza y las relaciones con sus clientes y conectar con nuevos clientes. El modelo de financiación, sus adyacencias y su conexión con el desarrollo de un producto rentable para las tiendas y que le permita monetizar a CÍVICO. Es así que la compañía debe convertirse en la Plataforma de co banking, integrarse con el fondeador, embeberse con las necesidades del fondeador, responder en tiempo real de las necesidades. No es fast money, es slow money. Esta plataforma de Co banking tiene, según lo discutido en las sesiones de trabajo, las siguientes características: Con una capacidad de relacionamiento Selling sistema: modelo eficiente masivo y digital de onboarding, de pequeños negocios. Engagement con tecnología para ayudarle al cliente a digitalizarse y a ser mejor comerciante, vender más y mejor. Con un mapeo profundo del cliente en el tipo de comercio. Visibilizar al BLB como actor protagonista y multiplicador de la oferta institucional Con la empatía para entender las necesidades del segmento Anticipando las necesidades del comerciante para traerle nuevas soluciones para mejorar su negocio. Relacionamiento con los acuerdos del mercado, gobierno, marcas y comercio para conectar Como plataforma de Co banking me conecto con el aliado financiero Cívico se conecta como plataforma con lo que el segmento necesita y que le permitan lograr mayor productividad. Finalmente acordamos que la plataforma de Co banking no es una separación de actividades, es articular y complementar las actividades, cada proceso se puede complementar, desde las posibilidades de cada una de las puntas.

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?

El proyecto ATNME 18683 CO y su ejecución, han sido un éxito tanto dentro de la compañía como para los aliados actuales y posibles aliados futuros. Es por esto que con diferentes aliados se plantearon y se estructuraron nuevas iniciativas similares o con base en este proyecto, lo anterior nos permitirá escalar, llegar a mas empresarios de la base de la pirámide, plantear nuevos modelos de trabajo, nuevas herramientas de fortalecimiento para los beneficiarios y sobre todo aplicar los aprendizajes adquiridos en este proyecto de manera inmediata.

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?

Hemos logrado cuantificar los costos, por beneficiario, según nuestra oferta de valor y por el Ecosistema, así mismo identificamos aliados que quieren llevar a sus beneficiarios y grupos de interés el Ecosistema Cívico. Este costo es competitivo en el mercado y nos ha permitido plantear conversaciones y acercamientos para implementar proyectos con diferentes aliados como gobiernos locales, grandes empresas, bancos de segundo piso y entidades relacionadas. Actualmente estamos cerrando tres acuerdos (condiciones contractuales), con Fundación BAVARIA y Bavaria, con el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga-IMEBU y con Credibanco De igual manera estamos desarrollando un proyecto donde llevamos el ecosistema a los micronegocios informales de Bogotá con la Agencia de Analítica de Datos de Bogotá Ágata del Distrito Capital. Todos estos proyectos futuros y en marcha son el ecosistema de Cívico similar al proyecto ATNME 18683 CO.

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?

[Conocimiento de la existencia de la solución por parte de potenciales usuarios/clientes/beneficiarios, Otros]

Otros. ¿Cuáles?

Dependencia del fondeo para el componente de financiamiento. Durante la ejecución del proyecto identificamos que el fondeo por parte diversos aliados para irrigar en el componte de financiamiento puede ser un obstáculo, ya que nos genera una dependencia y en algunas circunstancias no nos permite contar con un flujo regular de recursos según las necesidades de los proyectos y del negocio.

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 alcanzar entre 10 veces y 100 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?

[Altamente probable (más 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?

Estamos en acercamientos para lograr sinergias y articulación con otras áreas de Banco -BID .

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?

[N/A]

2.7.2. ¿Ha experimentado, en el último año, una expansión significativa (50% o más) del alcance del modelo de negocios del proyecto más allá de lo esperado en el diseño original del proyecto (debido al aumento del tamaño organizacional, alcance operativo o expansión geográfica)?

[Sí]

Si la respuesta fue Si: Por favor, explicar

Logramos un acuerdo con una empresa multinacional de consumo masivo (Fundación BAVARIA - BAVARIA) que participa en Colombia, para atender a 50.000 pequeños empresarios de todo el país llevándoles el ecosistema de CÍVICO, con los mismos componentes del proyecto ATNME 18683 CO .

2.7.3. Número de usuarios / clientes / beneficiarios alcanzados hasta el fin del año?

[Al menos 2 veces pero menos de 5 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previsto 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.)

Hemos logrado acuerdos y acercamientos con aliados (Fundación Bavaria-Bavaria, Ágata, Credibanco, IMEBU) para continuar estructurando y ejecutando proyectos similares y basados en el proyecto ATNME 186836 CO. Considerando los aprendizajes, las lecciones aprendidas y las buenas prácticas, estructuráramos propuestas con varios tipos de aliados que impactaran positivamente a los empresarios de la base de la pirámide. Sin embargo, como se mencionó con anterioridad identificamos que el fondeo por parte diversos aliados para irrigar en el componente de financiamiento puede ser un obstáculo, ya que nos genera una dependencia y en algunas circunstancias no nos permite contar con un flujo regular de recursos según las necesidades de los proyectos y del negocio.

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.), Recursos disponibles]

Otros

Durante la ejecución del proyecto identificamos que el fondeo, recursos disponibles, por parte diversos aliados para irrigar en el componente de financiamiento podía convertirse en un obstáculo ya que nos genera una dependencia y en algunas circunstancias no nos permite contar con un flujo regular de recursos según las necesidades de los proyecto.

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.

Actualmente el mayor riesgo puede ser ocasionado por factores externos como la inflación, la desaceleración del crecimiento económico que podría afectar al grupo objetivo del proyecto, los tenderos. La acoyuntura económica afecta al sector de la base de la pirámide, en particular a los tenderos. La alta inflación, el decrecimiento económico afecta de manera directa al canal tradicional ya que el menos consumo de los hogares baja el volumen de sus ingresos, entre otras, estas condiciones hacen que los beneficiarios de nuestro proyecto consideren otras prioridades antes de continuar en el mimo, pese a que el proyecto puede ayudar a mitigar el impacto en sus negocios de la actual coyuntura.

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?

[Disponibilidad de datos, Otros]

Otros. ¿Cuáles?

El SCORE alternativo por medio de Inteligencia Artificial es una herramienta innovadora y novedosa que nos permitido en primer lugar adquirir conocimiento y sobre todo lograr mayor inclusión financiera donde la banca tradicional hoy no atiende. Para la construcción de un score alternativo basado en inteligencia artificial, estructuramos un set de entrenamiento (training set-TS), que es la base para crear un modelo de predicción y valorar la eficiencia del mismo. Como los scores de crédito buscan definir a quién se le debería otorgar un producto financiero y a quien no. Existen diferentes métricas para medir el comportamiento de pago de los individuos. Para el presente proyecto se utilizó el PAR. Métrica utilizada en el sistema financiero y hace parte del lenguaje cotidiano del sector financiero. Se utilizaron tres definiciones de PARES con las siguiente clasificaciones: PAR10: Persona con más de 10 días en mora PAR30: Persona con más de 30 días en mora. PAR60: Persona con más de 60 días en mora Para el proceso de modelación y experimentación se utilizó la herramienta de AutoML de DataBricks. Se usó como métrica objetivo la AUC y se entrenaron más de cinco mil (5.000) modelos para cada definición de PAR. Adicionalmente, se utilizó una división de los datos para validación y entrenamiento. Esto permite la robustez del modelo para encontrar generalidades y poder adaptarse a diferentes escenarios, además permite evaluar el comportamiento simultáneo de varios modelos (Proceso de simulaciones expuesto más adelante). El score clasifica a los clientes en grupos de calidad, pero basados en la expectativa de mora (PAR 10-30-60) . A1, A2, A3 ,A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10. Estos grupos se les asigna una probabilidad para cada uno del PAR.

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)?

[4.1. Número de empresas beneficiadas]

4.1. Número de empresas con desempeño de negocios o productividad mejorada.

Total

13499

Empresas dirigidas por hombres

5561

Empresas dirigidas por mujeres

7938

4.1.2. Señale qué indicador de la matriz de resultados se relaciona con su respuesta, o cómo ha calculado este número.

Indicador: Tiendas de barrio vinculadas a la plataforma CÍVICO operadas por mujeres (hace referencia a la tienda administradas por una mujer o propiedad de una mujer). Cuando se hace

la vinculación, se pregunta por el genero y así se lleva el registro de todas las beneficiarias y los beneficiarios.

4.1.3. ¿Qué tipo de servicios recibieron las empresas?

[Ambos]

4.1.4. Por favor, seleccione cómo a través del proyecto se están beneficiando a estas empresas.

[Mejora de la capacidad para abordar las necesidades de las mujeres]

Otros. ¿Cuáles?

Toda la oferta del ecosistema le permite a los beneficiarios ser mas competitivos, la digitalización , los medios de pago digitales, la capacitación y los créditos hechos a al medida son herramientas que mejoran la competitividad de los negocios de la base de la pirámide. Estas condiciones o "factores" que afectan la competitividad se han mencionando en diverso documentos de política publica así como en algunos documentos de organismos multilaterales como:: Como se menciona en documento de la CEPAL. La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo de Victor Medeiros, Lucas Gonçalves Godoi y Evandro Camargos Teixeira. Revista de la CEPAL N° 129 • diciembre de 2019. "Los "factores empresariales" son aquellos sobre los cuales la empresa tiene un control sustancial. Estos factores se relacionan con la acumulación de conocimiento generado por la empresa y sus estrategias", ... (capacitación y digitalización*) y los " factores Los "factores sistémicos" son aquellos sobre los cuales el control de la empresa es muy escaso o nulo. Estos factores son responsables de generar externalidades a las empresas, actuando como parámetros del proceso de decisión. Entre estos factores se destacan los siguientes: ... macroeconómicos (tipo de cambio, carga tributaria, tasa de crecimiento del producto interno, oferta de crédito y tasas de interés y política salarial); político-institucionales (política tributaria, política arancelaria, apoyo fiscal al riesgo tecnológico, poder adquisitivo del gobierno); sociales (sistema de calificación de la mano de obra, políticas de educación y formación de recursos humanos, laboral y de seguridad social);...

https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf * Adición al texto por CÍVICO.

4.5. Fuente de Datos

4.5.1. ¿Qué tipo de fuentes de verificación ha utilizado para informar los datos que proporcionó en esta sección? (Por favor, seleccione todas las respuestas válidas).

[Información administrativa, Encuestas]

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.

[Emprendedores, PYMES, Mujeres]

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?

[Demanda por el producto/servicio (necesidades del mercado), 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?

Para este punto vamos detallar por cada uno de los factores seleccionados: Demanda por el producto: Demanda de los pequeños negocios por instrumento de fortalecimiento empresarial nos facilitó la llegada a al grupo objetivo, después del contacto inicial con los tenderos comprendimos que la inclusión financiera, la capacitación, y la digitalización son necesidades urgentes de los negocios de la base de pirámide, por lo tanto estas demandas no permitieron consolidaron como una respuesta y solución a los retos de los beneficiarios. Dificultades o ventajas relacionadas con la adopción de la tecnología: La dificultad de las tenderas y tenderos en algunos casos de apropiar y utilizar las herramientas tecnológicas, como el comercio electrónico, la digitalización o el uso de la TIC como herramientas para mejorar la competitividad, nos afectaron en el desarrollo del proyecto, sin embargo definimos que los proceso de capacitación son el canal adecuado para superar esta barrera de entrada, es por esto que les contamos y los inducimos a los proceso de digitalización con módulos sencillos y concretos sonde las beneficiarias y los beneficiarios entendieron la importancia y la necesidad de mercado de utilizar las tecnología en el día a día de sus negocios. Comunicar a los beneficiaras las ventajas ofrecidas: Comunicación a las tenderas y tenderos fue fundamental para la adecuada ejecución del proyecto, para este caso no solo tuvimos que revisar la forma de la comunicación sino también lo que comunicamos, es por esto que nos comunicamos por la aplicación de what´s app y nuestra aplicación en tiempo real, evitando las horas pico en la atención a los clientes, evitando saturar a los receptores y condensamos los mensajes de formas mas claras y concisas, como por ejemplo para el caso de los créditos nos enfocamos en el valor de cuota mensual total y no en costos desagregados o tasas de interés anuales o mensuales que en muchos casos confundían al tendero

INDICADORES

 Superado
  Logrado
  Pendiente
  En proceso
  Atrasado

C1: Digitalización de las Tiendas de barrio

Peso: 25%

Calificación: Altamente Satisfactorio

66%

34%

Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Tiendas que han creado su ficha de negocio con su información básica, fotos, horarios, en la plataforma CÍVICO Negocios	12000 (2023-08-03)	16388 (2022-12-01)	
I2 Tiendas de barrio que ofrecen al menos un producto para ser vendido a través de CÍVICO o por Chat.	9600 (2023-08-03)	2279 (2022-09-30)	
I3 Este indicador hace referencia a que la propietaria de la tienda es una mujer y/o administrada por una mujer.	5400 (2023-08-03)	7974 (2022-12-31)	

C2: Inclusión financiera digital

Peso: 61%

Calificación: Altamente Satisfactorio

50%

50%

Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
-------------	----------	---------	--------

I1	Cartera en riesgo (PAR 30) del financiamiento a tiendas de barrio otorgado a través de CÍVICO	10 (2023-08-03)	9 (2022-07-31)	
I2	Número de tiendas de barrio que han activado la aceptación de pagos digitales con CÍVICO	10200 (2023-08-03)	14883 (2022-12-31)	
I3	Número de tiendas de barrio que han solicitado financiamiento digitalmente a través de CÍVICO	3905 (2023-08-03)	4002 (2022-12-31)	
I4	Número de tiendas con financiamiento obtenido digitalmente (a través de CÍVICO)	3905 (2023-08-03)	2405 (2022-12-31)	
I5	Tasa de interés de las tiendas de barrio afiliadas a la plataforma y la tasa de microcrédito de referencia Dicha tasa, denominada al Interés Bancario Corriente efectivo anual era del 37,72% entre el 1 de enero y el 31 de marzo de 2021.	14 (2023-08-03)	29 (2021-12-22)	
I6	Número de tiendas de barrio que han solicitado un crédito por segunda vez a través de CÍVICO	1299 (2023-08-03)	82 (2022-12-31)	

C3: Habilidades para el mundo digital y el mundo financiero

Peso: 8%

Calificación: Altamente Satisfactorio

100%

Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Habilidades blandas, digitales, comerciales y financieras para gestionar exitosamente una tienda de barrio a ser definidas como parte de las actividades del componente 3 del proyecto, con base en las mejores prácticas de proyectos con tenderos apoyados po	324 (2023-08-03)	750 (2022-11-30)	
I2 Número de tiendas de barrio que han participado en una promoción para incentivar el uso de las herramientas de capacitación	1800 (2023-08-03)	13499 (2022-11-30)	
I3 Número de tiendas de barrio que han accedido a algún programa de capacitación	3600 (2023-08-03)	4072 (2022-12-31)	
I4 A través de la Plataforma Ovante de ACCION, o de otra plataforma de formación ofrecida a través del programa.	1080 (2023-08-03)	1725 (2022-11-30)	
I5 Propuesta de habilidades blandas, digitales, comerciales y financieras que se buscará fortalecer en los tenderos y empleados de tiendas.	0 (2022-02-03)	Si (2022-12-31)	

HITOS



Hitos	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
*Condiciones Previas / Prior Conditions	1	2022-02-03	2021-10-02	
*5.000 nuevos tenderos vinculadas en la app	5000	2022-03-31	2022-03-31	
*8.400 tiendas vinculadas al programa	8400	2022-08-03	2022-07-31	
*1,300 tiendas incorporadas por primera vez a la plataforma de CIVICO que han rec	1300	2022-08-03	2022-07-31	
*260 tenderos capacitados con habilidades digitales y financieras	260	2023-03-03	2023-01-31	

PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO

Evaluación



Matriz de la Teoría del Cambio TOC, donde se evidencia el impacto económico y social del ecosistema de CÍVICO.