
Informe de Desempeño Social 2017

Midiendo lo que realmente importa



Emprende Microfinanzas nació como una de las primeras instituciones microfinancieras de Chile orientada exclusivamente a apoyar pequeños negocios de personas con bajos ingresos, atendiendo a más de 9.000 emprendedores, de los cuales el 57% son mujeres.

Emprende Microfinanzas, S.A. (Emprende) es una entidad especializada en financiar a los emprendedores vulnerables, con el objetivo de promover su desarrollo económico y social a través de una oferta de productos y servicios adaptados a sus necesidades.

Lleva más de 30 años de actividad, inicialmente como cooperativa de ahorro y crédito, y desde 2009 como miembro del Grupo de la Fundación de Microfinanzas BBVA. Fue una de las primeras instituciones de microfinanzas de Chile, y nació para apoyar, exclusivamente, actividades productivas y comerciales de personas con bajos ingresos. Su objetivo sigue siendo, hoy, contribuir al progreso sostenible de los emprendedores vulnerables a través de las Finanzas Productivas.

En 2017, ha entregado créditos a más de 9.000 emprendedores, siendo un 57% mujeres. Con una cartera de créditos superior a USD 16 millones, está presente en seis regiones del país (Valparaíso, Metropolitana de Santiago, O'Higgins, Maule, Biobío y la Araucanía) a través de 20 oficinas y 148 empleados.

Con más de 30 años de actividad en Chile, Emprende Microfinanzas está presente en seis regiones del país a través de sus 20 oficinas y más de 140 empleados

Principales magnitudes

Datos a 31 de diciembre de 2017

Clientes totales

9.796

Nº desembolsos en 2017

9.489

Número de empleados

148

Cartera bruta (USD)

16.214.973

Desembolso medio (USD)

1.612

Monto desembolsado en 2017 (USD)

15.291.528

Número de oficinas

20

Cientes totales

9.796

Con más de 9.000 emprendedores atendidos, de los cuales el 81% está en situación de *vulnerabilidad*, Emprende se mantiene como una entidad enfocada a satisfacer las necesidades financieras de las microempresas y se dirige a clientes con dificultades para acceder al sistema financiero. El 50% de los clientes actuales tiene educación primaria a lo sumo, hecho que dificulta el acceso al mercado laboral, siendo el emprendimiento la principal fuente de ingresos. El excedente *per cápita* mensual que generan estos emprendimientos alcanza los USD 365, lo que representa un 80% del salario mínimo vigente.

Cientes totales

9.796



81%

Vulnerabilidad¹



57%

Mujeres



35%

Entorno rural



50%

Educación primaria a lo sumo²

Cientes nuevos en 2017

2.371



88%

Vulnerabilidad¹



57%

Mujeres



34%

Entorno rural



40%

Educación primaria a lo sumo²



1.536

USD

Desembolso medio³



365

USD

Excedente mensual *per cápita*



3,1

personas

Tamaño hogar

1. De acuerdo con las líneas de pobreza oficiales (nueva metodología) del Ministerio de Desarrollo Social, en función del tamaño del hogar. Se consideran clientes *vulnerables* aquellos cuyo excedente *p.c.* (estimado a partir del excedente del negocio, dividido por el tamaño del hogar) está por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar por tres la cifra atribuida a la línea de pobreza de su país. **2.** Proporción sobre el total de clientes de crédito que tiene, como máximo, educación primaria completa. **3.** Desembolso medio: desembolso promedio de los clientes nuevos atendidos durante 2017.

1. Nuestros clientes



ODS en los que impacta

• Durante 2017, de los 2.371 clientes nuevos atendidos, el 57% eran emprendedoras. La tasa de participación laboral de la mujer en Chile (48% vs. 71% del hombre), la más baja de América del Sur*, pone de manifiesto la dificultad de las mujeres para incorporarse al mercado de trabajo y sacar adelante a la familia, a pesar de su mayor nivel de formación. El emprendimiento es, por lo tanto, una oportunidad muy relevante para las mujeres. Emprende atiende a más de 5.000 mujeres de las cuales 1.359 son clientas nuevas, contribuyendo así a disminuir las brechas de género.

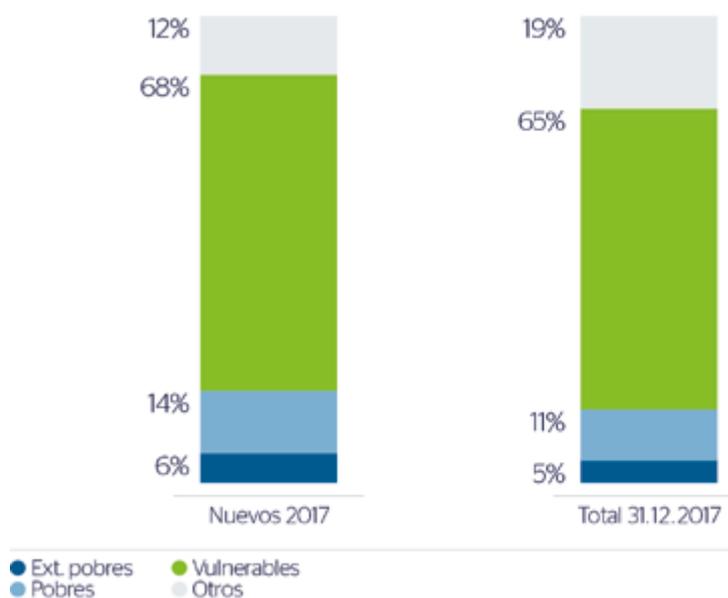
Perfil socioeconómico

• Del total de clientes de la entidad, un 65% es clasificado como *vulnerable* y un 16% está por debajo de la línea de pobreza (LP) definida por el Ministerio de Desarrollo Social de Chile. Asimismo se mantienen los datos de clientes nuevos atendidos en 2017 en rangos similares, siendo *vulnerables* el 68% y *pobres* 14% y *ext. pobres* el 6%.

1. De acuerdo con las líneas de pobreza oficiales del Ministerio de Desarrollo Social (nueva metodología), en función del tamaño del hogar se considera como segmento *vulnerable* al formado por clientes cuyo excedente *p.c.* (estimado a partir del excedente del negocio, dividido entre el tamaño del hogar) está sobre la línea de pobreza para cada tamaño del hogar, pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar por tres la cifra atribuida a dicha línea. 'Total' representa el número de clientes vigentes a 31.12.2017. 2. Considera las mujeres vigentes a 31.12.2017. Se presenta el excedente *p.c.* promedio de clientas nuevas en 2017.

*http://www.comisiondeproductividad.cl/wp-content/uploads/2017/09/Informe_Recomendaciones_para_aumentar_la_Participacion_Laboral_Femenina_en_Chile.pdf

1. Vulnerabilidad económica



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

2. Perfil de la mujer



● Mujeres
● Educación primaria a lo sumo
● % Vulnerabilidad
● Excedente mensual *per cápita* (nuevas)

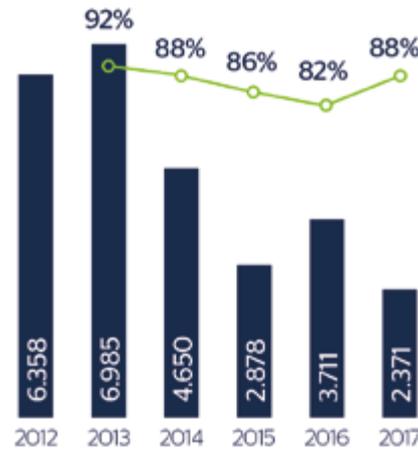
Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

- Las mujeres, sufren mayores niveles de pobreza y vulnerabilidad económica. Un 20% de las emprendedoras genera ingresos por debajo de la LP y un 86% está en situación de *vulnerabilidad*: en el caso de los hombres, estos índices se sitúan en 8% y 72%, respectivamente. Las mujeres dirigen emprendimientos menores y generan menores ingresos que los hombres, como resultado de las distintas dificultades del país.

- La vinculación de clientes durante el año evidencia que las mujeres son el género con mayor incidencia en *pobreza* (82%) y *extrema pobreza* (77%). Mientras tanto los clientes clasificados como *otros* están representados por, apenas, el 41% de las mujeres.

- Durante 2017, Emprende ha realizado un esfuerzo por financiar a un mayor número de clientes en situación de vulnerabilidad, definiendo nuevas políticas de riesgos que lo permitieran. Esto ha tenido un impacto positivo; aunque se ha ralentizado el crecimiento de clientes nuevos, la vinculación es principalmente de clientes *core* o *vulnerables* (88%), es decir, 2.086 familias *vulnerables* que durante este año han tenido la oportunidad de acceder a financiación para sus empresas, mejorando su situación actual y futura.

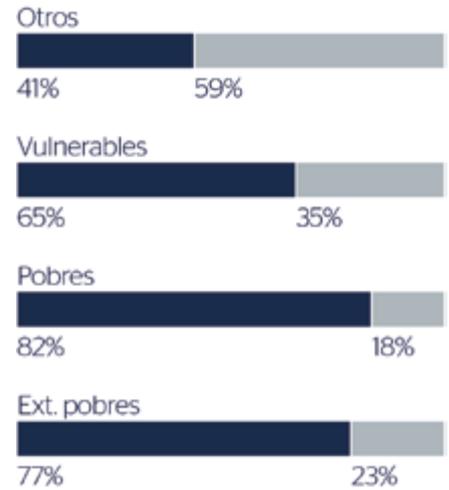
3. Clientes nuevos de crédito



● Nuevos clientes por cohorte
● % Vulnerabilidad

Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

4. Vulnerabilidad de clientes nuevos, por género



● Mujeres
● Hombres

Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

5. Renta relativa de clientes nuevos



● Ext. pobres ● Vulnerables ◆ Hombre
● Pobres ● Otros ◆ Mujer

Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

3 y 4. Considera la entrada de clientes durante el año (sin créditos anteriores). 5. De acuerdo con las líneas de pobreza oficiales del Ministerio de Desarrollo Social, en función del tamaño del hogar. Considera clientes nuevos durante el año (sin créditos anteriores).

1. Nuestros clientes

- Los excedentes mensuales *p.c.* de los clientes en *extrema pobreza* se ubican en USD 92, lo que representa un 53% de la LP. Por otro lado, los clientes *vulnerables* que tienen una situación más estable (1,70 veces la LP) son el colectivo más atendido en el año 2017 (ver gráficos 5 y 1).

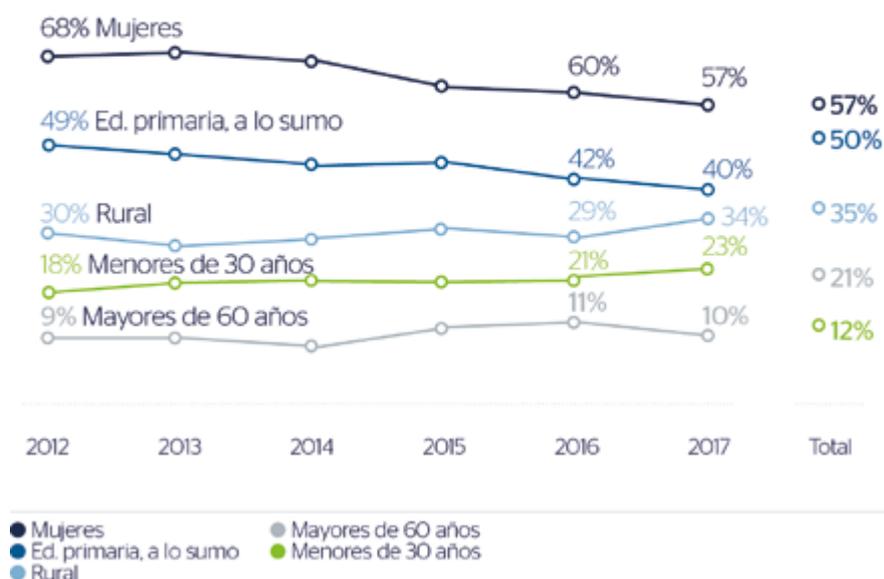
- Las emprendedoras que han sido atendidas por primera vez durante 2017, cuentan con unos excedentes *p.c.* mensuales de USD 322, cifra todavía alejada del salario mínimo, que desde el 1 enero de 2018 se sitúa en USD 457.

- Un elevado porcentaje de créditos se destina a la atención de personas con nivel educativo bajo. En Chile, solo un 29,3% de la población no ha accedido a secundaria o a estudios superiores. Este porcentaje se dispara en zonas rurales donde la población con más de 25 años que como máximo ha cursado primaria, se elevaría a un 57,5%** . De los clientes atendidos durante 2017, el 40% tiene solo educación básica, elevándose la cifra al 50% si se observan todos los clientes vigentes. Emprende procura, por tanto, generar oportunidades de crecimiento y desarrollo inclusivo, para todos.

6. Considera la entrada de clientes nuevos durante el año (sin créditos anteriores). *Total representa el número de clientes vigentes a 31.12.2017. 7. Datos sobre las ventas mensuales medias y los activos medios de cada uno de los sectores, segmentado por clientes bajo la LP (clasificados como *extremadamente pobres* y *pobres*) y clientes sobre la LP (clasificados como *vulnerables* y *otros*). Considera clientes vigentes a 31.12.2017.

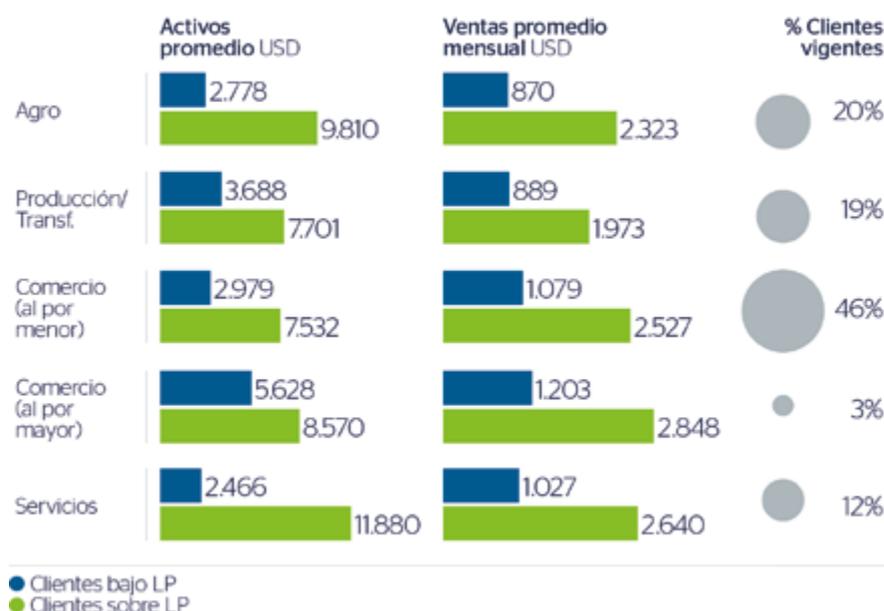
**http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/CA-SEN_2015_Resultados_educacion.pdf

6. Perfil de clientes nuevos



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

7. Ventas mensuales y activos promedio por sector - clientes bajo y sobre la línea de la pobreza (LP)



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

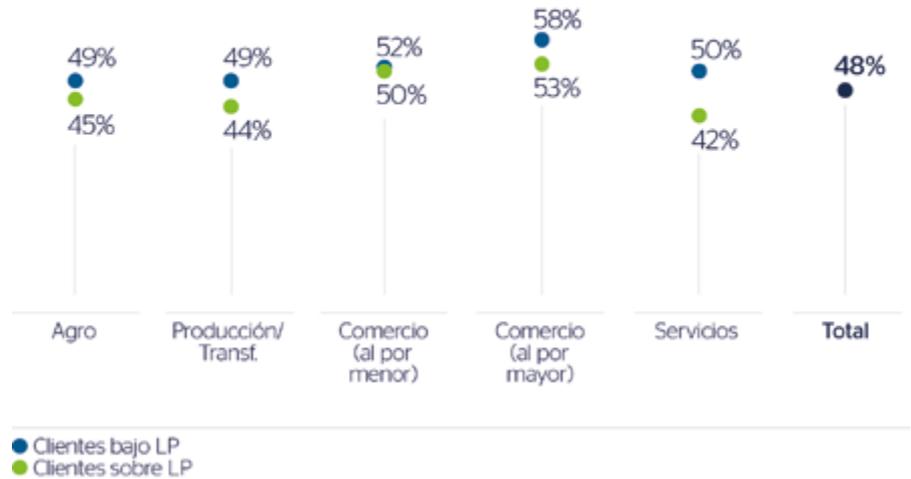
Perfil de sus negocios

- Los clientes de Emprende realizan sus actividades, principalmente, en el sector del Comercio al por menor (46%). Adicionalmente, se destaca que el 20% de nuestros clientes pertenece al sector Agro, siendo este el segundo ramo de actividad con mayor representatividad.
- Las diferencias en ventas promedio y activos promedio por sectores para clientes bajo la LP y sobre la LP son elevadas. Aproximadamente, los clientes *pobres* consiguen un 40% del nivel de ventas y activos de los clientes *no pobres*. Sin embargo, el porcentaje de costes sobre ventas pone de relieve que no se dan muchas mejoras de eficiencia entre unos clientes y otros, a excepción del sector Servicios, donde hay una mejora de 8 p.p. entre los clientes en una situación u otra.

- En la entidad, los emprendedores con ingresos por encima de la LP que se dedican a los sectores de Comercio y Servicios tienen mayores niveles de apalancamiento, situándose en torno al 13% sobre su activo. En cuanto a los clientes *pobres*, se observa un menor apalancamiento, especialmente entre los clientes Agro, donde trabaja un mayor porcentaje de clientes *vulnerables* (el 84% de los clientes Agro, están en situación de *vulnerabilidad*).

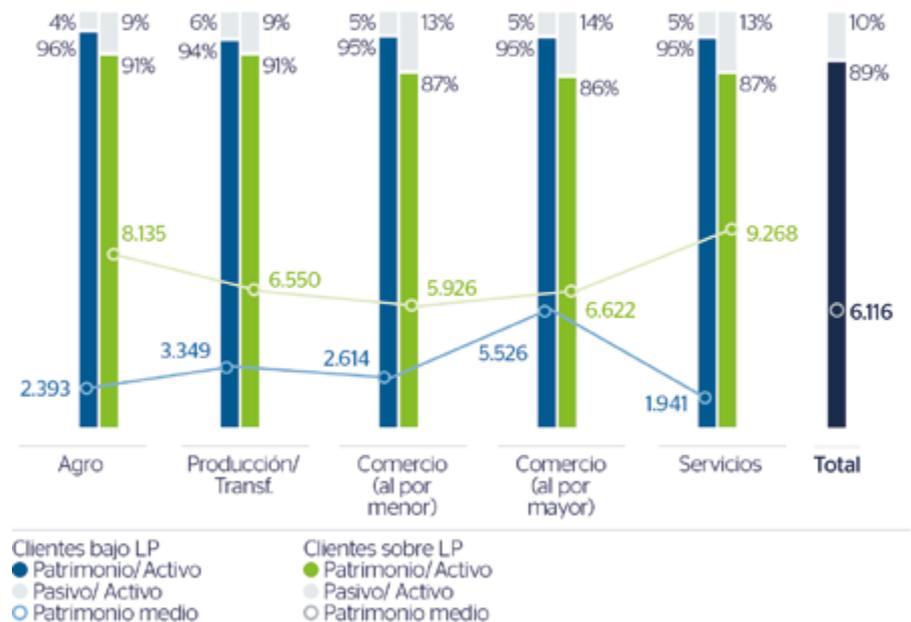
8. Datos sobre los costes sobre ventas medias de cada uno de los sectores. Se presenta segmentado por clientes bajo la LP (clasificados como *extremadamente pobres* y *pobres*) y clientes sobre la LP (clasificados como *vulnerables* y *otros*). Considera clientes vigentes a 31.12.2017. 9. Datos sobre el activo, pasivo y patrimonio medio y ratios de estos, para cada uno de los sectores, segmentado por clientes bajo la LP (clasificados como *extremadamente pobres* y *pobres*) y clientes sobre la LP (clasificados como *vulnerables* y *otros*). El pasivo no incluye el crédito concedido por la entidad. Considera clientes vigentes a 31.12.2017.

8. Coste s/ventas promedio por sector - clientes bajo y sobre la línea de la pobreza (LP)



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

9. Estructura de balance por sector- clientes bajo y sobre la línea de la pobreza (LP)



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

1. Nuestros clientes

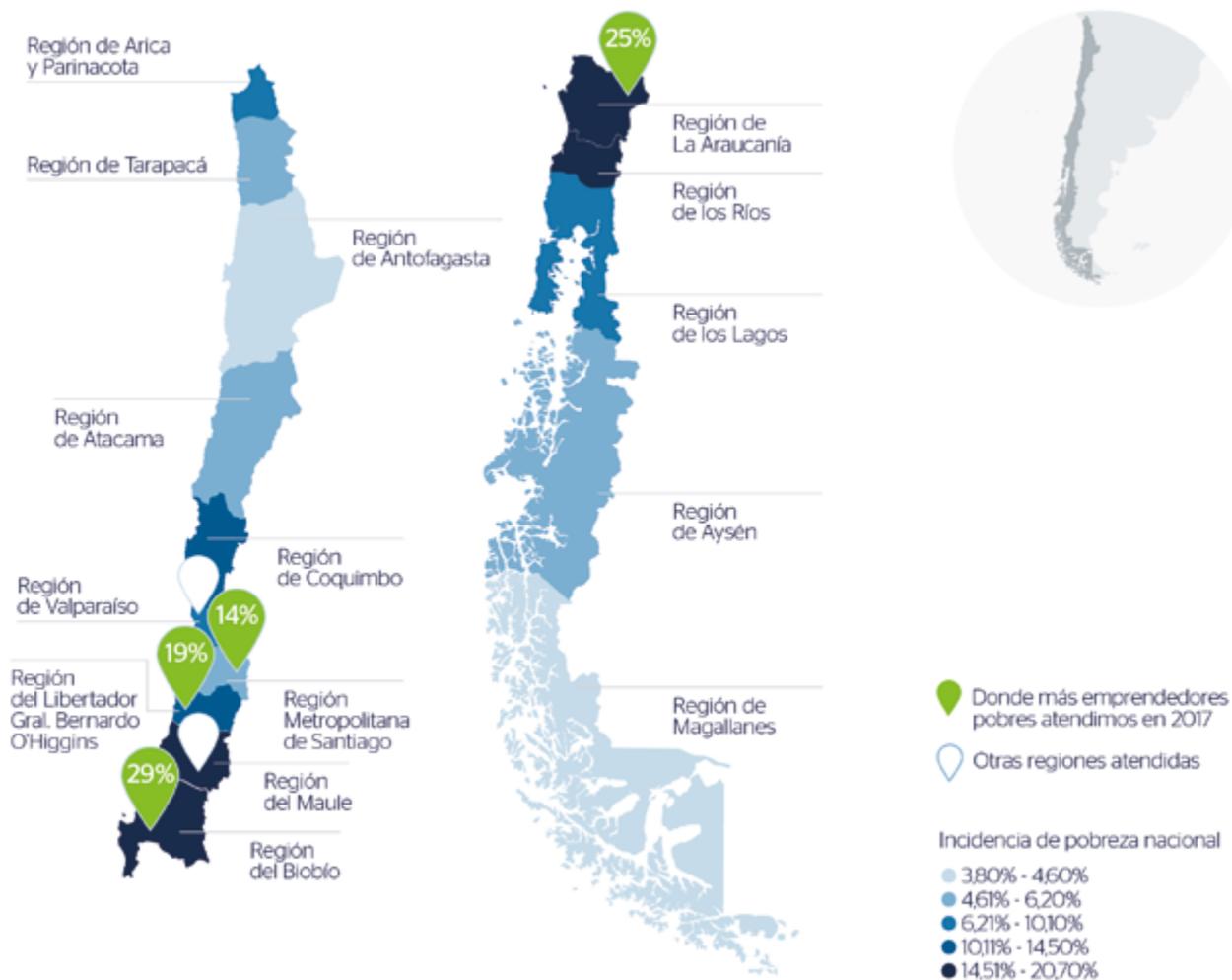
Dónde se encuentran nuestros clientes

- Llegando a seis regiones en Chile, donde los índices de pobreza, según el Ministerio de Desarrollo Social, son altos o cuentan con grandes bolsas de pobreza, Emprende ha conseguido, durante el año 2017, una mayor atención de los clientes *pobres* especialmente en Biobío y Araucanía, ubicándose en el 29% y el 25% del total, respectivamente, mientras

que la incidencia de pobreza en la región se sitúa en el 16,2% y el 20,7%.

- Estas dos regiones representan el 41% del total de clientes de Emprende, situando a la entidad como un socio estratégico en el desarrollo de los emprendedores de estas regiones, contribuyendo a la disminución de los focos de pobreza.

10. Incidencia de la pobreza nacional y captación de emprendedores pobres en 2017



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

10. Porcentaje de hogares pobres por región (2015), Ministerio de desarrollo social. Datos CASEN. Se representan las cuatro principales regiones con el porcentaje de clientes nuevos *pobres* atendidos durante 2017.

2. Desarrollo de nuestros clientes



ODS en los que impacta

Crecimiento de sus negocios

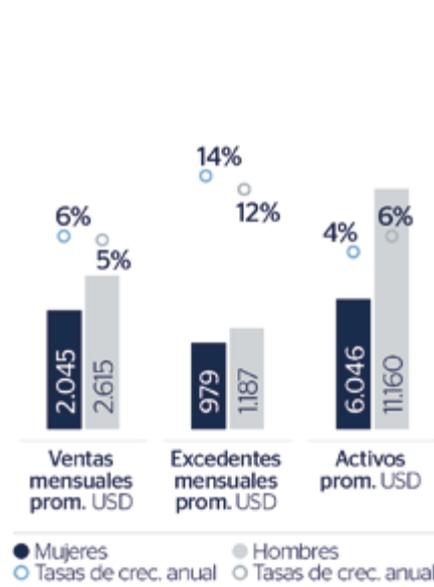
Existen diferencias entre los emprendimientos dirigidos por mujeres y hombres, a medida que crece el tamaño de los negocios, las tasas de crecimiento relativas son menores. Así, las emprendedoras (mujeres), con unas ventas actuales medias de USD 2.045 mensuales, han mostrado un crecimiento medio del 5,8% mientras los hombres, con unas ventas medias mayores de USD 2.615, tienen un menor crecimiento (5,5%). Los excedentes de los hombres (USD 1.187) son mayores que los de las mujeres. Sin embargo, crecen a tasas 1,6 p.p. inferiores que las de las mujeres (13,9%).

Las ventas promedio de las mujeres son un 22% menores que las de los hombres (*gap* mujer/hombre), sin embargo, en cuanto a excedentes, este *gap* es de un 18%, lo que indica una mayor eficiencia por parte de las mujeres, posiblemente por el tipo de negocio.

Desagregando los datos, se observa una gran variedad de comportamientos de las variables del negocio según el sector. Se destaca el sector Agro por el crecimiento de sus excedentes y el sector Comercio al por mayor por la evolución de sus ventas y activos.

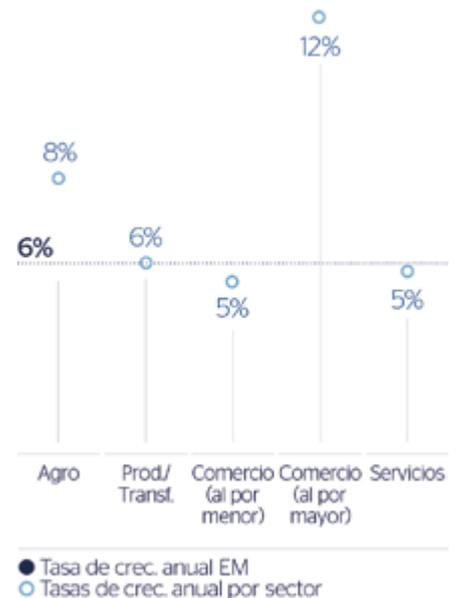
11, 12, 13 y 14. Datos sobre clientes que han estado vigentes en algún momento del año y que cuentan con algún desembolso o actualización durante los últimos 12 meses de relación con la entidad. Para el cálculo se ha utilizado la tasa de crecimiento interanual compuesta (TCAC) de las cohortes de 2012-2017, presentando, para cada sector, el promedio ponderado de dichas tasas.

11. Crecimiento anual de magnitudes financieras, por género



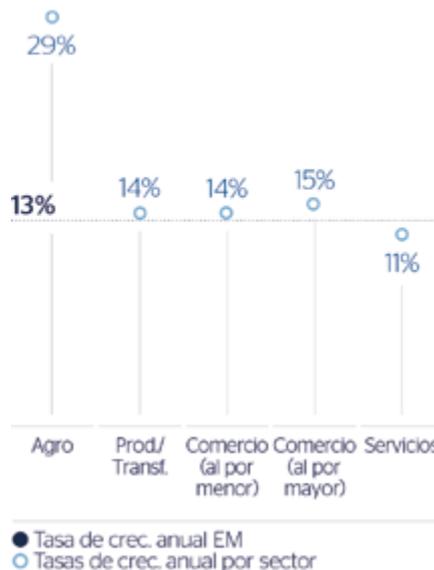
Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

12. Crecimiento anual de las ventas mensuales, por sector



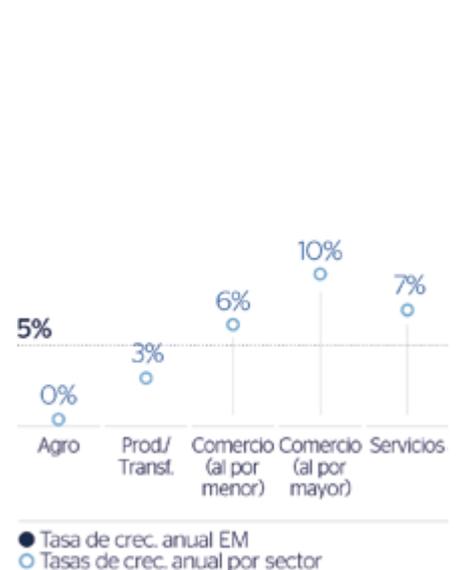
Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

13. Crecimiento anual de los excedentes mensuales, por sector



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

14. Crecimiento anual de los activos, por sector



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

2. Desarrollo de nuestros clientes

Salida de pobreza

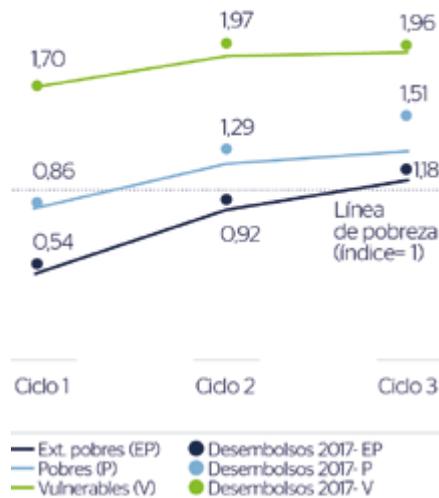
- Se observa que los clientes requieren de dos créditos para lograr superar la LP en el caso de *extrema pobreza*; y de uno, en el caso de los clientes *pobres*.
- Los desembolsos del año indican que las rentas relativas de los clientes que han renovado durante el año son mayores que las observadas en el histórico, adelantando una mejora en el crecimiento promedio de los clientes.
- El 60% de los clientes que cae en pobreza lo hace porque sus ingresos bajan. Los demás clientes (40%) caen en pobreza por cambios en su estructura de costes, enfrentándose a incrementos de los gastos asociados a su actividad u hogar.

Impacto indirecto

- Los clientes de Emprende no son los únicos beneficiados por el acceso que tienen al crédito, sino que, además, se beneficia el entorno en el que operan, teniendo en cuenta que el 21% tiene contratada al menos una persona.
- Además, transcurrido un año de trabajar con la entidad, el 21% de los emprendedores logrará mejorar su situación inicial, es decir, contratar a algún trabajador adicional, y tras cinco años la mejora alcanzará el 10,4%.

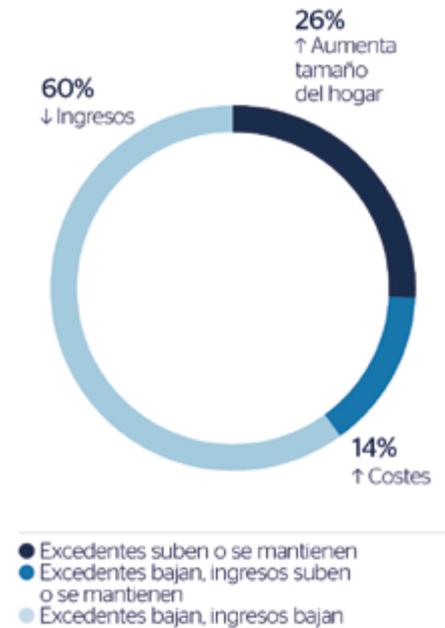
15. Para la muestra de clientes atendidos desde 2011 a 31.12.2017, clasificados según su situación inicial en el primer crédito, se muestra la evolución del excedente *per cápita* en cada ciclo de crédito, relativizado respecto a la línea de pobreza oficial de cada país. **16.** Se observan los clientes vigentes en algún momento de 2017 y cuyos datos se han actualizado en los últimos 12 meses de relación con la entidad. Se muestran aquellos clientes que en inicio se clasificaron como *no pobres* y que actualmente están bajo la LP. **17.** Considera el número de empleados del negocio de los clientes vigentes a 31.12.2017. **18.** Considera el aumento en el número de empleados del negocio para clientes vigentes 31.12.17 para cada cohorte"

15. Renta relativa



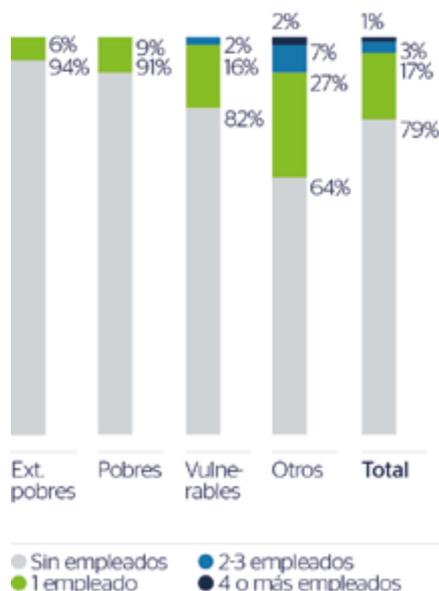
Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

16. Clientes que caen en pobreza



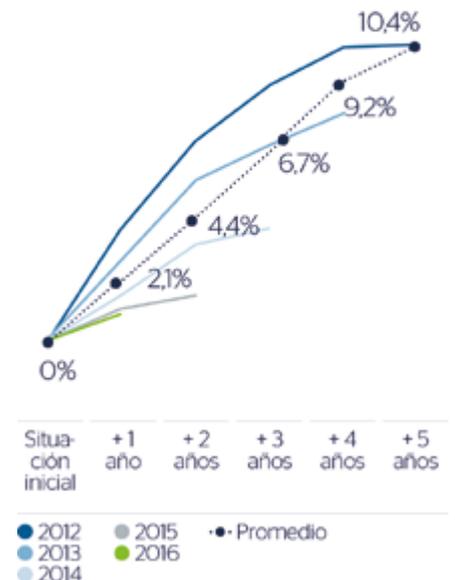
Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

17. Fuente de empleo



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

18. Generación de empleo (por cohorte)



Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

3. Relación con los clientes



ODS en los que impacta

- El desarrollo de los clientes está ligado a una oferta más amplia de productos, y esto se evidencia en la penetración de los seguros, alcanzando el 49% de los clientes de crédito vigentes.

- Manteniendo unos leves incrementos graduales, el crédito medio para clientes nuevos se sitúa en los USD 1.536.

- A medida que los clientes son capaces de hacer frente a las obligaciones financieras contraídas con la entidad, se les otorga mayor acceso al crédito y a montos superiores, pasando de USD 884 hasta los USD 2.477 tras cinco años de relación.

- Emprende logra retener al 64% de los clientes pasado un año con la entidad. Además, el 55% de los clientes opta por renovar su crédito.

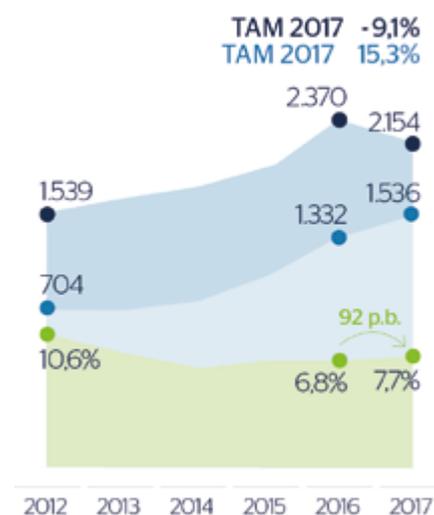
19. Vinculación de clientes por tipo de producto



● Tenencia de seguros voluntaria

Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

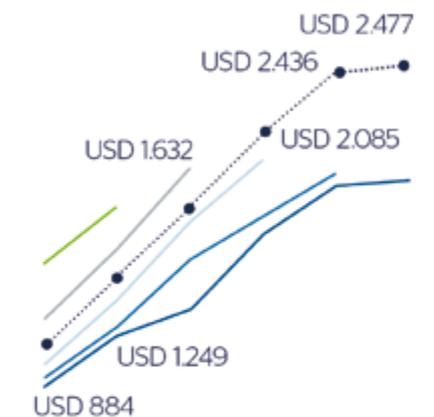
20. Ventas, desembolso (USD) y peso de la cuota de clientes nuevos



● Ventas mensuales
● Desembolso medio (USD)
● Prom. cuota s/ ventas

Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

21. Desembolso medio (por cohorte)



Primer crédito +1 año +2 años +3 años +4 años +5 años

● 2012 ● 2013 ● 2014 ● 2015 ● 2016 ● Promedio

Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

22. Retención y recurrencia de los clientes de crédito

Retención

Situación inicial	100%
+ 1º año	64%
+ 2º año	35%
+ 3º año	22%
+ 4º año	16%
+ 5º año	12%

Recurrencia

Ciclo	Recurrencia	Distancia (Días)
Ciclo 1	100%	-
Ciclo 2	55%	313
Ciclo 3	35%	302
Ciclo 4	24%	294
Ciclo 5	17%	278
Ciclo 6 o +	13%	262

Fuente: Emprende. Cálculos FMBBVA.

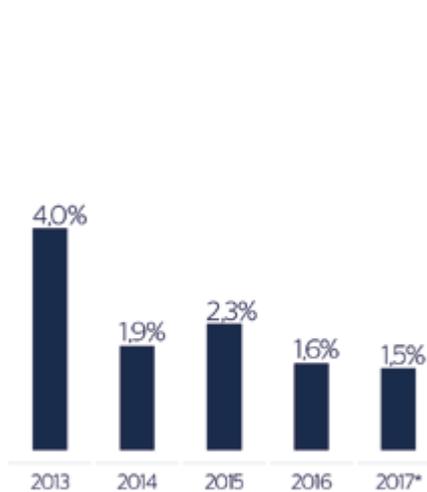
19. Considera los clientes vigentes a 31.12.2017.
20. Considera los clientes nuevos (sin créditos anteriores) captados durante el año. Desembolso medio, calculado como el promedio del primer desembolso para los clientes nuevos en cada año. Peso de la cuota calculado como promedio de la ratio (cuota sobre ventas). TAM: tasa anual media. 21. Evolución del desembolso medio por operación a lo largo del tiempo. 'El valor inicial' es el promedio del valor inicial de las cohortes de 2012-2017 al que se le aplica el crecimiento promedio del desembolso de las cohortes 2012-2017. 22. 'Retención': porcentaje de clientes de cada cohorte que sigue vigente a cierre de cada año y hasta 31.12.2017. Se muestran promedios de las cohortes de 2012-2017. 'Recurrencia': clientes atendidos desde 2011. Porcentaje de clientes que, después de un primer crédito, accede a otro. La distancia entre ciclos es el número de días entre dos desembolsos sucesivos.

Nota: El porcentaje de clientes rurales se calcula de acuerdo a la asignación de la encuesta Casen, a la comuna de residencia del emprendedor.

Entorno económico

Crecimiento económico: fuerte caída de la inversión y de la construcción

Crecimiento del PIB (var)



Fuente: Banco Central de Chile.
* Estimación FMBBVA Research.

En 2017 la economía chilena mostró el crecimiento más bajo de los últimos ocho años, al hacerlo en apenas 1,5%, fundamentalmente por el bajo desempeño del primer semestre en el que creció un 0,6%, siendo el primer trimestre el peor de este ciclo de ajuste¹. El impacto del paro en *La Escondida*, que se prolongó en el primer trimestre, se reflejó en una caída del 14,2% en el sector Minero.

En el segundo semestre la economía mostró un mayor dinamismo, con un crecimiento del 2,4%, impulsado por la acumulación de existencias y el consu-

mo privado. En el año, el consumo creció un 2,7%, mientras que la inversión mostró una caída del 2,8% motivada por la Construcción y otras obras, sector que registró una disminución del 7% con respecto a 2016, producto de una desaceleración del gasto público.

Por sectores, el fuerte impacto de la huelga del primer trimestre hizo que el sector de la Minería concluyera el año con un retroceso del 2%, a pesar de la recuperación reciente, mientras que el sector de la Construcción lo hizo en un 3,6%.

La apreciación real del tipo de cambio generó en 2017 un menor crecimiento de los sectores transables, mientras que impulsó las importaciones de bienes, que mostraron un repunte del 6%, lideradas por las importaciones de productos agrícolas, con un alza del 12%, y de los industriales, con el 7%.

Esto explica el repunte mostrado por el sector Comercio que registró una variación del 4,8% con respecto a 2016, siendo el sector que mayor aporte hizo al crecimiento total de la economía en el año, aportando el 26% del total.

La economía chilena tiene un crecimiento potencial cercano al 3%, lo que sitúa la brecha del producto en -1,5%, factor que indica que la holgura de capacidad ha aumentado con importantes implicaciones en el mercado de factores e inflación.

Inflación: la más baja en cinco años

Inflación (var IPC)



Fuente: Banco Central de Chile.

La inflación cerró el año 2017 en un 2,3%, la más baja en los últimos cinco años, en un entorno de elevada volatilidad, habiéndose ubicado, desde junio, por debajo del rango de tolerancia del Banco Central (de más o menos 1 p.p., alrededor del 3%). La apreciación del peso y el comportamiento del precio de los alimentos fueron determinantes en esta evolución.

En 2017 el Índice *Transables* presentó un alza del 1,7% a 12 meses, mientras que el de *No Transables* registró una variación del 3,0%. El índice de Alimentos registró un repunte del 2,5% a 12 meses, siendo uno de los componentes con mayor volatilidad, junto con Energía, cuyo índice presentó un alza del 5,3% en el año.

1. Realizado al cierre de noviembre de 2017. Todas las estimaciones son de FMBBVA Research.

Entorno económico

Mercado laboral: la desaceleración debilita el mercado de trabajo

Al excluir Alimentos y Energía, que tienen un impacto en el corto plazo pero que son menos relevantes para la inflación a medio plazo, se observa que el alza es del 1,9% en 2017, perforando la banda inferior del Banco Central y evidenciando que se ha producido, en parte, un desanclaje de las expectativas de inflación de medio plazo.

El aumento del empleo fue consecuencia de un alza del 4,8% de los trabajadores por cuenta propia, mientras que los asalariados crecieron un 1,2%

Tasa de desempleo (% de la fuerza de trabajo)



Fuente: OIT. * Estimación FMBVA Research

En 2017, la tasa de desempleo fue del 6,8%, incrementándose 0,6 puntos porcentuales (p.p.) con respecto a 2016. Este repunte del desempleo es resultado del aumento del 2% de los ocupados, inferior al incremento del 2,5% de la fuerza de trabajo. Esto hizo que los desocupados crecieran en un 6,5%, al tiempo que las tasas de participación y de ocupación se situaron en un 60% y 56%, respectivamente.

El aumento de los ocupados fue consecuencia de un alza del 4,8% de los trabajadores por cuenta propia, mien-

tras que los asalariados crecieron alrededor del 1,2%. Destaca la fuerte caída (8%) del trabajo familiar no remunerado. Los ocupados a tiempo parcial han mostrado un repunte, representando el 10% del total de ocupados. El segmento que más crece es el compuesto por quienes se ven forzados a tener menor dedicación de la que quisieran.

Es por ello que, al cierre de 2017, la tasa de presión laboral se ha incrementado en un 12,7%, con un repunte de 0,7 p.p., que se explica tanto por los desocupados como por los ocupados que buscan empleo, muchos de ellos con una dedicación menor a la deseada.

En una visión de género, las mujeres lideraron la incidencia positiva en el alza de los ocupados, a pesar de que la tasa de desempleo de las mujeres fue del 7%, con un alza de 0,3 p.p., debido a que el incremento del 3,0% de las mujeres ocupadas fue menor al alza del 3,4% registrada por la fuerza de trabajo.

La tasa de participación de las mujeres registró el mayor valor desde 2010, alcanzando el 49%, y mejorando en 0,6 p.p. con respecto a 2016. En 2017, la tasa de desempleo aumentó en ocho regiones y se redujo en siete. Los mayores incrementos se produjeron en Los Lagos, Arica, Parinacota y O'Higgins, mientras que en Antofagasta, Valparaíso y Aysén, se registraron los descensos más importantes.

Inclusión financiera: fuerte avance, impulsado por la banca pública

Según datos oficiales², la inclusión financiera en Chile, medida como el porcentaje de adultos con algún producto financiero, ascendió al 98%. Los productos financieros principales fueron los asociados a la administración del efectivo y el ahorro, siendo un 69% de los adultos poseedores de alguno de estos productos, mientras que, apenas el 4% tiene un depósito a plazo, y solo el 15% posee una cuenta corriente.

El crédito al consumo tiene un importante peso. Alrededor del 34% de los adultos posee alguna tarjeta de crédito bancaria, mientras que la proliferación de las tarjetas de crédito no bancario ha alcanzado el mismo nivel que las bancarias. En el resto de los productos de crédito, un 7% posee un producto para la vivienda, mientras que el 18% tiene un crédito en cuotas.

Los clientes que solo poseen productos de administración del efectivo alcanzan el 13%, los que solo tienen productos de ahorro el 14%, y los que solo lo tienen de crédito un 3%. Aquellos que poseen los tres tipos de productos simultáneamente representan un 33%.

En el caso chileno, la banca pública ha sido determinante en el fuerte crecimiento de la inclusión financiera en los últimos años. El 87% de los adultos bancarizados posee algún producto en esa institución, de los cuales un 35% son clientes exclusivos de ella.

El principal producto que ha permitido este avance ha sido la *CuentaRUT*, que es una cuenta de depósito a la vista, con servicios conexos de débito y cajero automático, emitida por el Banco Estado. La característica distintiva del producto es que el código de identificación de la cuenta coincide con el *RUT* del cliente (número único que identifica a cada persona frente al Estado), por lo que el único requisito para su apertura es poseer cédula de identidad.

Al revisar una distribución por edades, se observa que la mayor parte de los excluidos corresponde a jóvenes de hasta 30 años. Considerando que todos ellos tienen la posibilidad de obtener este tipo de cuentas, su exclusión se debe a que muestran una falta de conocimientos sobre productos financieros, poco interés en obtener un producto de manejo del efectivo, un bajo nivel de empleo y bajos ingresos, entre otras causas.

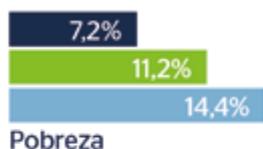
Al profundizar en la inclusión financiera en Chile se observa que el 58% evidencia un tipo de inclusión financiera superior, es decir, posee al menos algún producto con requerimiento de ingreso. El 40% restante evidencia un tipo de inclusión financiera básica, del que un 9% lo está solo por la *CuentaRUT*.

Se observa que un 89% de los servicios que ofrece la banca estatal son productos que no necesitan requisitos de ingreso, siendo la *CuentaRUT* el 23% del total de productos de esta institución. El 80% de los clientes de la banca privada accede a productos con requisitos de ingresos. Otros oferentes de productos financieros tienen un 92% de clientes que poseen productos con requisitos de ingresos, en su mayoría, productos asociados a crédito.

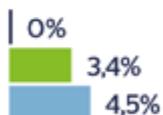
Entorno social

Pobreza: se reduce el ritmo de disminución

Pobreza (% de la población)



Pobreza



Extrema pobreza

● Objetivo 2030 ● 2017* ● 2014

Fuente: Encuesta Casen.
* Estimación FMBBVA, ONU.

En 2017, alrededor de 1,9 millones de personas, equivalentes al 11,2% de la población se encuentran en situación de pobreza monetaria en Chile³, de las cuales 600.000 están en situación de pobreza extrema, el 3,4% de la población. La pobreza ha mostrado una reducción de 0,5 p.p con respecto a 2015, mientras que la pobreza extrema lo hace en apenas 0,1 p.p. En las zonas urbanas la pobreza se ubica en el 10,0%, existiendo una brecha de 10,7 p.p. respecto a las zonas rurales, donde alcanza el 20,7% de la población.

Desde 2011 el crecimiento se ha desacelerado de un 6,1% al 1,5% en 2017. Ha habido un menor dinamismo de la inversión privada y de las exportaciones. El desempleo se ha mantenido relativamente estable, debido fundamentalmente al aumento del autoempleo, aunque el empleo asalariado haya perdido impulso, elementos que explican una desaceleración en la reducción de la pobreza. El crecimiento del ingreso explica el 65% de la caída de la pobreza, mientras que el efecto redistributivo explica el restante 35%.

De acuerdo con la última información de la Encuesta CASEN (últimos datos oficiales disponibles de 2015), la población en situación de pobreza por ingresos alcanzó un 11,7%, con una reducción de 2,7 p.p. con respecto a la realizada en 2013, cuando la pobreza alcanzaba un 14,4%. En el mismo período, la tasa de pobreza extrema disminuyó 1 p.p. pasando del 4,5% al 3,5% de la población.

Asimismo, en términos de hogares, la tendencia a la disminución de la pobreza se ha mantenido a lo largo de los años, llegando en el año 2015 a un 10,4% de hogares en esta situación. Esta disminución fue significativa en relación al año 2013, cuando la pobreza por ingresos alcanzó un 12,8% de los hogares. El 70% de los hogares en situación de pobreza se caracteriza por contar entre sus miembros con niños y adolescentes, el 40% son monoparentales y el 49% tiene como cabeza de familia a una mujer.

Desde la perspectiva regional, se observan unas disparidades territoriales importantes en tasas de pobreza monetaria. La población en esta situación osciló entre un 4,4% de incidencia de la pobreza en la región de Magallanes y un 23,6% en la región de La Araucanía.

Entre 2013 y 2015, en 14 de las 15 regiones se observa una disminución de la pobreza, siendo la única excepción la región de Antofagasta, donde se incrementó con respecto a 2013, pero constituye la segunda región con menor pobreza del país.

Se ha producido una mejora en la distribución del ingreso, producto de las transferencias monetarias que realiza el sector público a los hogares

Reducción de la desigualdad

Desigualdad (Coeficiente de Gini)



Fuente: Encuesta Casen.
* Estimación FMBBVA Research

En 2017 en Chile continúa la desigualdad en la distribución del ingreso. El coeficiente de Gini, que toma valores entre 0 (para representar la ausencia de desigualdad) y 1 (para representar la desigualdad máxima), se ubica en 0,480, mostrando una ligera mejora con respecto al registrado en 2015, que fue de 0,482. Según el análisis de la concentración en la distribución del ingreso, en 2017 se muestra una disminución de la participación conjunta de los deciles IX y X respecto a 2015, desde un 48,4% a un 48,2% en el ingreso monetario.

Al comparar en ese mismo período los ingresos agregados de los dos primeros deciles, se observa que su participación ha mejorado ligeramente, pasando de concentrar el 5,9% al 6,3% del total de ingresos. Se verifica una mejora en la distribución como efecto de las transferencias monetarias que realiza el sector público a los hogares de menores ingresos, que muestran una mejora de 1,3 p.p., entre la participación de sus ingresos autónomos a la participación de sus ingresos monetarios, una vez reciben las transferencias monetarias netas.

Una de cada dos mujeres en edad de trabajar forma parte de la fuerza de trabajo, la mayor ratio desde 2010

Otras dimensiones

Al analizar los avances en educación, se observa que la escolaridad promedio en la población de 15 años o más, alcanzó los 11 años de estudio, observándose un aumento promedio de dos años de estudio con respecto a los niveles alcanzados en 1990. Sin embargo, persiste una brecha por género, ya que los hombres del mismo segmento de edad alcanzan, de promedio, 0,3 años de estudio más que las mujeres. Si bien un 57% de las personas de 25 años o más ha terminado la escolaridad obligatoria hasta los 12 años, el 30% no tiene educación formal o básica completa.

Respecto a la salud, el 95% de la población se encuentra adscrita a un sistema de salud, representando un aumento de 9 p.p. respecto al año 1990. Solo el 81% de las personas que no se encuentran afiliadas a un sistema de salud, se somete a un tratamiento ante la presencia de algún problema, mientras quienes sí se encuentran adscritos a un sistema, ya sea público o privado, lo hacen en el 94%.

En cuanto a la vivienda, se requiere el equivalente al 8% del *stock* actual de viviendas, para cubrir la demanda de personas que se encuentran en viviendas irrecuperables, que están hacinadas y/o constituyen núcleos de allegados, viviendo en condición de hacinamiento. Los primeros dos quintiles de ingreso agrupan cerca del 60% de las necesidades de vivienda por estos conceptos, mientras que en el quinto quintil solo un 6,5% presenta esta condición.

El 25% del *stock* actual de viviendas requiere ser mejorado, reparado o ampliado, mientras que alrededor del 20% de la población reporta la presencia persistente de problemas medioambientales en el entorno de su vivienda.