
Informe de Desempeño Social 2017

Midiendo lo que realmente importa



Fondo Esperanza es la comunidad de emprendimiento solidario más grande de Chile. Atiende a más de 110.000 personas, el 82% mujeres. Acerca a personas vulnerables, ofrece servicios financieros, promueve formación y redes de apoyo, todo ello con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida, las de sus familias y las de sus comunidades.

Fondo Esperanza SpA (Fondo Esperanza) es una entidad creada por la FMBBVA y la *Fundación de Beneficencia, Ayuda y Esperanza (Hogar de Cristo)* en 2011. Es una institución de desarrollo social dedicada a apoyar a emprendedores vulnerables. Además de servicios financieros, proporciona capacitación en su *Escuela de Emprendimiento* y redes de apoyo para que sus vidas y sus comunidades prosperen.

La entidad es líder en el sector microfinanciero chileno, y está especializada en la banca comunal, una metodología grupal que complementa con el crédito individual. Los emprendedores que forman parte de un banco comunal están integrados en un grupo y asisten a reuniones semanales o quincenales. Se forman en la *Escuela de Emprendimiento* para poder recibir un plan de crédito progresivo que aumenta en cada ciclo, y que todo el grupo avala solidariamente (co-avalidad solidaria).

Un equipo de 608 profesionales apoya los sueños de más de 110.000 emprendedores, en su mayoría mujeres. La entidad cuenta con 54 oficinas que cubren 248 comunas a lo largo de todo el país, de Arica a Chiloé. Con sus 15 años de dedicación a las personas vulnerables, Fondo Esperanza es hoy la comunidad de emprendimiento solidario más grande de Chile.

Fondo Esperanza impulsa el emprendimiento en los segmentos más vulnerables de Chile, facilitando créditos, microseguros y capacitación

Principales magnitudes

Datos a 31 de diciembre de 2017

Clientes totales

117.331

Nº desembolsos en 2017

289.265

Número de oficinas

54

Cartera bruta (USD)

79.550.028

Desembolso medio (USD)

871

Número de empleados

608

Monto desembolsado en 2017 (USD)

251.956.414

Personas que han recibido educación financiera

165.673

Cientes totales

117.331

Fondo Esperanza es una entidad cuya misión es la de atender a microempresarios de bajos ingresos, a través de servicios financieros, de capacitación y de promoción de redes desde un modelo de microfinanzas integral: de los 117.331 clientes totales, más de un 60% dirige emprendimientos que generan ingresos netos inferiores a la canasta básica de alimentos. El emprendimiento favorece, especialmente, la creación de oportunidades en segmentos de escaso empleo formal, como el de las mujeres o el de los clientes con educación primaria a lo sumo. Este crecimiento positivo y recurrente a lo largo del tiempo se refleja en una reducción de un 44% del segmento de clientes clasificados como pobres, tras dos años con la entidad.

Cientes totales

117.331



93%

Vulnerabilidad¹



82%

Mujeres



39%

Educación primaria a lo sumo²

Cientes nuevos en 2017

44.733



96%

Vulnerabilidad¹



75%

Mujeres



31%

Educación primaria a lo sumo²



346

USD

Desembolso medio³



187

USD

Excedente mensual *per cápita*



4,0

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 considera 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 LP 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.

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

1. Nuestros clientes



ODS en los que impacta

Perfil socioeconómico

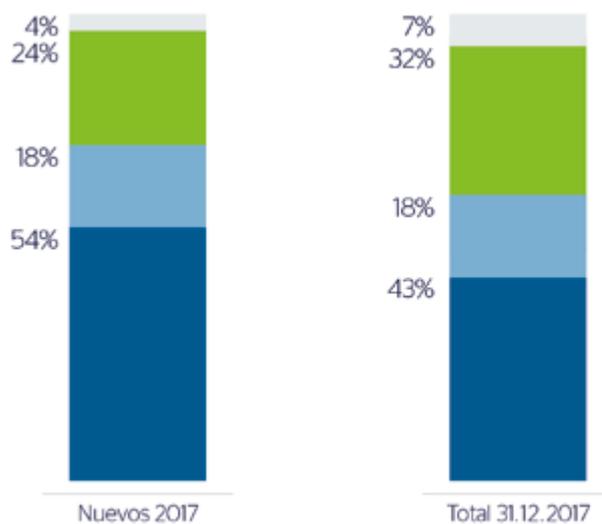
- El 61% de los clientes de Fondo Esperanza (y el 72% de los nuevos) son considerados *pobres* o *extremadamente pobres* en función de las líneas de pobreza definida por el Ministerio de Desarrollo Social.
- En Chile, el 49% de los hogares en situación de pobreza tiene como cabeza de familia a una mujer con pocas oportunidades laborales (la participación de mujeres en emprendimientos supera a su participación en el empleo asalariado)*. Casi el total de clientes de Fondo Esperanza (un 82%) son mujeres, de las cuales un 40% tiene educación básica (primaria a lo sumo). Las nuevas mujeres emprendedoras atendidas en 2017 generan unos excedentes *per cápita* (p.c.) mensuales medios de USD 153.

- Fondo Esperanza se ha mantenido fiel a su misión de apoyar a la población con menos acceso a servicios financieros a lo largo de los años: el 96% de los clientes nuevos es clasificado como *vulnerable*, una media que se ha mantenido desde 2012.

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 por 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.

*INE, Encuesta de Empleo, Cuarta Encuesta de Microemprendimiento, 2015.

1. Vulnerabilidad económica



● Ext. pobres ● Vulnerables
● Pobres ● Otros
Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

2. Perfil de la mujer



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

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

- En el año 2017 la vinculación de nuevos emprendedores refleja el compromiso por llegar a las personas más vulnerables, donde el 75% son mujeres y el 28% jóvenes menores de 30 años (segmentos de alta vulnerabilidad) (ver gráfico 6).

- En efecto, el de las mujeres es el colectivo con menos ingresos, y representa el 74% de los clientes *pobres* y el 86% de los clientes en *extrema pobreza*.

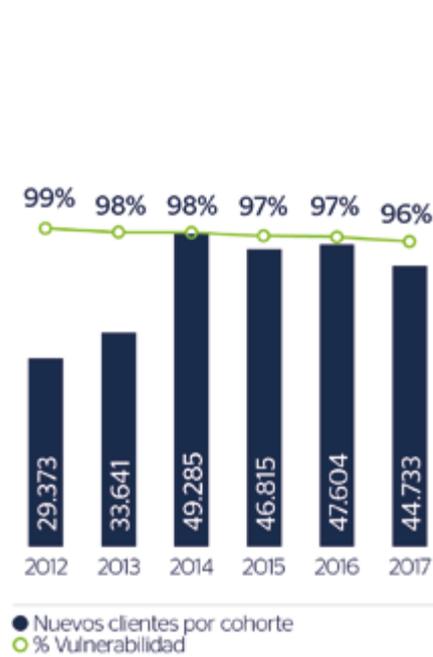
- Los excedentes mensuales *p.c.* de los clientes en *extrema pobreza* alcanzan de media los USD 68, esto representa un 39% de la línea de pobreza (LP), teniendo que crecer un 260% para superar dicha situación, siendo estos clientes la mayor parte de los nuevos emprendedores atendidos en 2017. Se trata de personas que con el servicio microfinanciero y el apoyo del grupo, lograrán integrarse a una comunidad, lo que contribuye a su desarrollo.

- En Chile existe una amplia brecha de género en el ámbito laboral y económico: la brecha en la tasa de participación laboral entre mujeres y hombres es de 23 p.p. (la tercera más alta de la OCDE), y solo un 48% de las mujeres participa en el mercado laboral formal. El 52% restante no tiene ni busca empleo formal*. En un 57,9% de los casos, las mujeres emprendedoras señalan que la razón para el emprendimiento es no encontrar otra opción para generar ingresos o completar los de su familia.

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).

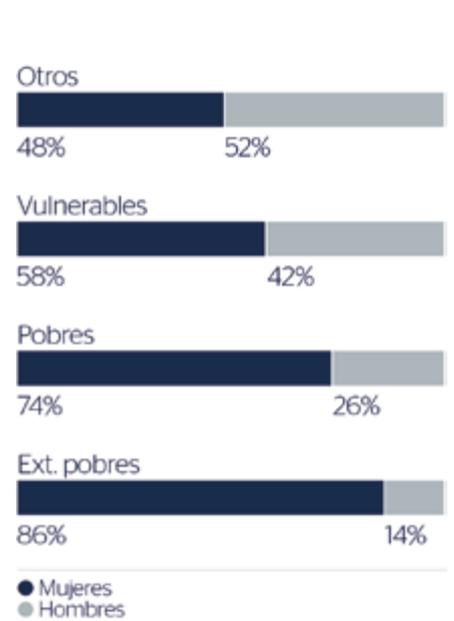
**http://www.comisiondeproductividad.cl/wp-content/uploads/2017/09/Informe_Recomendaciones_para_aumentar_la_Participacion_Laboral_Femenina_en_Chile.pdf

3. Clientes nuevos de crédito



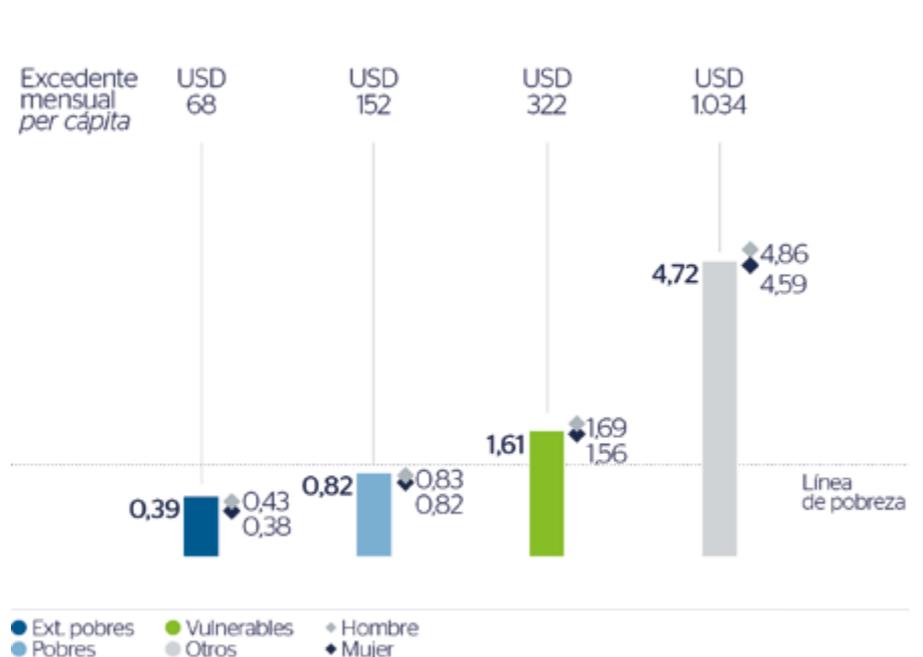
Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

4. Vulnerabilidad de clientes nuevos, por género



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

5. Renta relativa de clientes nuevos



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

1. Nuestros clientes

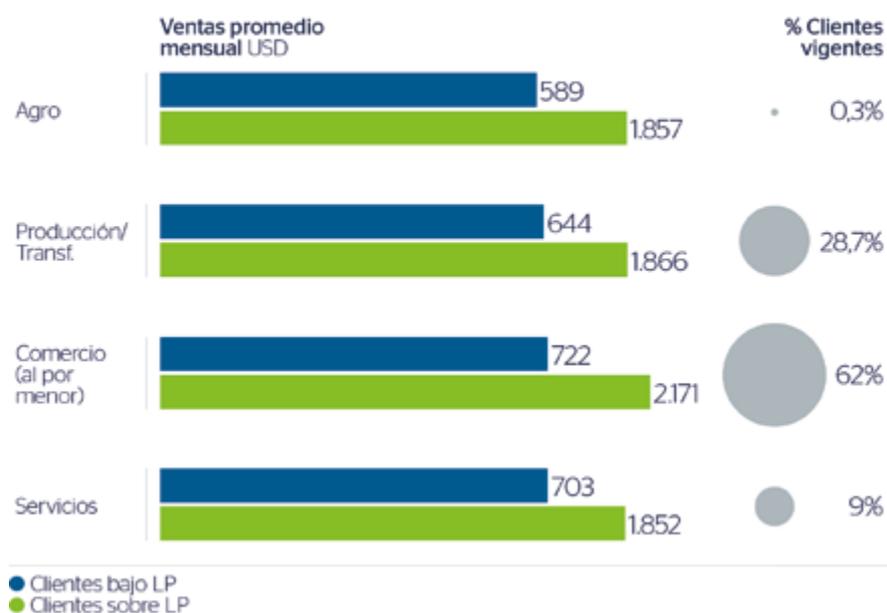
- La brecha de género en Chile no solo afecta a la incorporación al trabajo, sino a la generación de ingresos, tanto por cuenta ajena como en los emprendimientos, que son de menor tamaño, a los que pueden dedicar menos horas que los hombres y que suelen representar un ingreso complementario al del marido.
- El excedente mensual *p.c.* de los clientes, analizado por género, corrobora la realidad en la sociedad chilena donde el *gap* entre hombres y mujeres se observa en todos los niveles de renta, incluso en los superiores (ver gráfico 5).
- El apoyo a mujeres mediante servicios integrales (financieros, educativos, creación de redes, etc.), no solo reduce desigualdades, sino que fomenta el crecimiento, la productividad y la competitividad del país.

6. Perfil de clientes nuevos



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

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



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 LP (clasificados como *extremadamente pobres* y *pobres*) y clientes sobre LP (clasificados como *vulnerables* y *otros*). Considera clientes vigentes a 31.12.2017.

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

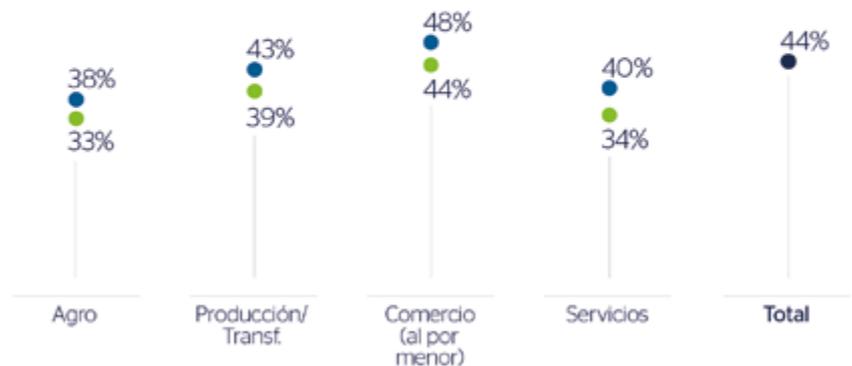
Perfil de sus negocios

- Los emprendedores de Fondo Esperanza son Comerciantes al por menor (62%), seguidos del sector de Producción y transformación (con el 29%). Suelen ser pequeñas actividades, mixtas en alguna ocasión, emprendimientos de bajos ingresos que permiten evitar el desempleo y aumentar los ingresos del hogar.
- Los mayores costes operativos medios recaen sobre el sector del Comercio al por menor, donde para los clientes *pobres* cinco de cada USD 10 se destinan a mantener el funcionamiento del negocio, y para los clientes *no pobres* USD 4,5.

- En efecto, debido a la concentración sectorial, no existe una dispersión considerable en el valor de las ventas mensuales promedio entre sectores, si bien en el sector Comercio se observan diferencias entre clientes *no pobres* (ventas medias de USD 2.171) de, aproximadamente, tres veces las de los *pobres* (USD 722).
- Las bajas barreras de entrada favorecen el emprendimiento en el Comercio, en actividades de bajo nivel de inversión inicial y de menores requerimientos formativos y técnicos.
- Las mujeres en Chile se enfrentan a mayores barreras de entrada para em-

prender o acceder al mercado laboral. En Fondo Esperanza, el 56% de las mujeres casadas o en unión libre deciden emprender. Es además una entidad con un alto porcentaje de mujeres solteras, separadas o viudas: representan un 44% del total de clientes y de estas, el 90% tiene personas a su cargo. Sus negocios están principalmente en sus casas (38%) o feria/venta ambulante el 42%.

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



8. Datos de los costes sobre las ventas medias en 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.

● Clientes bajo LP
● Clientes sobre LP

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

1. Nuestros clientes

Dónde se encuentran nuestros clientes

- Con una alta cobertura en el país (87%), Fondo Esperanza ha logrado llegar a las regiones con mayor pobreza, cumpliendo con su compromiso misional de apoyar a emprendedores vulnerables.
- Un tercio de los clientes atendidos por Fondo Esperanza se encuentra en zonas de mayor incidencia de pobreza nacional. En 2017, el alcance de Fondo Esperanza en la atención a nuevos clientes bajo la línea de pobreza ha aumentado un 25% en las zonas de mayor incidencia de pobreza nacional, como son Bio-

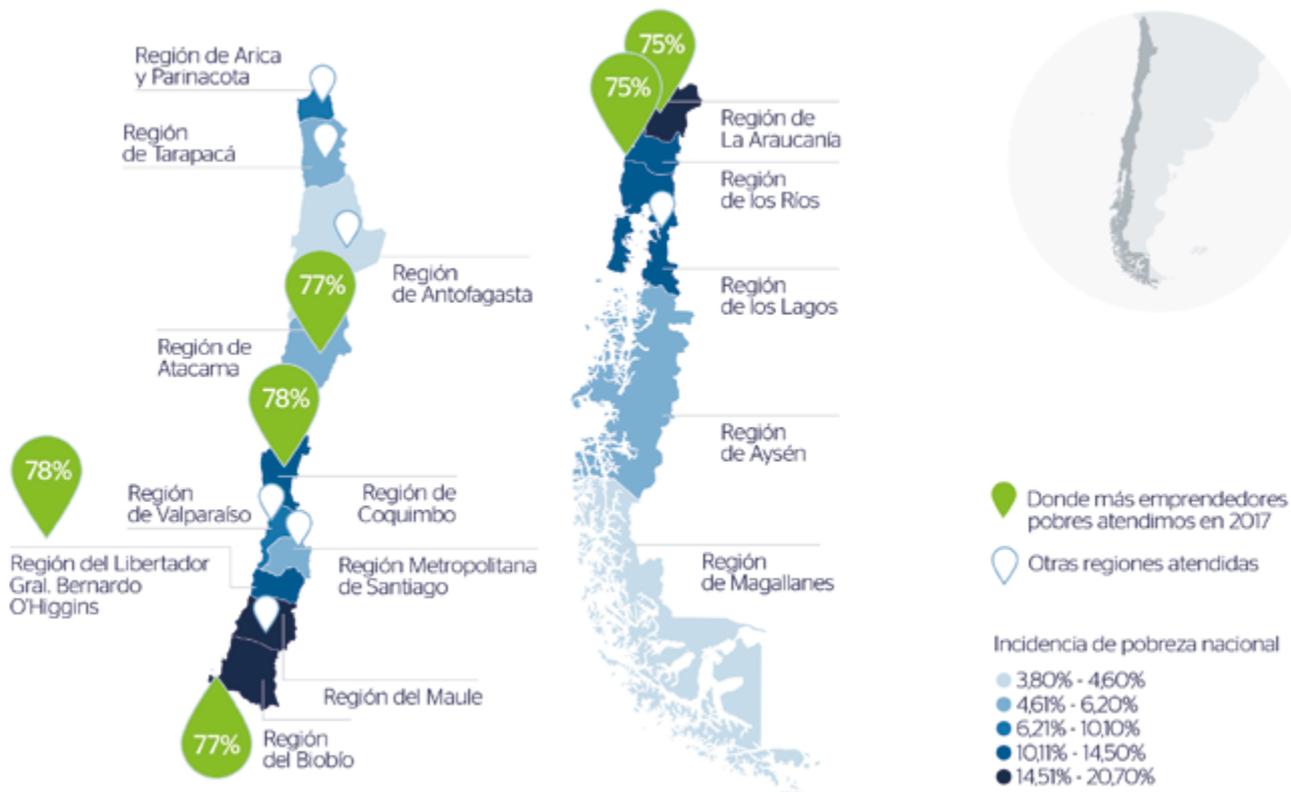
bío (77%), O'Higgins (78%), Atacama (77%) y Coquimbo (78%).

- Se puede observar una gran brecha entre la pobreza nacional y el porcentaje de clientes *pobres* atendidos por Fondo Esperanza. Esto se debe a:
 1. La elevada focalización en el nicho de clientes de bajos ingresos.
 2. La metodología utilizada por los organismos oficiales en la medición de la pobreza. En Chile la LP se calcula a partir de una línea de pobreza extrema conformada no solo por la canasta básica de alimentos (como en el resto de los países donde opera el Grupo FMBBVA) sino también por el vestido y por la vivienda.

La LP se establece como 2,68 veces la línea de pobreza extrema si el hogar está formado por una persona, y se multiplica por 0,7 para cada miembro adicional en la familia.

3. El cómputo para la medición de los ingresos aumenta, ya que tiene en cuenta los subsidios y transferencias del Estado, así como los alquileres imputados por viviendas propias, cedidas o en usufructo. Estudios*** señalan que de no tener en cuenta los subsidios ni los alquileres imputados (en la metodología interna del Grupo no se tienen en cuenta), la pobreza nacional sería de al menos el doble de lo publicado por los organismos oficiales.

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



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

9. Porcentaje de hogares pobres de la región (2015), Ministerio de desarrollo social. Datos del CASEN. Se representan las seis regiones con el mayor % de clientes nuevos *pobres* atendidos durante 2017.

2. Desarrollo de nuestros clientes



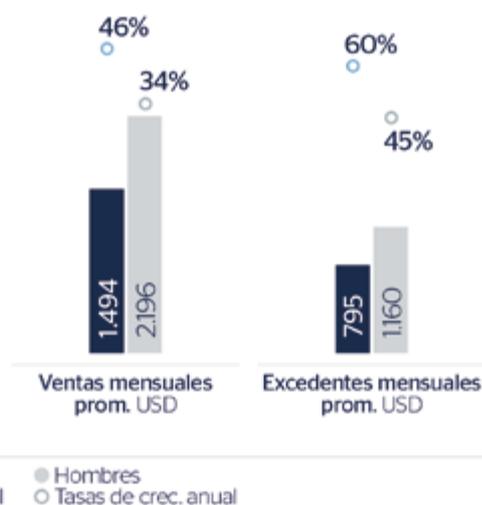
ODS en los que impacta

Crecimiento de sus negocios

• Se observa que a medida que crece el tamaño de los negocios, las tasas de crecimiento son menores. Así, las emprendedoras (mujeres), de promedio, consiguen generar unas ventas de USD 1.494 mensuales, con unos crecimientos medios del 45,6%; los hombres con unas ventas medias mayores de USD 2.196, tienen un menor crecimiento (33,7%). Esto aplica también a los excedentes, donde los hombres crecen un 15% menos que las mujeres (que alcanzan el 59,6% anual).

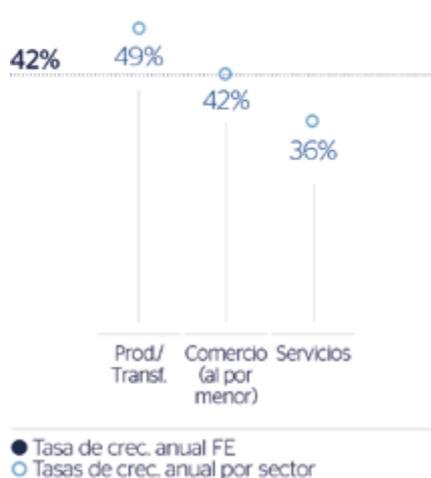
• El sector de Producción y transformación es el que mayor incremento ha tenido desde el año 2012, tanto en crecimiento en ventas, como en excedentes mensuales.

10. Crecimiento anual de magnitudes financieras, por género



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

11. Crecimiento anual de las ventas mensuales, por sector



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

12. Crecimiento anual de los excedentes mensuales, por sector



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

10, 11, y 12. Datos sobre clientes que han estado vigentes en algún momento del año. 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.

***<http://www.fundacionso.cl/wp-content/uploads/2017/07/Pobreza-Julio-2017-1.pdf>

2. Desarrollo de nuestros clientes

Salida de pobreza

- Alcanzando mejores resultados durante los primeros dos años, casi la mitad de los clientes clasificados como *pobres* logra superar la LP. Emprendedores, que son capaces de incrementar sus excedentes *p.c.* en un periodo relativamente corto de tiempo.

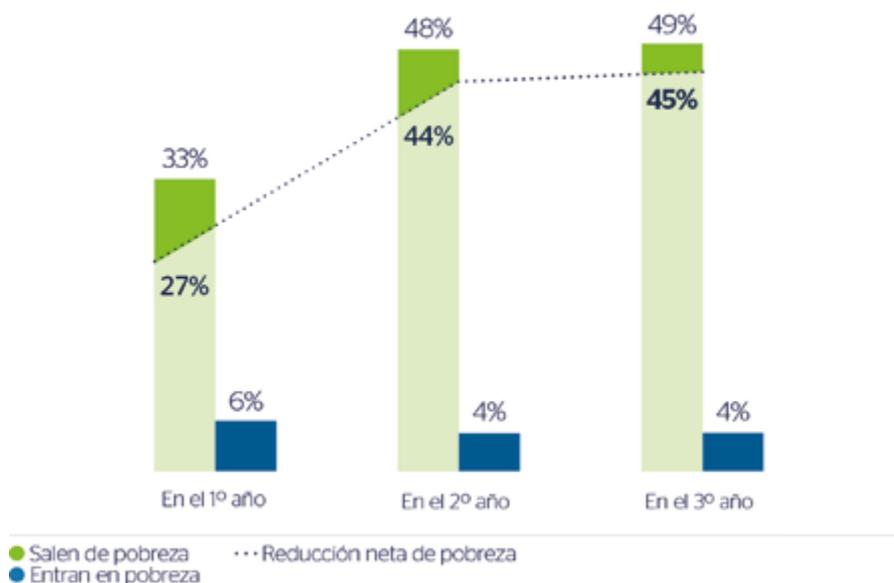
- De media, el 17% de los clientes que ha sido clasificado como *no pobres* (al comienzo) caerá bajo la LP, al ver disminuidos sus excedentes. De forma neta, en el tercer año el segmento de *pobreza* se reduce en un 45%.

- Los excedentes *p.c.* de clientes *pobres* de Fondo Esperanza muestran un buen desarrollo, dado que aquellos que en origen estaban en situación de *pobreza*, logran superarla a medida que pasa el tiempo. Es de notar que Fondo Esperanza actualiza la información financiera de los clientes, únicamente, en el quinto ciclo de crédito (aproximadamente tras año y medio de relación, teniendo en cuenta que el plazo promedio es de cuatro meses), por lo que los clientes podrían generar antes ingresos por encima de la LP.

13 y 14. Se observan los clientes que han estado vigentes en algún momento de 2017 y cuyos datos se han actualizado en los últimos 12 meses. Se excluye de la salida de la pobreza a aquellos clientes dados de baja por impago (castigados).

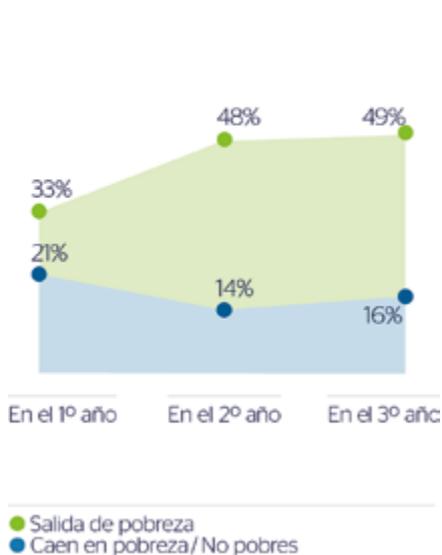
- Salida: clientes en la *pobreza* (clasificados como *extremadamente pobres* y *pobres*) al inicio de su relación con la entidad, que han superado la línea de pobreza, entre el número de clientes clasificados en la *pobreza* al inicio.
- Entrada en pobreza: clientes en *no pobreza* (clasificados como *vulnerables* u *otros*) al inicio de su relación con la entidad, que han entrado en la *pobreza*, entre el número de clientes clasificados en *pobreza* al inicio.
- Reducción neta de pobreza: Salida de la pobreza - Entrada en la pobreza.
- Caen en la pobreza: clientes en *no pobreza* (clasificados como *vulnerables* u *otros*) al inicio, que han entrado en la *pobreza*, entre el número de clientes en *no pobreza* al inicio.

13. Variación del segmento de pobreza



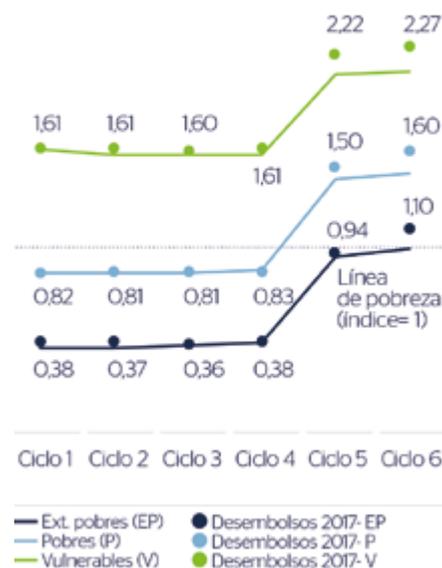
Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

14. Clientes que entran y salen de pobreza



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

15. Renta relativa



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

- Las variaciones en los excedentes y gastos del negocio son importantes en la caída en *pobreza*, estos cambios determinan el 80% de los casos, registrados, en los cuales los excedentes no crecen, o bien su crecimiento es inferior al incremento de los gastos. No obstante, en el 20% restante de los casos se debe a factores externos al negocio, como la variación del tamaño del hogar.

Impacto indirecto

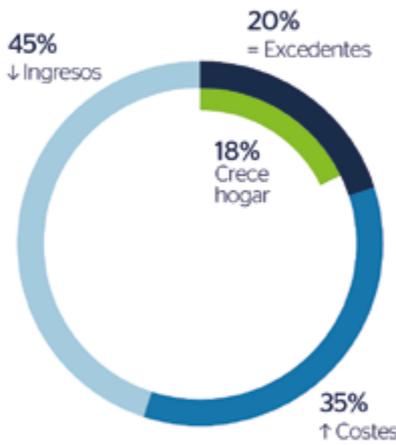
- Los emprendedores atendidos en la entidad son fuente de empleo, un 7% del total cuenta con, al menos, un empleado, creando un impacto en el desarrollo social de las comunidades atendidas por Fondo Esperanza.

- Pasados dos años, el 4,3% de los clientes es capaz de contratar, al menos, a una persona en su pequeña empresa.

- Además, tras tres años, el 12,7% de los emprendedores logrará mejorar la situación de inicio de su vivienda en cuanto a su propiedad, bien sea porque abandona la vivienda familiar y pasa a otra alquilada o propia, o porque de una vivienda alquilada pasa a ocupar otra en propiedad, aportando una mejora de su condición de vida y de la de sus familiares.

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 *p.c.* 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. 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 sobre la situación inicial, para clientes vigentes a 31.12.2017 de cada cohorte. 19. Clientes vigentes a 31.12.2017 que mejoran el régimen de vivienda (de familiar a alquilada o a propia, y de alquilada a propia).

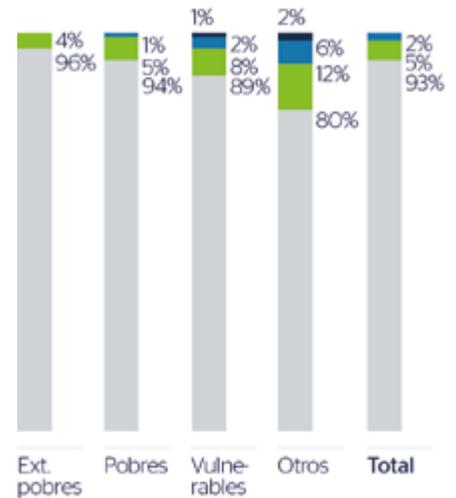
16. Clientes que caen en pobreza



- Excedentes suben o se mantienen
- Excedentes bajan ingresos suben o se mantienen
- Excedentes bajan ingresos bajan

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

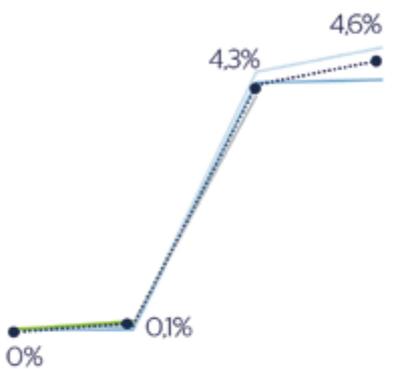
17. Fuente de empleo



- Sin empleados
- 1 empleado
- 2-3 empleados
- 4 o más empleados

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

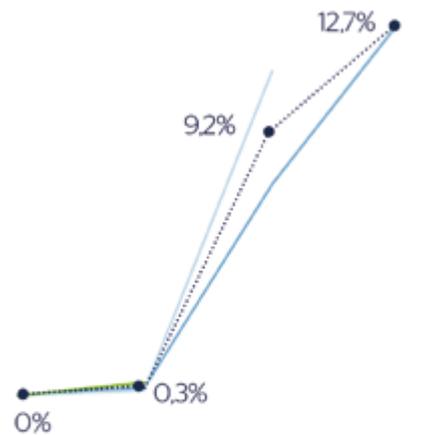
18. Generación de empleo (por cohorte)



- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- Promedio

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

19. Mejoras de la vivienda (por cohorte)



- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- Promedio

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

3. Relación con los clientes



ODS en los que impacta

• El buen desempeño en la contratación de seguros voluntarios durante el último año demuestra el compromiso adquirido por la entidad en apoyar a los clientes en su desarrollo integral por medio de diversos productos (seguros 13%).

• El monto medio desembolsado de los clientes nuevos es, de USD 346, ligeramente superior (TAM 6,0%) al de clientes nuevos de 2016 para atender las necesidades de financiación de los emprendedores.

• Los préstamos tienen plazos muy cortos, de ahí que los montos desembolsados sean tan bajos en comparación con las ventas mensuales, si bien se observa cómo con el paso de los años los clientes de Fondo Esperanza consiguen mayores montos medios y pasados cinco años alcanzan los USD 1.440. Constituye un ciclo de aprendizaje en el que el cliente va tomando mayor endeudamiento.

• Fondo Esperanza retiene el 44% de los clientes trascurrido un año, y el 74% de sus clientes toma un segundo crédito.

20. Considera los clientes vigentes a 31.12.2017. **21.** Considera los clientes nuevos 2017. Desembolso medio, calculado como el promedio del primer desembolso. Peso de la cuota calculado como promedio de la ratio (cuota sobre ventas). TAM: tasa anual media. **22.** 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, y se le aplica el crecimiento promedio del desembolso. **23.** Porcentaje de clientes de cada cohorte que sigue vigente a cierre de cada año. '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.

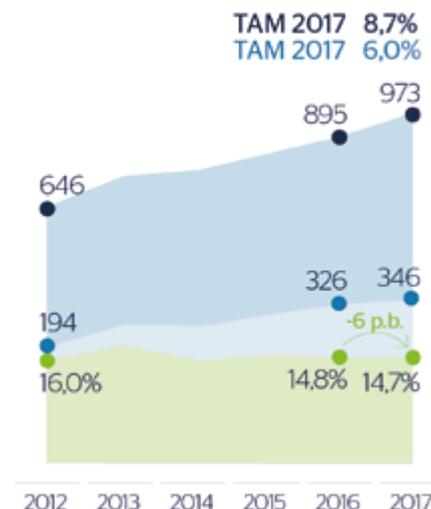
20. Vinculación de clientes por tipo de producto



● Tenencia de seguros voluntaria

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

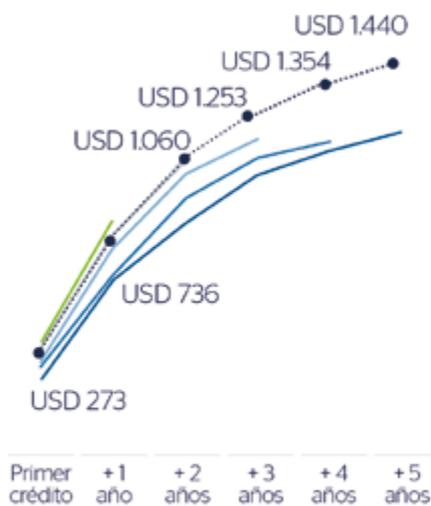
21. Ventas, desembolso (USD) y peso de la cuota de clientes nuevos



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

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

22. Desembolso medio (por cohorte)



● 2012 ● 2015 ● Promedio
● 2013 ● 2016

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

23. Retención y recurrencia de los clientes de crédito

Retención

Situación inicial	100%
+ 1º año	44%
+ 2º año	30%
+ 3º año	24%
+ 4º año	21%
+ 5º año	19%

Recurrencia

Recurrencia	Distancia (Días)
Ciclo 1	100% 0
Ciclo 2	74% 168
Ciclo 3	59% 160
Ciclo 4	50% 161
Ciclo 5	42% 157
Ciclo 6 o +	38% 155

Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

