

El Grupo Fundación Microfinanzas BBVA

Una fundación y seis entidades microfinancieras de referencia unidas por un propósito común

La Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA o Fundación) –una institución sin ánimo de lucro creada dentro del marco de responsabilidad social corporativa del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (BBVA)–, es accionista mayo-

ritaria de seis entidades microfinancieras en cinco países. Todas ellas están ligadas por un propósito común: el desarrollo sostenible de emprendedores vulnerables que se dedican a actividades productivas.

Iniciativa microfinanciera líder en América Latina

USD 1.149 millones Cartera bruta	2,8 millones de clientes atendidos
Con una sólida estructura de capital	Con un impacto sobre más de 7 millones de personas



Nuestro propósito

El desarrollo sostenible de personas en vulnerabilidad que cuentan con actividades productivas.



Nuestro modelo

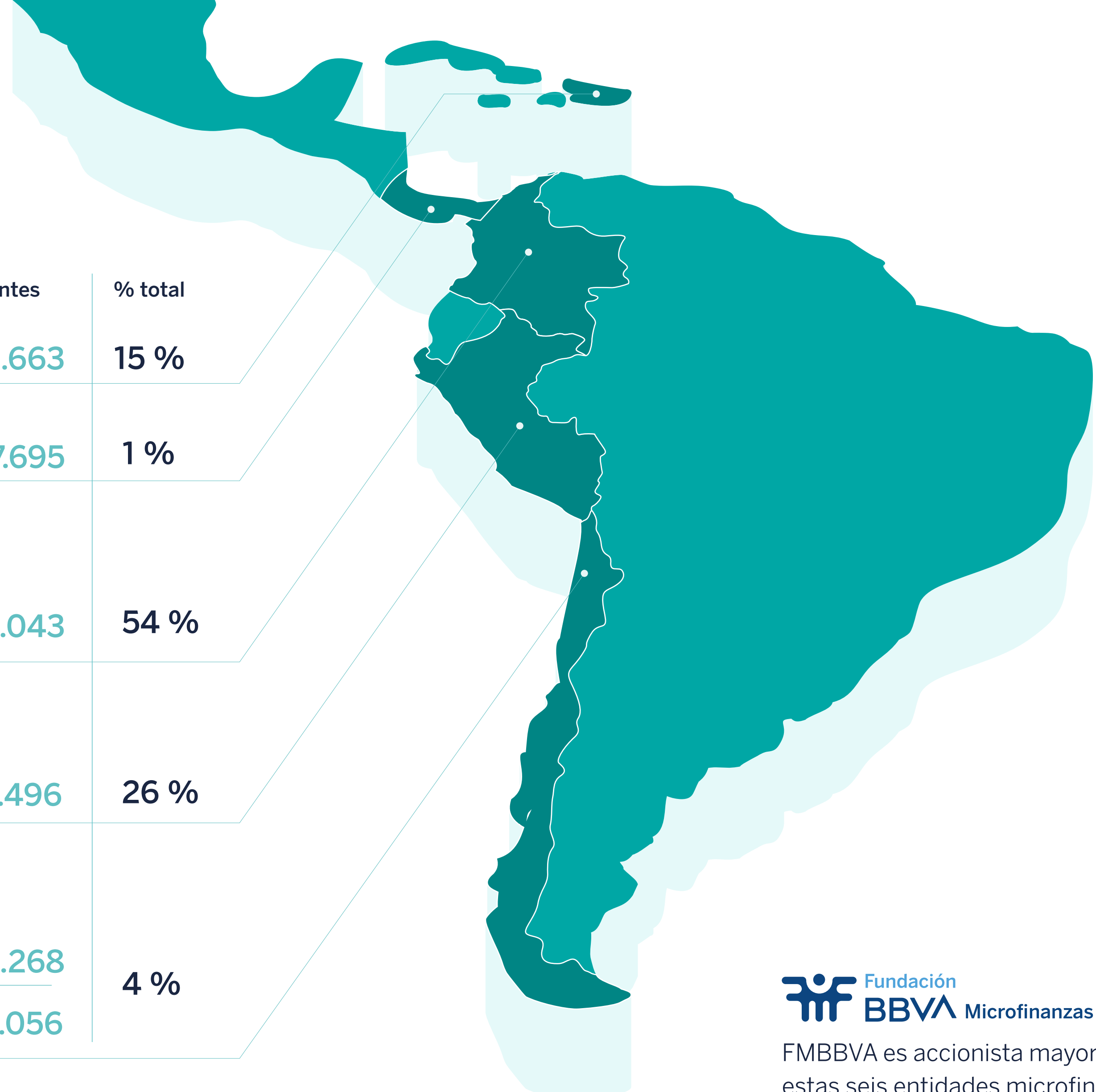
Finanzas Productivas: servicios financieros, capacitación y acompañamiento para que personas en situación de vulnerabilidad progresen a través de los excedentes que generan sus actividades productivas.



Las entidades de la FMBBVA ofrecen una gama completa de productos y servicios financieros a más de dos millones de emprendedores a quienes, además, ofrecen capacitación. En 2021 entregaron USD 1,3 millones en créditos a emprendedores.

👤 | Total clientes
2.773.221

	Clientes	% total
República Dominicana Banco Adopem	👤 408.663	15 %
Panamá Microserfin	👤 17.695	1 %
Colombia Bancamía	👤 1.503.043	54 %
Peru Financiera Confianza	👤 731.496	26 %
Chile Fondo Esperanza	👤 109.268	4 %
Emprende Microfinanzas	👤 3.056	



FMBBVA es accionista mayoritario de estas seis entidades microfinancieras



Valores del grupo FMBBVA



Generamos impacto social



El emprendedor en el centro



Aspiramos a más



Somos un equipo

La Fundación combina su conocimiento y experiencia bancaria global con el de las entidades de microfinanzas que están al servicio de personas vulnerables y que operan en distintos países latinoamericanos. Este hecho no solo aporta valor, sino que garantiza el cumplimiento del propósito del Grupo y una óptima gestión económico-financiera. A su vez, las entidades son expertas en metodología microfinanciera. Su cercanía al cliente, amplia capilaridad, y gran capacidad de innovación las diferencia de las demás entidades de su ámbito en sus respectivos países.

Para que el desarrollo de nuestra actividad sea inclusivo (alcance) e impacte al mayor número posible de personas vulnerables (escala), debe

hacerse desde la sostenibilidad del negocio. Para ello, es necesario un sólido desempeño financiero, el control de riesgos, un modelo organizativo que fomente el talento humano y un gobierno transparente.

El reflejo de esta sólida gestión se materializa en la posición de liderazgo en microfinanzas –metodología individual–, que el Grupo FMBBVA mantiene en América Latina. Tanto es así que se ha convertido en la iniciativa filantrópica con mayor impacto social en esta región.

Según el informe de la OCDE, la Fundación Microfinanzas BBVA es reconocido como líder internacional en financiación al desarrollo, solo tras la Fundación Bill & Melinda Gates.

Según la OCDE, la Fundación Microfinanzas BBVA es líder internacional en financiación al desarrollo ”

Cientes totales	Número de desembolsos en 2021	Personas que han recibido educación financiera
2.773.221	1.021.152	551.138
Cartera bruta (USD mill.)	Desembolso medio en 2021 (USD)	Número de oficinas y puntos ligeros
1.149	1.285	559
Monto desembolsado en 2021 (USD mill.)	Recursos de clientes administrados (USD mill.)	Número de empleados
1.312	657	7.619

Potenciar el desempeño social

Desde la Fundación aspiramos a reducir la desigualdad. Para ello, tenemos el interés, la voluntad y capacidad de entender a los emprendedores vulnerables para buscar soluciones –financieras y no financieras– que les permitan progresar. Y lo hacemos mediante investigaciones aplicadas a nuestro negocio. Mezclamos así estudios de investigación, experimentación (proyectos piloto en el terreno) y el aprendizaje continuo (objetivos y seguimiento con indicadores específicos) que se retroalimentan entre sí.

Aspiramos a maximizar el impacto social y económico de emprendedores en situación de vulnerabilidad a través de investigaciones aplicadas ”

La investigación aplicada al servicio del cliente

El impacto de las microfinanzas en emprendedores vulnerables es el resultado de una interacción compleja de diversos factores, entre los que se encuentran nuestras operaciones financieras. Por lo tanto, el éxito o el fracaso del emprendedor no pueden atribuirse únicamente a él. Los estudios y análisis estadísticos nos ayudarán a descubrir qué papel desempeña exactamente nuestra sistemática de trabajo para lograr estos resultados. Conseguirlo exige profundizar en el conocimiento

del cliente, pero también de su hogar y de la comunidad en la que opera (contexto). Llevamos a cabo investigaciones en tres ámbitos: bienestar del hogar, salud financiera, y crecimiento de microempresas. Los conocimientos adquiridos nos permitirán generar el máximo impacto en el cliente, como el crecimiento y estabilización de sus ingresos, y el acceso a un mayor bienestar, tanto material como inmaterial (empoderamiento, mejor gestión del negocio, habilidades financieras, etc.).

Solo estudiando las necesidades y la realidad de nuestros clientes podemos mejorar nuestro impacto en su vida y en su economía ”



Queremos identificar elementos diferenciales del cliente (atributos, contextos, comportamientos, etc.) y establecer relaciones causales (selección, canales, productos y servicios). Es decir, los estudios de investigación deben derivar cada vez más en propuestas concretas que puedan vincularse a la actividad del emprendedor. Esto nos permite probar una idea y reducir la incertidumbre y el riesgo al aplicarla en la entidad microfinanciera. Es una

gran fuente de información que ayuda a establecer y lograr las metas de impacto.

En los próximos años, los estudios tomarán dos trayectorias: unos ayudarán a identificar factores de éxito y atributos comunes de estos emprendedores, y otros se dirigirán a crear incentivos o diseños de productos que permitirán vincular este éxito a una oferta de valor adaptada.

El análisis se fundamenta en la información que gestionamos diariamente y es crucial para diseñar intervenciones focalizadas que mejoren el impacto social ”

Potenciamos el impacto desde el conocimiento del cliente

Queremos potenciar ese impacto a través de tres dimensiones que orienten la estrategia actual



Bases de datos sólidas	Estudios con nuevas metodologías	Creación de valor y nuevas propuestas	Seguimiento y acompañamiento
<ul style="list-style-type: none"> • Variables sociodemográficas y geolocalización • Datos de sus negocios y de operación • Datos del sistema financiero • Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de perfil y de impacto de una intervención o <i>shock</i> • <i>Clustering</i> • Modelos predictivos • Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Canales • Productos y servicios • Oferta con terceros (alianzas) • Procesos 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas • Integración en la gestión • <i>Reporting</i>



Compartir para buscar una solución colectiva

La experiencia nos ha demostrado que no existe una solución única para todo el mundo y que necesitaremos la ayuda de otros grupos de interés (corporaciones, ONG, etc.) para conseguir un desarrollo inclusivo y sostenible. A su vez, allí donde las microfinanzas no llegan, la analítica avanzada contribuye a compartir las conclusiones con especialistas en medición de impacto o con los propios actores, permitiendo así una ayuda mutua y el in-

tercambio de aprendizajes.

La clave para maximizar el impacto pasa por incorporar activamente los resultados de las evaluaciones con el objeto de generar nuevas intervenciones y estrategias interdisciplinares. Estudios más ágiles, flexibles y de plazos más cortos nos permitirán autoevaluarnos para poder mejorar el servicio que ofrecemos.

La necesidad de combinar la investigación con pruebas piloto nos permite contar con propuestas ágiles y avanzar en la gestión del impacto ”

