

15 años de crecimiento sostenido

Hace 15 años las necesidades de inclusión financiera eran enormes. Según estimaciones propias, alrededor del 80% de la población adulta mundial que se encontraba en situación de pobreza o de vulnerabilidad estaba excluida del sistema financiero formal, es decir, cerca de 3.000 millones de adultos.

Hoy, más 1.500 millones de adultos, previamente fuera del sistema financiero, accedieron a él. No obstante, todavía existe un importante reto que afrontar. En 2022, 140 millones de adultos en América Latina aún no tenían una cuenta en una institución financiera¹ —de los cuales 35 millones lo hacen en nuestro *footprint* (37%)—, y 212 millones vivían en condiciones de pobreza monetaria². El grueso de la población que se encuentra en los segmentos económica y socialmente vulnerables se ve obstaculizado por distintas barreras que les impiden poder optar a mejores condiciones de vida. Desafortunadamente, la crisis provocada por la pandemia ha supuesto un importante retroceso en el proceso de inclusión financiera y de reducción de la pobreza.

En la Fundación hemos sido testigos tanto de esta situación como del retroceso sufrido y por ello es por lo que seguimos invirtiendo en un crecimiento inclusivo y sostenible, promoviendo que las oportunidades de esta nueva era estén al alcance de todos.

1. Global Findex 2021.

2. CEPAL 2021, 32% de la población; 664.997.000 personas.





El modelo único de la Fundación Microfinanzas BBVA está diseñado para generar rendimientos sociales, medioambientales y financieros positivos y medibles



Diseñamos un modelo basado en combinar la experiencia y el conocimiento local de las ONGs que fueron fundadoras de las entidades microfinancieras, con el conocimiento, la innovación y la experiencia financiera global que aporta la FMBBVA, derivada de su fundador, BBVA. De este modo, nuestro grupo de entidades ha venido siendo reconocido a lo largo de estos años por su fidelidad y compromiso con nuestro propósito fundacional: promover el desarrollo económico y social entre los que menos tienen. Pero también lo es por su gestión profesional y sólido desempeño financiero que, junto a nuestra apuesta por la innovación y las sinergias entre países nos ha permitido consolidar una posición de liderazgo en la región.

Al comienzo de nuestra andadura identificamos que sólo un 17% de los adultos en América Latina ahorra a través de instituciones financieras formales. En aquellos momentos, las microfinanzas eran fundamentalmente un monoproducto, y estaban centradas en el microcrédito. La verdadera inclusión financiera abarca una gama más amplia de productos y de servicios que deben ser proporcionados a lo largo del tiempo por las instituciones financieras formales, de una manera responsable y sostenible y que, además, deben ser usados por los clientes de manera habitual y recurrente.

Es más, las mujeres eran las principales perjudicadas por la falta de acceso a los servicios financieros. Solo un 30% de ellas en países emergentes tenían una cuenta, frente al 42% de los hombres. La brecha era aún mayor entre los segmentos pobres. Las mujeres que vivían en esa situación tenían un 30% menos de posibilidades que los hombres de tener una cuenta bancaria. La dimensión de las brechas a las que se enfrentaba este segmento hacía que fuera necesario unas intervenciones específicas y una atención especializada.

Por tanto, no se trataba sólo de dar acceso a productos financieros, sino de utilizarlos adecuadamente para que éstos incidieran en la vida de las personas de forma determinante.

Con la concesión de un crédito al negocio de un emprendedor, el objetivo es incrementar los ingresos de ese negocio previamente existente o propiciar una fuente de ingresos anteriormente inexistentes, que le permitan generar y acumular excedentes. Supone, además, una oportunidad para que mejoren sus patrones de consumo, aumenten sus inversiones y gestionen sus riesgos. El acceso a la financiación, junto con las capacidades y competencias del emprendedor y sus habilidades o rasgos personales (perseverancia, capacidad de trabajo y de autodeterminación, creatividad, pasión, etc.), son elementos clave para alcanzar el éxito. Esta probabilidad de éxito aumenta si se tienen en cuenta las múltiples dimensiones que afectan este desempeño, si existe un acompañamiento a nivel de capacitación, educación financiera y formación digital y si, además, es posible generar un entorno favorable para su desarrollo.

La mayoría de estos emprendedores, viven y trabajan en la economía informal por necesidad y no por elección. Sus hogares y sus pequeñas empresas por cuenta propia forman, a menudo, una unidad, lo que hace que las decisiones en materia de consumo y de producción estén interrelacionadas (hogar-empresa). Es decir, la distinción tradicional entre las necesidades financieras de los consumidores y las de las empresas es imprecisa, mezclándose. En consecuencia, el progreso del hogar y del negocio en este segmento van de la mano. Se trata de mejorar sus condiciones de vida, de reducir imprevistos en el hogar y de gestionar adecuadamente sus finanzas para crear y mantener su patrimonio, reduciendo la brecha social y económica.

La combinación de un amplio espectro de servicios y productos financieros, de un entorno favorable y del propio esfuerzo de las personas de bajos ingresos, permite que éstas puedan prosperar, transformar sus economías y mejorar su calidad de vida invirtiendo en su bienestar. Así pues, **la apuesta de la Fundación ha sido reducir brechas creando oportunidades.**

Los hogares y los negocios de los empresarios forman, a menudo, una unidad, haciendo que las decisiones en materia de consumo y de producción estén interrelacionadas



BRECHA DE INGRESOS



Todos los hogares, en cualquier país, deben poder contar con un **ingreso disponible** que pueda satisfacer las necesidades básicas.

Desarrollo de negocios

BRECHA SOCIAL



Todos los hogares deberían poder tener **acceso a bienes y servicios básicos**— salud, educación, vivienda, conectividad y habilidades digitales— y **estar empoderados para lograr igualdad de oportunidades.**

Bienestar

IMPREVISTOS

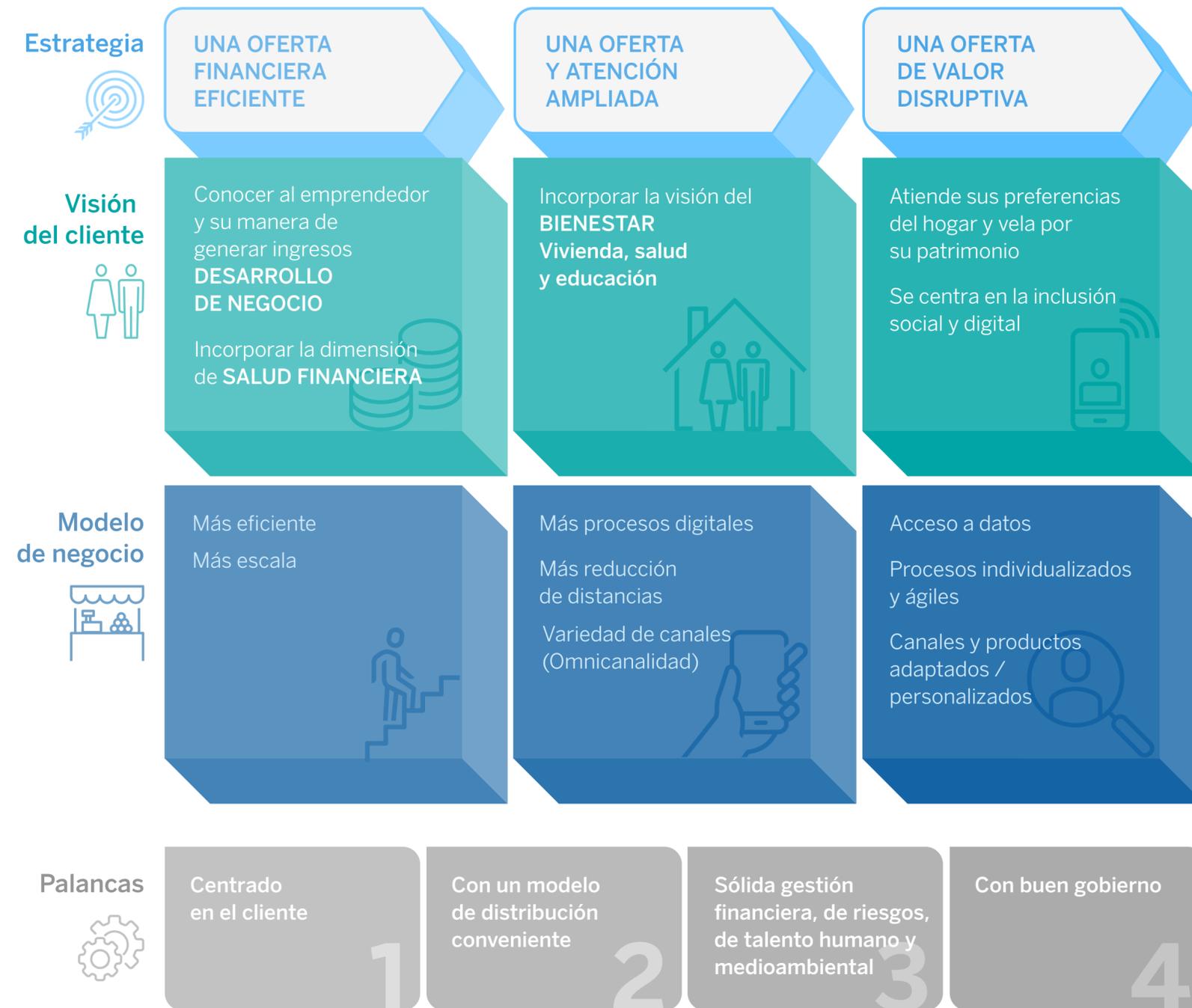
Todos los hogares deberían poder contar con una **gestión económica familiar** que permita preservar o **aumentar sus activos.**

(Solventar emergencias y alcanzar objetivos a corto, medio y largo plazo).



Salud financiera

Nuestra estrategia y dónde estamos hoy



Nuestro modelo nació con vocación de permanencia, estableciendo relaciones de largo plazo con los emprendedores en situación de vulnerabilidad. Para tener éxito en este segmento, debemos comprender sus preferencias, necesidades y entorno, ayudando a superar las barreras con las que se enfrentan algunos gracias a un acompañamiento especializado y personalizado. Para ello, comenzamos generando una estrategia de consolidación y eficiencia basada en otorgar créditos a microempresarios para fines productivos. A medida que fuimos profundizando en la complejidad del reto de la inclusión, ampliamos nuestra oferta a través del ahorro y de los seguros para mejorar su resiliencia y la de sus negocios ante *shocks* imprevistos. Finalmente, diversificamos nuestra oferta de valor con el objetivo de velar por el bienestar de sus hogares, es decir, nos centramos en la visión del emprendedor y de su hogar (mejora de su vivienda, saneamiento en los hogares, salud, educación, digitalización, etc.). En definitiva: una oferta integral y personalizada.

Esta estrategia se ha materializado en cuatro elementos diferenciales:

1. Situar al emprendedor en el centro, adecuando nuestra oferta de valor a sus necesidades y a su progreso en el tiempo.
2. Reducir los costes de acceso y mejorar la distribución de los servicios financieros. Éste fue el germen de nuestra transformación digital que ofrece una atención ágil y cercana al emprendedor.
3. Generar una gestión sostenible —financiera, de riesgos, de personas y medioambiental— con proyección de futuro.
4. Y, finalmente, acompañar todo ello con un excelente gobierno corporativo que busca la excelencia y mantiene el foco en su misión.



15 años de crecimiento | Gobierno | Centrados en el cliente | Modelo de atención | Gestión integral | Sostenibilidad

Desde nuestros inicios hemos atendido a más de seis millones de clientes y desembolsado USD 18.071 millones, permitiendo que, de media, el segmento de clientes pobres se redujera un 60%, lo que evidencia la efectividad de nuestro modelo. De hecho, hemos ido atendiendo a colectivos específicos, como la mujer, los migrantes y los desplazados. Nuestra apuesta por el desarrollo es a través de las **finanzas productivas** (ver 'Las Finanzas Productivas' para más detalle) que contribuyen a eliminar las barreras que condicionan a este segmento. Este modelo nos permite apoyar financieramente a nuestros emprendedores para que generen excedentes económicos sostenibles en el tiempo, permitiéndoles mejorar su bienestar, así como el de sus familias y comunidades.

Todo lo expuesto anteriormente ha llevado a la Fundación a impulsar con mayor fuerza que nunca una visión de sostenibilidad en su sentido más amplio (más allá del financiero) en todo el Grupo, teniendo en cuenta a todos nuestros *stakeholders*, cuidando el medioambiente y el aspecto social para asegurar un crecimiento sostenido. Y todo ello con un buen gobierno que tiene muy en cuenta su foco principal: los emprendedores y sus familias (ver sección ESG en el 'Informe de Desempeño Social -IDS 2022').

Desde nuestros inicios hemos atendido a más de seis millones de emprendedores y desembolsado USD 18.071 millones, reduciendo el segmento de clientes pobres un 60%

Desde nuestros inicios



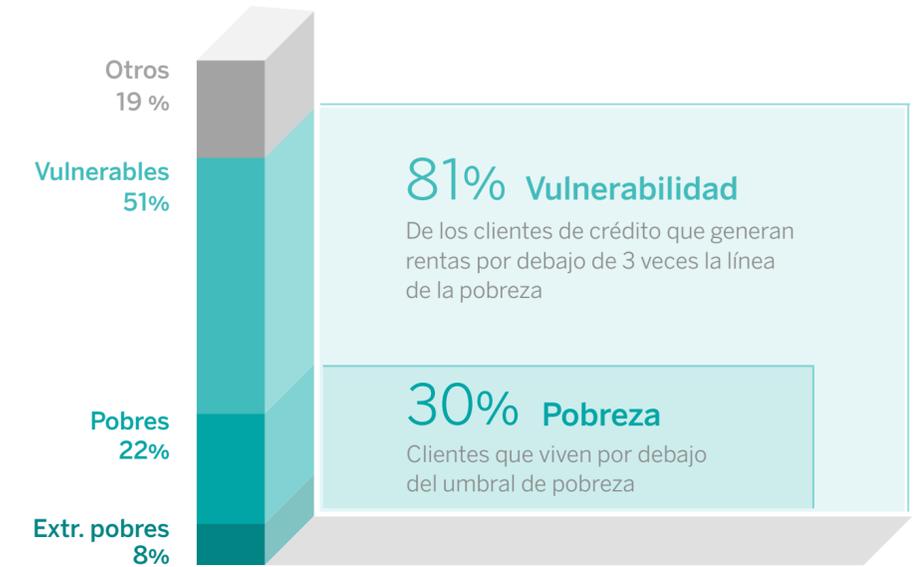
6.000.000
de clientes atendidos



18.071 Mill. USD
desembolsados a clientes

Vulnerabilidad económica (Año 2022)

Total clientes 2022



Desarrollo de la Fundación

	Empleados	Oficinas y puntos ligeros de atención	Corresponsales propios	Puntos transaccionales
Inicio	5.587	231	-	-
Cierre año 2022	8.028	557	2.820	105.244

