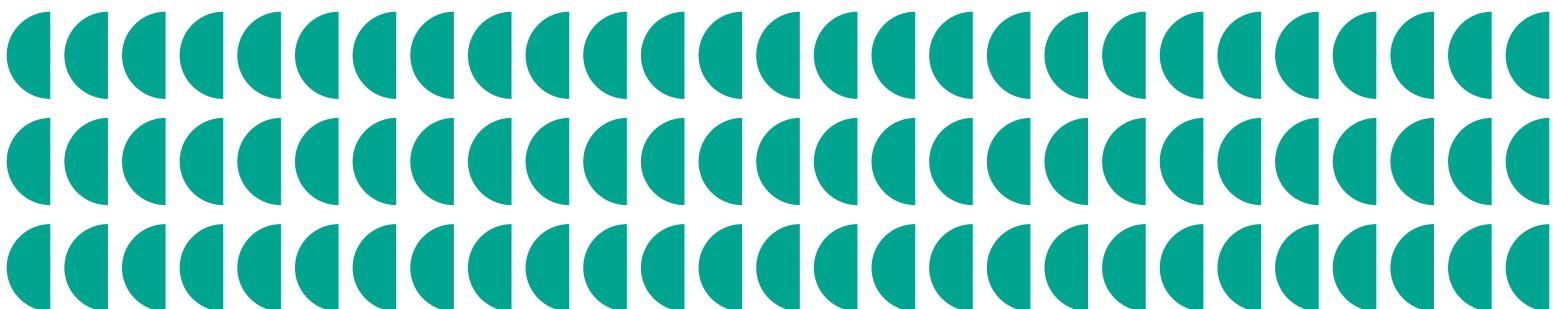


Chile

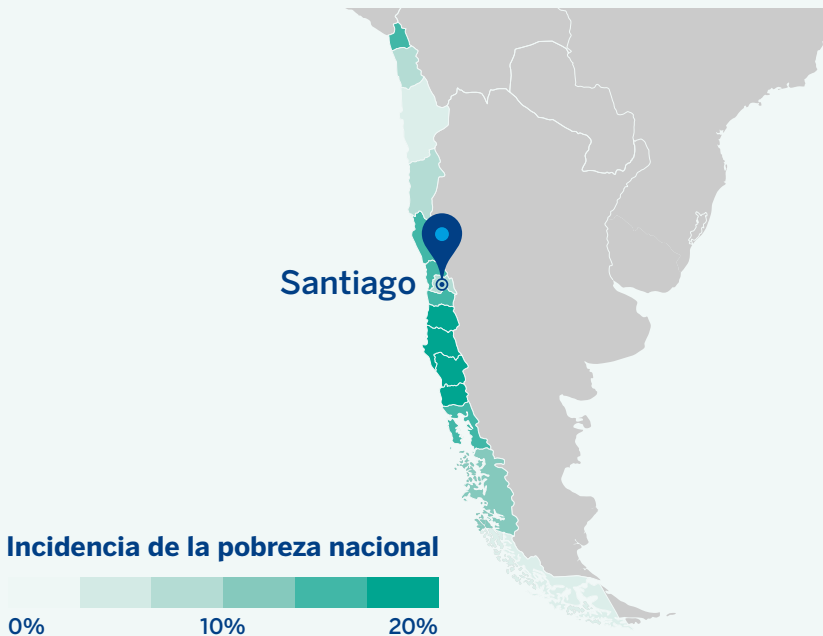
Fondo Esperanza

 INFORME DE
DESEMPEÑO SOCIAL **2018**



Sumando historias, multiplicando éxitos

Contexto del país



% de Pobreza

Según línea nacional¹.



26%

Adultos no bancarizados².

1. CLIENTES

Comprometidos con las personas vulnerables

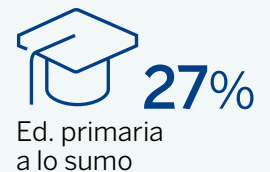
Total clientes de crédito³

124.530



Clientes nuevos 2018

46.186



Fuente: Fondo Esperanza. Cálculos FMBBVA.

(1) Pobreza nacional según el Ministerio de Desarrollo Social, 2017. (2) Global Findex 2017. (3) Vigentes a 31.12.2018.



2. PROGRESO

Acompañándolos en su desarrollo...



De los clientes que han contratado un nuevo producto en 2018, un 87% había mejorado su renta.



En el segundo año de relación con la entidad.

... y en el crecimiento de sus proyectos



Tasa de crecimiento anual.



Tasa de crecimiento anual.

3. RELACIÓN

Ofreciendo productos y servicios oportunos y relevantes

Oficinas

56



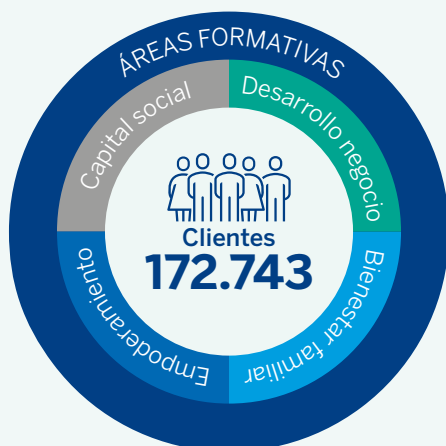
Asesores

363



Escuela de emprendimiento

Personas que han recibido educación financiera:



Desembolso medio

Total clientes

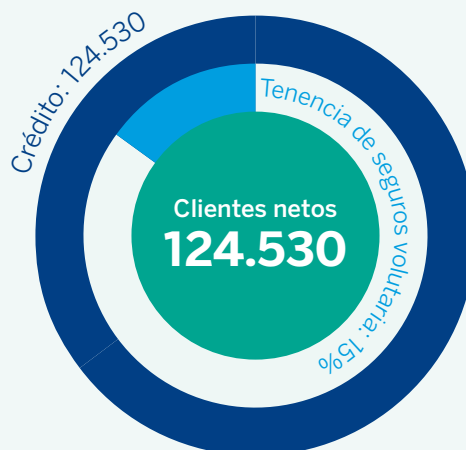
atendidos 2018:

USD **857** **+11,1%**
2017-2018

Clientes nuevos

(primer crédito) atendidos 2018:

USD **368** **+19%**
2017-2018



Introducción

Siendo Chile uno de los países con mayor interés en emprender, Fondo Esperanza resulta un aliado clave para apoyar a los emprendedores a financiar y hacer crecer sus negocios. La vocación de Fondo Esperanza radica en acompañar a los emprendedores a partir de un modelo integral de microfinanzas.

Resulta de interés conocer el contexto en el que opera Fondo Esperanza. En 2018 la economía chilena registró un crecimiento del 4,0% impulsado por el repunte de la demanda interna, y más específicamente de la inversión, destacando el alza del componente de bienes durables. En el primer semestre, la economía creció alrededor del 4,9% empujada por factores puntuales que favorecieron el repunte en la actividad no minera. En el segundo semestre la economía se moderó, creciendo un 3,1%. Esto se debió a una base de comparación más exigente y a un peor desempeño de la minería y de la industria.

El crecimiento registrado en 2018 ha permitido cerrar la brecha de actividad, impulsando una mayor dinámica de los precios del sector servicios y no transables, lo cual provocó un aumento de la inflación a lo largo de 2018, que se ubicaba en torno al 2,6% al cierre del año. La tasa de política monetaria aumentó 25 puntos base, para cerrar en un 2,75%, causando que los tipos de interés a menores plazos subieran en línea con esta evolución.

A pesar del mejor desempeño de la economía, la tasa de desempleo registró un alza de 0,6 puntos porcentuales para ubicarse en un 7,1%. Se generó una caída de 1,4 puntos porcentuales en la tasa de ocupación informal, situándose en un 28,6%.

La pobreza medida por ingresos fue de un 7,9%, mostrando una disminución de 0,7 puntos porcentuales con respecto a 2017. Esto coloca los niveles de pobreza del país entre los menores de América Latina.

Respecto a la pobreza multidimensional (aquellas personas que sufren carencias en educación, salud, trabajo, seguridad social y vivienda), ha sufrido un estancamiento. En 2015 el porcentaje de personas que sufría estas carencias era del 20,9% y en 2017 la mejora ha sido de 0,9 p.p., situándose en 20,7%.

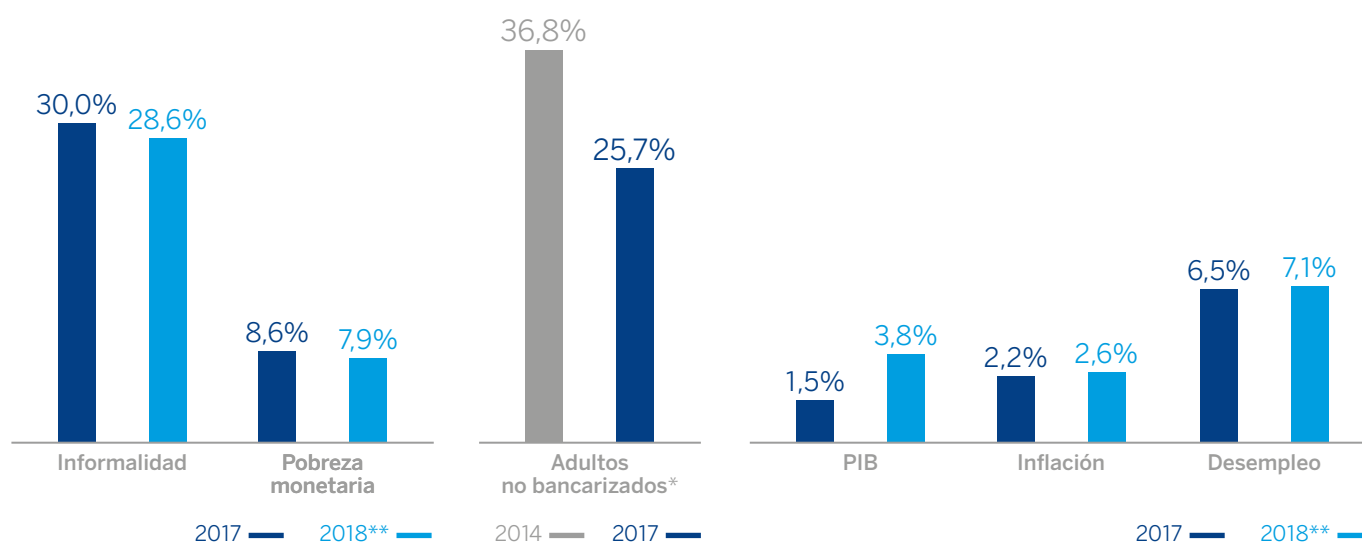
Alrededor del 74% de los adultos se encuentra bancarizado, siendo uno de los países con menor brecha de género en la inclusión financiera. El 49% de los adultos ha realizado algún tipo de ahorro en el último año y el 45% ha recibido algún préstamo.

Según los datos del Ministerio de Economía, en Chile existen alrededor de 2 millones de personas microempendedoras¹, de las cuales más del 85% son trabajadores por cuenta propia². Chile es un país con muchas ganas de emprender, de hecho, es el tercero a nivel internacional según una encuesta

¹ Trabajadores independientes dueños de una unidad económica con hasta 10 trabajadores (incluyendo al dueño). Encuesta EME.

<https://www.ine.cl/estadisticas/laborales/eme>

² INE, Quinta Encuesta de Microemprendimiento, 2017.



de Randstadt (2017)³. Las principales limitaciones para el crecimiento del microemprendimiento son la falta de financiamiento y de clientes, un diagnóstico que se repite para las microempresas con menores ganancias⁴. Esto es especialmente relevante para las mujeres, que encuentran en el emprendimiento una oportunidad para compatibilizar sus múltiples roles en el negocio y la familia. Del total de emprendimientos, un 39% son de mujeres que trabajan casi siempre desde su hogar.

El 24% de los microempresarios en Chile se apalancaron durante el año pasado. Un 76% aún no han tenido acceso al sistema financiero⁵.

Apoyar a emprendedoras es especialmente relevante, pues son las que tienen negocios más pequeños y más bajos niveles de capacitación especializada. Por ello no solo acceden a financiación sino que a través de la Escuela de Emprendimiento se promueve la capacitación, el empoderamiento y la generación de redes.

Fuente: Banco Central de Chile, Encuesta Casen.

* Global Findex Banco Mundial para 2014 y 2017.

** Estimado FMBBVA Research.

³ Workmonitor, Randstad (Primer trimestre 2017, estudio aplicado a 33 países).

⁴ BBVA Research Chile.

⁵ INE, Quinta Encuesta de Microemprendimiento, 2017.

PRINCIPALES MAGNITUDES⁶

Clientes totales

124.530

Número de empleados

615

Número de oficinas

56

Cartera bruta (USD)

81.947.313

Personas que han recibido educación financiera

172.743

Monto desembolsado en 2018 (USD)

271.074.255

Número desembolsos en 2018

316.374

Desembolso medio en 2018 (USD)

857

⁶ USD/CLP: 694,80, a 31.12.2018, BBVA Research.

Introducción

En este contexto, las Finanzas Productivas cumplen un rol fundamental. Entre las tres entidades en Chile con foco sólo en emprendedores vulnerables, Fondo Esperanza SpA. (Fondo Esperanza) atiende cerca del 70% del total, con más de 120.000 clientes (de los 170.000 clientes en total aproximadamente).

Fondo Esperanza es una entidad creada en el año 2002 por el Hogar de Cristo, e impulsada desde el 2011 por la FMBBVA. Desde sus inicios busca inspirar a personas de sectores vulnerables a transformar sus condiciones de vida, la de sus familias y comunidades, ampliando sus oportunidades mediante servicios financieros, capacitación y redes que les permitan desarrollar emprendimientos sostenibles. Lo hace a través de dos metodologías, una grupal (Banca Comunal) y otra individual (Crédito Desarrollo). Su amplia cobertura en el país le ha permitido llegar a las regiones con mayores niveles de pobreza, duplicando su tamaño en los últimos 5 años.

Fondo Esperanza destaca por ofrecer un completo programa de educación, la "Escuela de Emprendimiento", que acompaña al emprendedor a lo largo de todo su recorrido en el segmento de Banca Comunal, yendo más allá de la educación financiera y desarrollo del negocio, integrando temas de empoderamiento, bienestar familiar y capital social.

Además, busca constantemente reducir los costes de atención a través de la integración tecnológica de los servicios que ofrece en el terreno, así como la digitalización del segmento de emprendedores vulnerables. La aplicación Somos FE es ya una propuesta real que ha sido premiada con el Premio PwC Chile de Innovación social. La digitalización se perfila como uno de los mayores desafíos para los años venideros.

Hay una gran oportunidad para poder dotar a los los emprendedores de sectores vulnerables de Chile con financiación, formación y demás herramientas para que puedan invertir en activos productivos, generar ingresos y mejorar su bienestar. Fondo Esperanza apuesta por ellos y analiza el desempeño de los clientes que atiende. En concreto, se compromete en atender a las personas vulnerables midiendo el desempeño de sus emprendimientos en base a las Líneas de Pobreza nacionales.

PRECIO DE LA CANASTA BÁSICA DE ALIMENTOS



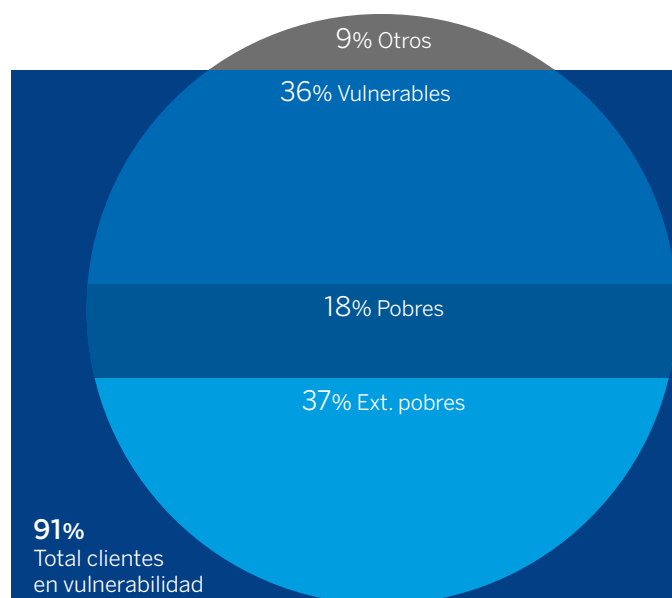
Los elevados niveles de vida de Chile, comparados con el resto de América Latina, hacen que la Línea de Pobreza se encuentre muy por encima de otros países. Dado que la actual metodología de medición de pobreza por ingresos establece una Línea de Pobreza Extrema que, además de alimentos, incluye bienes y servicios básicos en Chile, ésta resulta superior a la canasta básica de alimentos. La Línea de Pobreza varía en función del tamaño del hogar. Mientras que la canasta básica de alimentos se sitúa en USD 61, la Línea de Pobreza Extrema asciende a USD 154 y la Línea de Pobreza a USD 230⁷.

Los clientes nuevos de Fondo Esperanza de 2018 tienen unos excedentes promedio mensuales de USD 187 para cada miembro del hogar, es decir, 3 veces la canasta básica de alimentos. Esto demuestra el tamaño relativo de los emprendimientos financiados.

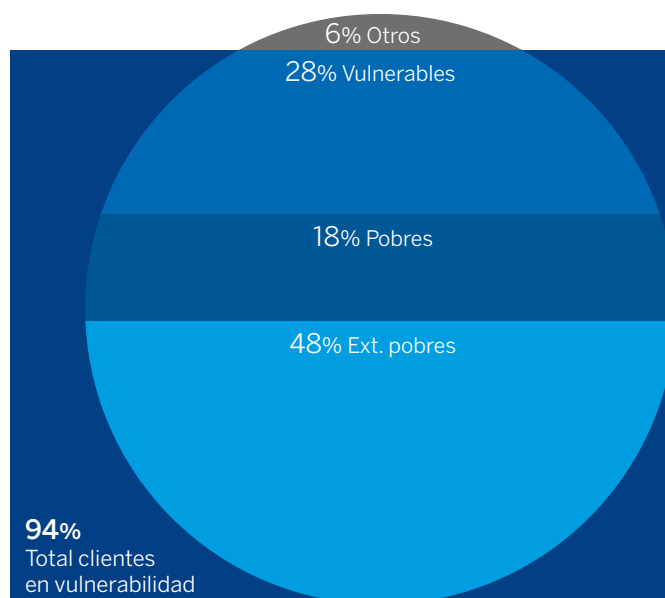
⁷ Líneas de Pobreza 2017 publicadas por el Ministerio de Desarrollo Social, actualizadas con el IPC oficial a cierre de 2018.

VULNERABILIDAD ECONÓMICA*

Total clientes de crédito (%)



Clientes nuevos de crédito (%)



Bajo la Línea de Pobreza Extrema, que contiene alimentos, bienes y servicios considerados básicos dado el nivel de vida del país, se sitúa un 48% de los clientes nuevos en 2018 (clasificados como extremadamente pobres).

Un 18% de los clientes nuevos generan ingresos que oscilan entre los USD 154 de la Línea de Pobreza Extrema y los USD 230 de la Línea de Pobreza (clasificados como pobres). Los clientes que consiguen superar el umbral de pobreza tienen el reto de conseguir estabilizar sus ingresos, ya que presentan una elevada probabilidad de caer en la pobreza (los clasificados vulnerables). El límite para entrar en esta clasificación es que tengan unos ingresos por debajo de 3 veces la Línea de Pobreza (USD 691). El 28% de los clientes nuevos atendidos en 2018 son vulnerables. Sólo un 6% de los clientes son más estables.

De sus 124.530 clientes totales, un 91% se encuentran en una situación de vulnerabilidad, de acuerdo a la medición interna.

El modelo de atención de la entidad pasa por un acompañamiento constante y un crecimiento gradual del crédito que permite al cliente ir adaptando sus finanzas. Los emprendedores siguen confiando en la entidad y un 74% accede a un segundo crédito. Su esfuerzo continuo se refleja en un crecimiento sostenido y resultados alentadores: durante el segundo año de relación, un 49% de los clientes pobres al inicio, supera la pobreza, de acuerdo a la estimación y medición interna.

* 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 per cápita (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 3 la cifra atribuida a dicha línea.

1. Nuestros clientes

PERFIL SOCIOECONÓMICO

Al cierre de 2018, Fondo Esperanza cuenta con más de 120.000 clientes, y ha incorporado a más de 46.000 clientes nuevos. Más de 34.000 (74%) de ellos son mujeres que presentan un perfil más alto de vulnerabilidad (un 97% frente al 88% de los hombres).

A pesar del elevado porcentaje de mujeres clientes, existe una gran brecha respecto a los hombres: sus excedentes mensuales promedio son un 52% del de los hombres. Esto implica que los negocios de las mujeres son más precarios y además, sustentan a un mayor número de personas, pues mientras el tamaño de los hogares de las clientas es de 3,7 miembros, el promedio del de los hombres es de 3,2 personas. Además, un 38% de ellas son cabeza de familia.

La vulnerabilidad se puede analizar desde muchos ángulos. El principal es el de los ingresos, observándose que la mayoría de los clientes (66%) generan ingresos por debajo de la Línea de Pobreza (LP). Los negocios de los clientes extremadamente pobres generan en promedio USD 65 mensuales (USD 2,1 al día o un 40% de la LP) y los pobres USD 136 mensuales (un 82% de la LP).

Otro aspecto a destacar es la atención de la entidad en las regiones más pobres del país (un 11% de clientes nuevos viven en sectores rurales) y a clientes con bajos niveles de educación (27% de los clientes nuevos tienen educación primaria a lo sumo). Este aspecto es relevante en un país donde los niveles de educación son elevados. Aquellos que tienen educación primaria o menos estudios, encuentran más barreras de acceso al mercado laboral, y el porcentaje de los que poseen una cuenta en una institución financiera cae 20 puntos porcentuales hasta el 54%⁸.

La principal razón de los clientes para emprender es obtener mayores ingresos. Un 15% de las mujeres lo hace para compatibilizar el trabajo con el cuidado de la familia, frente al 2% de los hombres.

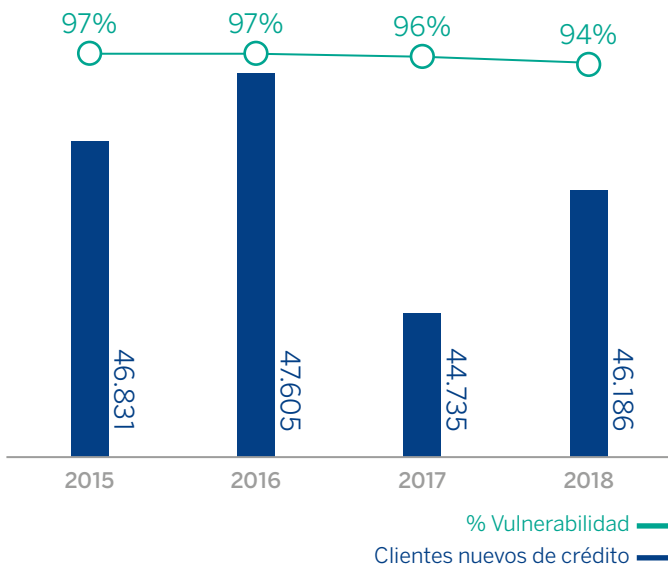
(1) Considera la entrada de clientes durante el año (sin créditos anteriores). Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de 3 veces la Línea de Pobreza oficial del país.

(2) De acuerdo con las Líneas de Pobreza oficiales del país. Considera clientes nuevos durante el año (sin créditos anteriores).

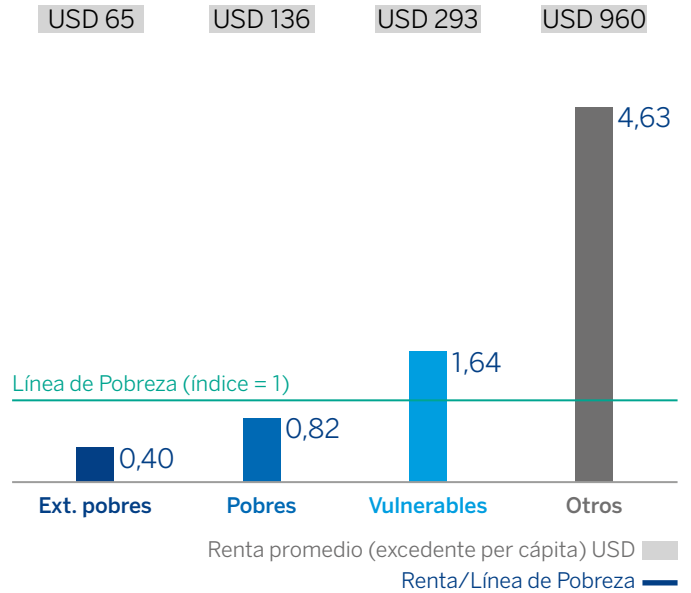
(4) Considera clientes nuevos del año (sin créditos anteriores). Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de 3 veces la Línea de Pobreza oficial del país.

⁸ Global Findex 2017.

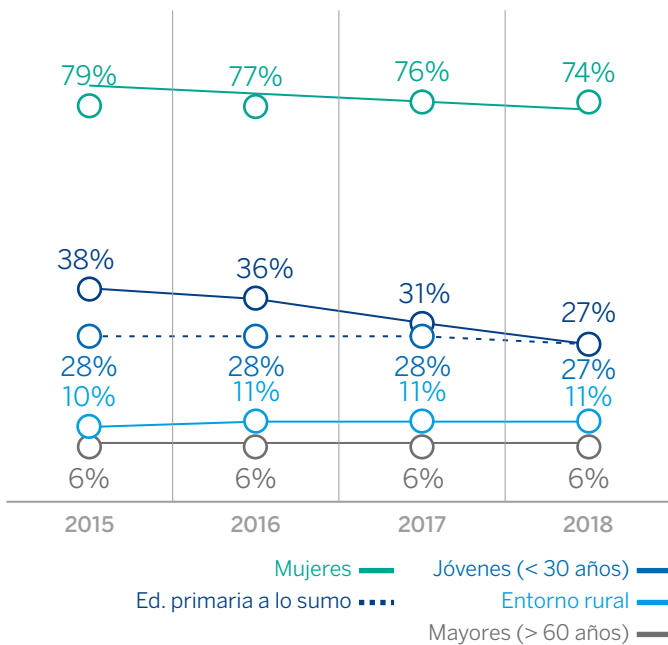
1 NUEVOS EMPRENDEDORES ATENDIDOS
Clientes nuevos de crédito por año de entrada



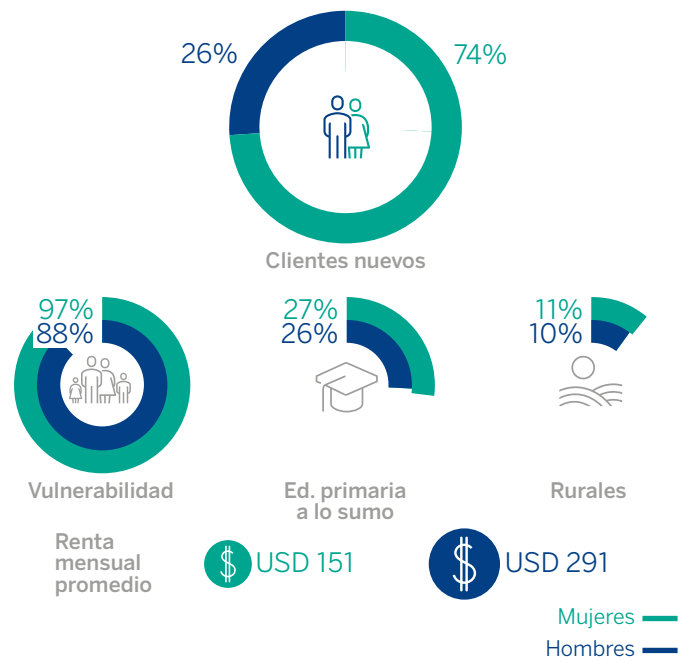
2 NIVEL DE RENTA DE LOS EMPRENDEDORES
Renta de cada segmento respecto a la Línea de Pobreza



3 PERFIL DE CLIENTES NUEVOS
Clientes nuevos por año de entrada (%)



4 PERFIL POR GÉNERO
Clientes nuevos de crédito (%)



1. Nuestros clientes

PERFIL DE SUS NEGOCIOS

Los clientes de Fondo Esperanza, predominantemente mujeres, se dedican al comercio al por menor (pequeñas tiendas, alimentación, etc.). En los últimos años se ha observado un crecimiento de las actividades de producción y transformación (panaderías, zapaterías, etc.). Al ser un sector más productivo, un 33% de sus ventas se conservan como excedentes, frente al 28% en el comercio.

De los clientes nuevos atendidos durante el año, un 13% se dedicaba al sector servicios, negocios que no generan ventas por encima del resto de sectores pero que, al tener menores gastos operativos, pueden proporcionar mayores excedentes finales. Posiblemente estos servicios requieran de mayor infraestructura y de mejores conocimientos técnicos, por lo que tienen mayores barreras de entrada.

Según el Boletín de Género y Emprendimiento del Ministerio de Economía y Turismo de Chile, de noviembre 2018, un 39% de los emprendimientos del país están liderados por mujeres. Su principal razón para emprender es obtener mayores ingresos y poder compatibilizar el trabajo con las responsabilidades familiares. La multiplicidad de roles que culturalmente se exige a las mujeres se traduce en estar a cargo del cuidado de menores o de personas dependientes de la familia, lo que se refleja también en las emprendedoras nuevas de Fondo Esperanza, donde el 15% de ellas emprenden para cuidar a la familia o hijos, versus un 2% en el caso de los hombres.

Un comercio (venta al por menor) es una solución rápida y eficaz para trabajar desde casa. Esto confirma la tendencia nacional: el 46% de las mujeres desarrolla su negocio dentro de la vivienda familiar, frente al 20% de los hombres⁹. De los clientes nuevos de Fondo Esperanza en 2018, un 38% trabajaba desde casa bien porque no poseían un local (27%), o porque éste estaba dentro del hogar (11%).

El análisis por sectores revela cómo los clientes, a medida que crecen y superan la situación de pobreza, presentan mayores niveles de activo en todos los sectores, siendo el agro el que tiene mayores requerimientos de activos. La relación entre los activos promedio de los clientes no-pobres sobre los clientes pobres es aproximadamente del doble, mientras que las ventas prácticamente se triplican en todos los sectores, lo que parece indicar que existen elevadas economías de escala.

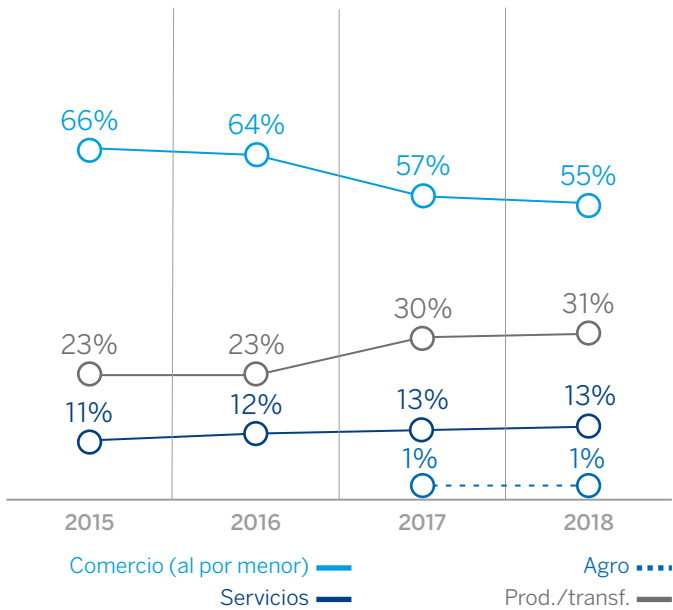
La mayoría de los clientes se emplean en el comercio al por menor, pero los negocios de producción y transformación van adquiriendo mayor presencia.

(6) Datos sobre las ventas mensuales medias y los activos medios de cada uno de los sectores, segmentados por clientes bajo la Línea de Pobreza (LP; extremadamente pobres y pobres) y clientes sobre la LP (vulnerables y otros).

(7) Porcentajes de los costes sobre ventas (s/ventas) medias de cada uno de los sectores. El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.

⁹ <https://www.economia.gob.cl/2018/11/16/boletin-genero-y-microemprendimiento.html>

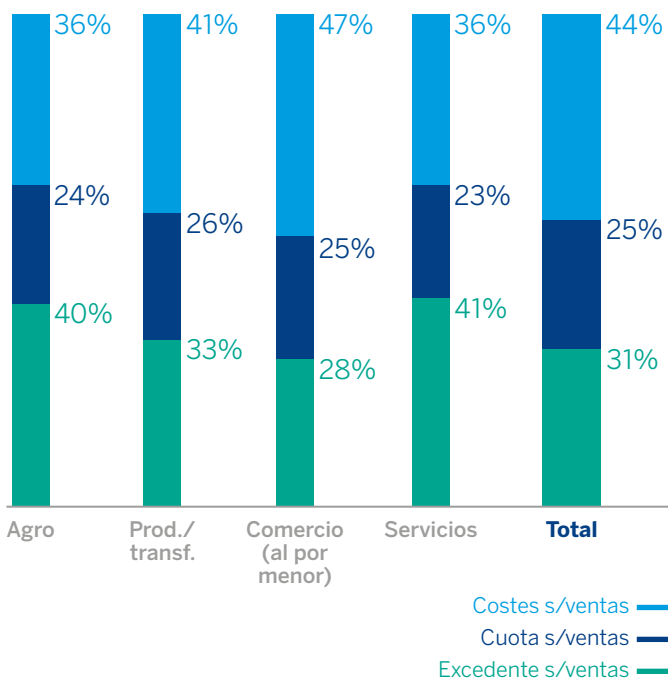
5 SECTOR DE ACTIVIDAD
Clientes nuevos por año de entrada (%)



6 RELACIÓN ENTRE VENTAS Y ACTIVOS
Total clientes de crédito, segmentados por pobres y no-pobres

	Total clientes	Ventas prom mensual USD	Activos prom USD
Servicios	10%	637	1.785
		1.670	4.391
Comercio (al por menor)	60%	681	1.229
		1.948	3.010
Prod./transf.	29%	606	1.001
		1.684	2.289
Agro	0,5%	542	2.600
		1.758	5.793
Total		650	1.217
		1.830	3.033

7 PYG – MÁRGENES SOBRE VENTAS
Total clientes de crédito



El 90% de los créditos se destinan a la compra de mercaderías o insumos, que permiten generar ingresos a corto plazo.

2. Desarrollo de nuestros clientes

CRECIMIENTO DE SUS NEGOCIOS

Fondo Esperanza se caracteriza por su cercano apoyo y acompañamiento a los clientes a través de las reuniones de Banca Comunal (grupos en los que se organizan los clientes y que sirven de coaval también conocida como banca solidaria,) basada en pequeños créditos a corto plazo (de 3,5 a 7 meses) para ir incrementando de forma gradual las cuantías y los plazos.

Dado el pequeño tamaño de los emprendimientos y su potencial, las magnitudes financieras de ventas, excedentes y activos crecen a tasas muy elevadas, permitiendo mejorar a un número elevado de clientes.

Esto refleja el enorme esfuerzo de estos emprendedores y el impacto que puede tener acceder a recursos financieros, pues sus ventas y excedentes experimentan un gran impulso. El reto para las microempresas está en conseguir mayores productividades y economías de escala, aumentando el tamaño y la innovación, para lo cual es necesaria la formación de quienes los lideran. Fondo Esperanza ofrece un programa de educación de 18 módulos con 3 sesiones en promedio cada uno, cuyo objetivo es acompañar a los clientes a dar ese salto cualitativo.

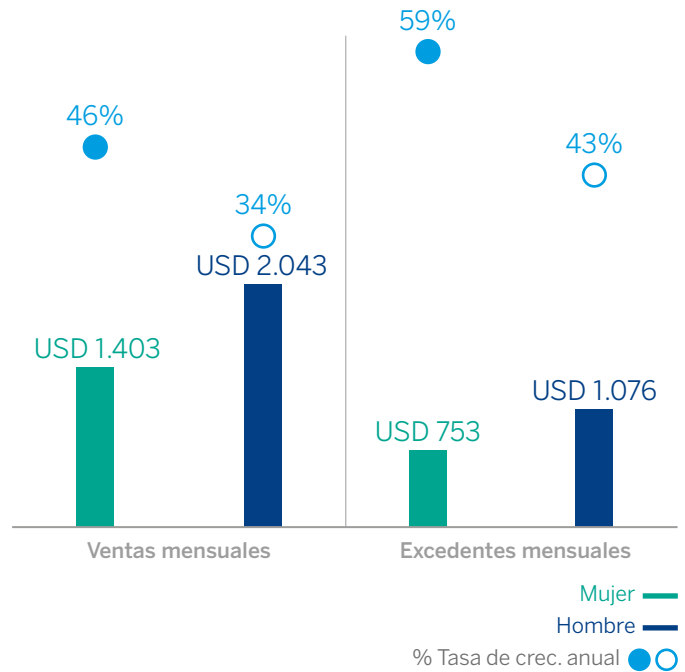
Los datos indican que los negocios dedicados a producción y transformación son ligeramente más pequeños que los que operan en otros sectores, y sin embargo, crecen a un ritmo algo mayor. Por ello también aumenta el número de clientes dedicados a este rubro.

(8) Datos sobre clientes vigentes en algún momento del año (en adelante clientes renovados). Para el cálculo se ha utilizado la tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) de las cohortes (año de entrada) de 2013–2018, presentando para cada género el promedio ponderado de dichas tasas.

(9) (10) Datos sobre clientes renovados. Para el cálculo se ha utilizado la tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) de las cohortes de 2013–2018 (año de entrada), presentando para cada sector el promedio ponderado de dichas tasas.

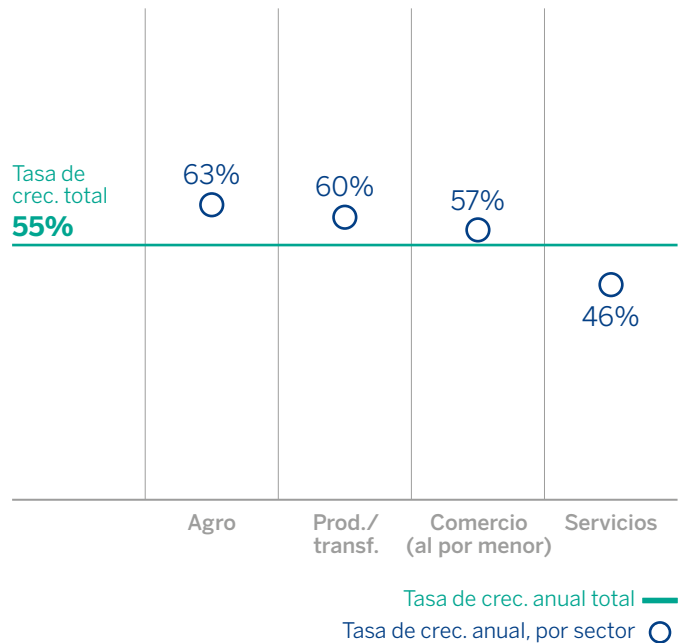
8 CRECIMIENTO DE MAGNITUDES FINANCIERAS, POR GÉNERO

Tasas de crecimiento anuales compuestas



10 CRECIMIENTO DE EXCEDENTES

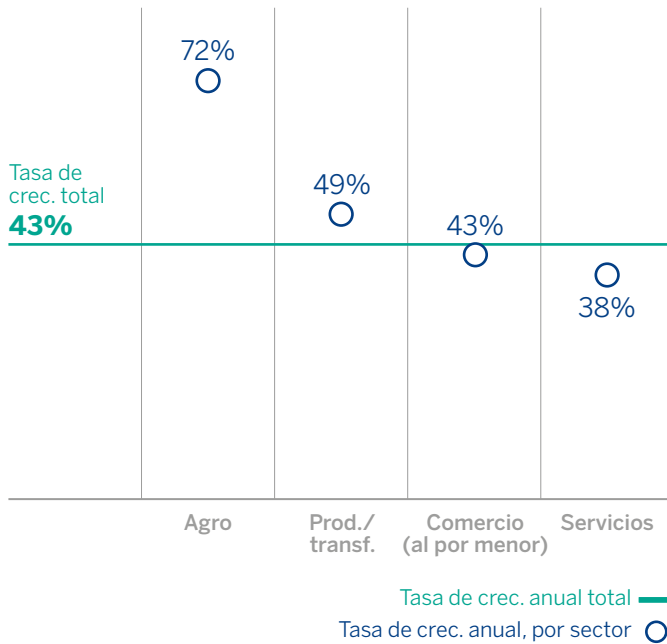
Tasas de crecimiento anuales compuestas



9

CRECIMIENTO DE VENTAS

Tasas de crecimiento anuales compuestas



Fondo Esperanza apuesta por el conocimiento cada vez más profundo de sus clientes y del desarrollo de sus negocios, para atender mejor sus necesidades.

Siguiendo el rastro de los emprendedores en su caminar con Fondo Esperanza.

Fondo Esperanza genera un impacto en la vida de los miles de socios y socias que componen la comunidad de emprendimiento solidario más grande de Chile.

Este impacto se ha puesto de manifiesto a través la Ficha de Indicadores Sociales (FIS), una encuesta aplicada desde 2012 dos veces (a quienes entran a Banca Comunal y después de un año y medio de permanencia en la institución), que mide un conjunto de variables que muestran su desarrollo empresarial, bienestar familiar, empoderamiento y capital social.

La Ficha Huella, una nueva encuesta incorporada este año, y autoaplicada de manera periódica, permite analizar el desarrollo de los ingresos de sus negocios. Amplia así, la información actual.

En un trimestre se medía la renta de cerca de 20 mil clientes con FIS; ahora con Huella, la se consigue medir un 64% más (c. 33 mil clientes).

Se observa de forma preliminar, que los valores que presenta la variable excedente de negocio capturada en Huella son superiores en el tiempo, confirmando la tendencia positiva de mejora de los negocios de los clientes.

Dado que el cliente es el centro de toda la actividad, desde 2018 esta información se calcula de forma más recurrente, especialmente más allá del quinto crédito, *Seguimos su huella*. Resulta clave seguir profundizando en el conocimiento del cliente, y de sus necesidades, a través del tiempo. Fondo Esperanza lo ha hecho apostando por ampliar reiteradamente parte de esta información a través de nuevos procesos e infraestructuras.

Estas estrategias de adaptación a un entorno más digital suponen un cambio en las microfinanzas en Chile, y permitirán a la entidad potenciar su conocimiento del cliente, flexibilidad y adaptación, ya que toda la información se encuentra en la nube.

2. Desarrollo de nuestros clientes

SALIDA DE LA POBREZA

El crecimiento sostenido observado en los negocios de los emprendedores se ve reflejado en un buen desempeño continuo. Si se analiza la variación del segmento de pobreza según el tiempo transcurrido, se aprecia que, durante el segundo año, un 53% de los clientes inicialmente pobres supera la pobreza. Ante un imprevisto, el conjunto de clientes no-pobres o vulnerables tiene una probabilidad del 12% de volver a caer en la pobreza.

Dado que actualmente la información que se posee del cliente se actualiza en el cuarto o quinto crédito (eso significa, como media, tras un año y medio de relación), se observa un salto en su desempeño.

Si analizamos cómo progresa la renta (en relación a la Línea de Pobreza) vemos cómo crece en el quinto crédito (ver graf. 12). Y los clientes que se situaban bajo la Línea de Extrema Pobreza o Pobreza logran superarla. Posiblemente esta mejora se produzca antes. El esfuerzo de nuestros emprendedores es especialmente alto a medida que tienen ingresos menores: la renta promedio de los clientes extremadamente pobres al inicio se triplica entre los ciclos uno y quinto.

(11) Se muestran los clientes renovados. Se excluye de la salida de la pobreza a aquellos clientes dados de baja por impago (castigados).

- Salida de la pobreza: Clientes en la pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como extremadamente pobres o pobres) que han generado rentas por encima de la Línea de Pobreza.
- Entrada en la pobreza: Clientes en no-pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como vulnerables u otros), que han generado rentas por debajo de la Línea de Pobreza.
- Reducción neta: Salida de la pobreza – Entrada en la pobreza.

(12) Para la muestra de clientes atendidos durante 2018 –clasificados según su situación inicial en el primer crédito– se muestra el excedente per cápita en cada ciclo de crédito relativizado respecto a la Línea de Pobreza oficial del país (según el año de desembolso). La renta relativa toma valor 1 cuando es igual a la Línea de Pobreza.

Como hemos comentado, esta salida de la pobreza no está garantizada, ya que los clientes se enfrentan a imprevistos que les pueden hacer caer en ella de nuevo. Si se observan los clientes a medio plazo (todos los que tienen 5 créditos con la entidad) cuya situación inicial era de pobreza, lo más probable es que superen esa situación. Un 43% de ellos lo hace en ese periodo y sólo un 21% se mantiene en la pobreza. El resto volverá a tener un estrés de ingresos.

Los clientes no-pobres (con ingresos por encima de la Línea de Pobreza), también pueden verse en situaciones que pongan en riesgo sus finanzas y disminuyan sus excedentes. De los clientes que han tenido 5 créditos, únicamente un 33% se mantiene de forma continua por encima de la Línea de Pobreza. Este bajo porcentaje pone de manifiesto que los clientes atendidos son muy vulnerables, pues además de presentar bajos ingresos, tienen mucha volatilidad. Esta volatilidad aumenta en entornos urbanos, posiblemente, debido a la mayor competencia u otras barreras a las que se enfrentan.

Es clave que los emprendedores tengan cierta estabilidad de ingresos para que puedan tomar decisiones financieras con un horizonte algo más amplio, sacrificando rentas inmediatas o de corto plazo por mejoras a medio/largo plazo.

(13) (14) Muestra de clientes atendidos desde 2011 hasta 31.12.2018 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se analiza el número de veces que un cliente cruza la Línea de Pobreza (LP).

- Volátil es el cliente cuyos ingresos suben y bajan más de una vez sobre la LP.
- Sale de la pobreza: Cliente pobre al inicio cuyos ingresos crecen por encima de la LP (y no se observa que vuelvan a disminuir).
- Entra en la pobreza: Cliente no-pobre al inicio cuyos ingresos caen por debajo de la LP (y no se observa que vuelvan a aumentar).
- Se mantienen pobres (o no-pobres): Clientes que se mantienen en su situación de pobreza (o no-pobreza) a lo largo de los cinco desembolsos.

11 VARIACIÓN DEL SEGMENTO DE POBREZA

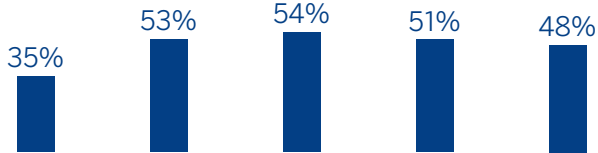
Reducción neta

Reducción de la bolsa de pobreza



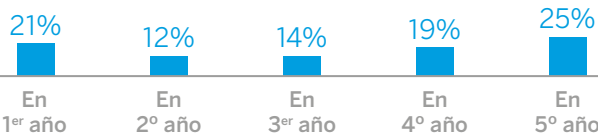
Salen de la pobreza

Clientes pobres que salen de la pobreza



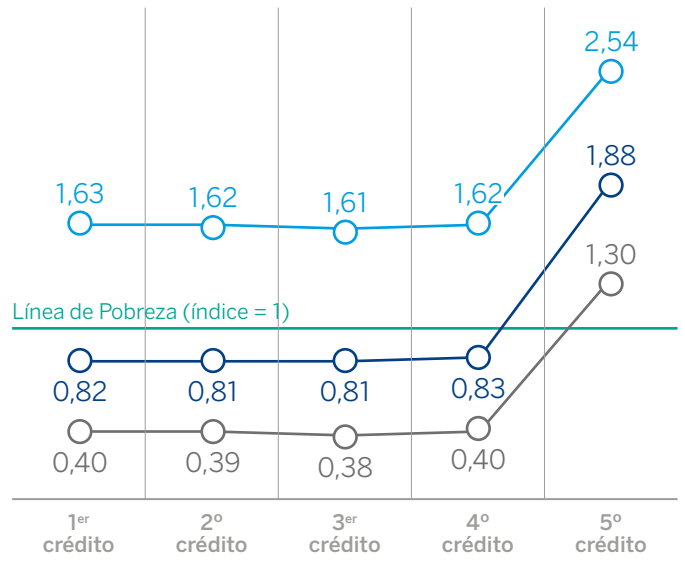
Entran en la pobreza

Clientes no-pobres que entran en la pobreza



12 CRECIMIENTO DE LA RENTA

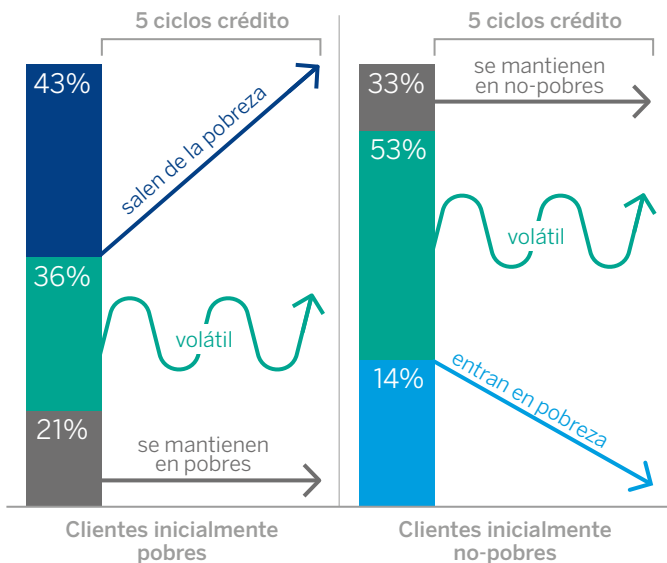
Renta de cada segmento respecto a la Línea de Pobreza



Vulnerables —
Pobres —
Ext. pobres —

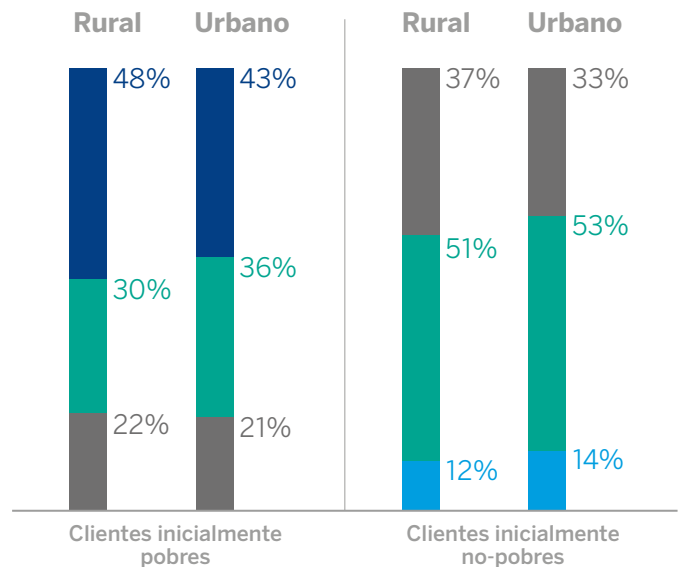
13 VOLATILIDAD DE LA RENTA

Clientes con 5 créditos, clasificados según las veces que caen/superan la LP



14 VOLATILIDAD DE LA RENTA - RURAL/URBANO

Clientes con 5 créditos, clasificados según las veces que caen/superan la LP



Entran en pobreza —
Salen de la pobreza —
Volátil —
Se mantienen pobres/no-pobres —

2. Desarrollo de nuestros clientes

IMPACTO INDIRECTO

El impacto de los negocios en su entorno directo puede verse multiplicado por la generación de empleo. En Chile sólo el 17% de las microempresas son capaces de generar empleo, y el 83%¹⁰ restante es de autoempleo. El menor tamaño de los negocios de los clientes hace que comúnmente estén orientados a generar una fuente de ingresos para quien emprende y para su familia. Un 9% de los clientes de Fondo Esperanza tiene empleados en su negocio y, a mayor nivel de desarrollo, mayor nivel de empleo generado.

Las mediciones llevadas a cabo por los organismos oficiales (Encuesta CASEN) revelan también el importante papel que tienen las carencias de vivienda para explicar la vulnerabilidad o pobreza no monetaria en Chile (pobreza multidimensional).

Los clientes de Fondo Esperanza han podido implementar mejoras en sus viviendas, aumentando la calidad de vida de toda su familia: tras 4 años, un 12,6% de los clientes han implementado mejoras que, pese a parecer modestas, tienen un enorme impacto para los hogares.

Los servicios financieros para el segmento que atiende Fondo Esperanza exigen un acompañamiento del cliente, pero no sólo por parte de la entidad. En Fondo Esperanza, el apoyo de todos los participantes de los Bancos Comunes, combinado con el plan de educación que ofrece la entidad, ayuda a mejorar los conocimientos técnico-empresariales y el manejo de finanzas de los microemprendedores. La creación de redes de los Bancos Comunes es particularmente valorada por los clientes.

En 2018, Fondo Esperanza ha desarrollado e implantado el innovador proyecto Somos FE, red social en entorno digital exclusiva para los emprendedores de la entidad, donde pueden interactuar y promocionar sus productos (ver Proyecto destacado pág. 242).

Un 9% de los clientes de Fondo Esperanza logra emplear algún trabajador y un 3% del total, a dos o más personas de su comunidad.

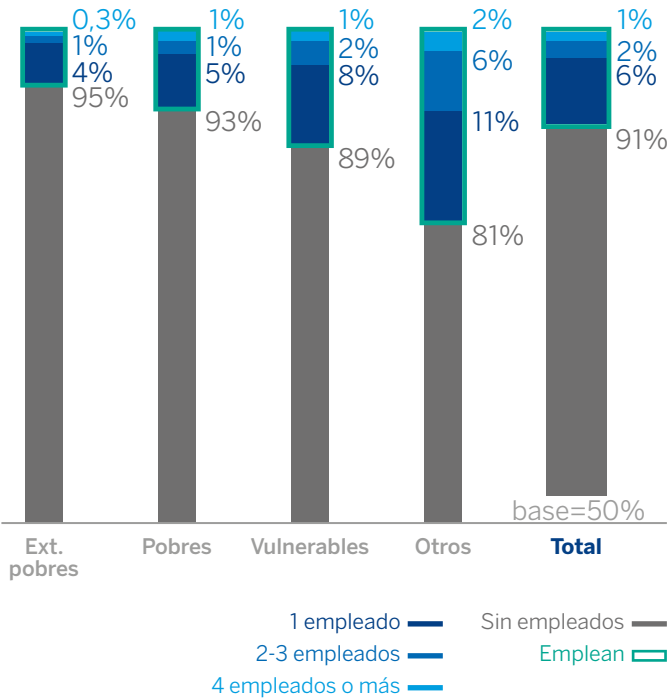
¹⁰ INE, Quinta Encuesta de Microemprendimiento, 2017.

(15) Considera el número de empleados del negocio de los clientes vigentes a 31.12.2018.

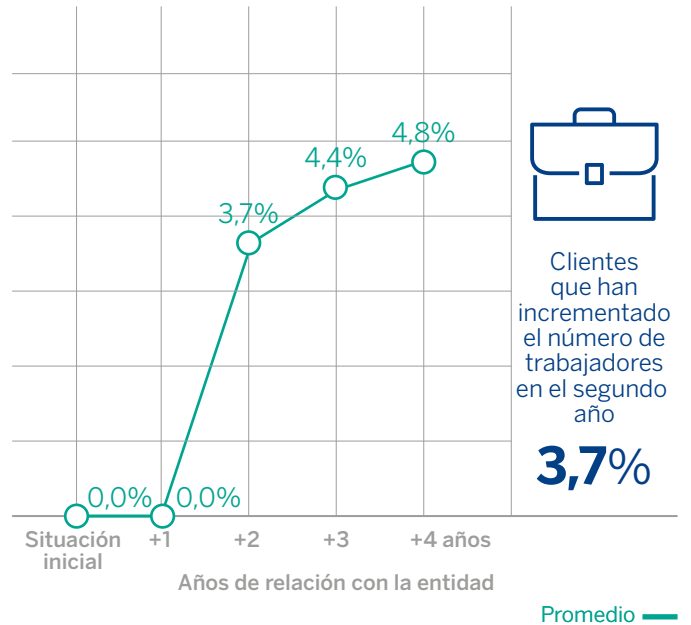
(16) Considera el aumento en el número de empleados del negocio sobre la situación inicial, para clientes vigentes a 31.12.2018. Se muestran promedios de las cohortes (año de entrada) de 2014–2018.

(17) Proporción de clientes vigentes a 31.12.2018 de cada cohorte, que ha mejorado el régimen de vivienda (pasan a tener de vivienda familiar a vivienda propia o alquilada o pasan de alquilada a propia).

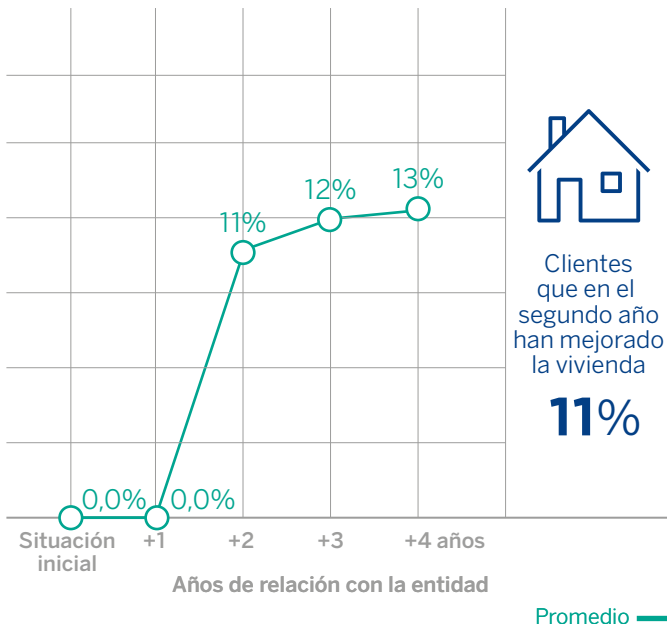
15 FUENTE DE EMPLEO
 Clientes según nº de empleados de su negocio



16 GENERACIÓN DE EMPLEO
 Clientes de crédito que aumenta nº de empleados (%)



17 MEJORAS EN LA VIVIENDA
 Clientes de crédito que mejoran según años de relación con la entidad (%)



3. Relación con los clientes

RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES DE CRÉDITO

Los más de 120.000 clientes de Fondo Esperanza son microempresarios que, al recibir financiación, pueden llevar a cabo inversiones en sus negocios para mejorarlos e impulsarlos. La metodología de Fondo Esperanza se basa en ciclos cortos en los cuales el emprendedor recibe educación financiera y capacitación para el control de sus finanzas y la mejora de sus negocios.

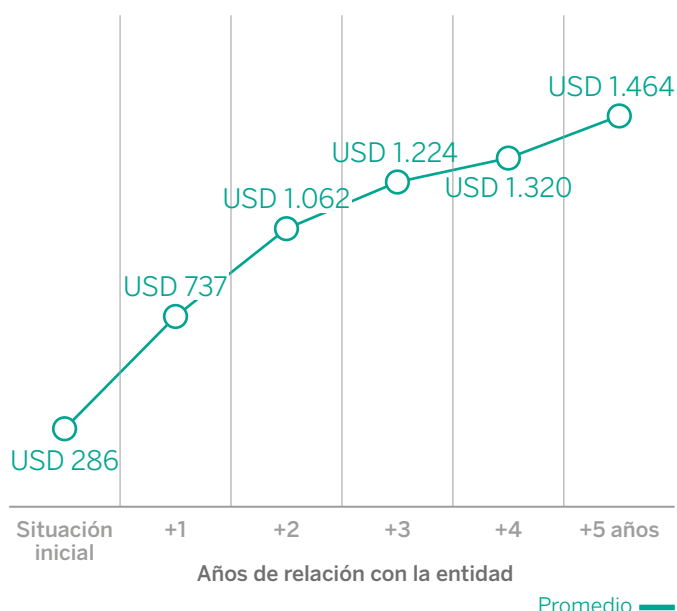
El desembolso inicial promedio de los clientes nuevos atendidos entre 2013–2018 se situó en USD 286, con un plazo medio de los créditos de 175 días, tras los que pueden acceder a un segundo ciclo de crédito. Un 74% de los clientes solicita ese siguiente préstamo cuyo desembolso promedio (USD 737) es más del doble del primero.

La industria microfinanciera en Chile necesita incrementar los servicios prestados a los emprendedores, es por ello que Fondo Esperanza ofrece productos de seguros. Durante 2018, un 15% de sus clientes suscribió seguros voluntarios, 2 puntos porcentuales por encima de las cifras de 2017.



19 CRECIMIENTO DEL DESEMBOLSO MEDIO

Evolución según años de relación



(18) Considera los clientes nuevos. Desembolso medio calculado como el promedio del primer desembolso para los clientes nuevos en cada año. Peso de la cuota calculado como promedio de ratio (cuota sobre ventas) de cada cliente.

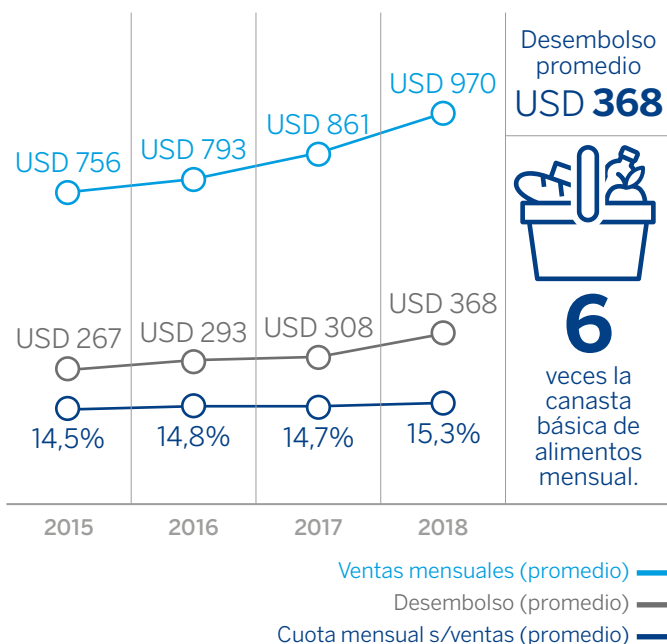
(19) Considera los clientes de cada cohorte (año de entrada entre 2013 y 2018) en cada fecha de observación. El Valor Inicial es el promedio de los valores iniciales (primer desembolso según año de entrada). A este valor inicial se le aplica el crecimiento promedio a 1 año, 2 años etc. observado en los desembolsos a los grupos de clientes de las cohortes 2013–2018.

(20) Retención: Porcentaje de clientes de cada cohorte (año de entrada) que siguen vigentes a cierre de cada año y hasta 31.12.2018. Se muestran promedios de las cohortes de 2013–2018.

Recurrencia: Clientes atendidos desde 2011. Porcentaje de clientes que, después de un primer crédito, accede a otro. La distancia entre ciclos es la distancia (en días) entre desembolsos de un crédito respecto al siguiente (no es necesario que el primero esté cancelado).

18 VENTAS, DESEMBOLSO Y PESO DE LA CUOTA

Clientes nuevos por año de entrada



“Queda prohibido no sonreír a los problemas, no luchar por lo que quieres, abandonarlo todo por miedo, no convertir en realidad tus sueños.”

Pablo Neruda
Poeta y diplomático

20 RETENCIÓN Y RECURRENCIA

De los clientes de crédito

Clientes con crédito vigente tras x años

Situación inicial	+1	+2	+3	+4	+5 años	
Retención	100%	44%	30%	24%	21%	19%

Clientes con un 2º, 3º ...crédito

	1º crédito	2º crédito	3º crédito	4º crédito	5º crédito	6º crédito
Recurrencia	100%	74%	59%	50%	42%	38%
Distancia (días)	–	175	165	165	160	157

Conectamos personas para generar más oportunidades



Margarita López

Clienta de Fondo Esperanza

Desde que Margarita López se descargó Somos FE a comienzos de 2018 ha visto crecer su negocio de venta de calzado y ropa infantil gracias al trabajo en red. Sus ventas aumentaron y logró conectar con 10 nuevos clientes en menos de seis meses.

“Una de mis ventas más importantes a través de la aplicación fue cuando, desde la ciudad de Castro, me contactaron unos emprendedores que debían comprar zapatos de charol. ¡Vendí 35 pares!”

La aplicación incentiva a promocionar los negocios desde la perspectiva de la digitalización, que hoy resulta fundamental para el comercio. Además de práctica su uso es sencillo. Al tratarse de una plataforma nacional, no tiene límites ni de cobertura ni de alcance, pudiendo contactar a emprendedores de cualquier sector y de todo el país.

Las redes de apoyo son un elemento necesario para el desarrollo de los emprendedores. Este apoyo realizado a través de plataformas tecnológicas facilita nuevas formas de comunicación y genera un nuevo mercado.

En Chile, cerca del 90% de los hogares tiene acceso a Internet, y el 95% de las personas que acceden lo hace a través de dispositivos móviles. Con el fin de optimizar los productos y servicios entregados, Fondo Esperanza (FE) decidió crear una solución que generara valor a los clientes promoviendo un mayor contacto y comunicación entre los emprendedores y con los trabajadores de FE.

Fue así como nació **Somos FE**, una innovadora aplicación móvil única en el sistema microfinanciero, y diseñada para sistemas Android y iPhone. Somos FE es una comunidad en la que tanto los clientes de FE como sus trabajadores pueden realizar publicaciones, ofrecer productos y servicios, hacer comentarios, interactuar con otros usuarios y mantenerse informados sobre las diferentes actividades que se realizan, tanto a nivel local como nacional.

Ha sido diseñada con el objetivo de que resultara fácil y sencilla de utilizar para los clientes y que generara nuevas oportunidades de negocio, aumentando su alcance y creando un espacio (virtual) donde desarrollar su imagen de marca, fidelizar clientes y encontrar nuevos proveedores.

La aplicación se lanzó en enero de 2018. En tan sólo 10 meses logró llegar a casi 18.000 emprendedores registrados. Éstos comparten sus experiencias día a día, generan redes de comunicación y comercialización, y potencian sus vínculos comerciales. Cabe destacar que, según la encuesta de satisfacción anual de FE, un 85% de los emprendedores que contaban con la aplicación la calificó con un 6 ó un 7 (de una puntuación máxima de 7).

APP SOMOS FE



Nº DE CLIENTES DENTRO DE SOMOS FE

Más de 27.000
"Me gusta"
durante este
periodo

+125%



PERFIL DE CLIENTES

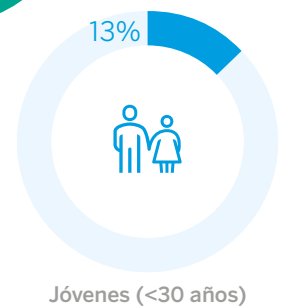
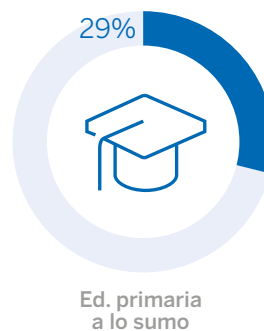
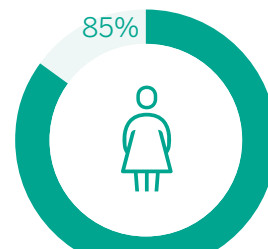
Son predominantemente **clientas con mayor nivel educativo** que la cartera total de Fondo Esperanza y de edad promedio superior a la cartera total.



Red virtual de emprendedores donde intercambiar información y bienes y servicios, generando redes de colaboración.

Qué se puede hacer en Somos FE:

- Compartir y conocer experiencias de otros emprendedores
- Ofrecer productos y servicios
- Buscar colaboración
- Mantenerse informado sobre formación y cursos en la zona
- Interactuar con trabajadores y oficinas de Fondo Esperanza



Entorno macroeconómico

ECONOMÍA¹

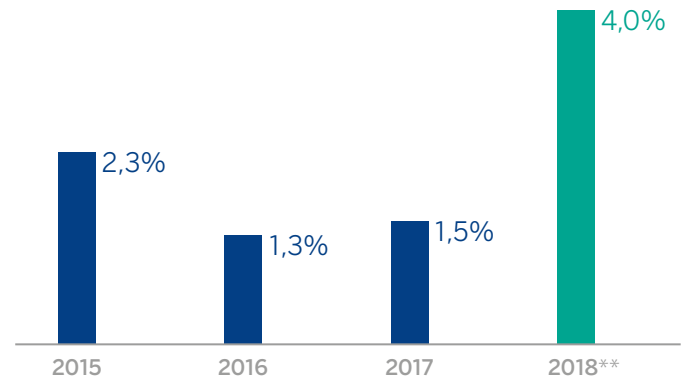
En 2018 la economía chilena registró un fuerte dinamismo respecto a los años anteriores, creciendo un 4% impulsada por el repunte de la demanda interna, fundamentalmente de la inversión, destacando la fuerte alza del componente de bienes durables. En el primer semestre la economía creció un 4,9% empujada por factores puntuales que favorecieron una dinamización de actividades no mineras, en concreto el comercio, los servicios empresariales y la industria. La demanda interna también creció fuertemente, dando cuenta de una mayor expansión del consumo privado.

Sin embargo, en el segundo semestre, la economía se moderó, creciendo un 3,1% debido a una base de comparación más exigente y a un peor desempeño de la minería y de la industria. Estos sectores redujeron el dinamismo de las exportaciones y su contribución al crecimiento, en línea con la caída del precio internacional del cobre y los términos de intercambio menos favorables en ese período. El consumo también registró una desaceleración debido, en parte, al mayor nivel de desempleo y a la disminución en la tasa de crecimiento del salario real.

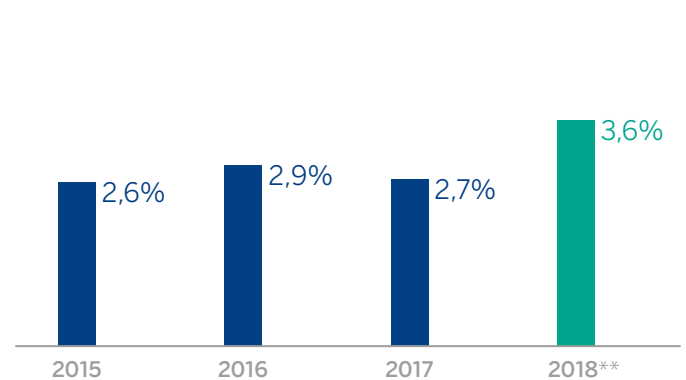
El crecimiento registrado en el año ha permitido cerrar la brecha de actividad al situar el alza del PIB cerca de su potencial, impulsando una mayor dinámica de los precios del sector servicios y no-transables. Esto provocó que la inflación, tras colocarse por debajo del 2%, aumentara a lo largo de 2018, situándose en torno a 2,6% al cierre del año. La inflación de bienes ha sido del 1,5% y la de servicios del 3,6%. Los precios asociados al sector comercializable o transable se elevaron un 1,8% mientras que los de los no-comercializables lo hicieron un 3,4%.

La inflación subyacente (excluye de la canasta una cantidad fija y predeterminada de productos cuyos precios tienen características volátiles o su variación responde a factores mayormente exógenos al ciclo económico) se ubicó en 2,1% en 2018, ligeramente por encima de la registrada en 2017 (1,9%).

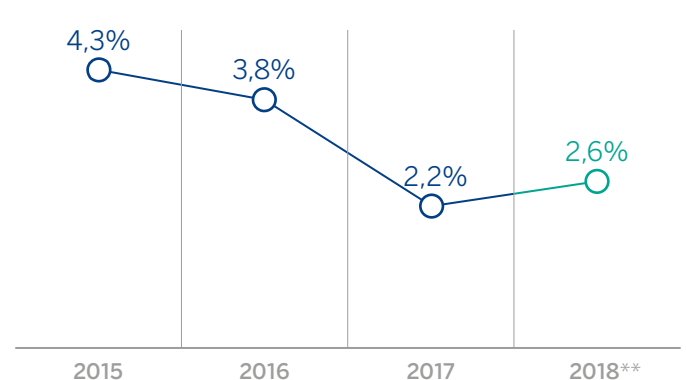
PIB*
Variación real (%)



CONSUMO*
Variación real (%)



INFLACIÓN*
Variación real (%)



¹ Todos los datos son del Banco Central de Chile.
Estimaciones de cierre de 2018 de FMBBVA Research.

* Banco Central de Chile.
** Estimado FMBBVA Research.

Otro factor que ha incidido en la inflación de 2018 ha sido la depreciación del tipo de cambio, que ha sido de un 12% con respecto del dólar norteamericano, debido a la mayor fortaleza de esta moneda a nivel global y a las turbulencias de los mercados, ubicando el tipo de cambio real a niveles cercanos a su promedio de los últimos 10 años.

El comportamiento del sector real, así como la evolución de los precios, hizo que, en octubre, el Banco Central aumentara la tasa de política monetaria en 25 puntos base, llevándola del 2,5% al 2,75%, nivel con el cual cerró 2018. En la medida en que la inflación converja con la meta, el estímulo monetario se reducirá a fin de colocar a la política monetaria en línea con la meta de inflación del 3% a medio plazo.

Los tipos de interés a menores plazos han subido conforme a los desarrollos de la política monetaria, mientras que los de largo plazo y las medidas de riesgos han permanecido estables debido a unas condiciones financieras internas favorables. Respecto al crédito, su costo continúa en niveles bajos y las colocaciones muestran un mayor dinamismo.

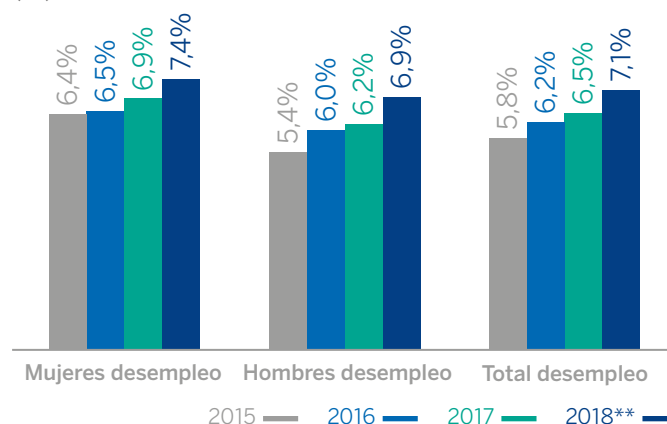
EMPLEO, POBREZA Y BIENESTAR²

A pesar del buen desempeño de la economía, en 2018 la tasa de desempleo registró un alza de 0,6 puntos porcentuales situándose en 7,1%. Esto se debió a la expansión de un 1,4% de la fuerza de trabajo, superior a la reportada por los ocupados (1,0%), generando una mayor presión en el mercado laboral.

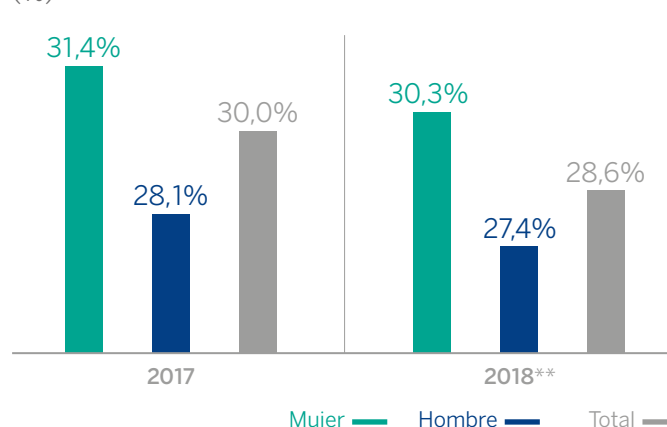
Esta alza fue impulsada por los sectores de la construcción (4%), hostelería (6,6%) y educación (3%). Los principales descensos se observaron en actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico (-4,7%), administración pública (-3,4%) y servicios administrativos y de apoyo (-7,2%).

La presión del mercado laboral se vio compensada por un incremento de los desempleados (6,4%), incorporándose al desempleo alrededor de 37.140 personas. Sin embargo, si se observan las personas

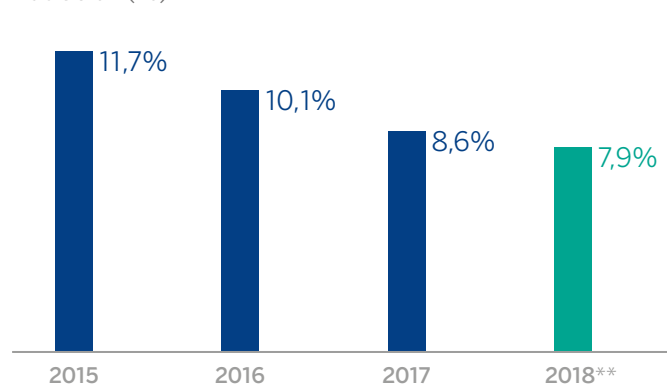
MERCADO LABORAL* (%)



INFORMALIDAD* (%)



POBREZA MONETARIA* Población (%)



² Datos disponibles del INE, Banco Central de Chile y Encuesta Casen. Estimaciones de FMBBVA Research.

* INE.
** Estimado FMBBVA Research.

Entorno macroeconómico

que trabajan tiempo parcial involuntario, la tasa se eleva al 16,7%, reduciéndose 0,3 puntos porcentuales, debido a una disminución de quienes trabajan a tiempo parcial involuntario.

Las tasas de participación y de ocupación se redujeron 0,2 y 0,5 puntos porcentuales, ubicándose en 59,5% y 55,2%, respectivamente.

La tasa de desocupación de las mujeres se situó en un 7,4%, aumentando 0,5 puntos porcentuales debido al incremento de un 1,7% de la fuerza de trabajo, que fue levemente superior al alza de 1,6% registrada por las ocupadas. Por su parte el número de desempleadas aumentó (2,7%) como consecuencia exclusiva de quienes buscaban trabajo por primera vez (39,3%). Las tasas de participación y ocupación se mantuvieron constantes en 48,9% y 45,3%, respectivamente.

La brecha de género en el mercado laboral se mantuvo, siendo la tasa de desempleo de los hombres un 0,5% inferior al de las mujeres, y situándose en un 6,9%. Esto supone 0,7 puntos porcentuales más que en 2017, producto de una expansión del 1,2% de la fuerza de trabajo, mayor al incremento de 0,6% de los ocupados. Las tasas de participación y empleo fueron del 70,4% y del 65,5% respectivamente, mostrando una importante brecha de 20,5 y 20,2 puntos porcentuales con respecto a las mujeres en cada caso.

La tasa de presión laboral, es decir, el número de personas ocupadas que buscan un empleo, junto con los desocupados, y los que lo hacen por primera vez (iniciadores), expresado como porcentaje de la fuerza de trabajo, se situó en 12,8%, expandiéndose en 0,1 puntos porcentuales. La tasa de presión laboral de las mujeres aumentó 0,2 puntos porcentuales, ubicándose en 12,7%, mientras que la de los hombres se mantuvo en 12,9%.

Alrededor del 28,6% de los empleos se desarrollaron en el sector informal, sin embargo, el mayor crecimiento de la actividad económica, si bien no se reflejó en un mayor empleo, sí generó una disminución de 1,4 puntos porcentuales en la tasa de ocupación informal. Para los hombres, la tasa se situó en 27,4% mientras que para las mujeres fue del 30,3%.

Los ocupados informales disminuyeron, principalmente debido a los hombres (-2,4%) y, según edad, por el tramo de 35–44 años (-9,7%). Sectorialmente, la contracción de los ocupados informales se vio afectada principalmente en el sector la construcción (-4,7%) y de la industria manufacturera (-5,1%).

Por su parte, la pobreza medida por ingresos se ubicó en un 7,9% en 2018, mostrando una disminución de 0,7 puntos porcentuales con respecto a 2017 cuando se ubicó en 8,6% según la última encuesta Casen disponible. Esto coloca los niveles de pobreza del país entre los más bajos de la Región.

La cifra implica que, en el último año, 102.690 personas dejaron de ser pobres en el país, existiendo 1.481.361 personas en situación de pobreza, y 393.779 de ellos en pobreza extrema, es decir, un 2,1% de la población.

En 2006 la pobreza por ingreso en Chile se situaba en un 29,1%, lo que significa que en los últimos 12 años alrededor de 3.275.875 millones de chilenos han salido de ella. Sin embargo, a pesar de que ha mejorado la distribución de los ingresos, reflejada en una disminución del coeficiente de Gini en ese período, la desigualdad ha aumentado recientemente. La última encuesta oficial mostró que el 10% más rico recibe ingresos 39,1 veces superiores al 10% más pobre. En 2015 la diferencia era de casi 34 veces.

INCLUSIÓN FINANCIERA

Según datos del Banco Mundial³, en Chile el 74,3% de los adultos se encuentra bancarizado, siendo el país con mayor nivel de inclusión financiera de la Región. El 67% de los adultos que pertenecen al 40% de los hogares más pobres se encuentra bancarizado, mientras que el 79% de los adultos del 60% más rico lo está, mostrando una brecha de inclusión por diferenciación de ingresos de 12 puntos porcentuales, una de las menores de la Región.

El 71% de las mujeres adultas están incluidas en el sistema financiero, observándose una brecha de género de 6,5 puntos porcentuales, dado que el 77,8% de los hombres adultos lo está. La mayor brecha (25,3 puntos porcentuales) se encuentra

³ Global Findex 2017, Banco Mundial.

entre los adultos que están dentro de la fuerza de trabajo y los que se encuentran excluidos de ella.

El 54% de los adultos con educación primaria o inferior se encuentran incluidos en el sistema financiero, mientras que para aquellos que completaron estudios secundarios o superiores el ratio se eleva a 81%, lo que confirma que hay más probabilidades de que los adultos no-bancarizados tengan un nivel educativo más bajo.

Considerando los determinantes para no estar bancarizados, el 54% menciona como principal fuente de exclusión que los servicios financieros son "muy caros". Un 23% tiene dificultades por la documentación, 21% de los adultos aducen como razón la lejanía de las instituciones financieras, mientras que el 57% de los adultos alegaron que la principal razón es la insuficiencia de fondos.

El 49% de los adultos ha realizado algún tipo de ahorro en el último año, mientras que sólo el 21% lo ha hecho en una institución financiera. En el segmento del 40% de adultos con menores ingresos, el 41% ha realizado algún tipo de ahorro, mientras que dentro de este segmento, sólo el 14% lo ha hecho con una institución financiera.

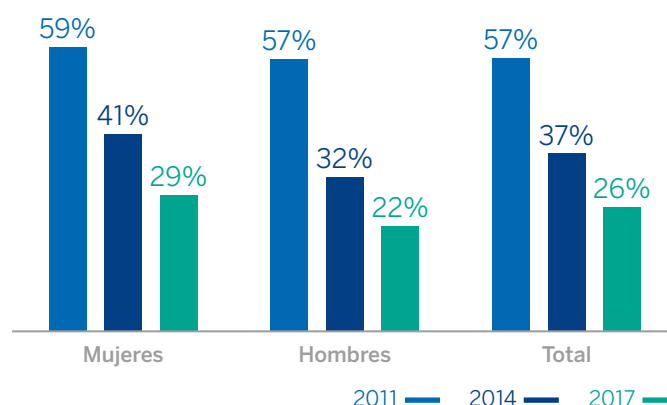
Una de las finalidades del ahorro ha sido comenzar o expandir una actividad productiva. El 17% de los adultos ha realizado algún tipo de ahorro en el último año con ese fin, mientras que en el segmento del 40% de los adultos con menores ingresos, ha sido del 12%, ratio que se eleva al 20% en el segmento de mayores ingresos.

Por su parte, el 45% ha recibido algún préstamo, pero únicamente el 13% lo ha hecho a través de una institución financiera, mientras que el 15% lo ha logrado a través de familiares y amigos. Para los adultos de menores ingresos, si bien el 38% ha recibido algún préstamo, sólo el 12% lo ha obtenido de instituciones financieras, mientras que el 15% lo ha conseguido de familiares y amigos.

Según fuentes locales⁴, el 98% de la población cuenta con algún producto financiero.

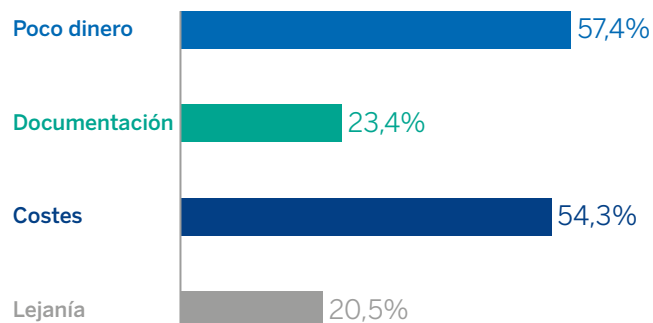
ADULTOS NO BANCARIZADOS*

Total + 15 años (%)



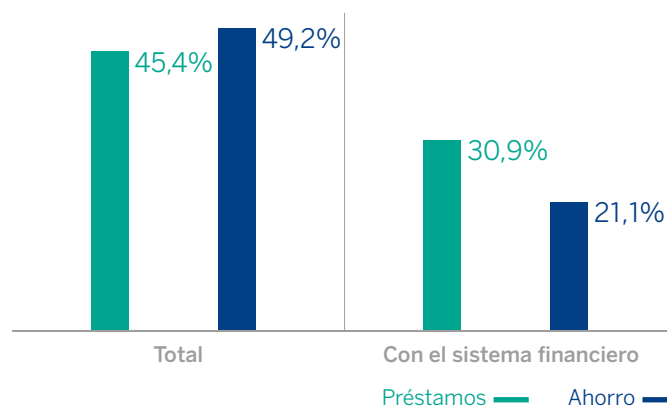
FACTORES DE EXCLUSIÓN*

Adultos excluidos (%)



PRODUCTOS DEMANDADOS

Adultos (%)



⁴ Informe de Inclusión Financiera 2016. Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile.

* Global Findex Banco Mundial.