

Informe de desempeño social 2023

Impacto para cambiar vidas



ÍNDICE



4

Quiénes somos



6

**El emprendimiento,
una salida de
la pobreza**



10

**El perfil del
microempresario
vulnerable**

Perfil de los
empresarios
Los negocios



19

**Retos a los que
están expuestos**

Carencias de ingresos
en los hogares
Como el negocio
contribuye a los
ingresos del hogar
Carencias sociales
Pobreza digital
Riesgos del cambio
climático
Salud financiera: el
desafío de acumular
capital



43

**Soluciones
financieras:
brindamos
oportunidades**

Vivienda y saneamiento
Educación
Salud
Resiliencia climática
Sostenibilidad
ambiental
Conectividad y
alfabetización digital
Formación
Los seguros para
protección
Gobierno corporativo
Cumplimiento
**Gestión integral
de riesgos**
Talento humano



61

**Impacto
en los hogares**

El progreso de sus
negocios
Bienestar
Salud financiera

Las personas que viven en situación de pobreza hacen constantes malabarismos para gestionar sus finanzas, debido a una serie de riesgos y crisis en su vida diaria. Además, la pandemia, la crisis alimentaria, los efectos del cambio climático, entre otros, han aumentado sustancialmente estos riesgos, contribuyendo a un aumento de la pobreza y la desigualdad a nivel global.

Para un progreso sostenible, las entidades de la FMBBVA brindan servicios financieros a emprendedores para que a través de sus pequeños negocios, generen ingresos y a su vez, vayan afianzando un capital que les permita gestionar sus riesgos y acumular activos para que puedan salir de la pobreza. Estas intervenciones permiten además mitigar el impacto de los imprevistos, suavizar sus patrones de consumo y en muchos de los casos, permiten el ahorro de excedentes.

En un entorno de incertidumbre y precariedad, el proporcionar soluciones financieras accesibles, oportunas y útiles permiten que los hogares puedan mejorar significativamente su calidad de vida y bienestar. Las inversiones en el negocio, la salud, vivienda, educación, así como la creciente adopción de tecnología, contribuyen a mejorar las distintas dimensiones que condicionan los niveles de vida de estos hogares. Las microfinanzas se convierten en un instrumento fundamental para generar desarrollo inclusivo y sostenible.



Quiénes somos

BBVA constituyó la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) en 2007, dentro de su marco de responsabilidad social corporativa, con el propósito de promover el desarrollo económico y social sostenible de personas vulnerables que desarrollan actividades productivas.

La FMBBVA impulsa desde entonces el progreso sostenible e inclusivo de numerosos hogares vulnerables en América Latina, promoviendo la disminución de la pobreza y la desigualdad, la generación de oportunidades y la reducción de las brechas, potenciando el desarrollo de pequeños negocios y mejorando la salud financiera de hogares vulnerables y su bienestar.

La FMBBVA promueve la reducción de la pobreza a través de la inclusión, fomenta la igualdad de género, y propicia el desarrollo económico, social y medioambiental.

Las entidades de la FMBBVA operan en Colombia, Perú, República Dominicana, Chile y Panamá, donde cuenta con cerca de 8.000 colaboradores que ofrecen productos y servicios financieros, educación financiera, formación empresarial y digital a tres millones de emprendedores.

En 2023, las entidades microfinancieras de la Fundación ofrecen una gama completa de productos y servicios financieros a 3 millones de personas y concedieron créditos a emprendedores por valor de EUR 1.450 millones

PRINCIPALES MAGNITUDES

Clientes
2.972.417 +4% TAM

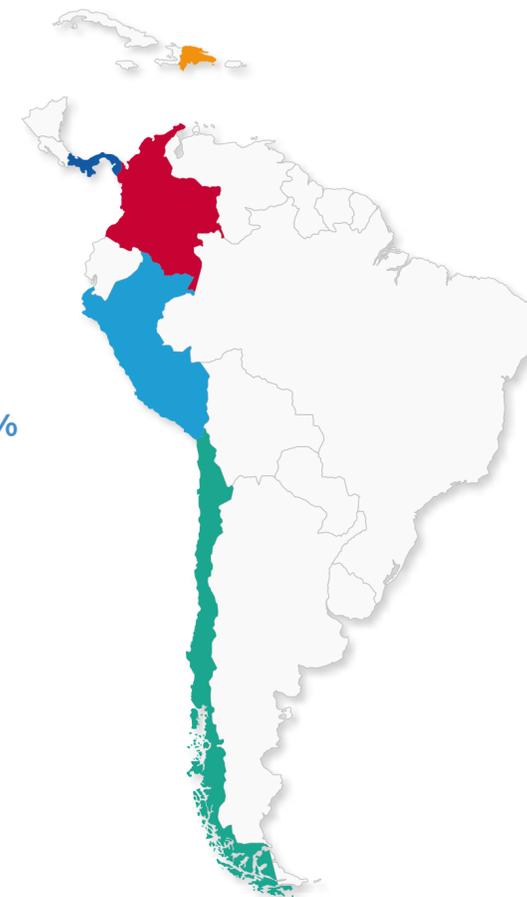
16%
República Dominicana
476.133 +8%

1%
Panamá
19.440 +6%

55%
Colombia
1.625.761 +3%

24%
Perú
724.610 +4%

4%
Chile
125.949 +4%



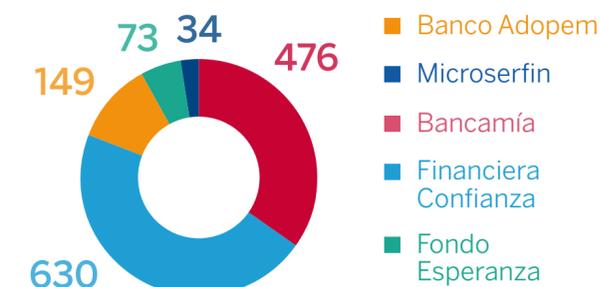
Cartera bruta
 USD **527.987.875** Mill.

Recursos clientes
 USD **784** Mill.

Monto desembolsado
 USD **1.571** Mill.

Crédito medio
 USD **1.343** Mill.

Cartera bruta por país (USM Mill.)



Empleados
7.723

Oficinas y puntos ligeros de atención
557

Corresponsales propios
3.402

Puntos transaccionales
111.526

MODELO DE FINANZAS PRODUCTIVAS



La actividad está centrada en el progreso sostenible de estos emprendedores y para ello, se propone entender la realidad donde desenvuelve sus actividades, lo cual es esencial para construir un modelo de productos y servicios que incremente la probabilidad de éxito de estos, permitiendo que la inclusión financiera sea permanente. Es esencial promover una inclusión financiera responsable que permita que cuando se tiene acceso al crédito se generen impactos positivos en el cliente, que se mantengan en el tiempo, con una mayor probabilidad de éxito.

El modelo está basado en las Finanzas Productivas (ver [Las Finanzas Productivas](#) para más detalle) que contribuyen a eliminar las barreras que condicionan a este segmento. Este modelo permite apoyar financieramente a los emprendedores para que generen excedentes económicos sostenibles en el tiempo, permitiéndoles mejorar su bienestar, así como el de sus familias y comunidades.

El modelo de finanzas productivas se basa así en reducir la brecha de ingresos con el desarrollo del negocio, la brecha social con inversión en bienestar y la salud financiera lo engloba todo, pues es lo que permite invertir y planificar a largo plazo. Todo esto, anclado en un modelo de sostenibilidad que evalúa todas las partes que interactúan (clientes, empleados, sociedad).

La Fundación impulsa una visión de sostenibilidad en su sentido más amplio, buscando generar impacto en sus grupos de interés, cuidando el medioambiente, 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 [Modelo de sostenibilidad: ASG](#)).

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

El emprendimiento, una salida de la pobreza

En América Latina, una de las características estructurales de su mercado laboral es la baja creación de empleo formal, que tiene particular impacto en la población más vulnerable pues se enfrentan a barreras adicionales para optar a mejores condiciones y desarrollo. Suelen contar con menores niveles de formación que hacen que, incluso cuando están dentro del mercado laboral, participen de este en condiciones precarias.

Alrededor del 22% de los ocupados en América Latina vive en situación de pobreza y el 7% se encuentra en situación de extrema pobreza, con más de seis de cada diez trabajadores en la economía informal. En muchos casos, pasan a la inactividad por estar en condiciones de pobreza en el mercado laboral.

Todo esto se refleja en una baja tasa de participación en el empleo que se ubica en 65% (74% entre los hombres y el 51% las mujeres), lo que supone una brecha de género de 23 puntos porcentuales. Las mujeres se enfrentan a mayores dificultades de acceso al mercado laboral, sobre todo entre comunidades más vulnerables, al asumir los costes del trabajo no remunerado dentro del hogar.

La creación de empleo entre 2014 y 2023 fue la más baja desde los años 50. En la última década, la ocupación creció un 1,2%, en comparación con un 3,2% en los 80. Durante la



pandemia, la creación de empleo cayó un 8,2% en 2020, la única caída registrada en los últimos setenta años¹.

La situación del empleo es precaria. Aproximadamente de los 56 millones de personas ocupadas en la región en la que Fundación BBVA trabaja (Colombia, Perú, Chile, República Dominicana y Panamá), un 50% se encuentra en empleos informales, un 20% vive en situación de pobreza, un 40% cuenta con ingresos laborales inferiores al salario mínimo y la mitad no cotiza en los sistemas de pensiones.

En todos estos países la pobreza laboral en 2021 era superior a la registrada antes de la pandemia. En todos los países se han ajustado con respecto al nivel máximo alcanzado en el segundo trimestre de 2020 pero los niveles actuales de pobreza siguen siendo superiores: en Perú la pobreza laboral promedio es un 4,6% superior a lo que era antes de la pandemia, seguida por Chile, donde es un 2,8% más alta que antes del COVID, Colombia un 2,3%, en Panamá un 2,4% y en República Dominicana un 1,4%.

Menor crecimiento y mayor inflación de los últimos años han impactado particularmente en la población con menores ingresos, ya que ha sido, además, acompañada de una menor generación de empleo

1. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Esta situación se agudiza en períodos de bajo crecimiento. En el *footprint*², la economía creció en 2023 apenas un 1%, mostrando una importante caída con respecto a 2022 donde creció un 4,8%. El menor crecimiento en 2023 fue impulsado por Perú (-0,3%), Chile (0,2%), y Colombia (1,1%), mientras que República Dominicana (2,5%) y Panamá (7,3%) mantuvieron un mayor ritmo de crecimiento.

Similar a lo ocurrido en el resto de la región en la que la Fundación desarrolla sus programas, la inflación se ubicó de media en un 5,3% en 2023, con una senda de convergencia a las metas, desde los máximos alcanzados en 2022 del 10,9%, siendo particularmente elevada la variación del componente de alimentos.

Esta combinación de menor crecimiento y mayor inflación de los últimos años ha impactado particularmente en la población con menores ingresos, ya que ha sido, además, acompañada de una menor generación de empleo. Además, cada vez más la creación de empleo se realiza en el sector informal.

En 2020, durante la pandemia, la creación de empleo cayó 8%. Desde entonces, dos tercios de los puestos de trabajo creados en los siguientes dos años fueron informales, especialmente entre mujeres y población desfavorecida que no tiene otra alternativa.

2. Colombia, Perú, Chile, República Dominicana y Panamá.

Una importante parte de los trabajadores informales están ocupados por cuenta ajena y al no estar su dependencia laboral reconocida por su empleador, no cuentan con cotizaciones de salud ni ninguna otra garantía social. Otros trabajadores informales son empleadores y trabajadores por cuenta propia, o familiares no remunerados de estos.

La informalidad tiene como consecuencia la desprotección de los trabajadores en la sombra, baja remuneración y baja productividad, competencia desleal, evasión de la ley y de impuestos.

Esta es una de las causas estructurales por la que América Latina y el Caribe sigue estando entre las regiones con los índices de pobreza más altos del mundo. En la región, más de 35 millones de personas no cuentan con ingresos suficientes para cubrir sus necesidades básicas y, entre ellas, un 30% no tiene ingresos para adquirir una canasta básica de alimentos.

Todo ello, hace de América Latina la región de mayores desigualdades, que conlleva un menor crecimiento económico y un freno a la reducción de la pobreza, con una disminución de la movilidad social, y en cambio una transmisión intergeneracional de la pobreza y la exclusión aumentando el riesgo de malestar e inestabilidad política.

La desigualdad de empleo y la desigualdad de oportunidades están estrechamente relacionadas. Entre la población más vulnerable, la iniciativa individual y el desarrollo de emprendimientos son una opción para poder salir de la pobreza.



La informalidad tiene como consecuencia la desprotección de los trabajadores y es un obstáculo para su progreso

Sin embargo, se enfrentan a barreras para el acceso al financiamiento, así como los complejos trámites para acceder al mercado y la falta de apoyo a la innovación, que impiden el desarrollo pleno del potencial de estos emprendedores.

En la región casi un tercio de los adultos no poseen acceso al sistema financiero, alrededor de 150 millones de personas, la mayoría población de bajos ingresos, a menudo los mismos que trabajan de forma informal. Es allí donde actúa la Fundación Microfinanzas BBVA que ha apoyado a más de 6 millones de adultos en el desarrollo de sus pequeños emprendimientos y, con el tiempo, han mejorando sus niveles de ingresos y se han formalizado, generando empleos para terceros.

El incremento del desempleo y la mayor desigualdad en los últimos años obligan a desarrollar actividades de autoempleo con pequeños emprendimientos que permitan salir de una situación de pobreza. El diseño de políticas públicas para la inclusión y participación son un elemento central para romper con las desigualdades derivadas de la informalidad.

Todo esto es especialmente relevante para las mujeres, donde las brechas de desigualdad son más amplias, así como la brecha de desempleo, pobreza e informalidad. De allí la apuesta por el empoderamiento de la mujer, una línea estratégica de la Fundación Microfinanzas BBVA. Para más detalle, ver Empoderamiento de la mujer.

3. International Labor Conference, CIT 2015b.

* Fuente: Estimación y cálculos propios, en base a The Global Findex Database 2021 World BankGroup

EN LOS PAÍSES DONDE ESTÁ LA FMBBVA

Pobreza

35

Millones de personas en los países en los que operamos

28% vive en condiciones de **pobreza monetaria**

Desempleo

28%

Tasa de desempleo en nuestro *footprint*



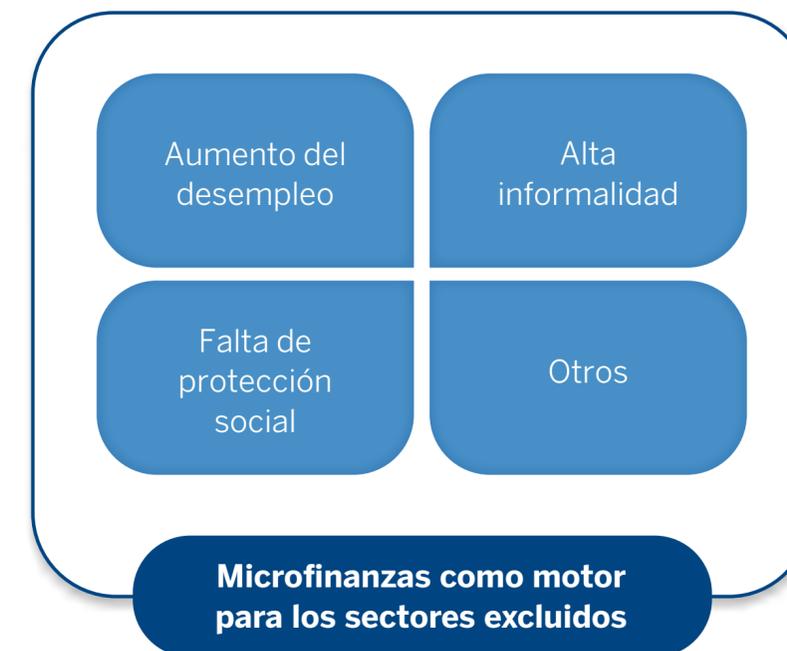
Financiación

37%

Adultos excluidos del sistema financiero en los países en los que estamos presentes

Personas que requieren capital para poder invertir y hacer crecer sus negocios

La creación de microempresas como motor social



Las recientes crisis, especialmente la COVID-19 han puesto de manifiesto que las micro y pequeñas empresas (MIPYMES) son la red que impulsa una economía más resiliente y sólida, así como un empleo más productivo y trabajo decente. Además, ayudan a reducir la pobreza y la desigualdad³.

El empleo independiente constituye una inserción laboral muy relevante en los mercados, donde el autoempleo resulta más importante que el empleo por cuenta ajena. El grueso son trabajadores independientes por cuenta propia no profesionales. Por ejemplo, mientras que en Estados Unidos

solo un 6% de los trabajadores se desempeña de manera independiente, en los países en desarrollo concentran alrededor del 60% del empleo total.

Las MIPYMES son la red que impulsa una economía más resiliente, sólida, y crean empleo productivo y decente

No es un camino tradicional y muchos prefieren la seguridad de un salario a fin de mes que las dificultades que presenta un negocio incipiente. Pero también cada vez es más necesario, en un entorno de carencia, ya que brinda libertad, flexibilidad y, lo más importante, ingresos para los hogares. Así, la mayoría de estos emprendedores, viven y trabajan en la economía informal por necesidad y no por elección. Sin embargo, estas empresas son extremadamente vulnerables a las crisis externas y a los pobres entornos empresariales.

Es necesario mirar más allá de salvaguardar empleos y medios de subsistencia para fijar la mirada en un desafío más profundo: mejorarlos. Este desafío social está en el centro de la misión de la Fundación: promover el progreso sostenible de hogares en vulnerabilidad. Por eso, proponemos entender la realidad donde desenvuelve sus actividades y el mercado laboral al cual tienen acceso estos segmentos, lo cual es esencial para construir un modelo de productos y servicios que incremente la probabilidad de éxito de estos, permitiendo que la inclusión financiera sea permanente.

Nuestro modelo se basa así en tres dimensiones, todo esto, anclado en un modelo de sostenibilidad que evalúa todas las partes que interactúan (clientes, empleados, gobierno).

DIMENSIONES DE IMPACTO

BRECHA DE INGRESOS

Desarrollo de negocios

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

BRECHA SOCIAL

Bienestar

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**.

Salud financiera

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).

Para incrementar la probabilidad de éxito de estos hogares, se ha definido un marco de impacto que aspira a reducir las brechas de ingresos, social con la ayuda de la adecuada salud financiera

El perfil del microemprendedor vulnerable

En 2023, las cinco entidades que forman parte del Grupo Fundación Microfinanzas BBVA (el Grupo FMBBVA o GFMBBVA) acompañaron a 2,9 millones de personas de bajos ingresos, la mayoría de las cuales obtuvieron un microcrédito para emprender, con el objetivo de conseguir o aumentar los ingresos de sus negocios.

En 2023, 517 mil emprendedores renovaron su crédito y además, se atendieron a 280.000 nuevos emprendedores. A pesar de encontrarse ante una coyuntura difícil y muy distinta dependiendo de cada país, las entidades de la Fundación continúan atendiendo a emprendedores más vulnerables⁴.

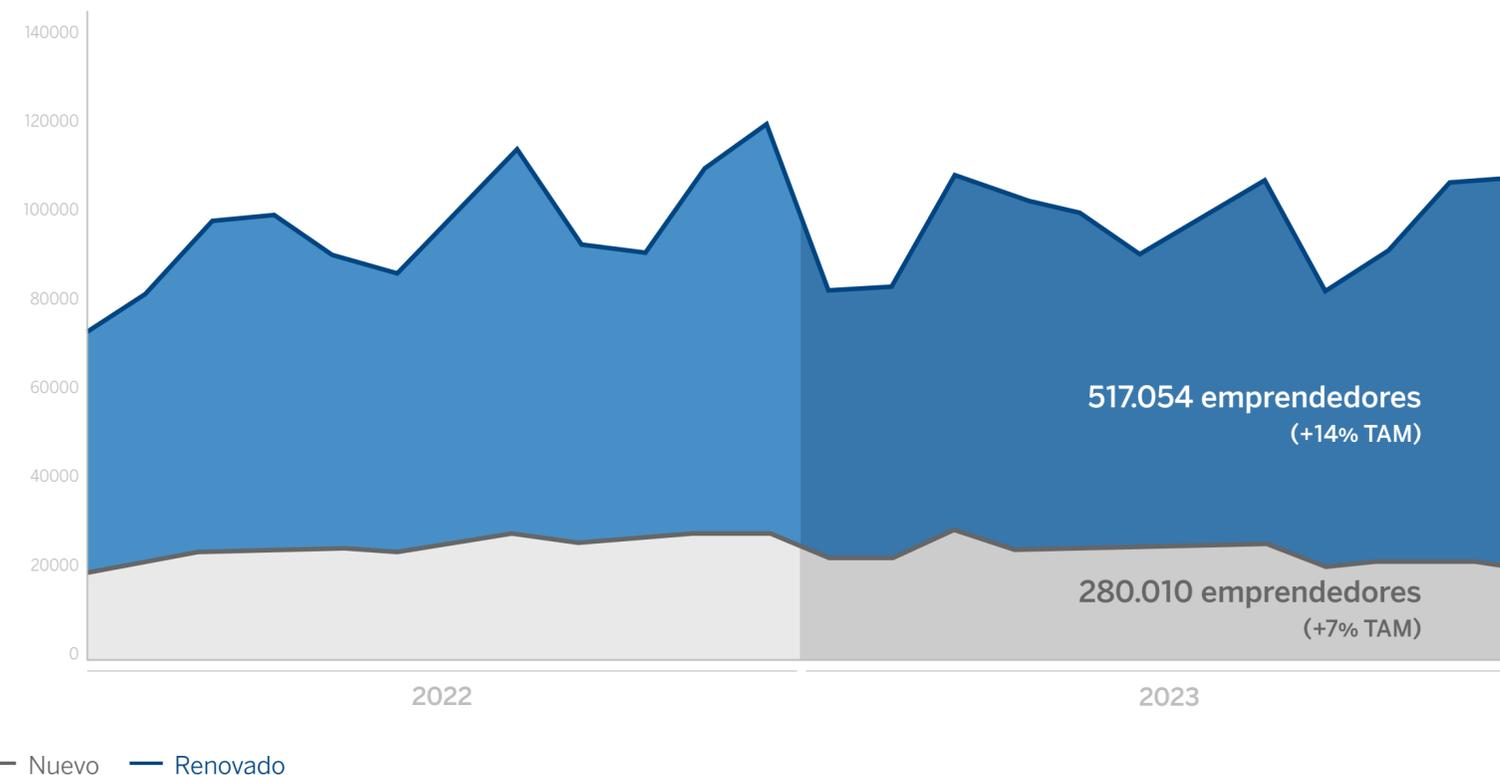
1 Clientes totales por tipo de producto

Total clientes a cierre de cada año



2 Emprendedores atendidos en cada fecha

Emprendedores con crédito, nuevos y renovados



4. No se observan cambios significativos respecto a 2022.

G.1. Emprendedores vigentes a 31.12.2023. Bancamía, Financiera Confianza y Banco Adopem son entidades reguladas, con licencia para ofrecer productos de ahorro.

G.2. Se muestran emprendedores que contratan un nuevo crédito y aquellos que lo renuevan, en cada fecha de observación. El total es la suma anual. TAM: tasa de crecimiento anual, respecto a 2022.

Perfil de los emprendedores

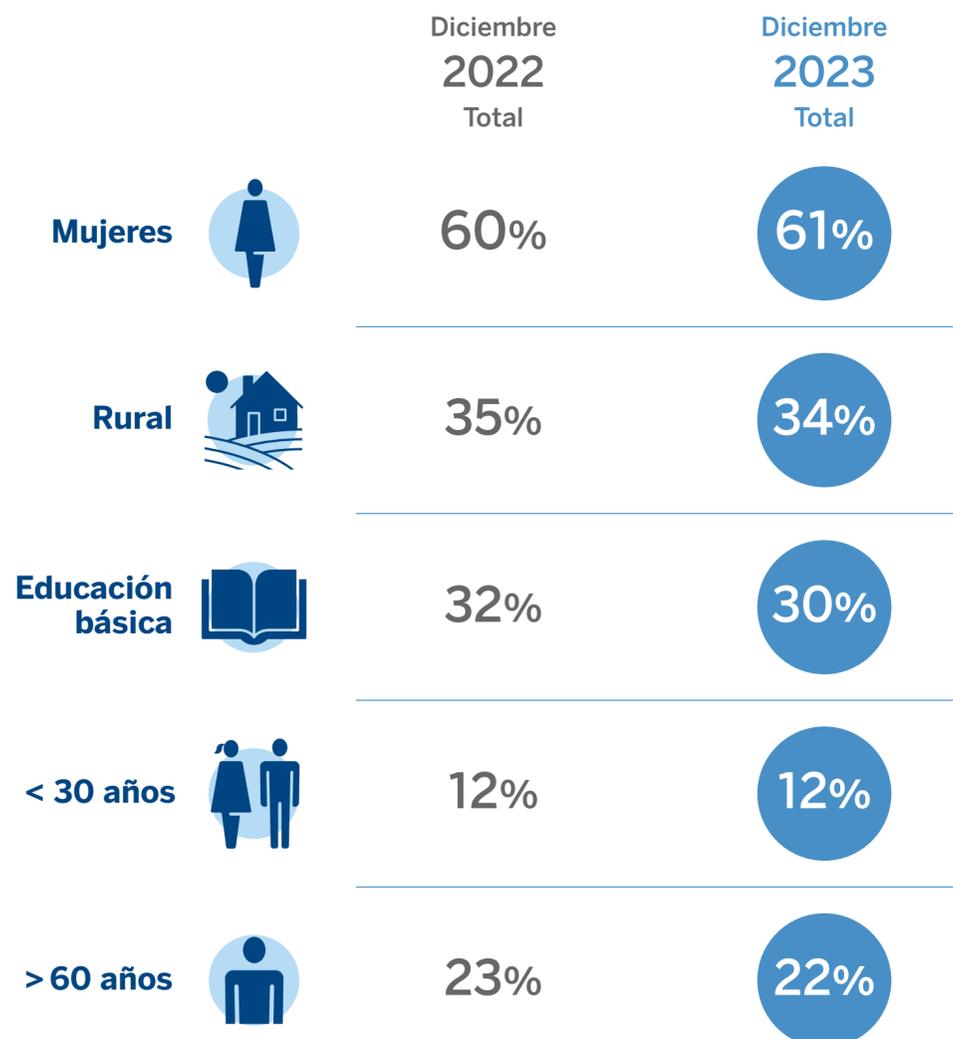
Las mujeres, las personas con bajo nivel educativo y los jóvenes han sido las poblaciones más atendidas. Esto se debe en parte a una brecha de acceso al mercado laboral que dificulta el acceso al sistema financiero.

La mayoría de los que emprenden y solicitan un crédito en nuestras entidades son mujeres (un 61% del total) y se encuentran en entorno peri-urbano (65%), en las afueras de la ciudad, en barrios más vulnerables; y los rurales, si bien son menos representativos, lo son por su intensidad, ya que presentan mayor pobreza económica respecto a las zonas urbanas.

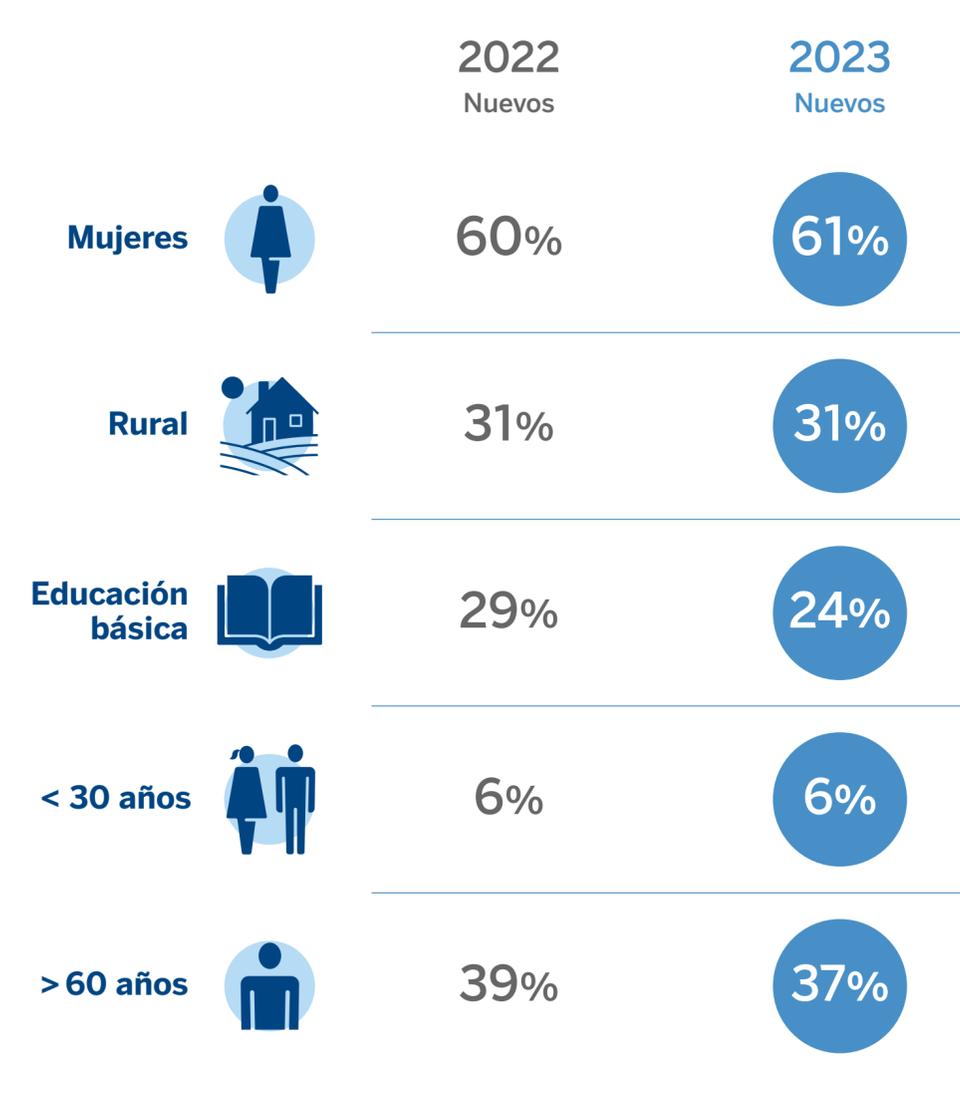
Las brechas de género hacen que las mujeres emprendan teniendo en cuenta su doble rol como proveedoras de ingresos como de cuidados y tareas domésticas. Esto hace que estén sobrerrepresentadas en los emprendimientos de menor escala y en sectores de baja productividad como el comercio. De hecho, el 64% de las nuevas emprendedoras atendidas por nuestras entidades están solas con dependientes a cargo lo que supone una importante limitación a la hora de emprender.

La mayoría de los emprendedores son mujeres

3 Vulnerabilidad social del total de emprendedores



4 Vulnerabilidad social de los nuevos emprendedores

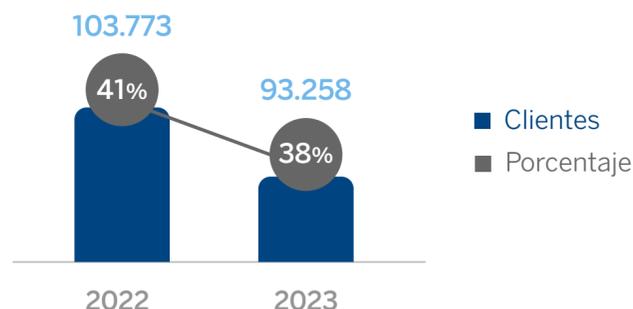


5 Emprendedores bancarizados

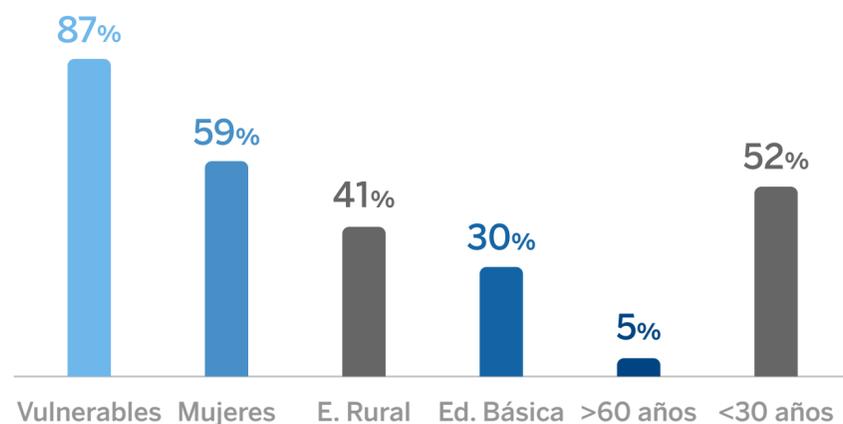
Emprendedores de crédito que entran al sistema financiero formal por primera vez



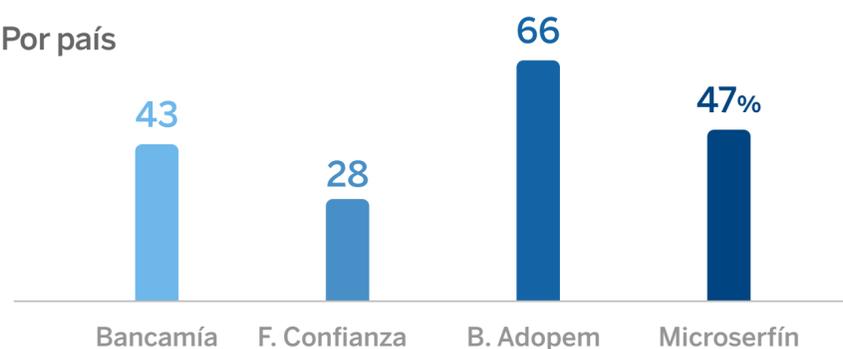
38% emprendedores nuevos
93.258 emprendedores



Perfil



Por país



Se mantiene la proporción de jóvenes, que encuentran en el emprendimiento mejores salidas profesionales, o quizá la única salida. Esto explica también porqué el nivel educativo de los emprendedores ha aumentado ya que las nuevas generaciones se han beneficiado de mejores planes de formación a nivel nacional.

Muchos de los que pertenecen a estos segmentos son precisamente los que están excluidos del sistema financiero formal o no hacen uso pleno del mismo⁵. Así, un 38% de los emprendedores entra por primera vez al sistema financiero, el 41% de los cuales se encuentra en zonas rurales y la mitad son personas jóvenes.

Asimismo, es crucial apoyar la población migrante, desplazada y refugiada que resulta particularmente relevante en los países de América Latina, especialmente por la acogida de migrantes venezolanos.

En ese sentido, a través del crédito y del ahorro, se ha llegado a atender a más de 17.000 emprendedores, contribuyendo a la vez a la promoción del trabajo decente y su crecimiento económico. También se atiende a poblaciones en zonas afectadas por la violencia y pobreza, como es el caso de Empropaz en Colombia. Para más detalle, ver Migrantes.



17.951

Migrantes y refugiados

(Colombia, Perú, Chile y Panamá)



172.094

Personas en zona "EMPROPAZ"

(Colombia)

⁵. En muchos casos, ellos mismos terminan saliendo del sistema financiero formal de nuevo.

G.5. Ciudadanos que entran por primera vez al sistema financiero formal. Datos para Colombia, Perú, República Dominicana y Panamá.

Sandra Beltrán*Entre hilos y telas se cose inclusión y progreso*

En el sur de Bogotá, una ciudad de más de 10 millones de personas, se cose una historia de valentía, empeño y coraje de una madre cabeza de hogar. Su nombre es Sandra Beltrán Barrera, una mujer de 54 años que se convierte en el rostro de una realidad que viven miles de colombianas, al salir adelante con un emprendimiento y 5 hijos a cargo.

Sandra nació en Bogotá en el núcleo de una familia con 4 hermanos, que salía adelante con recursos económicos limitados, en el barrio Alfonso López, situación que la llevó a avanzar en sus estudios solo hasta quinto de primaria. Pero la vida le trajo una tarea de mayor responsabilidad a sus 15 años, cuando quedó embarazada de su primera hija y asumió sola la responsabilidad de traer al mundo la criatura y ver cómo sobrevivían, pues el padre de la niña la abandonó. A los 3 años, él la buscó y le pidió una nueva oportunidad para tener un hogar. Ella, recordando el suyo, quiso tener uno así y le abrió las puertas de su casa para tener con él una familia.

Fue así como decidió reconstruir su hogar y tuvieron juntos 4 hijos más. Como ella dice: su bendición desde que volvieron a vivir. Su historia está llena de esfuerzos y sacrificios y, a la vez, de muchas recompensas, como lo son sus cinco hijos, a quienes describe “como la fuente de amor y alegría en mi vida”. En especial, sus dos hijas menores, quienes nacieron con una discapacidad cognitiva, que no ha sido impedimento para salir adelante.

Todo parecía ir bien hasta que, a sus 36 años, con sus cinco hijos y una separación a cuestas, tomó la difícil decisión de irse a vivir sola en el barrio Acapulco, en la localidad de Ciudad Bolívar, un sector afectado por distintos fenómenos de violencia y pobreza. Desde allí, se propuso salir adelante, dejando atrás una amarga experiencia de maltrato. Ya había sido capaz de emprender con un puesto de comidas rápidas en las calles de su antiguo barrio, ahora iba a buscar el sustento de su familia. Encontró un empleo como cocinera de la Universidad Distrital para preparar alimentos y servirles a los estudiantes. Le ayudó mucho tener este empleo para brindarle calidad de vida a su familia, sin embargo, la vida también la enfrentó a un reto mayor: sus dos hijas menores, quienes nacieron con discapacidad cognitiva y no eran admitidas en las instituciones educativas por su condición especial.

Sandra no se rindió, encontró una escuela pública que les brindaba estudio, alimentación y acompañamiento terapéutico para que pudieran estar en un ambiente escolar mientras ella trabajaba.

Cuando sus hijas, Laura y Jenny, terminaron de cursar su formación, Sandra les consiguió una persona que las cuidara mientras ella continuaba en su empleo, pues sus hijos mayores fueron creciendo y organizando sus vidas con sus parejas. Un día, Sandra sintió que debía estar al lado de sus pequeñas, así que tomó una decisión valiente de las que ya sabía tomar: Emprender en su casa con una nueva actividad.

La oportunidad se presentó cuando en la iglesia cristiana a la que asiste, una mujer le ofreció trabajar con ella cosiendo ropa para vender en 'El Madrugón', un sector comercial del centro de la capital. Ella no lo dudó, por el contrario, lo vio como el milagro que Dios le enviaba para estar al lado de sus hijas. Fue así como con tijeras, retazos y metro inició su aventura de aprender a coser chaquetas.

De esta forma, sobrellevaba su vida hasta que llegó la pandemia, una situación que le cambió todo su mundo. Ella, como el resto de la humanidad, se enfrentó a una situación inquietante y llena de zozobra, que la retó a innovar en su emprendimiento de la mano de otra amiga, quien le enseñó a confeccionar botiquines durante la emergencia sanitaria.

Como le fue tan bien, decidió independizarse y crear su propia marca para confeccionar ropa a su gusto, casi como ha confeccionado y armado toda su vida. Desde hace 3 años, creó la marca Confección y Bendición Sandy y, hace un año, tuvo acceso a su primer crédito formal por un valor de \$3.000.000 otorgado por Bancamía. Además, hizo parte del primer grupo de microempresarios que cursó el módulo de Educación Financiera 'Confianza pa' mi gente', el cual forma parte de la plataforma digital 'Facilitamos su progreso', lo que le permitió recibir un certificado académico por parte del Banco y de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Este reconocimiento la convierte en una abanderada, al ser parte del primer grupo de emprendedores de Economía Popular que Bancamía gradúa, dando respaldo al programa de inclusión financiera del Gobierno Nacional, pensando no solamente en un proceso de bancarización, sino en un concepto amplio de SALUD FINANCIERA.

Esta relación con el Banco ha perdurado gracias al sentido humano, cercano y ameno de los asesores que la atendieron desde el primer día, quienes subieron hasta donde se encuentra su vivienda y le abrieron las puertas del sector financiero, pues las herramientas que compró, como la fileteadora, máquina plana y collarín hoy son el sustento de su hogar y la evolución de su microempresa. Su hija de 33 años se encarga



del control de calidad de las prendas y maletas confeccionadas, mientras que la menor maneja la máquina plana. Entre las tres mujeres de la casa y una confeccionista satélite, producen en promedio a la semana y, dependiendo de los pedidos de los clientes, 250 chaquetas infantiles o se enfocan en la producción de 800 a 900 maletas para carretera.

Sus productos los vende en 'El Madrugón' y con el voz a voz en el barrio Acapulco, en Ciudad Bolívar, donde vive desde hace 7 años en arriendo. Sus sueños se siguen entretejiendo con las nuevas líneas de ropa que planea lanzar y con la inspiración y compañía de Laura y Jenny, quienes son el ejemplo en vida de que todo es posible gracias a la constancia, el esfuerzo, la valentía de no quedarse quieta sino de salir al mundo a construir una historia hecha a mano, entre hilos y telas.

Los negocios

Muchos emprendedores poseen y operan múltiples negocios al mismo tiempo con el fin de diversificar sus riesgos: si un micronegocio va mal, el otro puede sostenerse económicamente.

A menudo operan en industrias que no requieren conocimientos o habilidades especializadas. Experimentan tipos de desafíos similares a los de los emprendedores más conocidos, sólo que a una escala diferente. Como resultado, además de tener múltiples actividades suelen elegir (sobre todo al inicio) actividades flexibles como el comercio al por menor. El microempresario es una empresa más pequeña y ágil que prioriza la flexibilidad ante el crecimiento.

Esto explica porque el **comercio al por menor** sigue siendo el sector predominante entre los clientes atendidos (el 41% del total) y es aquel donde los emprendedores son más vulnerables económicamente.

Emprendiendo buscando máxima flexibilidad

Son distribuidores de empresas grandes y pequeñas; aseguran que los bienes y servicios de otros lleguen a mercados que de otro modo serían difíciles de alcanzar. Debido a su tamaño, llegan a comunidades donde las grandes multinacionales no tienen entrada. Su micro-eficiencia les permite adaptarse a las necesidades locales, por ejemplo, con la entrega inmediata de productos. Esto, a su vez, puede ser un obstáculo para la escalabilidad del negocio, algo que la utilización de las tecnologías podría paliar.

Uno de cada tres comerciantes tiene una tienda de textil y de calzado, un tipo de negocio en el que predominan las mujeres (ver Empoderamiento de la mujer). Otro tercio se desarrolla en el ámbito de la alimentación, habitualmente en entornos urbanos. La venta ambulante (4,5%) y los talleres (3%), actividades minoritarias dentro del sector, y que están liderados por hombres.

La pequeña escala permite adaptarse rápidamente a los vaivenes del mercado (ej. diversificar producto), del contexto (ej. bloqueo de suministros) o de conocimiento (ej. tecnológico). A menudo, emprendedores que se inician en el sector comercial, migran, con el tiempo, a actividades más especializadas como el agropecuario o servicios⁶.

Los emprendedores buscan las actividades más resilientes, que puedan adaptarse al cambio, de allí que los comerciantes son los más representativos

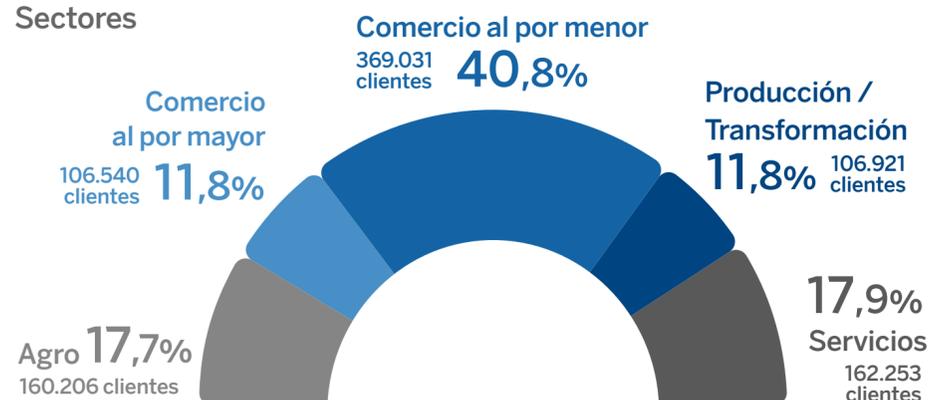
El sector **agropecuario** (ganaderos y pequeños cultivos) es el segundo más importante, desempeñado principalmente por hombres del entorno rural. La estacionalidad del campo deriva en ingresos no recurrentes y de promedio, el margen es del 33%, frente a otros sectores como servicios que obtiene el 39%. Necesitan un elevado nivel de activos productivos por lo que suelen tener un nivel de endeudamiento relativamente bajo en comparación con otros sectores como servicios.

6. El estudio de emprendimientos con más de 10 años de antigüedad evidencia esta tendencia.

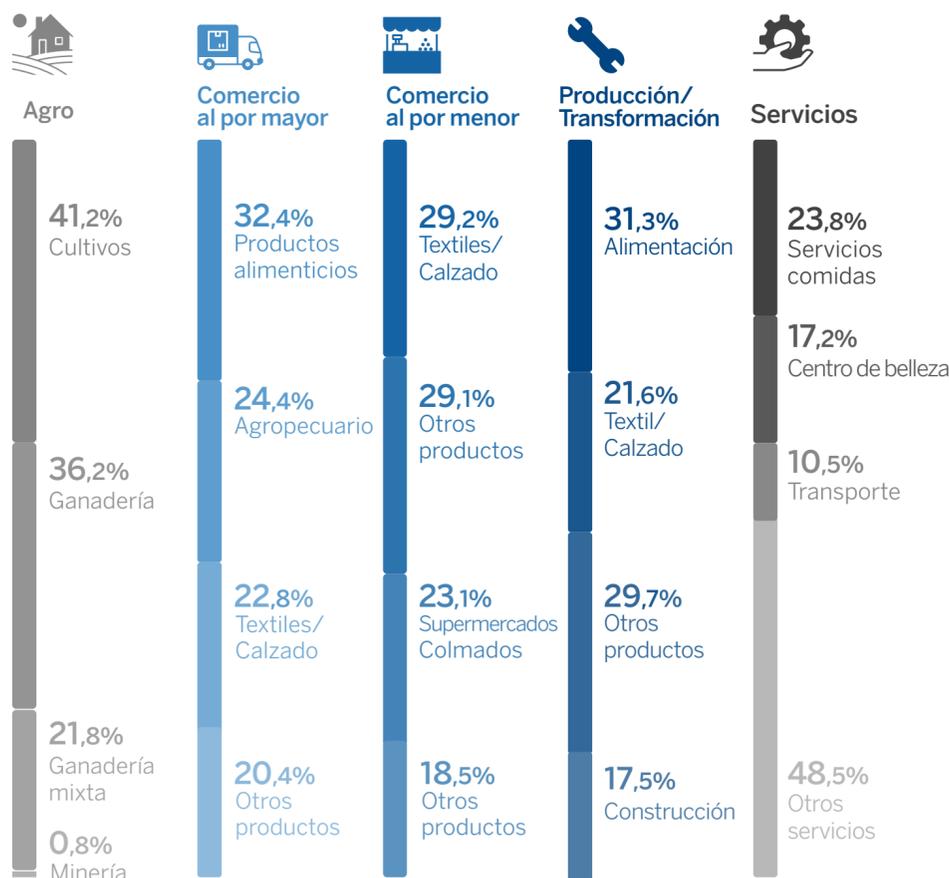
6 Tipos de actividad de los emprendedores

Total emprendedores de crédito

Sectores



Por actividades



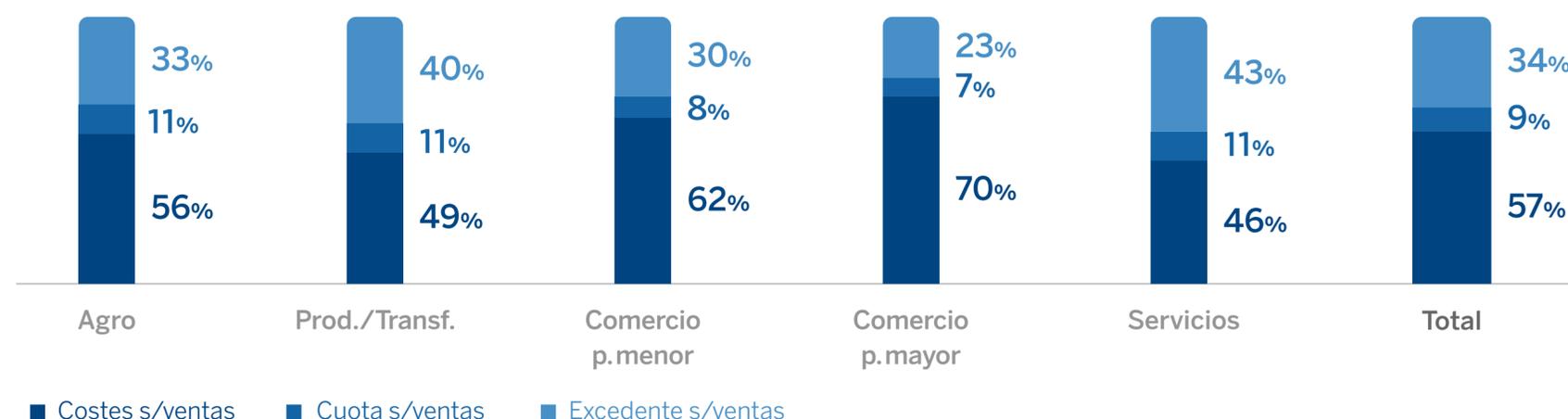
En tercer lugar, el sector **servicios** se recupera tras la pandemia, con los servicios de comidas al frente (24%), seguidos por peluquerías y centros de belleza (17%), estos últimos liderados por mujeres urbanas. El transporte de pasajeros o mercancías (16%) y la categoría otros servicios (19%), son desarrollados por hombres generalmente en el entorno urbano. Finalmente, hay algunos pocos que se dedican al sector inmobiliario, donde se concentra un perfil mayor (de 60 años) posiblemente por la comodidad de la gestión de este tipo de actividad para ellos. Finalmente, la asistencia sanitaria, menos representativa, va ganando peso con el tiempo, y es la elegida por los jóvenes, principalmente mujeres.

Habitualmente desarrollados por emprendedores menos vulnerables, suelen empezar con pequeños negocios y con el desarrollo de sus habilidades (no siempre son altamente técnicas) consiguen ofrecer servicios muy demandados. Por tanto, el sector servicios es el que tiene mayor capacidad de crecimiento.

En la **producción/transformación y comercio al por mayor** (que representan el 12% cada uno), la presencia de la mujer es mayoritaria en la industria ligada a la alimentación (ej. panaderías) y al ámbito del textil/calzado (ej. taller de costura), mientras que el hombre destaca en el ámbito de la construcción y en actividades de venta al por mayor del sector agropecuario.

7 Márgenes por sector

Total emprendedores de crédito



G. 6. Considera emprendedores vigentes a 31.12.2023. Se muestran las actividades más representativas..

G. 7. Considera emprendedores vigentes a 31.12.2023. Nota: Porcentajes de los costes, cuota y excedente sobre ventas medias de cada uno de los sectores. El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.

Alonso Pizarro

Emprender, un desafío



“Emprender es un desafío tremendo, es como un carrusel con momentos altos y bajos, pero no hay nada más lindo y satisfactorio que trabajar en algo que te gusta y que te hace vibrar día a día. Es agotador también, porque a veces es mucho trabajo, hay que estar pendiente 24/7. Pero uno aprende a organizarse y cuando el negocio empieza a dar sus frutos, la satisfacción es enorme.”

Alonso viene de una familia emprendedora, sus abuelos maternos tenían un parque de entretenimientos con el que se movían por Chile. Su abuela, ya viuda, se instaló con el negocio en Caldera, en la región de Atacama, donde Alonso y sus dos hermanas ayudaban durante sus vacaciones. Aun cuando trabajaba mucha gente en el parque, tiene el recuerdo de su abuela haciendo de todo: pelando sacos de papas para la venta de papas fritas, cortando boletos, revisando los juegos, cerrando el parque a las 3 de la mañana. Esos recuerdos son su inspiración

Estudió administración de hoteles y restaurantes, donde se fascinó con el mundo del vino. Luego se certificó como barista al trabajar como gerente en uno de los locales de una cadena de cafés. Para él, la cultura cafetera tiene mucha relación con la del vino en cuanto a que promueven el cuidado de los recursos y la sustentabilidad del planeta, eje de cada uno de los proyectos que ha abordado. “Tengo un gusto por los negocios verdes amigables. Mi idea es que todas las prácticas, tanto en la cocina como en la cafetería sean lo más amigable posible con el medio ambiente”. Con esa mirada, instaló el Café Laurenti en pleno centro de Ovalle, donde sus clientes encuentran productos orgánicos de alta calidad, todo fabricado en el local y aprovechando los recursos locales, porque “Ovalle es una zona agrícola donde encuentras excelentes frutas y verduras frescas durante todo el año. Así, por ejemplo, logramos que el pie de limón del Laurenti sea realmente intenso en sabor a limón”.

Tras la primera reunión de Fondo Esperanza, a la que llegó por recomendación de un amigo, supo que era una gran oportunidad para poner las primeras piedras de su emprendimiento. El primer crédito lo utilizó para la compra del horno con el que trabaja hasta el día de hoy. Dice que hace tiempo que necesita uno más grande, pero no ha querido abandonar al primer compañero de esta aventura.

Comenzó con la producción de pan en su casa y luego rollitos de canela y focaccia, todo de masa madre. Al principio los vendía en ferias de emprendedores. Con el éxito de sus productos comenzó a soñar con abrir una cafetería donde entregar una experiencia y servicio sorprendentes. Y los resultados están a la vista, con cuidados detalles en la producción visual de las tazas, la repostería, los letreros y la misma atención. Trabajan con él dos personas más, Claudia, quien cocina la repostería, y Fernanda como barista. Entre los tres se van rotando los turnos de atención a los clientes.

Destaca de su Banco Comunal, Renacer Positivamente, el apoyo entre ellos mismos a los emprendimientos de cada uno. “La mayoría somos emprendedores acá en el centro y nos vemos en el día. Cuando hago las compras para abastecer la cafetería elijo los locales o puestos en la feria de los compañeros de mi grupo. Llevamos bastantes años juntos y somos un grupo súper sólido”.

El siguiente paso es habilitar el patio de la cafetería como un vivero con muchas plantas y mesas para comer en el lugar y para que sea utilizado como cowork. También quiere experimentar con más productos salados, como pizzas y sándwiches.

Y el sueño o “proyecto final”, como dice Alonso, es un hospedaje en lo alto de los cerros con vistas al valle del Limarí y la ciudad de Ovalle, y cuyo restorán se abastezca de su propio huerto con productos recién sacados de la tierra, frescos y orgánicos.



Retos a los que están expuestos

En microempresedores vulnerables, la distinción tradicional entre las necesidades financieras de los consumidores y de las empresas se difumina, son un hogar-empresa, y las decisiones sobre su patrimonio se interrelacionan. Esto hace que las decisiones en materia de consumo y de producción estén interrelacionadas (hogar-empresa). En consecuencia, el progreso del hogar y del negocio en este segmento van de la mano. La medición de la **vulnerabilidad económica** es el pilar central, seguido de las **carencias sociales**, que

incluye el acceso a la atención sanitaria de calidad, vivienda y educación. A esto se une la **pobreza digital** y la del **riesgo** de impactos por el cambio **climático**.

Entender el punto de partida es clave para mejorar el bienestar del hogar, reducir imprevistos, poder invertir en la productividad del negocio y fomentar las transiciones a la economía formal. A ello habría que añadir otras prestaciones, por ejemplo, la protección de la maternidad y una pensión

de jubilación básica. Para ello se hacen necesarias ayudas públicas para ampliar la cobertura de los trabajadores informales, en su mayoría microempresarios autónomos, y crear un sistema integral de protección social más allá de los planes de salud o de pensiones. La evidencia de esta oferta de valor integral es que los emprendedores que atienden las entidades de la FMBBVA están dispuestos a contratarlo, impulsando la transición a un mayor bienestar (ver [Soluciones financieras](#)).

MARCO DE MEDICIÓN DE IMPACTO



Los hogares y los negocios de los microempresarios forman, a menudo, una unidad; de allí la importancia de trabajar en todas las dimensiones, a la vez

* La pobreza económica se mide en función de cuánto contribuye el negocio al hogar. Datos para la totalidad de clientes a 31.12.2023. Ver [Cómo el negocio contribuye al hogar](#).

La pobreza multidimensional se basa en encuestas realizadas en 2021; si bien estos datos se están recopilando de forma recurrente para toda la base de hogares. Datos para la totalidad de clientes, con una muestra representativa. Ver [Carencias sociales](#).

La pobreza digital se basa en encuestas realizadas en 2022. Datos para la totalidad de clientes, con una muestra representativa. Ver [Pobreza digital](#).

Los imprevistos económicos se calcularon en base a una encuesta realizada en 2023, con una muestra representativa. Ver [Carencias de ingresos](#).

Se miden los imprevistos climáticos si bien la metodología no se ha extendido a todos los países. Ver [Riesgos del cambio climático](#).

Carencias de ingresos en los hogares

Para los emprendedores, el negocio representa una parte importante de los ingresos del hogar. El emprendimiento suele estar complementado con otros salarios o negocios y, en menor medida, con pensiones, remesas u otras ayudas. Así preocupa, por un lado, el bajo nivel de ingresos y por otro, la dificultad para poder sostener, por pequeño que sea, este nivel de ingresos o uno superior en el tiempo.



61%

clientes su negocio es la principal fuente de ingresos del hogar⁹



44%

clientes tiene ingresos inestables



90%

clientes cubren gastos mensuales

La mayoría de los hogares gestiona bien sus ingresos a la hora de cubrir los gastos del hogar, pero los ingresos son inestables para uno de cada dos hogares

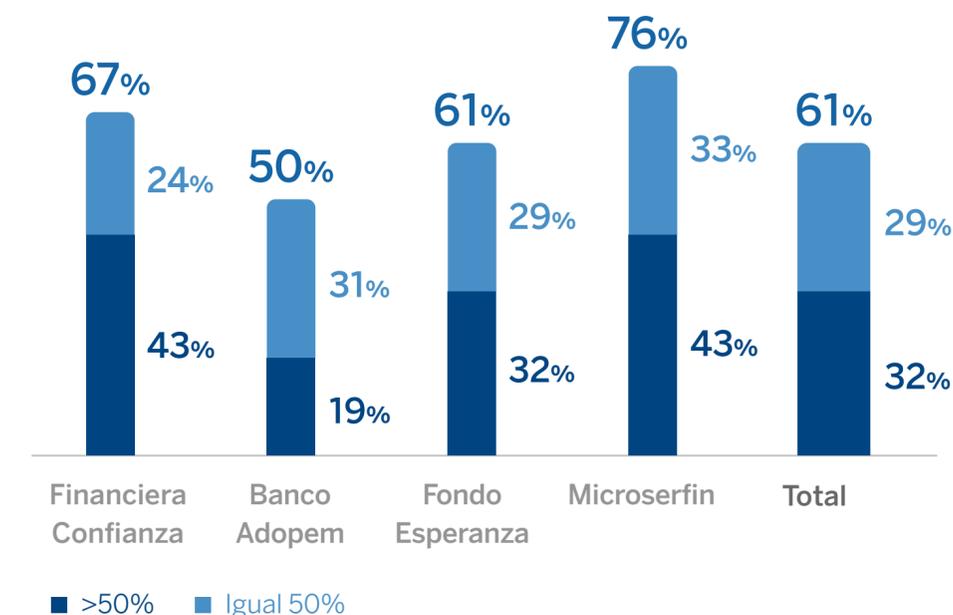
El 44% de los hogares tienen ingresos inestables, es decir, que ganan la mayor parte de los ingresos en un máximo de 9 meses del año (de hecho, un 18% gana la mayor parte de los ingresos del año durante 3-4 meses).

Si bien los ingresos son pequeños e inestables, la mayoría de los hogares (90%) dice poder cubrir sus gastos, con un 76% que dice gastar incluso mucho menos de lo que ingresa. De hecho, si se les pregunta sobre cómo gestionan los gastos bajo estrés financiero (los meses que menos dinero ganan) sólo un 5% no puede cubrir gastos.

Parece que nuestros emprendedores son buenos gestionando el día a día, y cumplen así con un nivel básico de salud financiera. No obstante, sólo un 35% es capaz de cubrir todos los gastos los meses de menos ingresos, indicando cierto grado de vulnerabilidad porque si surgen imprevistos con frecuencia, y con un tamaño relevante, las finanzas del hogar se verán muy comprometidas.

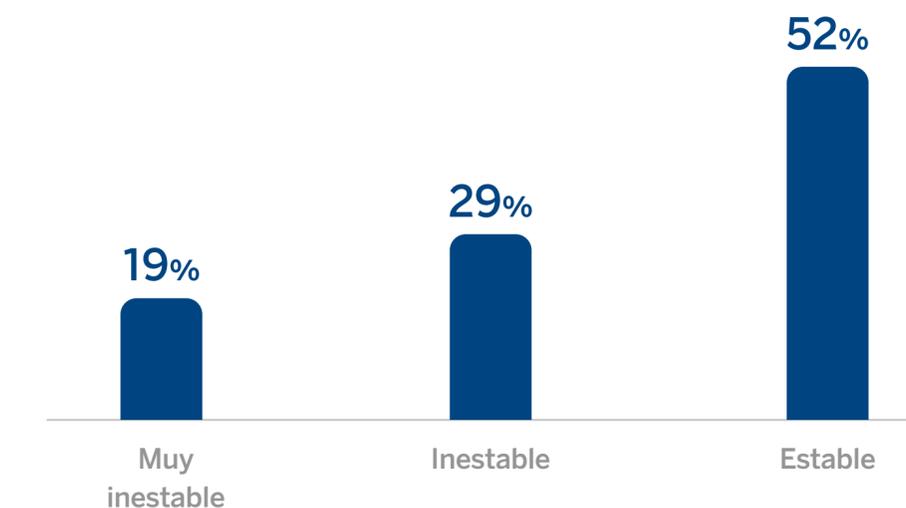
8 Negocio como principal fuente de ingresos

Total emprendedores encuestados



9 Inestabilidad de ingresos del hogar

Total emprendedores encuestados



G. 8. Una fuente de ingresos se considera principal cuando el negocio aporta la mitad o más de la mitad de los ingresos del hogar.

G. 9. "Los ingresos en mi hogar son...": 0. Ingresos muy inestables: en 4 meses del año. 1. Ingresos inestables: en 9 meses del año. 2. Ingresos estables: en más de 10 meses del año.

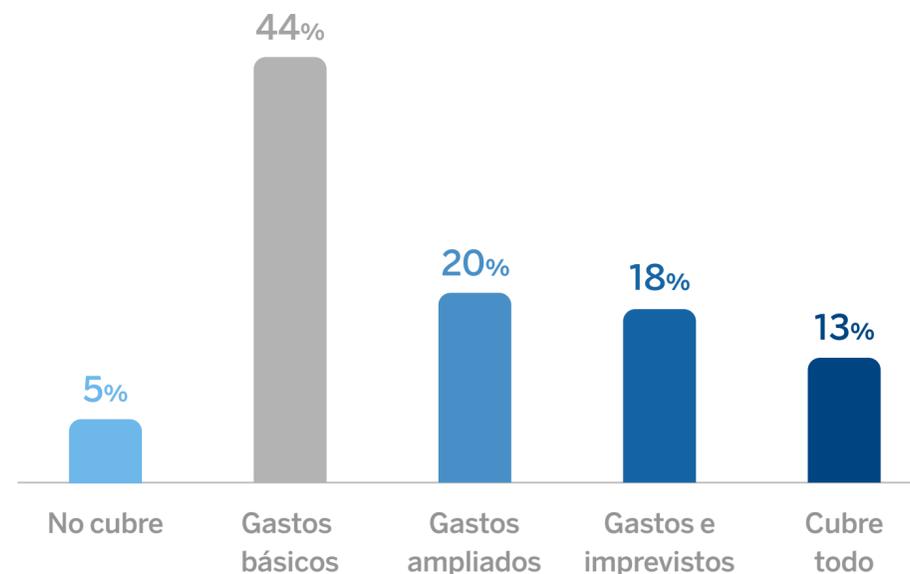
La inestabilidad y escasez de ingresos son un buen reflejo del grado de vulnerabilidad que enfrentan los hogares que atendemos

Al combinar ambas dimensiones (ingresos vs. gastos), un 25% son emprendedores “estables” porque tienen ingresos estables y cubren todos los gastos. Un 24% se encuentra en una situación precaria puesto que tienen ingresos inestables y sólo cubren gastos básicos los peores meses. Sin embargo, el grupo más preocupante es el de los que no cubren gastos teniendo ingresos estables (un 22%), puesto que estos hogares enfrentan una situación de vulnerabilidad de manera recurrente.

Por perfil de cliente, existe mayor inestabilidad de ingresos y dificultad para cubrir gastos en momentos de estrés, entre los más pobres y los de edad intermedia (entre 30 y 60 años, con mayor probabilidad de tener hijos). También se observa mayor inestabilidad en los ingresos en el sector agrícola.

10 Cobertura de gastos

Total emprendedores encuestados

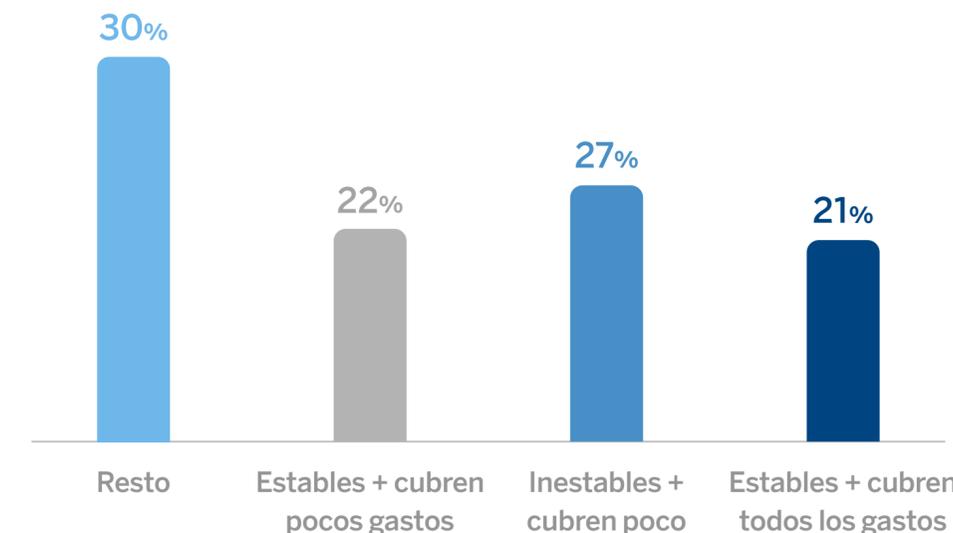


“Los meses que menos dinero gana el hogar, normalmente se pueden cubrir los gastos de...”

- No se cubren los gastos básicos del hogar.
- Gastos Básicos: alimentos, bebida, vivienda (alquiler, renta), servicios (energía, gas, agua).
- Gastos Básicos + gastos de educación, seguro de salud y telecomunicaciones.
- Gastos Básicos + gastos de educación, seguro de salud y telecomunicaciones + gastos puntuales del hogar (ropa y calzado, salud puntual, educación puntual, vivienda (reparaciones, mejoras,...), bienes del hogar,...).
- Todos los gastos del hogar (incluyendo entretenimiento, ocio, ..).

11 Capacidad de los hogares

Total emprendedores encuestados



G. 11. Parametría interna utilizando dos dimensiones: inestabilidad de ingresos y cobertura de gastos. **Cubren pocos gastos:** sólo cubren gastos básicos // **Inestables:** el grueso de los ingresos lo reciben en menos de 9 meses.

ENCUESTAS DE SALUD FINANCIERA *NOTA METODOLÓGICA*

La Fundación realiza encuestas anualmente para profundizar en el desempeño de sus emprendedores y complementar esa información con la que gestiona habitualmente. En vista de recientes acontecimientos (inflación, incertidumbre, etc.), nuestros emprendedores se enfrentan a ingresos inestables, gastos imprevistos, y la mayoría agotó sus ahorros o no mantiene ahorros para subsistir más de 3 meses. A lo largo de 2023 se realizó una evaluación de la salud financiera de los hogares de los emprendedores.

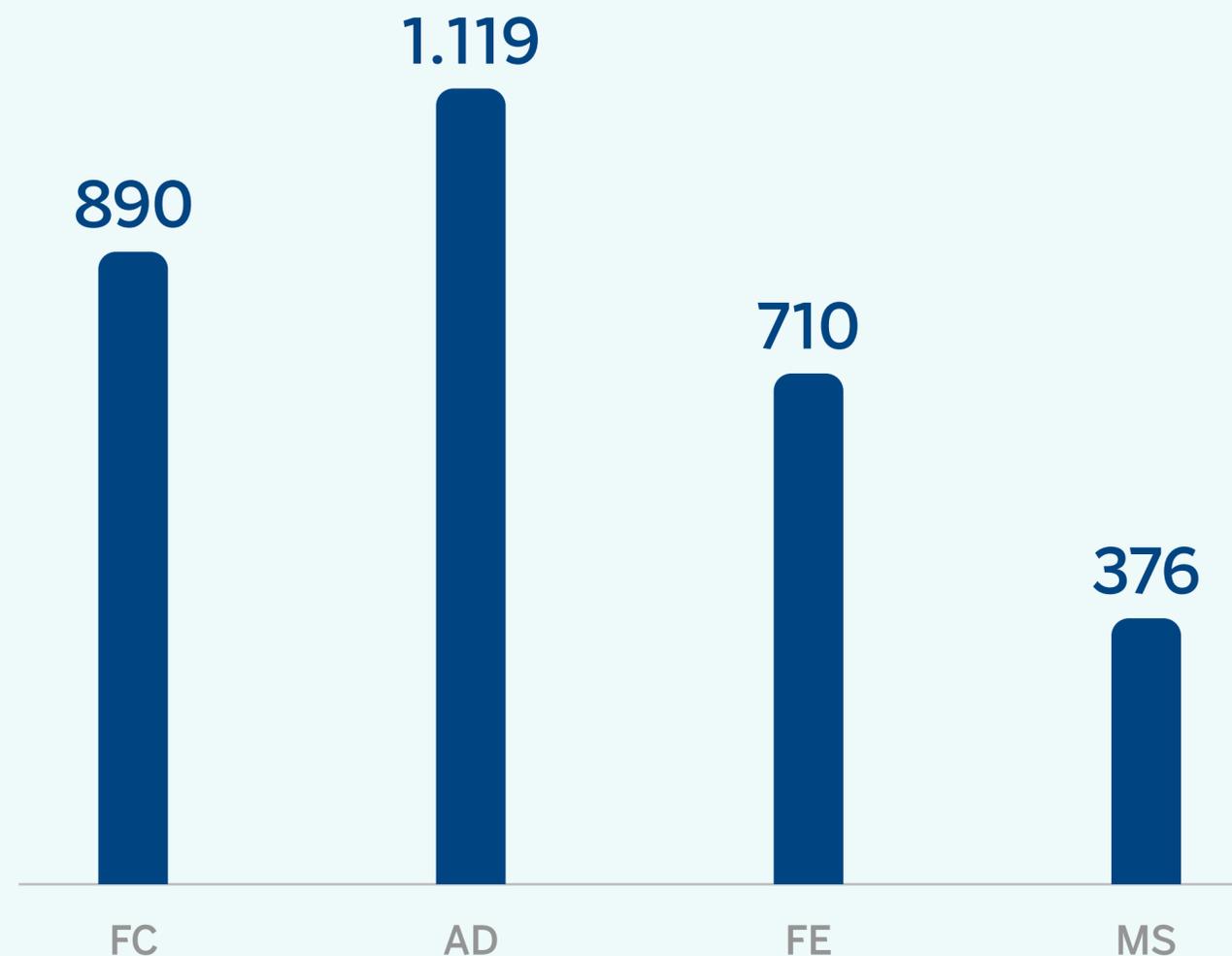
El objetivo del estudio es doble, (i) evaluar el nivel de salud financiera de los hogares y (ii) los recursos económicos que tienen o necesitan para afrontarlos. Esta información servirá para ayudar a diseñar una oferta que se ajuste a sus intereses y necesidades. Además, se pretenden desarrollar herramientas que ayuden a identificar qué clientes serían potenciales demandantes de dicha oferta.

Detalles del proyecto:

- Total de **3.177 encuestas**.
- Se realizaron a través de la red (asesores / oficiales de crédito) a lo largo de Sept-Oct 2023. En Chile es auto-aplicada (lo rellena el cliente).
- Representativa en perfil y cobertura nacional (representativa geográficamente). Se excluyen los clientes en mora, exclusivos de seguros y/o ahorro, empleados y clientes institucionales.
- Margen de error 3% / confianza 95%.

Encuestas por país

Número de emprendedores encuestados

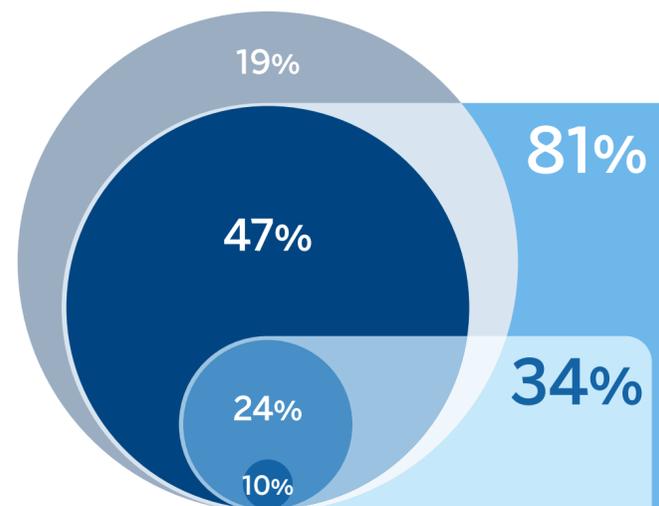


Cómo el negocio contribuye a los ingresos del hogar

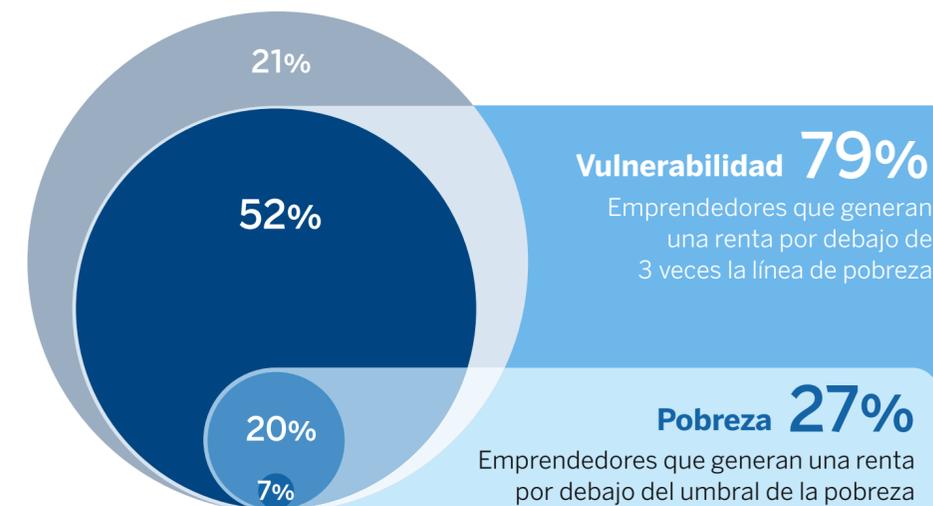
La medida de vulnerabilidad económica permite conocer el perfil de emprendedor que las entidades de la Fundación atienden. Esta medida es diferencial y nos permite evaluar el impacto y la profundidad de nuestra atención. En 2023 se incorporaron más de 280.000 nuevos emprendedores que solicitaron un crédito, de los cuales un 81% se encontraba en situación de vulnerabilidad (vulnerables, pobres y extremadamente pobres), y un 34% tenía una renta por debajo de la Línea de Pobreza (LP). Los emprendedores clasificados como pobres ganaban una media de USD 3,5 al día, mientras que los vulnerables obtenían USD 7,4.

12 Vulnerabilidad económica

280.010 
Nuevos emprendedores
de crédito



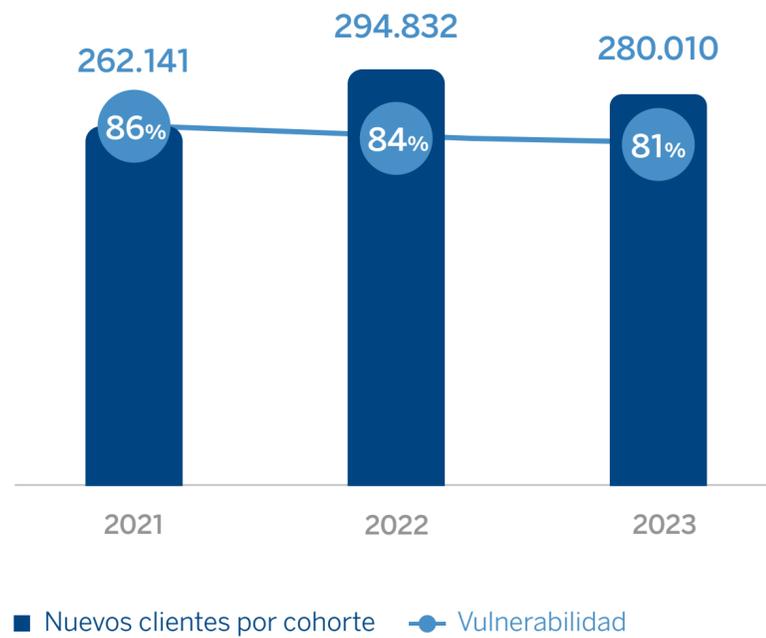
2.972.417 
Total emprendedores
de crédito



● Extr. pobres ● Pobres ● Vulnerables ● Otros

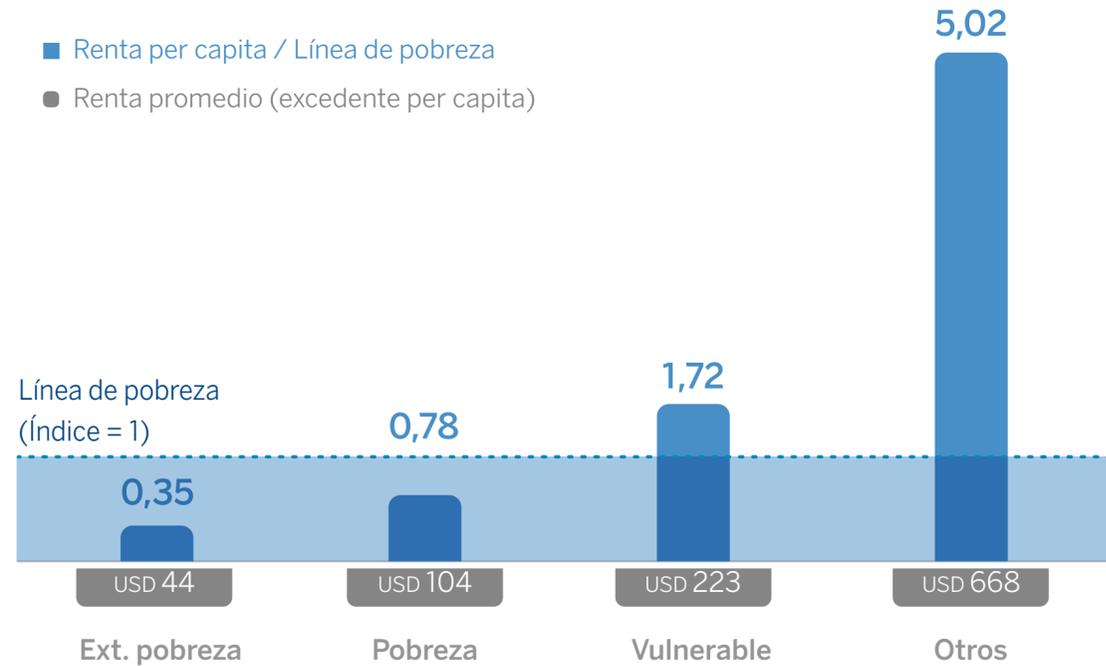
13 Compromiso con nuevos emprendedores

Nuevos emprendedores de crédito



14 Renta de los emprendedores

Nuevos emprendedores de crédito



G. 13. Considera la entrada de clientes durante el año (sin créditos anteriores). Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de tres veces la Línea de Pobreza oficial del país.

G. 14. De acuerdo con la Línea de Pobreza oficial de cada país.

CÓMO MEDIR LA VULNERABILIDAD ECONÓMICA

Analizamos la vulnerabilidad económica de los emprendedores en función de la contribución económica del negocio a sus hogares. La capacidad que sus microempresas tienen de generar excedentes para cada miembro del hogar, los excedentes per cápita o su renta, se analizan según el coste de una canasta básica de alimentos (Línea de Pobreza Extrema) y otra ampliada que incluye el coste de servicios básicos (Línea de Pobreza)⁷.

La metodología de cálculo de la LP en cada país se basa en unos preceptos comunes. Por tanto, la Línea de Pobreza es un referente nacional que permite relativizar la información, compararla entre países y evaluar el desempeño a lo largo del tiempo.

Clasificación de vulnerabilidad económica del Grupo FMBBVA:

- **Extremadamente pobres:** cuando el excedente que le queda a cada miembro del hogar (o renta) es inferior a la Línea de Pobreza Extrema de su país.
- **Pobres:** cuando su renta es superior a la Línea de Pobreza Extrema, pero inferior a la Línea de Pobreza de su país (representada por el coste de la canasta básica de alimentos, bienes y servicios básicos).

- **Vulnerables:** cuando su renta es superior a la Línea de Pobreza, pero inferior a tres veces la línea de pobreza correspondiente (para más detalle ver Nota metodológica).
- **Otros:** cuando su renta es superior a tres veces la Línea de Pobreza correspondiente.

Aunque esta clasificación es propia del Grupo, es comparable con los estándares que emplean organismos internacionales como las Naciones Unidas o el Banco Mundial.

Por otra parte, la renta relativa es el excedente del negocio dividido por cada miembro del hogar en relación a la Línea

de Pobreza (LP). Dicha renta mide la distancia respecto a la LP y, por tanto, nos permite observar cuán pobres son un conjunto de clientes, cuánto tienen que crecer sus negocios para superarla y si estarán más o menos en riesgo de volver a caer por debajo de ella. Este indicador también es una aproximación de la concentración de pobreza en cartera.

La renta relativa de los clientes vulnerables atendidos en 2023 fue de 1,7 veces la LP, distando mucho de la de los clientes clasificados como otros, que se situaba muy lejos de la Línea de Pobreza (5 veces la LP), por lo que su probabilidad de caer en la pobreza era mucho mayor.

15 Canasta básica por país

Línea de Pobreza Extrema según el instituto nacional de cada país



7. Estas Líneas de Pobreza son distintas dependiendo de si el entorno es rural o urbano en Colombia, Perú, República Dominicana y Panamá. En Chile se distinguen en función del tamaño del hogar.

G. 15. Se presenta la canasta básica alimentaria oficial de 2023 para cada país, actualizada a su vez con el IPC a cierre de 2023. En todos los países, excepto en Chile, esta canasta básica se segmenta por entorno (rural/urbano) y representa la Línea de Pobreza Extrema. En Chile, se calcula una canasta básica pero las Líneas de Pobreza se calculan con una nueva metodología en función del tamaño del hogar (de uno a diez miembros).

Carencias sociales: vivienda, educación, salud

Para lograr una visión más amplia de la pobreza es necesario ampliar el concepto de pobreza monetaria para ir a uno más estructural, evaluando las potenciales carencias con las que se enfrentan en sus hogares en vivienda, educación y salud.

Las personas que se encuentran en la pobreza generalmente la definen como una experiencia de privaciones simultáneas, en lugar de una mera falta de ingresos. Los Índices de Pobreza Multidimensional (IPM), basados en la metodología Alkire-Foster, pueden proporcionar un conocimiento más amplio de la naturaleza de la pobreza que complementa las medidas unidimensionales monetarias. Un IPM revela quién es pobre y de qué modo lo es, aportando información relevante para identificar qué personas se encuentran en la pobreza, así como los problemas que los mantienen en ella.

Con el **objetivo de contar con un estándar mínimo de vida** en los ámbitos de la vivienda, educación y salud para cada hogar de nuestros emprendedores en 2023 se está implementando la evaluación de las carencias de forma recurrente para toda la cartera de clientes. Se propone para ello:



- **Nueva evaluación no-financiera.** Se re-evalúan las preguntas no-financieras para incorporar las carencias creando un estándar corporativo y validado por Wise Responder (antes SOPHIA Oxford). Incluye en el ámbito familiar⁸, las dimensiones de vivienda (materiales de vivienda, hacinamiento y acceso a internet), salud (acceso o no a un sistema de cobertura salud médica) y nivel educativo (en base a criterios nacionales).
- **Recopilación datos gradual:** La evaluación se incorpora en el proceso de captura habitual (desembolso) y se actualiza cada 12 meses. Por precaución, se implementa de forma por fases, a distintos segmentos de clientes.
- **Metodología:** Se diseñará un nuevo índice, manteniendo la metodología Alkire-Foster⁹.

Esta información se recopila en el proceso de admisión o renovación de crédito de cada emprendedor y por tanto, se almacena en los sistemas de información del core bancario.

8. Evaluando condiciones relativas al conjunto del ámbito familiar (incl. cada miembro del hogar).

9. Esta se empleó en 2021 en el estudio de pobreza multidimensional para un grupo de clientes encuestados.

ESTATUS DE LA IMPLANTACIÓN DEL ÍNDICE DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL

Objetivo

Identificar las carencias regularmente

Evaluar y priorizar las carencias para facilitar una solución en función a la escala, intensidad y frecuencia de las mismas.

Segmentar los hogares

Seleccionar a cada hogar vulnerable a nivel nacional y en zonas concretas para dirigir la oferta de valor.

Seguimiento de la solución

Evaluar en el tiempo la reducción o ampliación de las carencias de cara a poder atenderlas.

Estatus

Colombia BANCAMÍA

Validando data de **50.406 hogares**

Perú FINANCIERA CONFIANZA

Data validada de **67.036 hogares.**
Construyendo metodología

Rep. Dominicana BANCO ADOPEM

Validando data de **26.926 hogares**

Chile FONDO ESPERANZA

Validando data de **16.676 hogares**

Panamá MICROSERFIN

Piloto (78 hogares) cerrado

TOTAL

Validando datos de 161.122 hogares

Se dispone de información de 161.000 hogares en Colombia, Perú, República Dominicana, y Chile; Panamá realizó el piloto en 2023 y lanzará la evaluación en 2024. Una vez la información esté validada, y se puedan medir las carencias a las que se enfrentan los hogares de cada cliente atendido, se podrá construir un estándar mínimo de vida en el país. En paralelo, las áreas de negocio siguen diseñando productos y servicios financieros que aborden las brechas de pobreza ya identificadas.

Esta información nos ayudará a diseñar una oferta de valor que permita a nuestros emprendedores superar esas carencias estructurales – a menudo asociadas a la ausencia de oferta de bienes y servicios –, y a cerrar esas brechas. Para más información ver Caso de estudio – Un estándar mínimo de vida.

La pobreza digital

La expansión en el uso de la tecnología digital de las últimas décadas se ha vuelto cada vez más esencial y necesaria, brindando nuevas oportunidades y beneficios sociales. Con la pandemia se aceleró la oferta de servicios y productos, tanto públicos como privados, aumentando las prestaciones con herramientas digitales. Sin embargo, también corre el riesgo de incrementar las desigualdades y exclusión, ya sea debido a problemas de acceso a los recursos físicos, por la ausencia de habilidades digitales o de recursos para explotar estas herramientas, y de falta de habilidades (ej. cada vez se realizan más trámites con el sector público, permite mejorar la comunicación con terceros, informarse más y mejor, o son eficaces canal de venta para pequeños emprendimientos).

La pobreza digital va más allá de la falta de dispositivos tecnológicos y conexión a internet, se manifiesta de varias formas y combinaciones de estas:

- **El acceso limitado a la tecnología**, véase la falta de dispositivos (computadoras, teléfonos) o limitado acceso a internet, sobre todo en zonas rurales y urbanas marginadas con infraestructura insuficiente para internet a alta velocidad.
- **Las escasas habilidades digitales** para utilizar la tecnología de manera efectiva pueden limitar las oportunidades de educación, empleo y participación cívica. Esto incluye habilidades básicas como navegar por Internet, enviar

correos electrónicos, usar programas de procesamiento de texto o participar en redes sociales.

- **Limitaciones económicas** que impidan la compra del dispositivo o de los costos asociados a servicios de internet, con la compra de un plan de datos o la instalación de una wifi.
- **Brecha digital que se convierte en brecha generacional** ya que los mayores pueden sentirse abrumados o excluidos por la rápida evolución de la tecnología.

La pobreza digital, que difiere por país, zonas y por perfil, puede contribuir a perpetuar el ciclo de pobreza y profundizar en brechas, como la de género, la rural o la generacional. Es decir, experiencias deficientes con la tecnología digital pueden contribuir a que se vuelvan pobres o experimenten más desventajas en el futuro. De hecho, debido a la incapacidad de aprovechar las oportunidades de ahorro de costos que se ofrecen el acceso en línea, puede empobrecer más a los pobres.

A la vez, la pobreza digital es dinámica: las personas pueden caer en ella a lo largo de su vida y puede prevenirse o abordarse mediante el mantenimiento de mecanismos y redes de apoyo adecuados. Por lo tanto, la inclusión digital ya no es algo deseable sino esencial.



La pobreza digital puede ser un amplificador de la pobreza económica o perpetuar el ciclo de pobreza

En ocasiones, las soluciones tradicionales, como llevar el internet por cable, no es factible en zonas remotas y se hacen necesarias medidas más innovadoras como alternativas inalámbricas satelitales, para llevar internet rápido a las áreas geográficamente más difíciles de alcanzar.

En los cinco países en los que la Fundación trabaja, la mayoría de los adultos tiene acceso a un dispositivo móvil (89%) pero no todos tienen acceso a internet (68%). En su uso financiero, sólo el 47% hace transacciones online, cifra que se reduce al 23% en población en situación de pobreza¹⁰.

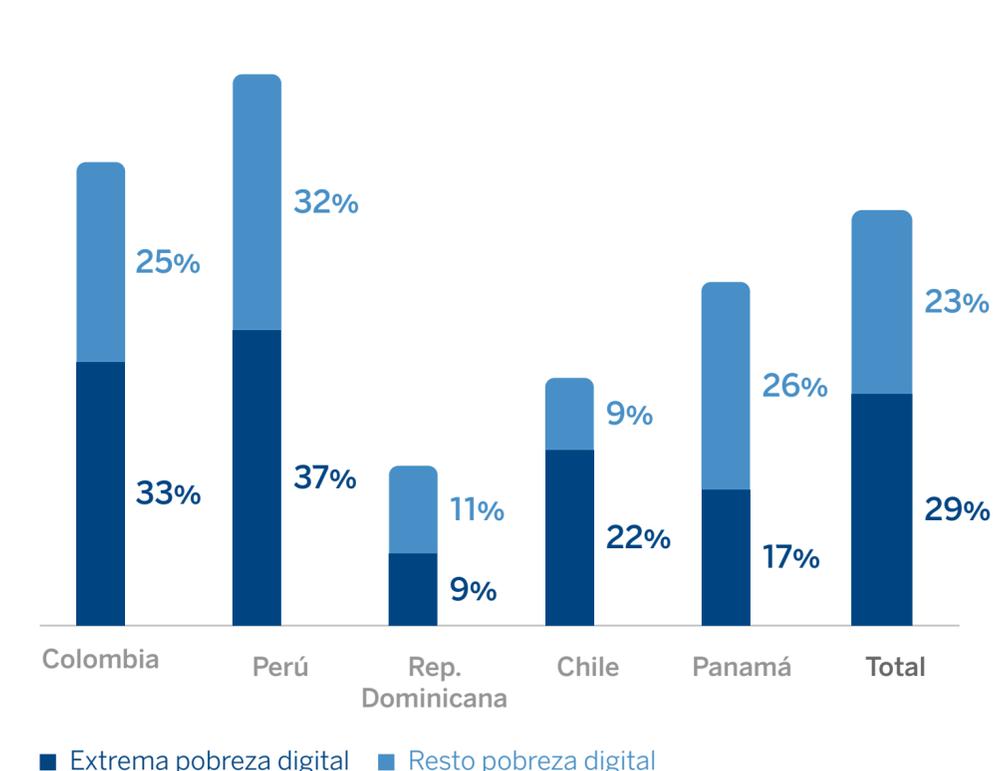
Un 52,4% de los emprendedores de los cinco países presentan algún grado de pobreza digital y un 29% tienen pobreza digital extrema (no tienen equipos ni acceso a Internet). Colombia y Perú son los países con mayor pobreza digital y Chile el que menos.

En efecto, el costo de un plan de datos muy modesto de solo 1GB representa el 4% del ingreso familiar mensual, muy por encima del umbral de asequibilidad del 2%. En los segmentos de menores ingresos el acceso, el costo de paquetes de conectividad y los equipos representan alrededor del 55% de sus ingresos.

16 Índices de brecha digital nacionales

	Colombia	Perú	Rep. Dominicana	Chile	Panamá
Acceso internet	61%	67%	71%	85%	57%
Tiene móvil	91%	87%	83%	96%	80%
Usa móvil para transacciones económicas	36%	36%	21%	65%	38%
Usa móvil para transacciones financieras	20%	20%	11%	56%	17%

17 Índice de pobreza digital



Un 52% de los emprendedores presentan algún grado de pobreza digital y un 29% no tienen equipos ni acceso a Internet

10. Global Data Findex 2021.

G. 16. Global Findex Data 2021.

G. 17. Research FMBBVA.

DEFINICIÓN DE POBREZA DIGITAL *NOTA METODOLÓGICA*

La "brecha digital" es el concepto más utilizado, generalmente entendido como la medición de las desigualdades en el acceso a las tecnologías y en el uso a nivel de los hogares.

Contrariamente al concepto de brecha digital, **el concepto de pobreza digital trata de encontrar los niveles mínimos de uso y consumo, así como los niveles de ingresos de la población necesarios para demandar estos productos en relación a sus niveles de ingresos.**

El concepto de pobreza digital aborda la evaluación de tres dimensiones: asequibilidad, cantidad y calidad de la conectividad. La primera dimensión tiene que ver con la proporción de ingresos que se requieren para poder tener acceso mediante equipos y costes de paquetes de conectividad, mientras que el segundo se refiere a la cantidad y calidad de este acceso, siendo esta dimensión a su vez otra discriminante de los distintos niveles de "pobreza digital".

Al introducir el concepto de pobreza digital, estamos afirmando que la preocupación se centra en los datos que pueden ser almacenados, puestos a disposición, utilizados y consumidos por los medios digitales. Por lo tanto, estamos introduciendo una dimensión específica: el uso de computadoras o tecnologías de comunicación digital que amplían la funcionalidad de los equipos, como los teléfonos móviles, para facilitar la información y la comunicación.

Segmentación de pobreza digital

- **Extremadamente pobres:** Los hogares que no tienen acceso ó ninguna habilidad para utilizar los medios digitales
- **Resto de Pobres:** tienen acceso parcial muy limitado y con bajas habilidades para utilizar los medios digitales.

La Fundación trabaja para erradicar la brecha digital en dos dimensiones:

Por un lado, poner a disposición de la población medios de conectividad a internet. Desde 2020, se han añadido 93 corresponsales con conectividad¹¹ en zonas remotas ofreciendo conectividad a cerca de 4.400 hogares.

Por otro lado, la apuesta por la alfabetización digital se hace crucial para mejorar la eficiencia de los emprendedores, y les reporta beneficios tangibles para poder utilizar las tecnologías en sus negocios y también la banca online, con un ahorro de tiempo en trámites burocráticos, permitiendo obtener información veraz en tiempo real y mejorar su comunicación con terceros.

En la medida que el acceso digital es masivo y asequible, permite potenciar el desarrollo y uso de finanzas digitales, una importante herramienta para la inclusión financiera. El desafío es el acceso y uso universal a estos servicios. Para más detalle, ver [Conectividad y alfabetización digital](#).

Por otro lado, las personas digitalmente pobres carecen de capacidades debido a la falta de conocimiento sobre cómo se utilizan o a la falta de ingresos.

11. Conexión satelital + internet local.

Cada vez es más necesario que el Internet de alta velocidad esté disponible para todos, en todas partes, sin importar dónde vivan o quiénes sean y es cada vez más necesario que este sea asequible. Es necesario fomentar una democratización del acceso al hardware y software que la gente necesita para aprovechar al máximo las capacidades de Internet, así como crear las capacidades mínimas requeridas para que esto sea posible.

En la medida que el acceso digital es masivo y asequible, permite potenciar el desarrollo y uso de finanzas digitales, convirtiéndose en una importante herramienta para lograr una mayor inclusión financiera y la expansión de los servicios básicos. El desafío es enorme, con millones de individuos y de pequeñas empresas que carecen de acceso a crédito y servicios financieros básicos.

ESTRATEGIAS PARA REDUCIR LA POBREZA DIGITAL



*. Fuente: Research FMBBVA.

Riesgos del cambio climático

Los hogares vulnerables son los más expuestos a los impactos adversos del cambio climático, ya que las pérdidas derivadas por estos fenómenos absorben una mayor parte de su escaso patrimonio y también hacen que cuenten con menos recursos para poder recuperarse de estos eventos¹².

Durante el 2023, se realizaron varios proyectos piloto para la identificación de los riesgos climáticos de los emprendedores. En Perú, **Financiera Confianza** y en Colombia, **Bancamía**, han desarrollado mapas de vulnerabilidad climática, principalmente para los emprendedores agrícolas. A partir de la obtención de datos oficiales¹³ de las principales variables climáticas como, por ejemplo, precipitaciones y aumento de la temperatura, que se cruzan con la base de datos propia que tiene geolocalizados los negocios de los emprendedores se pueden identificar a las personas más expuestas a estos fenómenos. Esta herramienta permite evaluar los posibles riesgos: cuántas personas pueden verse afectadas, en qué

zonas vulnerables, y de qué forma les puede afectar, con tal de anticiparse y minimizar el impacto y el riesgo.

Tanto en Perú como en Colombia, se está realizando un plan de acompañamiento y propuesta de valor para estos emprendedores.

En República Dominicana, **Banco Adopem** ha desarrollado un índice de vulnerabilidad climática para los emprendedores agrícolas, que tiene en cuenta la exposición a fenómenos climáticos, la sensibilidad de los cultivos a cambios en la temperatura, lluvia y calidad del suelo y su capacidad de adaptación según sus condiciones económicas y sociales. En la actualidad este índice está en marcha en una oficina y se espera extenderlo a 5 oficinas en 2024.

A través de esta geolocalización de los riesgos climáticos de nuestros emprendedores, podemos también canalizar mejor nuestra oferta de finanzas sostenibles.



Mapa de vulnerabilidad climática de Bancamía (Colombia)



Mapa de vulnerabilidad climática de Financiera Confianza (Perú)

12. BID, 2021 <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/como-el-cambio-climatico-empeora-la-pobreza-y-la-desigualdad/>

13. En Colombia, la información climática se obtiene de la autoridad meteorológica del país, el IDEAM

Salud financiera: el desafío de acumular capital

La salud financiera es un eje fundamental en el progreso de los hogares. En este sentido, es importante entender cómo los hogares gestionan sus finanzas, cómo gestionan los imprevistos y cómo anticipan las situaciones futuras para poder afrontarlas (planificación e inversión). Esto cobra especial relevancia en comunidades vulnerables, ya que tienen mayor probabilidad de verse beneficiadas por el acceso a productos financieros, que pueden ser una ayuda crucial para el negocio y el hogar.

A continuación se analiza cómo es la gestión financiera de los hogares de los emprendedores en base a las encuestas realizadas. Para ello se distinguen tres niveles de salud financiera, de menor a mayor¹⁴:

- **Nivel 1:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos
- **Nivel 2:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos e imprevistos
- **Nivel 3:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos, imprevistos y además acumular capital (ahorro/inversiones).

El análisis se enfoca especialmente en la resiliencia financiera de los hogares y cómo gestionan los imprevistos, de cara a buscar oportunidades para acompañarlos mejor con mecanismos actuales o nuevos.

NIVELES DE SALUD FINANCIERA*



HERRAMIENTAS FINANCIERAS



Ahorro



Seguros



Educación financiera



Prestámos



Venta de activos



Reducción de gasto

Si quieres saber más sobre las carencias de ingresos, échale un vistazo a

[Carencias económicas del hogar](#)

14. Estas conclusiones se realizan en base a las encuestas de salud financiera. Para más información, ver [Nota metodológica](#). Es importante señalar que se realizaron en Perú, República Dominicana, Chile y Panamá por lo que cuando se hace referencia al "Total" en esta sección, no incluye Colombia y no es reflejo de todo el Grupo FMBBVA.

* Se ha analizado la salud financiera en base a 3.177 encuestas en cuatro países.

Profundizando en el ahorro y otros activos del hogar

La forma más directa de poder cubrir los imprevistos, es a través de un colchón económico, bien en forma de ahorros o de activos que se puedan vender para obtener liquidez. Los hogares aspiran a recurrir al ahorro y la mayoría dice tener capacidad de ahorro (79%) reflejando la intención de construir un hábito saludable: un 40% dice poder ahorrar al menos 4 meses al año y un 39% todos o casi todos los meses.

El 79% de los hogares vulnerables tienen capacidad de ahorro, lo que refleja su esfuerzo por construir una buena salud financiera

CAPACIDAD Y NIVEL DE AHORRO



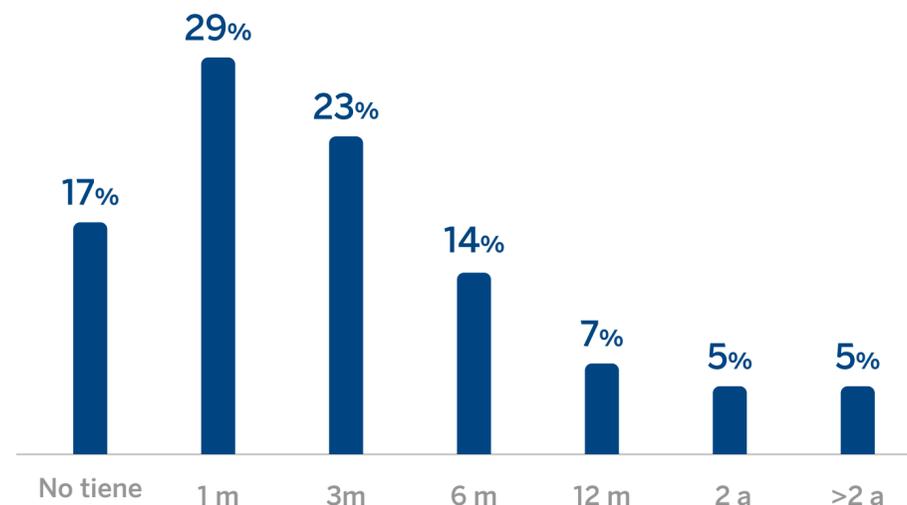
79% clientes tiene capacidad de ahorro

86% clientes tienen ahorros

92% clientes tienen ahorros y/o activos

18 Nivel de ahorro

Cuánto tiempo podría vivir con sus ahorros

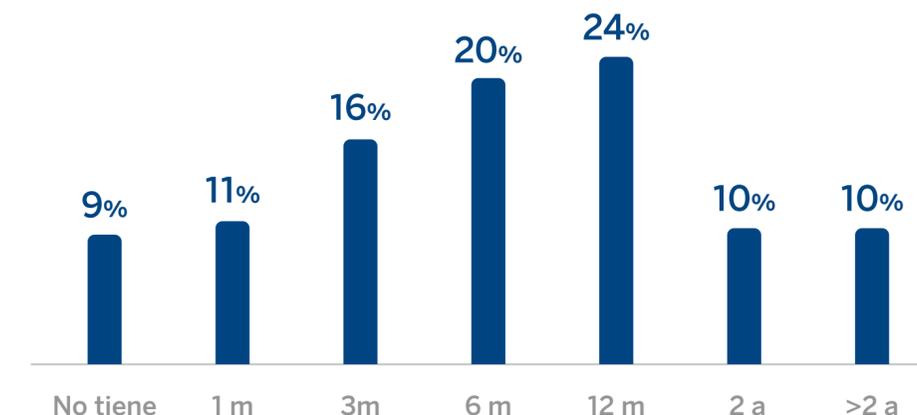


Sin embargo, el hecho de tener capacidad de ahorro no significa que lo hagan, puesto que a menudo deben dedicar los excedentes a cubrir imprevistos o, es frecuente que prefieran invertirlos en activos. Así, el nivel de ahorro es bajo: sólo un 22% puede vivir más de 6 meses con sus ahorros y un 47% tiene menos de 3 meses de ahorro.

Sólo un 22% de emprendedores tiene un nivel de ahorro para vivir más de 6 meses, por lo que posiblemente tengan dificultades para cubrir imprevistos o invertir a medio plazo

19 Nivel de activos

Cuánto tiempo podría vivir con todos sus activos



En lo que se refiere al resto de activos del hogar, la mayor parte de los emprendedores tiene activos. De hecho, un 24% de los hogares no tiene ahorro o tiene muy poco, pero sí tiene activos que podría vender para obtener liquidez.

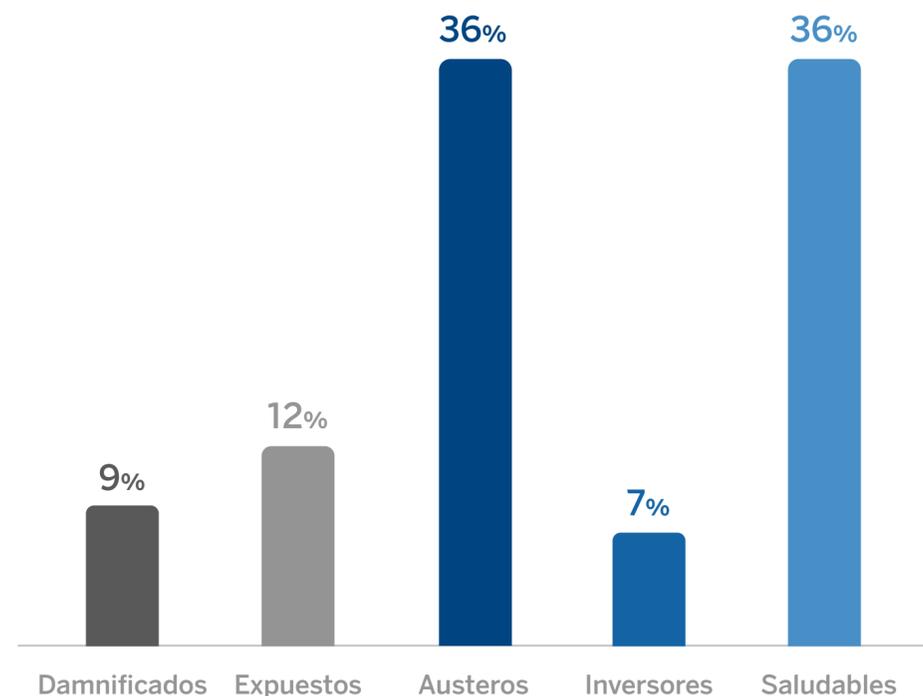
G. 18 y G. 19. Encuesta de salud financiera 2023.

Al analizar la capacidad de ahorro y el nivel de activos conjuntamente, se han estipulado cinco categorías de hogares: saludables, inversores, austeros, expuestos, damnificados (ver gráfico 20).

El segmento *inversores* no tiene mucha capacidad de ahorro pero sí tiene un buen nivel de activos (tiene activos para vivir un mínimo de 6 meses). Esto puede deberse a que sus circunstancias han cambiado y en el pasado tenía cierto excedente o, que a pesar de no tener excedente, acumula activos a través por ejemplo de préstamos formales. Por tanto, este análisis muestra las distintas vías de los hogares para acumular activos, resaltando la importante función de los microcréditos para aquellos que quieren invertir pero no consiguen tener un excedente. El 90% de los emprendedores ha realizado al menos una inversión en el último año, y un 37% ha realizado dos inversiones.

20 Capacidad de ahorro y nivel de activos

Cuantos meses al año puedes ahorrar
 Cuantos meses puedes vivir con ahorro y activos



- **Damnificados:** no tienen capacidad ni ahorro
- **Expuestos:** no tienen capacidad pero sí un poco de ahorro (<6 meses)
- **Austeros:** tienen capacidad (pueden ahorrar al menos 4 meses al año) pero tienen poco ahorro (<6 meses)
- **Inversores:** no tienen capacidad pero sí ahorro (>6 meses)
- **Saludables:** tienen capacidad y ahorro (>6 meses)



90%
 hogares han
 realizado una
 inversión en
 el último año



62%
 hogares
 invierten en
 activos líquidos

En contraste, el segmento *austeros* son aquellos que tienen pocos activos a pesar de tener capacidad de ahorro (un 30%). Es posible que estos hayan tenido que enfrentarse recientemente a imprevistos, o que estén dedicando el excedente a inversiones que no comporten un aumento de activos, como mejoras en la vivienda o inversión en estudios de los hijos.

Por perfil de cliente, se observa un mayor nivel de ahorro/ activos entre los de mayor renta. En cuanto a las inversiones del último año, se observa un mayor número de ellas entre los jóvenes, y menor inversión en negocio en el sector agrícola.

Estrategias financieras de los hogares, centrados en cubrir imprevistos

Además del ahorro o los activos, los hogares pueden recurrir a otros recursos para cubrir imprevistos, como por ejemplo los préstamos (formales o informales) o la reducción de ciertos gastos del hogar. Se definen cuatro tipos de recursos en función de su idoneidad desde un punto de vista de salud financiera. Los recursos buenos (como puede ser el ahorro o

la venta de algún activo no productivo), los recursos nocivos (como la reducción de gasto necesario o productivo), los recursos propios y los recursos ajenos. La distinción entre recursos propios y ajenos se hace porque estos últimos no pueden considerarse para determinar el nivel de salud financiera de un hogar.

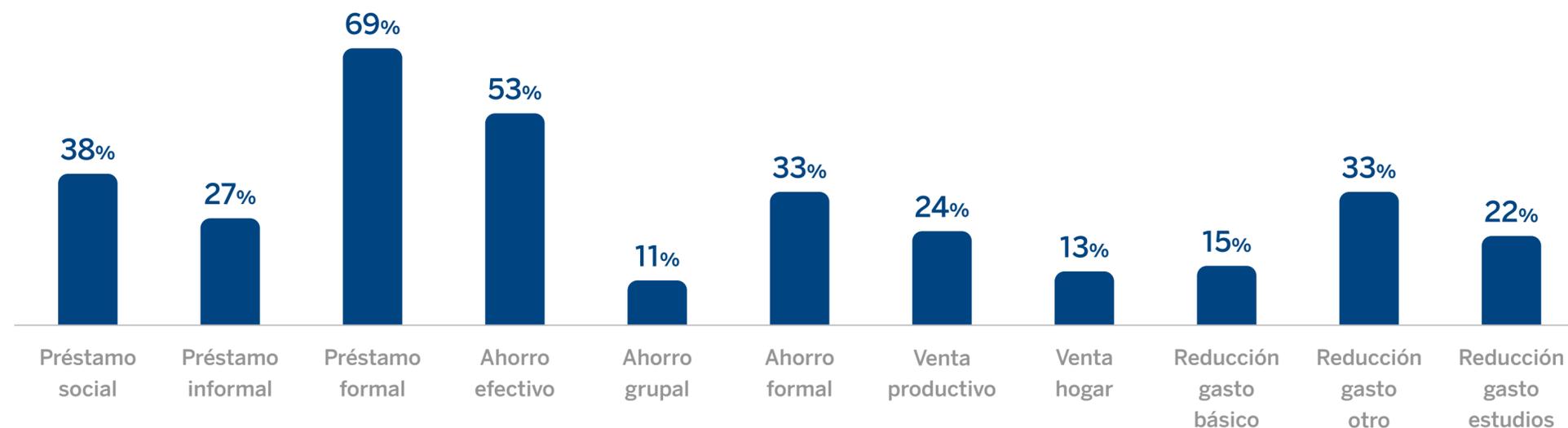
Un 75% de los hogares tiene recursos propios buenos (ahorro). Los que sólo disponen de recursos nocivos o ajenos son un 14%.

CLASIFICACIÓN DE RECURSOS DE LOS HOGARES*



21 Recursos utilizados

Adultos que usan el recurso, respuesta múltiple



G. 21. Encuesta de salud financiera 2023.

* Elaboración interna.

MECANISMOS UTILIZADOS PARA IMPREVISTOS

1º Préstamo formal
 Herramienta más frecuentemente utilizada en el último año

2º Ahorro en efectivo
 “Debajo del colchón”, típico de nuestros emprendedores



Los más pobres hacen mayor uso de recursos nocivos (venta de bienes productivos, reducción de gasto), y también recurren más al préstamo social



Los hogares urbanos usan más ahorro en entidad formal frente al efectivo y también recurren más a préstamos sociales (amigos, familiares)

Ante los imprevistos, los recursos utilizados con más frecuencia han sido el préstamo formal y el ahorro en efectivo

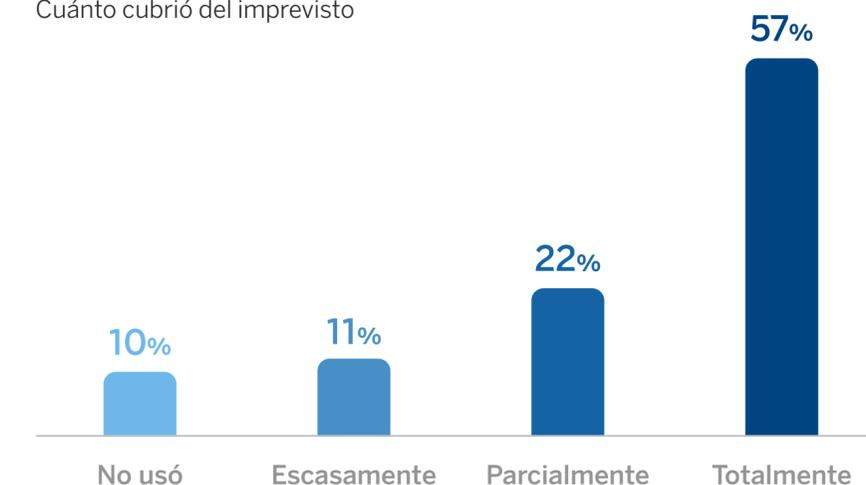
La utilidad de los recursos depende, por un lado, del nivel de recurso que tenga el hogar y, por otro, de la magnitud económica del imprevisto, algo que sólo puede conocerse una vez ocurrido éste. La mayoría de los hogares ha tenido imprevistos económicos en el último año, enfatizando la importancia de poder gestionarlos. Para el 68% de los hogares, los recursos escogidos fueron útiles porque cubrieron totalmente el imprevisto. El 21% usó recursos parcialmente útiles (cubrió al menos la mitad del imprevisto).

Los recursos utilizados con más frecuencia en el último año fueron el préstamo formal y el ahorro en forma de efectivo, seguido del ahorro en entidad formal y el préstamo social (i.e. de familia, amigos). Los recursos poco idóneos como la reducción de gasto en estudios o gastos del hogar, fueron utilizados con una frecuencia más baja pero significativa. En resumen, desde una perspectiva de salud financiera los recursos utilizados no son los mejores, ya que el uso de recursos ajenos es tanto o incluso más frecuente que el uso de recursos propios, en línea con el bajo nivel de ahorro.

Por perfil de clientes, no se observan diferencias apreciables en el orden de preferencia de recursos, pero sí en la intensidad de uso de éstos. Por ejemplo, aunque los más utilizados siguen siendo el préstamo formal y el efectivo, hay más intensidad en el uso del préstamo social y reducción de gasto entre los pobres y las mujeres, frente a los hombres que usan más préstamo formal y venta de activos productivos. Por su parte, los de menos educación usan más ahorro.

22 Cobertura imprevistos

Cuánto cubrió del imprevisto



- **No usó:** no usó recursos
- **Cubrió escasamente:** menos del 50% del imprevisto
- **Cubrió parcialmente:** más del 50% del imprevisto
- **Cubrió totalmente:** el 100% del imprevisto

La mayoría de los hogares tiene disponibles recursos buenos como el ahorro, pero acaba utilizando recursos poco idóneos como al préstamo: debido probablemente al bajo nivel de ahorro.

Los recursos nocivos (reducción de gasto, venta bienes productivos, abandono estudios), no son los más frecuentes, pero su uso es significativo.

Ante la falta de excedentes para hacer inversiones y acumular activos, o la falta de recursos propios para enfrentar imprevistos, el préstamo formal se convierte en el recurso más habitual y el más útil para cubrir de forma eficaz ambas necesidades y mantener al emprendedor a pleno rendimiento.

DIFERENCIAS DESTACABLES POR PAÍS

La salud financiera presenta diferencias por país en algunas dimensiones, si bien se destacan las más relevantes: inestabilidad de ingresos, nivel de ahorro y los mecanismos utilizados por los hogares.

El 44% de los hogares presenta inestabilidad de ingresos, es decir, recibe la mayoría de los ingresos del hogar en un máximo de 9 meses del año. Microserfin (Panamá) destaca como la entidad cuyos hogares encuestados presentan mayor **inestabilidad de ingresos**. En el otro extremo se sitúa Banco Adopem, con tan sólo un 35% de hogares con ingresos inestables.

Microserfin y Financiera Confianza son las entidades que presentan mayor proporción de hogares con ingresos inestables

Cabe destacar que los países donde existe mayor proporción de hogares inestables son también los países donde más emprendedores son la principal fuente de ingresos del hogar. Es decir, refuerza el principio de que el negocio es una fuente inestable de ingresos; más que salarios. Además, son los países donde existe menor

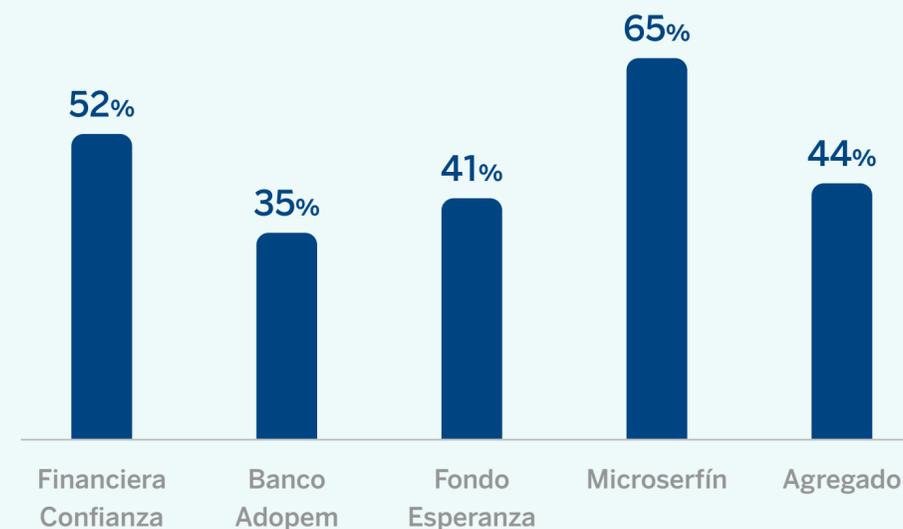
representación de mujeres (del total). Como se vio en 2022, se vuelve a confirmar que ellas tienen mayor tendencia a diversificar fuentes de ingresos.

En relación al ahorro, en general los hogares de nuestros clientes tienen un nivel de ahorro muy bajo. Sin embargo, existe un grupo significativo de hogares que puede vivir hasta 6 meses de sus ahorros i.e. tiene un buen nivel de ahorro. Existe por tanto potencial para mejorar la práctica del ahorro entre estos hogares. Fondo Esperanza (Chile)

es la entidad donde este grupo es más elevado, como es esperado por el nivel de educación nacional (más alto que en los demás países) así como el nivel de inclusión financiera (el mayor entre las entidades del Grupo). En Banco Adopem (República Dominicana), en cambio, el alto segmento de ahorradores se debe probablemente a su cobertura nacional (oficinas en todo el país), excelente reputación y la confianza que tienen las personas en el sistema financiero. Es decir, aunque el nivel educativo sea bajo, otros elementos favorecen el hábito del ahorro.

23 Ingresos inestables

Proporción de emprendedores que reciben la mayoría de sus ingresos en un máximo de 9 meses



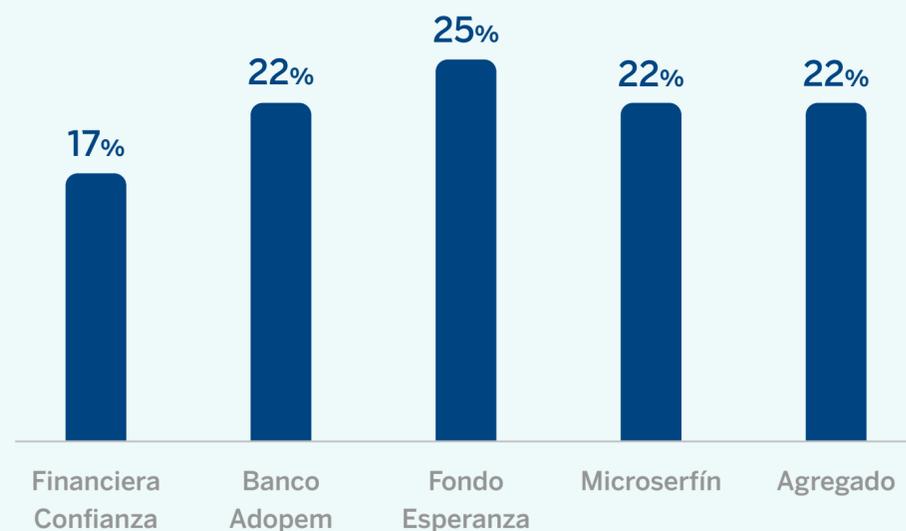
Banco Adopem y Fondo Esperanza son los países con mayor proporción de clientes potenciales de ahorro

G. 23. Encuesta salud financiera 2023. "Los ingresos en mi hogar son...":
 • **Ingresos muy inestables**: en 4 meses del año. • **Ingresos inestables**: en 9 meses del año. • **Ingresos estables**: en más de 10 meses del año.

G. 24. Encuesta salud financiera 2023. "Cuánto tiempo podría vivir con sus ahorros..."

24 Emprendedores con más ahorro

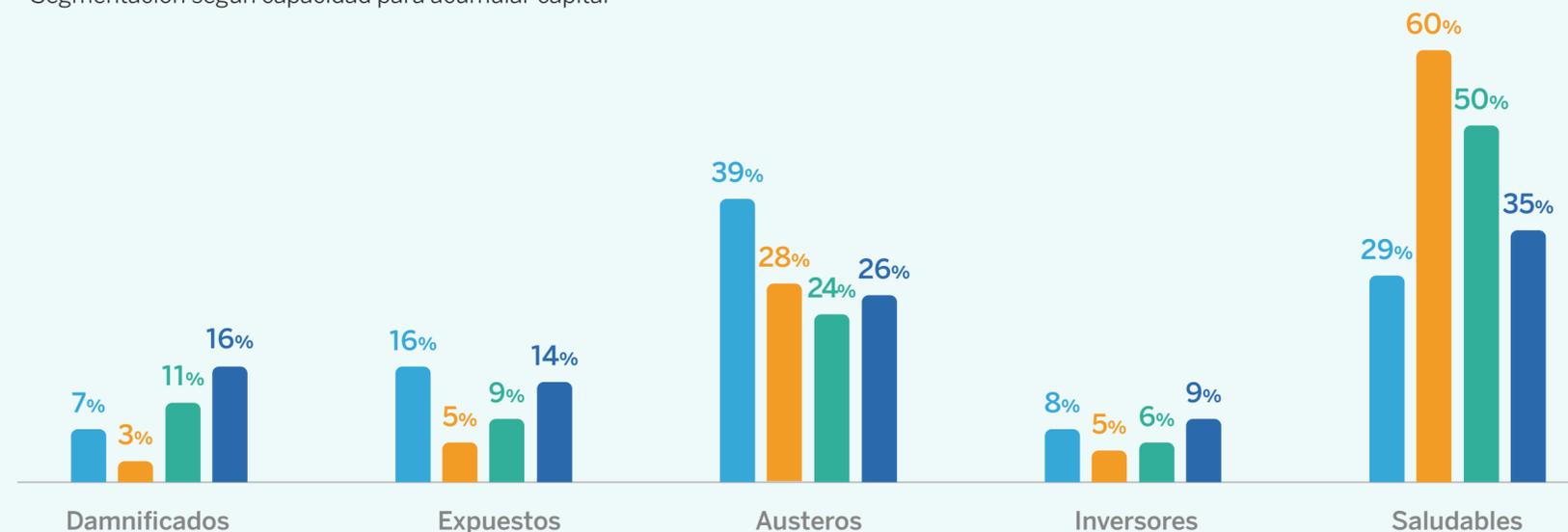
Proporción de emprendedores que pueden vivir más de 6 meses del ahorro



Para profundizar en los hábitos de inversión y ahorro, se creó una segmentación de hogares en función de su capacidad de ahorro y nivel de activos (ahorro + activos)¹⁵. Se observa, por ejemplo, que Financiera Confianza tiene mayor proporción relativa de clientes en los segmentos de menos capacidad (con bajo nivel de activos: damnificados, expuestos y austeros). Sin embargo, Banco Adopem y Fondo Esperanza destacan por la proporción de clientes en el segmento saludables (con buen nivel de capacidad y activos). En Microserfín se observa mayor proporción de clientes en los extremos (damnificados y saludables).

25 Capacidad de ahorro y nivel de activos

Segmentación según capacidad para acumular capital



Damnificados: no tienen capacidad ni ahorro

Expuestos: no tienen capacidad pero sí un poco de ahorro (<6 meses)

Austeros: tienen capacidad (pueden ahorrar al menos 4 meses al año) pero tienen poco ahorro (<6 meses)

Inversores: no tienen capacidad pero sí ahorro (>6 meses)

Saludables: tienen capacidad y ahorro (>6 meses)

■ F. Confianza ■ B. Adopem ■ F. Esperanza ■ Microserfín

15. Para más detalle sobre la segmentación, ver "[Profundizando en el ahorro](#)".

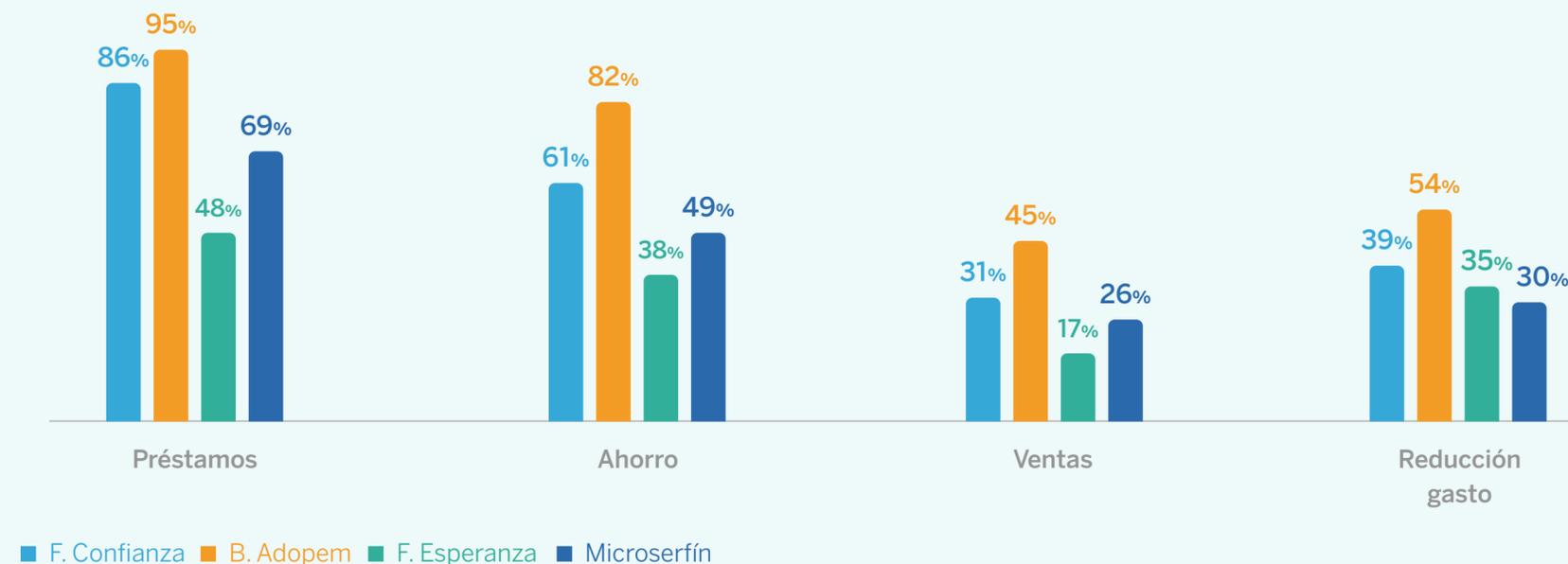
G. 25. Encuesta salud financiera 2023.

Finalmente, es importante identificar los **recursos** que utilizan los hogares para hacer frente a imprevistos. En general, los recursos más utilizados son el préstamo y el ahorro. No obstante, al analizarlo por país, se observan notables diferencias:

- **Uso ahorro:** Aunque los hogares recurren al ahorro como segundo instrumento más frecuente para cubrir imprevistos (tras el préstamo), lo hacen principalmente en efectivo, es decir, no usan productos financieros formales.
- **Reducción del gasto:** Ante imprevistos, es de los mecanismos menos utilizados. Sin embargo, en Fondo Esperanza, casi la misma proporción de hogares chilenos reducen gastos o usan ahorro, siendo la reducción de gasto mucho más nociva.
- **Todos los recursos:** En Banco Adopem hay un mayor uso generalizado de recursos (todos los porcentajes son mayores al resto de países).

26 Recursos más utilizados¹⁶

Adultos que usan el recurso, respuesta múltiple



¹⁶. Se presenta el porcentaje mayor dentro de cada categoría de recursos.
 G. 26. Encuesta salud financiera 2023.

Yahaira Altagracia Guerrero

Las Matas de Farfán / Delicias La Hija del Rey

Combinación perfecta: su capacidad de Repostera y Educadora

Categoría: Premio a la Producción, Comercio o Servicio innovador

Los dulces son las preparaciones más deliciosas que siempre están presentes en todas las reuniones familiares y en los famosos “juntos” con los amigos, que con solo un mordisco transportan tu mente y te hacen suspirar.

Yahaira es una mujer responsable, perseverante y emprendedora que nunca le ha tenido miedo al trabajo. Proviene de una familia muy humilde donde su madre trabajaba como doméstica en una casa de familia, y sus empleadores tenían un negocio de repostería justo al lado de la casa, por lo que desde pequeña corría a la cocina para curiosear las labores de su madre, y ni hablar cuando iba todos los días a la repostería para ella, era el momento mágico, por dos cosas; saborearlos y ver cómo lo preparaban.

Desde temprana edad trabajaba atendiendo niños, ya que tenía que aportar en su casa, sin embargo, nunca abandonó sus estudios, y siempre pudo dividir su tiempo entre el trabajo y las responsabilidades de la escuela. A la edad de 21 años se casó y se fue a vivir a Las matas de Farfán donde continuó sus estudios de bachiller y luego inició en la carrera de Educación y al mismo tiempo tuvo la oportunidad de laborar en una escuela y criar su hijo que hoy día tiene 22 años. Yahaira nos cuenta que su vida dio un giro de 360 grados cuando un día de cobro se dirige a realizar su retiro como de costumbre y encuentra que falta dinero en su cuenta, cuando pregunta en el banco le informan que tiene una deuda de su tarjeta de crédito, nos expresa que esto le sucedió por falta de conocimiento y porque no todas las personas les dan un uso adecuado a las mismas por la falta de educación financiera y porque no se detienen a leer el contrato que se le entrega cuando reciben el plástico.





Este fue el comienzo de su dolor de cabeza, ya que tenía que cumplir con los gastos de su casa, pagar el préstamo de su pasola, enviarle dinero a sus padres más la deuda de la tarjeta de crédito, recuerda que esa noche solo pensaba de qué manera iba a buscar otra forma de generar ingresos, por sus propios méritos y sobre todo que lo que realizará, fuera algo que las personas del pueblo no encontrarán, le llegaron miles de ideas a la mente, hasta que se identificó lo que le recordaba su infancia los postres y que justamente donde laboraba pocos meses antes le habían impartido un curso de repostería y tenía múltiples recetas que podía implementar.

Inició haciendo un bizcocho para el hijo de una amiga y a partir de ese momento le siguieron realizando pedidos, y con estas referencias su clientela empezó a crecer...

Al ver la aceptación que tuvo su negocio decidió capacitarse en otras técnicas y se formó como repostera en INFOTEP, así como otros talleres sobre los distintos tipos de masa, lustre, piso sobre piso entre otros lo que hoy ella define "Delicias Hija del Rey" como un emprendimiento exitoso que se encarga de hacer feliz a sus clientes a través de cada uno de sus postres

El nombre "Delicias Hijas del Rey", surgió porque: "Delicias" significa todo aquello que nos atrae, nos seduce y es capaz de torcer nuestra voluntad "Hija del Rey" era su usuario en facebook y decidió unir ambos nombres.

Actualmente ofrece bizcochos con los diseños que solicite el cliente y nos comenta que es la parte que más le gusta "lustrar", porque tiene que implementar la creatividad, la imaginación y es lo que le da el toque especial a los bizcochos que hace, al mismo tiempo que ofrece, variedad de postres como son: deditos de novia, cupcakes, shots de tres leches entre otros.

Gracias a su emprendimiento pudo saldar la deuda de la tarjeta de crédito y sobre todo aprender una gran lección: "Aprendí cómo ahorrar, manejar mi dinero y la importancia de siempre tener un presupuesto, cómo evitar deudas de tarjeta de crédito y cómo controlar mis gastos"

Yahaira es cliente desde el 2016 inició con un préstamo de RD\$50,000.00 pesos ha tomado 4 créditos actualmente tiene uno de RD\$150,000.00 mil pesos, que lo invirtió en una batidora profesional y una máquina de repostería industrial.

Soluciones financieras: brindamos oportunidades

Proporcionar soluciones financieras y no financieras a medida, permite que los hogares puedan mejorar su calidad de vida. Las personas a las que atienden las entidades de la FMBBVA viven en entornos precarios y cada emprendedor tiene unas necesidades diferentes: demanda un control de sus finanzas frecuente —casi diario—, unas metas específicas y una liquidez inmediata. Necesita por tanto un acompañamiento constante y una atención ágil, sencilla y que se adapte a su hogar a medida que progresa.

En respuesta al contexto y las necesidades derivadas de los emprendedores, las entidades trabajan para la igualdad de oportunidades del negocio: la vivienda, la educación, los seguros de salud, la conectividad y alfabetización digital, la resiliencia climática y sostenibilidad medioambiental. Todo esto, de la mano de un buen gobierno, un equipo comprometido y una gestión integral del riesgo.

Además, muchos de los emprendedores viven en zonas periurbanas alejados de centros neurálgicos, o en zonas rurales dispersas. En un entorno donde las relaciones personales son clave, la Fundación Microfinanzas BBVA lleva años inmersa en una transformación digital poniendo la tecnología a disposición de los más vulnerables para que los servicios que ofrece sean fáciles, rápidos, flexibles y menos costosos para las personas que apoya (para más detalle ver [Conectividad y alfabetización digital](#)).

27 Oferta de valor por tipo de producto



Personas con crédito

930.144



Personas con ahorro

2.613.610



Personas con seguros

624.740

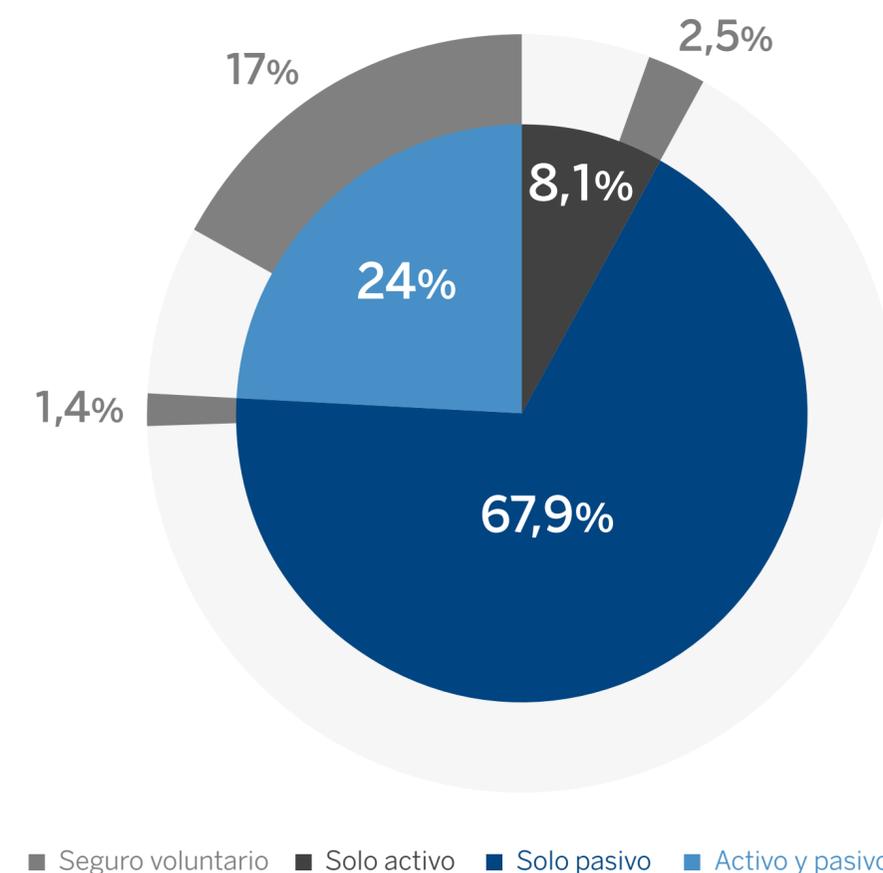


Personas que han recibido formación

662.555

28 Vinculación de clientes, por tipo de producto

Total clientes



G. 28. Clientes vigentes a 31.12.2023.

Vivienda y saneamiento

El 45% de la población de América Latina y el Caribe no tiene una vivienda digna¹⁷. Esto es especialmente prioritario en nuestros emprendedores en Chile, Perú y República Dominicana, por el hacinamiento y la calidad de los materiales de la vivienda.

La microfinanciación ofrecida por nuestras entidades se puede aplicar a viviendas de las que sea propietario y en las que habite el emprendedor para mejoras (construcción de paredes, techo, espacios sanitarios, instalación de cisternas o tanques o instalación de paneles solares) y ampliaciones (construcción de cuartos adicionales que permitan separar el negocio del hogar, ampliación de sala, cocina o terraza). Un asesor acompaña al emprendedor durante todo el proceso: visita la vivienda, analiza las opciones para realizar mejoras a menor coste y propone un crédito a medida y hace un seguimiento posterior.

Algunas iniciativas son el crédito de vivienda de Banco Adopem en República Dominicana, Construyendo Confianza de Financiera Confianza en Perú y Casafin de Microserfin en Panamá. En total, en 2023, 26.358 emprendedores contaban con un crédito de vivienda.



En el 2023, Banco Adopem y Hábitat para la Humanidad firmaron un convenio para la “Elaboración de Estudios de Mercado y Diseño del Producto Vivienda Rural Verde”, con el objetivo de readaptar estos créditos específicos a las necesidades actuales. Como resultado, el Banco Adopem expandirá en 2024 el proyecto eco-vivienda ante la Red Centroamericana de Microfinanzas (REDCAMIF).

Con el fin de financiar el acceso a agua y saneamiento, que además de a la vivienda, impacta en la salud pública y el medioambiente, en 2023, Bancamía presenta Crediverde Agua, y Financiera Confianza trabajó en la alianza con ASOMIF-Water.org y con Water for People en un producto que mejora las instalaciones sanitarias de los hogares (10.287 hogares lo tienen contratado).

Más de 26.000 emprendedores optaron a un crédito de vivienda y 10.000 hogares contrataron un producto de agua y saneamiento¹⁸

17. BID, septiembre 2022 <https://www.iadb.org/es/noticias/gobiernos-y-sector-privado-buscaran-soluciones-al-deficit-habitacional-en-la-region>

18. Emprendedores vigentes a 31.12.2023.

Educación

De acuerdo con los resultados obtenidos del estudio del Índice de Pobreza Multidimensional, se identifica en todos los países, la principal carencia de educación, son los años de escolarización de los emprendedores. Conscientes de esta necesidad, seguimos trabajando en la oferta de valor que permita a nuestros emprendedores o sus familias, impulsar su educación a través de los créditos educativos en nuestras entidades de Perú (Crédito Educativo), Colombia (Crédito de Desarrollo Educativo) y República Dominicana (EDUCAT) que permite financiar programas de formación así como las matrículas escolares de los hijos de los emprendedores y la adquisición de equipos (ordenadores, tablets, etc.).

En lo que respecta a educación, en 2023 Bancamía lanzó la Campaña Becarios la cual ofrece hasta 500 PBS de descuento en la tasa de crédito educativo para hijos de emprendedores. A los emprendedores de los mejores segmentos del bancos, se les ofrecieron líneas de crédito educativo a menor costo y con acceso a convenios educativos y descuentos en los programas.

6.050 emprendedores contaban con un crédito educativo¹⁹

Por su parte, Banco Adopem formalizó una alianza estratégica con Opportunity International para dar asistencia técnica a las escuelas o colegios de educación básica y secundaria. Además, dentro del marco del crédito educativo Educa-T, desde 2023 se ofrecerá financiación para cursar maestrías o postgrados, para colegiaturas y formación de docentes, así como para centros educativos.

Becas a hijos de emprendedores en 2023

Los emprendedores de la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) viven en un entorno económico y social vulnerable y destinan la mayor parte de sus ingresos a necesidades básicas de sus familias. La educación y el futuro de sus hijos son prioritarios para ellos, pero que vayan a la universidad les resulta muy difícil.

Por eso, la FMBBVA ha creado unas becas que permiten cursar estudios universitarios a hijos/as de emprendedores a los que atiende en Colombia y Perú. Darles esta oportunidad, -muchos viven en zonas rurales apartadas o afectadas por la pobreza o la violencia-, es apoyarles individualmente y contribuir al desarrollo de sus comunidades y países.

BBVA Colombia y Bancamía crearon en 2020 las becas *Transformando Realidades*, gracias a las que 131 hijos de emprendedores son ya en la primera generación de universitarios de sus familias. Incluyen las matrículas, una cuantía económica y apoyo psicológico de la Fundación Solidaridad por Colombia, que les ayuda en un proyecto social vinculado a sus estudios. Las becas se han ido ampliando de las cinco iniciales hasta las 100 en 2023.

Ese año, la FMBBVA puso en marcha en Perú, a través de Financiera Confianza, las becas *Nuestra Confianza en el futuro de tus hijos*. Las cuatro iniciales se han ampliado a seis.

Estas becas demuestran que apostar por la educación mejora el futuro de las nuevas generaciones.

¹⁹. Emprendedores vigentes a 31.12.2023

Salud

Los emprendedores que atiende la Fundación a menudo carecen de un seguro de salud y las emergencias médicas suponen un gasto sobrevenido muy elevado. Por ello hemos diseñado microseguros con diversos tipos de coberturas sanitarias: asistencias de salud que incluyen mamografías, analíticas, consultas con especialistas o servicios de ambulancia (en Colombia, Chile y Panamá), seguros oncológicos (en Colombia, Panamá y Perú) y seguros de salud de enfermedades graves (en Colombia), con pólizas mensuales desde USD 0.3 hasta los USD 4.

En Perú, Financiera Confianza, en alianza con Crecer Seguros, lanzó su Microseguro Oncológico Indemnizatorio a población vulnerable y migrante, de entre 18 y 70 años que tenga contratado un crédito o ahorro. La cobertura incluye indemnización por diagnóstico de cáncer, muerte natural como consecuencia de una enfermedad y hospitalización por cáncer. Adicionalmente, los asegurados pueden acceder a servicios de asistencia, como la visita de una enfermera hasta 5 veces al año y apoyo emocional ilimitado.

29 Seguros de salud

Entidad	Producto	Asegurados		
		dic 2022	dic. 2023	% Crec. 2023
Bancamía	Cáncer	74.765	76.447	2%
	Enfermedades Graves	121.630	139.014	14%
	Asistencia Familiar - Mujer (Rural/Urbano)	42.625	34.533	-19%
	Madre protegida	4.809	12.657	163%
	Accidentes personales / Asistencia Salud	11.384	14.358	26%
	Total seguros salud Bancamía	198.228	211.736	7%
Financiera Confianza	Seguro Oncológico	0	17.478	-
	Total seguros salud Financiera Confianza	0	17.478	-
Microserfin	Asistencias	12.098	11.042	-9%
	Microseguro Oncológico	6.196	10.438	68%
	Total seguros salud Microserfin	13.483	14.937	11%
TOTAL	Total seguros salud	211.711	244.151	15%

244.151 emprendedores estuvieron protegidos con un seguro de salud²⁰

G. 29. Total asegurados a cierre de cada año.

20. Asegurados a 31.12.2023.

Resiliencia climática

Las regiones más vulnerables a eventos climáticos tendrán un coste humano y económico quince veces mayor que las menos vulnerables, según el último informe publicado por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. Este es el caso de América Latina. Los eventos climáticos como huracanes, sequías, incendios e inundaciones han generado costos anuales del 1% del producto interno bruto regional asociado a interrupciones en los sistemas de infraestructuras de energía y transporte, según un informe del Banco Mundial²¹. Hasta 5,8 millones de personas podrían caer en pobreza extrema a causa del cambio climático si no se han tomado las medidas adecuadas en 2030, según el informe.

Respondiendo a esta llamada, la Fundación Microfinanzas BBVA mide la vulnerabilidad climática (ver sección [Riesgos del cambio climático](#)). En respuesta a ello, el Grupo FMBBVA ha movilizado una oferta de seguros para lograr una mayor adaptación del cambio climático de los emprendedores más vulnerables. Los seguros climáticos cubren daños y pérdidas ocasionadas por eventos climáticos como lluvia, sequía, granizo, viento y heladas. Algunos se enfocan en actividades agrícolas, como el Seguro Agrícola de Financiera Confianza y Mi Siembra Protegida y Mi Inversión Protegida de Bancamía.

En Perú, Financiera Confianza realizó mejoras en su Seguro Agrícola de Rendimiento dirigido a agricultores con un crédito agropecuario este 2023. Gracias a una cofinanciación del 80% del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), un rendimiento asegurado ampliado hasta el 65% (antes del 50%) y una prima reducida del 1,2% de la suma asegurada (antes 3,6%). Todo ello con un acompañamiento a través de asesorías integrales para promover buenas prácticas agrícolas y una adecuada gestión de riesgos.

En Colombia, Bancamía contó en 2023 con un subsidio de FINAGRO llamado Incentivo al Seguro Agropecuario para su seguro Mi Inversión Protegida, orientado a proteger al productor agropecuario de los desastres naturales reduciendo el costo entre un 80% y 90% para los pequeños productores, lo que llevó a un descuento en el total de la póliza de hasta el 39%.

Además, los seguros multirriesgos extienden la protección de los emprendedores urbanos ante los impactos del cambio climático. Este es el caso del seguro Mi Local Protegido de Bancamía, el seguro Multirriesgo de Financiera Confianza y Mi Negocio + Protegido de Fondo Esperanza.

En el 2023, Fondo Esperanza lanzó su seguro Mi Negocio + Protegido el cual protege a los emprendedores ante la ocurrencia de eventos climáticos como incendios, inundaciones, avalanchas, entre otros.

Por su parte, Bancamía también lanzó su seguro Mi Local Protegido, para cubrir los daños en la estructura y los contenidos del negocio del emprendedor ante eventos inesperados y pérdidas derivadas de la interrupción de sus actividades. Entre los eventos que cubre, están los eventos climáticos como granizo y vientos fuertes.

157.093 emprendedores cuentan con un seguro climático que cubren los riesgos de emergencia climática²²

21. Informe del Banco Mundial: *Hoja de ruta para la acción climática en América Latina y el Caribe 2021-25*.

22. Asegurados a 31.12.2023.

Créditos para la adaptación al cambio climático:

Si bien los seguros “climáticos” ayudan a los emprendedores a reponerse ante las pérdidas y daños ocasionados por los eventos climáticos una vez estos ocurren, somos conscientes de la importancia de ayudar a que el emprendedor fortalezca sus capacidades, adopte mejores prácticas productivas y proteja sus activos, atenuando así los posibles riesgos o impactos.

RESILIENCIA

**Colombia, Perú,
Rep. Dominicana y Chile**

160.386
emprendedores



Crédito adaptación
3.361
emprendedores



Seguro climático
157.093
asegurados

En este ámbito, contamos un portafolio de productos orientados a los emprendedores agrícolas, compuesto por Crediverde Adaptación de Bancamía y Eco Crédito, Ganadería Familiar Sostenible, y Macadamia de Banco Adopem. A través de estos créditos, se financia la implementación de cerca de 40 medidas MEBA (Ecosystem-based Adaptation, por sus siglas en inglés). El objetivo principal es financiar medidas que: **I)** reduzcan la presión sobre los ecosistemas y los servicios que proveen; **II)** incrementen la resiliencia social o económica de las poblaciones humanas más vulnerables al cambio climático; **III)** reduzcan el riesgo asociado a eventos climáticos en las actividades productivas, **IV)** proteger, restaurar o usar biodiversidad y los ecosistemas de forma sustentable; y **V)** tener un impacto positivo sobre la economía de las personas en el corto plazo. Algunas de las prácticas financiadas a través de estos productos son, por ejemplo, el uso de abonos orgánicos, agricultura ecológica, barreras rompevientos, entre muchas otras.

3.361 emprendedores cuentan con créditos para la adaptación²³



23. Emprendedores vigentes a 31.12.2023.

Sostenibilidad ambiental

Con el fin de financiar prácticas más sostenibles y que respeten el medioambiente, la oferta de valor también aborda áreas como la mitigación al cambio climático, el acceso a agua y la instalación y mejoramiento de los sistemas de saneamiento.

En materia de mitigación al cambio climático, en Colombia, Bancamía ofrece Crediverde Energía para reducir la vulnerabilidad de los microempresarios, mediante el acondicionamiento de sus negocios para disminuir el consumo de energía con hornos y estufas ecoeficientes, sistemas de refrigeración y de iluminación de bajo consumo, instalación de paneles solares y vehículos eléctricos.

En República Dominicana, Banco Adopem, ofrece Ecovivienda para inversiones en agua y saneamiento (baño, ducha, inodoro, filtros de agua, biodigestores), inversiones

en energía e iluminación (paneles solares) e infraestructura (ampliación y mejora de la vivienda con materiales sostenibles).

Se distinguen aquellos emprendedores cuya actividad económica se dedica a fines de sostenibilidad (ej. tratamiento de agua y descontaminación, un total de 449 emprendedores) y a la economía circular (reparación, alquiler, reciclaje; un total de 7.532 emprendedores), de aquellos que contratan productos para fines de sostenibilidad. Entre éstos últimos, se encuentran los créditos para la mitigación del cambio climático²⁴ (449 emprendedores lo contratan) y créditos para mejorar los sistemas de saneamiento (10.288 hogares lo contratan)²⁵.

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Colombia, Perú y Rep. Dominicana

18.647
emprendedores



Gestión de agua y contaminación

10.724
emprendedores



Economía circular

7.532
emprendedores



Créditos de mitigación

449
emprendedores

Casi 11.000 emprendedores contribuyen a la protección y uso sostenible del agua y otros 7.500 a la economía circular

24. Se trata de créditos para la instalación de energías renovables, biodigestores y construcción sostenible.

25. Se trata de créditos para la instalación de baños, pozo séptico y/o conexión a sistemas de saneamiento.

Conectividad y alfabetización digital



En respuesta a la pobreza digital, la FMBBVA lleva desde hace años **Internet a zonas remotas a través de los corresponsales bancarios**²⁶ mediante antenas satelitales u otros sistemas de conectividad, negocios de emprendedores que se convierten en puntos de conexión para sus comunidades.

En Perú, en 2023, Financiera Confianza ha activado 11 nuevas zonas con acceso a Internet en Perú. Además, instaló 17 Agentes Confianza Satelitales y a fecha de hoy cuenta con 62 puntos con la solución satelital. Además, subvenciona al agente el costo de un año de su servicio de internet local, para que pueda atender las operaciones de los clientes a través del App Corresponsal²⁷. Con esta estrategia, más de 3.600 personas ya tienen conectividad a internet y a diciembre del 2023 se registraron más de 39.000 transacciones (pago de cuotas, depósitos, retiros de efectivo y giros).

En Colombia, Bancamía hizo una migración de todos los corresponsales satelitales a la conexión de internet local. Durante el año, los 22 corresponsales ejecutaron más de 9.000 transacciones.

En Panamá, Microserfin se sumó en 2023 al proyecto piloto con el modelo de Corresponsal Satelital en las zonas remotas la zona de Cucunatí y Darién para dar servicio a 75 emprendedores. La entidad asume los costos de la conexión satelital de Starlink durante un año.

Otra forma de facilitar la conexión es mediante WiFi gratuito en las sucursales para promover la descarga de la app y acompañar en el aprendizaje al navegarla. Desde 2023, Microserfin lo ofrece en todas las oficinas de Panamá y en Bancamía en Colombia también. En Chile, el piloto de Fondo Esperanza *Nuevo Modelo de Oficina* ofrece un QR para que los emprendedores se conecten.

Financiera Confianza ha liderado la iniciativa **Esquinas Digitales** lanzada en 2022 y que ya existe en todas las oficinas en Perú: un espacio dentro de las sucursales donde los emprendedores recibirán apoyo para aprender a utilizar la app (banca móvil, oficina virtual) y plataforma educativa. En Panamá y Chile están realizando un piloto para implementar dicha iniciativa, a la que se sumarán Colombia y República Dominicana en 2024.

²⁶. Los corresponsales bancarios son pequeñas tiendas, farmacias u otro tipo de negocios que actúan como punto transaccional de la entidad microfinanciera (para realizar *cash-in* / *cash-out* de efectivo). Además, promocionan los servicios financieros (ej. microcréditos).

²⁷. Se trata de créditos para la instalación de baños, pozo séptico y/o conexión a sistemas de saneamiento.

Durante el 2023, las entidades han venido fortaleciendo los contenidos y cursos realizados en alfabetización digital. En el año, más de 80.000 personas recibieron contenidos de habilidades digitales, como marketing digital-creación de tiendas online, estrategias digitales a través de talleres virtuales o plataformas de e-learning.

Además, cada entidad cuenta con una plataforma de formación digital, donde están alojados todos los contenidos (tanto de alfabetización digital, como de las otras temáticas), destacándose las siguientes novedades en cada una de las entidades

- En Chile, **Fondo Esperanza** ha lanzado el nuevo modelo educativo a través de su *Escuela de Emprendimiento Digital*, un modelo de educación mixta, que cuenta con entornos de aprendizaje grupal e individual. En 2023 más de 51.000 emprendedores estaban registrados en la plataforma.
- La plataforma *"Facilitamos su Progreso"* de **Bancamía** ya cuenta con más de 2.000 usuarios en Colombia. En 2023, Bancamía participó en las ferias de economía popular del gobierno nacional y capacitó a más de 1.200 personas en temas de educación financiera en 6 zonas del país. Para ello se desarrolló un módulo especializado que cuenta con las lecciones sobre el uso del crédito, alejarse del gota a gota y como cumplir con sus obligaciones financieras, entre otros.

- En 2023, **Microserfin** ya cuenta con más de 800 personas en su plataforma *"Impulsamos Tu Negocio"*. Se incorporaron nuevos ejes temáticos entre los que cabe destacar un nuevo curso de ciberseguridad que aporta los conocimientos sobre cómo blindar el negocio de posibles ataques.
- En Perú, **Financiera Confianza** adaptó su modelo educativo en la plataforma *"Academia de Confianza"* tras un diagnóstico, y ya cuenta con 900 usuarios registrados.
- **Banco Adopem** en alianza con *The Trust for the Americas* diseñaron el modelo de aprendizaje para la plataforma *"Crece Con Adopem"*. En 2023 la plataforma contaba ya con unos 976 usuarios y unas 1.000 emprendedoras fueron formadas en habilidades digitales en el marco del proyecto Comunidad Emprendedora Digital.

Además, una nueva alianza con *Mastercard Center for Inclusive Growth* y *Caribou Digital* puso en marcha en 2023 la cesión de contenidos *"Hora de Crecer"* (comercio electrónico) para las plataformas de todas las entidades de la FMBBVA.

Más de 56.000 personas se han registrado en nuestras plataformas de e-learning



Formación

Nuestro modelo de finanzas productivas incluye también formación como oferta de valor no financiera. Destaca la educación financiera pero además, incluye formación en gestión del negocio, fortalecimiento empresarial, competencias personales, empoderamiento femenino o habilidades digitales

Esto lo hacen a través de talleres presenciales, virtuales y plataformas educativas. Adicionalmente ofrecen diversas actividades de sensibilización, como charlas, talleres, webinars o Instagram Lives con objetivo divulgativo y de inclusión social. [Destacado] Más de 662.000 personas recibieron asesoramiento financiero o formación en 2023. Del total de personas formadas, el 68,6% fue presencialmente, el 21,1% fue en formato híbrido, y el 10,3% fue en formato virtual.

Por temáticas, el 80,6% de las acciones formativas tienen contenidos de educación financiera y un 19,4% incluye temas como la gestión del negocio, bienestar y familia, liderazgo, marketing digital o capital social.

En Colombia, Bancamía asesoró a más de 316.000 personas a través de su programa Echemos Números, reconocido en tres ocasiones con el sello de calidad de la Superintendencia Financiera de Colombia, una distinción que otorga el regulador financiero a las entidades vigiladas.



En Perú, más de 68.000 mujeres participaron en 2023 en Aprendiendo en Confianza de Financiera Confianza, para participantes del crédito grupal Palabra de Mujer. Los cursos versan sobre el manejo de ingresos y presupuesto y alfabetización digital para mejorar el negocio.

En Chile, Fondo Esperanza estrenó Ruta Emprendedora que se compone de las sesiones de educación en las reuniones presenciales de los Bancos Comunales y de los contenidos educativos digitales dentro de la Escuela de Emprendimiento Digital. Unos 103.388 emprendedores fueron formados en 2023.

En Panamá, Microserfin formó a un 27% más de microempresarios que en 2022, impartiendo 24.982 capacitaciones en sus módulos presenciales de Administración de la Deuda, Ahorro Sí Se Puede, Presupuesto Financiero, Riesgos y Seguros, bajo su metodología de banca relacional.

En República Dominicana, 10.161 personas participaron en las charlas de Banco Adopem sobre cómo mejorar la administración de los recursos, y cómo conocer mejor los riesgos y oportunidades financieras. Además, 7.715 estudiantes participaron del programa Educación Financiera para Niños y Jóvenes en centros educativos para incentivar la cultura del ahorro.

Los seguros para protección

Las entidades de la FMBBVA ofrecen una amplia gama de microseguros con la finalidad de proteger al emprendedor, al negocio y al hogar. Son productos especialmente adaptados a las necesidades de los emprendedores, tanto en lo relativo a riesgos cubiertos, como a los precios, procesos de adquisición y pago de siniestros. Ayudan a los hogares a mejorar su resiliencia y a reducir su vulnerabilidad frente a los efectos negativos de eventos fuera del alcance de su gestión. Además, les permiten acceder a asesoría médica y agropecuaria en cualquier momento y lugar.

Se cuenta actualmente con 25 seguros clasificados en 5 ramos: salud, vida, exequias, daños (climáticos y no-climáticos) y protección de cuotas (sólo en Perú, cubre la cuota del crédito). En los últimos años se ha realizado un importante esfuerzo para promover una mayor colocación de estos productos. La oferta de seguros voluntarios entraña numerosas complejidades (en el diseño del producto, el coste adaptado y sus características tangibles), pero cabe destacar los seguros de salud como aspecto diferencial entre la población más vulnerable.

En el 2023, **Microserfin** lanzó el Microseguro de vida el cual cubre muerte por cualquier causa, incapacidad total y permanente, muerte accidental, desmembramiento, gastos médicos por accidentes, maternidad y canasta básica

Por su parte **Banco Adopem**, realizó una alianza con una Fintech de seguros a nivel local, para respaldar el desarrollo de productos no financieros. Esta colaboración crea un nuevo canal digital a través del AppDOPEM que permite a los clientes adquirir productos de seguros de manera ágil y sencilla, sin necesidad de un ejecutivo de venta. Entre los seguros voluntarios ofrecidos se encuentran el seguro de vida, muerte accidental, incapacidad total y/o desmembramiento y últimos gastos.

Total seguros voluntarios



624.740
asegurados

+2% dic23/dic22

Salud y asistencias



244.151
asegurados

+15% dic23/dic22

30 Seguros voluntarios

Familia - Ramo	Total asegurados Diciembre 2023					
	Bancamía	Financiera Confianza	Banco Adopem	Fondo Esperanza	Microserfin	FMBBVA
Salud	211.736	17.478	0	-	14.937	244.151
Climático	20.641	136.048	-	404	-	157.093
Daños no climático	69.489	-	-	-	-	69.489
Vida	182.966	113.615	55.420	692	5.006	357.699
Exequias	170.003	-	-	-	11.210	181.213
Protección cuotas/ Tarjetas	-	73.919	-	-	-	73.919
Total asegurados FMBBVA	331.797	219.240	55.420	1.023	17.260	624.740

G. 30. Total asegurados a 31.12.2023.

Gobierno corporativo

Un buen gobierno corporativo contribuye al cumplimiento de la misión, visión y objetivos del Grupo, contribuyendo a la generación de valor, permitiendo la identificación, gestión, control y comunicación de los riesgos, el establecimiento de políticas adecuadas para cumplir con el marco normativo y colaborando en la creación de sinergias y de mayor sostenibilidad a largo plazo. Todo ello, para reforzar la confianza de los grupos de interés y promover una cultura de rendición de cuentas y de comportamiento ético y transparente.

La estructura de gobierno del Grupo Fundación Microfinanzas BBVA opera bajo los máximos estándares globales, recogidos en un código de gobierno corporativo asumido por las entidades desde 2015. Todos los consejos de administración están integrados por profesionales cualificados para sus responsabilidades: sector microfinanciero (98%), administración y alta dirección (98%), finanzas y riesgos (73%), gestión del talento (47%) y cooperación y desarrollo (50%).

La presencia femenina en los órganos de gobierno supera las exigencias regulatorias europeas (33%), contando con un 41% de mujeres en las entidades reguladas (Colombia, Perú y República Dominicana) y un 21% en las no reguladas (Chile y Panamá).

Diversidad de los órganos de gobierno



41%
mujeres



68%
consejeros
independientes

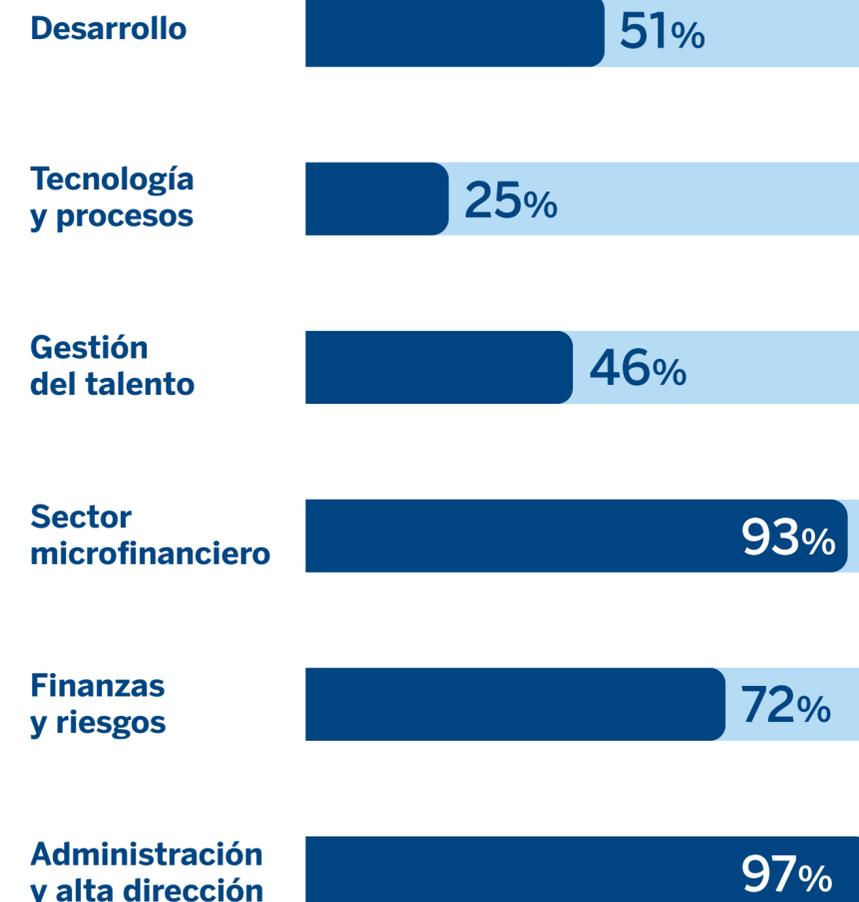
Por otro lado, los consejeros independientes garantizan la imparcialidad en la toma de decisiones: 68% en las entidades reguladas y 41% en las no reguladas. Los comités de apoyo al consejo también están presididos en su mayoría por miembros independientes.

Por último, en 2023 se ha constituido en todas las entidades del grupo un Comité ASG —de Medio Ambiente, Social y Gobierno— para orientar, supervisar y controlar cuestiones de sostenibilidad, medioambiente, derechos humanos y la diversidad e inclusión.

Cumplimos los más altos estándares en la composición de los órganos de gobierno

31 Amplia diversidad de conocimientos y experiencia

Total miembros del consejo



G. 31. Datos a 31.12.2023

Cumplimiento

La función de Cumplimiento es global en el Grupo y realiza la labor de promover y supervisar que el Grupo actúe con integridad, sobre todo en las actividades que puedan entrañar riesgos de Cumplimiento y Conducta.

Para ello cuenta con Normas internas como el Código de Conducta del Grupo FMBBVA que es considerado de obligado cumplimiento e instruye a los colaboradores en las cuatro líneas fundamentales, en relación con el cliente, los compañeros, la entidad y la sociedad.



Código de Conducta
del Grupo de la Fundación
Microfinanzas BBVA
NOVIEMBRE 2023
Impulsamos el desarrollo sostenible de personas en
vulnerabilidad que cuentan con actividades productivas



Las actualizaciones del Código de Conducta aprobadas en 2023 por el Patronato de la Fundación Microfinanzas BBVA, indican el grado de compromiso de adaptación y de seguir conectados a nuestra misión.

Para la aplicación del Código de Conducta, disponemos de un Canal de comunicación de situaciones éticamente cuestionables que se llama Canal de Actitud Responsable.

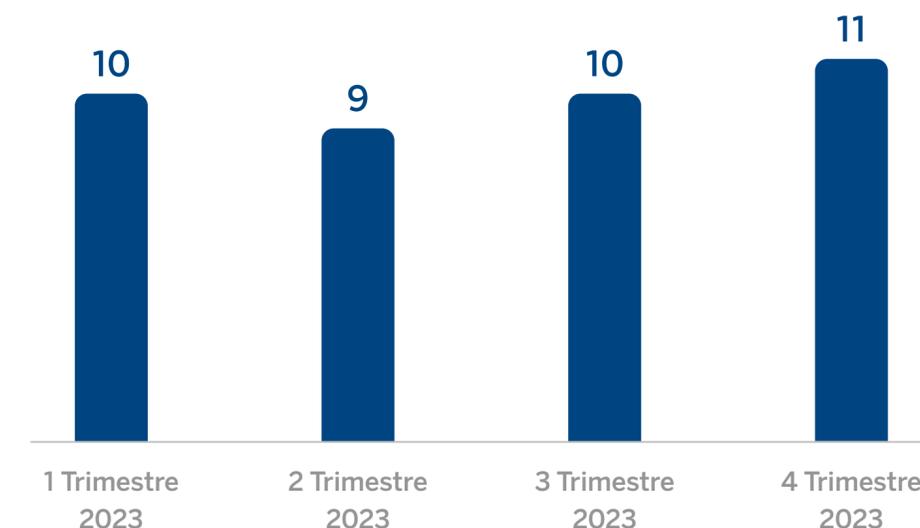
Este canal protege al informante de este tipo de actitudes, guardando confidencialidad y seguridad en cuanto a la inacción de represalias contra él.

En lo que respecta al cliente, para protegerlo y asegurar una atención de calidad, se pone a su alcance diferentes vías de comunicación con la entidad para presentar quejas y reclamaciones. El plazo de respuesta de las quejas y reclamaciones de clientes está ajustado a los límites establecidos por la legislación aplicable en cada país, con una tasa de quejas y reclamaciones (entendida como Número de quejas y reclamaciones/Núm. Clientes) del 0,3% en el año 2023.

**Un Código de Conducta actualizado,
que refleja el valor de nuestra misión**

32 Gestión de quejas y reclamaciones

Media de días de gestión



Un canal de denuncias que protege al informante

G. 32. Datos estanco por trimestre, para todas las entidades del Grupo FMBBVA.

Gestión integral de riesgos

Las entidades del Grupo FMBBVA cuentan con un marco de gestión y control integral de riesgos que está adaptado a su organización y a los países en los que operan cada una de ellas y que se caracteriza por impulsar una gestión dinámica, anticipatoria e integral de todos los riesgos que asegure que nuestra misión se lleva a cabo sin poner en riesgo la sostenibilidad de las operaciones.

Esta gestión integral de los riesgos permite que den una respuesta adecuada a un entorno económico, social y regulatorio cambiante, a los nuevos riesgos, fundamentalmente no financieros, a los que nos enfrentamos y a la mayor complejidad de los riesgos financieros.

Los elementos básicos que conforman este marco son los siguientes:

ELEMENTOS DE MARCO DE GESTIÓN DE RIESGOS

- 
Estructura organizativa y Gobierno
 Roles, responsabilidades y marco de gestión
- 
Marco de Apetito de Riesgo
 Nivel de riesgo asumible
- 
Evaluación, seguimiento y reporting
 Control dinámico y anticipatorio de la función de riesgo
- 
Infraestructura
 Recursos para una efectiva gestión y control del riesgo

Estructura organizativa y Gobierno Roles, responsabilidades y marco de gestión

El gobierno y gestión de riesgos de las entidades de la Fundación cuenta con una especial implicación de sus direcciones de riesgos y de sus órganos de gobierno. En particular, en el establecimiento de la estrategia de riesgos, en el seguimiento, control y supervisión continua de su implementación y en asegurar que cuentan con los medios, sistemas, estructuras, organización y recursos que permitan implantar dicha estrategia.

La responsabilidad de la gestión diaria de los riesgos corresponde a las áreas de negocio de las entidades, que deben desarrollar su actividad ajustándose a las políticas, normativa, infraestructura y controles establecidos por sus órganos de gobierno.

Por otra parte, la función de riesgos se establece como una función única y separada de las áreas comerciales, que goza de la autonomía necesaria para la toma de decisiones y cuenta con los recursos suficientes para el pleno desarrollo de sus actividades.

El gobierno y la estructura organizativa son pilares básicos para garantizar la gestión y control efectivo de los riesgos.



Marco de Apetito de Riesgo

Nivel de riesgo asumible

El marco de apetito al riesgo establece el nivel de los riesgos que las entidades están dispuestas a asumir, para garantizar el cumplimiento de sus objetivos, en línea con su estrategia de crecimiento y garantizando su sostenibilidad.

La incorporación de esta metodología es una herramienta de planificación que permite gestionar de manera más eficaz el conjunto de riesgos para asegurar su alineamiento con la estrategia definida.

La traslación del Marco de Apetito de Riesgo a la gestión diaria de las operaciones se apoya en la existencia de políticas, normas y procedimientos alineados con la estrategia de riesgos y una gestión integral de los mismos a lo largo de su ciclo de vida, con un tratamiento diferenciado en cada caso en función de su tipología.



Evaluación, seguimiento y reporting

Control dinámico y anticipatorio de la función de riesgo

La evaluación, seguimiento y reporting de los riesgos de las entidades, incorpora una visión dinámica y anticipatoria que ayuda a tomar las decisiones necesarias para cumplir con la estrategia de gestión de riesgos definida por los órganos de gobierno.

La evaluación de los riesgos financieros y no financieros a los que se enfrentan las entidades, la definición y revisión permanente de las políticas de riesgos y los procesos que apalancan la gestión integral de riesgos, el seguimiento del perfil de riesgo de cada entidad y de los factores de riesgo identificados, a través de los indicadores y métricas internas nos permiten anticipar su evolución y tomar las medidas adecuadas para optimizar la gestión de riesgos.

Igualmente, contar con esquemas de reporting fiables y suficientes con la información de la evolución de los riesgos, con la frecuencia y profundidad que amerite la naturaleza, importancia y complejidad de los riesgos reportados y compartir esta información con los órganos sociales de las entidades asegura que las decisiones que se toman se encuentren adecuadamente soportadas.



Infraestructura

Recursos para una efectiva gestión y control del riesgo

Para lograr la consecución de los objetivos, en cuanto a una gestión efectiva y un control de los riesgos todas las entidades cuentan con la estructura y recursos humanos acordes al alcance y objetivos estratégicos, desarrollan las metodologías y modelos adecuados para la medición y gestión de los distintos factores de riesgo, disponen de los sistemas tecnológicos que posibilitan los procesos de evaluación seguimiento y reporting y proporcionan los datos necesarios para la gestión del riesgo y el reporte a los órganos de gobierno y fomentan un gobierno de datos adecuado para asegurar estándares de calidad robustos en los procesos de gestión de riesgos.

Talento humano

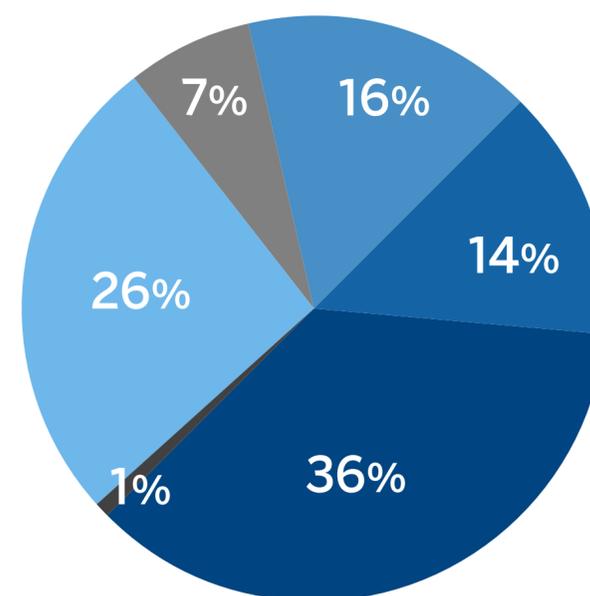
Desarrollo profesional y formación

El desarrollo profesional de los casi 8.000 empleados es clave para garantizar, a su vez, el desarrollo de los emprendedores. Para ello, se ponen a disposición del personal formaciones y se plantea un esquema de trabajo en el que el reto y la superación constante permitan el crecimiento del empleado.

La plataforma Campus de formación virtual incluye cursos de ciencia de datos, liderazgo, innovación y tecnología, relación con el cliente, finanzas, riesgos, gestión de equipos, normativa y regulación. En 2023, se impartieron 181.369 horas de formación. Además, los empleados tienen acceso a la plataforma online Coursera, que cuenta con contenido de 275 universidades y empresas líderes, desde cursos prácticos hasta certificados y programas de grado. Asimismo, a través de la aplicación de aprendizaje a medida *Drillster* pueden acceder a formación personalizada. Finalmente, con el objetivo de desarrollar conocimiento y compartir aprendizajes y experiencias prácticas, se ha relanzado la Comunidad de Prácticas con los equipos de formación de todas las entidades.

33 Formación a empleados

Horas por tipo de formación



■ Video
 ■ Sesión
 ■ Prueba
 ■ Material
 ■ Curso online
 ■ Itinerario formativo

Los empleados de la Fundación tienen acceso a una formación continua en diferentes formatos virtuales que se adaptan a sus necesidades

Apostando por la innovación y la tecnología, hemos incorporado a nuestra oferta formativa los contenidos de la plataforma Coursera, que cuenta con más de 275 universidades y empresas líderes para ofrecer aprendizaje en línea, flexible, asequible y actualizado. Coursera ofrece una amplia gama de oportunidades de aprendizaje, desde proyectos y cursos prácticos hasta certificados y programas de grado.

Asimismo, y dando respuesta a la propia evolución de los métodos formativos, hemos puesto a su disposición la aplicación de aprendizaje a medida *Drillster*. Esta aplicación permite la individualización formativa, de modo que cada persona puede adaptar el aprendizaje según sus necesidades.

Con el fin de establecer los mecanismos que nos permitan desarrollar el conocimiento, compartiendo aprendizajes y experiencias prácticas, hemos relanzado nuestra Comunidad de Prácticas con los equipos de formación de todas las Entidades.

Todas las entidades del GFMBBVA cuentan con líneas de carrera que facilitan el desarrollo profesional de nuestros colaboradores. Ello permite que nuestros colaboradores vayan desarrollando progresivamente sus habilidades y conocimientos, así como sus responsabilidades.

G. 33. Datos para todas las entidades del Grupo, incluyendo la Fundación. Tipo de formación: Sesión (presencial), Prueba (test de nivel), Material (de lectura), Curso online, Itinerario formativo (incluye sesión, online, material y/o video)

Diversidad

Los Principios de Respeto a la **Diversidad**, firmados por todas las entidades del grupo, parten de la base de que es necesario reflejar la sociedad para la que se trabaja con tal de generar impacto positivo sobre ella. En República Dominicana, Banco Adopem recibe una certificación en 2023 con el “Sello Igualando RD” por los protocolos de diversidad y de lucha contra la desigualdad y discriminación. Además, el intercambio entre las entidades de los cinco países enriquece el trabajo de todas ellas.

La obtención del “Sello Igualando RD” en Adopem es el mejor reflejo de la adopción de los Principios de Respeto a la Diversidad

Entre los programas de **beneficios para los trabajadores**, se cuentan las ayudas económicas o créditos favorables para el desarrollo profesional, como estudios de grado, de especialización. Por otro lado, los créditos hipotecarios o para reformas de la vivienda, seguros o atención médica, contribuyen directamente a la salud y al bienestar familiar.

Los programas de beneficios contribuyen al crecimiento personal y a la salud y al bienestar familiar de nuestros empleados





Rosa Ovalle Martínez

La oportunidad de mejora tu hogar

<https://microserfin.com/tengo-muchos-suenos-que-cumplir-en-mi-vivienda-rosa-ovalle-una-de-las-beneficiarias-de-casafin/>

Más de 40 años tuvieron que pasar para que Rosa Ovalle Martínez tuviera la oportunidad de contar por primera vez con un baño higiénico en su hogar. Circunstancias como estas se repiten en los hogares miles de millones de personas en el mundo que siguen sin tener acceso a agua potable, saneamiento e higiene.

Por eso para microempresarios y microempresarias de bajos ingresos que sueñan con el progreso y una mejor calidad de vida para sus familias como es el caso de Rosa, tener a su disposición un crédito que les brinda los recursos para invertir en mejoras en su hogar y/o negocio es un sueño hecho realidad.

Rosa quien es una mujer rural que a punta de su negocio de agricultura pudo sacar adelante a sus seis hijos junto a su esposo, es una de las beneficiarias del producto CasaFin.

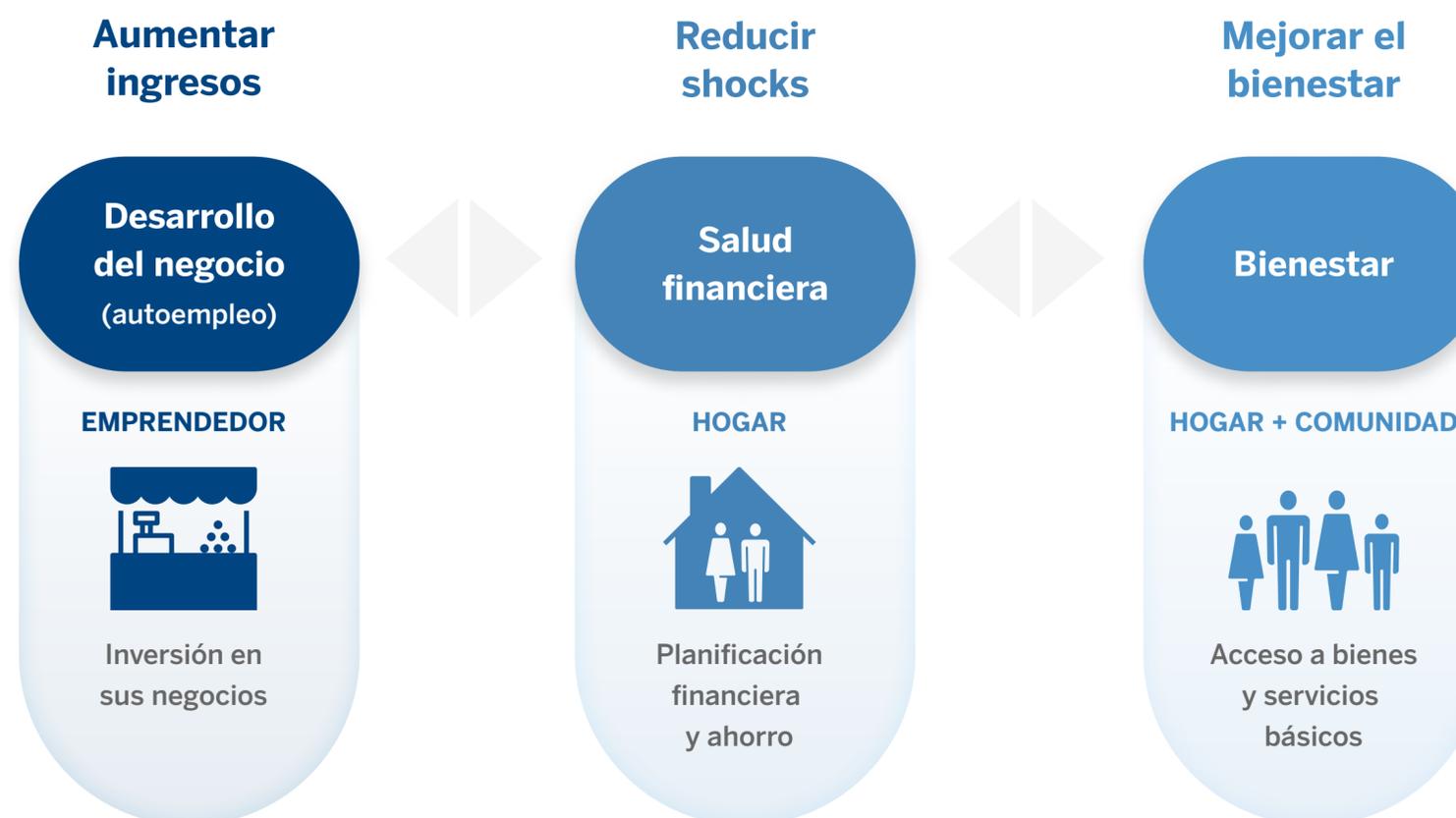
“En esta casa siempre tuvimos baño de hueco. Ya aquí tenemos como 55 años y casi todo ese tiempo tuvimos ese baño, pero ahora como uno va de edad avanzada y viendo que a veces vienen visitas de familia, inventamos que queríamos un baño higiénico... Tenerlo me parece que es mejor, me ha gustado así”, comenta la microempresaria.

Impacto en los hogares

El emprendimiento es una oportunidad para que en los hogares 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.

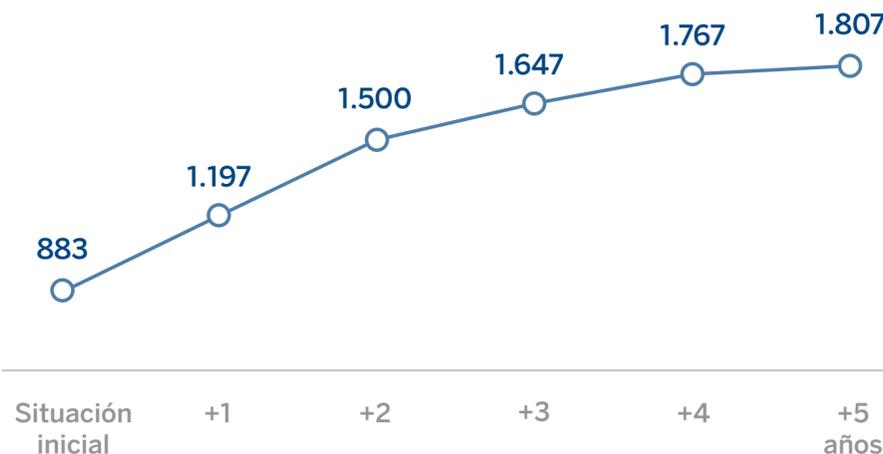
El 2023 se define cada vez más por la gran capacidad de adaptación de las personas, especialmente en lo referente a los micro-emprendedores informales que se enfrentan a múltiples y complejas disrupciones, con orígenes dispares y consecuencias a largo plazo. Sin embargo, muchas veces no están preparados para afrontarlas. La digitalización ha irrumpido tímidamente entre los negocios, especialmente en los canales de venta como se observó en 2022, pero no es una herramienta con uso permanente. A todo ello hay que sumar el estrés financiero que estos emprendedores sufren día a día, especialmente la presión inflacionaria que reduce los márgenes en sus hogares donde las necesidades del negocio y las familiares están intrínsecamente interrelacionadas.

OBJETIVOS DE IMPACTO



34 Evolución del monto promedio desembolsado

Emprendedores atendidos. Monto medio en USD



El monto que nuestros clientes recibe va en aumento según van renovando sus créditos con nuestras entidades

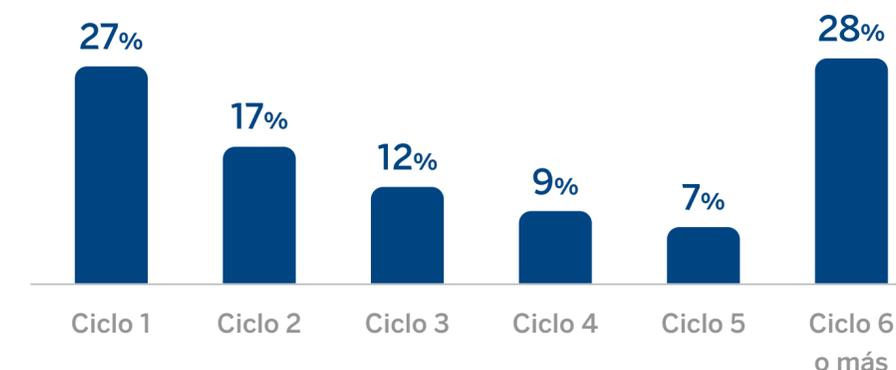
Los resultados de 2023 muestran que se mantiene un buen desarrollo de los negocios, pero hay rezagos en el bienestar²⁸ y la salud financiera.

El crédito es una herramienta clave para acompañar en el progreso de los emprendedores. El 42% considera que un aumento de su crédito y refinanciación les ayudaría a mejorar la gestión de su negocio (Encuesta 2022). Recibir asesoramiento financiero es la segunda opción más elegida, especialmente en Chile, Perú y República Dominicana. Un 25% de los clientes considera que no necesita ayuda alguna por parte de la entidad. A pesar de la variedad de productos que los emprendedores conocen, el crédito sigue siendo el más solicitado y útil (ver [Salud financiera Recursos](#)).

Aunque el monto medio desembolsado para los clientes nuevos ha crecido en los últimos años, alcanzando los USD 1.343. A medida que los clientes renuevan sus créditos, el monto que perciben es mayor. Así, en los últimos seis años, el desembolso promedio de los clientes nuevos se situaba en USD 883, mientras que pasados los cinco años, obtenían de media USD 1.807.

35 Antigüedad de los emprendedores

Total emprendedores



Los microempresarios consideran que si aumentasen su crédito, la gestión de su negocio mejorará

²⁸ Este año, dado que se ha cambiado el sistema de medición en bienestar para incorporar un estándar mínimo de vida (pobreza multidimensional) no se dispone de información de los hogares todavía. No obstante, lo alcanzado en el primer semestre de 2023 reflejaba una lenta inversión en el hogar.

G. 34. Emprendedores en cada cohorte (año de entrada). El valor inicial es el promedio de los valores iniciales (primer desembolso según el año de entrada). A este valor inicial se le aplica el crecimiento promedio a un año, dos años, etcétera, observado en los desembolsos a los grupos de clientes de las cohortes.

G. 35. Emprendedores vigentes a 31.12.2013.

El progreso de sus negocios

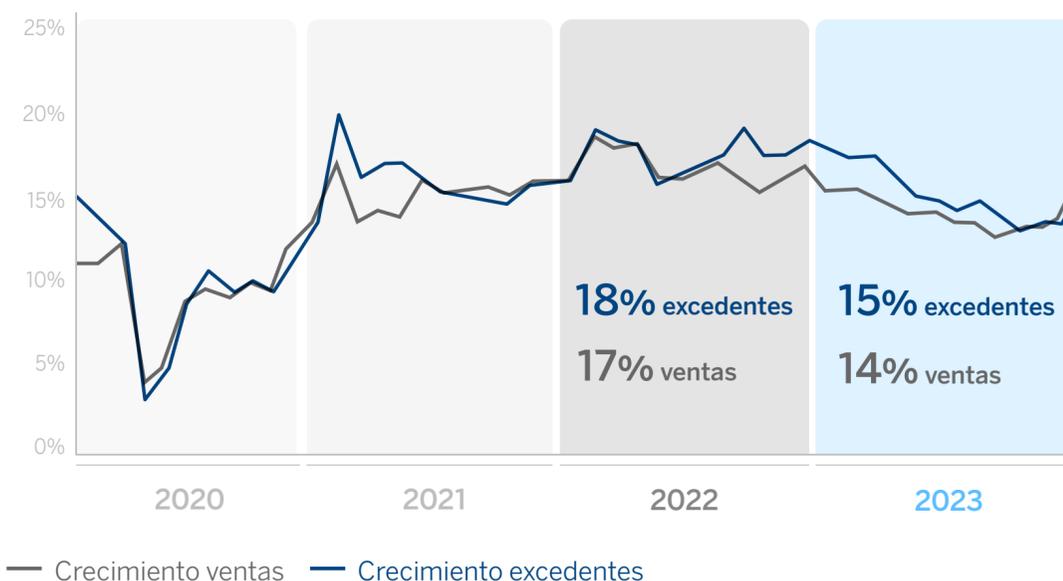
El desempeño de los negocios obedece, en muchos sentidos, al entorno macroeconómico. Así, la resiliencia de los microempresarios se traduce en un sólido crecimiento, tanto de ventas como de excedentes, alcanzando un 14% y 15% anual respectivamente. Este crecimiento, deflactado, es menor a lo observado hace un año, reflejando dificultades en algún país.

Esto se ha traducido en una mejora de la renta en uno de cada dos hogares: 54% de los hogares mejoran su renta en 2023, frente al 51% en 2022. No obstante, estos promedios ocultan diferencias, tanto por país como por actividad.

En términos de desempeño se observan además dos dinámicas; por un lado se ve que emprendedores con antigüedad de 1 año aproximadamente muestran un mejor desempeño que en 2021-2022. Esto se debe sobre todo a los comerciantes (colmados), centros de belleza y ganadería mixta que han mostrado un buen desempeño a lo largo de estos tiempos (post-pandemia) y gran capacidad de adaptación. En estos segmentos (comercio) se concentran muchos emprendedores en pobreza, créditos más cortos (de un año), de allí que observemos una mejor salida de pobreza para estos emprendedores más recientes. Sin embargo, también vemos un ligero aumento en la volatilidad de emprendedores de 3 ciclos de antigüedad (pasa de 23% en abril 2022 a 25% en abril 2023), lo cual se debe a emprendedores con créditos más

36 Crecimiento de los negocios

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada período



	Colombia		Perú		Rep. Dominicana	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Crecimiento ventas	13%	9%	23%	19%	5%	9%
Crecimiento excedentes	13%	14%	24%	18%	4%	7%

antiguos, especialmente en segmentos más inestables como el agropecuario (ganadería, cultivos).

Al observar a clientes con más de 5 años de antigüedad (buen reflejo de un comportamiento más estructural) no observamos cambios significativos. Los primeros meses del 2023 que han sido difíciles en términos de inestabilidad local (macro, político, inflación) sugieren que se va a

mantener cierta incertidumbre sobre el desempeño de los emprendedores. Es decir, es posible que la inestabilidad local ralentice el desempeño futuro.

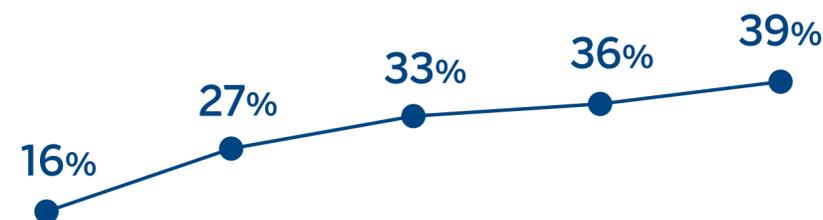
La mayor variación se observa en Financiera Confianza (con caídas superiores al 10% en las tasas de crecimiento ventas y excedentes), mientras que en Bancamía y Banco Adopem mantienen el ritmo de crecimiento.

G. 36. Considera clientes que han renovado un crédito cada mes. Se calcula el crecimiento promedio anual de las ventas y excedentes de esos negocios. No incluye Chile y los datos comprendidos en el periodo marzo-20 y diciembre-20 de Colombia.

37 Reducción del segmento de pobreza

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada período

Reducción neta



Salen de la pobreza



Caen en pobreza



Tras dos años de desarrollo de negocio, con el aumento de sus ingresos, uno de cada tres emprendedores consigue superar la pobreza. Además, a mayor antigüedad, mejor desempeño. Cabe destacar dos tendencias:

- Así, los emprendedores en situación de pobreza siguen buscando un ingreso mínimo y la salida de pobreza se mantiene, reflejo del buen desempeño de los más vulnerables. Tiene sentido también que los pobres tengan un desempeño acíclico —una pobreza más estructural que tiene más ayuda del Estado— no sigue ese ciclo económico.
- No obstante, muchos micronegocios están decreciendo en una mayor proporción, especialmente en el segmento de no-pobres. No llega a ser tan acuciante como para cruzar la línea de pobreza (en Perú si se observa algún descenso, pero en el agregado no). Siendo este segmento cada vez más representativo (69% de la cartera), refleja un riesgo futuro y una menor probabilidad de éxito.

En 2023, se observa una mejora en la salida de pobreza en 2023, respecto al año anterior. Tras dos ciclos de crédito, los emprendedores clasificados como pobres han superado la pobreza. La salida de pobreza se adelanta de un ciclo de crédito para los clientes en extrema pobreza, y mejora para los clientes en ciclo dos que se encuentran en pobreza.

Dado que las relaciones a largo plazo promueven un desempeño positivo, resulta crucial seguir acompañando a los emprendedores en el tiempo para que logren obtener un progreso sostenido, especialmente cuando para muchos de ellos el negocio constituye la principal fuente de ingresos de su hogar. La primera mejora es inmediata ya que se parte de una situación de pobreza pero el reto no termina ahí y el camino a recorrer es más largo.

G 37. Se muestran los emprendedores vigentes a cierre de año que han renovado un crédito a lo largo de 2023. **Salida de la pobreza:** Emprendedores 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:** Emprendedores no pobres 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.

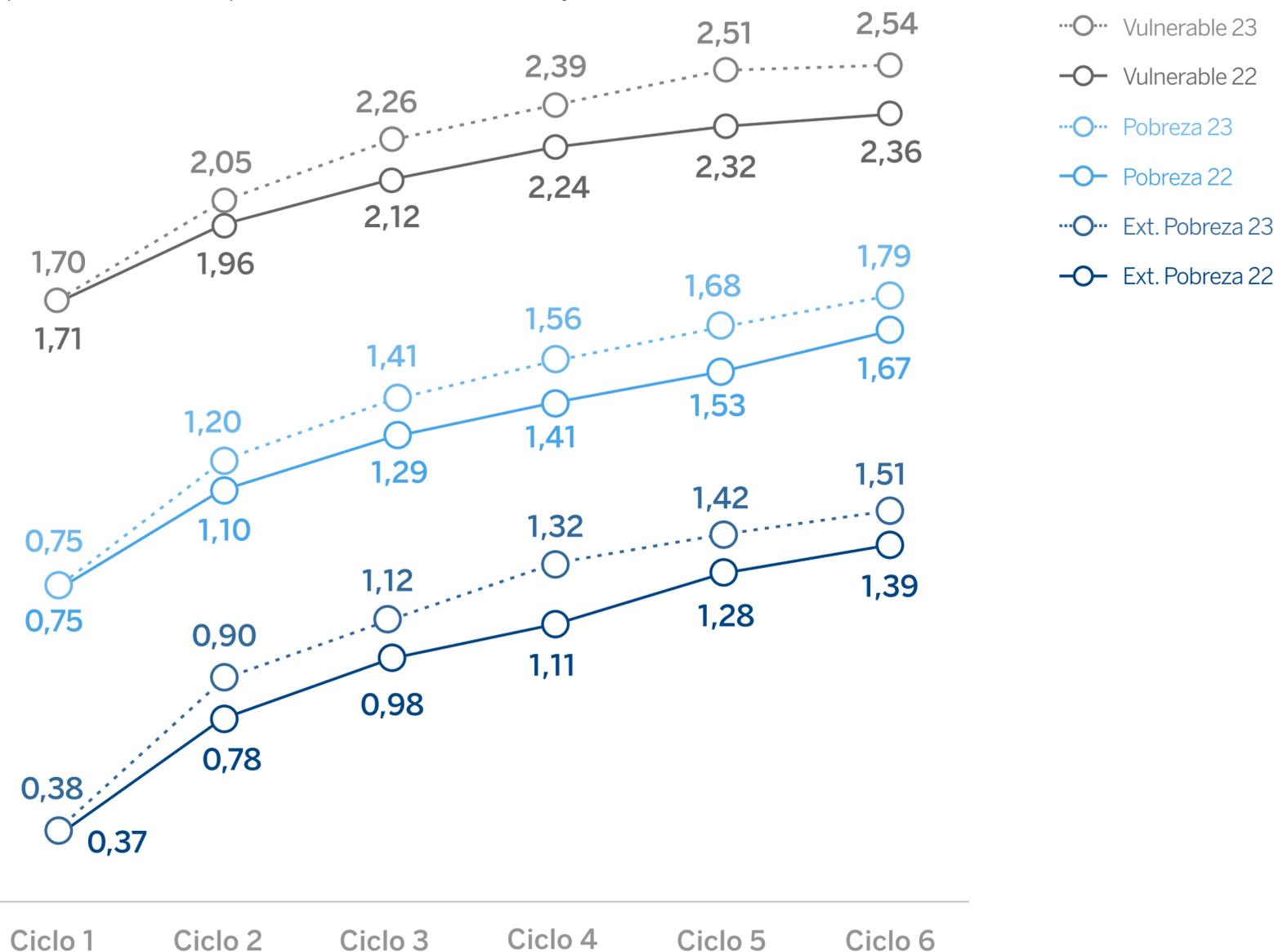
Algunos emprendedores no logran estabilizar sus ingresos debido a su perfil de vulnerabilidad. El 35% de los que tienen más de cinco créditos ha caído por debajo de la línea de pobreza al menos dos veces a lo largo de su relación con la entidad.

Todavía queda mucho camino por recorrer: un 18% de las personas que se encontraban en situación de pobreza no la había logrado superar o un 12% ha caído en ella. Por ello, es clave seguir acompañándolos con créditos y ahorro a medio plazo, así como con seguros y educación, favoreciendo que puedan sortear mejor los obstáculos de su entorno.

A mayor antigüedad, mejor desempeño, y se observa una mejora respecto a 2022

38 Renta relativa a la línea de pobreza

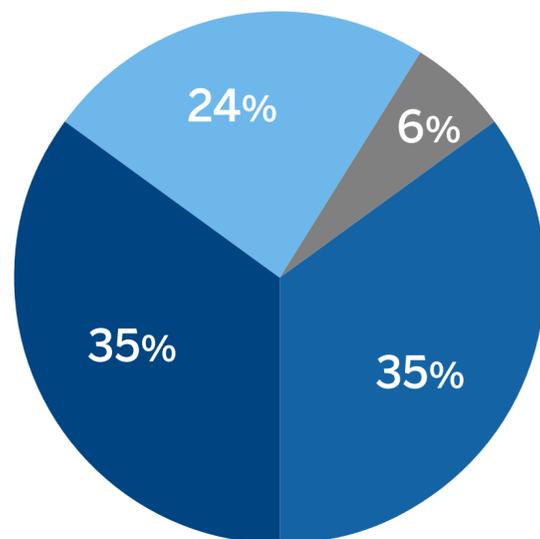
Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2022 y 2023



G 38. Se muestran los emprendedores clientes atendidos durante 2023 y 2022 con crédito individual – clasificados según su situación inicial en el primer crédito – se exhibe el excedente per cápita en cada ciclo de crédito y en relación 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.

39 Volatilidad de la renta

Emprendedores con más de cinco años de antigüedad

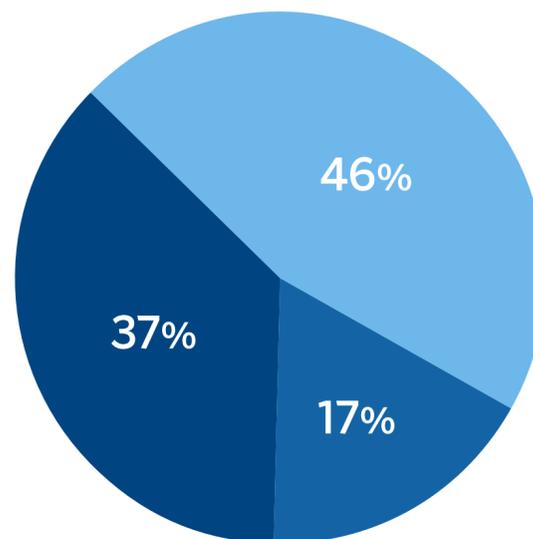


■ Volatil ■ Sale de la pobreza ■ Entra en pobreza ■ Estable

40 Volatilidad de la renta. Clientes bajo y sobre la Línea de Pobreza

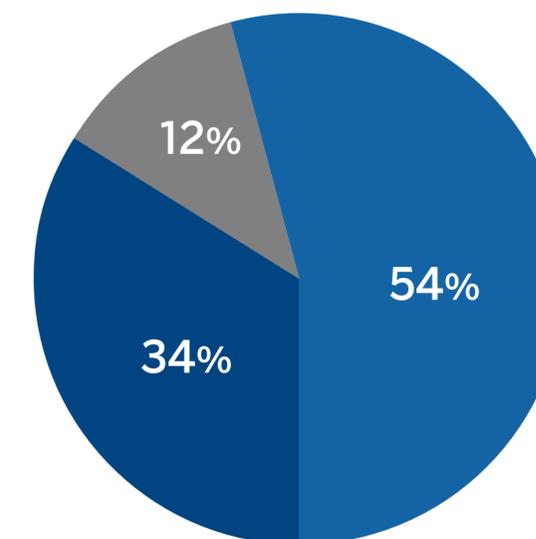
Emprendedores con más de cinco años de antigüedad

Segmentado por emprendedores que, al inicio de su relación con la entidad, generaban excedentes para cada miembro del hogar por debajo/encima de la línea de pobreza.



Volatilidad de emprendedores **en situación de pobreza**

■ Volatil ■ Sale de la pobreza ■ Estable



Volatilidad de emprendedores **no pobres**

■ Volatil ■ Entra en la pobreza ■ Estable

Los emprendedores están expuestos a variaciones en su situación económica, lo que provoca que puedan entrar y salir de pobreza en más de una ocasión

G 39. Muestra de emprendedores atendidos desde 2011 hasta 31.12.2023 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 excedentes por cada miembro del hogar cruzan más de una vez la LP. **Sale de la pobreza**: Cliente pobre al inicio cuyos excedentes crecen por encima de la LP (y no se observa que vuelvan a disminuir). **Entra en la pobreza**: Cliente no pobre al inicio cuyos excedentes caen por debajo de la LP (y no se observa que vuelvan a aumentar). **Estable**: Clientes que se mantienen en su situación de pobres (o no pobres) a lo largo de los cinco desembolsos.

G 40. Se presenta la volatilidad para dos segmentos: inicialmente pobres vs. no pobres.

Bienestar

El progreso económico de las personas no solo tiene un impacto en aspectos como el bienestar de su hogar, la vivienda o la educación, sino que también lo tiene en las sociedades en las que se operan a través de la generación de empleo o las personas que aseguran, para protegerlos ante imprevistos.

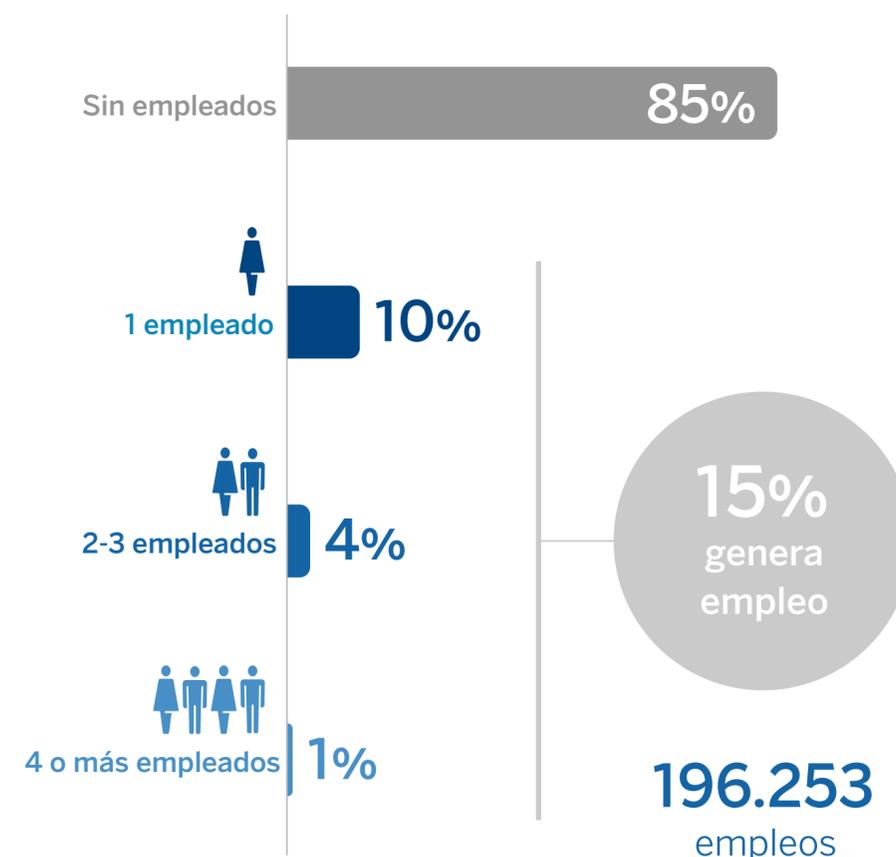
Comunidad, generando empleo

El principal motivo para emprender es la voluntad de ganarse la vida ante la falta de trabajo o precariedad del mercado laboral. Esto explica porque la mayoría son auto-empleados (85%) y que a medida que crecen, tienen capacidad de contratar a personas.

Los emprendedores con crédito vigente contratan a través de sus negocios a un total de 196.253 personas. Mientras que solo el 5% de personas en situación de pobreza puede contratar, y suele ser a familiares, alrededor del 20% de emprendedores menos vulnerables puede contratar.

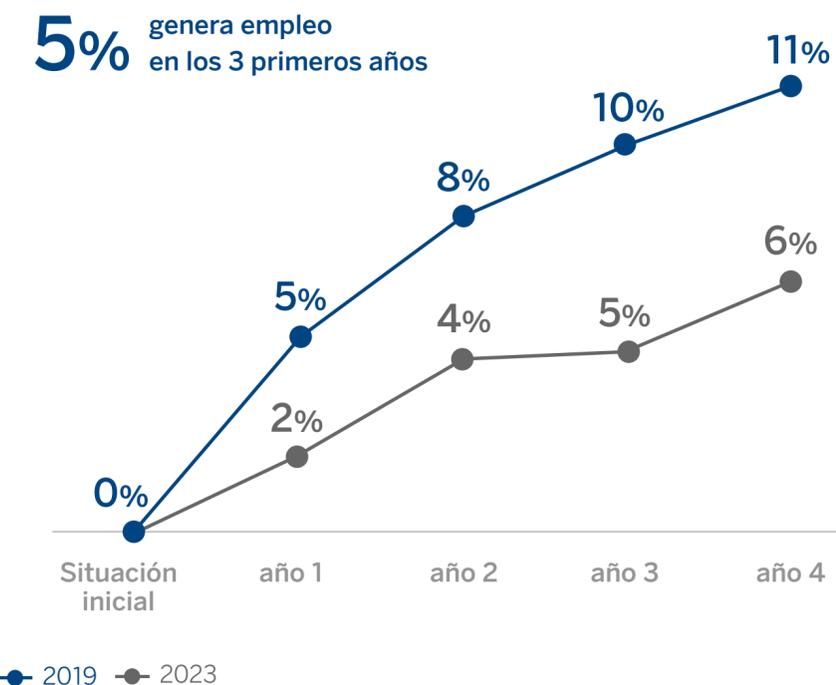
41 Fuente de empleo

Total emprendedores de crédito



42 Creación de empleo

Total emprendedores de crédito



La generación de empleo crece a medida que se consolida la relación con la entidad. Así, al cabo de dos años de relación con esta, un 4% de los emprendedores genera, al menos, un nuevo puesto de trabajo. Este dato era el doble antes de la pandemia. El contratar personas o tener que prescindir de ellas ha sido una estrategia adoptada por los emprendedores ante las dificultades que se encuentran. La lenta recuperación de este indicador es reflejo de ese impacto más profundo en la gestión financiera de los negocios.

G 41. Considera el número de empleados del negocio de los clientes vigentes a 31.12.2023. Información disponible para todas las entidades. Por segmento de vulnerabilidad económica en la última observación.

G 42. Considera el aumento en el número de empleados del negocio sobre la situación inicial. Se muestran promedios de las cohortes (año de entrada) de 2016-2023. Información disponible para Banco Adopem, Fondo Esperanza y Microserfin..

Seguros y cobertura en salud

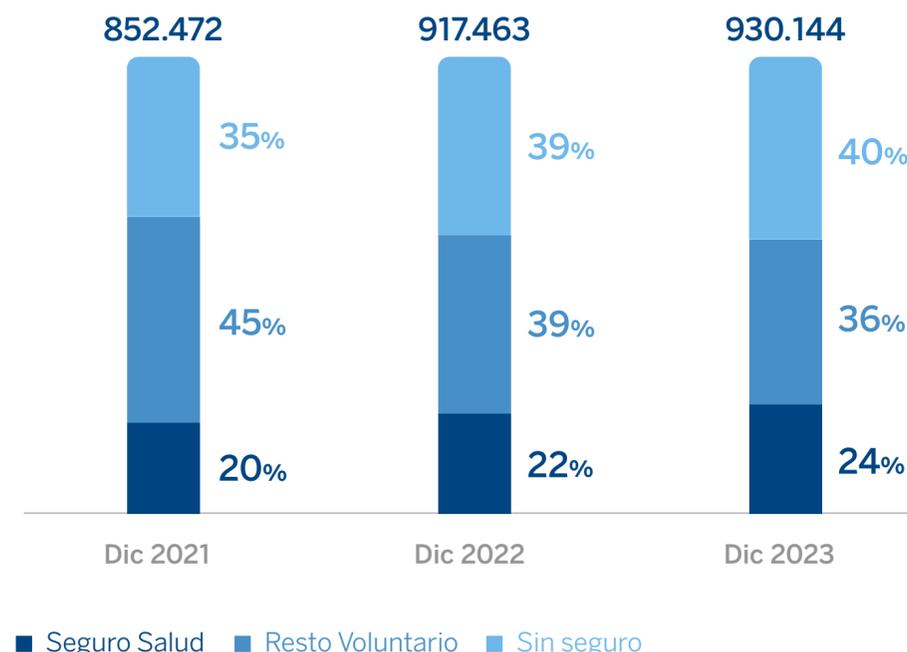
Los seguros voluntarios tienen la intención de brindar protección a los hogares en caso de imprevistos. La atención de la salud constituye una de las brechas de desarrollo más importantes en las que la FMBBVA centra su atención. Velando por una salud de calidad, y con el fin de combatir esta brecha, se han diseñado una serie de coberturas a través de seguros de salud que tienen como propósito garantizar la atención médica de los hogares, especialmente de aquellos que se encuentran en los segmentos más vulnerables y que en su mayoría cuentan con una deficiente provisión.

El Grupo FMBBVA cerró 2023 con un total de 624.740 asegurados en 5 ramas : vida, exequias, daños (climático y no-climático), salud y protección de cuota. de los cuales, más de 244.000 contaban con cobertura de salud (con un crecimiento del un 15% respecto a 2022).

Los clientes más vulnerables son más proclives a la contratación de seguros de salud, observándose que un 40% de los clientes en situación de pobreza contratan este tipo de cobertura, frente al 23% de los más consolidados (no-vulnerables). En cambio, en daños y vida, se observa la tendencia contraria: los contratan hogares más consolidados (especialmente observable en la categoría de daños). Un 6% de los hogares en situación de extrema pobreza contratan seguros de daños, frente al 35% de los consolidados.

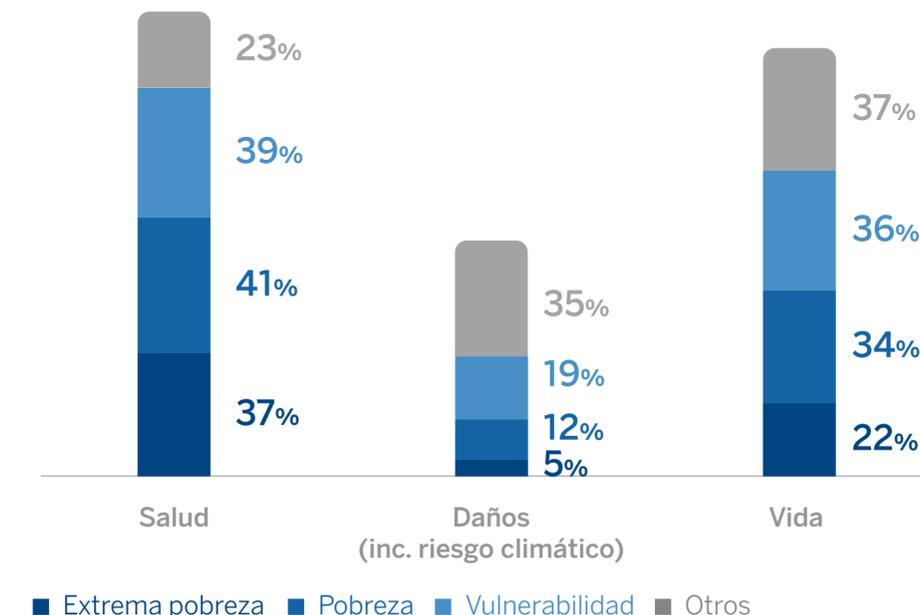
43 Seguros voluntarios

Total asegurados; % emprendedores con crédito



44 Ramo de seguro por segmento de vulnerabilidad económica

Total emprendedores



Pareciera que los shocks relativos a la salud se perciben como una necesidad más difícil de sufragar y por tanto, prioritaria para hogares en vulnerabilidad frente a daños, que se asume con mayor facilidad o que se percibe como un evento menos probable. Se están realizando estudios para entender qué riesgos son los más relevantes (en severidad y frecuencia) y por tanto la necesidad de seguir ofreciendo productos adaptados.

El seguro de salud es el que más crece y lo contratan hogares más vulnerables. El seguro de daños, lo contratan hogares más consolidados

G 43. Incluye seguros voluntarios ofrecidos por las entidades a todos sus clientes a cierre de 2023. Dato total de asegurados.

G 44. Incluye seguros voluntarios ofrecidos por las entidades a todos sus clientes a cierre de 2023. El nivel de vulnerabilidad se calcula a 31.12.2023, es decir, en base a la última información disponible del emprendedor.

PERFIL POR PAÍS

	Total asegurados	(Clientes de crédito que contrata) % Penetración	Comentarios
Colombia BANCAMÍA	331.797	87%	Salud es el ramo más demandado con un 57% de penetración, seguido de vida con un 49%.
Perú FINANCIERA CONFIANZA	219.240	70%	Daños es el ramo más demandado con un 48% de penetración, seguido de vida con un 35%.
Rep. Dominicana BANCO ADOPEM	55.420	29%	Seguro de vida es la única modalidad comercializada por la entidad.
Chile FONDO ESPERANZA	1.023	1%	Reciente comercialización.
Panamá MICROSERFIN	17.620	89%	Salud es el ramo más demandado con un 77% de penetración, seguido de exequias con un 58%.
TOTAL (Agregado)	624.740	60%	

En **Bancamía**, la entidad que más seguros voluntarios ofrece, se observa que por ramos, Salud es el único que presenta mayor demanda en segmentos vulnerables, especialmente entre los pobres donde se alcanza el 59% frente al 53% del resto. En Vida, Daños y Robo, a medida que desciende el grado de vulnerabilidad crece la propensión a contratarlos. El hecho de que Salud y Vida sean los ramos más demandados entre los clientes de la entidad explica por qué se observa mayor propensión cuanto más joven es el cliente. Exequias sería la única modalidad que cuenta con más asegurados en el segmento de mayores de 60 años.

En **Financiera Confianza**, el segmento de vulnerabilidad determina claramente la propensión a contratar un seguro, pasando del 44% y 54% de penetración en el segmento extrema pobreza y pobreza respectivamente, al 78% de los no-vulnerables. En todos los ramos se manifiesta esta tendencia, constituyendo el de Protección de Cuotas la excepción. El género condiciona de manera decisiva la contratación del seguro voluntario, siendo la entidad de la FMBBVA que presenta mayor brecha. 8 de cada 10 hombres frente 6 de cada 10 mujeres tienen contratado un seguro voluntario. Los ramos donde más se acentúa esta brecha son Daños y Vida, precisamente los de más alta demanda entre los clientes de la entidad.

El análisis de propensión por edad pone de manifiesto que el segmento con menor propensión a contratar seguro voluntario entre los clientes de crédito es el de jóvenes con un 68% de penetración de este producto frente al 71% en mediana edad y mayores. Este patrón no se reproduce de manera homogénea en todos los ramos, encontrando las siguientes particularidades, la demanda del seguro de Daños oscila entre el 46% en jóvenes y el 51% en mayores, el seguro de Vida de vida presenta su pico en el 37% de mediana edad frente al 32% de jóvenes y mayores, por último, el de Protección de cuotas es el que mayor diferencia presenta, claramente más popular entre los jóvenes con un 29 de penetración frente al 21% promedio del resto.

Por entorno, el cliente rural es el que mayor demanda presenta del seguro voluntario. Un 78% del cliente de crédito que vive en entorno rural contrata un seguro voluntario frente al 67% del cliente urbano. Por ramo, es Vida el seguro que presenta mayor brecha de entorno, con un 42% de penetración en entorno rural frente al 33% en urbano.

Por su parte **Banco Adopem**, lanzó en República Dominicana una alianza con una Fintech de seguros a nivel local para crear un nuevo canal digital a través del AppDOPEM que permite adquirir seguros sin necesidad de acudir a la oficina.

El perfil que más demanda este seguro de vida voluntario es el joven en el entorno rural, sin observarse diferencias por género. El 32% de los clientes rurales de crédito contratan seguro de vida voluntario frente al 27% observado en entorno urbano. Analizando por edad, son los jóvenes con un 32% de penetración seguidos de mediana edad con 30% los que destacan frente al 21% de mayores de 60 años.

Microserfin en Panamá, ofrece un rango relativamente amplio de seguros. Salud y Exequias son modalidades que presentan una mayor propensión en segmentos menos vulnerables. Vida, en cambio, no presenta diferencia en la ratio de penetración por segmento de vulnerabilidad

La edad es determinante a la hora de evaluar el grado de propensión a contratar un seguro voluntario, y el patrón observado está muy alineado entre los distintos ramos. En términos globales frente al 93% de clientes jóvenes con seguro voluntario encontramos un 88% en mediana edad y un 86% en mayores de 60 años.

Por entorno, siguiendo la tónica de la mayoría de las entidades de FMBBVA, el mayor grado de penetración lo encontramos en el entorno rural con un 91% frente al 87% urbano.

Salud financiera

La salud financiera es un eje fundamental en el progreso de los hogares. Por ello, es importante entender cómo los hogares gestionan sus finanzas hoy (gestión), cómo gestionan imprevistos (shocks) y cómo anticipan las situaciones futuras para poder afrontarlas (planificación e inversión). Esto cobra especial relevancia en comunidades vulnerables, ya que éstas tienen mayor probabilidad de verse afectadas por el acceso y la utilización adecuada de productos financieros, lo cual puede causar un declive en la capacidad del negocio y del hogar para seguir adelante.

Hemos definido salud financiera como la capacidad de planificar en el tiempo para que:

1. Los ingresos cubran los gastos.
2. Se afronten posibles imprevistos.
3. Se acumule patrimonio para utilizarlo en futuras etapas del ciclo de vida.

El ahorro y los seguros son productos especialmente adaptados para mitigar riesgos y fomentar una buena salud financiera. Estos productos forman parte esencial de nuestra oferta de valor, ya que ayudan a los emprendedores a mejorar su resiliencia y a reducir su vulnerabilidad frente a los efectos adversos.

El objetivo es encontrar formas de mejorar la capacidad de gestión del patrimonio familiar con productos y canales adecuados. Por ello se profundiza en cómo es el emprendedor que ahorra en las entidades financieras para luego pasar a conocer la gestión financiera del hogar, en base a encuestas realizadas.



El emprendedor que ahorra

El ahorro, entendido como una reserva pecuniaria para hacer frente a gastos inesperados o futuros, o para acometer nuevas inversiones, es algo por lo que apuestan nuestros emprendedores. El ahorro es otro mecanismo de supervivencia que utilizan los clientes, y uno que las instituciones financieras pretenden reforzar a medida que escalan en su capacidad financiera. No obstante, sigue presentando dificultades y además, la capacidad de ahorro así como su uso no son homogéneos en las entidades del Grupo.

En 2023 aumentó el número de clientes del Grupo FMBBVA que ahorran (5%) y sus saldos, hasta USD 640 millones, por encima de los niveles existentes antes de la COVID-19.

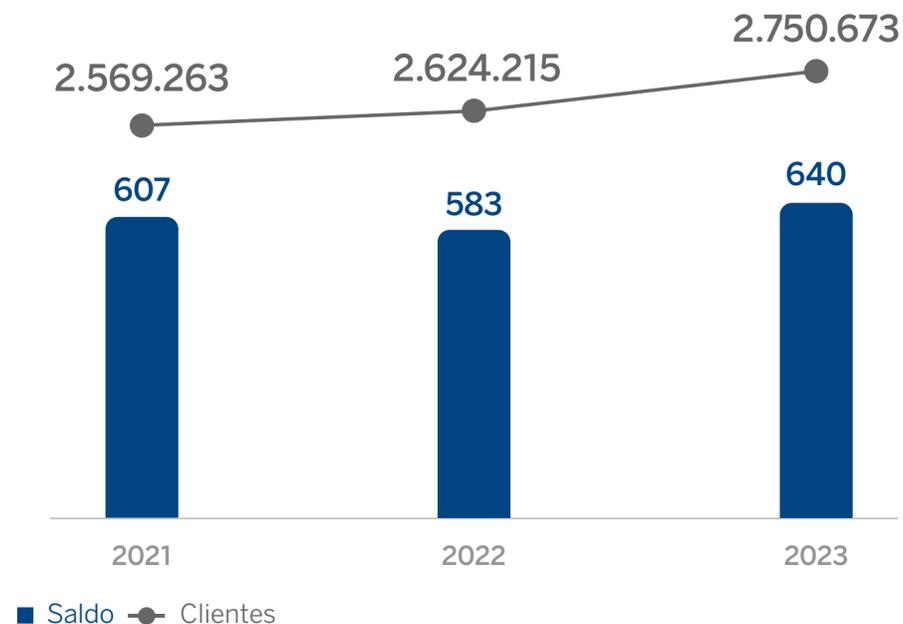
En entidades donde existe un mayor hábito de ahorro, como Bancamía o Banco Adopem, tanto el número de clientes como el saldo han crecido en relación a 2022. Mientras en Perú, sigue siendo un desafío.

A pesar de los esfuerzos realizados por los hogares, el ahorro todavía supone un reto para la mayoría de ellos. Por este motivo, desde hace ya algunos años, se ha segmentado a los clientes según diferentes factores con el fin de ofrecerles un producto adaptado a cada una de las etapas en las que se encuentran:

- **Ahorrador:** aquel que contrata un producto de ahorro activo (depósito, ahorro programado / con metas, o similar);

45 Clientes con cuentas de ahorro y depósitos

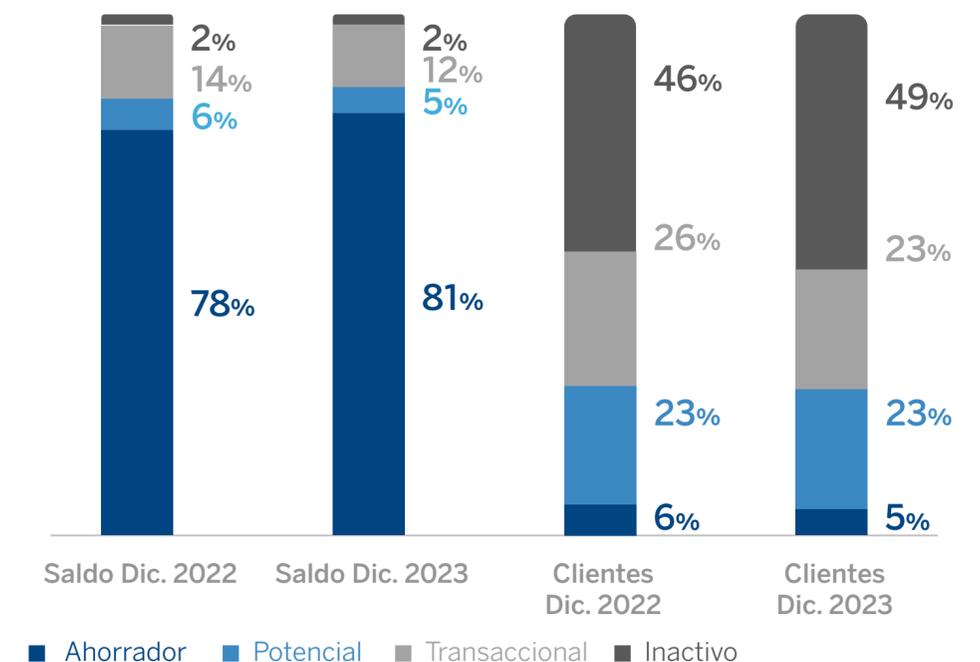
Total clientes y saldos (USD millones)



- **Potencial:** Clientes con cuentas de ahorro para poder realizar transacciones, y crédito activo
- **Transaccional:** Clientes con solo cuenta de ahorro activa (sin crédito vigente)
- **Inactivos:** Clientes con cuentas inactivas (el tiempo de inactividad es de 2 años en promedio y la probabilidad de re-activar es muy baja).

46 Segmentos de clientes ahorradores

Segmentación de los clientes de ahorro y saldos



Si bien es cierto vemos un mayor protagonismo de los clientes ahorradores donde ahora representan el 81% del saldo total de cartera (antes 78%), también podemos apreciar un aumento de clientes inactivos 49% (antes 46%), lo cual nos da indicios que existe una menor salud financiera en nuestros clientes y cada vez tienen menor interacción con los productos de ahorro de nuestras entidades.

G 45. Todos los estudios de esta sección excluye clientes institucionales. El saldo es el balance a cierre de cada año..

G 46. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas. **Ahorrador:** cliente con productos de ahorro especializados (no incluye cuentas transaccionales).

Potencial: cliente con productos de ahorro transaccionales y mayor vinculación con la entidad. **Transaccional:** cliente con producto de ahorro transaccional y baja vinculación con la entidad. **Inactivos:** resto de clientes.

PARA UNA BUENA SALUD FINANCIERA



1 Ingresos

Contar con unos excedentes lo suficientemente altos como para cubrir las necesidades básicas de cada persona

2 Facilidades

Contar con los distintos mecanismos que les permitan mantener un ahorro seguro: cuentas de ahorro, depósitos a plazo o cualquier otro producto de ahorro

3 Conocimiento

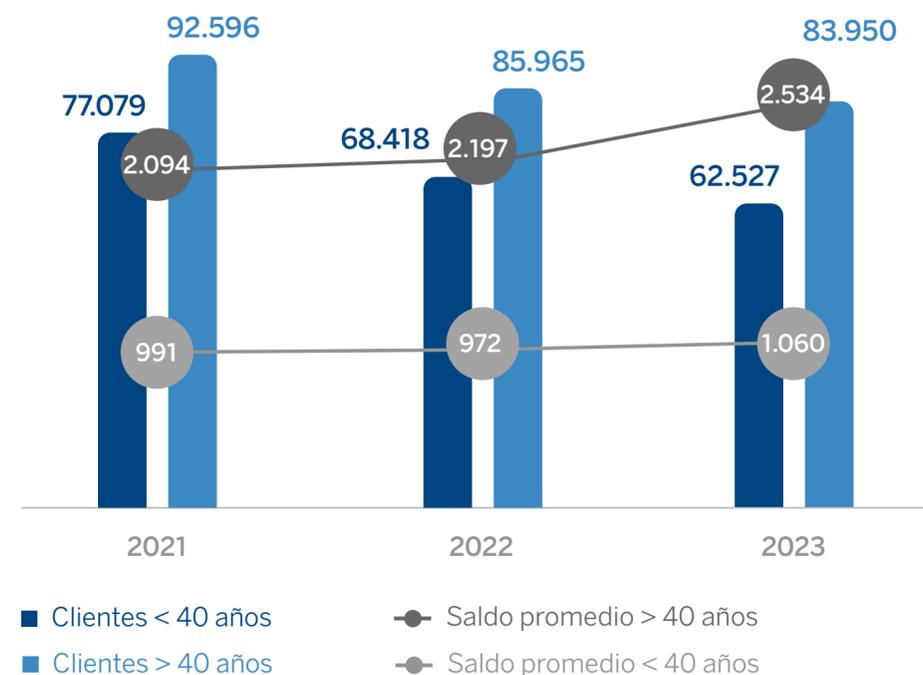
Contar con un plan de conocimientos suficientes, o un plan o meta a el corto, medio o largo plazo

Parte de la misión de la Fundación consiste en equilibrar o equiparar la relación entre saldos y clientes. De este modo los más vulnerables, además de incrementar sus excedentes, pueden también aumentar sus ahorros. Esto requiere invertir tanto en las facilidades que les ofrecemos como en ampliar sus conocimientos financieros.

En el segmento ahorrador, se observa que a más edad mayor probabilidad de obtener saldos con importes mayores

47 Ahorrador por tramo de edad

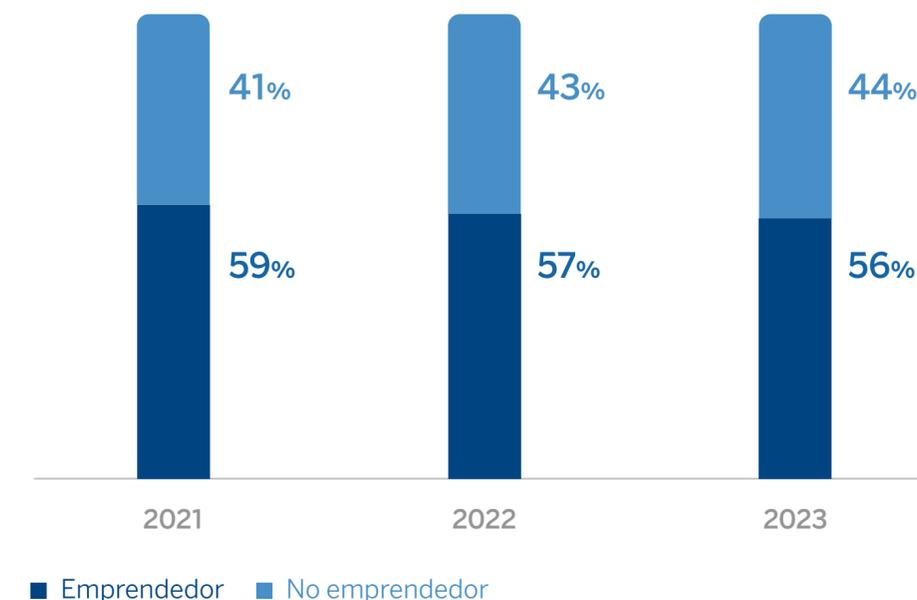
Saldos promedio del año en USD y número de clientes



a 500 USD. Los clientes que tienen saldos importantes tienen de 40 años a más, siendo este tramo el 57% del total de clientes y representan el 83% del total del saldo del segmento. Además, el 56% de los clientes de este segmento son emprendedores (han tenido un crédito) y la suma de sus saldos representan solo el 16% del total del saldo en este segmento. En efecto, resulta sumamente difícil ahorrar en un banco formal y la mayoría de éstos (el 85%) tiene un saldo menor a USD 25 USD en Dic 2023.

48 Ahorrador, por tipo de relación financiera

Total clientes vigentes ahorradores



Cabe destacar que aquellos emprendedores ahorradores tienden a encontrarse en zona urbana, posiblemente porque sea más fácil acceder al ahorro (banco más cerca) y/o por contar con mayor nivel educativo y confianza en el sistema financiero. El saldo promedio de ahorro de un cliente urbano es 1,6 veces más que aquel emprendedor rural, y ha tenido una variación positiva con respecto al 2022 del 20%.

G 47. Cliente y saldo de ahorro en cada una de las fechas.

G 48. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas.

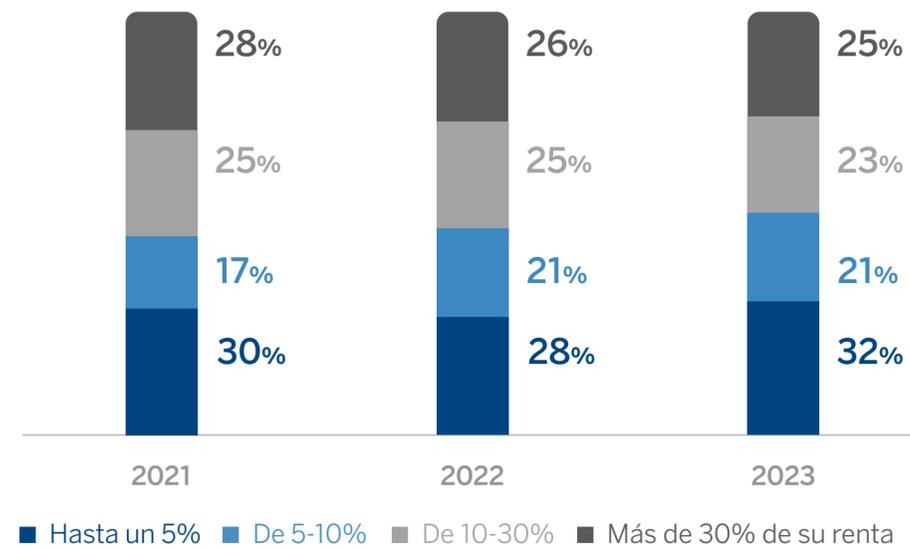
De hecho, observamos que la mayoría (el 75%) de éstos emprendedores ahorradores destinan menos del 30% de su renta per cápita al ahorro formal. De hecho, si vemos la distribución de saldos, la mayoría de ellos cuentan con saldos menores a 25 USD.

Esta carencia de ahorro ha aumentado con el tiempo, aumentando la proporción de aquellos que no pueden destinar parte de su renta al ahorro formal, lo cual refleja el deterioro de la salud financiera de nuestros emprendedores en la entidad. Esto está relacionado con el nivel de vulnerabilidad de los emprendedores. Así, el saldo promedio de clientes no vulnerables es de 109 USD en el 2023, muy por encima del saldo promedio de los vulnerables 30 USD.

El comportamiento del esfuerzo difiere tanto por vulnerabilidad económica como por sector. Así, se observa un mayor esfuerzo entre los más vulnerables debido a la carencia de ingresos principalmente. También se ve reflejado en el tipo de actividad de los emprendedores: el saldo promedio en servicios es muy superior (USD 949) a aquel del segmento agropecuario (el más bajo, con USD 363); posiblemente por cercanía a la entidad bancaria (en el entorno rural es más difícil acercarse a una oficina a ahorrar), por el nivel educativo (menos en entorno rural) y por el nivel de ingresos (mayor en servicios que en agropecuario). Ya en 2022 descubrimos entre las principales dificultades

49 Esfuerzo de emprendedores-ahorradores

Total clientes vigentes ahorradores

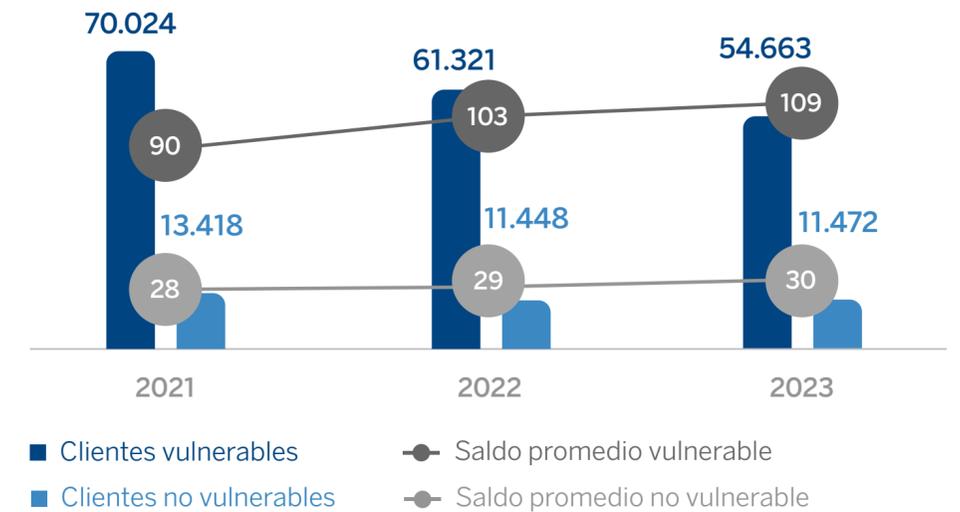


que los empresarios dicen tener para ahorrar encontramos la falta de ingresos (44%), seguida en igual medida por la poca confianza en los bancos (11%), el largo proceso de contratación y la lejanía de las instituciones (estas dos últimas con 10% cada una).

Por tanto, la apuesta por seguir ofreciendo servicios educativos, canales ágiles y productos que ayuden a mejorar las capacidades financieras de las personas, continúa siendo fundamental y constituye una enorme oportunidad.

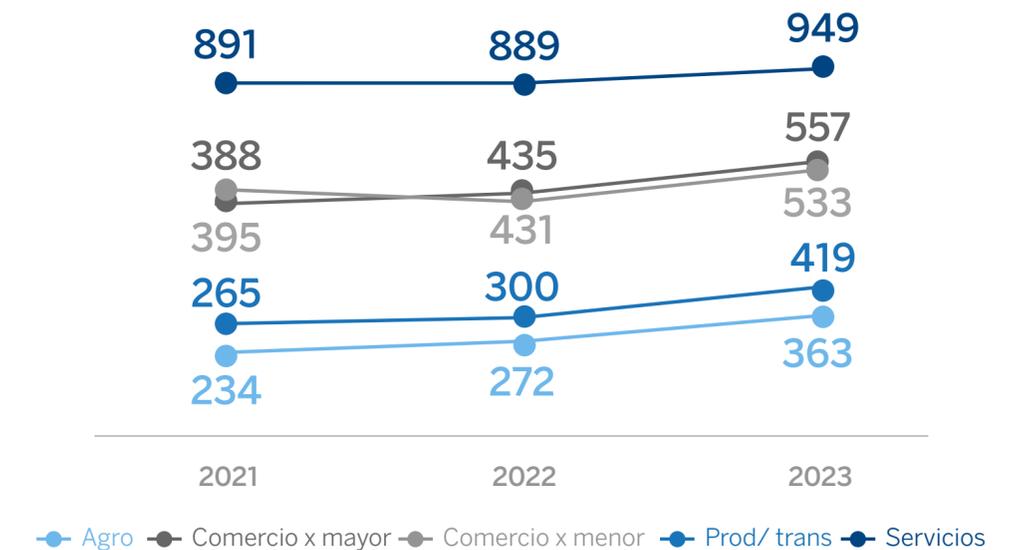
50 Saldo promedio de ahorro de emprendedores

Total clientes vigentes ahorradores y saldo en USD



51 Saldo promedio de ahorro de emprendedores

Saldo medio en USD del total de clientes ahorradores



G 49. Cliente ahorrador, con saldo en cada una de las fechas. El esfuerzo que realizan los clientes para realizar el ahorro lo hemos obtenido dividiendo su renta vs el saldo del ahorro.

G 50. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas. La vulnerabilidad económica se calcula en función de la última observación del emprendedor.

G 51. Cliente con saldo de ahorro en cada una de las fechas.