

FUNDACIÓN MICROFINANZAS BBVA CASO 2-2009

El grupo BBVA creó en 2007 la Fundación Microfinanzas BBVA con una dotación inicial de 200 millones de euros. El modelo de negocio de la Fundación combinaba la creación de una red de entidades microfinancieras con la innovación tecnológica y de procesos. El objetivo era lograr una mayor eficiencia que permitiera reducir los costes operativos con el fin de hacer más accesibles los servicios financieros a un mayor número de personas de bajos ingresos. En julio de 2009, la Fundación Microfinanzas BBVA tenía 421.298 clientes en América Latina y una cartera de créditos concedidos por un valor de 340 millones de dólares. *Enlace de interés: <http://mfbbva.org/>.*

Innovaciones del producto y modelo de negocio:

El sector de las EMF (entidades microfinancieras) está formado, en su mayoría, por organizaciones de tamaño reducido, con sistemas de gestión y de gobierno deficientes, sistemas de evaluación de riesgo frágiles y grandes dificultades para escalar sus actividades. A pesar de ello, el modelo de banca relacional reduce ostensiblemente el riesgo de morosidad, que acostumbra a ser muy inferior al de la banca tradicional.

Creación de una red de EMF: A través de la adquisición de instituciones que ya están operando en los mercados locales, con el fin de aumentar rápidamente la cuota de mercado y generar economías de escala. Estas entidades son las que mejor conocen el contexto local, los clientes y la realidad del mercado. La Fundación aporta un conjunto de activos que fortalecen a la red, como un mejor acceso a recursos financieros del mercado, un sistema de gobierno corporativo y conducta coordinados, una plataforma tecnológica y de riesgos compartida y sistemas de gestión y comercialización comunes.

Aumento de presencia en sectores rurales: A través de canales alternativos de distribución, alianzas con actores locales y el uso de tecnologías (como conexión vía satélite) para llegar hasta los segmentos más necesitados.

Capacitación y asesoría: Establecimiento de alianzas para mejorar la capacitación de los profesionales del sector y de los propios emprendedores, lo que juega un papel crítico en la viabilidad y sostenibilidad de los proyectos y en el impulso del autoempleo de estos últimos.

Transferencia tecnológica: Clave para la reducción de costes y la mejora de la eficiencia operativa. Se desarrollan plataformas tecnológicas comunes a las EMF de la red, mejorando los sistemas de información, comercialización y de riesgos, lo que se combina con una gestión local que respeta la singularidad de cada país y entidad.

Otros aspectos de interés:

Los clientes son personas de bajos ingresos, emprendedores por naturaleza y necesidad y, en su mayoría, mujeres (aproximadamente el 60%). Prefieren los créditos rápidos, fáciles, a corto plazo, y aprecian la atención personalizada. Son personas que han adquirido cultura de pago porque la relación que se establece entre el agente o gestor de crédito de la entidad microfinanciera está basada en la confianza. Respaldan el crédito con su negocio: la sostenibilidad y viabilidad del negocio es su principal garantía. El importe promedio del crédito de las entidades de la Fundación Microfinanzas BBVA se sitúa en torno a 900 dólares.

La Fundación es independiente del Grupo BBVA y, por tanto, éste no intercede, gestiona ni supervisa sus operaciones. Además, los retornos de la Fundación no se canalizan hacia el banco, sino que se reinvierten en su propia actividad, para asegurar así su sostenibilidad y contribuir al cumplimiento de su misión social. La Fundación contempla finalizar el año 2009 con una nueva inversión realizada de 100 millones de euros. De éstos, ya se han invertido 60 millones en el desarrollo de la red en Colombia, Perú y Puerto Rico. La entrada en nuevos países de América Latina (Chile, Argentina, México) y, a medio plazo, en Asia, demostraría que la Fundación está consiguiendo generar un impacto significativo gracias a un modelo escalable.