



PHOTO CREDIT: CGAP



## TALLER: DISEÑO EN ACCIÓN

# "Productos financieros y no financieros que funcionan para las mujeres"



**JUNIO 2, 2023**  
**11 AM ET US**



**Les damos la bienvenida...comenzaremos puntualmente a las 11:00 am EST US**

# Anfitriones



## Moderadoras



**Mariana Martínez**  
Líder Regional - FinEquityALC

[mmartinez8@worldbank.org](mailto:mmartinez8@worldbank.org)



**Barbara Magnoni**  
CEO - EA Consultants

[bmagnoni@eac-global.com](mailto:bmagnoni@eac-global.com)



**Daniel Contreras**  
IT - FinEquityALC

[dcontreras1@worldbank.org](mailto:dcontreras1@worldbank.org)



**Pilar Islas**  
EA Consultants

[pilargerencia@gmail.com](mailto:pilargerencia@gmail.com)

## Apoyo técnico y de salas



Algunos **consejos de Zoom** para que tu experiencia en este TALLER con FinEquityALC sea todo un éxito:

- Si utilizas la modalidad de **lado a lado del zoom (side by side – speaker view)**, esto te permitirá ver tanto al presentador como la presentación.
- Durante **las sesiones grupales o salas**, los participantes pueden utilizar **sus cámaras y micrófonos encendidos**.
- **Preséntate en la caja del chat** mientras comenzamos.
- Asegúrate de incluir **tu nombre completo y el nombre de tu organización** mediante la función "cambiar nombre" en "Participantes".

# Panelistas



**Helene Meurisse**  
Oficial de Operaciones, IFC



**José Etchegoyen**  
Especialista Global – PYME y  
Género, IFC



**Lizzeth Villatoro**  
Gerente General, Banco LAFISE  
Honduras



**Lizen Pineda**  
Líder oferta no financiera Programa  
PYME, LAFISE Honduras



**José Miguel Méndez**  
Coordinador Cadenas de Valor  
Agropecuarias, Banco ADOPEM

# Agenda – Taller FinEquityALC

---



- **Bienvenida** y dinámica de la jornada del Taller práctico FinEquityALC.
- **Presentación de objetivos** del taller práctico.
- **Encuesta** con las/los participantes y el **diseño de productos financieros y no financieros que funcionan para las mujeres.**
- Presentación **IFC** y **LAFISE HONDURAS**: Proyecto PYME Mujer, oferta financiera y no financiera, lecciones aprendidas.
- Presentación **Banco ADOPEM**: Producto Ganadería Familiar Sostenible.
- **Manos al aprendizaje**: Nos dividiremos en **salas de trabajo** en las que trabajaremos sobre la base del producto de ADOPEM.
- Compartir **resultados y principales aprendizajes** de las salas de trabajo.
- **Cierre y pasos a seguir.**





## PREGUNTAS PARA LA COMUNIDAD FINEQUITYALC:

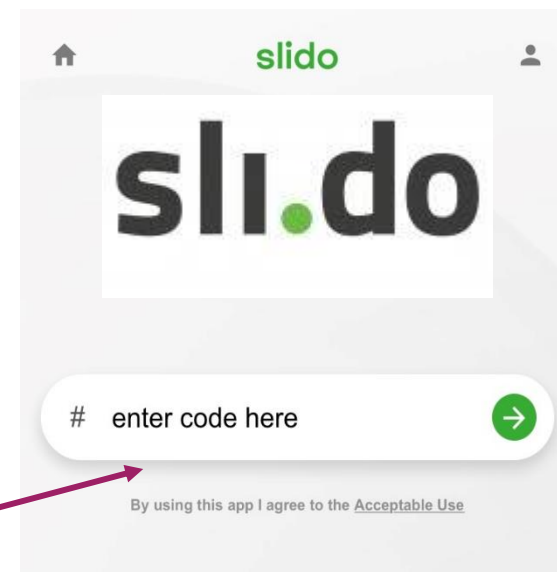
Queremos saber sobre ustedes y la oferta productos financieros y no financieros diseñados específicamente para las mujeres.

# Preguntas para la comunidad de FinEquityALC

Abre cualquier navegador en tu computadora o teléfono y escribe:

**www.slido.com**

Ingresa event code / código de evento:







Banco  
**LAFISE**



**IFC**

Corporación  
Financiera Internacional  
GRUPO BANCO MUNDIAL

*Creamos Mercados, Creamos Oportunidades*

# El Banco de las PYMES

PROYECTO PYME Y MUJER

Junio 2023







# 01

INTRODUCCIÓN  
DEL PROYECTO

# 02

OFERTA DE  
VALOR  
FINANCIERA

# 03

OFERTA DE VALOR  
NO FINANCIERA



01

INTRODUCCIÓN  
DEL PROYECTO

02

OFERTA  
FINANCIERA

03

OFERTA NO  
FINANCIERA



# Introducción del proyecto



Posicionar LAFISE como el banco de América Central y República Dominicana referente para la PYME, incluyendo la PYME Mujer

**Profundizar Relación con el cliente + Posicionamiento + Rentabilidad**



Inclusión:  
✓ Financiera  
✓ Género



Éxito en Nichos





# Alcance y Componentes del proyecto



## Objetivo General

Desarrollar un programa para fortalecer el **crecimiento del segmento PYME** con especial énfasis en las PYMEs lideradas por mujeres.



# Aliados Estratégicos del programa PyME Honduras



GOBIERNO DE ESPAÑA



CONTRIBUCIÓN TÉCNICA

CONTRIBUCIÓN FINANCIERA



Proyecto  
**TRANSFORMANDO SISTEMAS DE MERCADO**

LINEA DE GARANTÍA DFC

# Co-creación de propuesta de valor y fortalecimiento del modelo de gestión PYME





# Diagnóstico externo: estudio de mercado a nivel regional

ESTUDIO DE  
MERCADO  
REGIONAL



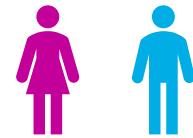
Socio  
estratégico:  
EA Consultants

Metodología

1,186 entrevistas  
cuantitativas  
50 entrevistas  
cualitativas

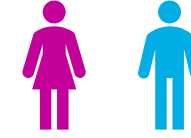


529  
Micro



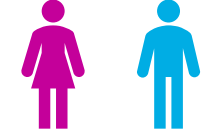
64% 36%

438  
PyMEs



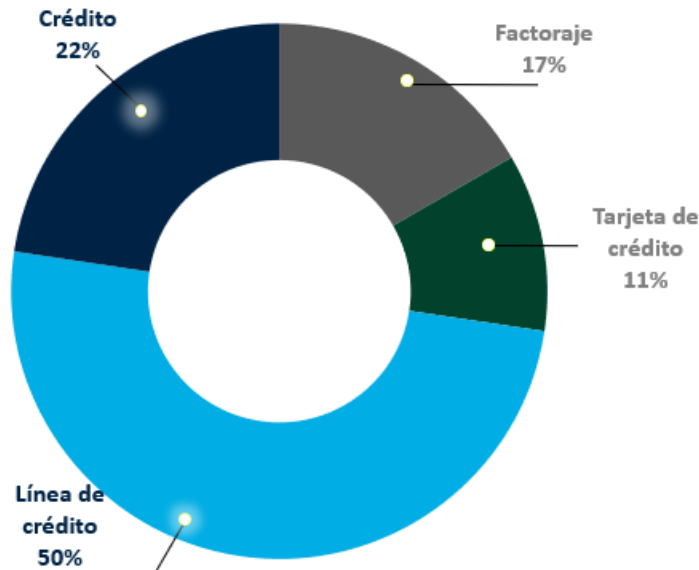
78% 22%

269 Asalariados  
con negocio



80% 20%

## Aspiraciones de productos financieros



## Aspiraciones de productos NO financieros

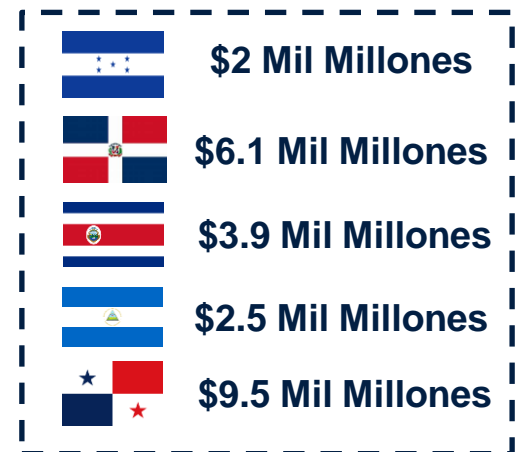
Información, Educación, Mentoría/ Asesoría, Mercadotecnia y networking, Tecnología para gestión de negocios

¿Le interesaría que su banco le brinde asesoría en los siguientes rubros?



## Estimación de mercado potencial

Mercado formal:  
USD \$24 Mil Millones\*



\*No incluye necesidad de financiamiento estimada en mercado informal regional: USD \$33.1 Mil Millones

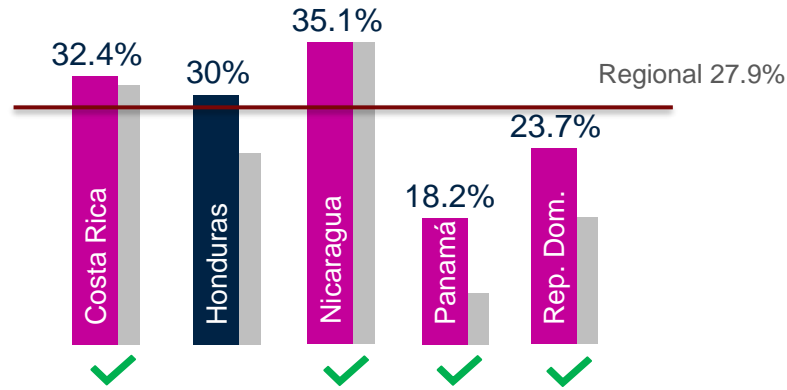
# Diagnóstico interno: Análisis de portafolio a nivel regional

Validación a nivel regional las 5 hipótesis que componen el caso de negocio de la mujer

## 1 Mayor fidelidad

4 de 5

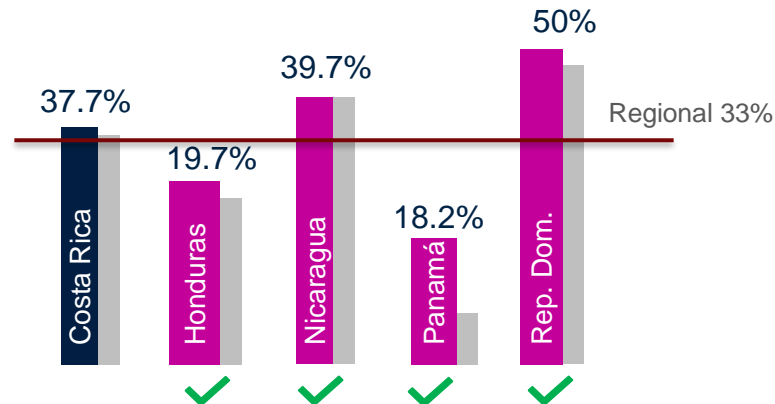
países muestran, para PyME PJ, un mayor tiempo (> 10 años) de relación por parte de las mujeres hacia LAFISE



## 2 Mayor venta cruzada

4 de 5

países muestran, para PyME PJ, un mayor porcentaje de mujeres con 2 o más productos activos



## 3 Mayor ahorro

4 de 5

países muestran un volumen o porcentaje de ahorro más alto en las PyMEs PJ y PN mujeres

## 4 Menor riesgo

3 de 5

países muestran un menor porcentaje de cartera vencida en las PyMEs PJ y PN mujeres

## 5 Mayor rentabilidad

Regionalmente las mujeres son más rentables



Tienden a realizar más transacciones por volumen (USD \$ Mediana regional)

PyME PJ

USD \$ 617



PN

USD \$56



# Capacitación en inteligencia de género a nivel regional



**506** colaboradores capacitados

**4** workshops de Inteligencia de Género  
*Honduras, Nicaragua, Costa Rica, RD*

**4** workshops de Mejores Prácticas  
*Honduras, Nicaragua, Costa Rica, RD*



**Certificación en IG**





# Co-creación de Oferta de valor del programa PyME LAFISE Honduras

## Entender

## Construir

**Workshop 1:**  
Percepción de la  
demanda interna

**Workshop 2:**  
Percepción de la  
demanda externa

**Workshop 3:**  
Consolidación de  
la demanda

**Workshop 4:**  
Validación de  
propuesta de  
valor

**Workshop 5:**  
Diseño del  
modelo de  
Negocios

**Workshop 6:**  
Diseño del  
proceso de  
crédito



### Oferta Financiera

- Paquete de productos y servicios
- Factor diferenciador con enfoque de género



### Oferta No Financiera

- Desarrollo personal y empresarial para nuestras PYMES



**Piloto**





01

INTRODUCCIÓN  
DEL PROYECTO

02

OFERTA  
FINANCIERA

03

OFERTA NO  
FINANCIERA

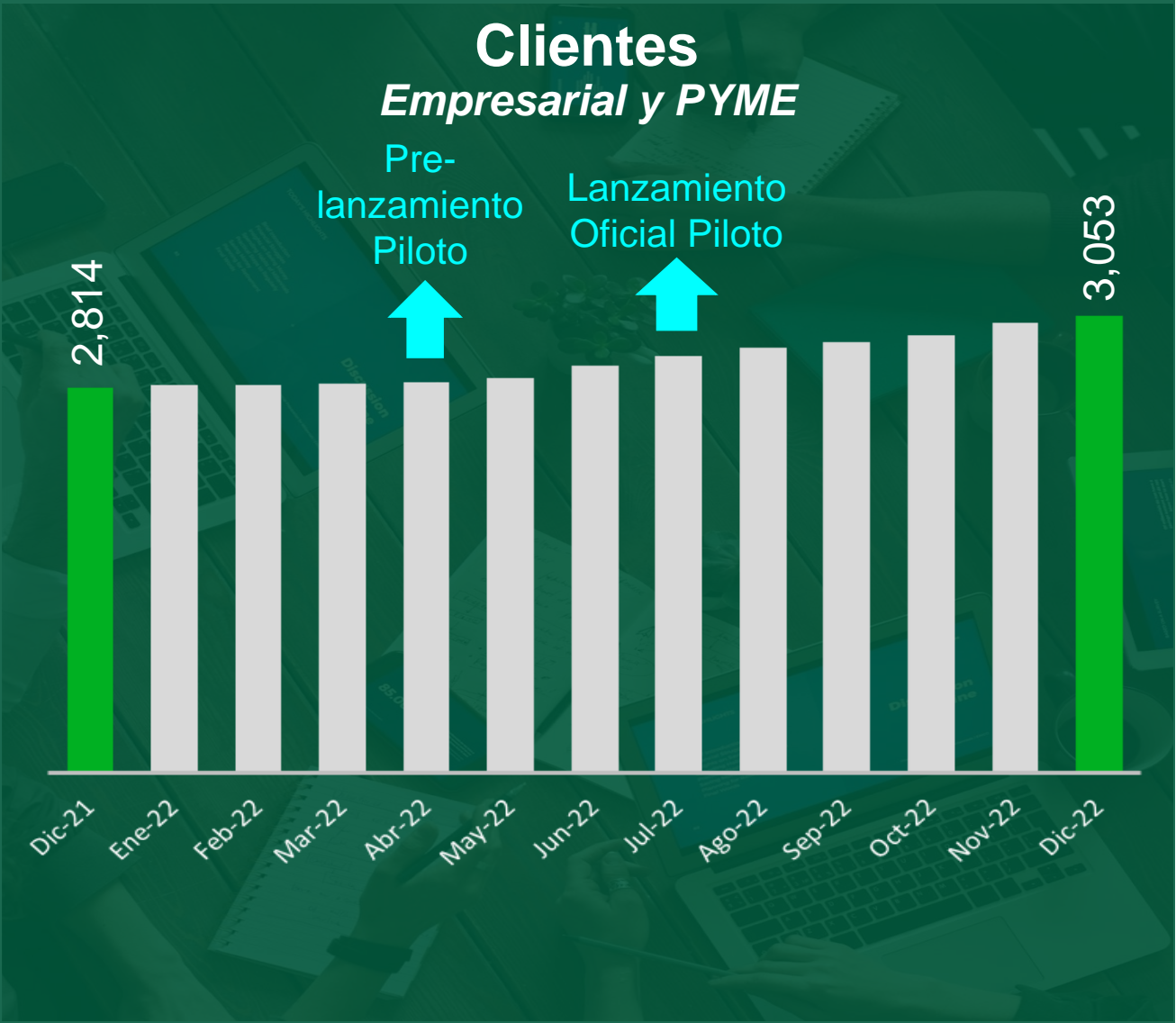
# Oferta de valor financiera del programa PyME LAFISE Honduras



<p><b>El banco en su mano, esté a donde esté</b></p> <p>Nuestra plataforma electrónica Bancanet le facilita sus operaciones bancarias como pago de planilla y a proveedores con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios simples y rápidos. Amigable e intuitiva. Versión web o móvil (app).</li> </ul>	<p><b>Financiamiento a su medida</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agil, rápido</li> <li>- En función a necesidades y acorde al perfil de la empresa</li> <li>- Mejores condiciones para la empresa mientras el cliente tenga más productos con LAFISE</li> <li>- Disponibilidad de líneas de garantías para respaldar su crédito</li> </ul>	<p><b>Asesoría especializada</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Escucha activamente y entiende sus necesidades.</li> <li>- Acompañamiento y asesoría para crecer con su negocio.</li> <li>- Prepara oferta de servicios de acuerdo con su empresa.</li> <li>- Asesoramiento en la elaboración de estados financieros.</li> </ul>
<p><b>Protección y cobertura para su tranquilidad</b></p> <p>Soluciones de seguros para usted, su empresa y empleados con coberturas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incendio</li> <li>- Accidentes Personales</li> <li>- Vida</li> <li>- Automóviles</li> </ul> <p>Planes especializados de asistencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pyme</li> <li>- Mujer</li> </ul>	<p><b>Soluciones para sus transacciones y pagos</b></p> <p>Soluciones para control de efectivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuenta de ahorro</li> <li>- Cuenta de cheques</li> </ul> <p>Soluciones digitales para recepción de pagos con tarjeta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SmartMoney</li> <li>- SmartLink</li> <li>- E-commerce</li> </ul> <p>Soluciones para realizar pagos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pagos recurrentes</li> </ul>	

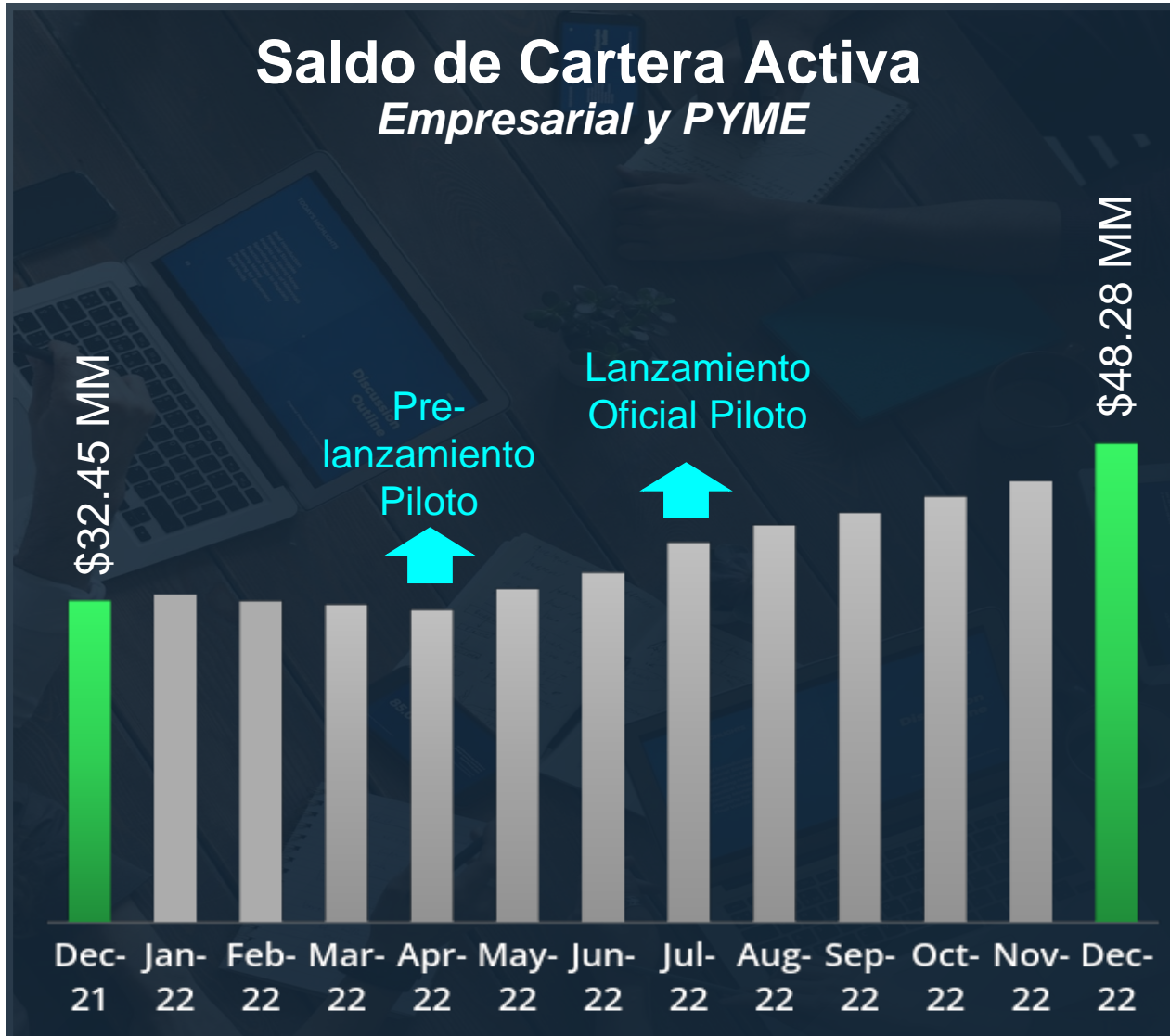


# Resultados cuantitativos del piloto: Oferta Financiera LAFISE Honduras



**+239 clientes (+8,5%)**  
**Var Dic-21 Vs Dic-22**

# Resultados cuantitativos del piloto: Oferta Financiera LAFISE Honduras



**+\$15.8MM (+48,8%)**  
Var Dic-21 Vs Dic-22

## Lecciones aprendidas y Factores de éxito

1

Diseño de productos en base a necesidades y aspiraciones del cliente mujer.  
Ajuste de los procesos de análisis y aprobación de crédito PYME

- ✓ Revisión y ajuste de la política de crédito incremento el porcentaje de aprobación
- ✓ Proceso de mejora continua: revisión punta a punta del proceso de crédito para efficientar tiempo de respuesta
- ✓ Establecimiento de comité de crédito multidisciplinario

2

Modelo de atención ajustado: desarrollo de herramientas para el control y seguimiento de la fuerza comercial y el fortalecimiento de la cultura PYME

- ✓ Segmentación de cartera de clientes existentes y nuevos negocios
- ✓ Adopción del check in diario y reunión semanal con fuerzas de ventas
- ✓ Implementación de coreografía comercial diaria: agenda de actividades de fuerzas de ventas
- ✓ Definición de tablero de control para medición de productividad

## Lecciones aprendidas y Factores de éxito

3

Involucramiento y sinergia de toda la estructura para alcanzar una implementación exitosa del programa

- ✓ Trabajar cadenas de valor institucional para referimientos de clientes PyME

4

Alianzas estratégicas con cámaras de comercio y gremiales empresariales para ampliar el alcance del programa

5

Participación activa del área de mercadeo en la implementación del piloto

- ✓ Definición de plan de mercadeo específico para la oferta PyME con cronograma de actividades y presupuesto
- ✓ Posicionamiento del Programa PyME con enfoque de Mujer
- ✓ Utilización de casos de éxito mujer como testimoniales para programa PyME con enfoque de género





01

INTRODUCCIÓN  
DEL PROYECTO

02

OFERTA  
FINANCIERA

03

OFERTA NO  
FINANCIERA

# Oferta de valor no financiera del programa PyME LAFISE Honduras

## Informar



Tendrá acceso a información relevante que responda a las necesidades de su PYME

## Formar



Oferta formativa de cursos en línea que respondan a sus necesidades.

## Inspirar y Conectar



Espacios y medios de intercambio de experiencias entre PYMES

## Oferta No Financiera

Galería de contenido para el desarrollo personal y empresarial

<https://lfs-pyme.herokuapp.com/oferta-no-financiera.html>

# Oferta de valor no financiera del programa PyME LAFISE Honduras



**FORMAR**

## Catalogo de cursos y webinars en línea

**Colaboradoras LAFISE**

- ✓ **Empoderamiento Femenino** – Financial Alliance for Women
- ✓ **El Rol de género** – ONU Mujeres
- ✓ **Liderazgo para Mujeres** – Certificación del BID

**Clientes**

- ✓ **Liderazgo para Mujeres** – Certificación del BID
- ✓ **Producto Mínimo Viable**
- ✓ Educación Financiera
- ✓ Gestión Financiera
- ✓ Comercio Electrónico
- ✓ Inteligencia Emocional
- ✓ Enfoque de género

# Oferta de valor no financiera del programa PyME LAFISE Honduras

## Inspirar y Conectar

Porque las mujeres tenemos grandes historias que contar, promovemos el acceso a espacios regionales de networking y de nuevas oportunidades de negocio.



Inspiring girls 





# Resultados Oferta No Financiera LAFISE Honduras

## Colaboradores LAFISE



**584**

Colaboradores capacitados con Entrenamiento “Yo soy el Cambio”



**88**

Colaboradores capacitados con Entrenamiento sobre Inteligencia emocional “Tu Diálogo interno”



**47%**

De las agencias han recibido visitas de socialización de ONF y Mi Coach PyME

## Clientes



**6,104**

Visitas en el landing page de la Oferta



**47**

Accesos a la herramienta de autodiagnóstico Mi Coach PyME



**191**

PyMEs capacitados a través de diferentes programas de entrenamiento

## Lecciones aprendidas: Factores de éxito

1

La identificación de un líder encargado de guiar y monitorear la oferta no financiera es esencial para su implementación y evolución

2

El establecimiento de alianzas estratégicas con otros organismos orientados a mujeres facilita el acercamiento con el segmento y garantiza la entrega de contenido relevante al público meta

3

Un trabajo continuo de divulgación por parte del área de comunicación es indispensable para incrementar el alcance y posicionamiento del programa

4

La oferta no financiera debe ser considerada como parte de un servicio integral y no como un servicio anexo a la oferta financiera:

- ✓ La capacitación continua de las fuerzas de venta es importante para comunicar al cliente que además de acceder a un producto financiero, con la oferta de valor pueden acceder a herramientas adicionales para mejorar el desempeño de su negocio

A group of people in business attire are clapping and smiling. The image is a close-up shot of several individuals, including a woman in the foreground who is smiling broadly and clapping. The background is slightly blurred, showing other people also clapping. The overall atmosphere is one of celebration and appreciation.

**MUCHAS GRACIAS**



**Taller FinEquity ALC,  
june 2, 2023**

**“PRODUCTO FINANCIERO GANADERÍA FAMILIAR SOSTENIBLE:  
Problemática, antecedentes y justificación”**

**Ing. José Miguel Méndez H.**

**Santo Domingo, República Dominicana  
2 de Junio, 2023**





## La mujer en el sector agropecuario

### El sector agropecuario en la Republica Dominicana

- El sector es esencial ya que contribuye a la seguridad alimentaria, el empleo, la generación de divisas y la creación de materias primas para otras industrias.
- La mujer ha sido invisible en el sector. La mayoría de los medios de producción rural (agricultura y ganadería) son manejados por hombres, sin embargo, en las actividades vinculadas a la producción familiar, agregación de valor y comercialización, las mujeres toman mayor protagonismo. La mujer maneja la mayoría de la “crianza de patio” y “home garden”
- En particular, la producción ganadera tradicional se ha centrado en metodos tradicionales que son afectados por el cambio climatico
  - el 67 % de las fincas ganaderas practican pastoreo libre, basado en sistemas de producción con niveles bajos de productividad y eficiencia.
  - el calentamiento global afecta más a las mujeres que a los hombres de la región debido a normas de género socialmente construidas.

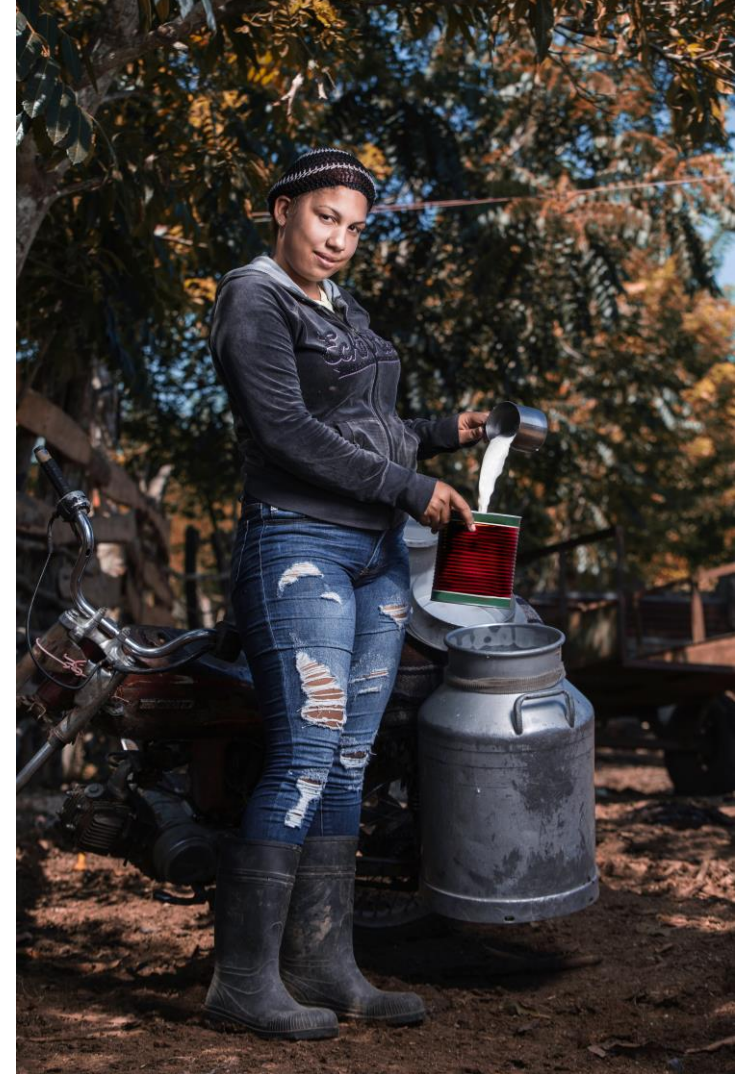
## El Aumento de la Productividad de las actividades de la mujer requiere prácticas de adaptación



1. Introducción de árboles en potreros
2. Establecimiento y manejo de cercas vivas
3. Establecimiento y manejo de cortinas rompevientos
4. Establecimiento de árboles en linderos (especies de alto valor comercial)
5. Establecimiento de bancos de energía y proteína
6. Establecimiento de bancos forrajeros
7. Establecimiento de pasturas mejoradas
8. Manejo semi estabulado de rumiantes menores (cabras, ovejas)
9. Manejo integrado de granjas porcinas familiares
10. Apicultura familiar
11. Buenas prácticas de manejo de salas de ordeño
12. Fomento de avicultura familiar (gallinas ponedoras, pollos de engorde, crianza de guineas, crianza de pavos, codornices)
13. Piscicultura familiar (fomento de la acuicultura)
14. Fomento de la cunicultura familiar
15. Fomento de técnicas de henificación y ensilaje
16. Elaboración de bloques nutricionales y proteicos
17. Fomento de Abrevaderos y saladeros en la ganadería familiar

## El problema: productos actuales agropecuarios no responden a las necesidades de las mujeres

- Requiere garantías pero muchas veces la mujer no es propietaria de la finca
- El monto promedio del producto \$500-800
  - Crianza ganadera para mercado es manejada por hombres, pero la mujer produce para el autoconsumo
  - Mujeres en grupos focales explican que con \$300-400 pueden manejar sus necesidades
- Tasa de interés es de 32%
- Plazos de 12 (inversión) a 24 meses (activos)
- Pagos mensuales consecutivos



## Ejercicio para salas de Trabajo: Diseñemos un producto:

Tomemos en cuenta:

1. ¿Como visibilizamos la mujer en el sector, tomando en cuenta que sus actividades como crianza de patio y huertos familiares se aprovechan principalmente para el consumo familiar?
2. ¿Cómo logramos un modelo de negocios sostenible para el Banco y para la Mujer productora?
3. ¿Como evitamos sobre endeudar la mujer en este contexto?





**Taller FinEquity ALC,  
june 2, 2023**

**“PRODUCTO FINANCIERO GANADERÍA FAMILIAR SOSTENIBLE:  
Consideraciones para el Diseño y Validación”**

**Ing. José Miguel Méndez H.**

**Santo Domingo, República Dominicana  
2 de Junio, 2023**





## **OBJETIVOS**

### **Objetivo inmediato del producto**

Brindar facilidades crediticias para fomentar la introducción de componente pecuarios (vacuno, porcino, caprino, ovino, apícola, cunícola, piscícola y avícola) y técnicas silvopastoriles para mejorar la resiliencia de las familias agricultoras en zonas rurales de la República Dominicana.

- Mejorar las habilidades y destrezas de los productores participantes en la comprensión del concepto de ganadería ambiental y manejo de medidas técnicas de mitigación y adaptación al cambio climático para mejorar su resiliencia ambiental.
- Reducir la presión sobre los ecosistemas ganaderos y mejorar los servicios que proveen.
- Mejorar la vulnerabilidad de los ganaderos al cambio climático.
- En su implementación, proteger, restaurar o usar la biodiversidad y los ecosistemas ganaderos de forma sostenible.

## El producto Nuevo "Ganadería Familiar Sostenible"

- Garantía moral – voluntad de pago y un fiador solidario
- El monto promedio del producto flexible \$300-1,000 de acuerdo a necesidades
- Tasa de interés es de 28%
- Plazos abierto
  - Pollo de encorde 4 meses
  - Gallina para ponedora (huevos) hasta 2 años
- Pagos mensuales consecutivos/ o pago libres / o pagos a vencimiento



## Impactos Esperados

**MEJORA  
DE AUTOESTIMA Y  
AUTODETERMINACIÓN EN  
LA POBLACIÓN RURAL**

**INCLUSIÓN  
FINANCIERA DE POBLACIONES  
RURALES CON ÉNFASIS EN  
MUJERES RURALES**

**FOMENTO  
DE EMPRENDEDURISMO Y  
PROYECTOS DE VALOR  
AGREGADO**

**DISMINUCIÓN  
DE LA HUELLA DE  
CARBONO EN LA  
PRODUCCIÓN PECUARIA**

**CONTRIBUCIÓN  
A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y  
NUTRICIONAL DE LAS FAMILIAS  
RURALES**





## Resultados de los primeros 17 meses

### Créditos totales

**604**

Hombres



**61%**

Mujeres



**39%**

### Monto desembolsado

**USD826,643**

Hombres

**57.5%**

Mujeres

**42.5%**

### Mora > 30 días

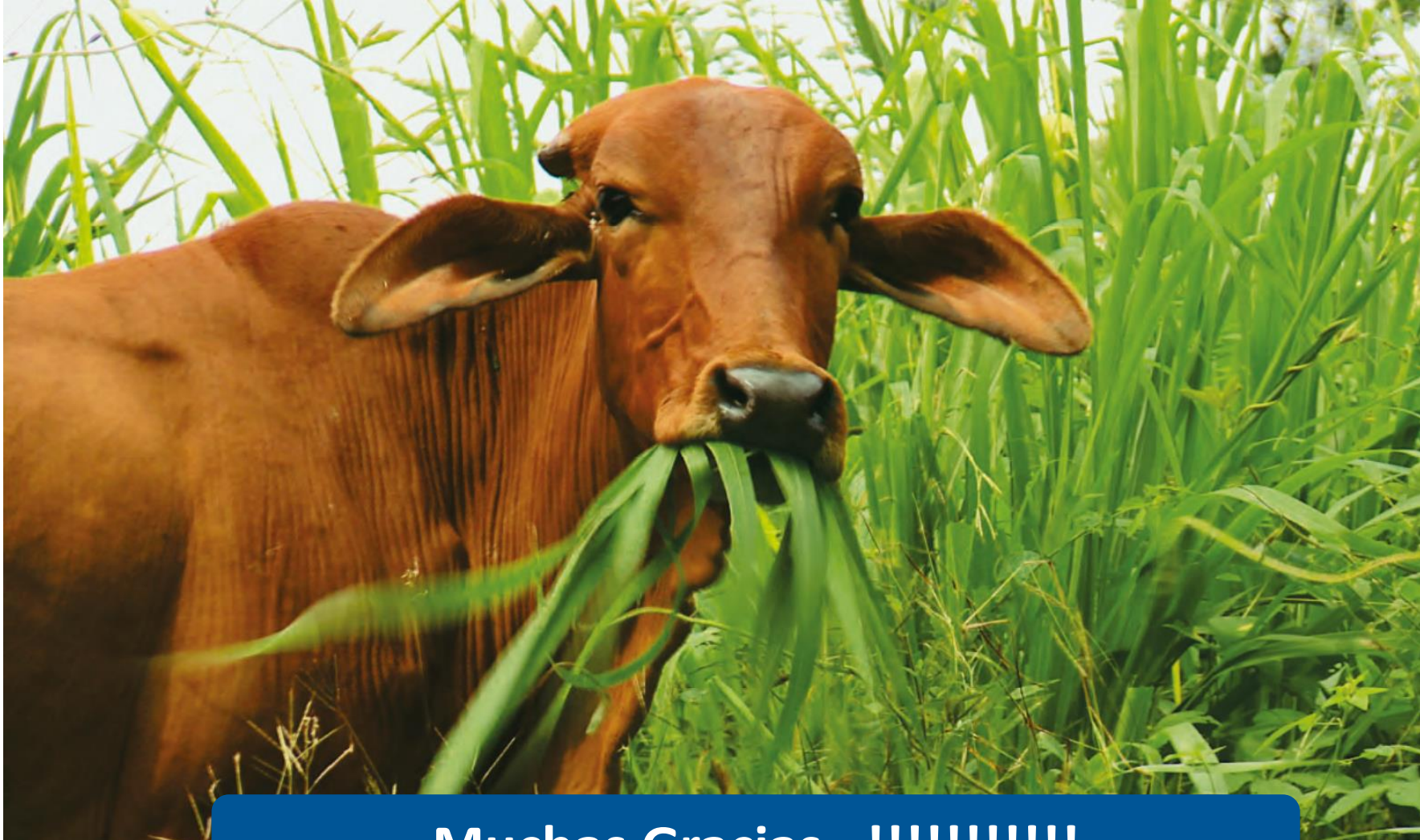
**0,79%**

#### VALORES AGREGADOS

- Visibiliza la mujer
- Destinado principalmente para el consumo de la familia
- Es parte de la tradición campesina dominicana
- Manejado de modo orgánico o natural
- Incorporación de técnicas de manejo sostenibles
- Incorporación de índice de riesgo ambiental

#### Alineación ODS:





**Muchas Gracias...!!!!!!!!!!!!!!**

**Ing. Agrón. José M. Méndez H.**

**+1 809 543 5368**

[Jmendez@adopem.com.do](mailto:Jmendez@adopem.com.do)





## SALAS DE TRABAJO

### DINÁMICA:

Las/los participantes tendrán la oportunidad de participar en un ejercicio interactivo, en salas de trabajo, en la que simularemos la problemática que Banco ADOPEM buscaba solucionar para sus clientes con el desarrollo del producto, estudiaremos cómo abordar las soluciones y diseñaremos un prototipo de producto que luego compararemos en plenaria con el producto final de ADOPEM.



# CONVERSATORIO

Principales aprendizajes de las salas de trabajo





**TALLER : MANOS EN LOS DATOS**

# ¿CÓMO RECOPIRAR Y EFECTIVAMENTE USAR DATOS DE GÉNERO

**JUNIO 9, 2022**

**11:00 AM ET US**



## Guía de Recursos FinEquityALC

- 

**1** **Guía de Recursos FinEquityALC: Incorporación del diseño inteligente de género en los servicios financieros**

Esta guía incluye recursos prácticos, enfoques y soluciones comprobadas para el diseño inteligente de género en los servicios financieros.
  - 

**2** **Guía de Recursos FinEquityALC: Diversidad de género y desarrollo de liderazgo en servicios financieros**

Esta guía incluye recursos prácticos, enfoques y soluciones comprobadas para ampliar la diversidad de género en el liderazgo y la fuerza laboral en el sector de los servicios financieros.
  - 

**3** **Guía de Recursos FinEquityALC: Datos y análisis de género**

Esta guía incluye recursos prácticos, enfoques y soluciones comprobadas para el diseño inteligente de género en los servicios financieros.
- Las guías incluyen una lista seleccionada de recursos prácticos (estudios de casos, herramientas, publicaciones, soluciones comprobadas y más) para promover la inclusión financiera de las mujeres en América Latina y el Caribe.
  - Pretenden servir como un marco de referencia para los actores del sector financiero.
  - Fueron desarrolladas, en colaboración con USAID, tomando en cuenta los aportes de los miembros y las necesidades de la comunidad de FinEquityALC.





Foto: CGAP.

# ¡Muchas gracias por participar!

## CONÉCTATE CON FINEQUITYALC:



<https://www.findevgateway.org/es/finequityalc>



FinEquity ALC - Comunidad de Práctica



[mmartinez8@worldbank.org](mailto:mmartinez8@worldbank.org)

*Suscríbete a nuestro boletín y forma parte de la comunidad:*

<http://eepurl.com/gE-3bf>