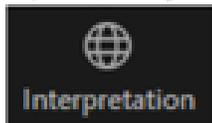


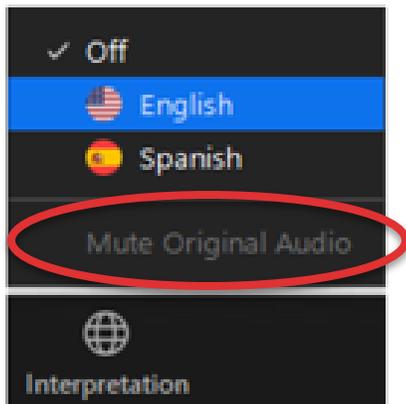
# Welcome!

This event has simultaneous interpretation available. Please follow the instructions below to activate it.

1. In your meeting controls, click **Interpretation**.



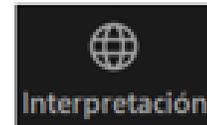
2. Click the language that you would like to hear.



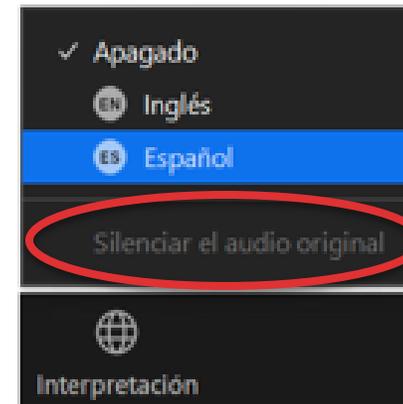
# ¡Bienvenido!

Este evento cuenta con interpretación simultánea disponible. Por favor siga las siguientes instrucciones para activarla.

1. En los controles de la reunión, haga clic en **Interpretación**.



2. Haga clic en el idioma que desee escuchar.



# Estrategias de apoyo a la recuperación y adaptaci[on de los negocios de los clients a COVID-19

## Strategies for Supporting the Recovery and Adaptation of Client Businesses to COVID-19/

27 mayo, 2021



## ¡Conozca su moderadora!



**Nombre:** Lisa Kuhn  
**Organización:** SPTF  
**Título:** Consultora

- 20+ años en finanzas inclusivas
- Activa en GDS desde el comienzo
- Con SPTF: casos de estudio, respuesta al COVID-19

**Contacto:** *Lisakfraioli@gmail.com*

# Agenda

- 1) Apertura y contexto
- 2) Caso de Friendship Bridge/Puente de Amistad
- 3) Preguntas sobre el caso
- 4) Caso de Movimiento Manuela Ramos—CrediMujer
- 5) Preguntas y discusión
- 6) Cierre

## Respuesta a COVID-19

En el año pasado, SPTF apoyó a varias instituciones a:

- Recolectar datos sobre el impacto de COVID-19 en sus clientes
- Ajustar operaciones
- Lanzar nuevos servicios que responden a las necesidades de los clientes

# América Latina y COVID-19

Sabemos que la pandemia ha impactado fuertemente a los microempresarios en la region...

- Según la encuesta del SPTF, más de 75% de clientes en la región reportaron estar en peor situación financiera.
- Los índices de inseguridad alimentaria llegaron superar 50% en muchas localidades
- La tasa de infecciones en Brasil, Perú, Chile y México entre otros entre las más altas en el mundo
- Varios países implementaron períodos largos de confinamiento estricto para controlar la pandemia

# ¿Cómo podemos apoyarlos para recuperar sus negocios y su salud financiera?

Dos casos de organizaciones que han usado encuestas y datos de sus socias para crear una respuesta integral a sus clients

- Friendship Bridge/Puente de Amistad, Guatemala
- CrediMujer—Movimiento Manuela Ramos

# Agenda

- 1) Apertura y contexto
- 2) Caso de Friendship Bridge/Puente de Amistad
- 3) Preguntas sobre el caso
- 4) Caso de Movimiento Manuela Ramos—CrediMujer
- 5) Preguntas y Discusión
- 6) Cierre

## ¡Conozca su expositora!



**Nombre:** Caitlin Scott

**Organización:** Friendship Bridge/Puente de Amistad

**Título:** Chief Strategy Officer/Principal Oficial de Estrategia

- 10 años con Friendship Bridge en varios roles
- Líder de GDS
- Maestría en desarrollo internacional, Universidad de Denver

**Contacto:** [cscott@friendshipbridge.org](mailto:cscott@friendshipbridge.org)



**PUENTE  
DE AMISTAD**



Respuesta a  
**COVID19**  
(Guatemala 2020)

# MISIÓN

Creando oportunidades que empoderen a las mujeres guatemaltecas para construir una mejor vida.

# OBJETIVOS

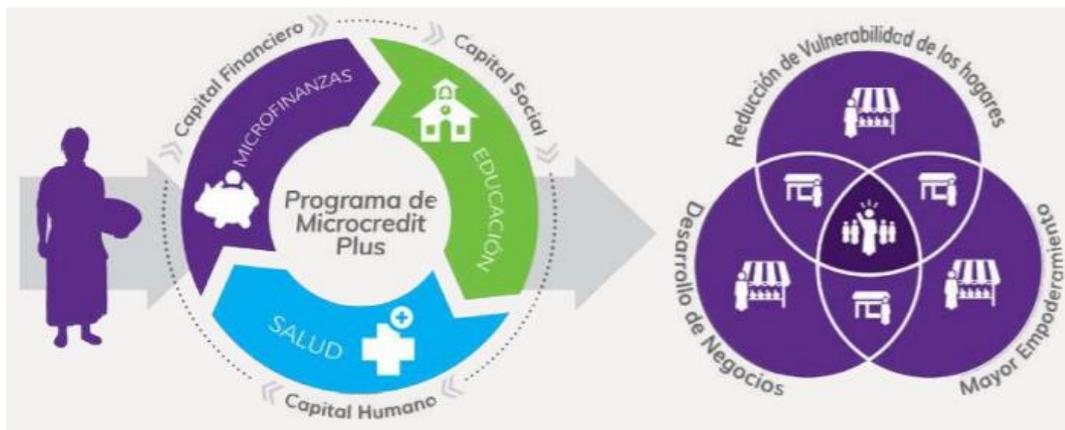
SIN  
POBREZA



EDUCACIÓN  
DE CALIDAD



TRABAJO DECENTE Y  
CRECIMIENTO ECONÓMICO





# Nuestras Clientas

Atendimos a ~30k clientas a lo largo de 2020, terminando con 22k

## POBRE

\$1.11-2.35 Ingreso diario individual

47%



58% Agricultor/Artesana

### DATOS DE LA FAMILIA



58%

Casados



39%

Participación en decisiones sobre los ingresos del negocio

### DATOS DEL HOGAR



25%

Tienen Refrigerador



30%

Tienen una estufa de gas o eléctrica

## EXTREMADAMENTE VULNERABLE

\$2.36-3.52 Ingreso diario individual

21%



78% Comercio

### DATOS DE LA FAMILIA



59%

Casados



52%

Participación en decisiones sobre los ingresos del negocio

### DATOS DEL HOGAR



65%

Tienen Refrigerador



72%

Tienen una estufa de gas o eléctrica

## VULNERABLE

\$3.53-4.49 Ingreso diario individual

20%



84% Comercio

### DATOS DE LA FAMILIA



59%

Casados



62%

Participación en decisiones sobre los ingresos del negocio

### DATOS DEL HOGAR



79%

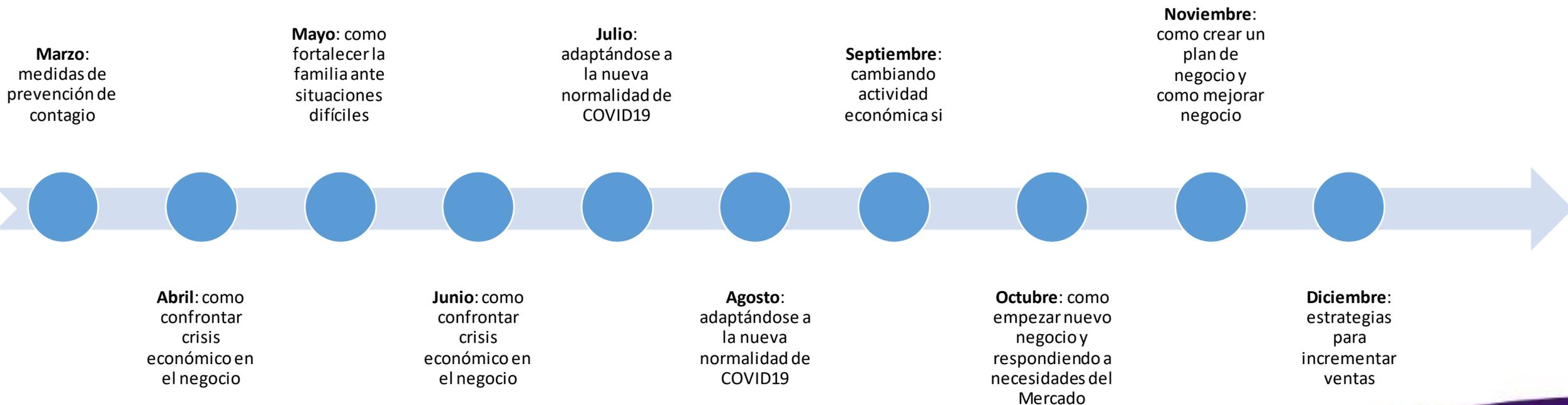
Tienen Refrigerador



84%

Tienen una estufa de gas o eléctrica

# Cronograma 2020



- **Marzo:** cordón sanitario nacional
- **Abril a Mayo:** teletrabajo para colaboradores, prórroga de pagos, telemedicina, llamadas con clientas sobre su situación
- **Junio:** regreso a campo con protocolos sanitarios, donamos mascarillas
- **Julio:** >3000 kits de víveres entregados, empieza reestructuras
- **Agosto:** encuesta con clientas y staff sobre la situación de clientas



# Estrategias

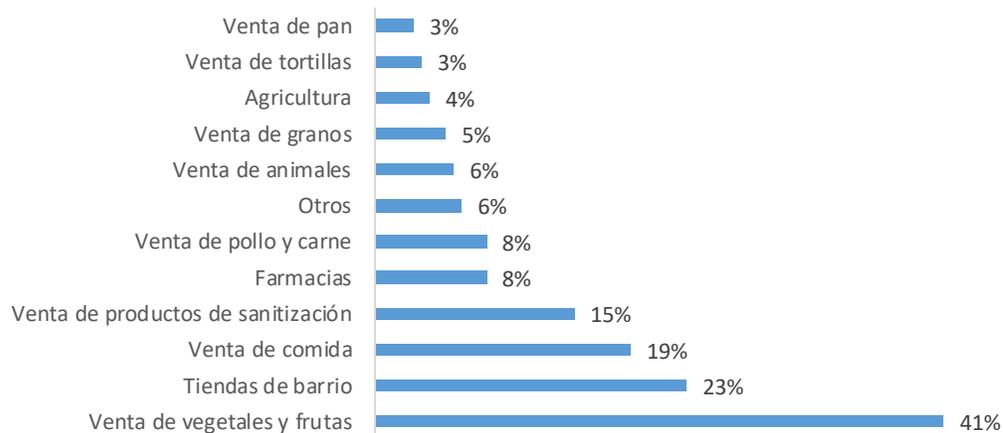
1. No hacer daño a la clienta – prorroga y nuevos protocolos, cambio de canales de servicio
2. No hacer daño al colaborador – continuidad de empleo, teletrabajo, y protocolos sanitarios
3. Mantener una relación fuerte con la clienta – consejos, seguimiento, encuestas
4. Formular respuestas segmentadas



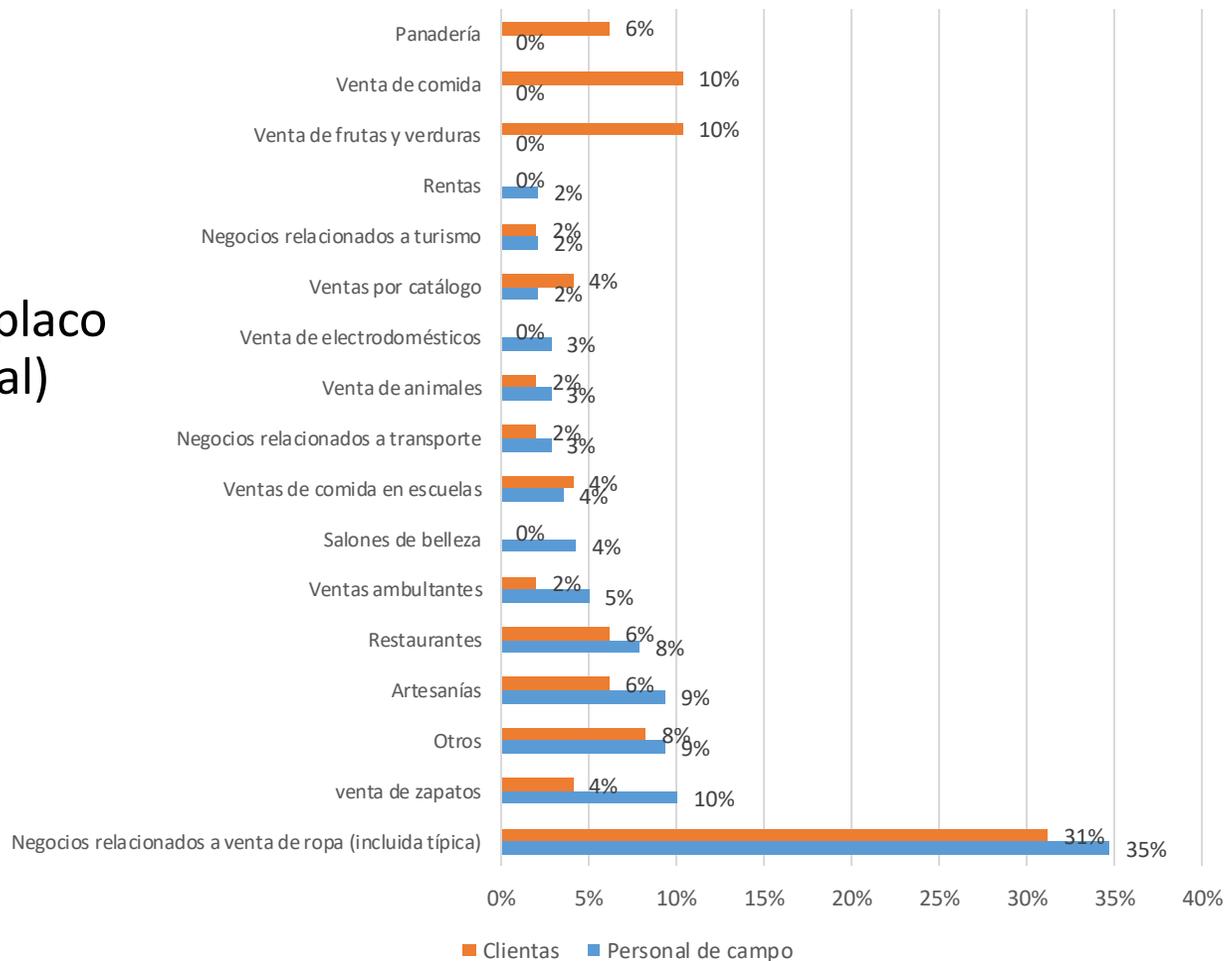
# Resultados de la Encuesta

- 13% de clientas perdieron sus negocios
- 55% iniciaron nuevo negocio/actividad (33% reemplazo al negocio que se perdió y 67% un negocio adicional)

Encuesta a personal de campo  
¿Qué negocios son más exitosos actualmente? (colocar los 5 más importantes)

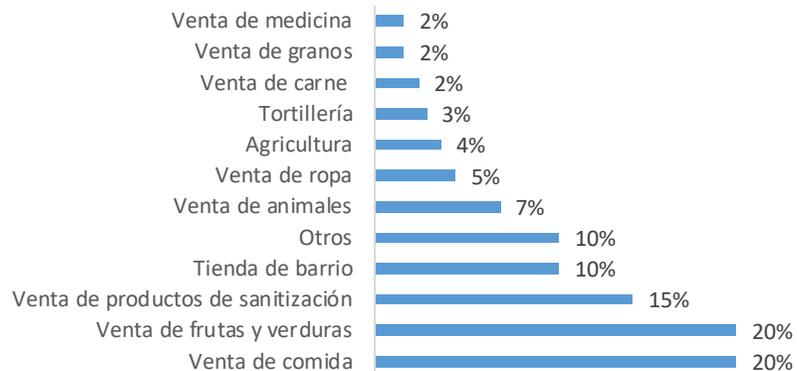


Encuesta a personal de campo y clientas  
¿Qué tipo de negocios han dejado de funcionar en el tiempo de pandemia?

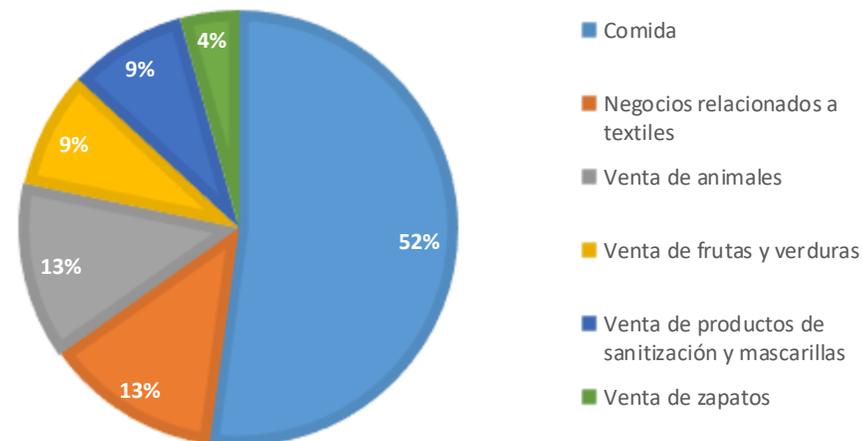


# Resultados de la Encuesta

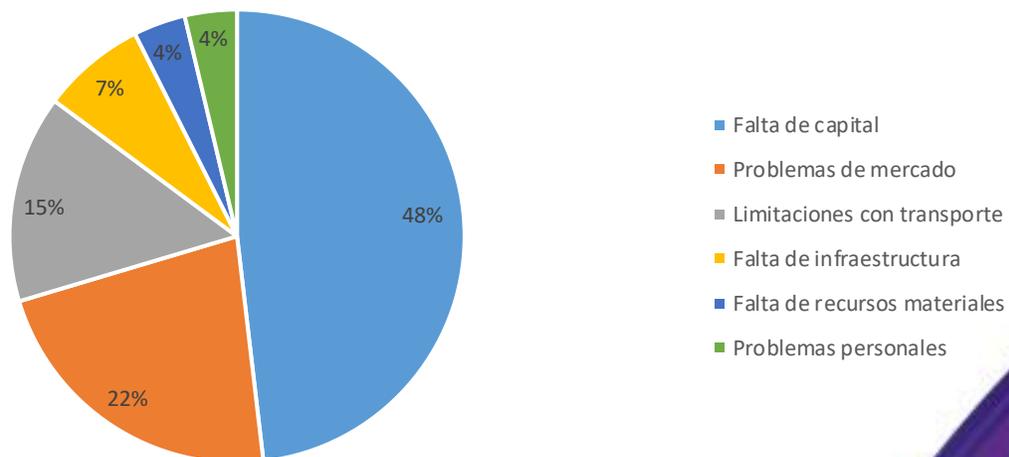
Encuesta a personal de campo  
¿En qué están invirtiendo actualmente nuestras clientas?



ENCUESTA A CLIENTAS QUE PERDIERON SUS NEGOCIOS  
¿QUÉ NUEVO NEGOCIO INICIÓ?



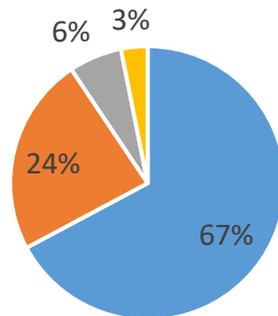
Encuesta a clientas que perdieron sus negocios  
¿Qué retos ha enfrentado al iniciar un nuevo negocio?





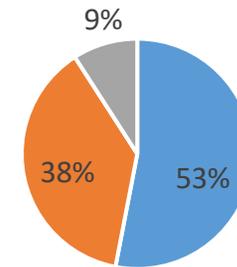
# Resultados de la Encuesta

Encuesta a personal de campo  
¿Qué canales de comunicación utilizan las  
clientas para comunicarse con clientes y  
proveedores?



■ Telephone ■ Face to face ■ Social networks ■ None

Encuesta a personal de campo  
¿Qué canales de distribución están usando  
las clientas actualmente?



■ Delivery ■ Physical store ■ Other

# Respuestas Segmentadas

1. Clientas que perdieron sus negocios –
  1. Temas educativas y consejos para empezar un nuevo negocio
  2. Programa de Abastecimiento
  3. Evaluar sanear su crédito o reestructurar
2. Clientas afectadas por el cordón sanitario nacional –
  1. Temas educativas y consejos para empezar una nueva actividad
  2. Evaluar para reestructurar
3. Clientas no afectadas – business as usual
4. Continuar a desembolsar – a nuevas e existentes con buena evaluación



# Resultados 2020

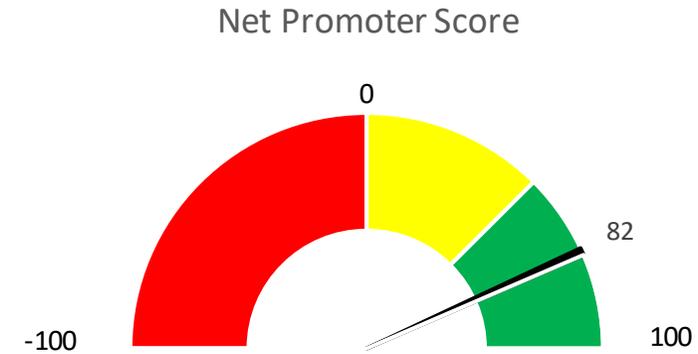


## Satisfacción del Colaborador -

Certificado - Great Place to Work, posición 30 en Central América, y mejoramos posición

### Portafolio –

- 6% Reestructuras
- <2% Saneamiento
- 2.03% PAR>30



- Detractores
- Pasivos
- Promotores

Valores >50 = Excelente

## Satisfacción del Cliente -

Se mejoro +19pts sobre 2019





**PUENTE  
DE AMISTAD**

# Agenda

- 1) Apertura y contexto
- 2) Caso de Friendship Bridge/Puente de Amistad
- 3) Preguntas sobre el caso
- 4) Caso de Movimiento Manuela Ramos—CrediMujer
- 5) Preguntas y Discusión
- 6) Cierre

## ¡Conozca su expositora!



**Nombre:** Gloria Díaz

**Organización:** Movimiento Manuela Ramos--CrediMujer

**Título:** Gerente de CrediMujer

- 30 años con MMR
- 20 años como gerente de microfinanzas
- Economista licenciada por la Pontificia Universidad Católica del Perú
- Post-grado en Investigaciones y Análisis de Políticas Públicas en Torcuato di Tella, Argentina
- **Contacto:** gloria.diaz@manuela.org.pe

# Compartiendo experiencias en pandemia

Mayo 2021 / SPTF

# Índice

- Manuela Ramos
- CrediMujer: Información de interés
- Situación de mujeres durante pandemia/Encuesta Impactos y salidas de las mujeres frente al COVID – 19. jul-agosto 2020
- Nuestra Misión/ Reajustes POA 2020
  - Integración de la tecnología
  - Acceso a recursos financieros
  - Fortalecimiento de capacidades
- Video corto/Microlearning
- Aprendizajes y desafíos



## Misión

*Contribuir a la vigencia efectiva de los derechos de las mujeres y a la eliminación de toda forma de discriminación y violencia, participando en la consolidación de la democracia plena*



# La Banca Comunal modelo de entrega de servicios

## Funcionamiento del Banco Comunal



Asamblea de Socias

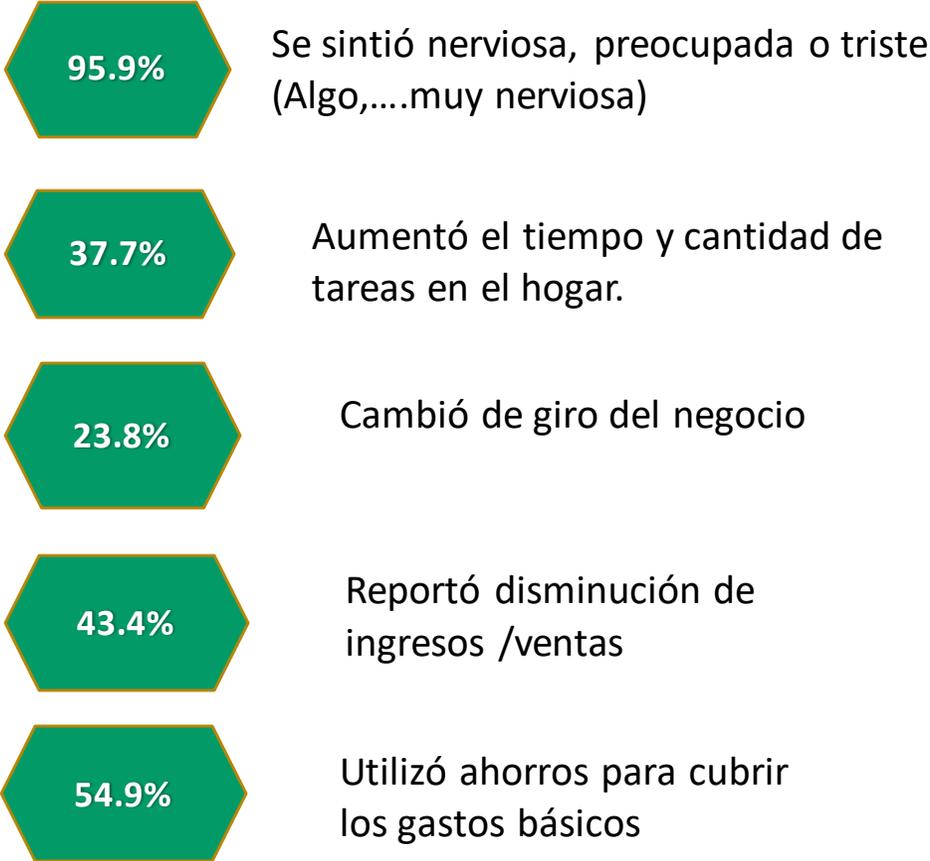
### Pilares:

- \*Organización
- \*Garantía solidaria
- \*Control social
- \*capacitación

Confianza y Valores

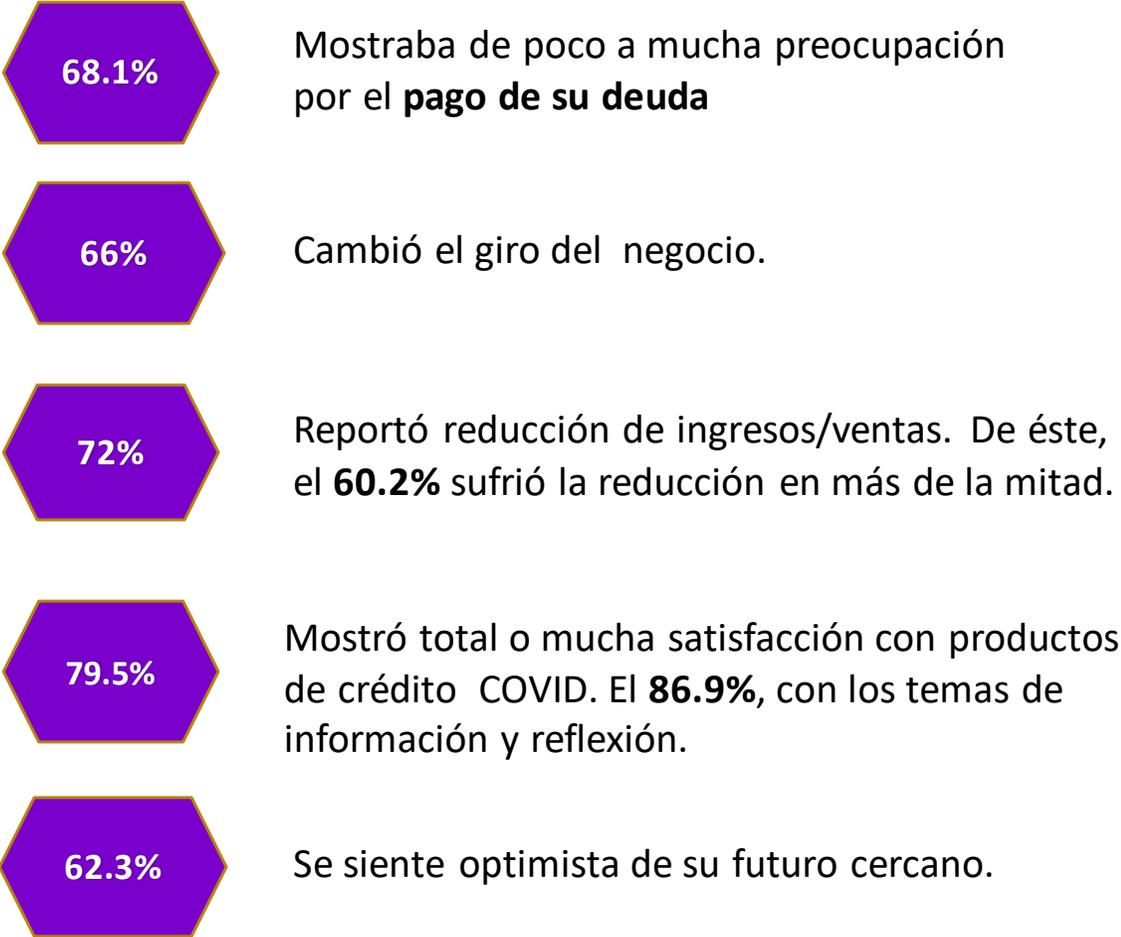
# Situación de las mujeres durante pandemia

## Confinamiento estricto: fase 1



Fuente :Encuesta impactos y salidas de las mujeres frente al COVID – 19.

## Reactivación económica gradual: fase 2 y 3



# Misión CrediMUJER

Contribuir al empoderamiento y autonomía de las mujeres emprendedoras de negocios, facilitándoles servicios financieros y fortaleciendo sus capacidades, como parte del ejercicio de sus derechos económicos.

**En la emergencia frente al covid 19, priorizamos:**

- \* Preservar la salud y evitar los contagios de las mujeres-socias de los BC y de nuestro personal así como su salud emocional.
- \* Impulsar la reactivación de sus negocios.
- \* Integrar la tecnología a los procesos.



# Estrategias/ Fases y Acciones

## Acceso a Recursos financieros y Fortalecimiento de Capacidades

### Estabilización

Migración a reuniones virtuales enfrentando brechas digitales xa Gestionar el BC

Contención emocional e Información de prevención y reactivación negocio

Elaboración de productos Covid de crédito, procesos nuevos BIM, ajustes del SW

### Reactivación gradual

Comunicación virtual

Contención emocional e Información

Reestablecen procesos virtuales de evaluación

Inicia microlearning- Videos/audios cápsulas de aprendizaje

### Reconstrucción y transformación

Reuniones y comunicación mixta: virtual y presencial focalizado.

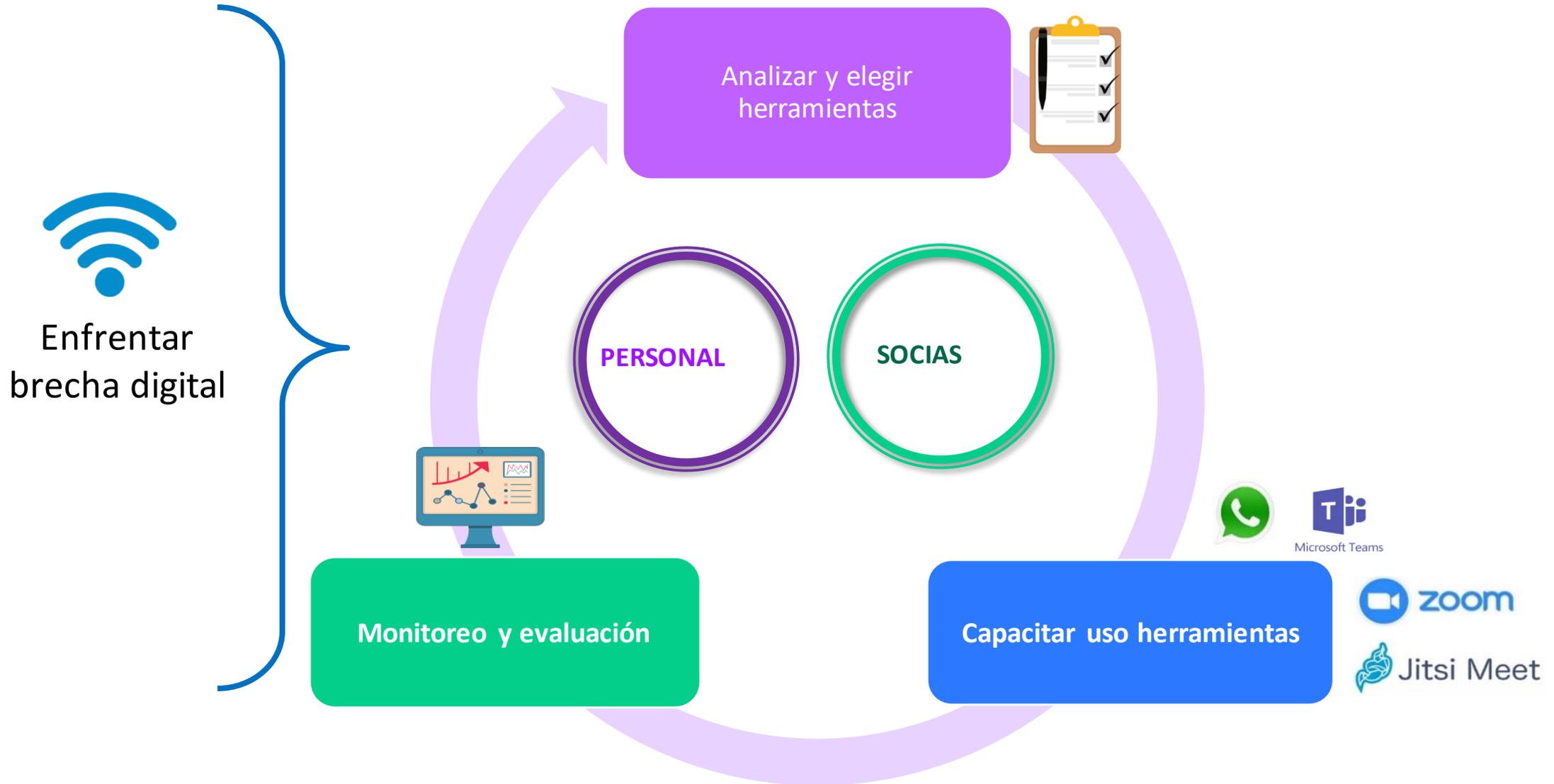
Nuevo producto: Mi Celular

Ordenamiento de la documentación y archivo digital

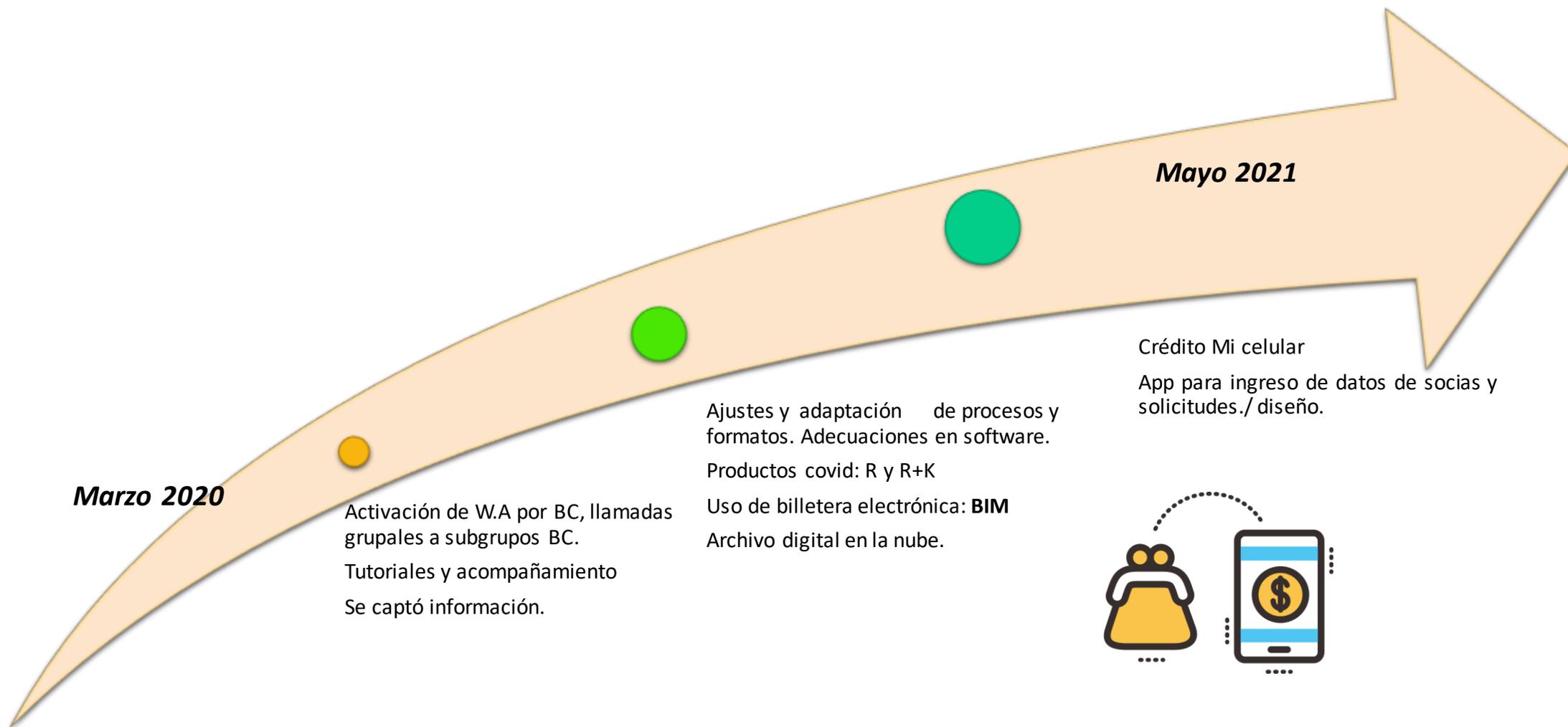
Microlearning. Inicio Asistencias técnicas virtuales y jornadas (por evaluar)

**Prevención de salud y contención emocional, Inclusión digital y comunicación virtual**

# Fortalecimiento de capacidades



# Acceso a Recursos financieros: Crédito. Microseguro e impulso al ahorro.



# Fortalecimiento de capacidades a personal y socias

Marzo 2020

Mayo 2021

## Cuidado

Prevención COVID 19  
Cuidándonos durante la cuarentena  
Gestión del BBCC  
Gestión del negocio

## Sesiones de información y reflexión mixtas

Aprendizajes de la cuarentena  
Consejos reactivación económica amigable

## Retomar actividades

Asistencia Técnica  
Reforzamiento de Comités de Administración  
Jornadas Libérate de la Tensión

## Videos/ audios microlearning

Plataforma SMS  
WhatsApp  
Radio



# Microlearning- cápsulas breves en video

## GÉNERO Y DERECHOS DE LAS MUJERES

Ruta a seguir frente a la violencia contra la mujer

Convivencia saludable para reducir el estrés

Cómo afrontar el duelo

Mi autonomía económica, camino hacia mi libertad

Comunicación asertiva.

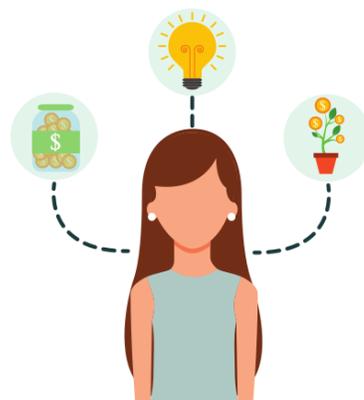
Cuidando nuestra salud integral

## REDES SOCIALES PARA EL DESARROLLO

Conociendo más sobre WhatsApp

Tutorial Zoom y BIM

Uso de la tecnología en la vida diaria y negocio



## REACTIVACIÓN DEL NEGOCIO, CUIDANDO LA SALUD

Medidas de prevención del COVID-19 en el negocio

¿Cómo repotenciar o darle un giro a mi negocio?

Alternativas para la distribución de productos

Identificar y crear nuestra lista de clientes

Estrategia de ventas

## BANCO COMUNAL y CA

Banco Comunal fortalecido

Invitando a socias nuevas a nuestro BC

Comité de Administración: Liderazgo, Funciones adaptadas a reuniones mixtas.

# Fortalecimiento de capacidades a personal y socias

Video: “Identificar y crear nuestra lista de clientes”



Videos enviados por WhatsApp, reproducido durante reunión o se transmite audio.

<https://youtu.be/zHt3omwIPd8>

# Fotos de socias de los BBCC

San Martín



Lambayeque



# Fotos de socias de los BBCC

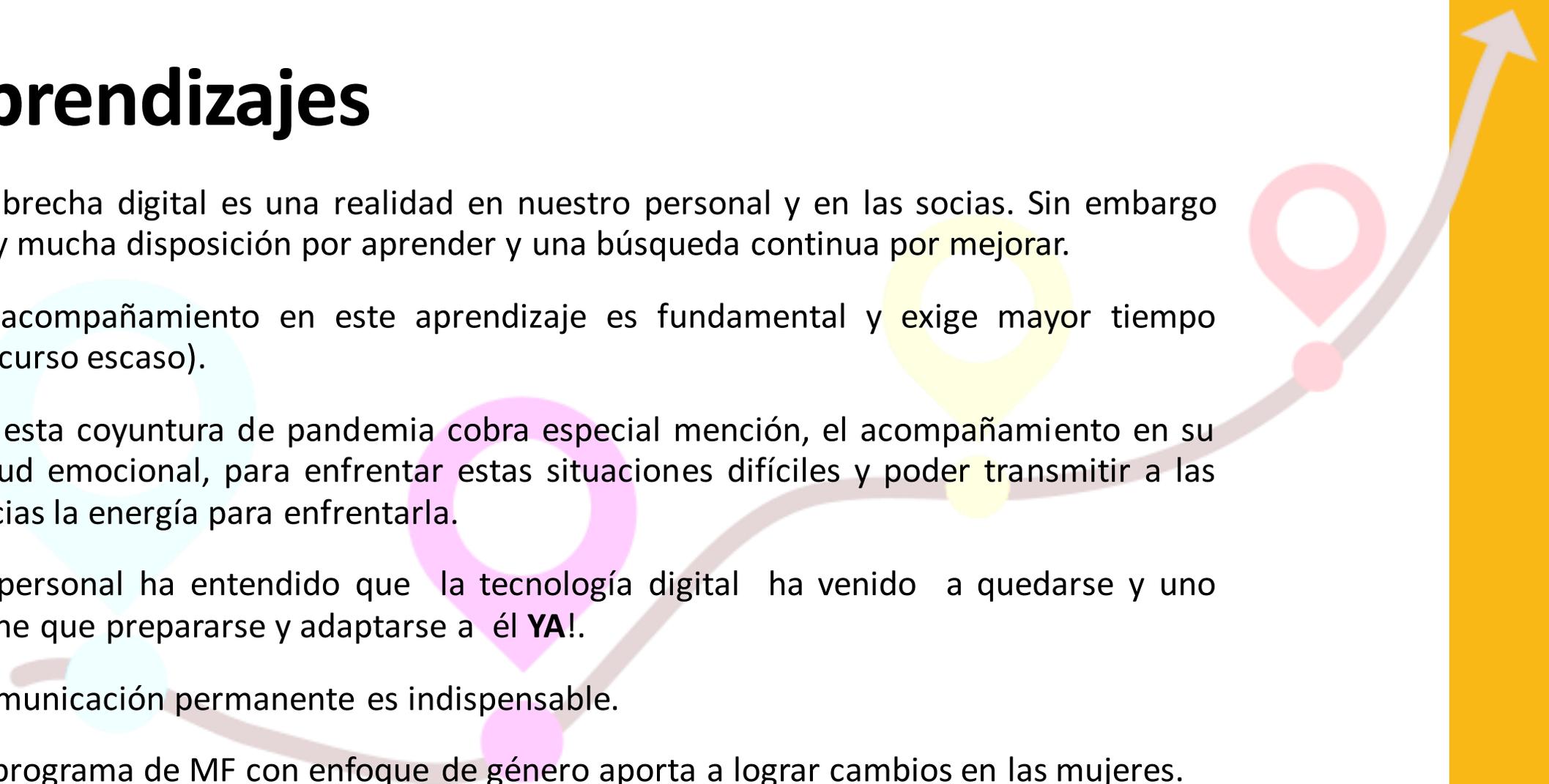
Ucayali



Puno



# Aprendizajes

- La brecha digital es una realidad en nuestro personal y en las socias. Sin embargo hay mucha disposición por aprender y una búsqueda continua por mejorar.
  - El acompañamiento en este aprendizaje es fundamental y exige mayor tiempo (recurso escaso).
  - En esta coyuntura de pandemia cobra especial mención, el acompañamiento en su salud emocional, para enfrentar estas situaciones difíciles y poder transmitir a las socias la energía para enfrentarla.
  - El personal ha entendido que la tecnología digital ha venido a quedarse y uno tiene que prepararse y adaptarse a él **YA!**.
  - Comunicación permanente es indispensable.
  - El programa de MF con enfoque de género aporta a lograr cambios en las mujeres.
- 
- A decorative graphic on the right side of the slide features a light gray wavy line that starts from the bottom left and curves upwards to the right, ending in an arrowhead. Along this line are four circular location pin markers in light blue, pink, yellow, and light blue from left to right. The background is white with a solid yellow vertical bar on the far right edge.

# Desafíos

- Mantener el trabajo con los BC y las socias, con eficiencia y eficacia en este nuevo contexto. SW y aplicativos accesibles en precio .
- Continuar enfrentando la brecha de educación digital de nuestro personal y socias de los BC.
- Que las socias tengan su propio celular y cuenten con un plan de datos.
- Que la infraestructura de redes de internet, telefonía y ampliación de agentes y límites de los corresponsales financieros se dé en el plazo más corto.
- La articulación a nivel de las Redes y con el s. público para no comenzar desde “cero” es indispensable en este esfuerzo de inclusión financiera y cierre de brecha digital.
- El apoyo financiero de la Cooperación que acompañe esta transformación digital para la >IF es indispensable.

# Agenda

- 1) Apertura y contexto
- 2) Caso de Friendship Bridge/Puente de Amistad
- 3) Preguntas sobre el caso
- 4) Caso de Movimiento Manuela Ramos—CrediMujer
- 5) Preguntas y Discusión
- 6) Cierre

# Centro de Recursos SPTF



## Dimension 1

Define and monitor social goals

[RESOURCES](#)



## Dimension 2

Ensure board, management, and employee commitment to social goals

[RESOURCES](#)



## Dimension 3

Design products, services and delivery channels that meet clients' needs and preferences

[RESOURCES](#)



## Dimension 4

Treat clients responsibly

[RESOURCES](#)



## Dimension 5

Treat employees responsibly

[RESOURCES](#)



## Dimension 6

Balance Social and Financial Performance

[RESOURCES](#)



## Responsible digital financial services

[RESOURCES](#)



## Ressources en français

[RESOURCES](#)



## Recursos en español + português

[RESOURCES](#)



## SPM Videos

[RESOURCES](#)



## SPTF Guidance Notes

[RESOURCES](#)



## Online Trainings

[RESOURCES](#)

## Vínculos útiles

- Centro de recursos: <https://sptf.info/resources/resource-center>
- Entrevista al cliente COVID-19: <https://sptf.info/resources/covid-19/herramienta-de-entrevista-al-cliente-covid-19> (español) <https://sptf.info/resources/covid-19/covid-19-client-interview-tool> (English)
- Recursos en español COVID-19: <https://sptf.info/resources/covid-19/spanish-resources-in-sp>
- Grabaciones y presentaciones anteriores (español): <https://sptf.info/ta-funding/fondo-para-las-finanzas-responsables-e-inclusivas-ffri>
- Grabaciones y presentaciones anteriores (inglés): <https://sptf.info/ta-funding/responsible-finance-ca-caribbean-riff-cac>