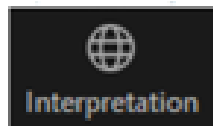


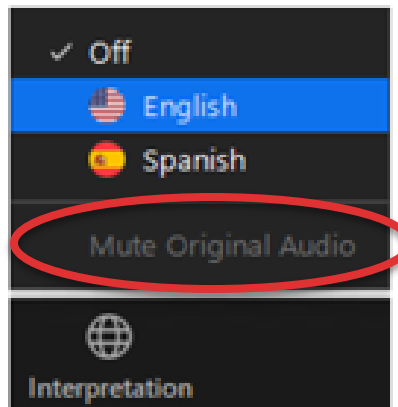
Welcome!

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

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



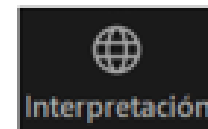
2. Click the language that you would like to hear.



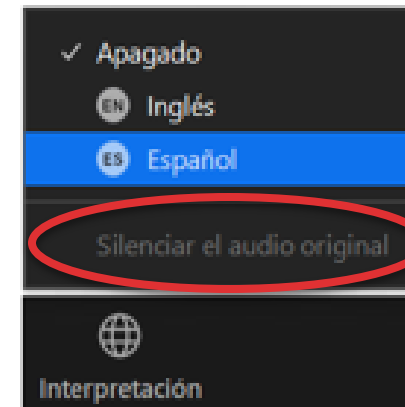
¡Bienvenido!

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 adaptación 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



Respuesta a COVID19

(Guatemala 2020)

MISIÓN

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

OBJETIVOS

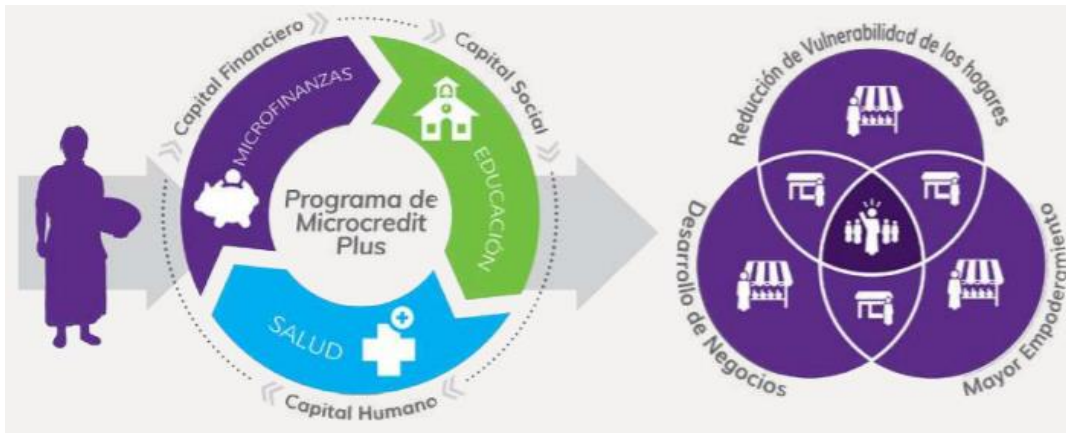
SIN
POBREZA



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%

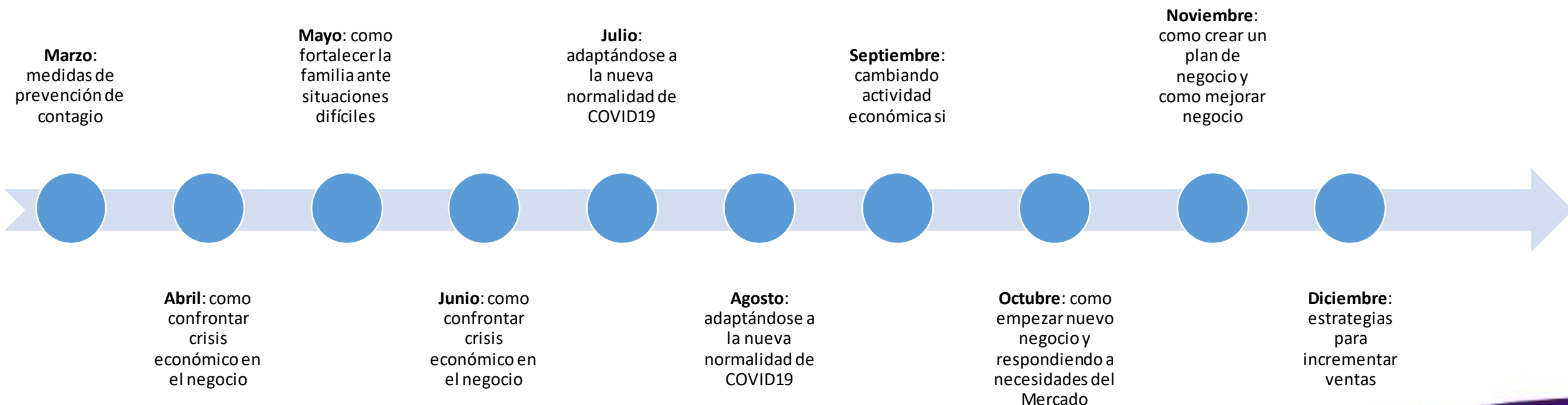
Tienen
Refrigerador



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

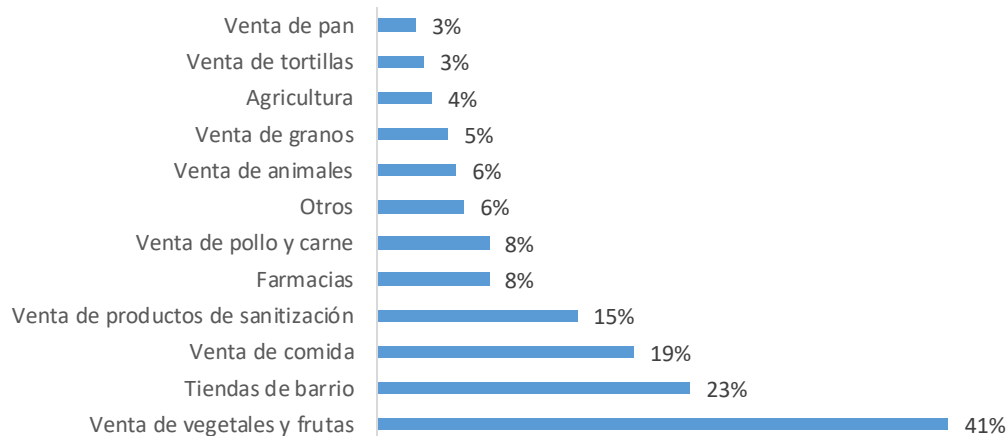
1. No hacer daño a la clienta – prorroga y nuevos protocolos, cambio de canales de servicio
2. No hacer daño al colaborador – continuidad de empleo, teletrabajo, y protocolos sanitarios
3. Mantener una relación fuerte con la clienta – consejos, seguimiento, encuestas
4. Formular respuestas segmentadas



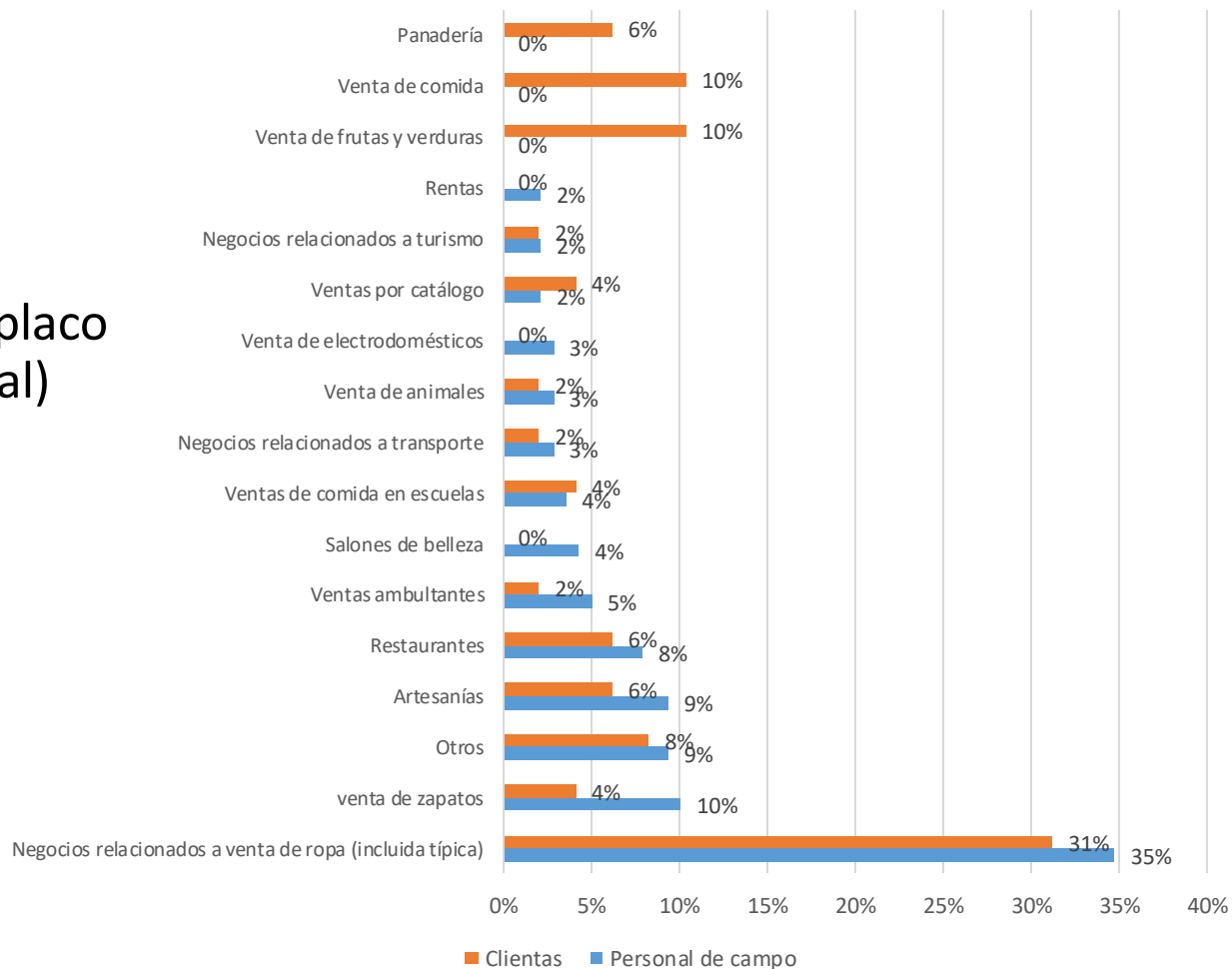
Resultados de la Encuesta

- 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)

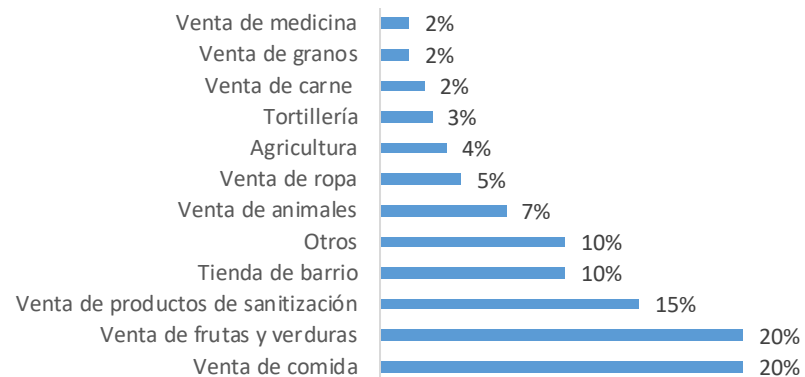


Encuesta a personal de campo y clientas
¿Qué tipo de negocios han dejado de funcionar en el tiempo de pandemia?

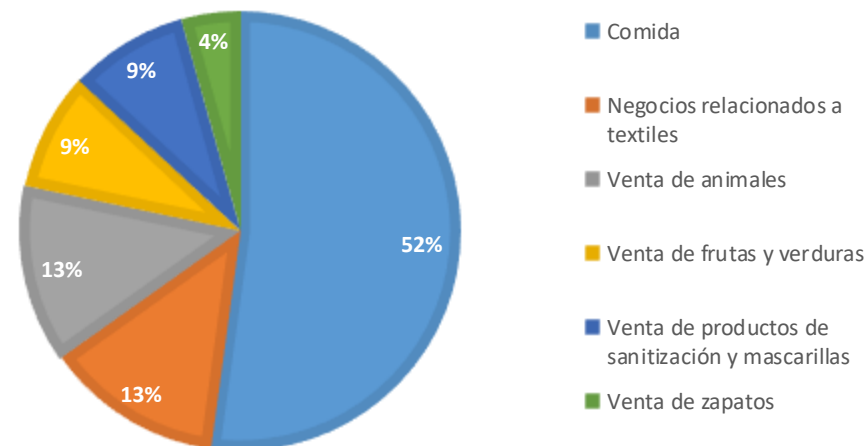


Resultados de la Encuesta

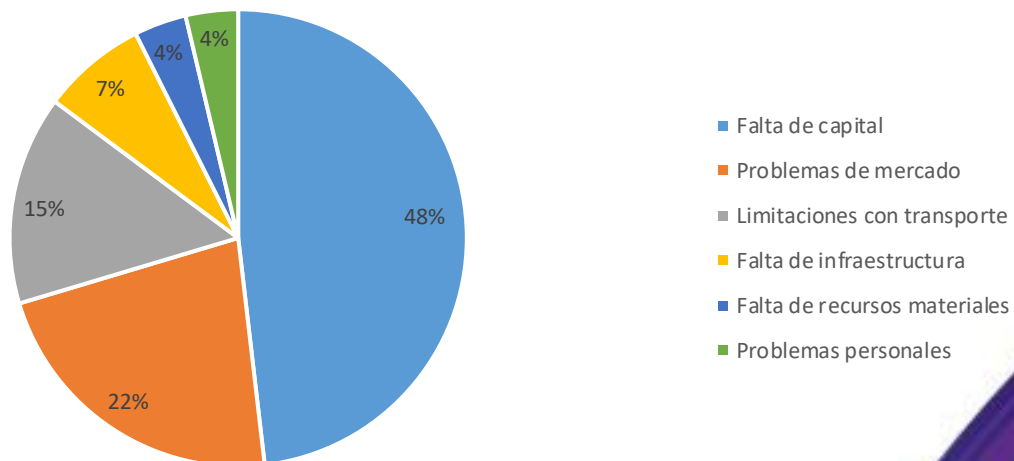
Encuesta a personal de campo
¿En qué están invirtiendo actualmente nuestras clientas?



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



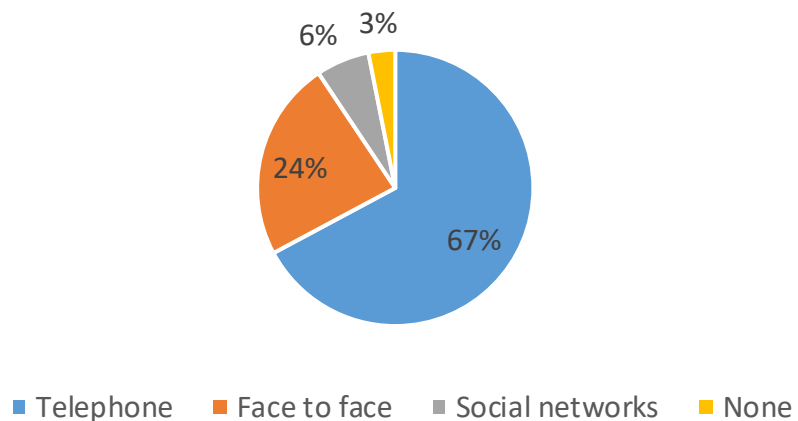
Encuesta a clientas que perdieron sus negocios
¿Qué retos ha enfrentado al iniciar un nuevo negocio?



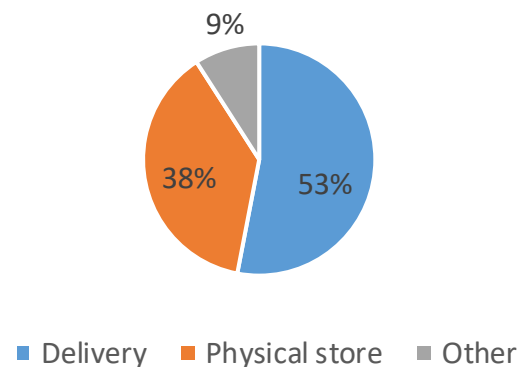


Resultados de la Encuesta

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



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



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

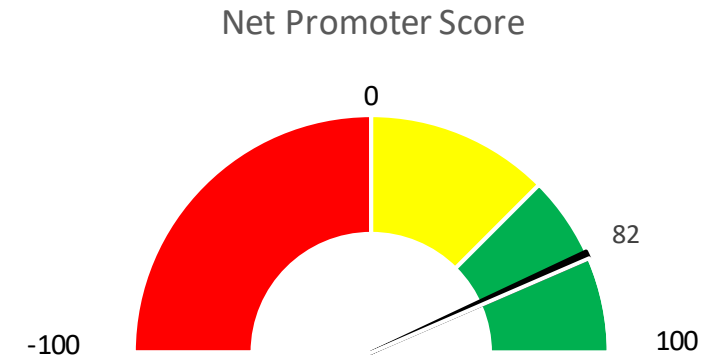


Satisfacción del Colaborador -

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

Perú: Ubicación y datos relevantes

Población total: 32'.6 hab.

Mujeres: 50.3 %

Pobres: 30.1 %

Coeficiente Gini: 0.41

Población urbana: 76%

Nuestras Clientas:

- 100% son mujeres
- Edad promedio 41 años
(27% <= 29 años y 2% >= 60 años)
- 70 % pertenece a comercio y 15% servicios

Nuestra Cartera:

- 17,700 clientas
- Cartera US\$ 5.1 Millones
- Crédito promedio: US\$ 320
- Mora: 1.8%



La Banca Comunal modelo de entrega de servicios

Funcionamiento del Banco Comunal



Asamblea de Socias

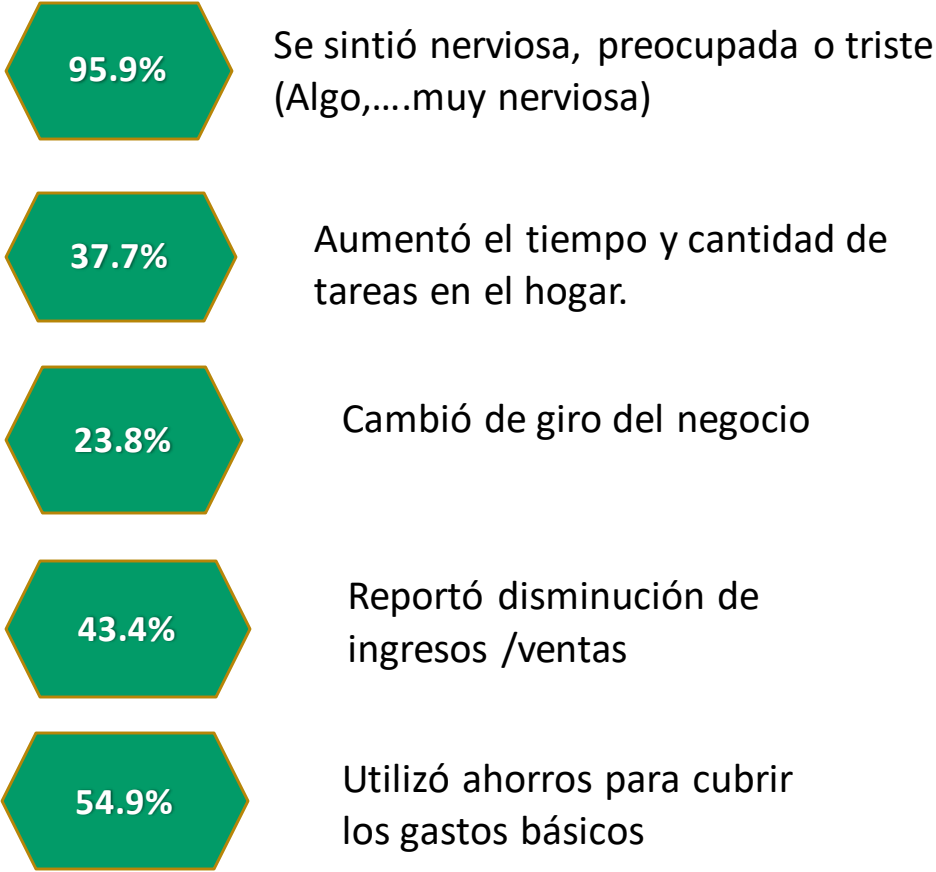
Pilares:

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

Confianza y Valores

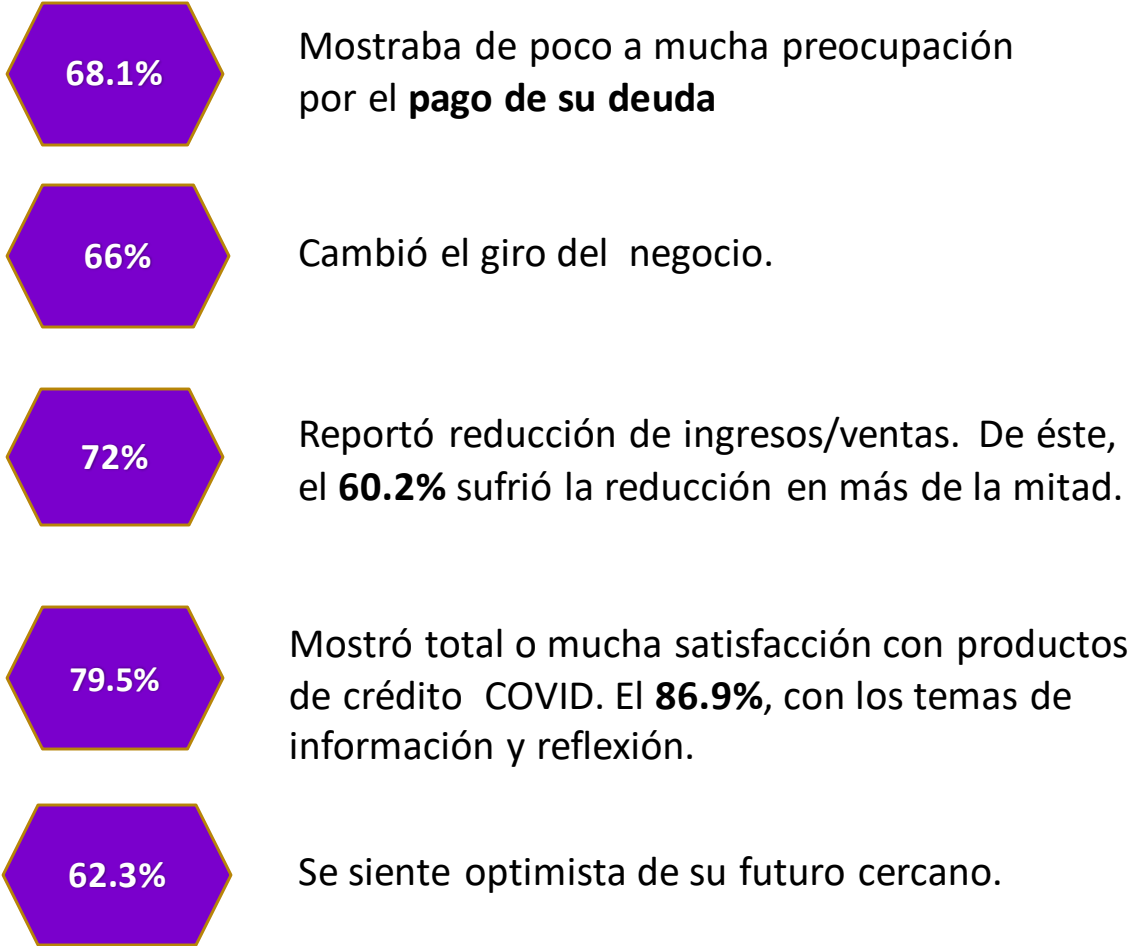
Situación de las mujeres durante pandemia

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

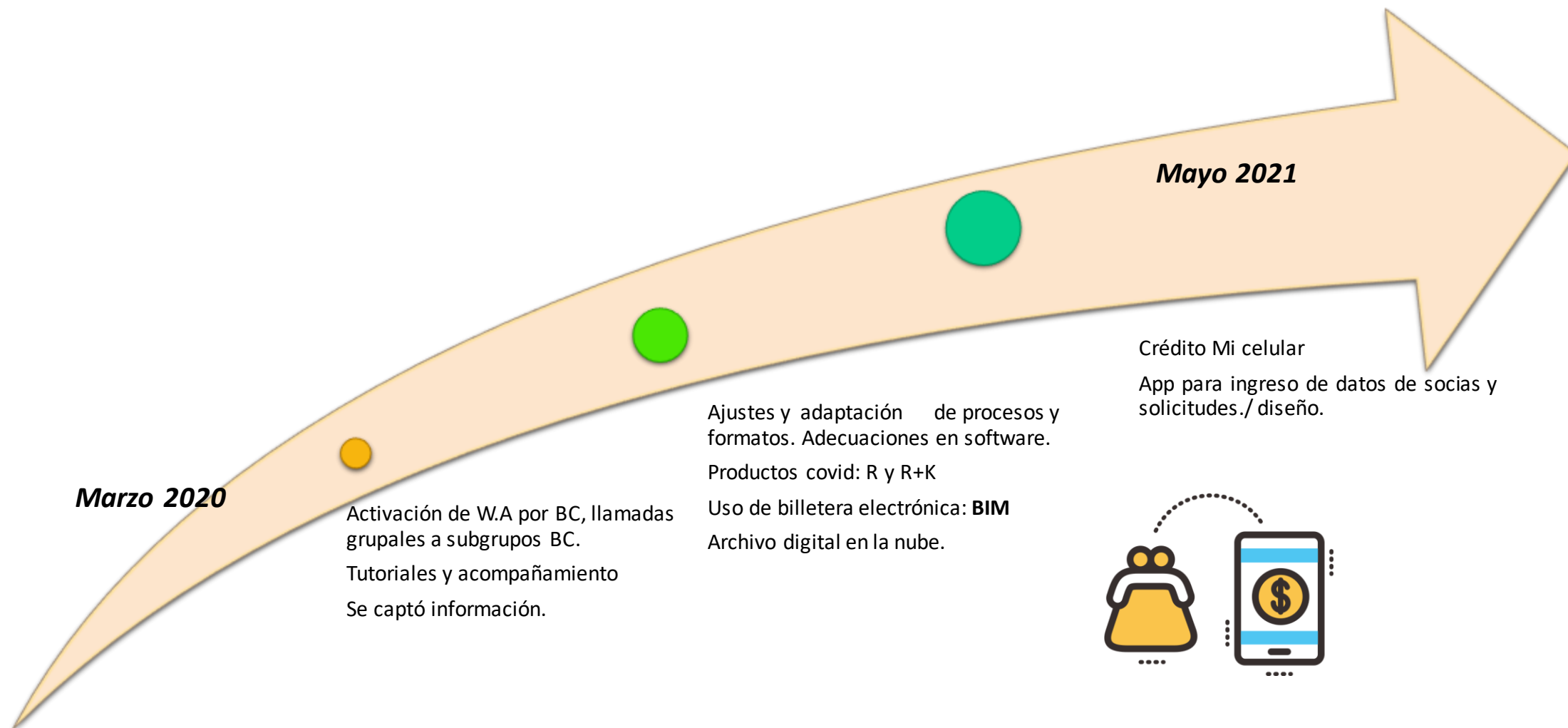
Microlearning. Inicio Asistencias técnicas virtuales y jornadas (por evaluar)

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

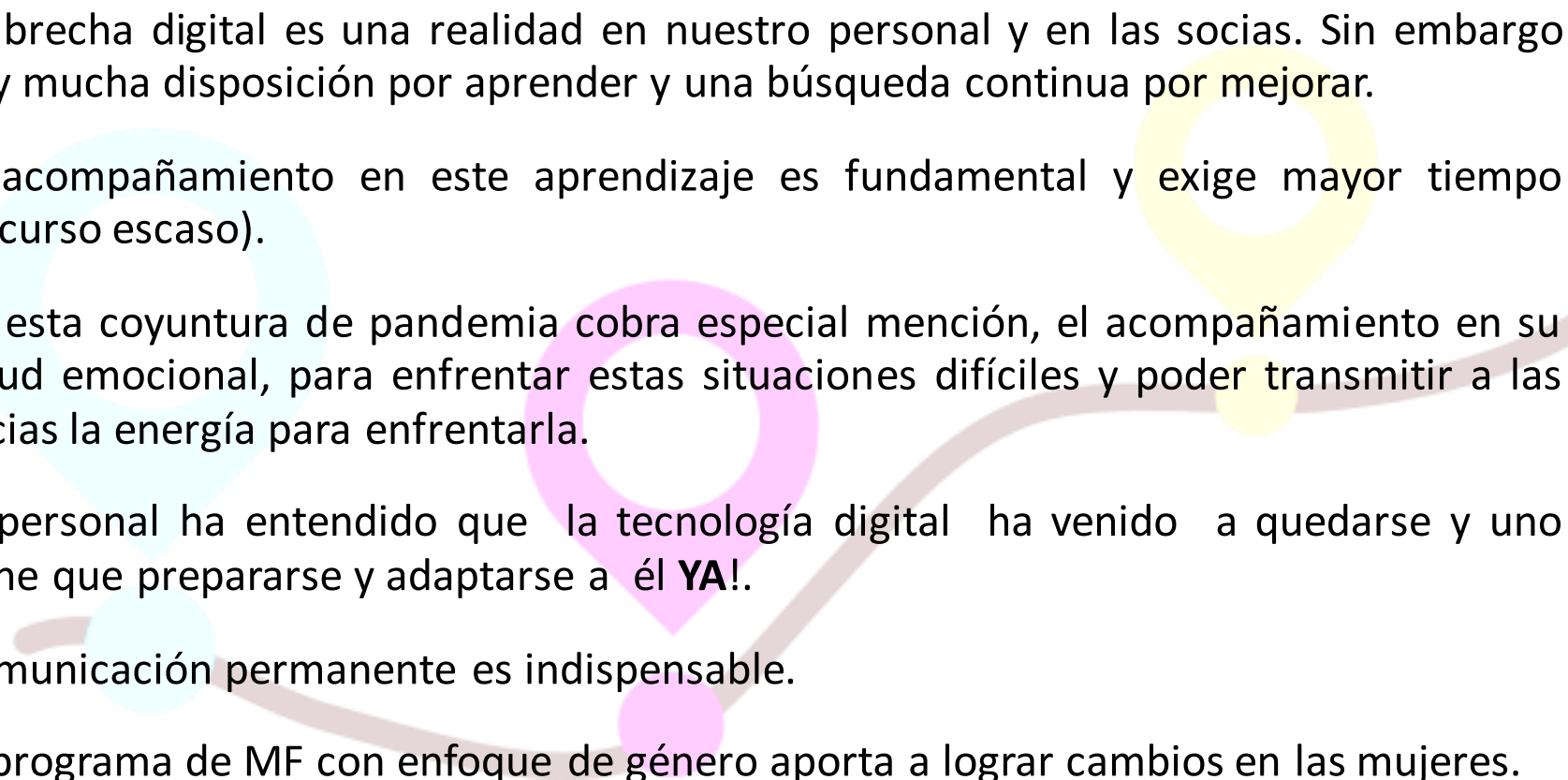
Ucayali



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 near the bottom left and curves upwards towards the top right, ending in an arrowhead. Along this line are several colored circles: a light blue one near the bottom left, a pink one in the middle left, a yellow one in the middle right, and a pink one near the top right. The background is white with a solid orange vertical bar on the far right.

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>