

# MICROEMPRESAS & FINANZAS

LA REVISTA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA



## ÉXITOS Y DESAFÍOS

MICROFINANZAS DE CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE



PRECIO EN HONDURAS L.10.00



## NUESTRA IDENTIDAD

# MiCrédito

Creemos juntos!!!

Cambio de naturaleza jurídica de ONG a Sociedad Anónima, regulada por **CONAMI**

MEDA decide establecer una nueva organización con el personal clave de CONFIA y nace MiCrédito. Legalmente nombrado Fundación CHISPA

Fundación CHISPA se asocia con otros inversionistas para establecer la primera institución de Microfinanzas regulada en el país, llamada **CONFIA**

MEDA vende sus acciones en CONFIA a IMI/IPC

MEDA y el actual equipo de MiCrédito crean **Fundación CHISPA** para ofrecer servicios de Microfinanzas

90  
INICIOS

2000

2002

2004

2012  
A LA ACTUALIDAD

## “Yo he progresado gracias a MiCrédito”



### Samary Gutiérrez, Comerciante

De la surtida pulpería que hoy tiene doña Samary Gutiérrez, solo recuerda que cuando inició, hace 9 años, lo hizo con una mantenedora prestada para vender refrescos naturales

y panadería ligera. Desde hace siete años doña Samary cuenta con el apoyo de MiCrédito y su historia cambió a partir de entonces. “Yo considero que me ha ayudado a mejorar la calidad de vida. Mi casa en ese entonces era de latas, cartones y plástico”, relata.

Con las ganancias de la venta fue construyéndola de concreto e incluso más grande “porque hasta ahí llegaba el

pedacito de casa que tenía” (señalando un punto). Hoy en día su venta cuenta con varias estanterías llenas de productos variados y de todo tipo. “Yo siento que he progresado. Quizá no me sienta millonaria, pero sí muy satisfecha de lo que he logrado en estos nueve años, la mayoría de ellos con el apoyo de MiCrédito”, refiere doña Samary, para quien el secreto es hacer una buena inversión y manejar bien su capital.



# "Innovamos para crear la diferencia"

Somos una empresa especializada en tecnologías de la información, ofrecemos servicios de Desarrollo de Software en diferentes plataformas, Capacitación y soporte y mantenimiento de software. Contamos con más de 5 años de experiencia atendiendo al Sector Microfinanciero y Cooperativo de la Región Centroamericana, nuestro producto estrella es SIG-MICRO una solución financiera que automatiza e integra de forma eficiente las operaciones de instituciones dedicadas a la gestión financiera permitiendo alcanzar mayor grado de rentabilidad y productividad.



Semáforos del Club Terraza 1 c. al Este 30 metros al Norte, casa N°16

+505 22788613 ext 117  
@info@sigmicro.com  
www.sigmicro.com



SSASA y REDIMIF con el apoyo de ADA de Luxemburgo han otorgado el sistema de precalificados de créditos PRECREDITPRO a 5 instituciones para que el uso de la tecnología evite el *sobreendeudamiento* de los clientes de micro finanzas.

*Este exitoso proyecto se ha expandido y cuenta con múltiples oportunidades para las IMF's que deseen adherirse al mismo y formar parte de la campaña.*

## MÁS CRÉDITOS EN MENOS TIEMPO



502 2332-1920  
redimif@redimif.org  
www.redimif.org

# PreCREDITPRO

Software de Aprobación Crediticia



502 2315-3515  
ventas@ssasa.net  
www.ssasa.net



# REDCAMIF DA UN NUEVO PASO

**L**a Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF), entidad representativa de las Instituciones de Microfinanzas (IMF) de la región, desde hace mucho tiempo acariciaba la idea de crear y compartir un medio de difusión amplio, ameno, atractivo y actualizado para mostrar de forma periódica, hechos relevantes de las IMF y el impacto que provoca en las economías de la región, el apoyo brindado a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), sector clave para las economías de nuestro países.



Después de analizar diversas opciones, REDCAMIF incorporó en su plan de comunicación de 2017, la creación de una alianza para la elaboración de una revista en la que divulgaremos periódicamente tópicos relevantes de los actores y el entorno en que se desenvuelven las IMF.

Tras meses de trabajo y gracias al apoyo de algunas de nuestras IMF afiliadas, llevamos a ustedes esta primera edición, que surge a través de la alianza que establecimos con Micro Empresas & Finanzas, revista que circula en Honduras desde 2007, y que en diez años de circulación, ha tenido una distribución promedio anual de 27,500 ejemplares que llegan a 250 mil lectores. Esto le ha permitido mantener en agenda los retos, logros y desafíos que enfrentan los emprendedores. Esta edición especial de Microfinanzas lleva a ustedes perspectivas, logros, metas, estadísticas y experiencias exitosas de 14 IMF afiliadas a las Redes Nacionales que pertenecen a REDCAMIF.

La Revista que también se publicará en digital, tendrá una circulación de 3 mil ejemplares, que serán distribuidos entre las Redes Nacionales, IMF afiliadas, donantes, fondeadores, clientes y entidades gubernamentales y privadas relacionadas con el sector y con su principal público meta que son las MIPYMES.

Agradecemos a las IMF afiliadas que con su apoyo permitieron la publicación de esta edición y para beneficio de todos, esperamos seguir consolidando este canal de comunicación.

Agradecemos también la cooperación de ADA de Luxemburgo por contribuir con esta estrategia y con la publicación de esta primera edición de nuestra revista.

**Iván Gutiérrez Aguirre**  
Director Ejecutivo  
REDCAMIF



## STAFF

### DIRECTOR GENERAL

Lucy Lagos

### DIRECTORA EDITORIAL

Mayra Castro

### DIRECTOR COMERCIAL

Cristian Andino

### CONSEJO EDITORIAL

Juan José Lagos Ch.

Lucy Lagos

Ivan Gutierrez

Andrea Rosales

### ADMINISTRACIÓN

Evelyn Ordóñez

### DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Ronald Cuyán

### WEB PAGE MANAGER

Wilson Herrera

### SUSCRIPCIONES

suscripciones @ gytpublicaciones.com

### OFICINAS DE VENTA Y PUBLICIDAD

**Tegucigalpa**

(504) 22356419

ventas@gytpublicaciones.com

### DERECHOS RESERVADOS

Los artículos publicados en Microempresas & Microfinanzas solamente pueden ser reproducidos con autorización escrita por parte del director.

### UNA PUBLICACIÓN DE

GYT Publicaciones S.A. de C.V

### ALIANZAS - DISTRIBUCIÓN

#### Honduras:

Cámara de Comercios e Industrias de:  
Choloma, Progreso, Danlí, Puertos Cortes,  
Siguatepeque. Comayagua. Juticalpa,  
CDE - MIPYME región Calle de Olancho, Copán,  
Ocotepeque, Santa Bárbara. ANDI,  
REDMICROH



VISITE  
NUESTRO  
SITIO

WWW

[www.revistamym.com](http://www.revistamym.com)

28  
FUNDENUSE



32  
HDH



06  
BANCO ADEMI



36  
ODEFF



10  
FAFIDESS



40  
PILARH



14  
FDL



44  
PROCAJA



18  
FUDECOSUR



48  
PRO MUJER



22  
FUNDACIÓN  
JOSÉ MARIA  
COVELO



52  
SERINSA



24  
FUNDECOCA



56  
SICSA





**E**l Banco Ademi atiende de manera especial al sector de la micro, pequeña y mediana empresa en República Dominicana.

Al cierre del 2017 sirvió a más de 217 mil clientes a través de una cartera de crédito de 259 millones de dólares



**El interés de crear valores económicos,** ambientales y sociales y de devolverle a los dominicanos parte de los beneficios que obtienen y a la vez convertirse en líder regional en este campo, impulsó al Banco ADEMI a centrar su estrategia de sostenibilidad en el apoyo a proyectos dirigidos a alcanzar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) de la Organización de Naciones Unidas (ONU), que desde enero de 2016 rigen los esfuerzos de los países para lograr un mundo sostenible en 2030.



► 1. Guillermo Rondón,  
Presidente Ejecutivo  
Banco ADEMI.

**Los ODS son los herederos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y exhortan a los países ricos y pobres, a impulsar medidas para alcanzar el progreso, sin olvidarse de proteger el ambiente. Además, hacen énfasis en que los esfuerzos para erradicar la pobreza deben ir acompañados de estrategias que impulsen el crecimiento económico, pero que también garanticen derechos sociales como la educación, salud, protección social y oportunidades de empleo, y a la vez luchen contra el cambio climático y promuevan la protección del medio ambiente.**



Es por ello que los objetivos de los proyectos que apoya Banco ADEMI a través de su brazo social, FUNDACIÓN ADEMI están enfocados en: promover el cumplimiento de los derechos de la niñez, fomentar la educación integral como herramienta de prevención de la deserción escolar y de los embarazos en adolescentes.

Para lograrlo han adecuado salas de estudio en barrios marginados y en el inicio de cada año lectivo donan útiles escolares. También, a través de la implementación de campamentos de verano, salas de estudio y espacios para brindar capacitación ambiental, previenen la delincuencia juvenil.

En el campo educativo además de otorgar créditos educativos, fomentan el conocimiento y la práctica de la moral y la cívica e impulsan la inclusión laboral de jóvenes con capacidades especiales.

Para contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias dominicanas, imparte educación financiera básica a personas de todas las edades, las que fortalecen sus capacidades para crear y administrar pequeños negocios en los que obtienen ingresos que les permiten mejorar su calidad de vida y la de su familia.



► **2.** El apoyo de Banco Ademi a los sectores productivos de República Dominicana ha sido sostenido desde su fundación en 1983.

► **3.** Decenas de talleres de educación financiera son impartidos en todo el año.

► **4.** La mano amiga de Banco Ademi para las mujeres emprendedoras.

### También combaten la violencia intrafamiliar

El tema de la violencia intrafamiliar tampoco es ajeno a esta estrategia que plantea entre sus objetivos incrementar el patrocinio a proyectos de apoyo a víctimas. Además, a través de capacitaciones ayuda a prevenir este delito y fortalece las capacidades técnicas de las mujeres para garantizar su inserción al mercado laboral y la creación de fuentes de autoempleo que les garanticen los ingresos necesarios para sostener sus hogares.

En el campo de la cultura los esfuerzos de ADEMI están dirigidos en fomentarla a través del desarrollo de talleres, la puesta en escena de obras de teatro, programas de música para jóvenes con capacidades especiales y el montaje de exhibiciones de obras de arte.

El aporte a la salud se garantiza mediante el auspicio de campañas de prevención y de donaciones anuales de insumos a hospitales, clínicas de atención primaria, asilos de ancianos, orfanatos y clínicas especiales que ofrecen atención y medicamentos a pacientes con cáncer y VIH-Sida, para garantizar que brinden soluciones de salud a la personas de escasos recursos. También apadrinan campañas y jornadas oftalmológicas y cateterismos infantiles.

La protección al medio ambiente la promueve a través del respaldo que brindan a instituciones que difunden información, capacitan, realizan campañas e implementan proyectos y ejecutan acciones para reducir el impacto de las actividades humanas en el deterioro del medioambiente y explotación de los recursos naturales.

También fomentan el cuidado de zonas especiales y protegidas como las reservas, zonas boscosas, parques nacionales, costas y fuentes hídricas y la promoción del uso correcto y del cuidado del agua y otros recursos naturales.

El fortalecimiento de las capacidades de asociaciones emergentes sin fines de lucro es otra de las prioridades del Banco ADEMI.



**Estamos comprometidos en apoyar la micro y pequeñas empresas.**





► 5. Oficina principal en Santo Domingo.

► 6. Fue anfitrión de reunión latina de la Alianza Global Banca con Valores en el 2017.



**“El compromiso de Banco ADEMI y de todos sus colaboradores y ejecutivos con la sociedad se refleja en cada una de las iniciativas apoyadas año tras año, las cuales responden a la filosofía de su gobierno corporativo y a un modelo de cultura basado en valores”, dice Guillermo Rondón, Presidente Ejecutivo, y añade que dicho compromiso los llevó a convertirse en la primera entidad financiera del Caribe en pertenecer a la alianza mundial de bancos con valores, cuya sede se encuentra en Holanda.**

Carla Bastián es una estudiante de 14 años que había perdido la fe por todo lo que ha vivido en su comunidad. Pero los cursos de informática básica e inglés que recibió le abrieron una puerta y ahora se siente capaz de lograr lo que se proponga. Como ella otros 400 jóvenes en riesgo de Santo Domingo han recibido una oportunidad para cumplir sus sueños a través de estas capacitaciones que son patrocinadas por Banco Ademi.

Adicionalmente, unos 200 mil clientes han sido beneficiados por el programa de Educación Financiera que desarrolla Banco ADEMI desde 2009 y que hasta el año pasado había entregado 58 mil ejemplares de las agendas financieras que implementa como parte de su capacitación. El impacto que ha provocado este proyecto entre los dominicanos ha recibido reconocimiento nacional e internacional.

“El 25% de los beneficiados con nuestro programa han evidenciado cambios importantes en sus hábitos financieros, incrementando los niveles de ahorro, accediendo a nuevos productos de crédito, reduciendo tasa de mora, así como mejorando el uso de las tarjetas de crédito” agrega Rondón y concluye afirmando que con este aporte ADEMI busca devolver a sus clientes y a la comunidad en general parte de los beneficios que obtiene.



*Tu mejor opción en crédito  
para la microempresa!!*

**F**ortalece la educación financiera de sus clientes, aprovechan la innovación tecnológica y diseñan productos verdes para brindar un servicio integral.



► **1. Nombre:** Margarita Amalem Jom / **Originaria:** San Cristóbal, Alta Verapaz, Cobán / **Microempresaria,** Cliente de FAFIDESS / **Actividad:** Elaboración y venta de artesanía guatemalteca.

**En su constante búsqueda** por mejorar la asistencia crediticia a las mujeres indígenas de Guatemala, la Fundación de Asesoría Financiera a Instituciones de Desarrollo y Servicio Social, FAFIDESS, promueve la innovación constantemente. Sus más recientes apuestas son el diseño de un Diplomado en Educación Financiera, la automatización del mecanismo de calificación crediticia para reducir el sobreendeudamiento y el diseño de productos verdes.

FAFIDESS fue fundada en 1986 para brindar asistencia técnica y gestión financiera a proyectos de infraestructura social en zonas vulnerables. En 1989, a través de un programa de bancos comunales, inicia un programa de asistencia crediticia a grupos de mujeres del área rural de Guatemala.

Después de algunos años de operaciones, esta Institución de Microfinanzas (IMF) decidió fortalecer la educación financiera de sus clientas. Para lograrlo, implementó un diplomado que además de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de ellas y sus familias, ha propiciado una mejoría de los indicadores de sanidad de la cartera de la institución.

En el año 2015 la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas, REDCAMIF con apoyo de ADA de Luxemburgo creó 3 guías de capacitación en educación financiera que fueron distribuidas entre todas sus asociadas. Estas impulsaron a FAFIDESS a diseñar el diplomado que desde ese mismo año imparten a los usuarios de sus servicios con el objetivo de enseñarles a administrar mejor sus recursos.

Durante la capacitación se enseña a las mujeres a preparar un presupuesto, llevar las cuentas de ingresos y gastos y a establecer metas de ahorro y planes de pago de sus microcréditos. A la fecha 3,129 mujeres se han graduado del diplomado que se imparte en diez sesiones, durante un lapso de ocho meses.

La institución considera que con el aporte de estos conocimientos está cumpliendo su objetivo de contribuir al desarrollo económico y social de Guatemala, a través del mejoramiento del nivel y calidad de vida de las mujeres indígenas a las que atienden ya que ahora cuentan con los conocimientos necesarios para administrar mejor sus negocios, los gastos personales, tener ahorros para enfrentar imprevistos y aportar a su Plan Programado de Retiro, PPR.



**“Además del mejoramiento de la autoestima de los clientes y de la administración de sus negocios, nuestros indicadores de cartera de crédito también han mejorado. La cartera en riesgo mayor a treinta días es menor al 5 %, y la cartera en riesgo menor a treinta días, es menor al 2 %”, dice Reynold O. Walter P., Director Ejecutivo de FAFIDESS.**

► 2. Constitución de la Sociedad de Inversiones para la Microempresa en Centroamérica y el Caribe, SICSA, en las instalaciones del BCIE, Guatemala 22 de febrero del 2007.

► 3. Reynold Walter, Director Ejecutivo de FAFIDESS, Premio Citi a la Microempresa.

**Al ritmo de los avances tecnológicos**

Como parte del proceso de mejora continua que impulsa FAFIDESS, está en proceso de adoptar un sistema de precalificación crediticio llamado PRECREDIT, desarrollado en Guatemala por la empresa de software SSASA. En su momento la Red de Instituciones de Microfinanzas de Guatemala, REDIMIF implementó con el apoyo de REDCAMIF y ADA de Luxemburgo, entre sus asociadas dicho sistema, que parametriza los criterios que se utilizan en las normas, políticas, manuales y reglamentos del programa de crédito de cualquier institución.

FAFIDESS lo aplica para el crédito individual y el crédito de vivienda de interés social. El programa toma todos los criterios de calificación y los trabaja de manera automatizada.

Este mecanismo conocido también como “el semáforo” en cuestión de segundos desde un teléfono celular o computadora revisa los antecedentes crediticios del solicitante en cuatro buros de crédito diferentes, incluida la base de datos de la institución.

“A la fecha hemos concretado la parametrización de políticas, manuales y reglamentos de FAFIDESS al sistema PRECREDIT y aplicamos una prueba piloto en una de nuestras agencias y estamos afinando los elementos para implementar el sistema PRECREDIT en todas las agencias de FAFIDESS”, detalla Walter.

Lo que busca la institución al adoptar este mecanismo es que la precalificación de los clientes sea más efectiva. Esto evitará el sobreendeudamiento y garantizará un mejor desempeño del crédito.

“Con la calificación manual de cada diez solicitudes seis son aprobadas. Cuando los calificamos con el sistema automatizado disminuye la proporción a cinco, pero pasan con un mayor nivel de fiabilidad”, afirma Walter.

FAFIDESS ha invertido recursos técnicos y financieros para adecuar el sistema PRECREDIT y tiene previsto que en el primer trimestre del 2018 PRECREDIT esté funcionando para crédito individual y de vivienda de interés social en sus 22 agencias.



► 4.  
**Nombre:** Gladis Lorenzo Mendoza  
**Originaria:** Todos Santos Cuchumatán, Huehuetenango  
**Microempresaria,** Cliente de FAFIDESS  
**Actividad:** Elaboración y venta de artesanía guatemalteca.



► 5.  
**Nombre:** Odilia Sis  
**Originaria:** San Cristobal, Alta Verapaz, Cobán  
**Microempresaria,** Cliente de FAFIDESS  
**Actividad:** Elaboración y venta de artesanía guatemalteca.

30,546



Clientes

19

millones de  
dólares en cartera

220



Colaboradores

22



Agencias



► 6. Firma Convenio de Cooperación Técnica BUN-CA/FOCAEP/FAFIDESS.

**“Un reto para el sector de microfinanzas en general es que con el desarrollo de la tecnología no perdamos el contacto personal con el cliente. Tenemos que seguir tratándolo como la persona que es y evitar que se convierta en un número o un registro en donde lo que importa es únicamente el lucro”, indica Reynold O. Walter P.**

### **FAFIDESS se une a la lucha en favor del ambiente**

La necesidad de contrarrestar los efectos de algunas acciones humanas contra el medioambiente tampoco han quedado fuera de los esfuerzos innovadores de FAFIDESS. Recientemente firmó convenios de cooperación con tres organizaciones internacionales para diseñar productos financieros que ayuden a reducir el consumo de leña y llevar energía limpia a comunidades que carecen de este servicio.

“Queremos dar acceso a nuestras clientas a estufas ahorradoras de leña y a la instalación y uso de paneles fotovoltaicos o solares para llevar energía a comunidades que carecen de este servicio”, dice Walter.

FAFIDESS trabajó anteriormente con empresas que producen estufas ahorradoras de leña, pero con este Convenio pretende hacer-

lo de una forma técnica y ambientalmente viable, por lo que está siguiendo una serie de parámetros para estructurar un producto crediticio verde.

“Se estima que en Guatemala todavía existen unas 300 mil familias que no tienen acceso al servicio de energía eléctrica, eso nos da una visión de hasta dónde podemos llegar. La inversión en cartera de crédito para este producto podría ser de hasta dos millones de dólares y estos productos podrían comenzar a ofrecerse en el segundo semestre del 2018”, sostiene Walter.



**E**nfocar su atención en los micro, pequeños y medianos empresarios, que no son sujetos de crédito para la banca comercial ha sido la estrategia que durante 24 años ha utilizado FDL para aportar al desarrollo del país



**Hace cuatro años** la roya llegó a la finca El Porvenir en San Juan de Río Coco (Madriz, Nicaragua), las 30 manzanas de café que hasta ese momento con mucho esfuerzo Onelia Castellón Hernández tenía sembradas fueron arrasadas. Sin embargo, ella le ganó la batalla a la plaga, ahora tiene 17 manzanas de cafetales y 16 manzanas renovadas y en la actual cosecha espera obtener unos 440 quintales del grano.

A diferencia de otros productores que aún no superan los efectos de esta crisis, Castellón lo hizo porque llevaba años reforestando áreas de otra finca cercana llamada Guanacastillo, en la que por causa de la sobre explotación, el suelo había perdido la fertilidad. La reforestación le permitió establecer nuevas plantaciones e incluso destinar áreas para la producción de granos básicos para autoconsumo y para poner a pastar unas veinte cabezas de ganado.

Castellón, como la mayoría de los 222,759 productores nicaragüenses, que según el Cuarto Censo Nacional Agropecuario (Cenagro, 2011) poseen entre una y 50 manzanas de tierra, no es sujeto de crédito para la banca comercial, pero en su caso, como en el de miles más, el microcrédito hace la diferencia.

“Para reforestar las tierras se gasta bastante, pero llevo más de veinte años recibiendo créditos de FDL desde que llegó a la zona. Incluso el banquito como le llamamos nosotros, cuando me he atrasado con algunas cuotas me da un nuevo crédito para cancelar el anterior y seguir invirtiendo y eso me ha permitido prosperar. Esos potreros que no servían para nada ahora son cafetales que le dan trabajo a mis 3 hijos y a unas 40 personas más durante la temporada de cosecha”, dice Castellón.

### **Demostraron que se puede financiar al sector rural**

El éxito de Castellón demuestra que se puede financiar al sector rural y particularmente al agropecuario, con sostenibilidad financiera y mitigando los riesgos de la actividad, dice el gerente general de Financiera FDL Julio Flores Coca y añade que este ha sido el principal logro de la institución y su aporte al desarrollo del país.



► 1. Julio Flores, Gerente General, Financiera FDL.



**“Nos diferenciamos del resto de instituciones porque estamos atentos a los problemas de desarrollo que se dan en el país y los problemas de desarrollo pasan por entender las dinámicas económicas, sociales y ambientales, y tenemos que meternos en esas dinámicas para poder contribuir de manera positiva al desarrollo de las mismas”.**

En 1993 el Instituto de Investigación y Desarrollo (NITLAPAN) de la Universidad Centroamericana (UCA) fundó la Asociación Fondo de Desarrollo Local (FDL), que de inmediato comenzó a consolidarse como la institución líder en la prestación de servicios financieros a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPY-MES), principalmente del sector rural. En mayo del año pasado, tras 24 años ininterrumpidos de operaciones dicha asociación se transformó en Financiera FDL, con miras a convertir el ahorro en otro elemento.

En los últimos 10 años el apoyo financiero que ofrece la institución va acompañado de la asistencia técnica que necesitan sus clientes para mejorar los niveles de rendimiento de sus cosechas y la calidad de su producción, pero también la sostenibilidad ambiental, principalmente del sector ganadero y cafetalero. Esto garantiza que mejoren sus habilidades productivas y que se inserten de mejor manera en el mercado, lo que se traducirá en un incremento de sus ingresos.

Dicha metodología de trabajo, según Flores, ha permitido demostrar que las Instituciones de Microfinanzas (IMF) además de brindar apoyo financiero también pueden hacer un trabajo de sostenibilidad ambiental.

► 2. Onelia Castellón, finca El Porvenir.

**Priorizan sectores excluidos por la banca comercial**

El interés de priorizar a las MIPYMES rurales surgió porque tradicionalmente la banca comercial ha financiado la actividad agropecuaria, pero enfocada en la gran empresa que tiene garantías reales como la hipotecaria.

Según Flores para compensar esta exclusión el FDL implementa una metodología que junto al conocimiento de la zona y el arraigo local que fomenta le permitió atender a los micro y pequeños productores del campo, sin garantías reales y con un impacto económico demostrable y sostenible en los clientes.

**La institución brinda créditos de corto plazo para aprovechar oportunidades de negocio o actividades de temporada; de mediano plazo para capital de trabajo y de largo plazo para inversiones. “Los clientes se han capitalizado con el crédito, han mejorado sus condiciones de vida y le ha permitido al FDL ser líder en la prestación de servicios al sector de las MIPYMES, pero principalmente del sector rural en Nicaragua”, sostiene Flores.**



► 3. Inauguración de sucursal en Rosita.



► 4. José Enrique Castillo, logró iniciar fábrica de utensilios plásticos.





► 5. Cliente de actividades agropecuarias.

Además, para seguir garantizando la funcionalidad del modelo, cada año ajusta sus productos financieros a las necesidades de sus clientes. Con ello ha logrado consolidar una cartera de desarrollo que incluye todos los productos financieros que se ofrecen para capitalizar a los productores agropecuarios que atienden.

Y pese a que la mitad de sus 60,887 clientes son mujeres, la participación de ellas ha sido un desafío porque a diferencia de lo que ocurre en las áreas urbanas donde las MIPYMES están en manos femeninas, en el campo la propiedad de las unidades de producción está en manos de los hombres.

“Entonces hay que hacer un esfuerzo decidido y consciente para incorporar a más mujeres, pero con un crédito de calidad. En el pasado lo hicimos con metodologías de grupos solidarios para atender exclusivamente a mujeres y logramos cambiar los porcentajes de participación en la cartera crediticia”, asegura Flores.

Mientras continúan consolidando su estrategia para contribuir al desarrollo del país a través de la oferta crediticia que ofrecen a las MIPYMES, se preparan para en el mediano plazo incorporar el ahorro como un elemento indispensable de intermediación financiera que reclaman los clientes principalmente de las zonas rurales.

Además, seguirán trabajando en el desarrollo de tecnologías que les permitan reducir los costos de transacción, tanto del cliente como de la institución, en el proceso del crédito.



## FINANCIERA FDL EN CIFRAS



**60,887**

Clientes



**109**

Cartera crediticia 109 millones de dólares



**41**

Sucursales



**800**

Colaboradores



**A**compañamiento que FUDECOSUR brinda a sus clientes garantiza que las actividades agrícolas y pecuarias que financian, desarrollen acciones para el cuidado y protección de zona de amortiguamiento



**Debido a que el área de influencia** de sus operaciones está ubicada en una zona de amortiguamiento, para la Fundación para el Desarrollo de las Comunidades del Sur (FUDECOSUR), promover la sostenibilidad económica, pero también ambiental de las actividades que financia es una de sus prioridades. Para consolidar este objetivo, desde el 2015 el crédito verde es uno de sus productos estrella. Sin embargo, conseguir fondeadores para mantener su oferta es uno de los grandes retos de la institución.

**“La fundación opera su proyecto en la zona sur de Costa Rica, entre su área de influencia hay comunidades en la zona de amortiguamiento del Parque Internacional la Amistad, lo que motivó a asumir la responsabilidad de incursionar en una línea de crédito verde”, dice Leonardo Azofeifa, director ejecutivo de FUDECOSUR.**



• 1. Juan Navarro Quesada, Actividad de Ganadería, Bajo las Bonitas de platanares.

• 2. Leonardo Azofeifa, director ejecutivo, FUDECOSUR.

• 3. Amador Valverde Victor, Proyecto de Café, Los Ángeles de Paramo.

La línea de crédito verde que ofrecen no está enfocada en productos específicos sino que financia diversas actividades en condiciones diferenciadas en cuanto a tasas de interés y plazos, pero particularmente con un acompañamiento importante a los clientes.

“En realidad no financiamos actividades específicas, sino que nos enfocamos en garantizar que la actividad que se va a financiar genere impactos positivos en el medioambiente, ya sean actividades

agropecuarias, comercio, servicios, pero en todos los casos buscamos que el acceso al componente pueda brindar una mejoría al medioambiente o una acción de mitigación sobre los daños causados al medioambiente”, explica Dávid Ávalos, jefe de crédito de FUDECOSUR.

Indistintamente de las actividades que se financien, el acompañamiento que se brinda como parte del crédito propicia el desarrollo de acciones a favor del ambiente. Por ejemplo, en el sector agrícola se promueve la protección de las fuentes de agua, la reforestación y la reducción del uso de agroquímicos en las plantaciones para evitar la contaminación del suelo y del agua.

“En cambio, en el sector pecuario promovemos un manejo más adecuado del pasto para contrarrestar la ganadería extensiva y en la actividad comercial y de servicio nos enfocamos en la parte del reciclaje y del manejo de residuos”, explica Ávalos.

FUDECOSUR es una Organización no Gubernamental (ONG) sin fines de lucro que en 1993 -a partir de una iniciativa previa de microcrédito promovida por CARE Internacional- se constituyó en Institución de Microfinanzas (IMF). Desde entonces trabaja bajo la metodología de participación comunitaria a través de comités comunales de crédito, que con el apoyo técnico de una oficina central, gestionan la aprobación y seguimiento del financiamiento que otorgan a microempresarios de comunidades rurales.



**“El área geográfica de atención de FUDECOSUR está entre las de menor desarrollo económico del país. La propuesta para las comunidades es dar una solución integral con el microcrédito como eje central y servicios complementarios de excelencia, que mejoren las capacidades de los clientes. Paralelo, hay un enfoque hacia temas de género y medio ambiente”.**

► 4. Asamblea Comité de Crédito Comunal de La Sierra de Platanares.



**FUDECOSUR EN CIFRAS**

**4.151**



Clientes

**5.6**



Cartera crediticia:  
5.6 millones de dólares

**16**



Colaboradores

**2**



Sucursales

**4,356**



Créditos activos



► 5. Marlene Prendas Calderón, Proyecto de invernadero, Fila Tigre de Pittier.

► 6. María Eugenia Ugalde Aguero, Proyecto de costura, Ceibo de San Vito.

### En 2009 inició etapa de expansión

Estos comités de crédito están formados por miembros de las comunidades. Cada uno nombra un delegado para integrar la asamblea general, que es la instancia máxima de poder de la fundación y que a su vez elige entre ellos a los miembros de su junta directiva. Luego el equipo técnico es contratado para brindar el soporte que requiere el manejo de la metodología crédica que promueven.

Hasta 2009 la entidad se mantuvo en los dos cantones donde nació, pero a partir de ese año inició una estrategia de expansión. Ahora cuenta con 30 comités en Pérez Zeledón, 11 en Buenos Aires y 14 en Coto Brus. En total los 55 atienden a microempresarios de 185 comunidades.

La fase experimental de la línea de crédito verde inició en 2015 y desde su lanzamiento ha colocado unos 60 créditos y su cartera vigente alcanza actualmente 160 mil dólares. Pero debido a la necesidad de contribuir al mantenimiento de la zona de amortiguamiento en la que están ubicados, la meta es fortalecer esta oferta. No obstante, los representantes de FUDECOSUR reconocen que conseguir los recursos para financiar este tipo de créditos es "bastante complicado".



**“El fondeo para atender los productos de mujer emprendedora y crédito productivo ambiental, se obtiene básicamente de dos líneas del gobierno, el Sistema de Banca para el Desarrollo y el Programa Nacional de Apoyo a la Microempresa, que por sus condiciones permiten ofrecer tasas de interés diferenciadas, así como condiciones de plazo y forma de pago. En ese sentido, obtener fondeo apropiado es fundamental para lograr el impacto deseado.**

Las altas tasas de interés entorpecen el desarrollo de este tipo de iniciativas; y ante la escasez de fondeadores internacionales dispuestos a destinar recursos a este tipo de proyectos, instituciones como FUDECOSUR no podrán seguir ampliando la cobertura de incentivos para que más productores promuevan acciones en beneficio del medioambiente.

Mientras estos fondeadores aparecen, FUDECOSUR seguirá usando los recursos medioambientales que proporciona el Gobierno de Costa Rica y los que le proporciona la organización estadounidense KIVA con tasa cero de interés.



FUNDACIÓN JOSÉ MARÍA COVELO  
Industria Microfinanciera en Acción

N

uevo producto crediticio para incrementar patrimonio permitirá mejorar el desempeño de las Instituciones de Microfinanzas (IMF) de Honduras



► 1. Representantes de AHSETFIN, Prisma de Honduras, BID - FOMIN, Fundación Covelo e IDH.



FUNDACIÓN JOSÉ MARÍA COVELO  
Industria Microfinanciera en Acción

**Para ayudar a mejorar** el desempeño y apalancamiento financiero de las Instituciones de Microfinanzas (IMF) de Honduras, la Fundación José María Covelo, desarrolló un nuevo producto de inversión a través del mecanismo de Deuda Subordinada, mediante el cual las instituciones que lo utilicen podrán incrementar su patrimonio y con ello mejorar su desempeño.

El producto denominado Deuda Subordinada contribuirá al fortalecimiento de las capacidades crediticias de las IMF hondureñas y potenciará su crecimiento. Fue creado en el marco del proyecto: Mecanismo de Segundo piso para afianzar el financiamiento rural y ha puesto a disposición de las IMF hondureñas una línea de crédito de 1 millón 200 mil dólares.

Dichos recursos fueron aportados en partes iguales por la Fundación José María Covelo y el Banco Interamericano de Desarrollo a través del Fondo Multilateral de Inversiones del (BID-FOMIN), en el marco del Convenio de préstamo número 3509/MS-HO.

Estos recursos serán proporcionados por la Fundación José María Covelo, institución líder en el fomento y desarrollo del sector microfinanciero en la región centroamericana y el Caribe, a las IMF clientes bajo condiciones altamente favorables y a largo plazo.

"Con este fondo se permitirá a las instituciones microfinancieras llegar a nuevos microempresarios, principalmente del sector rural, y se espera lograr un impacto en crecimiento en clientes de 10 % anual, además de movilizar nuevos recursos para préstamos al sector por más de 6 millones de dólares", señaló Juan José Lagos, Presidente Ejecutivo de la Fundación José María Covelo.

Se tiene previsto que el nuevo producto fortalezca inicialmente a tres IMF hondureñas: IDH Microfinanciera, Prisma de Honduras S. A. Microfinanciera y la Asociación Hondureña para el Desarrollo de Servicios Técnicos y Financieros, Organización Privada de Desarrollo (AHSETFIN-OPD). Ellas han logrado llegar a más de 21 mil microempresarios del sector rural de Honduras, de los cuales el 58% son mujeres, las que les han facilitado el acceso al financiamiento con una cartera de aproximadamente 212,632,19 dólares.

Es por ello que cada una de estas tres IMF recibirá 210 mil dólares, para que sigan fortaleciendo su apoyo a los microempresarios y con ello contribuyendo al desarrollo del sector rural de Honduras.

Las instituciones beneficiadas inicialmente con los recursos que proporciona la Deuda Subordinada fueron seleccionadas por el impacto que han logrado con el apoyo financiero que brindan a los microempresarios hondureños.

## COVELO EN CIFRAS

# 43



**Instituciones clientes entre Honduras, Nicaragua, El Salvador y Guatemala.**

# 26



**Colaboradores**

# 35.0

**millones de dólares**



**Cartera en millones de dólares al 31 de diciembre de 2017**

► 2. Juan José Lagos, Presidente Ejecutivo.

IDH MICROFINANCIERA se ha convertido en una institución líder en Honduras mediante el enfoque cristiano con el que ofrece sus servicios. Con esto busca promover cambios en las condiciones económicas y sociales de sus clientes y colaboradores, para que estas transformaciones contribuyan a mejorar su nivel de vida.

Por su parte, Microfinanciera Prisma de Honduras a través de servicios crediticios contribuye al desarrollo y fortalecimiento de pequeños negocios para que esto a su vez le permita a miles de hondureños de bajos ingresos realizar sus sueños.

En tanto, AHSETFIN-OPD facilita el mejoramiento de la calidad de vida de sus clientes a través de los servicios integrales de crédito que otorga a sus clientes de forma sostenible, eficiente y oportuna. Con ello contribuye al mejoramiento de su calidad de vida y hace su aporte al desarrollo sostenible de Honduras.

Aunque de momento solo estas tres IMF han sido seleccionadas para recibir los recursos que ofrece la línea de crédito de la Deuda Subordinada, la Fundación Covelo continúa evaluando a otras instituciones que cumplen las condiciones que se requieren para acceder a este instrumento financiero.



**"Con ello pretendemos seguir cumpliendo con nuestro objetivo de impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPY-MES) que representan uno de los sectores más importantes de la economía hondureña y del resto de la región, entre otras cosas por su aporte a la generación de empleo, ya que Centroamérica le da trabajo a más de 10 millones de personas!, concluyó Juan José Lagos.**



**P**or el impacto social que provoca con su programa CREDIHOGAR que financia la adquisición de lotes y la mejora de viviendas a familias de bajos ingresos de Costa Rica, FUNDECOCA es incluida entre los 10 finalistas del premio Europeo de Microfinanzas





► 1. Carlos Rojas, director ejecutivo, FUNDECOCA.



### **La Fundación Unión y Desarrollo de las Comunidades Campesinas (FUNDECOCA)**

se constituyó en 1993. Su objetivo era compensar las dificultades que enfrentaban los pequeños productores de la Región Huetar Norte de Costa Rica para obtener financiamiento de la banca comercial. Pero ante el déficit y calidad de viviendas que encontró en la zona, creó un programa, cuyo impacto social le permitió colocarse entre las diez semifinalistas del premio Europeo de las Microfinanzas 2017: Microfinanzas para la vivienda.

Dicho programa se denomina CREDIHOGAR y se diseñó en 2015 con el apoyo de la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF) y de ADA Luxemburgo. Su fase de pilotaje se ejecutó entre 2015 y 2016 en 10 comunidades rurales y en 2017 se amplió a otras 8 comunidades. A la fecha ha financiado a 160 familias con aproximadamente 415 mil dólares.

**“Trabajamos con familias de muy bajos recursos y lo que busca el proyecto es darles a estas familias la oportunidad de tener acceso al crédito, no para construir su vivienda sino para ampliarla, mejorarla o instalarle servicios conexos, construyendo poco a poco, con créditos adaptados a sus posibilidades”, dice Carlos Rojas, director ejecutivo de FUNDECOCA.**

FUNDECOCA es una fundación de desarrollo sin fines de lucro que ofrece crédito a pequeños productores agrícolas y microempresarios de 228 comunidades rurales de las Región Norte de Costa Rica. Actualmente está integrada por 68 comités de crédito comunales, donde laboran voluntariamente más de 500 personas que realizan las funciones operativas del crédito.



### Diagnóstico determinó beneficios que incluiría el programa

A partir de un diagnóstico de necesidades realizado entre los habitantes de las comunidades que atienden, se determinó que CREDIHOGAR incluiría cuatro productos necesarios: el primero financia la compra del lote para construir la vivienda.

El segundo, la segregación del lote e inscripción de la escritura en el Registro Nacional. Esto fue incluido porque al cumplir este trámite la persona puede acceder al tercer componente del programa que consiste en tramitar el Bono Familiar de Vivienda que le permite recibir una casa básica de parte del Gobierno.

Pero dado que la vivienda básica es muy pequeña y que en la mayoría de los casos las familias son numerosas, el cuarto componente del programa financia ampliaciones y mejoras en la casa básica que les entrega el Estado o en cualquier otra construidas por ellas.

► 2. Comités de crédito comunales de FUNDECOCA.



“Cuando hablamos de mejoras es en el sentido de que si las familias tienen muy pocos recursos disponibles, unos 50 dólares por mes, no pueden invertir en la construcción de una vivienda nueva, pero pueden pagar una cuota fija para cambiar el techo, el piso, instalar un servicio conexo o realizar otro tipo de mejora. Cuando han pagado la mitad del monto recibido, pueden recibir otro crédito para mejorar otra parte de la casa y les mantenemos la misma cuota y seguir así hasta que la completan”, sostiene Rojas.



### FUNDECOCA EN CIFRAS

3,500



Clientes

5.2



Cartera crediticia:  
5.2 millones de dólares

15



Colaboradores

69



1 Regional y 68 comunales.



### También garantiza la calidad de la construcción

Los usuarios de este financiamiento también reciben la asistencia técnica necesaria para garantizar la calidad de la construcción a través del cumplimiento de una serie de normas básicas. Dicha asistencia se obtiene a través de alianzas establecidas con algunos proveedores de materiales de construcción, de la capacitación, de los maestros de obra de las comunidades y del apoyo técnico de ingenieros.

"Además, dependiendo de lo que tengan previsto hacer les entregamos folletos con la información necesaria para que cumplan las normas básicas, es decir les damos tips o criterios que deben tomar en cuenta para garantizar la calidad de la obra", explica Rojas.

El impacto que han provocado los beneficios del programa, le permitieron a FUNDECOCA participar junto a instituciones de otros 23 países por el premio Europeo de las Microfinanzas 2017 y quedar dentro de los diez finalistas del concurso, dado lo práctico y útil del producto.

Pese al reconocimiento que ha recibido esta innovación social, enfrenta obstáculos para ampliar su cobertura. "Tenemos una limitante que tiene que ver con el fondeo adecuado para financiar el programa. Lo que se ha hecho lo fondeamos con recursos nuestros y ha sido difícil encontrar otras instituciones que asuman este compromiso social", lamenta Rojas.

Sin embargo, confía en que la divulgación de los beneficios del programa facilite que diversas instituciones y fondeadores se animen a apoyarlo. Adicionalmente, por el modelo de trabajo que realizan a través de los comités de crédito comunales, que incluso son los dueños de la fundación, otro de los retos que enfrentan es incluir nuevas tecnologías para optimizar sus operaciones. "Estamos adaptando y reestructurando algunos de los procesos para acercarnos más a los clientes y mejorar la calidad de los servicios", sostiene Rojas.



► 3. Proceso integral de FUNDEHOGAR.

**“CREDIHOGAR está diseñado con base en una metodología progresiva en la cual el cliente podrá acceder durante el mediano y largo plazo a una secuencia de operaciones crediticias previamente establecidas y denominadas aplicaciones, que forman parte del proceso integral para la obtención de una vivienda digna”**



**E**strategia para mejorar la ejecución de los procesos de gestión financiera y social obliga a FUNDENUSE a someterse a una serie de evaluaciones por cuyo resultado recibió este año cinco galardones



**“Para nosotros es importante recibir reconocimientos porque certifican que todo lo que se ha venido haciendo en los últimos años va en la vía correcta...estos reconocimientos son un signo real de que los ajustes estructurales de forma y de fondo que se han realizado en los últimos ocho años han sido exitosos”**



► 1. Denis Alemán Casco  
Gerente General  
FUNDENUSE.

► 2. Fundenuse Certificado  
de Rating MFR, Octubre  
de 2017.

**A partir del 2010** la Fundación para el Desarrollo de Nueva Segovia (FUNDENUSE), inició un proceso de ajustes estructurales para verificar que los efectos de la crisis económica internacional y la provocada a nivel local por el movimiento de los NO PAGO no habían entorpecido el cumplimiento de sus objetivos. El resultado fue una mejora en su desempeño que este año le permitió recibir cinco reconocimientos, cuatro de ellos internacionales y uno local.

Cada galardón, bajo distintas variables certifica el cumplimiento de la misión social, parámetros de gobernanza, inclusión financiera, estabilidad, desempeño financiero y social e innovación tecnológica de la institución.

Recibir estos reconocimientos se convirtió para la Institución de Microfinanzas (IMF), en un reto que la impulsa a seguir creciendo, pero sin “desenfocarse” en su objetivo primordial, que es ser un puente para que a través de los servicios financieros y no financieros que ofrece, las familias pobres de Nicaragua mejoren su calidad de vida.

“El objetivo del proceso de reformas de fondo y de forma que hemos desarrollado en los últimos ocho años, no era obtener una distinción internacional, sino medir el impacto social que el trabajo de FUNDENUSE ha provocado en sus 24 años de historia continúa, ya que no lo teníamos documentado ni teníamos nada que nos lo demostrara. Fue por ello que nos sometimos a estos procesos”, sostiene Denis Alemán Casco, gerente general de FUNDENUSE.



**Es el resultado de las evaluaciones a las que se sometieron**

Y aunque estos galardones son el resultado del proceso de reformas promovido para fortalecer a la institución, obtenerlos no fue fácil. En el caso de Smart Campaign Client Protection Certification, que avala el cumplimiento de la misión social de las IMF, FUNDENUSE tuvo que someterse durante nueve meses a un riguroso examen que analizó el cumplimiento de 197 indicadores.

**“Aprobamos exitosamente todos los indicadores sociales, también tuvimos dos visitas in situ y estamos contentos con este galardón porque en Nicaragua de las 38 IMF que nos hemos registrado en la Comisión Nacional de Microfinanzas (CONAMI), solo tres hemos recibido este premio”, señala Alemán.**

Adicionalmente, la calificadora de riesgo, MicroFinanza Rating le mejoró la calificación de desempeño social. El año pasado le había entregado cuatro estrellas de un total de cinco y este año le otorgó la calificación máxima, decisión que Alemán atribuye a que FUNDENUSE es una IMF con rostro rural.

De las 20 sucursales que posee, 13 están en la zona rural y el 52 % de su cartera de crédito que totaliza 26 millones de dólares está colocada en zonas rurales. Actualmente su presencia e incidencia ya no se limita al Norte de Nicaragua y como parte del crecimiento de su cartera crediticia, clientes, colaboradores y aliados, ha ampliado su cobertura al Occidente del país.

**Participó en evaluación piloto**

Además de demostrar que cumple con una de las obligaciones de las IMF, que es ejecutar buenas prácticas de gobierno corporativo sin perder el enfoque de inclusión social, propició que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a través del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), le entregara el certificado GIF / Gobernanza e Inclusión Financiera, por ser la primera IMF de América Latina y del Caribe en someterse al programa que acredita el cum-

► 3. Certificado Smart Campaign Client Protection Julio 2017.

► 4. Certificado GIF, Octubre de 2017.



plimiento de esta obligación. Como parte de esta fiscalización, tuvo que crear políticas y definir reglamentos y manuales que ahora rigen su gobierno corporativo.

“El FOMIN hace este análisis porque se dice que las microfinanzas en Nicaragua y en el resto de América Latina son más financieras que sociales. FUNDENUSE aceptó la invitación del FOMIN para participar en esta evaluación a la que se invitó también a otras dos IMF, una de Ecuador y otra de Perú para participar en un pilotaje que duró 18 meses y finalmente el mes pasado en Argentina recibimos el certificado que acredita que somos la primer IMF de América Latina que se sometió al proceso de gobernanza como institución financiera”, detalla Alemán.

Por su parte, la calificadora de riesgo MicroFinanza Rating mejoró este año la calificación institucional de FUNDENUSE por haber demostrado avances en su desempeño. En 2016 le había otorgado la Beta + y este año la elevó a BBB+ con perspectiva estable.

**“Todos los años FUNDENUSE se somete a una evaluación internacional tanto desde el punto de vista financiero como del punto de vista social... porque esta calificación certifica que somos una institución estable con un excelente desempeño financiero y social”, sostuvo Alemán.**

Y añade “nos llena de orgullo saber que FUNDENUSE cada vez más va mejorando su calificación internacional, como una evidencia de que cada vez más nos acercamos a la calidad total”, dijo Alemán.

El quinto reconocimiento fue a nivel local y se lo entregó el Grupo Cerca por su innovación. “Este grupo premia a las mejores iniciativas tecnológicas del sistema financiero y este año FUNDENUSE fue la única IMF de la región en recibir el reconocimiento a la innovación tecnológica transformada en inversión en tecnología entre toda la industria de microfinanzas en el país”, dice Alemán.



► 5. IT Community Awards, Agosto de 2017.



## FUNDENUSE EN CIFRAS



**20**

Sucursales



**215**

Colaboradores



**33,000**

Cientas



**26**

Millones de dólares en cartera crediticia



**FUNDACIÓN  
MICROFINANCIERA  
HERMANDAD DE  
HONDURAS OPDF**

La búsqueda constante de la excelencia impulsó a la Asociación Hermandad de Honduras (HDH) a crear una institución especializada en programas de microcrédito, esto le permitió ampliar la cobertura de sus servicios y mejorar sus indicadores



**Hace 40 años** la Asociación Hermandad de Honduras comenzó a brindar apoyo social a habitantes de escasos recursos de San Marcos Ocotepeque, pero el afán de mejorar la atención a sus clientes la empujó a aprovechar el espacio que brindan las leyes de Organizaciones Privadas de Desarrollo Financiero (OPDF). Amparada en ellas creó la Fundación Microfinanciera Hermandad de Honduras (HDH) que en noviembre de 2005 fue autorizada por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros para operar como OPDF.

En estos 12 años la Fundación Microfinanciera HDH-OPDF, especializada en programas de microcrédito ha desarrollado un modelo de atención integral que la ha convertido en la entidad líder del sector en el occidente hondureño.

**“Convertirnos en una institución regulada nos permitió definir mejor nuestros objetivos como Institución de Microfinanzas (IMF), adoptar estándares de buenas prácticas en la gestión en los diferentes programas de microcrédito y ampliar la lista de productos que se ofrecen. Con estos cambios pasamos de ser una institución de créditos únicamente a una entidad más integral en cuanto a productos, servicios, activos y pasivos”, detalla Jackson Argeñal, gerente general de HDH-OPDF.**



La transformación también dio paso a un ordenamiento interno en temas de indicadores y estructura para que el personal pueda optar a mejores estándares de capacitación. Y a nivel de gobierno corporativo el esfuerzo se encamina hacia la especialización en temas de transparencia, desempeño, toma de decisiones y regulación de riesgo.

Esto ha permitido que los indicadores que ha alcanzado la institución sean mejores de los que tenía antes de la transformación.

Como parte de la transformación, también desarrollaron un modelo de atención enfocado en hacer sentir al cliente que la Fundación Microfinanciera Hermandad de Honduras-OPDF puede resolver la mayor parte de sus necesidades financieras tanto a nivel de crédito como de diversas opciones de ahorro y otros servicios como la entrega de remesas y el pago de servicios básicos y recibiendo tasas y tarifas preferenciales.

"La atención integral que como institución nos hemos propuesto ofrecer consiste en que nuestros clientes nos puedan contactar a través de diversos mecanismos, ya sea mensajería de texto, aplicaciones móviles, call center, oficiales de crédito, corresponsales y todo un sistema integrado que permite una comunicación fluida entre las diferentes áreas de gestión y el cliente que nos permita una mayor aceptación con ellos, un mayor desarrollo para ellos y una fidelización a largo plazo", dice Argeñal.

► 1. Jackson Argeñal, director ejecutivo.



**“Para nosotros la innovación tecnológica ha sido un factor determinante en tema de costo, agilidad, transparencia y atención. Además de la aplicación móvil para los clientes tenemos una aplicación para los corresponsales, que nos ha permitido expandirnos más rápido y a costos más bajos”, Jackson Argeñal, gerente general de HDH-OPDF.**



### La tecnología es su mejor aliado

Además, este modelo de atención integral que aprovecha los avances tecnológicos, contribuye a incluir financieramente a poblaciones excluidas, principalmente habitantes de comunidades rurales en las que la Fundación Microfinanciera HDH-OPDF está enfocado en financiar actividades agropecuarias.

“La tecnología nos ha permitido gestionar el tema del proceso, documentación y control del riesgo de las actividades que financiamos

-principalmente en el sector agropecuario- de una manera oportuna, ágil y precisa en el lugar donde reside el productor”, expone Argeñal y añade que auxiliarse de la tecnología les ha permitido atender a más productores y reducir costos operativos.

Como parte del aprovechamiento de la tecnología la entidad lanzó una aplicación móvil para interactuar directamente con los clientes; a través de ella reciben y gestionan productos y servicios (desde créditos hasta recargas telefónicas), educación financiera. Adicionalmente, trabajan en la automatización gran parte de los procesos.

Pero empujar todos estos cambios no ha sido fácil. Son muchos los obstáculos que se han tenido que superar, el más evidente ha sido la inseguridad, ya que por el tema de la delincuencia la institución ha tenido que retirarse de zonas que antes atendía.



**“Nos preocupa que este fenómeno genere un poco de exclusión en algunas zonas donde las necesidades son visibles y no las podemos atender ni brindar los servicios que ofrecemos. Otro tema es la migración, dado que las poblaciones tienden a quedarse sin mano de obra. Esto reduce de alguna manera los niveles productivos y afecta principalmente programas de créditos orientados a mejorar la productividad del sector agropecuario”, lamenta Argeñal.**

Esto los ha obligado a reorientar los recursos que se destinaban a zonas afectadas por la inseguridad hacia otras más seguras, aunque eso represente un incremento de los costos

“Pero la meta es seguir apoyando a las zonas en las necesidades que se presentan y a la vez desarrollarnos y cumplir con la misión de atender a las zonas rurales del país”, subraya Argeñal.

La Fundación Microfinanciera HDH-OP-DF también ha desarrollado algunos programas de ahorros, para aprovechar el fenómeno de la migración que afecta a las comunidades que atienden, para que las familias que se quedan en Honduras saquen el mayor beneficio de las remesas que reciben de sus familiares, principalmente de los que están en Estados Unidos.





U

tilizan agentes corresponsales y asesores satélites como parte de su estrategia de expansión, consolidación de su marca y desarrollo de los mercados



**Aunque nació en 1985** como una Organización Privada de Desarrollo que ejecutaba actividades en el área rural hondureña, en sus 32 años de funcionamiento su interés por alcanzar la sostenibilidad la llevó a experimentar diferentes cambios, siempre enfocados en consolidar su marca y desarrollar los mercados.

En 2005 la aprobación de un marco regulatorio la empujó a crear su brazo financiero al que denominó Organización de Desarrollo Empresarial Femenino-Organización Privada de Desarrollo Financiero (ODEF-OP-DF), institución que en 2008 se convirtió en ODEF Financiera S.A.

En ese momento, a través de 24 oficinas atendía a 22,401 clientes de 9 departamentos de Honduras y tenía una cartera de crédito de 22.3 millones de dólares.

Pero junto a estos cambios, ODEF Financiera también ha desarrollado una estrategia de expansión, con miras a garantizar la consolidación de su marca en el mercado y a la vez el desarrollo de estos.

**“En relación a la penetración en el mercado hemos realizado las acciones pertinentes para crecer en los mercados actuales con los mejores productos, para lograrlo hemos incorporado agentes corresponsales a nuestra red de servicios”, dice Santa de Euceda, gerente de ODEF Financiera.**

Actualmente, ODEF cuenta con 11 agentes corresponsales ubicados en zonas que le permiten más cercanía con sus clientes. En ellos, los usuarios pueden realizar el pago de sus créditos y hacer depósitos de ahorro en línea.





# PRESTA micro

**Mejorando  
tu actividad para  
que seas más  
productivo**

[www.odeffinancierasa.hn](http://www.odeffinancierasa.hn)

 **2564-0700 al 29**

También nos puedes visitar  
en nuestras 32 agencias.



**ODEF**  
Financiera S.A.

### Utilizan asesores satélites

La financiera también ha desarrollado campañas publicitarias y de marketing para hacer más visibles sus productos y servicios, mejorar su relación con los clientes y conocer las necesidades de ellos, para satisfacerlos de la manera más adecuada.

En cuanto al desarrollo de nuevos mercados, la estrategia consiste en ofrecer sus productos en zonas geográficas y segmentos de la población con los que aún no tienen relación.



**“Hemos utilizado la estrategia de contar con asesores satélites, que son asesores de crédito que atienden nuevas zonas que están alejadas de las agencias actuales, pero que dependen administrativamente de estas; con el tiempo estas zonas se convierten en potenciales agencias”, explica Euceda.**

La iniciativa de los asesores satélites surgió en 2014. Inicialmente, eran dos colaboradores que operaban en la zona de occidente de Honduras. Actualmente, ODEF Financiera cuenta con 21 asesores distribuidos en 6 departamentos del país y situados en 7 agencias. Ellos manejan 3,108 clientes y una cartera de crédito de 2.1 millones de dólares.

Euceda detalla que al menos una vez a la semana, cada asesor satélite visita la agencia a la que está asignado; ahí consolida los créditos que ha evaluado y planifica con el encargado de la agencia las actividades de la semana siguiente.

- 1. Santa de Euceda.
- 2. Despulpadora ecológica.
- 3. Obras de conservación de suelos.



### ODEF EN CIFRAS

**45,967**



Clientes

**61**



Cartera crediticia:  
61 millones de dólares

**439**



Colaboradores

**33**



Agencias



### Impulsando las microfinanzas verdes

Y como parte de su compromiso con la protección del medioambiente, ODEF Financiera participó en el proyecto: Promoviendo productos financieros innovadores y amigables con el medio ambiente, que impulsa el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).

Como resultado de esta iniciativa, ODEF Financiera desarrolló una consultoría con el apoyo del programa Mipymes Verdes del BCIE. Los resultados de esta, le permitieron incorporar el concepto de Mipymes Verdes en todos los productos crediticios que ofrece. A dicha estrategia se le denominó Verderizar los Productos crediticios.

Dicho procedimiento consistió en financiar actividades productivas que requieren de equipos y maquinaria de alta eficiencia energética, así como el uso de tecnologías a base de energía renovable.

► 4. Panel fotovoltaico.



**“Esto ha permitido que nuestros clientes tengan acceso a financiamiento para la compra de equipo y maquinaria menos dañina para el ambiente, como es el caso de los beneficios ecológicos donde hay una disminución significativa en el consumo de agua por quintal de café beneficiado. Esto contribuye al manejo responsable del recurso hídrico”, explica Santa de Euceda.**



Y añade “también podemos mencionar el financiamiento para la construcción de secadores solares, usados principalmente para el secado de granos. De igual forma, se han financiado otras tecnologías como: sistemas de riego por goteo y obras de conservación de suelos”, expone Euceda.

Otros productos que se financian a través de esta estrategia son los paneles fotovoltaicos o solares. Estos se han convertido en los de mayor aceptación.

La presencia de esta tecnología en los hogares, contribuye a mejorar la calidad de vida de las familias, ya que la energía que proporcionan estos paneles les permite realizar diversas actividades familiares, productivas y comerciales que antes no podían desarrollar.



**PILARH OPDF**

**L**a maquinaria y equipos que PILARH facilita a los productores mejoran los niveles de productividad de sus actividades y a la vez les permite elevar sus ingresos



**Proyectos e Iniciativas** Locales para el Autodesarrollo Regional de Honduras (PILARH), surgió en 1997 como asociación, y desde el 2007 al transformarse en una Organización Privada de Desarrollo Financiero (OPDF) funciona como Institución de Microfinanzas (IMF). Como parte de ese proceso de cambios e innovación para servir mejor, recientemente diseñó un producto que a través del arriendo facilita la adquisición de maquinaria y equipos; y al facilitar el equipamiento de las unidades productivas, garantiza una mejoría de la productividad y el incremento de los ingresos.

Y aunque el microarriendo actualmente está dirigido exclusivamente a productores agropecuarios, la meta es ampliar su cobertura a diversos sectores, ya que la prioridad de PILARH sigue siendo promover el desarrollo, a través del apoyo a microempresarios del área rural del occidente de Honduras.

“El microarriendo es una operación financiera que permite a los productores la adquisición de maquinaria y equipos que por otros medios difícilmente podrían obtener. De momento está orientado al sector agropecuario e incluye desde beneficios ecológicos y mezcladoras de alimento para ganado hasta trapiches para caña”, dice René Banegas, gerente de PILARH.

Actualmente, el mecanismo permite a los productores elegir entre aproximadamente 14 equipos y maquinarias, con precios que oscilan entre los 5 mil y 10 mil dólares. PILARH realiza la compra de los artículos y para que el cliente pueda recibirlo debe entregar un anticipo o prima que represente el 10 % del valor del producto elegido; luego través de las cuotas de arriendo pagará el 80 % del valor de este y finalmente, si al concluir el periodo de arriendo decide quedarse con el equipo, únicamente debe cancelar el 10 % del valor restante, o devolverlo si así lo prefiere.

### Lanzamiento del producto demandó muchos esfuerzos

Lanzar el microarriendo demandó muchos esfuerzos legales, porque incluso las autoridades desconocían el mecanismo. “Solo con la CNBS (ente regulador) nos tomó alrededor de 8 meses la aprobación. Luego adaptar el sistema nos tomó unos meses más. Eso significa que empezamos a trabajar un año antes de lanzar oficialmente el producto en abril de 2017”, relata Banegas.



Una vez superados los obstáculos y lanzado el producto, este obtuvo una gran aceptación ya que el uso de la maquinaria o equipos que ofrecen en arriendo, provoca un incremento de los rendimientos en las actividades productivas y a la vez permite obtener ingresos adicionales a través del subarriendo de ellos a otros productores.

Incluso los usuarios se convirtieron en referente para que otros soliciten el producto, ellos se han convertido en agentes multiplicadores de los beneficios que ofrece y su recomendación lleva a otros buscar el mecanismo.

---

**“La experiencia ha sido exitosa y los más beneficiados son los productores agropecuarios que sin este apoyo no tienen capacidad de adquirir estos productos. De momento se ofrece solo a clientes de comunidades de Lempira e Intibucá, pero la meta es masificarlo a todas las zonas donde trabajamos: Copán, Ocotepeque, Santa Bárbara y La Paz”, detalla Banegas.**

---

La ampliación de la cobertura de este producto crediticio podría concretarse muy pronto, ya que depende únicamente de que se capacite a los funcionarios de las otras agencias y se elija de acuerdo a la capacidad de pago a los usuarios del mecanismo.



13,800



Cientes

16



Cartera crediticia 16 millones de dólares

160



Colaboradores

15



Agencias



► 1. René Banegas, director ejecutivo de PILARH.

**“Dados los resultados que vemos con el apoyo que le venimos dando en los últimos años a los microempresarios de las zonas rurales del occidente de Honduras. Ahora nuestra meta es ampliar nuestra cobertura geográficamente a nuevos departamentos del país y así ampliar la lista de beneficiados con nuestros productos y servicios”**

### **Con crédito verde también financian equipos**

Junto al microarriendo, otra nueva apuesta de PILARH es la apertura de una línea de crédito productivo ambiental orientado a promover el cuidado del medioambiente. A través de estos recursos se desarrollaron tres productos crediticios: el primero para financiar la compra de maquinaria amigable con el ambiente para beneficios de café.

“Es maquinaria que viene lista para desarrollar acciones en beneficio del ambiente. Por ejemplo en los beneficios de café optimiza el uso del agua en el proceso de lavado del grano, se puede emplear energía solar y recoge de mejor manera la pulpa del café y la deja lista para el proceso de abono orgánico”, explica Banegas.

El segundo producto financia construcción de biodigestores para que los productores transformen el estiércol de su ganado en gas para cocinar o energía para diversos usos.

La tercera opción crediticia está dirigida a los horticultores y financia exclusivamente la construcción de estructuras para la producción de hortalizas, ya sean macro o micro túneles, invernaderos, sistemas de riego, entre otros.

En todos los casos los montos del financiamiento de esta línea de crédi-

to verde varían entre los 5 mil y 15 mil dólares. Aunque al final, dependen de las necesidades y la capacidad de pago del productor.

La implementación del microarriendo financiero y la línea de crédito productivo ambiental conto con el apoyo de REDCAMIF y ADA a través del Programa “Expandiendo las Finanzas Inclusivas en Centroamérica y República Dominicana”. Ambas organizaciones impulsaron una agenda de fomento a la innovación en los servicios financieros rurales que tuvieran como elemento adicional las finanzas verdes y, que perseguía como fin último, la capitalización de las familias rurales, entendiendo que la adquisición de activos productivos es clave para el incremento de la productividad, el manejo intensivo de las unidades de explotación y la generación de externalidades positivas para el ambiente.



**P**roducto financiero de PROCAJA que promueve la adquisición de paneles solares a través del Microarriendo, es premiado en Panamá como el más innovador para el desarrollo de usuarios del microcrédito



► Ofelina Cortés, Provincia de Los Santos, Panamá, se dedica a la producción de ají pimentón.

**Para demostrar** que las personas de bajos ingresos honran en tiempo y forma sus obligaciones, la Asociación para el Desarrollo de Cajas Rurales (PROCAJA), busca constantemente productos que satisfagan las necesidades de sus clientes. Por ello ha recibido diversos reconocimientos, el más reciente, el Premio Citi a la Microempresa para el Desarrollo (PREMIC 2016), otorgado al Microleasing o Microarriendo, como producto más innovador para el desarrollo de los usuarios del microcrédito en Panamá.

**“El premio tiene que ver con el área empresarial y la parte innovadora. Va en dos líneas, desde el punto de vista del empresario y desde el punto de la IMF (Institución de Microfinanzas) que en un momento determinado ofrece un producto innovador. En nuestro caso recibimos el máximo galardón como IMF innovadora por Microleasing o Microarriendo financiero que es un producto que precisamente empezamos a usar en 2016”, detalla Samuel Henríquez, gerente general de PROCAJA.**

El Microleasing o Microarriendo fue diseñado con el apoyo de la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF) y de ADA de Luxemburgo, para ayudar a sus usuarios a adquirir equipos y maquinarias necesarias para el desarrollo de actividades productivas o comerciales.

Esta IMF inició operaciones en 1996 como parte del Programa de Cooperación con el Fondo de Emergencia Social (PROCOOFES), ejecutado en la provincia de Veraguas por el Gobierno de Panamá con apoyo financiero de la Unión Europea. Y aunque ejecutaba proyectos de infraestructura, promovió un componente crediticio cuyo éxito provocó que en 1998 surgiera PROCAJA, como organización privada sin fines de lucro, para satisfacer la demanda de financiamiento a habitantes de zonas rurales sin acceso al crédito bancario.



► 1. Aniversario de la Sucursal.

► 2. Capacitación.

► 3. Asociados de PROCAJA en sus labores.



## Dejó el crédito grupal para incursionar en el individual

Inicialmente ofrecía préstamos grupales de entre 50 y 350 dólares a personas que no tenían acceso al crédito tradicional, pero en la medida en que pasaron los años las necesidades de sus clientes fueron creciendo. Esto los llevó a elevar los montos del financiamiento y a sustituir la metodología grupal.

Actualmente solo ofrece crédito individual con montos de entre 100 y 30 mil dólares a micro y medianos empresarios de comunidades rurales de Veraguas, Coclé, Herrera, Los Santos y Chiriquí Oriente; para que desarrollen actividades productivas, comerciales, de servicio, industriales, reparación y mejoras de viviendas y para gastos de internado que realizan cuando envían a sus hijos a estudiar a las cabeceras del distrito.

Con el Microleasing o Microarriendo los equipos que mayor aceptación han tenido son los paneles solares o fotovoltaicos acompañados de artefactos eléctricos que funcionan con ellos. Durante su etapa de lanzamiento se otorgaron 21 créditos a los que en conjunto se les desembolsó 88 mil dólares y prácticamente todos se destinaron a la adquisición de los paneles que con el aporte del 10 % de su valor, le sirven al cliente como garantía del crédito.

**“Estos paneles no se limitan al uso en los hogares para alumbrarse, sino para actividades productivas, por eso es que ha tenido un gran impacto en las comunidades”, sostiene Henríquez.**



- 4. Premio Institución Financiera más Innovadora 2016.
- 5. Premio a la Empresaria del Año y Categoría Comercio, beneficiada Sra. Rosalía Rodríguez.
- 6. Premio Empresa Rural, Señor León Rodríguez.



## PROCAJA EN CIFRAS

4,136



Clientes

5.6



Cartera crediticia:  
5.6 millones de dólares

4,683



Créditos activos

11



Sucursales

55



Colaboradores

**“Aunque ha elevado los montos de sus créditos para cubrir las necesidades de sus asociados, PROCAJA no se olvida de su esencia que es atender a las personas del área rural ya que no buscamos solo la rentabilidad sino también resolver las necesidades de estas personas, facilitarles recursos para que garanticen la educación de sus hijos y con ello mejorar su calidad de vida”**

### **Ahora pueden consumir alimentos refrigerados**

Por ejemplo, pequeños negocios ubicados en zonas que carecen del servicio de energía eléctrica no podían vender productos refrigerados. Con los paneles y los equipos de refrigeración que funcionan con ellos, ahora pueden distribuir carnes, derivados lácteos, refrescos y muchas otras mercancías que requieren refrigeración. Esto elevó los ingresos de los negocios, facilitando así el pago de los créditos.

**“Aunque no se ha colocado una cantidad numerosa de créditos de este tipo, lo que el premio midió fue el impacto que está causando en las comunidades, ya que además de suplir el servicio de energía eléctrica que no tenían, ahora los habitantes de estas zonas pueden realizar actividades tan cotidianas como cargar la batería de un teléfono celular e incluso consumir alimentos que antes no podían conseguir”, sostiene Henríquez.**



► 7. Lic. Samuel Augusto Henríquez Mendoza, Gerente General.

Tras el éxito del Microarriendo, PROCAJA le ha realizado algunos ajustes para garantizar que los usuarios adquieran productos de la calidad, marca y precio de su preferencia. Anteriormente la oferta estaba limitada a una lista de artículos establecida a través de convenios firmados entre la institución y algunas casas comerciales.

También se incluyó la adquisición de maquinaria y equipos agropecuarios, para promover la tecnificación de actividades productivas y porque en comunidades que sí cuentan con el servicio de energía eléctrica, los paneles solares no son requeridos.

Para seguir innovando y mejorar la atención a sus clientes, en su mayoría habitantes de zonas de difícil acceso, PROCAJA planea agilizar el intercambio de información a través del uso de teléfonos celulares, y usar herramientas tecnológicas para recopilar y procesar la información y el historial crediticio de sus usuarios.

Transformarse en financiera para tener mayor acceso a recursos es otra de sus metas y aunque el proceso de conversión ya inició, concretarlo podría tomar al menos dos años más. Mientras tanto, seguirá fortaleciendo la participación de la mujer en su cartera y tratará de incursionar en áreas urbanas, ya que actualmente la mayoría de sus clientes habitan en zonas rurales y periurbanas.



► 8. Capacitaciones a asociados.



**pro mujer**  
*Donde Tu Palabra Vale*

**P**or la ayuda que brindan a las mujeres para alcanzar la independencia económica, Pro Mujer ha recibido diversos reconocimientos de parte de organismos internacionales



**Desde su fundación** Pro Mujer ha mantenido su compromiso de apoyar el desarrollo de las mujeres mediante la oferta de un servicio integrado que incluye financiamiento, capacitaciones y servicios médicos.

Después de 21 años de operaciones en Nicaragua, renueva su compromiso de seguir consolidando, a través de la excelencia operativa, su liderazgo en la promoción de productos y servicios que propicien la independencia económica que necesitan las mujeres para convertirse en agentes de cambio para sus familias y comunidades.

Pro Mujer es una Organización de Desarrollo Económico y Social que nació en Bolivia en 1990. En 1996 inició operaciones en Nicaragua, en vecindarios vulnerables de León y Chinandega y en estos años ha extendido sus servicios a las áreas urbanas y rurales de Masaya, Managua, Matagalpa, Estelí y Jinotega. Actualmente atiende a 55,273 mujeres nicaragüenses en esos siete departamentos.

### Reconocen su aporte

"Nuestro paquete de servicios financieros, en salud y de fortalecimiento de las habilidades, está específicamente diseñado para ayudar a las mujeres de bajos recursos a alcanzar su potencial", dice Gloria Ruiz, directora de Pro Mujer Nicaragua.

Lo novedoso de su modelo de gestión propició que en 1999 Pro Mujer abriera sus puertas en Perú, en 2001 en México y en 2015 en Argentina. En Nicaragua, los esfuerzos que ha realizado durante 21 años para facilitar la independencia económica de sus clientas, han provocado que reciba múltiples reconocimientos.

En los últimos años obtuvo la calificación SP2, la más alta de América Latina en gestión de desempeño social otorgada por la calificadora internacional Moody's; también el certificado de los cinco diamantes a la transparencia otorgados por el MixMarket.

**"En 2012 ocupamos el segundo lugar como la organización con mejor calidad de cartera en Latinoamérica; y por el desempeño excepcional en cuanto a transparencia, alcance y eficiencia de nuestros procesos, el informe del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y del Microfinance Information Exchange (MIX) nos ubicó en el puesto 36 dentro de las 100 mejores IMF de la región", detalla Ruiz.**

El año pasado, estableció un precedente al convertirse en la primer IMF de Centroamérica en obtener la certificación de Protección al Cliente otorgada por The Smart Campaign. Y durante el III foro de Microfinanzas celebrado en agosto de este año en Managua, recibió un reconocimiento especial por ser la primera en la región en aplicar voluntariamente a la Certificación de Gestión de Desempeño Social.

► 1. Asociación Comunal "Sagrada Familia".

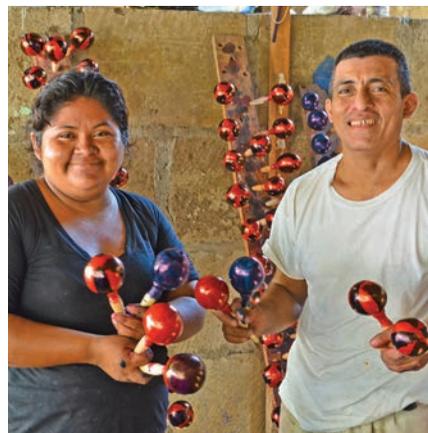


### Reconocimientos generan más compromiso

Todos estos reconocimientos impulsan a Pro Mujer a seguir mejorando el apoyo que ofrece a sus clientas. Para lograrlo, incrementó su oferta de servicios de salud; ahora su plan extendido Vida Sana Plus beneficiará a las 55,273 mujeres que tienen créditos vigentes. También amplió el modelo de atención para la prevención, diagnóstico, tratamiento y seguimiento de las enfermedades.

**“Nuestro objetivo es tener clientas sanas, que cuenten con servicios médicos y exámenes preventivos que permitan detectar a tiempo, enfermedades como la diabetes o el cáncer, para remitirlas a especialistas que traten adecuadamente estos padecimientos que pueden ser mortales”, explica Ruiz.**

También, en alianza con el Instituto Nicaragüense de Seguros y Reaseguros (INISER) diseñó un producto de bajo costo que le permite a sus clientas asegurar su activo más valioso: la salud. Junto a estos servicios y los productos financieros que ofrece, también brinda a sus clientas la oportunidad de ahorrar, hábito que difícilmente practica la población en situación de pobreza. Realidad que Pro Mujer está dispuesta a cambiar, ya que considera que el ahorro reduce la vulnerabilidad y promover el desarrollo y empoderamiento económico y social.



► 2. María Juárez/ Clienta Asociación Comunal "Comunidad", Tololar León.

► 3. Blanca Rosa Moreno/ Artesana de Masaya.

► 4. Asociación Comunal "Mujeres del poste rojo".



Teniendo en cuenta que la violencia contra las mujeres es un problema de gran envergadura especialmente en Latinoamérica donde según la Organización de Naciones Unidas, 1 de cada 3 mujeres y niñas la experimenta a lo largo de su vida, PROMUJER se unió a la campaña global contra la violencia invitando a cada beneficiaria alzar su voz. La campaña que se desarrolló en los 5 países donde Pro Mujer tiene presencia se denominó "El Silencio Mata" la cual hace una invitación para que alces tu voz, denuncies la violencia, para que actúes bajo el principio de "hacer algo por alguien" y empoderando a quienes sufren en carne propia este flagelo.



**“Pro Mujer enseña a sus clientas a gestionar el crédito, medir el riesgo y volcar su experiencia en emprendimientos productivos. De esta manera aprenden a asumir posiciones de liderazgo y reconocimiento y esto contribuye su empoderamiento”, Gloria Ruiz, directora de Pro Mujer Nicaragua.**

### Se apoya en la tecnología para alcanzar sus objetivos

La tecnología se ha convertido en una de las grandes aliadas de Pro Mujer para alcanzar sus objetivos; esta le permite llegar a más mujeres de manera rápida y a bajo costo. Las asesoras de crédito también se apoyan en tecnologías móviles para recopilar, gestionar los datos y evaluar la solvencia crediticia de las clientas.

En la búsqueda de acercar a sus clientas a la banca electrónica, Pro Mujer en alianza con Banpro emitió una tarjeta prepago con la que ellas reciben el desembolso de sus préstamos.

Así mismo, su equipo tecnológico trabaja en el desarrollo de aplicaciones móviles para el procesamiento y pago de préstamos. Estas proporcionarán una forma más ágil y segura de administrar los créditos y mejorará la eficiencia operativa de la institución.

“También para estandarizar los procesos fundamentales y modernizar el procesamiento de los préstamos, el seguimiento de las clientas y la administración financiera, estamos implementando un sistema de core bancario en todos los países en que Pro Mujer tiene presencia”, señala Ruiz.

Y añade que todas estas acciones contribuirán para que Pro Mujer continúe a la vanguardia del desarrollo de productos y servicios que aporten al empoderamiento de las mujeres, para que ellas se conviertan en elementos claves del desarrollo de sus familias y comunidades.



### PRO MUJER NICARAGUA EN CIFRAS



**56,653**\*

clientas tiene la institución



**27.4**\*

millones de dólares es la cartera crediticia



**345,836**\*

participaciones acumulan las capacitaciones en educación financiera y salud



**6,945\*** clientas / **750\***

asociaciones comunales han sido capacitadas en temas de prevención de la violencia



**20,151**\*

consultas médicas ha brindado



**9,387**\*

servicios de salud: Papanicolao



**16,076**

chequeos médicos realizados

\* A Noviembre



**S**ervicios Inclusivos, S.A (SERINSA) es una empresa social, creada por REDCAMIF para brindar el soporte técnico a la promoción de microseguros. Producto financiero que es utilizado por el sector como herramienta de inclusión financiera y que promueve en alianza con Pan-American Life Insurance Group (PALIG) y Seguros América S.A, con el apoyo de ADA de Luxemburgo, Fundación José María Covelo y las Redes Nacionales de Microfinanzas



**Para contribuir con la desminución del impacto económico negativo** que provocan los riesgos futuros e inciertos a las personas de bajos ingresos, la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF) diseñó y ejecutó un proyecto que les brinda la oportunidad de protegerse mediante el uso de Microseguros, que además de reducir los riesgos incluyen financieramente a un segmento poblacional tradicionalmente excluido.

El Proyecto denominado: Implementación de un Modelo de Negocio Sostenible para el Desarrollo de los Microseguros en Centroamérica y Panamá, se ejecutó entre 2011 y 2015 con el apoyo del Gran Ducado de Luxemburgo y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a través del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

Durante su ejecución, determinó que entre la población de bajos ingresos existe una fuerte demanda de opciones para protegerse y reducir su vulnerabilidad frente a los riesgos, señala el Sr. Fernando Guzmán, Presidente de Servicios Inclusivos S.A. (SERINSA), empresa con enfoque social creada por REDCAMIF para dar continuidad al proyecto, brindar asistencia y capacitación para la promoción de microseguros, que entre otras acciones realizó un estudio de mercado para identificar las principales necesidades del público meta. La investigación determinó que vida, accidente y salud son las áreas que más riesgo enfrentan y por ende más protección requieren. A partir de este resultado se diseñaron 7 productos, pero a la fecha las entidades reguladoras de la materia solo han autorizado la comercialización de 3: Siempre Seguro para vida, Ingreso Seguro para accidente y Cáncer para Salud.

Los tres tienen coberturas básicas, costos accesibles y un proceso de compra y reclamación sencillo. Se ofrecen en Nicaragua, Honduras y El Salvador donde son comercializados por aseguradoras autorizadas, a través de una alianza estratégica con **Panamerican Life Insurance Group** que tiene presencia en 22 países y **Seguros América, S.A.**

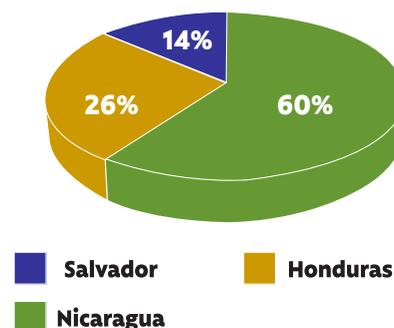
Los tres tienen coberturas básicas, costos accesibles y un proceso de compra y reclamación sencillo. Se ofrecen en Nicaragua, Honduras y El Salvador donde son comercializados por aseguradoras autorizadas, a través de una alianza estratégica con **Panamerican Life Insurance Group** que tiene presencia en 22 países y **Seguros América, S.A.**

**Se han vendido más de 76 mil pólizas en el 2017**

Hasta el momento los principales usuarios del Microseguro son los clientes de Instituciones de Microfinanzas (IMF), Financieras y Cooperativas. Sin embargo, a medida que avanzan las capacitaciones sobre el tema y se cumple con el pago de los reclamos, más personas confían en ellos y los adquieren.

"40,170 personas adquirieron pólizas de Microseguros durante el 2016, en comparación al año anterior la cifra incrementó en el mismo periodo a 76,032 pólizas vendidas y a largo plazo se espera tener una cobertura de al menos 50 % del mercado meta", detalla Guzmán.

**% DE PARTICIPACIÓN EN VENTA DE MICROSEGUROS POR PAÍS EN EL 2017.**

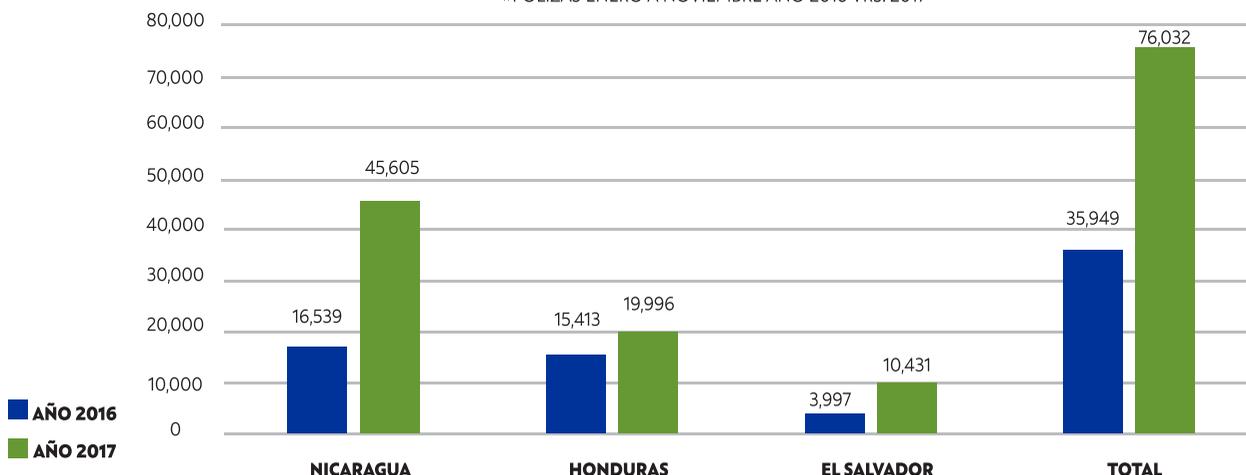


Además explica que el incremento registrado este año en la colocación de las pólizas con respecto a las ventas en 2016 es de 190 % en Nicaragua, 152 % en El Salvador y de 31% en Honduras. Pese a este éxito el sector admite que no ha sido fácil abrirle paso al Microseguro entre sus potenciales clientes. Uno de los principales obstáculos que han enfrentado es la escasa educación financiera y ninguna experiencia con los seguros que caracteriza a este segmento de la población.

**"Muchos consideran que los seguros son caros y que es un gasto. Además, tienen una percepción negativa de las aseguradoras y desconocen que una de las principales alternativas de mitigación de riesgos en las diferentes etapas de vida de la persona, es a través de la adquisición de un seguro adecuado a sus necesidades, capacidad económica y riesgo", sostiene Guzmán.**

**Número Pólizas mensuales vendidas Nic-Hon-Sal Enero - noviembre: 2016 vrs 2017**

#PÓLIZAS ENERO A NOVIEMBRE AÑO 2016 VRS. 2017



% crecimiento en los 3 países respecto al año anterior 111%.

### También aportan a la inclusión financiera

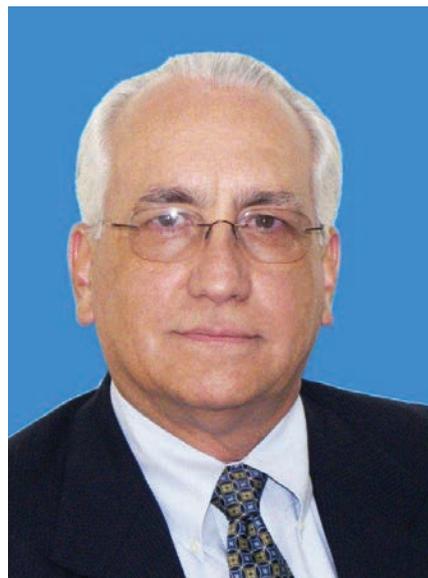
Las capacitaciones promovidas y realizadas por Serinsa en Educación Financiera y Seguros, han sido fundamentales para que las IMF y la población de bajos ingresos conozcan y comprendan las condiciones de las pólizas que ofrece el mercado y a partir de esta información puedan elegir el que más les convenga.

Además de la reducción del riesgo los Microseguros también aportan a la inclusión financiera de un segmento poblacional, que tradicionalmente no ha tenido acceso a estos servicios.

**“Es un servicio y producto al que las personas de escasos recursos no tenían acceso. Los seguros tradicionales siempre se han diseñado pensando en un segmento de la población con alta capacidad financiera. Pero ahora existen productos de Microseguros diseñados acorde a los principales riesgos, necesidades y capacidad económica del segmento al que van dirigidos”**

Por lo tanto, el reto es seguir consolidando el posicionamiento de los Microseguros en los países donde ya se ofrecen y llevarlos al resto de Centroamérica y el Caribe, para lo que el sector considera fundamental “contar con normativas, políticas y estrategias públicas adecuadas que promuevan los servicios de inclusión financiera”.

Inclusión que permita que un sector de la población, hasta ahora excluido, tenga acceso a crédito, ahorro, pagos y seguros a través de proveedores formales, que incluyan una prestación conveniente y responsable y a un costo accesible al cliente y sobre todo sostenible para el prestador del servicio, concluye Guzmán.



• 2. Fernando Guzmán, Presidente de Junta Directiva de SERINSA.



• 3. Firma de Alianzas Estratégica REDCAMIF/SERINSA-PALIG.

**De Enero a Diciembre 2017, se han pagado 102 casos a los clientes y beneficiarios, cuyo monto de indemnización total fue de U\$ 118,345.47, entre los 3 países centroamericanos**

SEGUIMIENTO A RECLAMOS						
PAIS	PAGADOS		EN TRAMITE		Total	Monto siniestro pagados
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer		
Nicaragua	54	26	10	8	98	\$81,042.92
Honduras	3	3	1	1	8	\$6,262.54
El Salvador	13	3	1	5	22	\$31,040.00
<b>Totales</b>	<b>70</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>128</b>	<b>\$118,345.47</b>

Con el pago de siniestros o reclamos se están cumpliendo los deberes y derechos, esto le genera confianza al beneficiario de microseguros.

**“El tema de la tecnología es fundamental para facilitar cualquier servicio inclusivo, sin embargo, algunas normativas en temas de seguros dificultan el uso de herramientas innovadoras e incluyen trámites o formatos que deben ser necesariamente impresos, volviendo tedioso el trámite e impidiendo que se brinde un servicio ágil u oportuno”.**



**1,370**

colaboradores  
capacitados durante el  
período octubre 2016 a  
octubre 2017.

## IMF COMPROMETIDAS CON LA INCLUSIÓN FINANCIERA Y LOS MICROSEGUROS

### En Nicaragua



FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO  
DE LA MICROEMPRESA  
*Comprometidos con tu futuro!*



LEON 2000 IMF, S.A.



Financiera  
**FDL**



**Fundenuse**  
JUNTOS CRECEMOS

### En Honduras



Microfinanciera hondureña  
Cajal - Choluteca - Atlántida



**CREDISOL**  
APOYÁNDOLE A CRECER

### El Salvador



Asociación Cooperativa de M. J. de E.F.



PADECOMSM  
CREDITO



ASEI



**A&C**  
Cooperativa de A.A.





Sociedad para la Inclusión de la Microempresa  
en Centroamérica y el Caribe, S.A.

**S**urgió para paliar escasez de financiamiento generada a raíz de la crisis del 2009 y tras superar esa etapa SICSA continúa en la búsqueda de alianzas para consolidarse como la entidad de segundo piso de referencia en la región



**Tras ocho años** de funcionar como el brazo financiero de la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF), con el desarrollo de nuevos programas y la firma de convenios con socios estratégicos la Sociedad de Inversiones para la Microempresa en Centroamérica y el Caribe S.A. (SICSA) se prepara para duplicar su cartera y el número de clientes.

Fundamental ha sido la participación de la AECID/ICO. La cooperación Española ha sido determinante ya que en sus inicios, ha facilitado recursos financieros por el orden de US\$7.3 Millones para ser destinados al sector microempresarial de la región, a través de instituciones de microfinanzas desde Panamá hasta Guatemala y que dan inicio formal a la entrega de recursos en calidad de financiamiento tanto a mujeres como a hombres emprendedores de la región.

En 2009 los efectos de la crisis económica mundial y circunstancias críticas regionales como el surgimiento del movimiento de los NO PAGO en Nicaragua y un brusco cambio de gobierno en Honduras, obligó a muchos fondeadores a retirarse de estos países. En ese contexto y con recursos muy limitados SICSA comenzó a paliar las necesidades de financiamiento de pequeñas Instituciones de Microfinanzas (IMF). Algunas de las primeras clientas hoy son referente del sector en Nicaragua.

---

**“El despegue de SICSA comenzó en 2011, en ese momento apenas atendíamos entre 8 y 10 instituciones de tres países con una cartera de 3.5 millones de dólares, pero en el transcurso del tiempo hemos pasado a 12 millones de dólares en cartera y a 40 instituciones de toda Centroamérica”, dice Anibal Montoya, gerente general de SICSA.**

---

Como parte de su estrategia para seguir creciendo SICSA firmó un convenio con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que le permitirá atender productos innovadores de finanzas rurales. También mantiene acuerdos con la Solidaridad Internacional para el Desarrollo y la Inversión (SIDI) de Francia y BlueOrchard, con sede en Suiza. Con estas alianzas SICSA pretende que entre 2020 y 2021 su cartera se eleve a 24 millones de dólares y su lista de clientes incluya al menos a 80 IMF.



### El principal desafío es encontrar financiamiento más barato

Para garantizar la consecución de esta meta, SICSA también negocia con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), para que al cancelar el crédito que aún tienen vigente con ellos les abran una nueva línea de financiamiento.

Además de seguir confiando en AECID y agradecer que fue su primer financiador, han incluido entre sus objetivos establecer relaciones con entidades más grandes como el Banco Mundial, el Deutsche bank, la Foundation for Women (FFW) y otra que al otorgar mejores condiciones propician mayores oportunidades de crecimiento.

**“Uno de nuestros principales desafíos es identificar las fuentes de financiamiento con mayor oportunidad de largo plazo y condiciones de precio que nos permitan seguir atendiendo a los sectores más vulnerables de la parte baja de la pirámide empresarial. Entonces nuestro principal reto es lograr que estas grandes organizaciones inversoras vean a SICSA como el instrumento que les permitirá llegar a las poblaciones más vulnerables”, explica Montoya.**



Para facilitar el establecimiento de relaciones con estas entidades que son más exigentes, se están preparando para cumplir con todos los requisitos legales, de propiedad y gobierno corporativo que les permitan consolidarse como un banco de segundo piso.

### SICSA EN CIFRAS

12.3



Millones de dólares en cartera

40



Clientes

5



Colaboradores



### Quiere convertirse en referente regional

“En términos de tecnología estamos entrando a la conformación de nuestro sistema de información gerencial mediante el apoyo del BID. Esto nos va a permitir agilizar nuestros procesos, consolidar nuestra operación y llegar con más rapidez a nuestros clientes”, expresa Montoya.

Y añade “queremos realmente ser una opción en la región, ser el referente de las microfinanzas en temas de financiamiento en el área centroamericana y de República Dominicana, de tal manera que estamos viendo cuáles son los espacios que como entidad de segundo piso podemos tener”, expresa Montoya.

Como desde sus inicios, en esta etapa de crecimiento, el público meta de SICSA será principalmente: pequeñas IMF reguladas o no, con carteras menores a 5 millones de dólares; este grupo representa cerca del 60 % de sus clientes. También seguirán atendiendo a las IMF medianas, es decir, las que tienen carteras de entre 5 y 10 millones de dólares; en este segmento está el 25 % de sus clientes. En última instancia financian a las instituciones que manejan carteras superiores a los 10 millones de dólares.

Sumado al tamaño de la cartera, otro parámetro que utilizan para elegir a sus clientes es que el apoyo que dan a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) provoque impacto social, principalmente en zonas rurales o vulnerables, y en grupos con menos oportunidades, entre ellos las mujeres; también priorizan a las que trabajan con metodologías grupales como bancos comunales o grupos solidarios.

Según Montoya, teniendo en cuenta los actuales esquemas de regulación que enfrentan las IMF han abierto una línea de financiamiento para la apertura de oficinas o instalación de ventanillas, también para la compra de sistemas informáticos requeridos para mejorar el funcionamiento de las instituciones.

Además, siguen ofreciendo recursos a instituciones que financian a micro y pequeños negocios y unidades productivas. También, para la reparación de viviendas y adquisición de pequeñas parcelas para ampliar las unidades productivas.





# IX CONFERENCIA CENTROAMERICANA Y DEL CARIBE DE MICROFINANZAS

**“INCLUSIÓN FINANCIERA EN MERCADOS  
COMPETITIVOS Y ENTORNOS DESAFIANTES”**



**22, 23 Y 24  
DE AGOSTO 2018**  
HOTEL CROWNE PLAZA  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR  
CENTROAMERICA

 [www.conferenciaredcamif.com](http://www.conferenciaredcamif.com)

 +503 7069-5190

 Conferencia Redcamif

 [info@conferenciaredcamif.com](mailto:info@conferenciaredcamif.com)

Descarga la APP  
<https://publicar.me/app-congresos/>



DISPONIBLE EN  
Google Play

Descargar de la  
App Store

