EL NUEVO MERCADO EMERGENTE

"BANCA PARA MUJERES"

BUENO PARA LOS BANCOS ***BUENO PARA LAS EMPRESAS*** ***BUENO PARA EL CRECIMIENTO***

Congreso Latinoamericano de Educación e Inclusión Financiera

FEDERACION LATINOAMERICANA DE BANCOS

Septiembre 29, 2018

IFC | International Finance Corporation
WORLD BANK GROUP

Creating Markets, Creating Opportunities

FELABAN

AGENDA

1. Contexto Global y en Latinoamérica: Mujeres, el nuevo Mercado Emergente

2. Servicios No Financieros: la evolución de la Educación Financiera

3. Casos de Éxito: Banco BHD Leon, Republica Dominicana e Itaú Unibanco, Brasil y MINI MBA de Banco de Palestina

LAS MUJERES ESTÁN IMPULSANDO LA ECONOMÍA GLOBAL…

US$ 1.5 Billones

... es la cantidad estimada de crédito demandada por las pymes propiedad de mujeres en mercados emergentes, y que no ofrecen las instituciones financieras.[1]

870 MILLONES DE MUJERES

…participarán en la economía por primera vez en 2020..

30% DE LAS PYMES REGISTRADAS GLOBALMENTE[2]

…han sido creados por mujeres.

US$1.45 - 1.7 billones...

…es el mercado de mujeres estimado de seguros para 2030.[3]

85% de hogares...

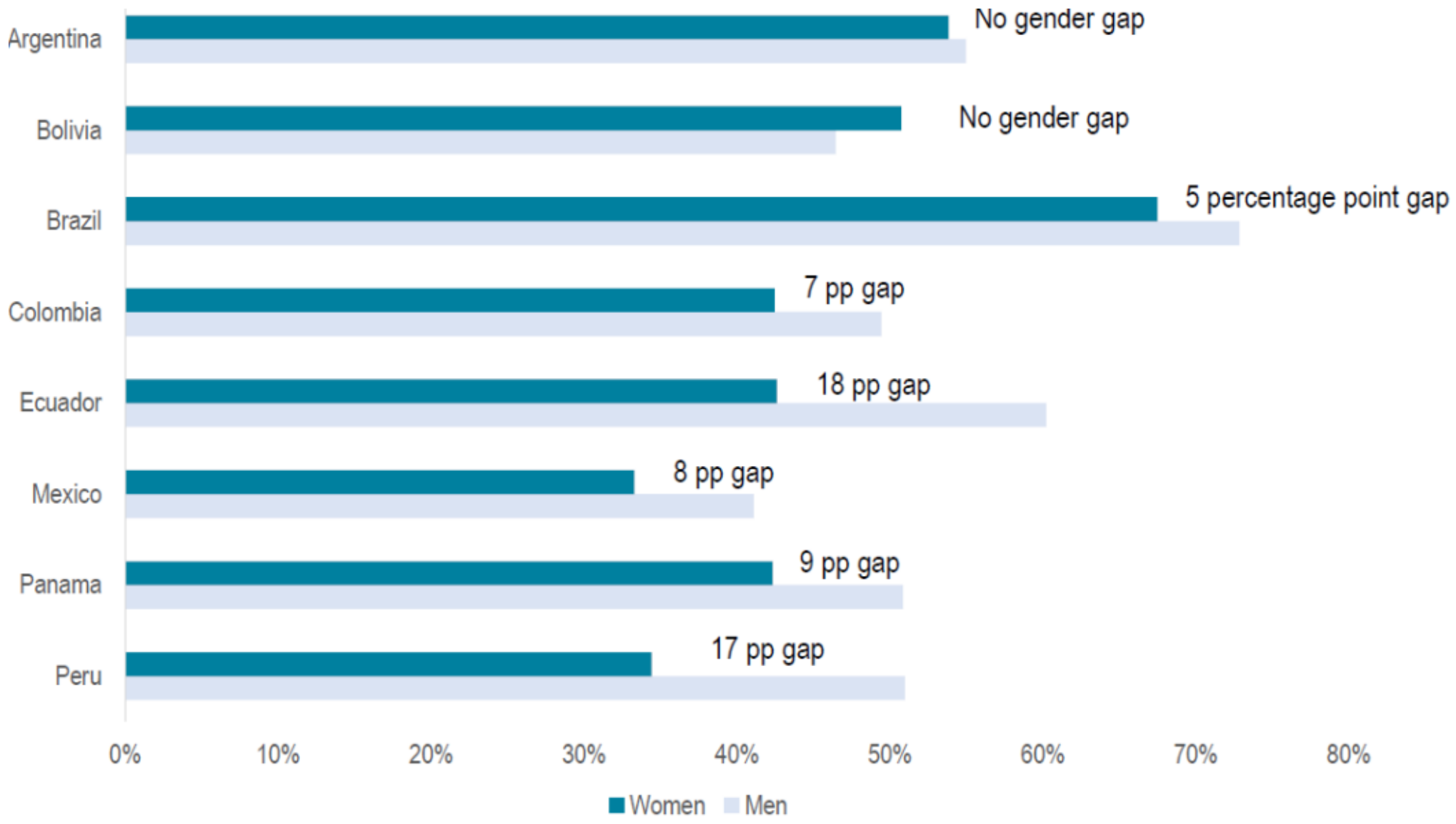
... identifican a las mujeres como las principales encargadas de tomar decisiones en el hogar.

US$ 20 billones...

…en el gasto de consumo anual es controlado por mujeres.[4]

1. IFC MSME Finance Gap Database 2017
2. Una empresa pequeña y mediana propiedad de mujeres (WSME) es según IFC: (a) ≥ 51% es propiedad de mujeres / mujeres; o (b) ≥ 20% es propiedad de una mujer / mujer; y tiene ≥ 1 mujer como CEO / COO (Presidenta / Vicepresidenta) y tiene ≥ 30% de la junta directiva compuesta por mujeres, cuando existe
3. She for SHIELD: Asegurar a las mujeres para proteger mejor a todos; IFC, AXA y Accenture 2015
4. Harvard Business Review

SIN EMBARGO PERSISTEN LAS DIFERENCIAS DE ACCESO POR GENERO



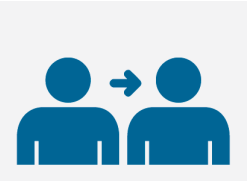
SERVICIOS NO FINANCIEROS: LA EVOLUCION DE LA EDUCACION FINANCIERA

Diseminación de Información

- Plataformas y herramientas basadas en la Web/ en línea
- Centros de llamadas
- Publicaciones relacionadas con industrias, condición económica de los mercados meta, etc.
- TV /radio/ medios impresos

Entrenamiento/ Desarrollo de Capacidades

- Organización de talleres / seminarios de capacitación (presenciales-en línea-móvil – mixtos)
  - ✓ Planificación de negocios
  - ✓ Gestión Financiera
  - ✓ Contabilidad
  - ✓ Impuestos
  - ✓ Comercio & Exportación
  - ✓ Políticas & regulaciones Venta & Mercadeo



Consultoría/ Tutoría

- Asesoría de consultores/ mentores de la organización/ sub-contratados sobre:

  - Negocios (i.e. Plan de Negocios)

  - Operacional

  - Finanzas (i.e. gestión de cuentas, impuestos)

Networking / Red de Contactos

- Ferias Comerciales / Expos de PyMEs/ Itinerarios de visitas comerciales
- Compras con descuento
- Clubes comerciales/ Clubes de PyMEs
- Premios a la Excelencia

RESULTADOS DE PROGRAMA BANCA MUJER EN LATINOAMÉRICA: EL IMPACTO EN EL NEGOCIO (KPIS)

REPÚBLICA DOMINICANA

Banco BHD León

- **Productos/herramientas innovadoras**

BHD León ha desarrollado productos para mujeres y una plataforma de evaluación de necesidades del negocio

- **Crecimiento de participación de mercado**

En el primer año del programa, más de 30,000 clientes se han beneficiado de estos productos, clientes interesados en la cobertura de la salud y la educación de sus hijos.

- **Impacto en la cuenta de resultados**

A dos años de implementado el Programa, los resultados comerciales mostraron: IRR del 35%, ROA minorista / individual del 20%, ROE de las PyME del 14%, ROA de la mediana empresa del 12%

BRASIL

Itaú

- **Productos/herramientas innovadoras**

Plataforma de entrenamiento y networking para Mujeres emprendedoras

- **Crecimiento de participación de mercado**

Aumento del 20-30% en la participación de las PyME propiedad de mujeres. Aumento del consumo de productos de crédito de las PyMEs propiedad de mujeres.

- **Impacto en la cuenta de resultados**

A dos años de implementado el Programa, los resultados comerciales mostraron: aumento del margen de las PyMEs propiedad de mujeres (+ 130%), reducción de atrasos en la cartera (-9 días).

ECUADOR

BANCO PICHINCHA

- **Productos/herramientas innovadoras**

Producto de crédito orientado a la mujer MiPyME y Alineamiento Interno

- **Crecimiento de participación de mercado**

La cartera mujer creció en 2015 pasando del 25% al 29.5% del total de PyMEs. En 2016 se vio una caída de la cartera PyME del Banco que afectó en menor medida a la cartera mujer.

- **Impacto en la cuenta de resultados**

5,000 nuevos préstamos en 2015 para mujeres. A finales de 2017 el Banco ha decidido revisar la estrategia para el segmento PyME enfocado en la revisión del proceso del crédito y en la estrategia comercial.

CASO 2: SEGMENTANDO EL MERCADO DE LA MUJER: *BANCO BHD LEÓN, R. DOMINICANA*

Banco BHD León

Pasos clave para el desarrollo de la propuesta de valor para banca PYME y Mercado Mujer

Análisis de Data / Segmentación

- ✓ Definió el criterio de segmentación
- ✓ Analizó el *database* de clientes: modalidad, penetración, rentabilidad
- ✓ Limpieza de datos en Sistema: desglose por género

Estudio de Mercado

- ✓ *Definió la estrategia de estudio de mercado*
- ✓ *Guió y capacitó la firma local para realizar el estudio*
- ✓ *Evaluó los resultados por segmentos*

Desarrollo de CVP

- ✓ Talleres y pruebas y refinamiento del modelo CVP
- ✓ Diseño de modelo financiero
- ✓ Plan de implementación y lanzamiento

Alineación Institucional

- ✓ *Análisis de políticas y procedimientos organizacional (identificación de retos y oportunidades)*
- ✓ *Capacitación y tutoría "Gender Equity Model" y RRHH*

Rentabilidad y Crecimiento (KPIs):

- ✓ IRR: mas de 35%
- ✓ ROA: 20% individ-uals, 14% SEs, 12% MEs
- ✓ Portfo-lio growth: 26% commercial, 19% car loans, 8% consumer loans (Dec."15- July "16)

BANCO DE PALESTINA - MINI MBA

IFC ha desarrollado un programa de servicios no financieros para dar apoyo al crecimiento de las PyMEs propiedad de mujeres en economías en desarrollo y emergentes

1

Capacitación y Contenido Generado

- “Habilidades técnicas” tradicionales + temas añadidos específicos del cliente
- Módulos sobre Liderazgo específicos para Mujeres
- TOT con sensibilidad sobre temas de género

+

2

Coaching & Tutoría

- Aprendizaje entre pares
- Clínicas de coaching
- Marcos de trabajo con mentores
- Mentores de RC del Banco
- Empresarios exitosos como modelos

+

3

Formación Combinada

- Grupo de Facebook
- Aprendizaje entre pares vía WhatsApp
- Materiales complementarios en línea

+

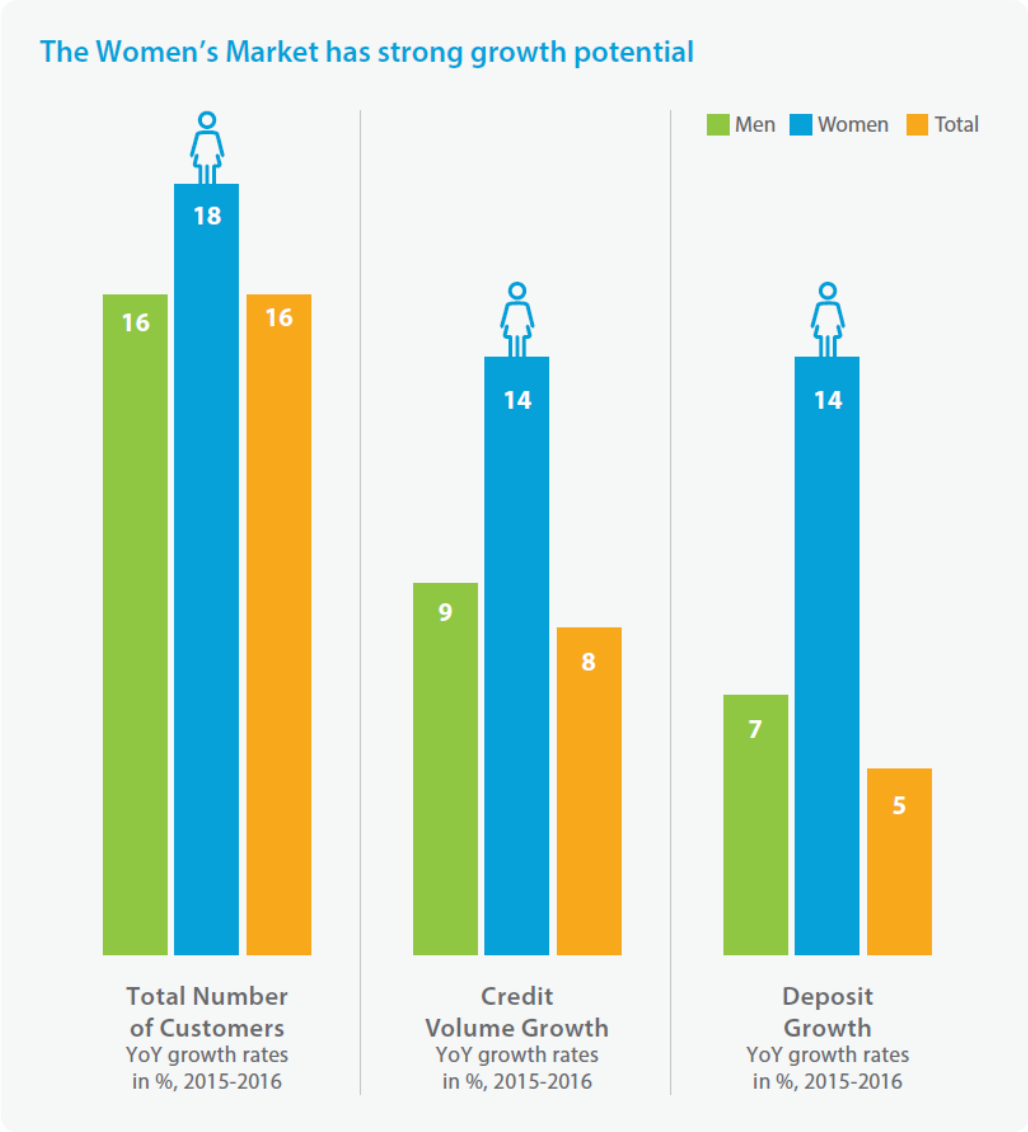
4

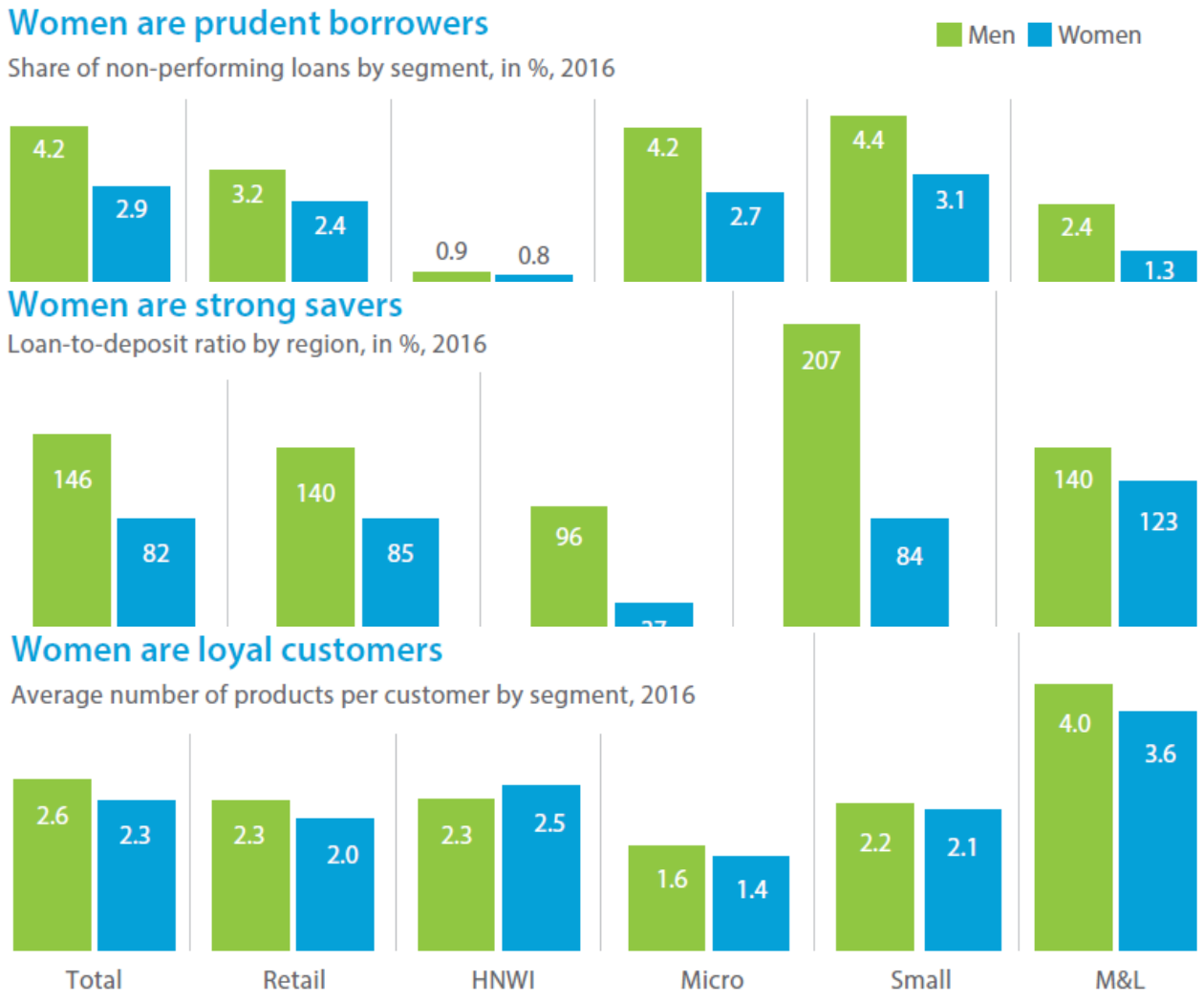
Post-capacitación

- Eventos de ex-alumnos
- Oportunidades con las redes de contactos

- Profundizar la relaciones del banco con los clientes de PyMEs propiedad de y encabezados por mujeres
- Distinguir el banco en el mercado
- Incrementar el valor de la marca como un banco de elección para mujeres
- Incrementar el desempeño del negocio (ej. rentabilidad de cartera, adquisición de clientes, aceptación del producto financiero)

LA MUJER: UNA GRAN OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA LOS BANCOS





Fuente:GBA, Economics of the women market, 2018

PARA INFORMACIÓN ADICIONAL POR FAVOR CONTACTAR

Jose F. Etchegoyen

Sr. Global Specialist,
Banking on Women
Bogota, Colombia

jetchegoyen@ifc.org

Liliana Pozzo

Financial Institutions, LAC Advisory
Services Leader
Bogota, Colombia

lpozzo@ifc.org

Jessica Schnabel

Global Head, Banking on Women
Washington, DC

JSchnabel@ifc.org

Montserrat Ganuza

Sr. Specialist,
Banking on Women
Washington, DC

mganuza@ifc.org