

# ***“EL RETO DEL CRÉDITO AGRÍCOLA EN MICROFINANZAS: COMO DESARROLLAR EL PRODUCTO”***

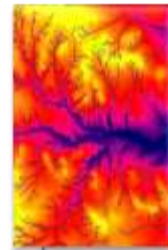
***Módulo # 1: Introducción al  
Sector Agropecuario del Siglo XXI***



# CONTENIDO



1. Crédito  
Agrícola



3. Innovación



2. Amenazas



4.  
Oportunidades

## ¿Qué es el Crédito Agrícola?



# DEFINICIÓN



**CRÉDITO AGRÍCOLA:** Es cualquiera de los varios vehículos de crédito utilizados para financiar las operaciones agrícolas, incluyendo préstamos, pagarés, letras de cambio y aceptaciones bancarias.

Este tipo de financiación se adapta a las necesidades financieras específicas de los agricultores, las que están determinadas por los ciclos de siembra, cosecha y comercialización.

Por lo general, el crédito a corto plazo financia los gastos de producción, el crédito a mediano plazo se utiliza para la maquinaria agrícola, y el crédito a largo plazo se utiliza para la financiación inmobiliaria.

*Fuente: Investopedia*

# ¿Porqué Invertir en la Agricultura en América Latina?

## EL RETO Y LAS AMENAZAS



# EL RETO



*“ **Mercados locales distanciados**, dispersión geográfica de prestatarios, deficiencias en la infraestructura de **transporte** y **telecomunicaciones**, riesgos **climáticos** y de **producción** que afectan la agricultura (principal sector de la economía rural), falta de claridad sobre los derechos y **títulos de propiedad** de la mayoría de su clientela y, para algunos segmentos de ésta, su **marginalización** de las cadenas de valor. A esto se suman las debilidades institucionales o la frecuente carencia de **organizaciones de base** que aglutinen a productores rurales de pequeña escala. ”*

# AMENAZAS Y RIESGOS

| <b>GESTIONABLES<br/>(Internamente)</b>    | <b>NEGOCIABLES<br/>(A nivel nacional)</b> | <b>FUERA DE CONTROL</b>       |
|---|---|-------------------------------|
| Títulos de propiedad                      | Deficiencias de infraestructura           | Dispersión geográfica         |
| Mercados distanciados                     | Deficiencia en las telecomunicaciones     | Riesgos climáticos            |
| Mejoras en la capacidad de producción     | Marginalización de las Cadenas de Valor   | Volatilidad de Precios        |
| Diversificación de las fuentes de ingreso | Carencia de Organizaciones de Base        | Cambios a nivel de la demanda |

**RIESGOS**

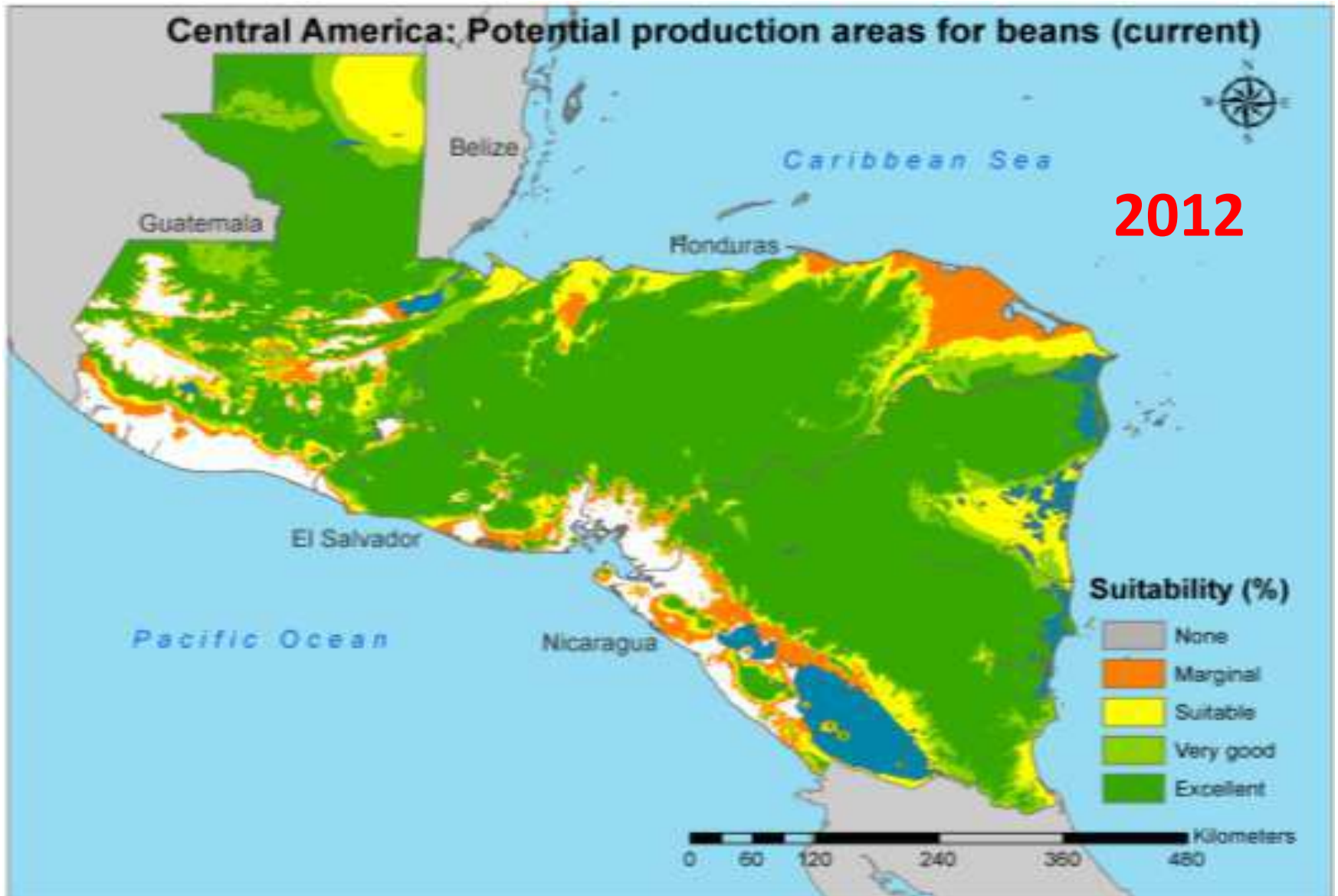
# RIESGO # 1: DISPERSIÓN GEOGRÁFICA



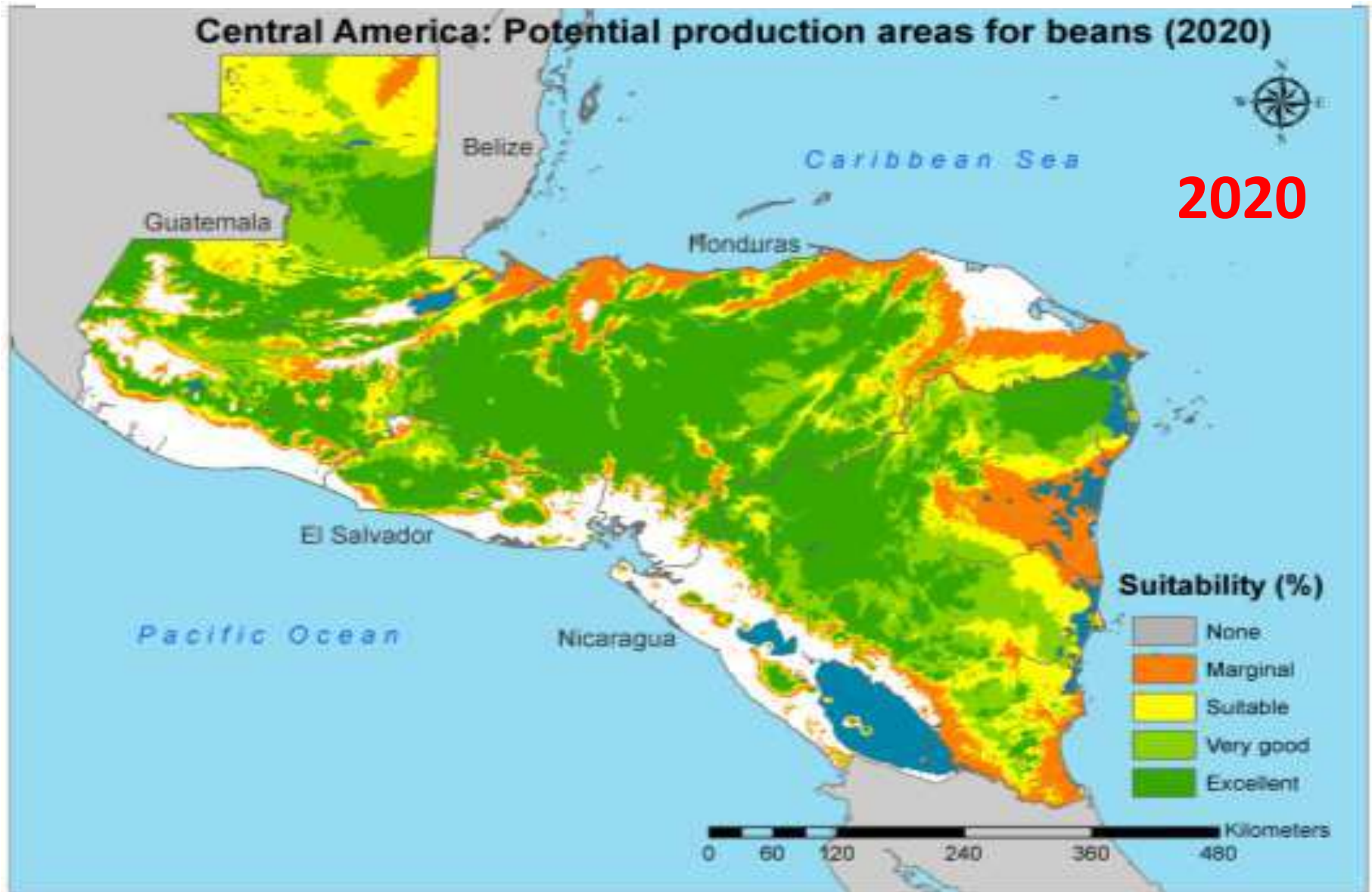
La dispersión geográfica es una de las primeras barreras que afrontar. Este problema se gestiona buscando eficiencias en el uso de tiempo y la aplicación de logística y tecnologías de información: Digitalizar todo lo posible, optimizar rutas y hacer que las visitas sean efectivas.



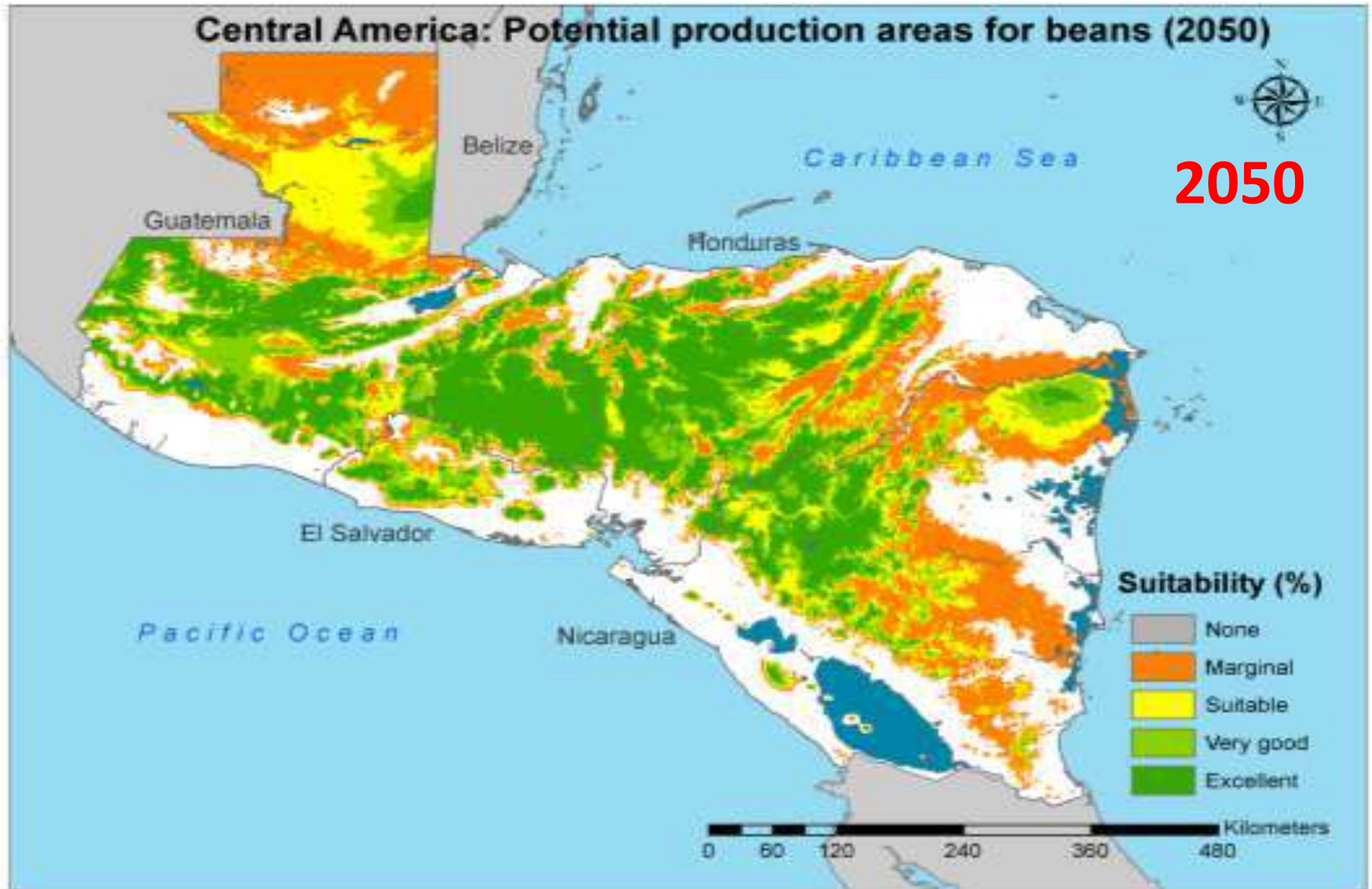
## RIESGO # 2: CAMBIO CLIMÁTICO



## RIESGO # 2: CAMBIO CLIMÁTICO



## RIESGO # 2: CAMBIO CLIMÁTICO



# RIESGO # 3: VOLATILIDAD DE PRECIOS

## Soybeans

### Latest Price & Chart for Soybeans

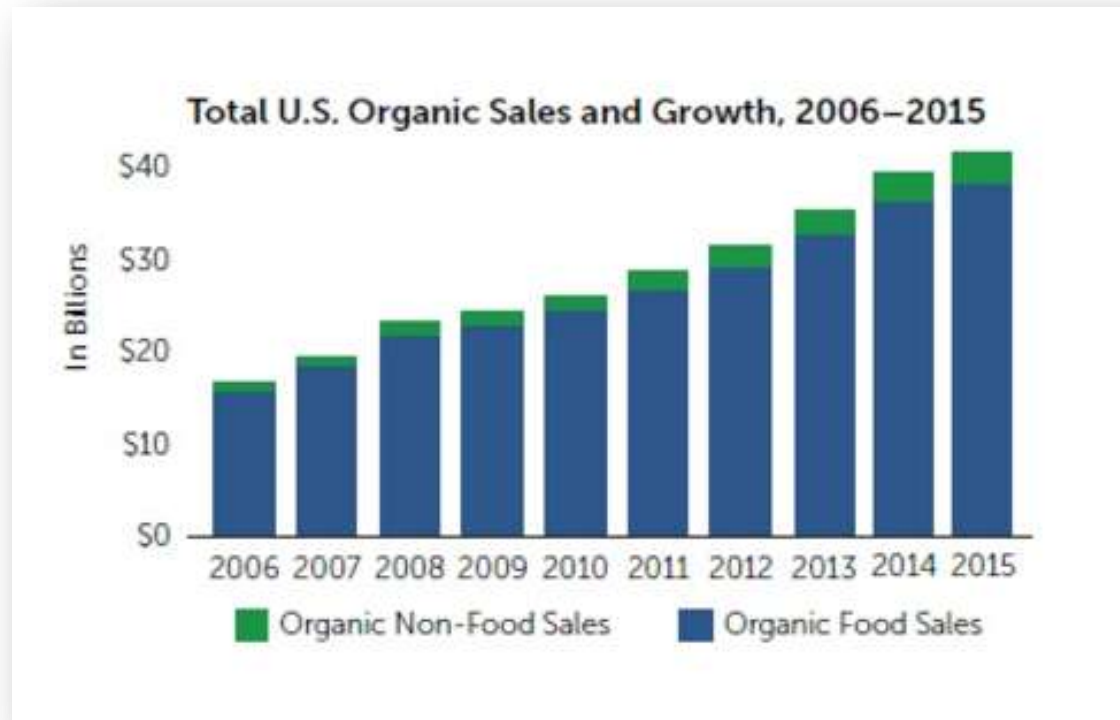
End of day Commodity Futures Price Quotes for Soybeans



La combinación de la creciente demanda por productos agropecuarios y los efectos del Cambio Climático causan niveles de alta volatilidad en los mercados



## RIESGO # 4: CAMBIOS EN LA DEMANDA



Según los últimos datos de la USDA el consumo de **productos orgánicos** en los EEUU sigue creciendo. Este llegó a un record de USD 43.3 Billones en el 2015. El crecimiento anual es del 11% que comparado con el 3% del crecimiento para productos convencionales resulta significativo. A esta tasa de crecimiento este mercado sobre pasará los USD 50 Billones en el 2017.

## RIESGO # 5: DESCONOCER AL CLIENTE



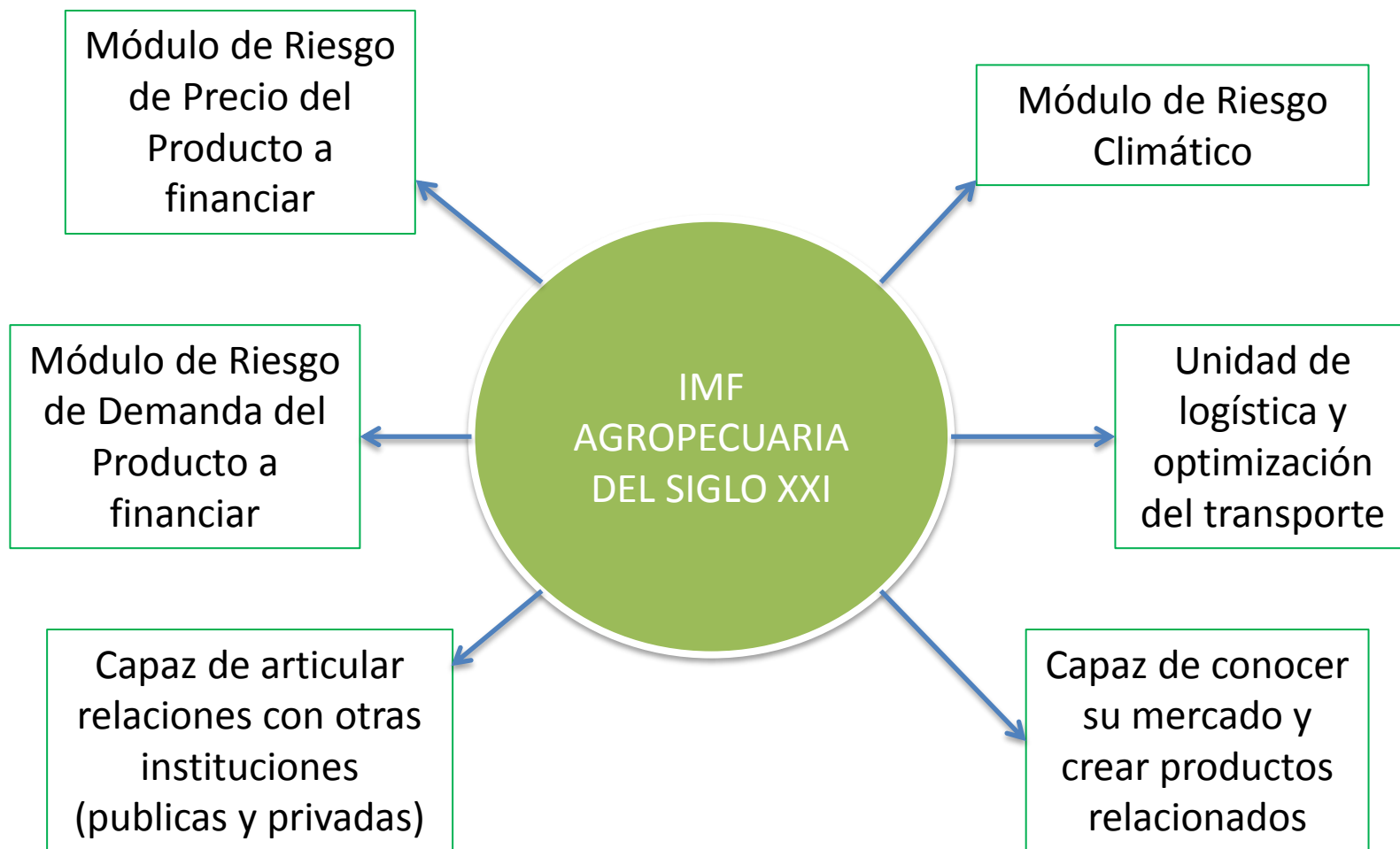
El cliente principal del microcrédito agropecuario es la **UEF** o Unidad Económica Familiar. Misma que vive en un contexto, definido por su asociación o no con otros productores, su rol en la comunidad y los **valores y cultura del grupo** étnico al que representa.

## RIESGO # 6: INSUFICIENTE CAPACIDAD OPERATIVA PARA GESTIONAR EL RIESGO CREDITICIO

|        | PRODUCTIVO   | NO PRODUCTIVO                         |
|--------|--|---------------------------------------|
| URBANO | Crédito Individual<br>(i.e. Confección de textiles)                        | Crédito Individual<br>(i.e. Comercio) |
| RURAL  | Nuevos Procesos, Políticas<br>y Productos<br>(i.e. Producción de Frijoles) | Crédito Individual<br>(i.e. Comercio) |

En muchas IMFs se usa el Crédito Individual como metodología estandar para ingresar al sector agropecuario. La consecuencia es un alto Riesgo Operativo. El crédito agropecuario requiere nuevos procesos, módulos de análisis, políticas y productos capaces de gestionar todos los riesgos presentados.

# ESBOZO DE UNA IMF CAPAZ DE PROVEER CRÉDITO AGROPECUARIO





# JUSTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN



## SECCIÓN 3: TIPOS DE CRÉDITO

Artículo 1° - Definición de tipos de crédito.- Sin perjuicio de que las EIFs definan subcategorías más detalladas, para efectos de información, las EIFs deberán enmarcar a sus clientes en los siguientes tipos:

1. **Créditos individuales:** créditos que, por su naturaleza, deben ser evaluados sobre la base de características propias de cada deudor utilizando sus metodologías, mismas que deberán capturar la esencia de este tipo de créditos.
2. **Créditos masivos:** créditos que, por su naturaleza, pueden ser evaluados en forma grupal utilizando metodologías que agrupen deudores con características relevantes similares desde el punto de vista del riesgo.

*Como se sabe, los costos de análisis son menores para los Créditos Masivos que para los Créditos Individuales. Una combinación sin embargo provee la solución más efectiva!*

# ¿Porqué Invertir en la Agricultura en América Latina?

## INNOVACIÓN



# NUEVAS HERRAMIENTAS Y CAPACIDADES

Con en el inicio de la Revolución de la Información y Comunicaciones a mediados de los noventa, se han desarrollado nuevas herramientas que hoy nos permiten adquirir las capacidades necesarias para gestionar de forma más efectiva los riesgos asociados con el microcrédito agropecuario. A continuación una breve sinopsis de las mismas...

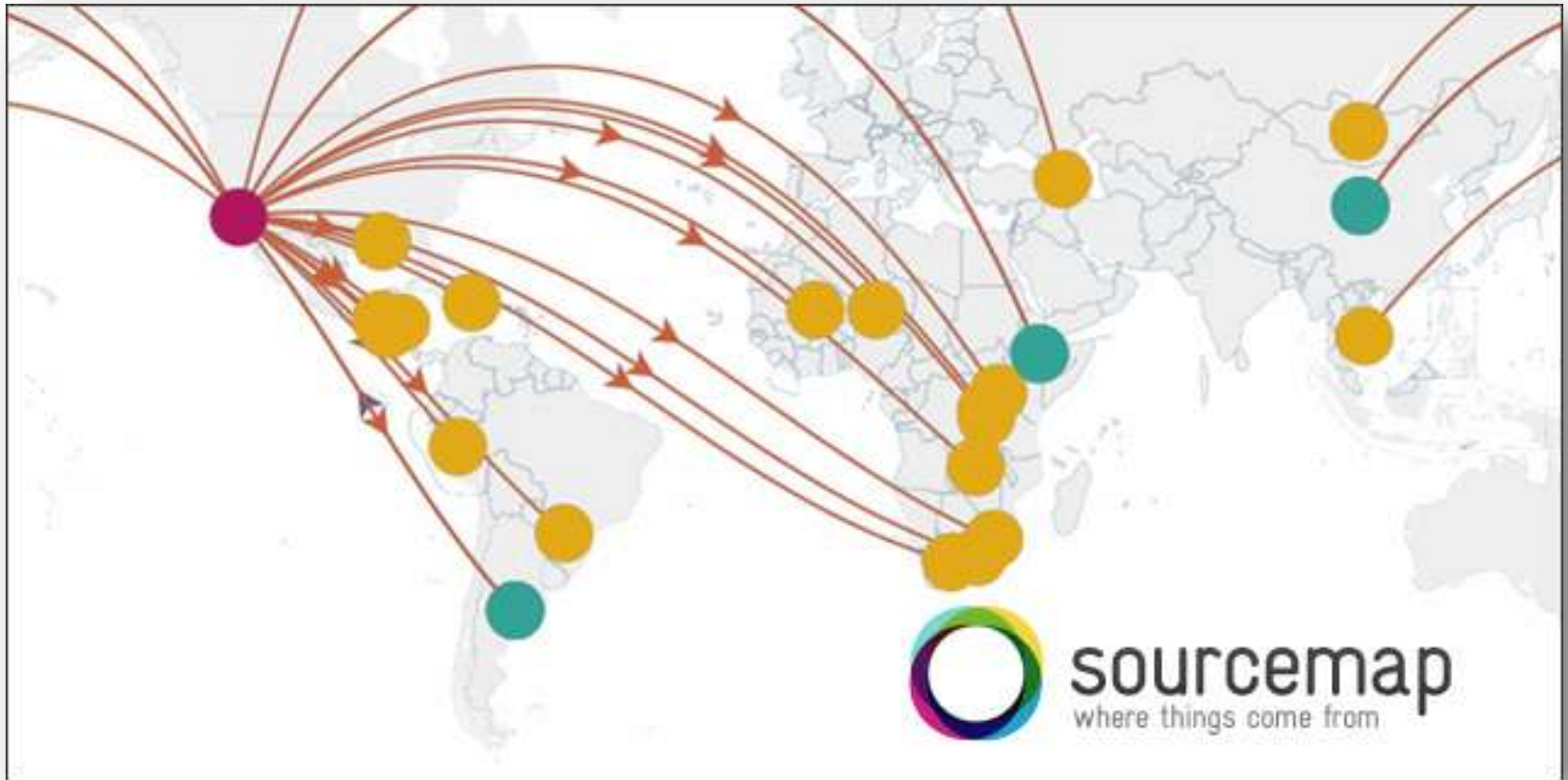


# INNOVACIÓN: NUEVAS TECNOLOGÍAS

- **Sistemas de Información Geográfica**
  - Mapeo de Cadenas
  - Análisis de suelos y clima
  - Optimización logística
- **Uso de Telefonía Celular**
  - Teléfonos inteligentes
  - Billetera móvil
  - Evaluaciones en línea
- **Uso de “Wearables”**
- **Uso de redes satelitales y redes de comunicación alternativas**
- **Optimización de Procesos operativos**
  - Gestión centralizada vs descentralizada del crédito
  - Mapeo, reingeniería y optimización de procesos
  - Eficiencia operativa

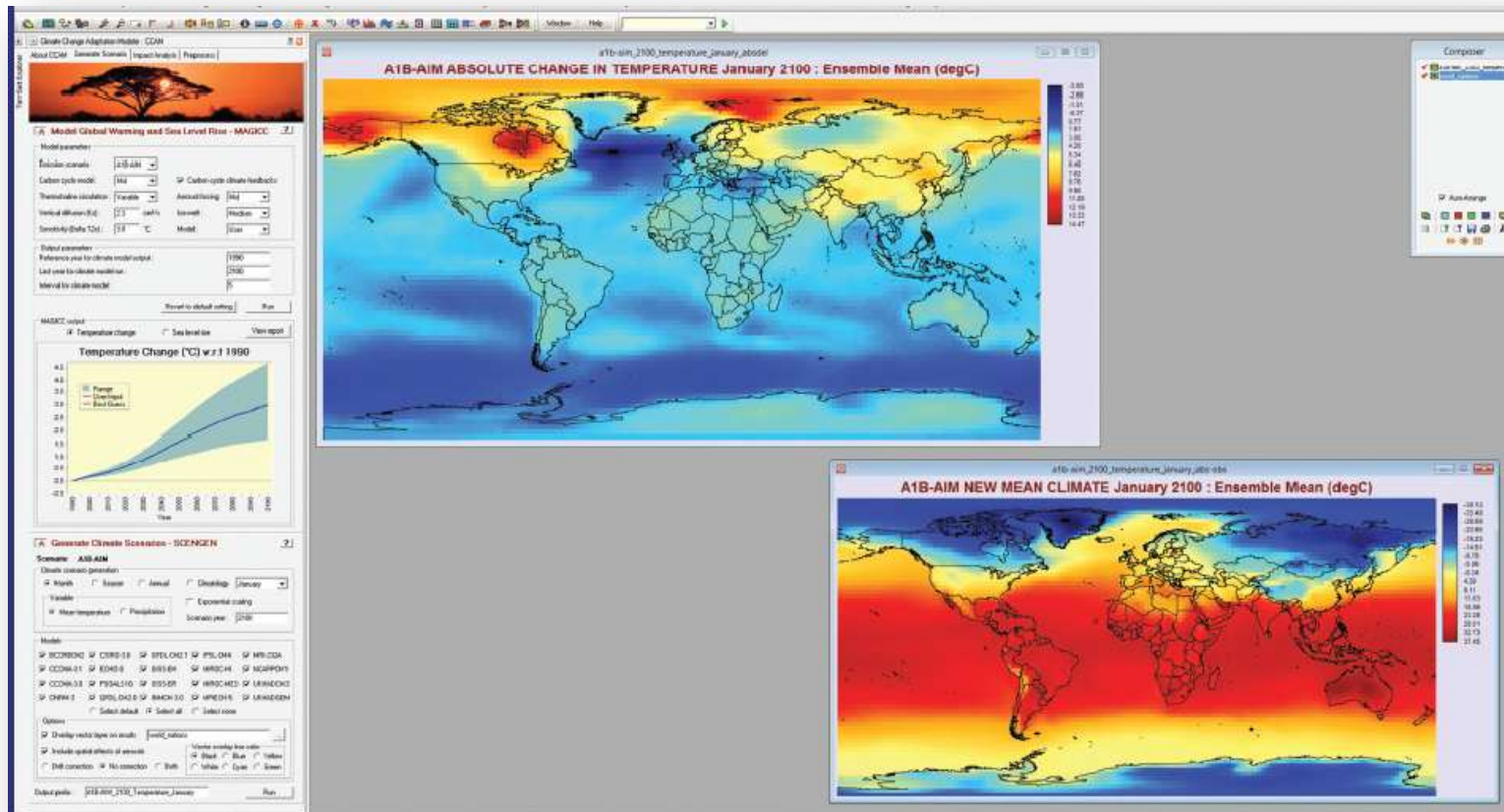


# INNOVACIÓN: SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA



**Sourcemap** permite el mapeo de cadenas de valor y su correlación con información geográfica.

# INNOVACIÓN: MODELOS DE ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO



**Modelador IDRISI:** Parity-CB posee la capacidad de elaborar Modelos de Adaptación al Cambio Climático por cultivo y zonas productiva. Esto permite y de terciarizar servicios para IMFs a nivel regional.

# INNOVACIÓN: FINANCIAMIENTO DE MEDIDAS ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO



Nuevos proyectos han permitido explorar metodologías, productos y procesos para el financiamiento de Medidas de Adaptación al Cambio Climático en Latino América.

# USO DE NUEVOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS

## Financiamiento en Base a Productos



Crédito de Comerciantes



Crédito de Proveedores de Insumos



Crédito de Mayoristas



Crédito de la Empresa Líder

## Financiamiento en Base a Cuentas por Cobrar



Financiamiento de Cuentas Comerciales por Cobrar



Factoring



Forfaiting

## Financiamiento en Base a Activos Físicos como Garantía



Certificados de Almacenaje



Arrendamiento Financiero  
(Arrendamiento con Opción a Compra)



Contratos de Recompra (REPOS)

## Mitigación del Riesgo



Seguros



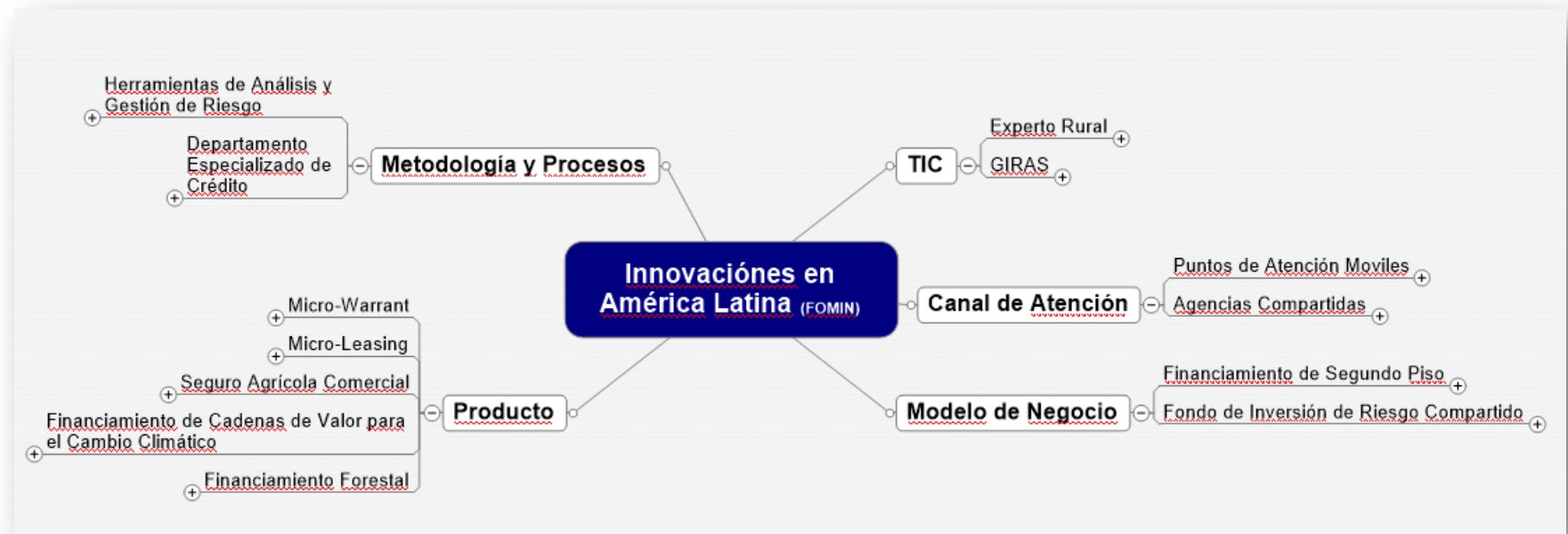
Contrato Forward



Futuros



# INNOVACIÓN: AMÉRICA LATINA



Según el informe del FOMIN *Innovaciones sobre Microfinanzas Rurales* las innovaciones (listadas arriba) en la región hasta el 2015 se concentraron en Perú, Bolivia, Guatemala y Honduras.

# INNOVACIÓN: A NIVEL GLOBAL



La innovación en la industria financiera a nivel global a explotado con el surgimiento de las FINTECH. Esta se basa en el desarrollo de la tecnología **BLOCKCHAIN**.

# ¿Porqué Invertir en Agricultura en América Latina?

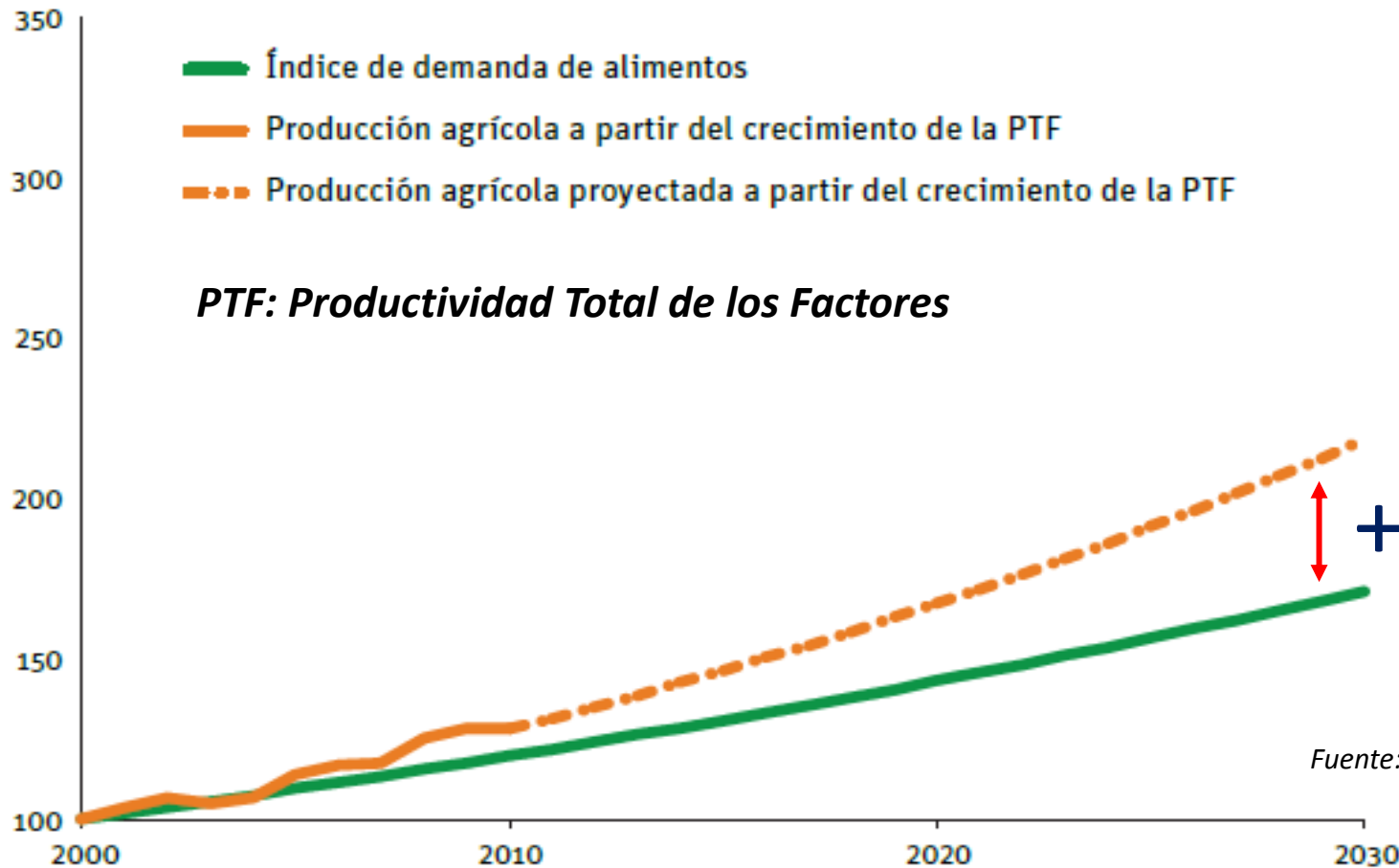
## OPORTUNIDADES



# OPORTUNIDADES

SEGURIDAD ALIMENTARIA  
MUNDIAL

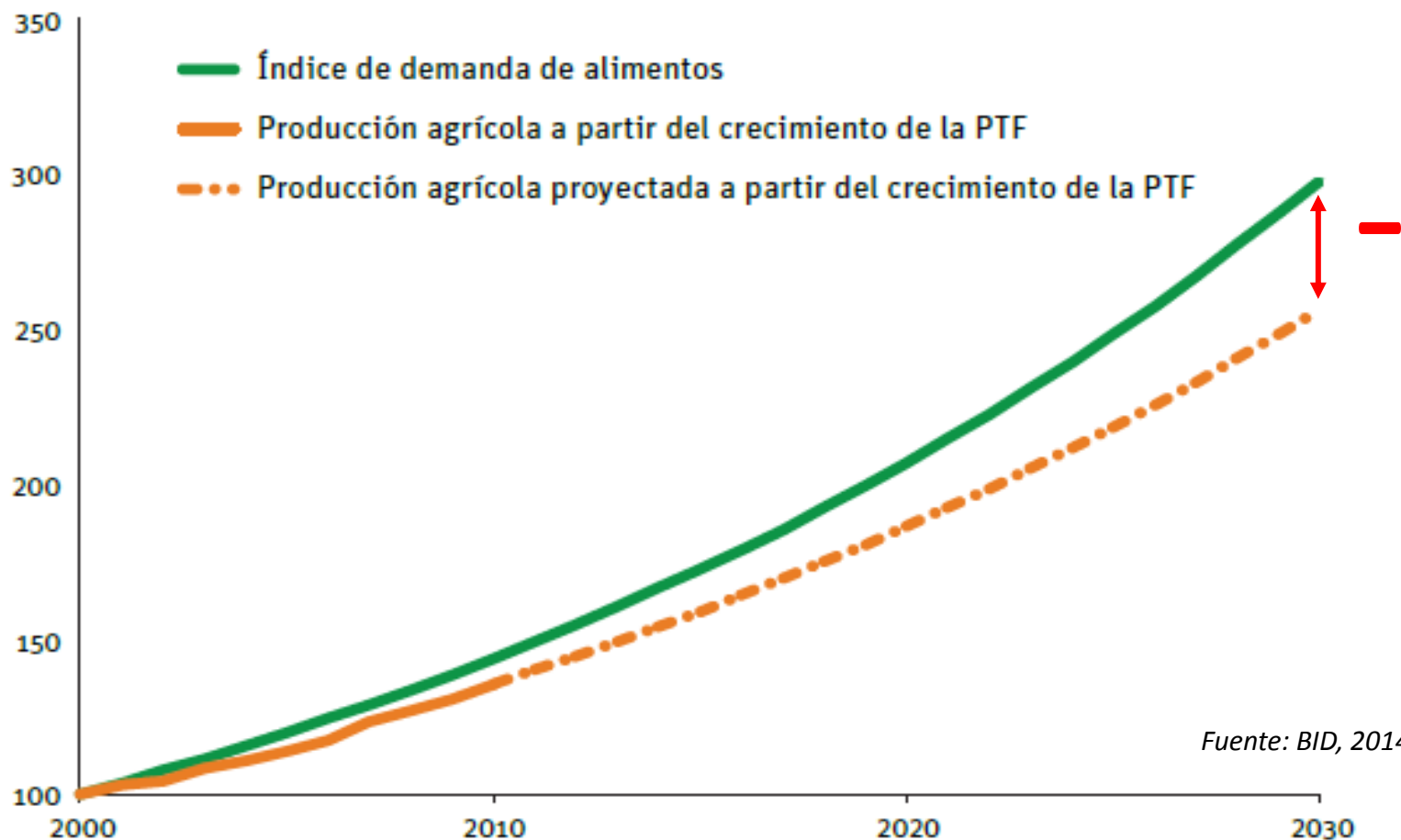
## AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



# OPORTUNIDADES

SEGURIDAD ALIMENTARIA  
MUNDIAL

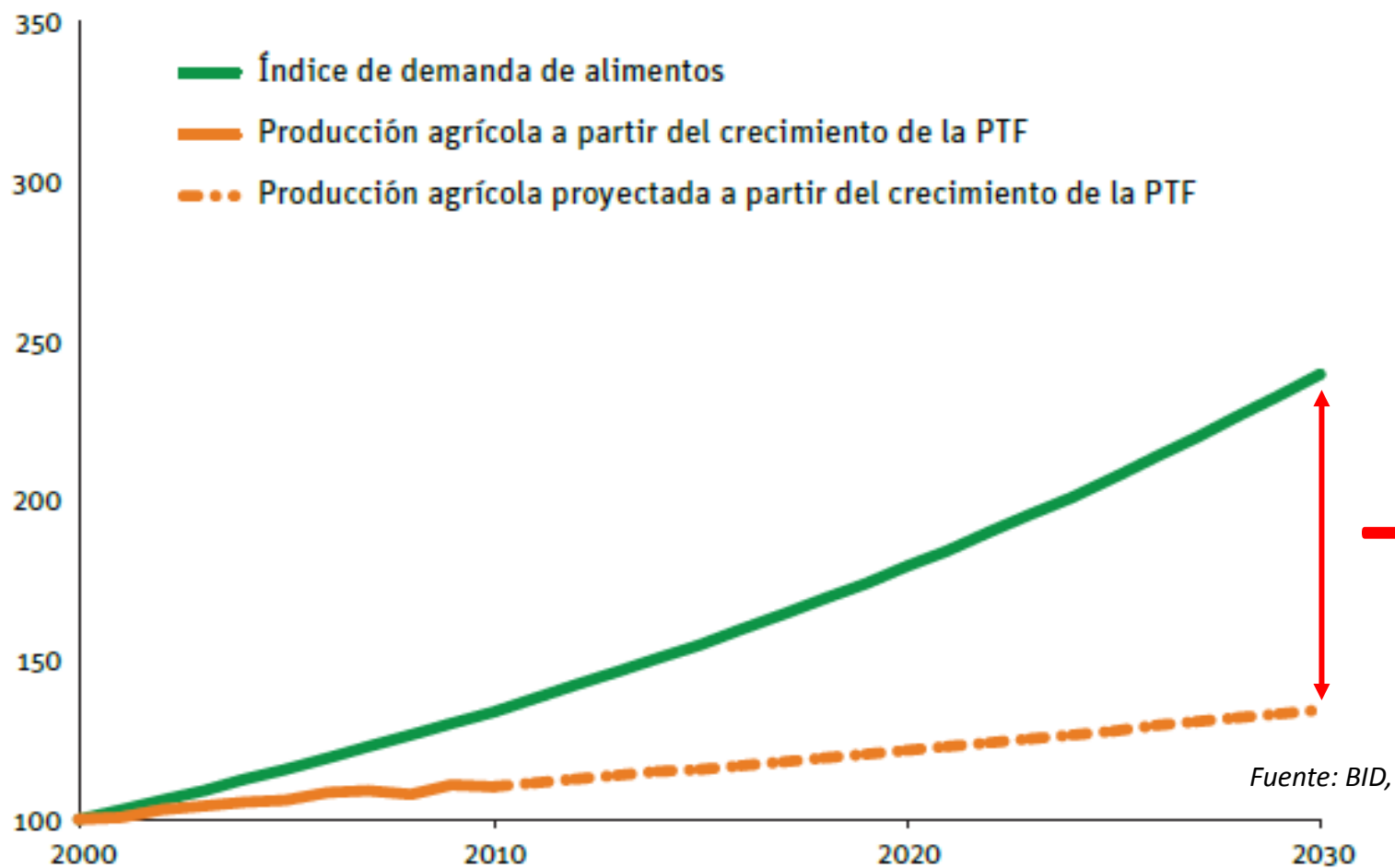
## ASIA ORIENTAL



# OPORTUNIDADES

SEGURIDAD ALIMENTARIA  
MUNDIAL

## ÁFRICA SUBSAHARIANA



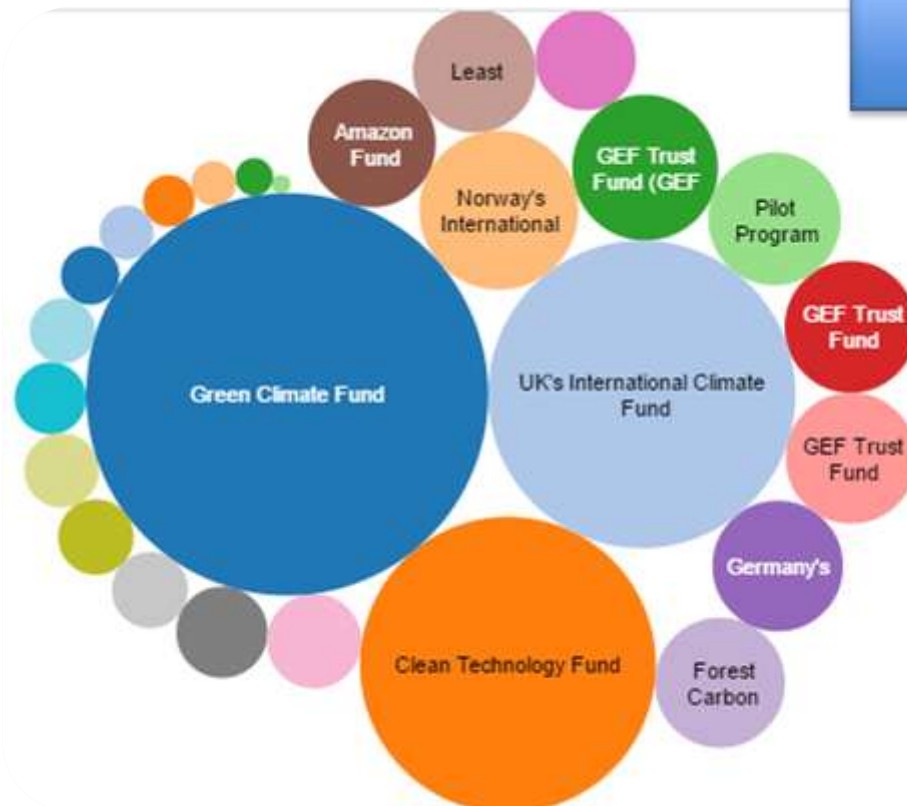
Fuente: BID, 2014

# OPORTUNIDADES

*Casi un tercio de la tierra cultivable como del agua dulce del mundo se encuentran en **América Latina**. La región tiene la **clave para** resolver los desafíos de **la seguridad alimentaria** mundial en las próximas décadas.*

# OPORTUNIDADES

## FONDOS CLIMÁTICOS



Fuente: HEINRICH  
BÖLL STIFTUNG, 2016,

A la fecha existen 26 fondos en el mundo, entre Multilaterales y Bilaterales, con un total aproximado de **USD 36 Mil Millones** comprometidos para fines de Adaptación y Mitigación al Cambio Climático.



# OPORTUNIDADES

## BIOPLÁSTICOS



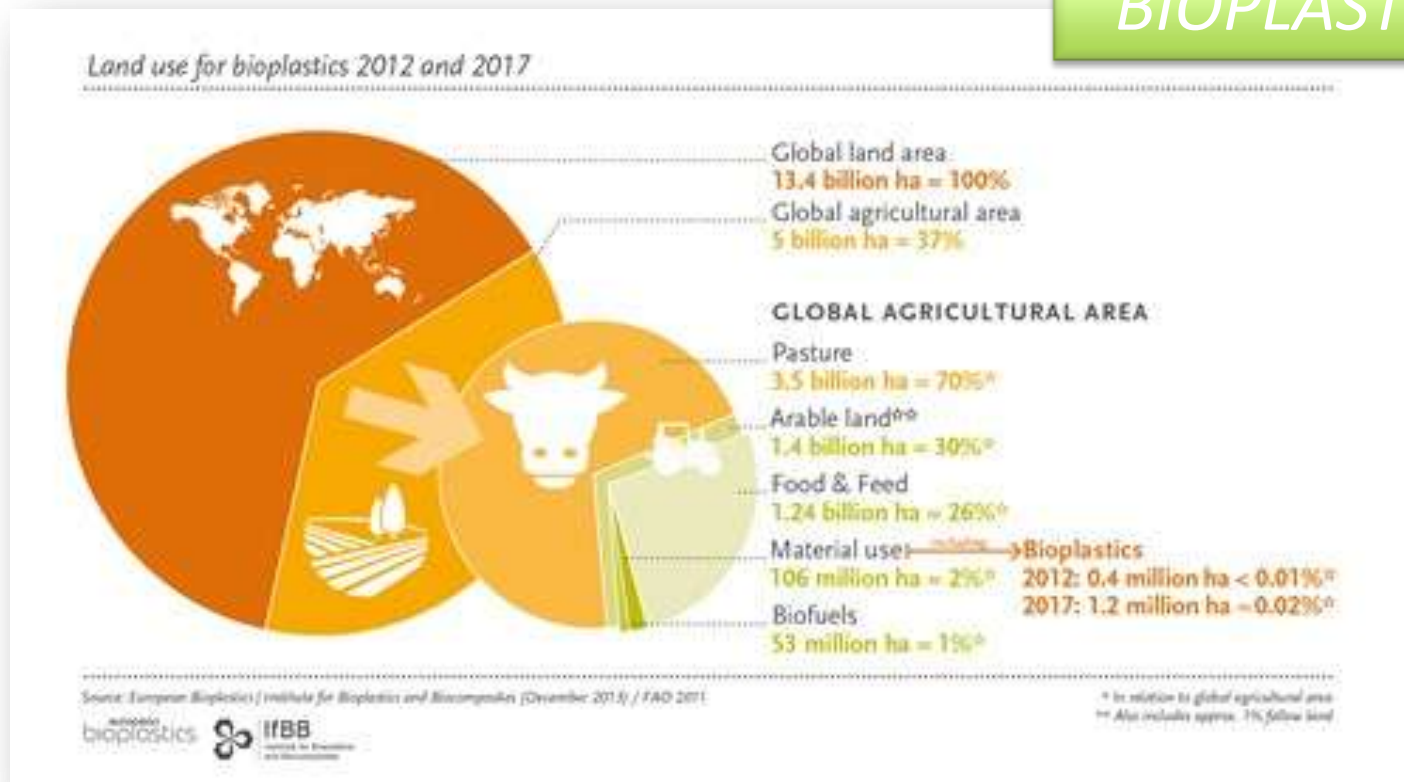
Francia ha aprobado una ley que prohíbe los cubiertos plásticos que entrará en vigor en 2020. El objetivo: promover una economía circular de eliminación de residuos, "desde el diseño hasta el reciclaje".



Plantas de semilla de ricino (Higuera), que pueden resistir largos períodos de sequía, se cultivan en las zonas secas que no son adecuadas para la agricultura. El Biopolímero que se extrae de estas semillas es un material de gran calidad para la elaboración de fibras textiles.

# OPORTUNIDADES

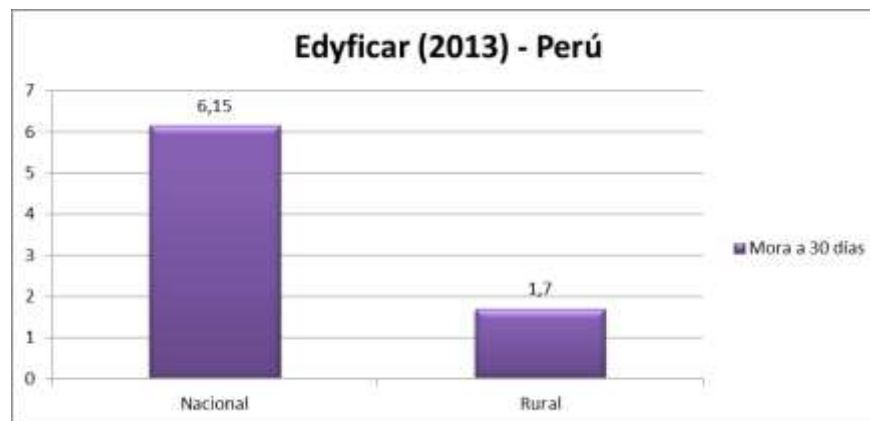
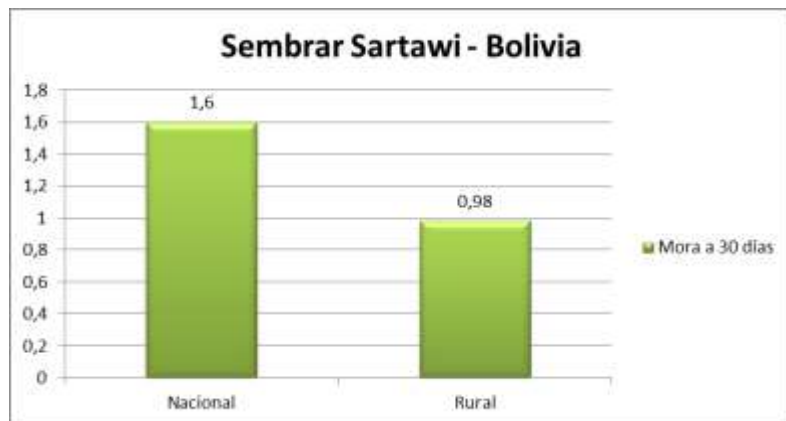
## BIOPLASTICOS



El área destinada a la producción de bioplásticos en el 2017 será de 1,2 millones de hectáreas a nivel mundial. Un incremento del 100% comparado con el 2012.

# OPORTUNIDADES

## DIVERSIFICACIÓN



|                      | 100%          | 50%               | 20%          | 10%          |
|----------------------|---------------|-------------------|--------------|--------------|
| <b>Cartera (USD)</b> | 45.000.000,00 | 22.500.000,00     | 9.000.000,00 | 4.500.000,00 |
| <b>Prevision 80%</b> |               |                   |              |              |
| <b>Mora Nacional</b> | 576.000,00    | 288.000,00        | 115.200,00   | 57.600,00    |
| <b>Mora Rural</b>    | 352.800,00    | 176.400,00        | 70.560,00    | 35.280,00    |
| <b>Diferencia</b>    | 223.200,00    | <b>111.600,00</b> | 44.640,00    | 22.320,00    |

|                      | 100%           | 50%            | 20%                 | 10%           |
|----------------------|----------------|----------------|---------------------|---------------|
| <b>Cartera (USD)</b> | 691.150.000,00 | 345.575.000,00 | 138.230.000,00      | 69.115.000,00 |
| <b>Prevision 80%</b> |                |                |                     |               |
| <b>Nacional</b>      | 34.004.580,00  | 17.002.290,00  | 6.800.916,00        | 3.400.458,00  |
| <b>Rural</b>         | 9.399.640,00   | 4.699.820,00   | 1.879.928,00        | 939.964,00    |
| <b>Diferencia</b>    | 24.604.940,00  | 12.302.470,00  | <b>4.920.988,00</b> | 2.460.494,00  |

Una de las principales oportunidades que presenta el microcrédito agropecuario es diversificar a un mercado que posee una mora menor a la urbana. En el caso de Bolivia la **diferencia en previsiones** fue de más de USD 100,000 en el caso del Perú de casi USD 5Millones. Punto importante al considerar la relación costo/beneficio.

# OPORTUNIDADES

## DIVERSIFICACIÓN

*“Avances se han venido dando a favor del desarrollo del campo: Expansión de la red vial y de las telecomunicaciones de línea fija y móvil, la articulación y crecimiento de ciertas cadenas de valor, etc., factores que invitan y facilitan el avance de la oferta financiera formal.”*

Fuente: *Innovaciones sobre Microfinanzas Rurales*, FOMIN, 2015.



***“EL RETO DEL CRÉDITO AGRÍCOLA  
EN MICROFINANZAS:  
COMO DESARROLLAR EL PRODUCTO”***

***Módulo # 2: Desarrollando el Producto***



# ¿ESTÁ LISTA SU INSTITUCIÓN PARA DESARROLLAR UN NUEVO PRODUCTO?



## Preguntas clave

- **Motivación:** ¿Está el producto impulsado por el mercado?
- **Compromiso:** ¿Está la institución comprometida con un proceso de desarrollo de producto?
- **Capacidad:** ¿Tiene la institución capacidad para manejar tensiones y presiones de un nuevo producto?
- **Costo de Efectividad y Rentabilidad:** ¿Conoce usted la estructura de costos del nuevo producto?
- **Simplicidad:** ¿Puede la institución reelaborar un producto existente?
- **Complejidad y Canibalización:** ¿Es el producto demasiado complejo o va a canibalizar otros productos?

# ¿ESTÁ LISTA SU INSTITUCIÓN PARA DESARROLLAR UN NUEVO PRODUCTO?

- En esta etapa una revisión de alto nivel es todo lo que se requiere para evaluar riesgos potenciales.
- Vea los riesgos internos y externos del producto y de la institución.
- Para hacer esto, aplique la Herramienta de Evaluación de Riesgo Institucional.



# ¿POR QUÉ ENFOCARSE EN EL RIESGO DE UN NUEVO PRODUCTO?

“. . . Muchos de los riesgos más comunes y serios están relacionados no con los productos – como a menudo se asume en las instituciones de microcrédito reguladas – sino más bien con la propiedad, la administración y la capacidad institucional para entregar productos.”

(Marguerite Robinson, Nov 2002)





# ERRORES TÍPICOS

1. Esperar hasta el último minuto – por ejemplo, hasta la masificación del producto...
  - Atención tardía a los resultados de riesgo en reelaboraciones caras.
  - Descubrimiento de soluciones tardías que tal vez estaban disponibles antes.
  - Interrupciones en el cronograma.
2. Dejar intervalos en la administración del riesgo.
  - **Cuando el riesgo ocurre,** usted está en la misma posición de quién **nunca ha identificado riesgos.**

## CREAR UN EQUIPO DE PRODUCTO

Crear un equipo multifuncional ayuda a controlar los riesgos del desarrollo del producto.

El equipo:

- Determina los recursos que se requieren
- Mantiene reuniones de proyecto para determinar
  - Avanzar / no avanzar en puntos de decisión
  - Alineamiento estratégico
  - Factibilidad técnica
  - Factibilidad de mercadeo
- Provee puntos de control de calidad
- Produce planes de acción y entregables

# METODOLOGÍAS DE DESARROLLO



Hay dos metodologías recomendadas para desarrollar un nuevo producto:

1. Proceso de Desarrollo del Producto de *MicroSave*
2. Desarrollo Continuo de Productos

# CICLO DE CINCO FASES DEL DESARROLLO DEL PRODUCTO DE MICROSAVE

1. Evaluación y Preparación
2. Investigación de Mercado
3. Concepto/Diseño del Prototipo
4. Prueba Piloto
5. Lanzamiento del Producto y Masificación



# METODOLOGIA DE DESARROLLO CONTINUO DE PRODUCTOS

El desarrollo de producto debería ser un proceso de mejora continua de productos existentes, y de ideación y desarrollo de nuevos.

Las IMFs que hacen esto han integrado mucho del proceso iterativo de desarrollo de productos en las responsabilidades de las Gerencias.

Los oficiales de crédito, al momento de monitorear a sus clientes y su nivel de satisfacción con el producto, recogen sugerencias para la mejora de sus productos, o ideas para servir un nuevo mercado o desarrollar un nuevo producto. Esta información se pasa a los Gerentes de para identificar oportunidades de mejora o desarrollo de nuevos productos, amenazas a nivel de mercado o falta de capacidad institucional.

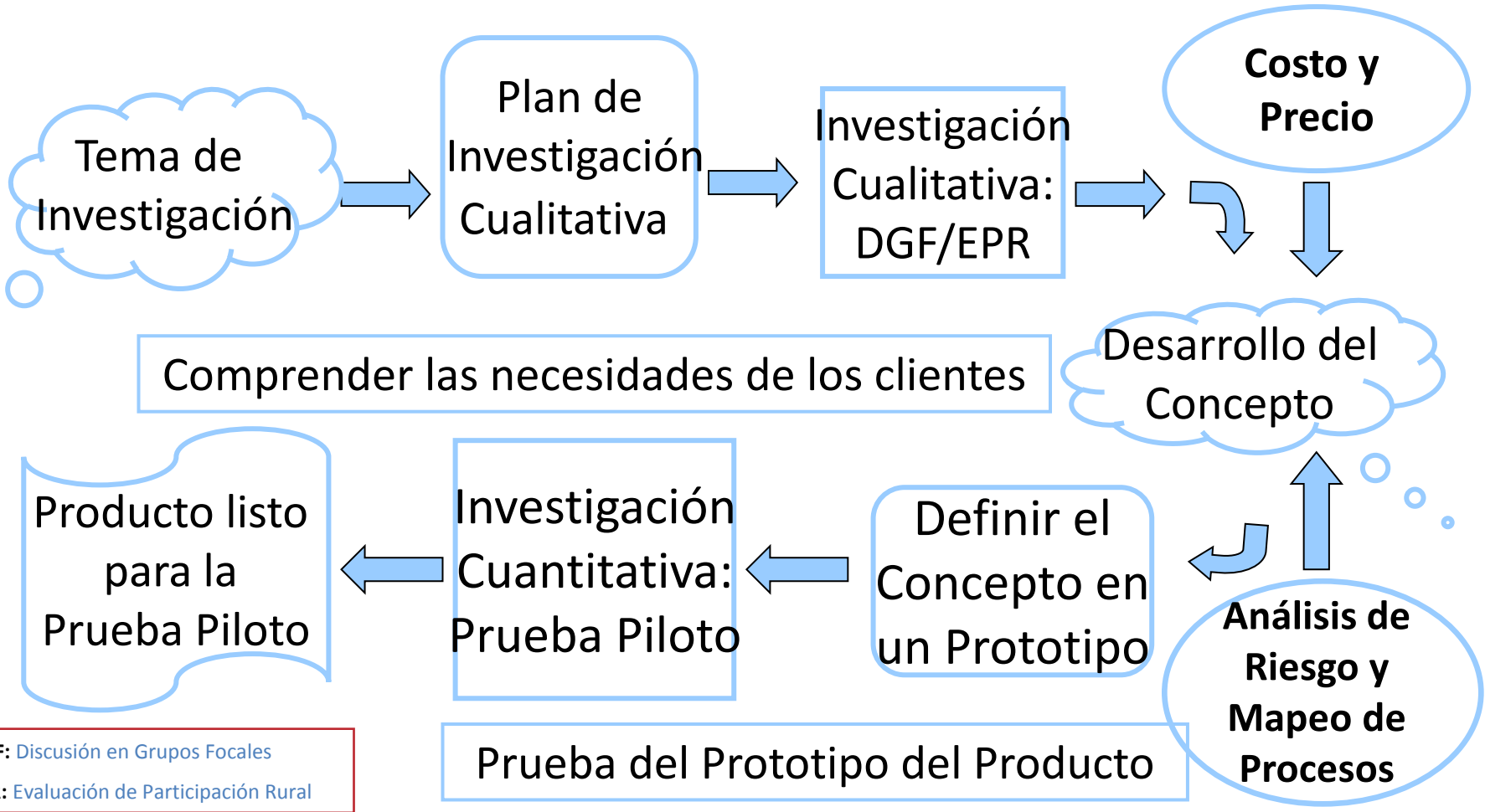


## CICLO DE DESARROLLO DEL PRODUCTO EVALUACIÓN Y PREPARACIÓN

1. Analice la capacidad y la preparación institucional para asumir el desarrollo del producto.
2. Evalúe los riesgos internos, externos, relativos al producto y a la institución.
3. Arme el equipo multidisciplinario de desarrollo del producto identificando y apoyando a un **“campeón del producto”**.



# INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y REVISIÓN DEL PROCESO DE DESARROLLO DEL PRODUCTO



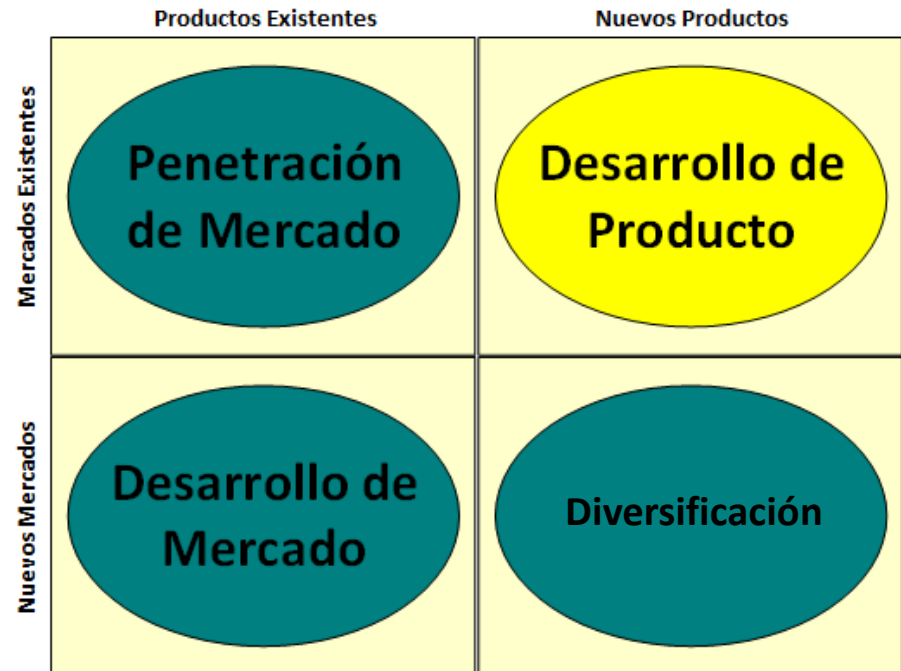
DGF: Discusión en Grupos Focales  
 EPR: Evaluación de Participación Rural

# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

## Recolección de Datos

1. Extracción de conocimiento institucional
  - MIS, Personal, Redes Profesionales
2. Selección de mercado meta
  - Matriz Ansoff

*“La Matriz de Crecimiento de Ansoff es una herramienta de planificación de mercado que ayuda al negocio a determinar la estrategia de crecimiento del producto y del mercado” Jim Riley*





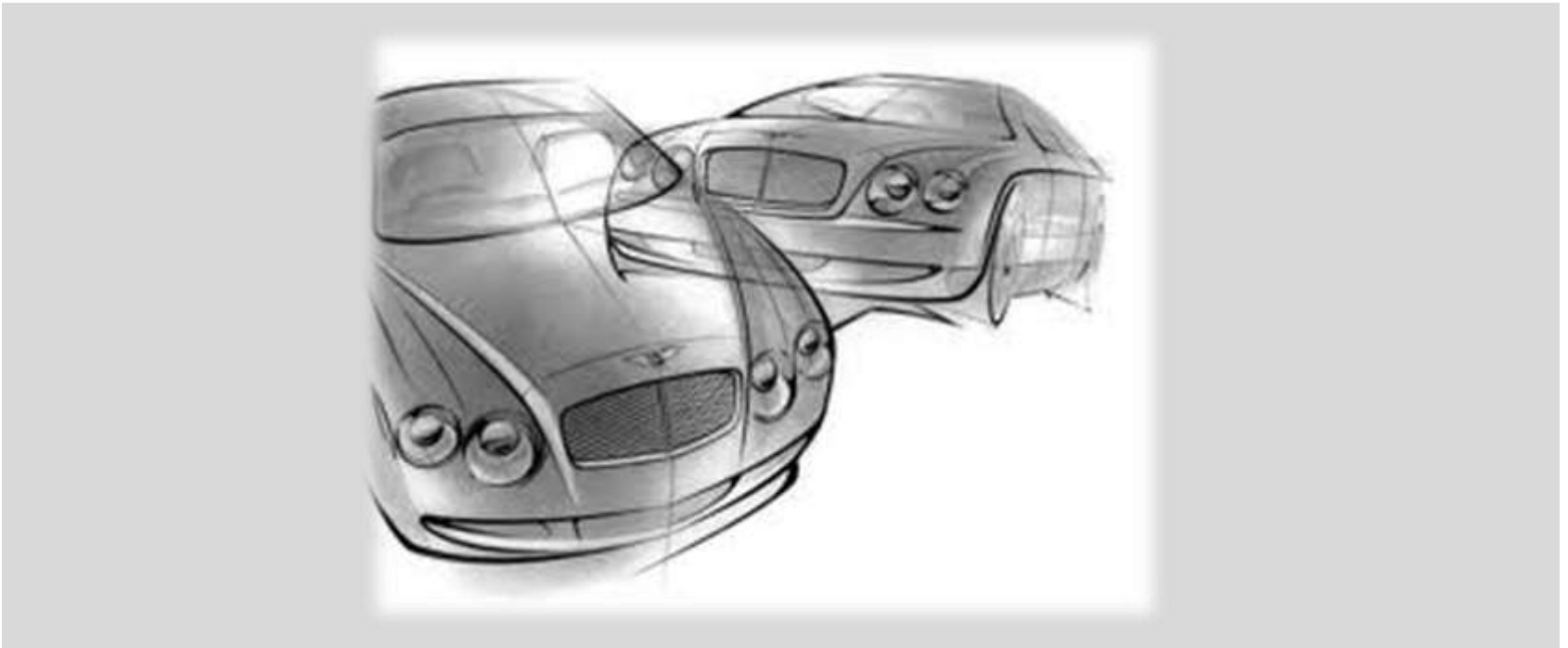
# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3. Conocer lo que hace la competencia
  - Matriz de Análisis de la Competencia
4. Recibir contribuciones de los clientes
  - **Investigación del Mercado Microfinanciero**



## CONCEPTO/DISEÑO DEL PROTOTIPO

- ¿Cuáles son sus riesgos primarios?
- ¿Qué es lo que está tratando de equilibrar?



## RIESGO DE CONCEPTO/DISEÑO

- Asegúrese de que el concepto alcance las necesidades del cliente meta.
- La manera de controlar este riesgo, es *presentar el concepto detallado a los clientes* en discusiones en Grupos Focales.
- Hay muchas instituciones que se arrepienten de no haber llevado a cabo más trabajos en este paso... “**Si solamente hubiéramos desarrollado investigación de nuestro concepto...**”

# FACTORES PARA EL ÉXITO DEL DESARROLLO DEL PRODUCTO

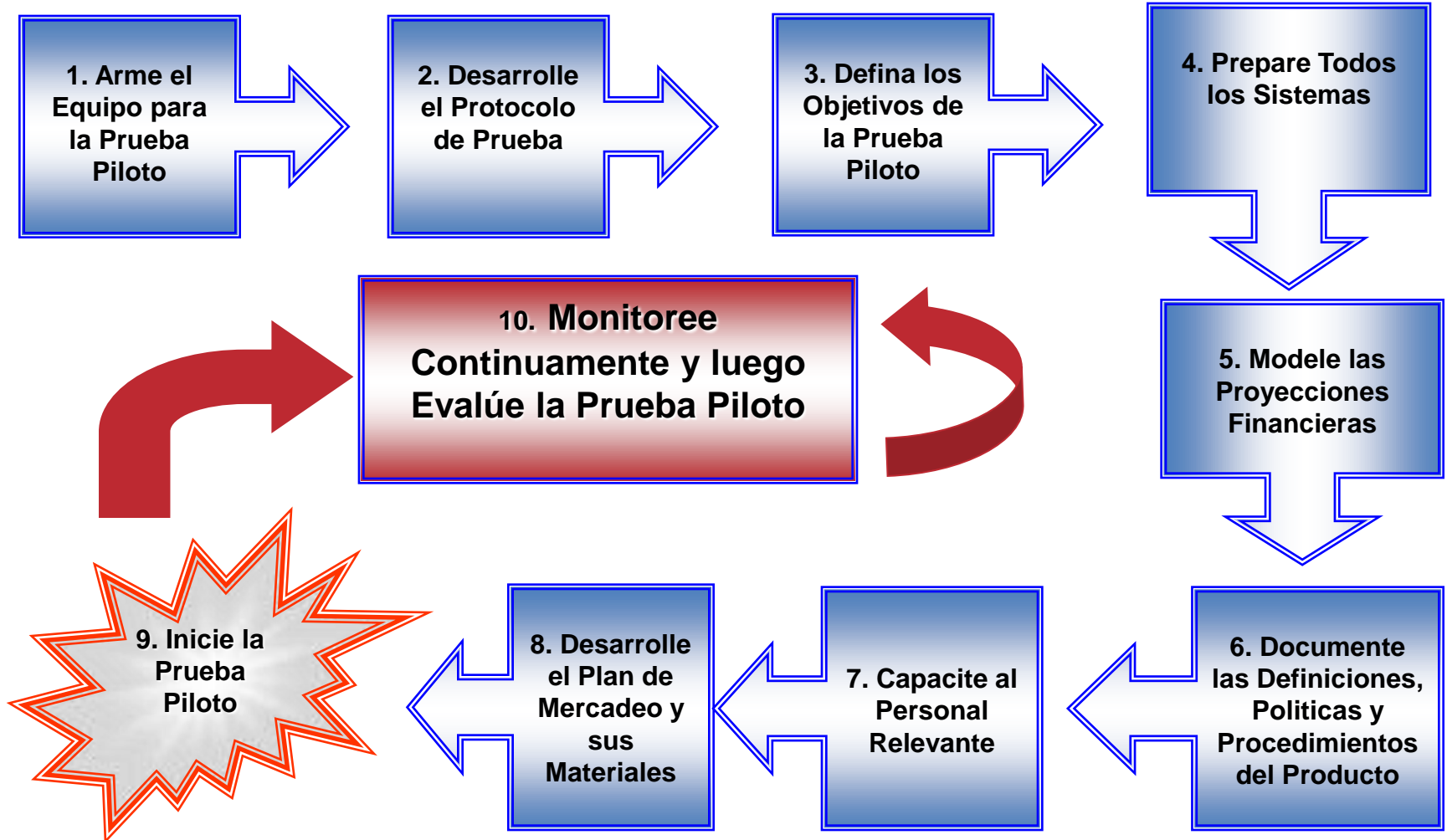


1. Comprensión detallada de las necesidades del cliente.
2. Productos bien definidos que satisfacen esas necesidades.
3. Enfoque en el valor del producto para el cliente.
4. Compromiso total de la gerencia y del personal con el producto.
5. Desarrollo y conservación de un amplio rango de un conjunto de destrezas entre el personal.
6. Tiempo disponible para el personal que a menudo está sobrecargado.
7. Recursos financieros para investigación y monitoreo.
8. Liderazgo y coordinación.
9. Mercadeo interno y comunicación clara y consistente.
10. ¡ADMINISTRE LOS RIESGOS A TODO LO LARGO DEL PROCESO!

## PRUEBA PILOTO Y REDUCCIÓN DE RIESGO

- La prueba piloto en si misma es un importante mecanismo de reducción de riesgo por cuanto prueba:
  - El diseño del producto y suministra modificaciones
  - Sistemas y procedimientos
  - Capacitación
  - Mercadeo y comunicaciones
  - Compromisos financieros
- Permite la cancelación del producto mientras que el gasto es relativamente modesto (¡el costo aumenta en cada paso!)
- Informa sobre el proceso de masificación y expectativas futuras del producto.

# PRUEBA PILOTO



## PRUEBA PILOTO

Como mínimo, el riesgo debería ser evaluado formalmente en las siguientes etapas:

- Después del diseño del concepto.
- Antes de comenzar la Prueba Piloto.
- Antes de masificar como parte de la Carta de Recomendación de producto al Directorio.

# RIESGOS DE LA PRUEBA PILOTO: DESPUÉS DEL DESARROLLO DEL CONCEPTO



Aún en este paso inicial muchos riesgos pueden ser anticipados:

- **Riesgos de Concepto:** El producto fracasa en alcanzar las necesidades de los clientes.
- **Riesgos de Sistemas:** El producto no puede ser operado por el sistema.
- **Riesgos de Personal:** Personal equivocado es asignado al equipo dando como resultado destrezas pobres e insuficiente influencia.
- **Riesgos de Recursos:** No recibe los recursos humanos y financieros requeridos para ser exitosa.
- **Posicionamiento:** Como va a afectar el producto a la posición de la IMF.
- **Mix de Producto:** ¿El nuevo producto añade, complementa o canibaliza productos existentes?



SI NO LO HACE...



# MASIFICACIÓN DEL PRODUCTO

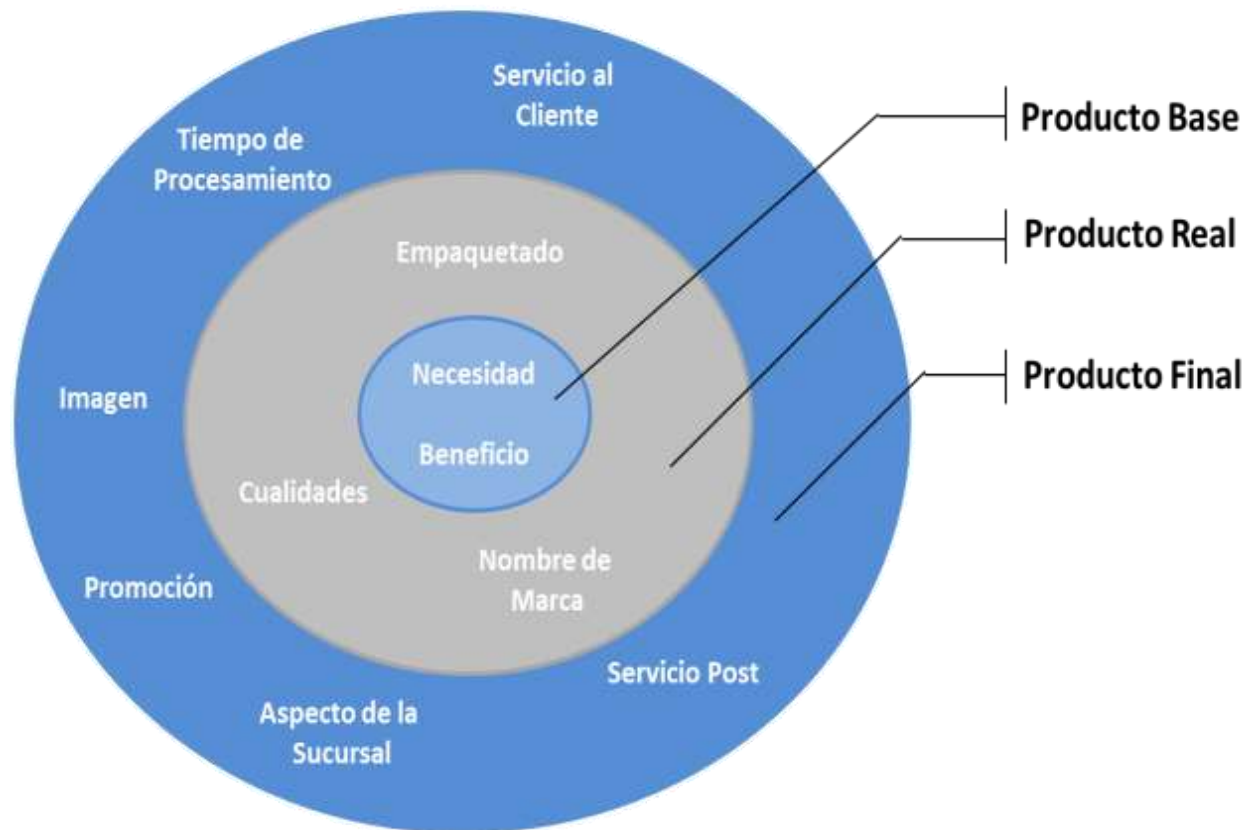


## PREVIO A LA MASIFICACIÓN

- Con anterioridad a la masificación una institución debería examinar los riesgos nuevamente.
- Debería considerar:
  - ¿Qué estuvo bien durante la prueba piloto?
  - ¿Qué estuvo mal?
  - ¿Qué eventos de riesgos se experimentaron?
  - ¿Se requieren estrategias y tácticas adicionales de administración de riesgos?
- Este análisis de riesgo debería ser parte de **la Carta de Recomendación** que está formulada para que el Directorio decida sobre si masificar o no el producto.

# ESTUDIO DE CASO: DESARROLLO DE PRODUCTO

## El Producto Total



# Coffee Break



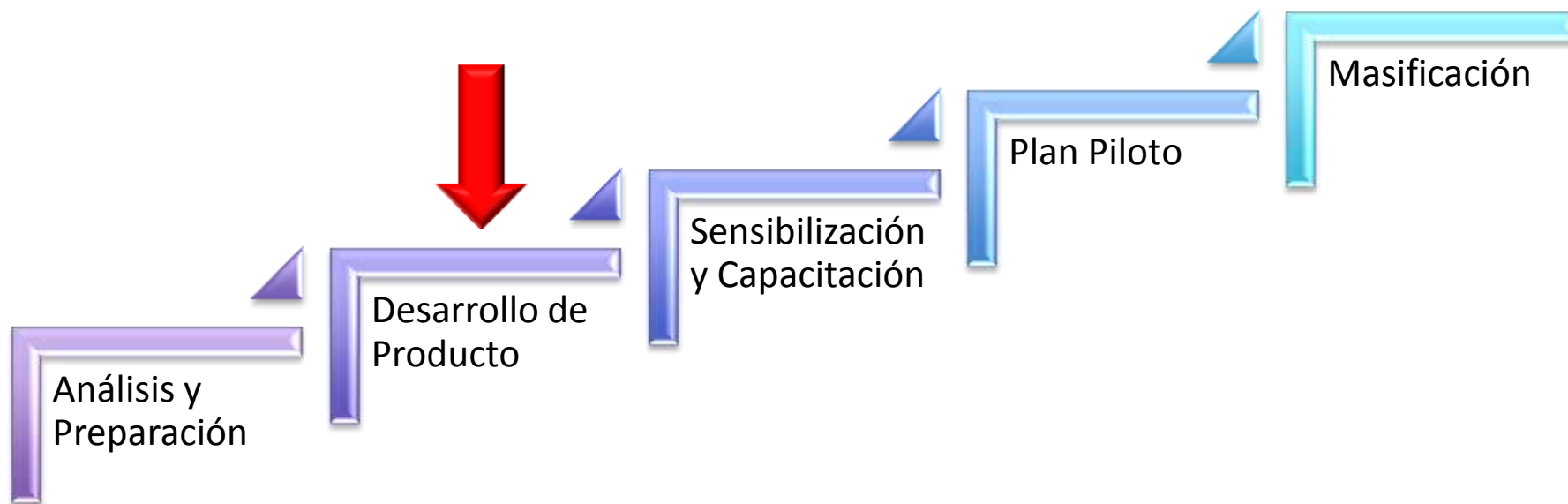
**30 MINUTOS**

***“EL RETO DEL CRÉDITO AGRÍCOLA  
EN MICROFINANZAS:  
COMO DESARROLLAR EL PRODUCTO”***

***Módulo # 3: Desarrollando un Producto para el  
Financiamiento de Cadenas de Valor***



## ACTIVIDADES PRINCIPALES



*Este es un ejemplo de un proceso seguido con FUNDEA (Guatemala) con la que se desarrolló un producto de Financiamiento para Cadenas de Valor.*

# ANÁLISIS Y PREPARACIÓN

Pre-  
Identificación  
de Cadenas

Instrumento de CIPASLA para priorizar cadenas productivas

| Demanda del Mercado   | Factibilidad Técnica Ambiental | Factibilidad Económica    | Nivel Organizativo | Apoyo de Entidades de Desarrollo | Existencia de Cultivo |
|-----------------------|--------------------------------|---------------------------|--------------------|----------------------------------|-----------------------|
| Crecimiento alto (6)  | Alta (5)                       | Rentabilidad alta (4)     | Fuerte (3)         | Si (2)                           | Si (1)                |
| Crecimiento medio (4) | Media (3)                      | Rentabilidad media (3)    | Mejorando (2)      | No (1)                           | No (0)                |
| Crecimiento bajo (2)  | Baja (0)                       | Rentabilidad bancaria (2) | Incipiente (1)     |                                  |                       |

| PRODUCTO            | TOTAL |
|---------------------|-------|
| CAFÉ VERDE EN GRANO | 20    |
| PAPA                | 20    |
| COLIFLOR Y BROCOLI  | 19    |
| CACAO               | 19    |
| AZUCAR              | 17    |
| ARVEJA CHINA        | 17    |
| CARDAMOMO           | 16    |
| EJOTE FRANCÉS       | 14    |



# ANÁLISIS Y PREPARACIÓN



*¿Tiene la institución la capacidad para desarrollar este producto?*

# DESARROLLO DEL PRODUCTO

Diseño de  
Productos

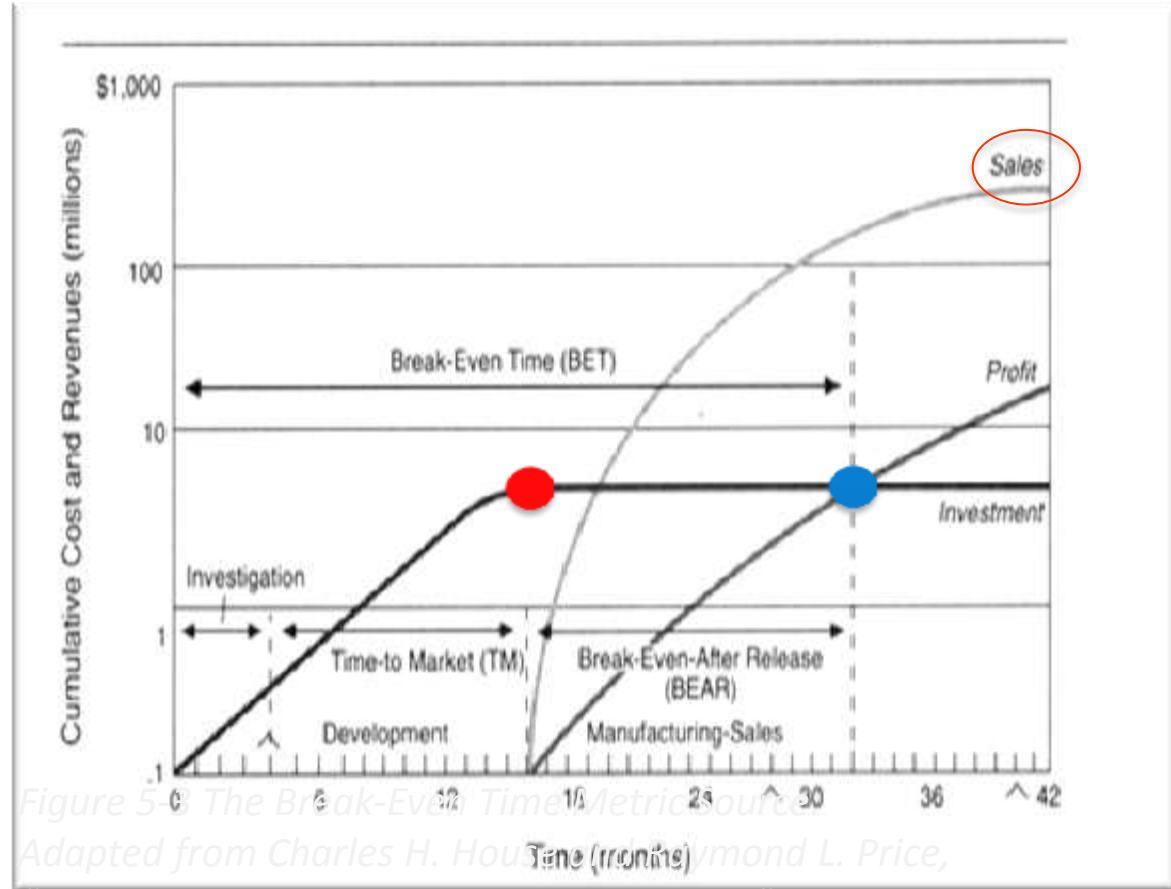


Figure 5-6 The Break-Even Time Metric Source

Adapted from Charles H. House and Raymond L. Price,

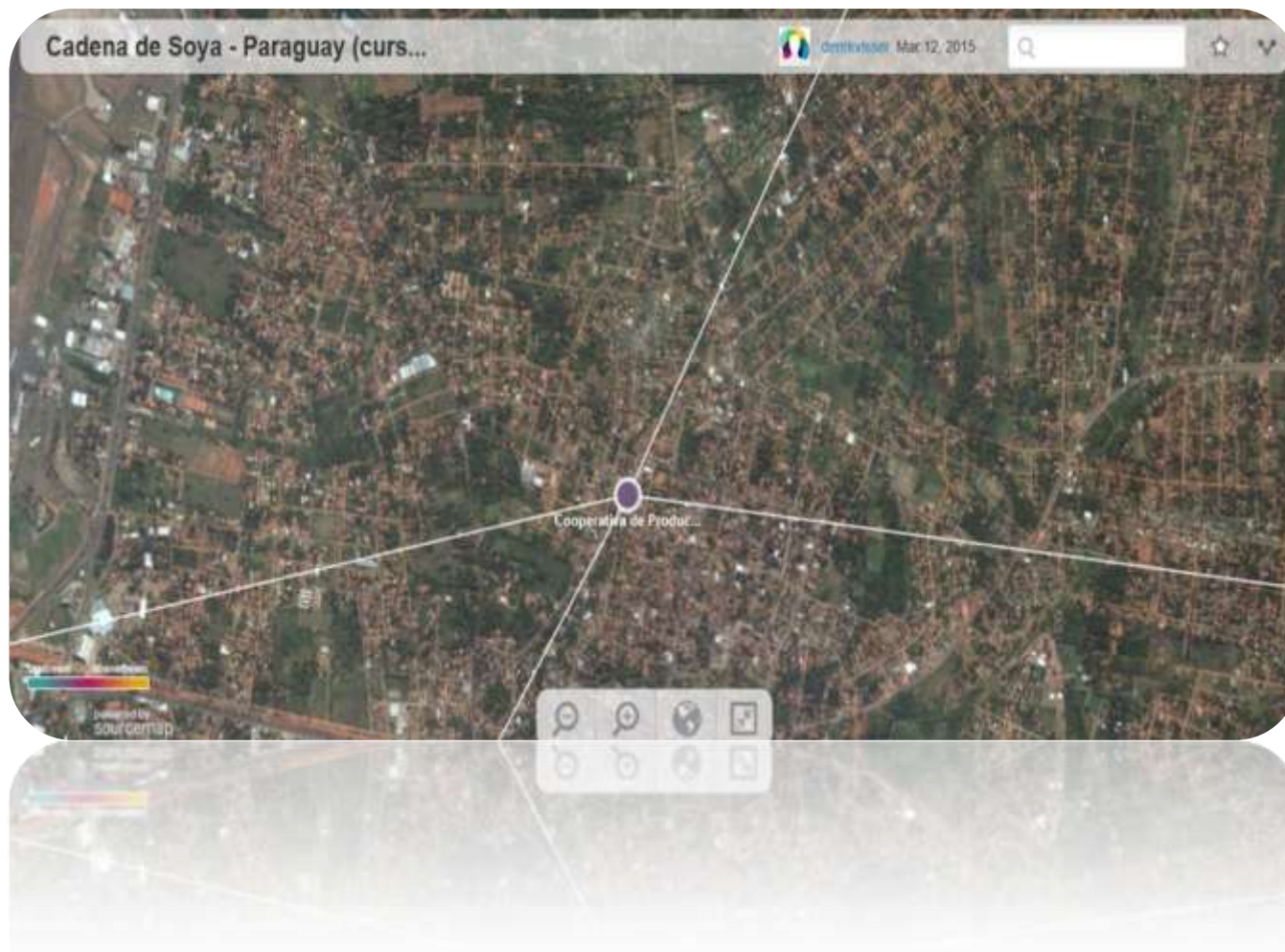
"The Return Map: Tracking Product Teams," Harvard

Business Review

Línea de tiempo para el desarrollo de productos

# DESARROLLO DEL PRODUCTO

Mapeo de Cadenas

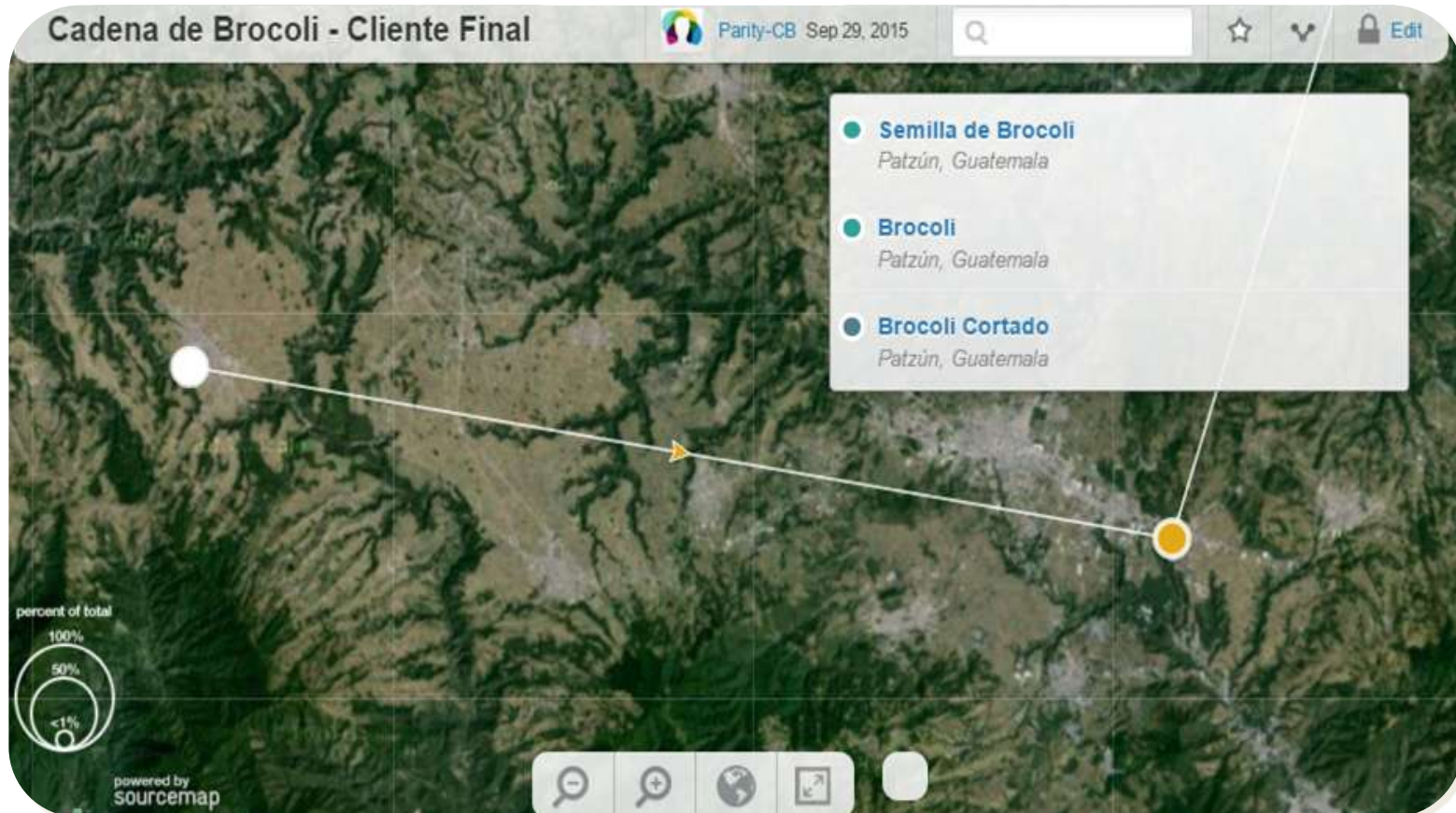


## DESARROLLO DEL PRODUCTO



*Mapa de la Cadena de Valor del Brócoli en Guatemala*

## DESARROLLO DEL PRODUCTO



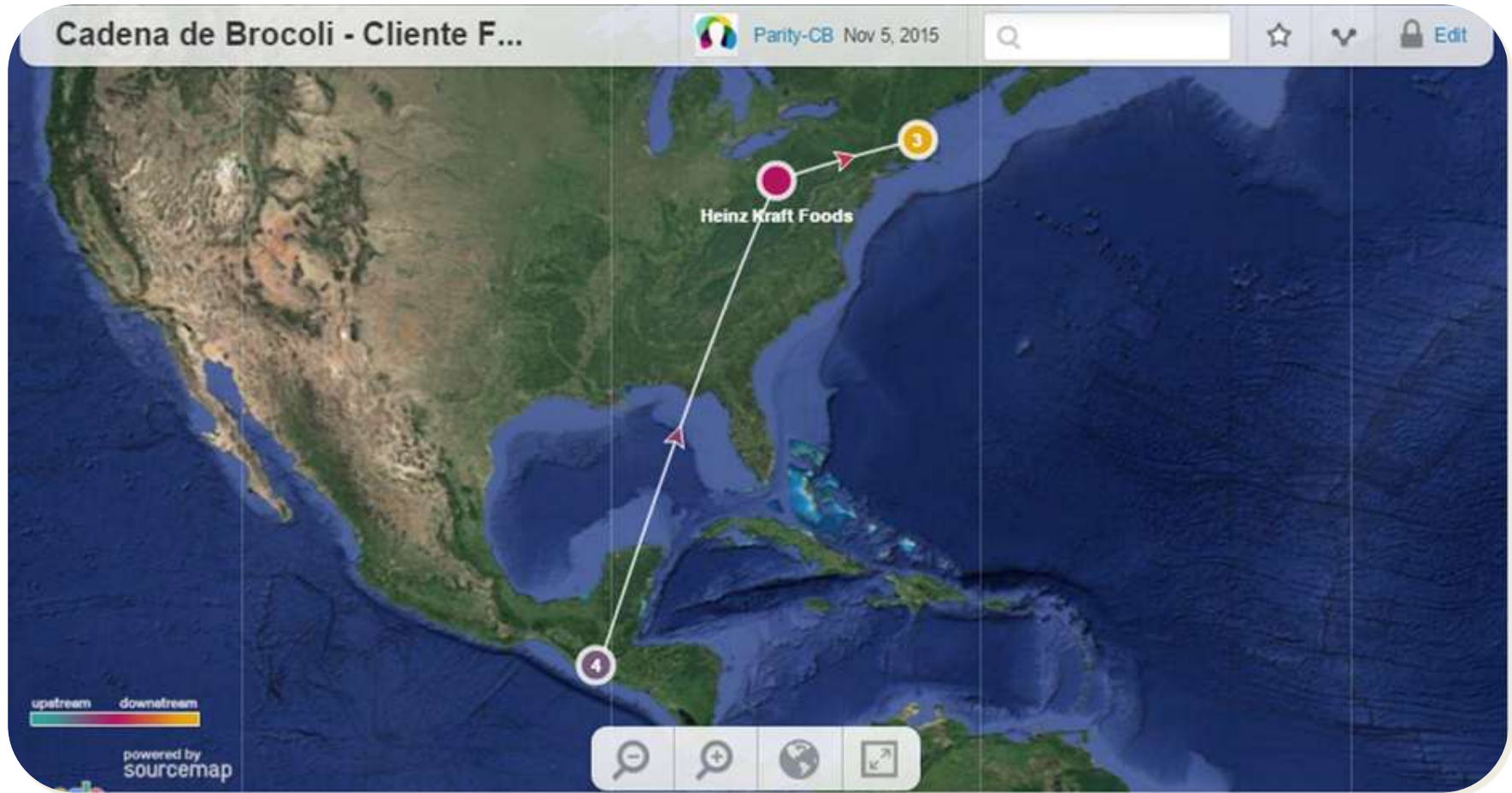
*Conexión entre el productor agrícola y el maquilador*

## DESARROLLO DEL PRODUCTO



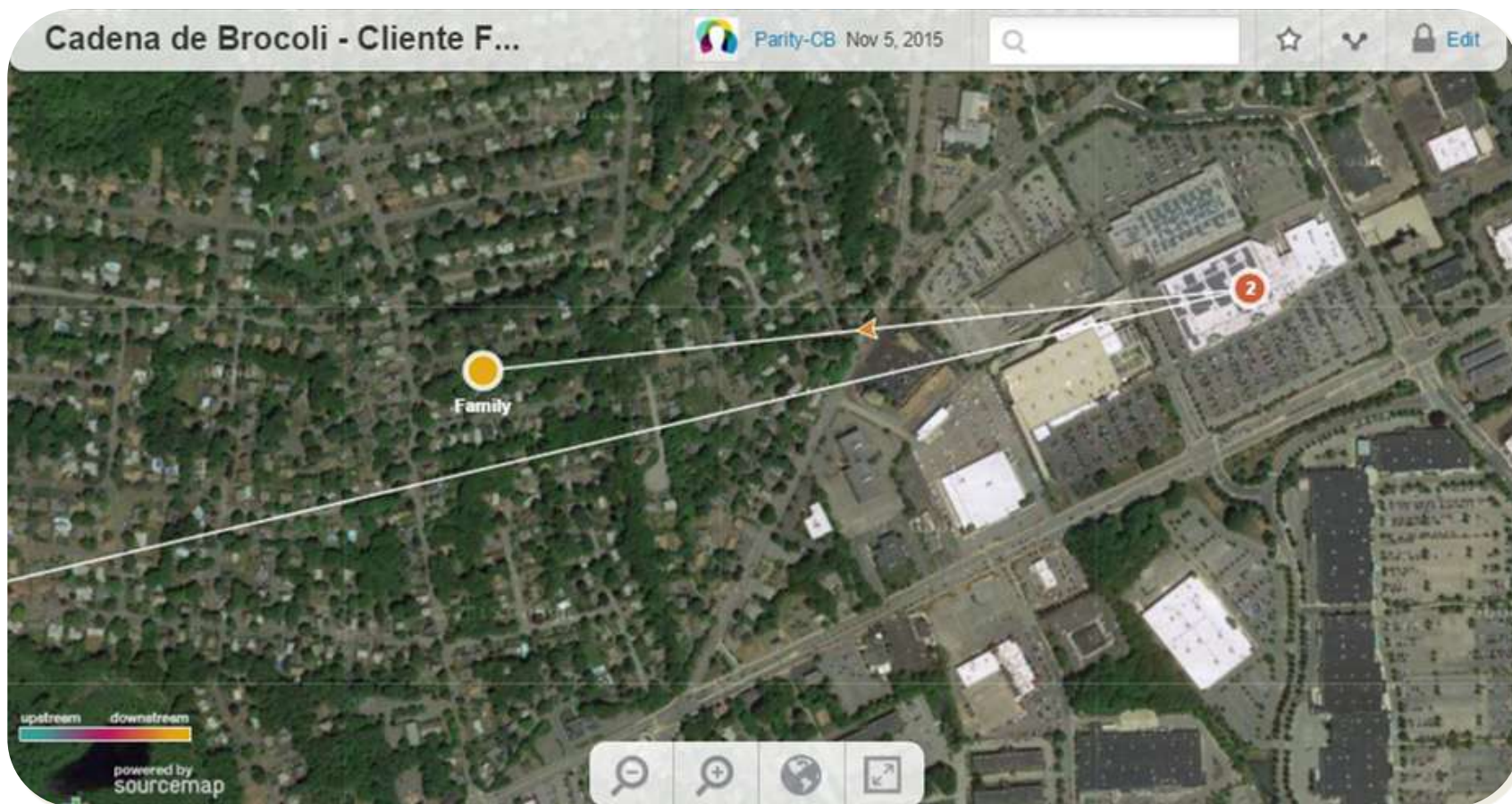
*El equipo de FUNDEA visitando a los productores de brócoli en el eslabón de la cadena que pasa por Patzún.*

# DESARROLLO DEL PRODUCTO



*Conexión entre el maquilador y **Heinz Foods**, el importador en los EEUU.*

# DESARROLLO DEL PRODUCTO



*El producto procesado pasa de **Heinz Foods** a **Target**. En la imagen se ve la conexión entre el supermercado Target y la casa del consumidor final.*



## DESARROLLO DEL PRODUCTO

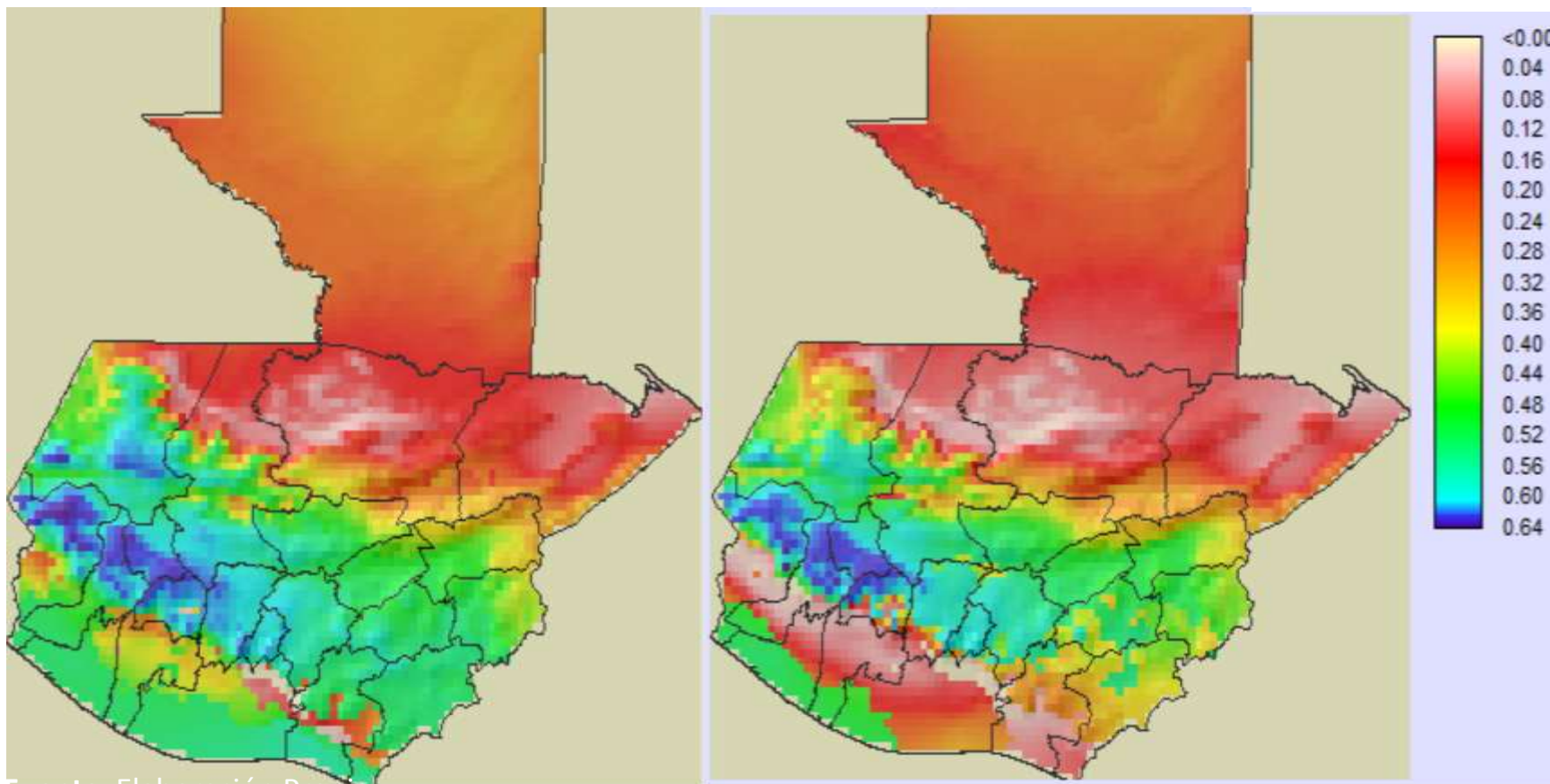


*Una vez identificado el consumidor final se busca conocer su opinión sobre el producto para tener una idea clara de las tendencias de la demanda.*

## DESARROLLO DEL PRODUCTO



# MAPAS DE APTITUD PARA EL CULTIVO DE BRÓCOLI EN GUATEMALA

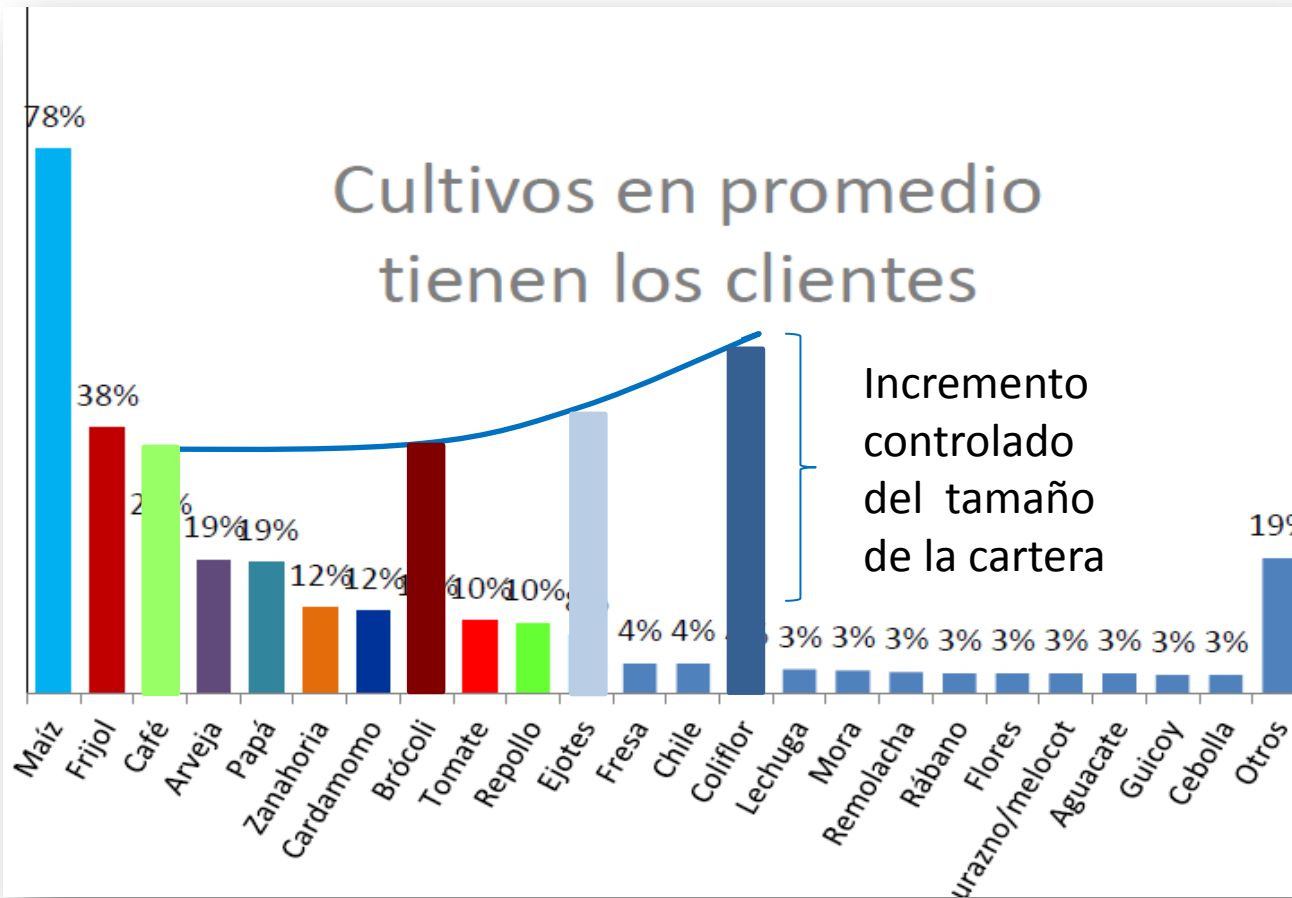


**2015**



**2050**

# DIVERSIFICACIÓN DE LAS CADENAS A FINANCIAR



*La metodología permite seleccionar una cadena en la que se desea incrementar el tamaño de la cartera. Esto se puede hacer de forma controlada y sumar cartera entre varias nuevas cadenas*

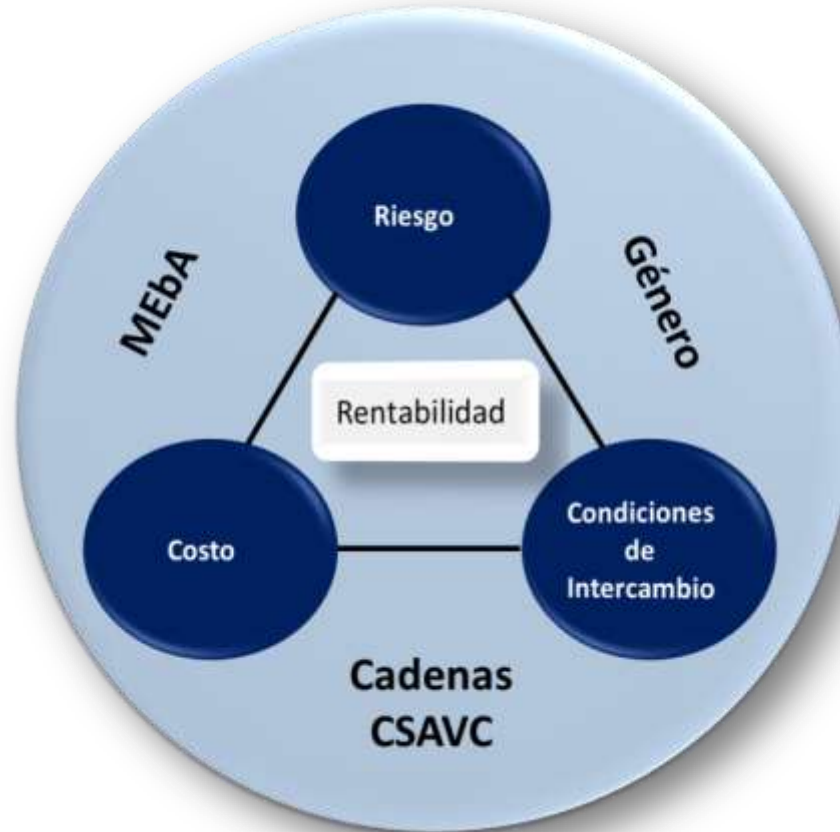
# DIVERSIFICACIÓN DE LAS CADENAS A FINANCIAR



La metodología permite conocer el nivel de riesgo de cada una de las cadenas, comparar los niveles de riesgo entre cadenas y permite conocer el nivel de exposición de riesgo crediticio y la diversificación del riesgo entre las cadenas.

## DESARROLLO DEL PRODUCTO

Atributos  
de  
Producto



*Durante el proyecto se buscó desarrollar un producto rentable, que permita reducir el riesgo crediticio, con costos bajos y que mejore las condiciones de intercambio que ofrecen otros productos de la institución. Además se añadieron atributos para hacer que el producto incentive el uso de Medidas de Adaptación para el Cambio Climático, favorezca los niveles de equidad de género y ayude al desarrollo de Cadenas CSAVC.*

# DESARROLLO DEL PRODUCTO

Si tú eres parte de una Cadena de Valor de Brócoli

## Solicita tu crédito **CREDI-VALOR**

Y encuentra en FUNDEA tu socio para hacer crecer y proteger tu negocio y tus cultivos.

Solicita más información llamando o visitándonos:

Dirección de agencia: \_\_\_\_\_

Teléfono de agencia: \_\_\_\_\_

Nombre del asesor(a): \_\_\_\_\_

Teléfono del asesor(a): \_\_\_\_\_

Tu representante: \_\_\_\_\_

Teléfono representante: \_\_\_\_\_

¡Qué buena idea!  
tener mi crédito en



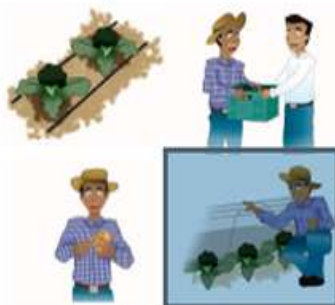
Fundación para el Desarrollo Empresarial y Agrícola

Oficinas Centrales

15 Av. 2-09, Zona 13, Ciudad de Guatemala  
info@fundea.org.gt - PBX: 2444 2222

### **CREDI-VALOR** de FUNDEA

- Es un conjunto de soluciones crediticias para las diferentes necesidades de tu negocio de brócoli.
- Con montos adecuados, trámites sencillos, diversas garantías y tasa competitiva.
- Facilita información y soluciones para la adaptación para reducir el impacto del Cambio Climático.



Es tu mejor socio financiero

- Por que entiende tu negocio.
- Te apoya desde la siembra hasta la venta.
- Forma de pago según tu cosecha.
- Te apoya ante emergencias climáticas.
- Te facilita crédito para gastos inesperados.



### ¿Qué es Cadena de Valor?

- Es el conjunto de actividades necesarias para llevar un producto o servicio desde su producción hasta la entrega al consumidor final.
- Es una red de participantes, que se comunican, se compran y venden entre sí sus productos y servicios para entregar un producto final a un grupo determinado de consumidores.
- Los participantes en una cadena de valor son: los productores, los proveedores de insumos, los servicios de apoyo, los transportistas, y las industrias o exportadores.

#### CADENA DE VALOR



### ¿Por qué apoyamos la adaptación para reducir el impacto del Cambio Climático?

- Los cambios climáticos, a veces sequías o mayores lluvias, heladas o mayor calor, dañan los cultivos, aumentan plagas, producen hongos o reducen la producción.
- Si bien no podemos controlar el clima, **CREDI-VALOR** de **FUNDEA** facilita asesoría técnica y crédito para medidas de adaptación al Cambio Climático, protegiendo tus cultivos, tu inversión, tu futuro y el de tu familia.



## **CREDI-VALOR**



Para Cadenas de Valor y Cambio Climático



Una solución de crédito para productores de brócoli, con asesoría en adaptación al Cambio Climático:

- Crédito para Inversión en Adaptación a Cambio Climático
- Crédito para Capital de Trabajo
- Crédito para Emergencias Climáticas
- Crédito para Adelanto de Pago

#### Ventajas para el Agricultor

- Montos adecuados
- Forma de pago según tu cosecha
- Tasa competitiva
- Requisitos simples
- Varias opciones de garantías

# SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN

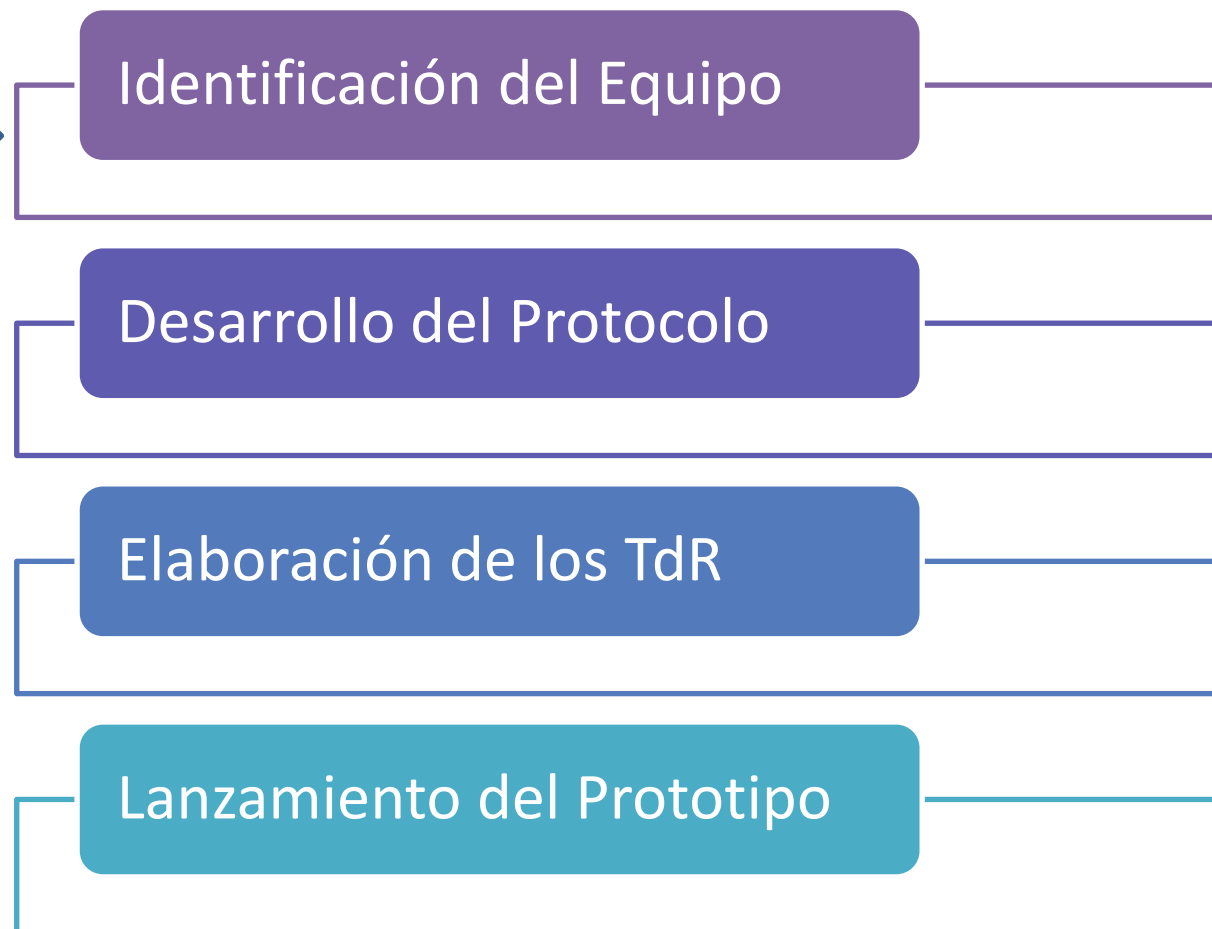


Capacitación y Marketing





# PLAN PILOTO

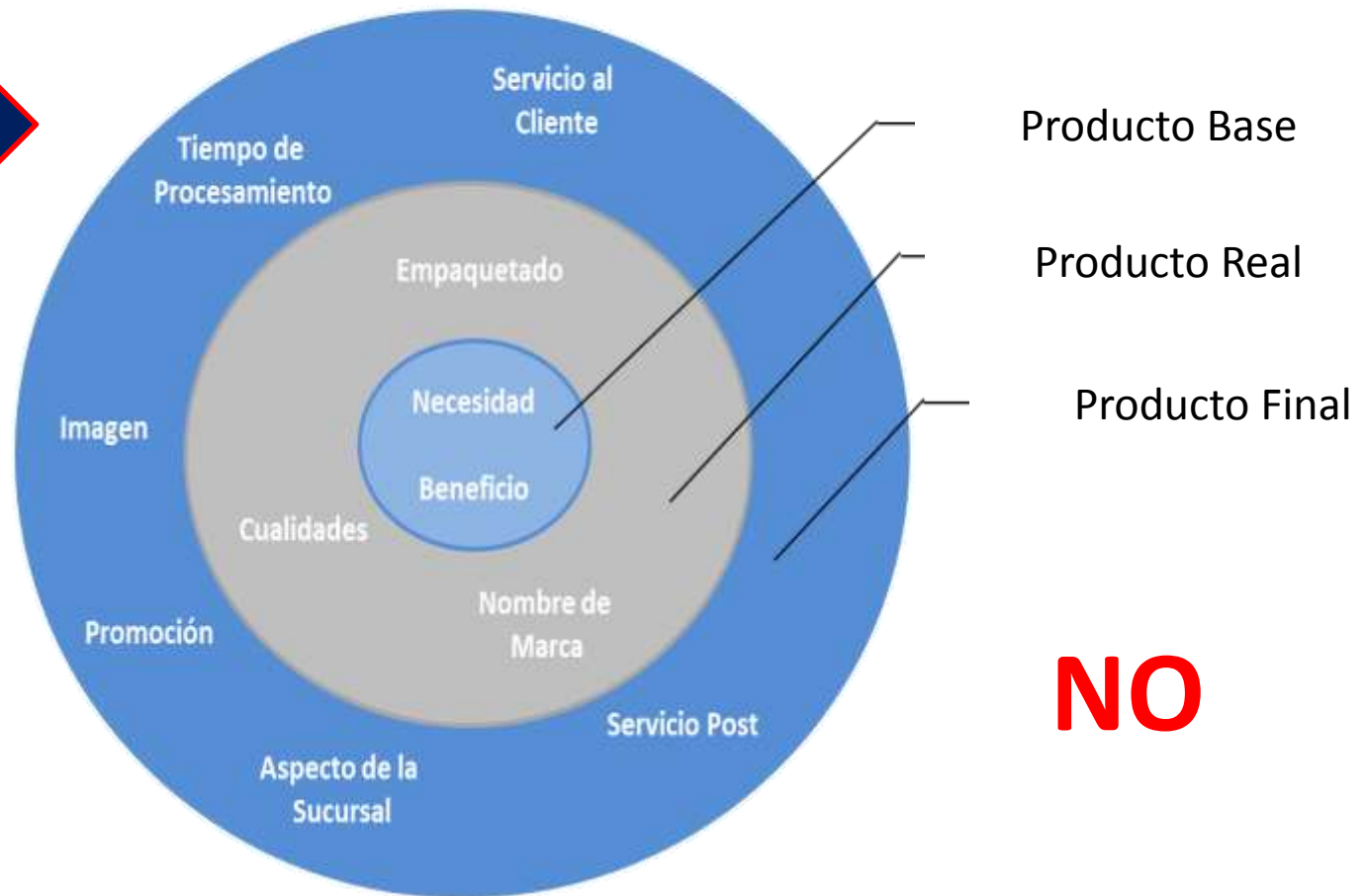


# PLAN PILOTO – LANZAMIENTO DEL PROTOTIPO



# MASIFICACIÓN

## El Producto Total



SI

NO

¿Se alcanzaron los parámetros establecidos para el Producto Base, el Producto Real y el Producto Final? Si la respuesta es sí, se procederá a la **MASIFICACIÓN!**

**¡Gracias!**

**Parity Consultores Bolivianos S.R.L.**

Calle 21 de Calacoto # 8227  
Edificio Torre Lydia- Oficina 904  
La Paz - Bolivia

[fneri@paritycb.com](mailto:fneri@paritycb.com)

Tel: (591) 2 277-3665

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