**MODELO DE INFORME SPI4**

**Consideraciones generales y recomendaciones para la redacción del resumen**

Lenguaje: Dado que el resumen sirve principalmente para la gerencia de la IMF, redacte una primera versión en el idioma de trabajo de la IMF. Después de que el informe haya sido examinado internamente, puede hacer una versión en inglés que servirá mejor para intercambiarla con partes interesadas (MIX, redes, inversionistas y otras). Las dos versiones son bienvenidas por CERISE.

Estructurado: El resumen deberá ser estructurado para permitir una lectura fácil y rápida.

Fotos: El texto solo es aburrido, impersonal y no anima a leer. Además, unas fotos de los clientes le dan un toque “real” al reporte.

Corto: Debe ser un resumen, no un reporte detallado. Por esta razón, enfóquese en la información más importante. Usted considera que el lector quiere obtener una perspectiva general y información sintetizada sobre los resultados de la IMF.

Informativo: Piense en el lector a quién se dirige el resumen. Hay diferentes personas que leerán su reporte y cada grupo necesita información más o menos detallada/específica: inversores, expertos microfinancieros, redes, proveedores de AT, el público, etc.

**Estrategia de comunicación de los resultados SPI y del resumen**

1. Pregunte por la validación de la gerencia de la IMF.
2. Proponga a la gerencia de la IMF enviar los resultados (el cuestionario SPI4, no solamente el resumen) al MIX para reportar los Social Performance indicadores.
3. Estrategia de comunicación para la IMF con el resumen:
* Grupos de interés internos: Junta directiva, empleados, clientes.
* Grupos de interés externos: donadores, inversores, proveedores de AT, organizaciones aliadas, organizaciones madrices.
* Redes locales y regionales.
* Centros de referencia (Microfinance Gateway, Social Performance Task Force Blog, etc.).

**Desempeño Social de <Nombre de la IMF>**

<País, Mes 20XX>

**Introducción**

Presentar el enfoque de de la organización y razones para aplicar SPI4 en unas frases.

La auditoría social de la IMF A se realizó utilizando SPI4, una herramienta completa de auditoría social que permite a las IMF evaluar su nivel de implementación de las Normas Universales de Desempeño Social. SPI4 evalúa las fortalezas de una IMF y debilidades en Gestión del Desempeño Social (GDS) y en protección del cliente, con el objetivo de utilizar esta información para ayudar a la IMF a mejorar sus sistemas y prácticas de gestión a través del tiempo. El SPI4 incluye un módulo principal que consiste en:

* Las Normas Universales para la Gestión de Desempeño Social: un manual completo de buenas prácticas creado por y para la gente en las microfinanzas como un recurso para ayudar a las instituciones financieras a alcanzar sus metas sociales.
* Estándares de Certificación para la Protección del Clientes de la Smart Campaign: los estándares mínimos que los clientes deben esperar recibir al hacer negocios con una entidad financiera. Todos los estándares de certificación de la Smart Campaign y sus indicadores asociados se incorporan en los Estándares Universales de Gestión del desempeño social.

Si usted eligió a módulos adicionales, por favor indicar cuales módulos y explicar por qué. De lo contrario, elimine esta sección.

• Microfinanzas verdes: Un conjunto de indicadores adicionales para las instituciones con un enfoque ambiental (desarrollados por los miembros de la Plataforma Europea de Microfinanzas).

* Pobreza: indicadores adicionales para las instituciones cuya misión incluye el objetivo de reducción de la pobreza (de Truelift y la Fundación Grameen )
* SPI3: indicadores adicionales para los usuarios de la versión anterior de esta herramienta (SPI3) con el fin de permitir la comparación entre los resultados obtenidos a partir de SPI4 y los resultados de las auditorías sociales previas usando SPI3.

Este informe resume los resultados de la auditoría SPI4, llevada a cabo por Nombre de FECHA a FECHA.

 Aproveche e incluya unas fotos de la IMF, sus clientes o proyectos

<Presentación de la IMF>

Resuma una breve presentación de la IMF. Ponga énfasis en sus objetivos, su principal área de intervención y metodología. Explique si solo otorga créditos o capta ahorros también, si brinda servicios no-financieros u otros productos específicos. Describa su ubicación, historia, cuándo y con qué intención se fundó, así como particularidades. Mencione alianzas importantes o la organización madriz, si aplica.

**Datos claves** (Mes 20XX)





**Resultados de los Estándares Universales por Dimensiones**

**DEFINIR Y MONITOREAR OBJETIVOS SOCIALES (XX%)**

Las microfinanzas se han desarrollado para atender a las poblaciones excluidas del sector financiero convencional - las poblaciones que a menudo incluyen a los pobres y vulnerables, así como las personas rechazadas por los bancos o que viven en zonas sin servicios bancarios. Las instituciones de microfinanzas con un doble objetivo no sólo buscan ofrecer servicios financieros a estas poblaciones excluidas, sino también a crear beneficios en la vida de sus clientes. Los estándares, las prácticas y los indicadores de la Dimensión 1 ayudan una institución responder a dos preguntas fundamentales: 1) "¿Llega mi institución a su población meta?" y 2) "¿Están las vidas de nuestros clientes mejorándose?" Específicamente, la Dimensión 1 establece que una institución debe tener una estrategia clara que describe los objetivos sociales de la institución, cómo el trabajo de la institución contribuye al alcance de esos objetivos, y cómo la institución medirá su progreso real hacia esos objetivos.

Resuma las actividades y esfuerzos de la IMF referente a los 2 estándares de la Dimensión 1. Empiece con resultados positivos, es decir con los estándares donde la IMF obtuvo (muy) buenas puntuaciones Mencione esfuerzos extraordinarios o circunstancias particulares. Finalmente concluya con recomendaciones y las áreas de mejora. Mencione esfuerzos especiales o circunstancias particulares que explican por qué la IMF obtuvo estos resultados y si hay algunas iniciativas pendientes cuya aplicación influirá esta puntuación en un futuro próximo. Concluir con recomendaciones y áreas de mejora, es decir, los estándares por los cuáles la IMF no obtuvo una buena puntuación.

Usted puede redactarlo para cada estándar en parágrafos distintos o resumir toda la dimensión de una vez.

**Compromiso con los objetivos sociales (XX%)**

Compromiso a todos los niveles de una organización es fundamental para la implementación exitosa de la estrategia de la institución. Dimensión 2 cubre las prácticas que una institución puede poner en práctica para asegurar que los miembros de la junta, la gerencia y el personal están comprometidos con los objetivos sociales de la institución. Esta Dimensión se centra en cómo la institución puede apoyar y preparar a sus grupos de interés internos para el éxito en términos de la implementación de los objetivos sociales de la institución, así como cada nivel de la organización puede hacer su parte para mantener la institución responsable de su misión y ayudar a alcanzar sus objetivos.

Resuma las actividades y esfuerzos de la IMF referente a los 3 estándares.



**Diseñar productos que respondan a las necesidades de los clientes (XX%)**

Las microfinanzas tienen el potencial de dar a los pobres y excluidos acceso a los servicios financieros. Pero alcanzar a una población meta no es suficiente; productos y servicios deben adaptarse a las necesidades de los clientes para crear beneficios a los clientes. Sin embargo, servicios de microfinanzas son generalmente demasiado estandarizados: pequeños préstamos, pagos mensuales, garantías de grupos solidarios. Brindar servicios de alta calidad y que se adaptan bien a los clientes - es decir, adecuados al contexto local, diversificados, eficientes y transparentes - requiere técnicas innovadores y una estrategia proactiva que puede combinar acceso a servicios financieros *así como* no financieros. Dimensión 3 analiza las diversas formas usadas por las instituciones para recopilar información sobre las necesidades y preferencias de los clientes, y adaptar sus productos y servicios en consecuencia. Dimensión 3 incorpora textualmente las normas de certificación de protección al cliente de la Smart Campaign relacionadas con el primero principio de protección al cliente "**Diseño y distribución apropiada de productos**"

Resuma las actividades y esfuerzos de la IMF referente a los 2 estándares.



**Trato responsable hacia el cliente (XX%)**

Como mínimo, todas las instituciones financieras, incluso las que no tienen objetivos sociales, tienen la responsabilidad moral de no perjudicar a los clientes. Dimensión 4 cobre las prácticas que una institución puede implementar para garantizar que no daña a los clientes. En concreto, los estándares en la Dimensión 4 trata de la prevención del sobreendeudamiento de los clientes, la transparencia, el trato justo y respetuoso a los clientes, la privacidad de los datos de los clientes, y los mecanismos para resolver las quejas de los clientes. Dimensión 4 incorpora textualmente las normas de certificación para la protección a los clientes de la Smart Campaign de los principios dos, tres, cinco, seis, y siete (respectivamente, Prevención del sobreendeudamiento, Transparencia, Trato justo y respetuoso a los clientes, Privacidad de los datos de los clientes, y Mecanismos para la resolución de quejas).

<Foto del cliente>

Puede adjuntar una linda cita de un cliente o de algún tenedor de apuestas de la IMF, como por ejemplo directores, miembros de la junta, oficiales de crédito, etc. o puede presentar un ejemplo positivo de DS.

Resuma las actividades y esfuerzos de la IMF referente a los 5 estándares.



**Trato responsable a los empleados****(XX%)**

El trato responsable a los empleados es fundamental para una institución exitosa por dos razones principales. En primer lugar, porque ofrecer empleos es un beneficio importante que una institución aporta a su comunidad, y en segundo lugar, porque la manera en que los empleados son tratados por la institución financiera tiene un impacto enorme en cómo los empleados tratan a los clientes de la institución. Dimensión 5 se centra en cómo una institución puede crear un ambiente de trabajo justo, seguro y comprensivo, y cómo puede proporcionar a los empleados la información que necesitan para tener éxito en su trabajo.

Resuma las actividades y esfuerzos de la IMF referente a los 3 estándares.



**Equilibrio entre desempeño social y financiero** **(XX%)**

Todas las instituciones financieras con un doble objetivo deben buscar un desempeño financiero y social equilibrado. Las instituciones deben garantizar su sostenibilidad (rendimiento financiero) con el fin de poder seguir sirviendo a sus clientes meta con productos y servicios que generen beneficios en la vida de los clientes (desempeño social). Por esta razón, Dimensión 6 se centra en la toma de decisiones de la institución sobre temas financieros claves (ej: objetivos de crecimiento, objetivos y utilización de beneficios, selección de las fuentes de financiación, remuneración de los empleados) que también son cruciales para mantener un enfoque en el cliente. Dimensión 6 incorpora textualmente las normas de certificación de protección al cliente de la Smart Campaign relacionadas con el principio de protección al cliente cuatro "Precios Responsable."

Resuma las actividades y esfuerzos de la IMF referente a los 4 estándares.



**Conclusión y recomendaciones**

Resuma una conclusión, destacando las mayores fortalezas de la IMF e identificando **uno o dos (¡no más!)** áreas claves de mejora. Proponga pasos y acciones muy específicos para la IMF, en referencia a él o los dos asuntos claves, que podrían servirle como base para un enfoque de GDS en su próximo plan de negocios.

Estos deben ser los dos principales desafíos prioritarios según el auditor social, teniendo en cuenta los resultados de SPI4, la misión de la institución y las prioridades estratégicas, y el presupuesto disponible para las mejoras.

**Propuesta para un plan de acción**

Usando los resultados SPI4, los principales desafíos en el contexto local, las prioridades estratégicas de la institución, y la voluntad y la capacidad de asignar un presupuesto a la mejora de la GDS de la institución, los auditores sociales deben desarrollar un plan de acción para la IMF que enumera todos las principales áreas de mejora. Estas acciones de seguimiento deben ser priorizadas por orden de importancia / viabilidad, empezando con áreas que serían muy importantes que mejorar y no demasiado costosos. Idealmente, este plan de acción debe ser revisado con la dirección de la institución para obtener un compromiso y la aprobación de abordar los temas de mayor prioridad en el próximo ciclo presupuestario.

****

**Informes opcionales**

SPI4 permite diferentes informes, así puede incluir a continuación los informes que son relevantes para su institución. Sin embargo, como mínimo, esta sección del informe debe presentar los resúmenes y la información generados por el informe de los Estándares Universales disponible en la página de destino dentro SPI4.

**Resultados de los principios de protección al cliente (opcional)**

Párrafo que resume la práctica general referente a los Principios de Protección al Cliente. Ejemplo: [NOMBRE de la institución financiera] cumple con las normas para tres sobre siete principios, con prácticas excepcionales en el trato justo y respetuoso de los clientes, a pesar de una brecha en uno de los indicadores bajo este principio. Se necesitan pequeños ajustes para cumplir con las normas en las áreas de precios responsables, trato justo y respetuoso de los clientes, privacidad de los datos, y se necesitan ajustes un poco más grandes para cumplir con las normas de transparencia, principalmente debido a la utilización de tasas fijas.



**Diseño y distribución apropiada de productos**

**[Resumen del Principio en Práctica]**



**Prevención del sobreendeudamiento**

**[Resumen del Principio en Práctica]**



**Transparencia**

**[Resumen del Principio en Práctica]**



**Precios responsables**

**[Resumen del Principio en Práctica]**



**Trato justo y respetuoso de los clientes**

**[Resumen del Principio en Práctica]**



**Privacidad de los datos del cliente**

**[Resumen del Principio en Práctica]**



**Mecanismos para resolución de quejas**

**[Resumen del Principio en Práctica]**





**Microfinanzas verdes (opcional) (XX%)**

El Módulo de Microfinanzas verdes fue creado para permitir las IMF con conciencia ambiental como parte de su misión evaluar su nivel de implantación de prácticas relacionadas con los tres estándares para un desempeño ambiental fuerte. Estos estándares y sus indicadores asociados fueron desarrollados en conjunto con los miembros de la Plataforma Europea de Microfinanzas.

Dar una breve introducción a esta dimensión opcional y resumir las actividades y los esfuerzos de la IMF de acuerdo con los 3 estándares.



**Pobreza (opcional)** **(XX%)**

**[Inminente]**

**SPI3 (opcional)** **(XX%)**

Este módulo permite comparar sus resultados con las anteriores evaluaciones de SPI usando la versión SPI3.3.

Recomendamos preguntar a CERISE por gráficos con comparaciones por grupo de pares. Eso permitirá comparar resultados actuales con evaluaciones anteriores también resultados de pares a nivel regional/nacional o con características similares (madurez, área de operación, forma jurídica, etc.)

 **Resultados por dimensión Resultados por criterio**

****