

# Guía de auditoria SP14



# Tabla de contenido

Guía de auditoría	Sección 1 Estándares de uso	Sección 2  Página de bienvenida e Información sobre la organización	Sección 3  Directrices por indicador	Microfinanzas Verdes
<ul> <li>4 Reconocimientos</li> <li>4 El propósito de la Guía de auditoría</li> <li>4 Quién debe usar la guía</li> <li>5 Cerise</li> <li>6 Cómo usar la guía</li> </ul>	9 Cómo iniciar  10 Proceso de auditoría  11 Fase de preparación  13 Fase de implementación  16 Fase de reporte  17 Después de la auditoría: Cómo usar los resultados SPI	Página de bienvenida  Información general  Objetivos sociales  Organización  Productos/servicios  Clientes  Composición de la cartera  Módulo de estimación de la TEA  Información financiera  Informes externos  Módulos opcionales	Dimensión 1 Definir y monitorear objetivos sociales  Dimensión 2 Asegurar el compromiso de la junta directiva, gerencia y empleados con los objetivos sociales  Dimensión 3 Diseñar productos, servicios y canales de distribución que respondan a las preferencias de los clientes  Dimensión 4 Tratar a los clientes responsablemente  Dimensión 5 Tratar a los empleados responsablemente  Dimensión 6 Equilibrar el desempeño social y financiero	

<sup>▶</sup> Consejo al navegar en el documento: Para encontrar un indicador, oprima las teclas "CTRL+F o "Command+F" de su teclado e ingrese el número de indicador sin espacios.

# Guía de auditoría

- **▶** RECONOCIMIENTOS
- ▶ EL PROPÓSITO DE LA GUÍA DE AUDITORÍA
- > QUIÉN DEBE USAR LA GUÍA
- ▶ CERISE
- ▶ CÓMO USAR LA GUÍA





#### Reconocimientos

CERISE está agradecido con las muchas personas que han contribuido con esta Guía de Auditoría. Deseamos agradecer especialmente a la Corporación Suiza de Desarrollo, Triple Jump, Microfinanza Rating, el Grupo de Trabajo en Desempeño Social (SPTF) y Smart Campaign por sus contribuciones financieras y técnicas a esta guía. También apreciamos el apoyo y la retroalimentación de Opportunity International y sus socios, así como a nuestra red de auditores calificados.



Swiss Agency for Development

# Triple Jump

MicroFinanza









## El propósito de la Guía de auditoría

CERISE SPI4 es la cuarta versión de los SPI-Indicadores de Desempeño Social (siglas en inglés), una herramienta de auditoria social para que los proveedores de servicios financieros (PSF) evalúen su desempeño social. La SPI4 fue desarrollada por CERISE por primera vez en el 2001 y fue actualizada en el 2014 para alinearse plenamente con los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social, un conjunto central de prácticas gerenciales promovidas por el Grupo de Trabajo en Desempeño Social (SPTF), una organización no lucrativa con membresía. Los Estándares Universales, los cuales incluyen los Principios de Protección al Cliente promovidos por Smart Campaign, ofrecen lineamientos para los proveedores de servicios financieros que tienen doble propósito y que desean hacer que los servicios financieros sean más seguros y más beneficiosos para los clientes.

La SPI4 está organizada alrededor de seis DIMENSIÓNes de los Estándares Universales e incluye una séptima dimensión denominada el <u>Índice Verde</u>, que es un módulo opcional para proveedores con triple propósito. Actualmente, un archivo en Excel de la SPI4 puede descargarse gratis en <u>Inea en www.cerise-spi4.org</u>.

La SPI4 es utilizada alrededor del mundo por cientos de proveedores de servicios financieros para medir, gestionar y mejorar su desempeño social. CERISE ha desarrollado una amplia gama de recursos, incluyendo listas de verificación de documentos, informes SPI4 de muestra, plantillas de planes de acción para ayudar a la comunidad de auditores SPI4 a usar la herramienta eficientemente. Estos recursos están disponibles en línea en <a href="https://www.cerise-spi4.org">www.cerise-spi4.org</a>. CERISE también proporciona capacitaciones virtuales y clases presenciales, sobre el proceso de auditoría y sobre cómo obtener el mayor beneficio de los resultados de la SPI4.

Esta Guía complementa estos recursos proporcionando lineamientos prácticos, basados en la práctica de campo, sobre cómo comprender y calificar cada uno de los indicadores SPI4. Se centra en evaluar los Estándares Universales.

# **Quién debe usar** la guía

La Guía de Auditoría está diseñada para cualquiera que use la SPI4.

Ya sea que usted sea un principiante en el desempeño social o un auditor experimentado, un miembro del personal de un PSF que realiza una autoevaluación, un consultor que realiza una autoevaluación acompañada o un oficial de inversiones que prepara una debida diligencia social, esta Guía le ayudará a realizar un análisis consistente, eficiente y eficaz de las prácticas de desempeño social.



Esta guía acompaña la Guía de Implementación de los Estándares Universales para la GDS, la cual se enfoca en la implementación de prácticas de desempeño

social.



Creada en 1998, CERISE es una organización francesa no lucrativa que promueve las finanzas responsables, éticas e inclusivas por medio de la medición y la gestión del desempeño social. Por 20 años, CERISE ha estado compartiendo su visión del desempeño social por medio de capacitaciones, herramientas y el surgimiento de estándares internacionales.

CERISE trabaja como innovador social y como proveedor de servicios en el campo de las microfinanzas, negocios sociales y finanzas rurales. El enfoque de CERISE es colaborativo. Trabaja estrechamente con una base de aliados ampliamente diversa, incluyendo organizaciones que trabajan en el campo, investigadores, proveedores de AT, organizaciones que establecen estándares, fondos, donantes e inversionistas, equipándolos para traer beneficios sociales positivos a los clientes y a las comunidades a las que prestan servicios. Conozca más en <a href="https://www.cerise-microfinance.org">www.cerise-microfinance.org</a>.

CERISE ha sido pionera en el trabajo de la Gestión del Desempeño Social desde el 2001. Nuestra idea es: proporcionar a las organizaciones un marco de trabajo para autoevaluarse y mejorar sus prácticas gerenciales.



La **SPI4** es una herramienta de auditoría social para que los proveedores de servicios financieros midan su desempeño social. La versión actual de la SPI4 es un cuestionario gratis en Excel que presenta un conjunto de indicadores cuantitativos y de procesos para que los PSF evalúen su nivel de implementación de los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social, los cuales incluyen los Estándares de Certificación de Protección al Cliente.

La SPI4 ayuda a los PSF a crear sus declaraciones sociales y ofrece una manera coherente, amplia y pragmática para fortalecer las prácticas gerenciales centradas en el cliente.



**ALINUS e**s una herramienta de recopilación de datos sociales para la debida diligencia social y monitoreo de los inversionistas. Es un subconjunto de indicadores de la SPI4 a la que se puede acceder seleccionando la opción ALINUS de la Página de Bienvenida de la SPI4.

El cuestionario completo de la SPI4 incluye 160 indicadores de los Estándares Universales para la GDS y 11 indicadores del Índice Verde. La opción de ALINUS tiene 68 indicadores que fueron escogidos por consenso entre 15 inversionistas sociales líderes en microfinanzas.



La SPI4 está disponible **gratis** en <u>cerise-spi4.org</u>

#### Cómo usar la Guía de auditoría

La Guía de Auditoría tiene tres secciones principales.

#### Sección 1 - ESTÁNDARES DE USO

Section 1 lays out the Standards of Use for the SPI4. This section explains the steps of the audit process including how to prepare an audit, what to do during the field vist, how to report on findings and suggestions for using results. In this section, the reader will find links to resources to support the audit and reporting processes.

#### Sección 2 - INFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

La Sección 2 ofrece definiciones y fórmulas usadas para aclarar los indicadores de Información Organizacional, los cuales están divididos en 10 secciones diferentes.

#### Sección 3 - DIRECTRICES POR INDICADOR

La Sección 3 ofrece orientación detallada sobre cómo analizar e interpretar cada indicador del cuestionario SPI4. La orientación está organizada en 3 elementos: razones para el indicador, fuentes de información, evidencia que debe proporcionarse. Cuando sea apropiado, proporcionamos ejemplos y vínculos a herramientas y recursos que permiten al lector profundizar su comprensión del indicador.









#### **RAZONES**

¿Cuáles son las razones detrás del indicador? Esta subsección ayuda a comprender el espíritu del indicador. Las razones explican cómo el indicador encaja en el panorama general de ayudar a mejorar las prácticas gerenciales. Es el fundamento a partir del cual el auditor debe analizar el nivel de implementación por parte del PSF.

#### **FUENTES DE INFORMACIÓN**

¿Qué documentos o entrevistados deben ser consultados para recopilar evidencia para el indicador? Esta subsección especifica las fuentes clave de información para calificar cada indicador. Esta información también se encuentra en el archivo de Excel de la SPI4, en la página del cuestionario, en la columna de Filtrar por Función a la derecha de cada indicador.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

¿Cómo debe verse la evidencia? Esta sección proporciona lineamientos sobre la evidencia necesaria para justificar la calificación, así como ejemplos (de la Guía de Implementación de los Estándares Universales y otros). Para los indicadores de protección al cliente, se especifican los criterios de cumplimiento usados por Smart Campaign.

#### RECURSOS

Esta sección proporciona vínculos a recursos seleccionados de la Guía de Implementación de los Estándares Universales cuando éstos pueden ayudar a interpretar el indicador. No es exhaustiva y se motiva a los usuarios a buscar ejemplos adicionales en el Centro de Recursos del SPTF, Herramientas de Smart Campaign y los Estudios de Caso del Fondo de Desempeño Social del Centro para las Microfinanzas.

La Guía de Auditoría de la SPI4 debe usarse en conjunto con la Guía de Implementación de los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social creada por el SPTF, laque ofrece orientación práctica sobre la cual se puede actuar para mejorar las prácticas de gestión del desempeño social. Es una fuente excelente de ejemplos de la GDS en la práctica, lo que la hace un recurso valioso para implementar un plan de acción después de una auditoría SPI4.

# Sección 1 Estándares de uso

- ► CÓMO INICIAR
- ▶ PROCESO DE AUDITORÍA
- ► FASE DE PREPARACIÓN
- ▶ FASE DE IMPLEMENTACIÓN
- ▶ FASE DE REPORTE
- DESPUÉS DE LA AUDITORÍA: CÓMO USAR LOS RESULTADOS SPI

#### Estándares de uso

Estos Estándares de uso destacan las prácticas a las que los usuarios de SPI4 deben seguir para obtener resultados de calidad que puedan servir para desarrollar declaraciones sociales precisas, un plan de acción efectivo y hacer mejoras tangibles de las prácticas de la institución auditada.

La SPI4 fue desarrollada con actores del sector de microfinanzas usando un enfoque abierto, colaborativo y transparente. A cambio de usar la herramienta gratuitamente, CERISE pide a los usuarios que respeten las siguientes reglas:

#### > INFORMAR

Informar a CERISE de todas las auditorías que se llevan a cabo. El mantenernos informados nos ayuda a mantener a los usuarios informados de actualizaciones a la herramienta y nuevos recursos, y reduce la carga de rendición de informes de las instituciones financieras, permitiendo a los usuarios saber si la institución ha realizado una auditoría anteriormente. CERISE nunca compartirá los resultados de la auditoría, pero sí comunica la lista de PSF auditados.

#### > RESPETAR

Respetar los Términos y Condiciones para los auditores y los Estándares de Uso definidos en este documento. Estas directrices sobre cómo realizar una auditoría aseguran que el proceso de auditoría se realice eficiente y eficazmente. Los Estándares de Uso tienen vínculos a recursos útiles para realizar una auditoría, diseñados para estandarizar el proceso y facilitarlo para los auditores.

#### > ENVIAR

Enviar el cuestionario completo a CERISE con un plazo de 4 semanas después de la auditoría. Todos los resultados se guardan de manera confidencial y se introducen en la base de datos para que los PSF puedan comparar sus resultados con sus grupos de pares. Las tablas de referencia se actualizan regularmente en www.cerise-spi4.org. CERISE nunca compartirá los resultados de la SPI4 sin la autorización del PSF.

Para asegurar la calidad de los resultados, CERISE aconseja a los usuarios de SPI4 que sigan una formación de cómo aplicar el cuestionario y cómo pasar el proceso de calificación de auditores. Vea la <u>Sección de Capacitación</u> en el sitio de SPI4 para obtener mayor información sobre el Proceso de Calificación de Auditores. El proceso de calificación es útil para las personas que desean utilizar el SPI4 para acompañar instituciones financieras o para trabajar a lo interno dentro de su propia organización.

#### Cómo iniciar

#### Elija el tipo de auditoría

#### Autoevaluación

El PSF llena el cuestionario por sí solo.

Como herramienta de autoevaluación, el SPI4 motiva al debate interno sobre la estrategia social, la transparencia y la rendición de cuentas, mientras que ayuda a los PSF a identificar sus propias fortalezas y debilidades.

#### Autoevaluación acompañada

El PSF llena el cuestionario con el apoyo de un auditor SPI4.

En este caso, el PSF se beneficia de una perspectiva externa, más objetiva.

- **Opción 1:** El punto focal del PSF puede llenar la SPI4 primero y luego el auditor puede revisar, comentar y completar el cuestionario durante la visita en el lugar.
- **Opción 2:** El auditor llena la SPI4 con o sin el apoyo del punto focal del PSF y el equipo gerencial revisa, comenta y valida los resultados como parte de la reunión final.

#### Elija el enfoque

#### Centralizado

Únicamente con la dirección ejecutiva. Un enfoque centralizado es suficiente para hacer un diagnóstico rápido y realizar una comunicación externa. Este enfoque le da al PSF una visión rápida y global de su desempeño e identifica sus fortalezas y los puntos que puede mejorar.

#### **Participativo**

Con diferentes actores involucrados en el proceso de auditoría (dirección ejecutiva, gerentes intermedios, gerentes regionales, oficiales de crédito, representantes elegidos, socios externos, clientes, etc.).

Un enfoque participativo favorece una mejor apropiación de los resultados para una planificación estratégica en la gestión del desempeño social. Este enfoque incita al diálogo y al análisis interno de las prácticas del PSF. Según nuestra experiencia, con un enfoque participativo, la auditoría tiende a ser más representativa de la institución en su conjunto y hay más posibilidades de que los empleados se apropien las recomendaciones operacionales

### Proceso de auditoría





REPORTE 1 - 2 días

Enfoque Centralizado



(\) 2h

Presentar

el proceso SPI4 a

la dirección



Preparar y

consultar

documentación









Realizar entrevistas para llenar el cuestionario



(1) 2h

Divulgación interna de los hallazgos, en particular con la JD





( 1-2 días

**Enviar** cuestionario SPI a la base de datos CERISE/SPI definir plan de

Preparar reporte resumido v acción

Enfoque **Participativo** Pasos adicionales



(\$) 3-4h

Taller introductorio con actores



( 2-5 días

Grupo de enfoque con clientes, visitas a actores externos



**(**\) 2h

**Taller** para compartir y discutir los hallazgos



**Taller** para priorizar acciones y definir plan de acción

(\$) 3-4h



- SPI4 Paso a paso
- Plantilla de Powerpoint de la reunión inicial
- Carta introductoria
- Lista de verificación de documentos

#### y del entrevistado

- Muestra SPI4 e informe
- Muestra de los TdR

- Guía de auditoría
- Glosario
- · Lineamientos de grupos de enfoque
- Plantilla de Powerpoint de la reunión final
- Plantilla del reporte
- Plantilla del plan de acción
- Guía de Implementación de los Estándares Universales

## Fase de preparación



#### Introducción del proceso de auditoría

- a. Descargue la versión más reciente de la SPI4 del sitio SPI4.
- b. Familiarizarse con la herramienta y poder presentar el proceso y los objetivos de la auditoría a la dirección y otras partes implicadas (lo ideal es que ya haya seguido una formación sobre SPI4; revise la sección de Capacitación en el sitio de la SPI4 para ver las capacitaciones futuras y los seminarios virtuales). Consulte la sección Paso a Paso en el sitio en la red de la SPI4, bajo la sección de Realizar una Auditoría.
- c. Presentar oficialmente la herramienta SPI4. Asegurarse de que el PSF comprenda el propósito de la auditoría y cómo puede ayudarle a abordar los riesgos del desempeño social. Idealmente, debería tener el consentimiento del PSF para poder compartir de manera confidencial las informaciones de la auditoría con CERISE para tener acceso a la referencia de pares. El PSF también puede dar consentimiento a CERISE para compartir el Reporte MIX con el MIX.
- d. Transmitir al PSF el archivo CERISE SPI4 acompañado con una carta formal de introducción.
- e. Planificar una reunión virtual preliminar cara a cara con los actores relevantes en el proceso. Establecer el calendario para la auditoría. Discutir, según sea necesario, los términos de no divulgación.



#### Revisión de escritorio

- a. Prepárese para la auditoría realizando una investigación a profundidad del contexto del PSF.
- b. Averigüe qué iniciativas en desempeño social el PSF ha emprendido ya y qué evaluación del desempeño social/herramientas de reportes se han usado.



Si el PSF ya ha realizado un cuestionario SPI4, considere importar los datos a la herramienta SPI4 y luego verifique qué ha cambiado.

Si el PSF ha reportado sus datos sociales al MIX, esta información puede ser utilizada para empezar a llenar una parte de la hoja "Información sobre la organización.



Si el PSF ya ha realizado una evaluación Smart sobre la **smart** protección de los clientes, las puntuaciones de la hoja de evaluación pueden reportarse automáticamente en el SPI4 para empezar a llenar un tercio del cuestionario.

\*\*\*\*\*\* Si recientemente el PSF ha realizado una calificación social (en los 2 últimos años), léala atentamente para poder reportar la información en SPI4. Lea cuidadosamente la sección que evalúa la conformidad con los Estándares Universales.

microfact Si el PSF ya ha completado la "Microfinance Factsheet", va a ser una ayuda para completar la página "Información sobre la organización" con los indicadores.

Si un inversionista social ha realizado la debida diligencia utilizando un subconjunto de SPI4- ALINUS (alrededor del 40% de la SPI4), puede comenzar con esto a llenar una SPI4 completa.

c. Solicite la documentación y programe entrevistas para llenar el cuestionario. Alguna información financiera y cuantitativa (principalmente del SIG) debe prepararse por anticipado y deben leerse los documentos clave también por anticipado cuando estén disponibles (vea aquí la Lista de verificación de documentos relevantes).



#### Documentos clave para la revisión de escritorio

- a. El plan de negocios / plan estratégico más reciente
- b. Organigrama
- c. Informes anuales
- d. Manual de crédito y/o de operaciones
- e. Manual de auditoría interna
- f. Manual de RRHH, incluyendo Código de Ética o Código de Conducta
- g. Política para el manejo de quejas
- **h.** Descripciones de productos
- i. Informes recientes de retroalimentación de los clientes (p.ej., estudios de satisfacción, investigación de mercados)
- j. Estados financieros de los últimos 2-3 años
- k. Evaluaciones institucionales o informes de calificación recientes

Para ver una lista exhaustiva de documentos que debe consultar, por favor refiérase a la <u>Lista de Verificación de Documentos y de Entrevistados</u> bajo la sección de Realizar una auditoría en <u>www.cerise-spi4.org</u>. Los usuarios también pueden consultar las columnas de 'Filtrar por Función' en el archivo de Excel de SPI4, en la pestaña de Cuestionario, la cual resume los documentos clave que deben consultarse por indicador.

## Fase de implementación



#### Lanzar la auditoría con una reunión inicial

Puede utilizarse una presentación de PowerPoint para presentar la GDS, los Estándares Universales y la SPI4. Puede ver una plantilla de muestra en la sección de Realizar una auditoría en www.cerise-spi4.org.

- Si se usa un Enfoque centralizado, la reunión será con la alta gerencia.
- Si se usa un Enfoque participativo, quizás desee organizar un taller con las partes interesadas e incluir a representantes de la Junta, la gerencia media y el personal de campo.



#### Llenar el cuestionario

- a. En una Autoevaluación, el PSF llena por sí solo el cuestionario. Generalmente, el proceso es coordinado por una persona (p.ej. Presidente Ejecutivo / Director General, Campeón de la GDS, auditoría interna, riesgo), pero involucra al equipo gerencial.
- b. En una Autoevaluación acompañada, un auditor externo trabaja con el PSF para llenar el cuestionario. El auditor estará involucrado en la recopilación de documentos, entrevistas a las partes interesadas, revisión de evidencia y trabajo con el punto focal del PSF para llenar la herramienta SPI4.
- c. En un Enfoque participativo, el auditor lleva a cabo entrevistas con los distintos niveles de actores dentro del PSF (sede, agencias, personal en el terreno, clientes, inversionistas, socios capitalistas, etc.). Si la auditoría revela diferencias de opinión, el auditor externo tiene que confiar en su propia comprensión del PSF basándose en las entrevistas y los datos recogidos, y producir una sola versión final del cuestionario (incluyendo comentarios para los indicadores que no han llegado a un consenso).
- d. Pueden organizarse grupos de enfoque para recopilar retroalimentación del personal y/o los clientes (vea aquí los <u>lineamientos sobre</u> <u>cómo organizar los grupos de enfoque</u> e aquí la <u>guía para entrevistas grupales</u>).



#### **Presentar los hallazgos preliminares**

Esto puede tomar la forma de una reunión con la dirección ejecutiva, de un informe elaborado por el auditor, o de un taller con los actores involucrados en la auditoría. Esta sesión tiene el propósito de proveer un panorama general de alto nivel de los hallazgos en términos de fortalezas y debilidades por cada Dimensión, **pero no necesariamente involucra la presentación de calificaciones.** La meta de esta sesión informativa es abrir la discusión sobre las debilidades potenciales y validar los hallazgos de la auditoría. Es importante escuchar lo que el Presidente Ejecutivo tiene que decir en esta reunión para que el equipo gerencial sepa que él o ella acepta los resultados de la auditoría. El obtener esta retroalimentación verbal del Presidente Ejecutivo frente a la gerencia hace que los pasos de seguimiento sean más fáciles de implementar.

El presentar los hallazgos preliminares ayudará a desarrollar una visión común para una estrategia de desempeño social. El auditor también debe usar la sesión de hallazgos preliminares para preguntar a la gerencia qué brechas desean priorizar y definir una línea de tiempo para preparar el plan de acción. Vea la <u>Plantilla de powerpoint para la Reunión Final</u> donde encontrará un ejemplo de cómo presentar los hallazgos preliminares.

#### Lineamientos para asegurar auditorías de alta calidad

#### Todos los indicadores deben llenarse.

Los gráficos no se generarán si falta un indicador.

#### Puntaje en la columna de respuestas

"----" significa que no se ha dado un puntaje todavía y no se calcula el indicador (así que no verá las gráficas en el panel).

#### Responder N/A

La opción de respuesta "no aplicable" o N/A se limita a propósito únicamente a unos cuantos indicadores, debido a que los Estándares están diseñados para ser universales, por lo que la mayoría de las instituciones deberían responder cada indicador. Los indicadores para los cuales N/A es una opción están especificados bajo los indicadores específicos en la Sección 2 de esta Guía. A menos que "NO" sea realmente la respuesta más apropiada, evite responder "NO" en lugar de "N/A": un "NO" provee cero puntos, mientras que un "N/A" no penaliza el puntaje.

#### Complete la columna titulada "Prácticas concretas, comentarios y aclaraciones" para justificar el puntaje.

Los comentarios deben proporcionar evidencias: citando documentos, prácticas o procesos observados, o explicando por qué el indicador no se aplica. Todos los indicadores evaluados como "parcialmente completos" deben tener también un comentario que expliqué qué parte del indicador se ha implementado y qué parte falta.

Los comentarios importantes porque (1) permiten a las personas menos familiarizadas con el PSF comprender mejor las prácticas y (2) permiten a CERISE validar la calidad de la auditoría. No todos los indicadores deben ser comentados, pero al menos se deben comentar todos los indicadores de ALINUS, que se indican mediante un punto en la columna de la izquierda del cuestionario. Los auditores también deben comentar cualquier indicador que haya motivado la discusión o el debate durante la auditoría. Vea la sección 2 de esta Guía donde encontrará orientaciones indicador por indicador acerca de qué incluir en la columna de comentarios.

La segunda columna de comentarios es para un revisor. Por ejemplo, el punto focal del PSF puede llenar el cuestionario y comentar en la primera columna, y el auditor externo o CERISE pueden revisar y comentar en la segunda columna. O un auditor externo puede llenar primero el cuestionario y pedir al punto focal del PSF que revise y comente en la segunda columna. Siempre llene el nombre de la persona que comenta y revisa en la celda proporcionada para este propósito que se encuentra justo debajo de las palabras "**Prácticas concretas, comentarios y aclaraciones**".

#### Proyectos futuros

Los proyectos que SE DESARROLLARAN en un futuro próximo pero que no existan aún, deben ser calificados como "NO". En la sección de comentarios, el auditor puede documentar lo que la institución ha dicho en términos de la fecha planeada para la implementación de la práctica. Esto ayuda al PSF a comprender que el auditor sabe que está planeada y también a aceptar que esto todavía no cuenta como una implementación. Si existe documentación, por ejemplo, un documento de estrategia para desarrollar un mecanismo de quejas, pero el mecanismo aún no se ha implementado, entonces puede calificarse como "PARCIALMENTE".

#### Evitar la sobreestimación

Los auditores deben ser lo más objetivos posible. La sobreestimación de las calificaciones puede inducir a errores para la consideración de la institución y a desacreditar el trabajo del auditor, sobre todo en el caso de se haga una certificación o un rating social después de la auditoria. Aumentar artificialmente la puntuación puede ser perjudicial para la organización ya que no tendrá la oportunidad de conocer sus puntos débiles para trabajar en ellos y mejorar. Los auditores pueden "suavizar" el impacto de las puntuaciones bajas comparando los resultados de la organización con los puntos de referencia de su grupo de pares. Por ejemplo, las instituciones más pequeñas o más jóvenes a menudo carecen de procedimientos formalizados y, por lo general, obtienen una puntuación más baja en todas las DIMENSIÓNes.

#### Referencia a documentos existentes

Cuando una respuesta se refiere a un documento específico, asegúrese de consultar este documento (por ejemplo: código de ética, informe de estudio de impacto, etc.) y de dar las referencias / páginas en la columna "Prácticas, comentarios y aclaraciones".

#### Triangular la evidencia para un análisis robusto

Use diferentes fuentes de información: documentos, entrevistados, su propia observación, para triangular la evidencia. Con cierta frecuencia se puede leer una cosa en un manual de políticas y observar algo diferente a nivel de sucursales. El cruzar diferentes fuentes le permitirá proveer un análisis coherente basado en evidencia empírica.

## Fase de **reporte**

#### **Publicar los hallazgos**

Hay tres productos esperados en una auditoría SPI4:



1. El cuestionario SPI4 lleno con gráficas.



2. Un <u>resumen ejecutivo de los resultados</u> que analice las fortalezas y debilidades por cada dimensión, priorice las áreas de mejora e identifique los recursos para mejorar las prácticas. CERISE recomienda desarrollar un plan de acción junto con el PSF (vea la <u>Plantilla de plan de acción</u> bajo la sección de Realizar una auditoría de <u>www.cerise-spi4.org</u> para acompañar el reporte). El reporte estándar incluye el panel de control social con los resultados para los Estándares Universales y los Estándares de Certificación de Protección al Cliente. También puede agregarse el análisis de resultados para lentes opcionales



**3.** [opcional] Un análisis personalizado comparando los resultados SPI del PSF con grupos de pares (mismo país o región, del mismo tamaño en función del número de clientes, tamaño de la cartera, nivel de madurez, área de operación, sea urbana, rural o mixta). Esto puede hacerse usando las tablas de referencia disponibles en la sección de Puntos de referencia de <a href="https://www.cerise-spi4.org">www.cerise-spi4.org</a>, o contactando a CERISE

#### Enviar el cuestionario lleno a CERISE (a menos que el PSF no lo autorice).

Todos los resultados son anónimos. Se ingresan los resultados en la base de datos SPI4 para análisis por grupos de pares. CERISE nunca comunicará los puntajes sin el permiso expreso por escrito del PSF.

Los auditores que emprenden el proceso de calificación deben enviar el resumen ejecutivo con el cuestionario completado.

LOS AUDITORES DEBEN DAR TODOS LOS DOCUMENTOS AL PSF

(CUESTIONARIO, ANÁLISIS DEL GRUPO DE PARES, REPORTE EJECUTIVO)

## Después de la auditoría: cómo utilizar los resultados SPI

La evaluación de las prácticas es el **punto de entrada** a la gestión del desempeño social. ¡Pero lo que realmente importa es **transformar** los resultados en acción! Estas son algunas maneras de asegurar que los datos recopilados se utilicen.

#### **INTERNAMENTE**



#### ¡Informar al consejo o la dirección de los resultados!

La herramienta SPI4 ofrece una descripción objetiva, concisa y visual de los sistemas implementados para alcanzar la misión social del PSF, e indica cómo esta última tiene un impacto en el desempeño social y financiero. El compartir el panel de control social SPI4 o el informe con la Junta y el equipo gerencial es el primer paso para realizar mejoras y monitorearlas.



#### Definir un plan de acción para una gestión equilibrada

Identificar las prioridades para mejorar el desempeño social y los medios para alcanzar los objetivos (procesos, sistemas, productos, formaciones, etc.). Asegurarse que las prioridades y puntos de acción estén integrados, tanto como sea posible, en el plan de negocios u operativo.



# Organizar un comité de GDS dentro del PSF

El punto de partida para asegurar la continuidad de la acción, luego de una evaluación, es definir quién va a estar a cargo del seguimiento y hacer que esta persona sea reconocida como tal en su institución. Un Comité de GDS formado por la persona que ha coordinado la auditoría (a veces llamado "campeón GDS"), y las personas que son recursos clave para la implementación (departamento de RH, operación, auditoría, marketing, investigación, etc. con el director) que pueden coordinar la gestión del proyecto GDS: integrar el plan de acción en el plan de negocios clásico del PSF y/o asegurarse de su implementación.



#### Organizar talleres de formación sobre la manera de optimizar los resultados SPI

Estos talleres suelen producir debates enriquecedores, resultados más sistematizados y medidas concretas para la mejora del desempeño social. El compartir los resultados ampliamente puede ayudar a mejorar la comprensión, el compromiso y la capacidad de implementación de las prácticas de desempeño social.

#### **EXTERNAMENTE**



#### ¡Difundir!

Muchas PSF también utilizan los resultados de SPI4 como base para las discusiones con socios inversionistas o donantes. Utilice el resumen para comunicar sobre su desempeño social y enriquecer sus publicaciones (informes anuales, informes de prestaciones, material de relaciones públicas).



# Reportar datos sociales

Aumente su visibilidad y promueva el desempeño social en el sector permitiendo la creación de puntos de referencia. Para ello, puede enviar su SPI4 a CERISE. Con su autorización, nosotros enviaremos los datos sociales seleccionados al MIX.



# Escriba un estudio de caso

Comparta sus buenas prácticas y aumente su visibilidad escribiendo un estudio de caso. Contacte a CERISE para pedir ejemplos de estudios de caso y plataformas potenciales para divulgar sus prácticas: conferencias, seminarios en línea, módulos de aprendizaje en línea sobre la SPI4 y la GDS, etc.



# Cabildeo con autoridades locales

Concientice sobre el desempeño social, promueva la transparencia y las finanzas responsables compartiendo los resultados y teniendo un diálogo con las autoridades gubernamentales. Algunos países han comenzado a usar los resultados de desempeño social para regular las finanzas inclusivas.

# Sección 2 Página de bienvenida e Información sobre la organización

- PÁGINA DE BIENVENIDA
- ▶ INFORMACIÓN GENERAL
- ▶ OBJETIVOS SOCIALES
- ▶ ORGANIZACIÓN P
- ▶ RODUCTOS/SERVICIOS
- ▶ CLIENTES
- **COMPOSICIÓN DE CARTERA**
- MÓDULO DE ESTIMACIÓN TEA
- ► INFORMACIÓN FINANCIERA
- ► INFORMES EXTERNOS
- MÓDULOS OPCIONALES



# Página de **bienvenida**

Haga clic ● en la parte superior y al centro de la Página de bienvenida, y elija su idioma de la lista

1





debe quitar la marca de esta casilla.

Alpha version 2.0.4 (01/2018)

SPI4 2.0 - Social Performance Indicators



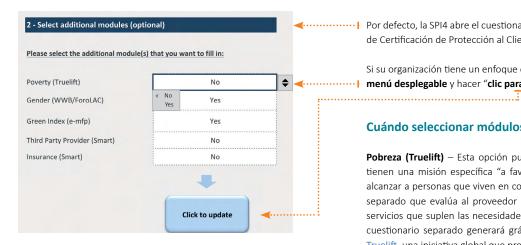


The SPI4 is an audit tool developed by CERISE to assess the Universal Standards for Social Performance Management, which include the Client Protection Certification Standards. Select your language: English 5 - Fill in your data 1 - Indicate your contact information 2 - Select additional modules (optional) 4 - Import data (optional) Date of completion (DD/MM/YY) Organization information Please select the additional module(s) that you want to fill in: Contact person from the FSP Smart Assessments Questionnaire Position Poverty (Truelift) Gender (WWB/ForoLAC) No Organization MixMarket Country Green Index (e-mfp) No Third Party Provider (Smart) No Yes - See the results Email Insurance (Smart) No Type of assessment Social dashboard Name of auditor Universal standards Organization of auditor Click to update Client protection standards 2.0 3 - Select external reporting (optional) Authorization MIX social data I DO authorize CERISE to store the content of this X questionnaire in its database on a confidential By selecting one of the options below, the questionnaire will be filtered to basis and use the results for benchmarking include only questions that are relevant for this option. I DO authorize CERISE to share this questionnaire  $\boxtimes$ with Mix I DO authorize CERISE to disseminate the SPI4 audit report and indicators exclusively to the  $\bowtie$ subscribers of the secured web-based SP data Click to update To learn more about the platform Apunta a la A cambio de usar la SPI4, CERISE solicita que los Elija una opción de reporte **ALINUS** - Filtra la Información de la Organización y la página de Cuestionario sección de externo para reportar a los proveedores de servicios financieros auditados para mostrar un subconiunto de 68 indicadores usados por los inversionistas de módulos socios (opcional). compartan sus resultados con CERISE y impacto en las finanzas inclusivas para la debida diligencia y el monitoreo. adicionales Esta opción filtra el **Socio de Opportunity International** – Indicadores específicos para socios de autoricen a CERISE para que ingrese sus (conozca cuestionario para proveer resultados en una base de datos confidencial Opportunity International. Provea información más en la una selección de los para propósitos de establecer puntos de Redes – Indicadores específicos para reportes de redes a nivel de país de contacto así referencia. Los PSF también pueden compartir página 20). indicadores usados en esa seleccionados por Microfinance Centre de Polonia. como tipo de opción de reporte. Una con MIX Market para actualizar el perfil de auditoria que planea No puede seleccionar tanto un módulo opcional COMO una opción vez haya seleccionado desempeño social del PSF y con una futura realizar (vea tipos Plataforma de Datos en línea (conozca más). la opción, asegúrese de de reporte externo. Si selecciona un módulo opcional y luego una opción de auditoria en la hacer clic para actualizar de reporte externo, recibirá un mensaje de error. El módulo opcional será Si el PSF no autoriza compartir el resultado, página 8)

el cuestionario.

cancelado.

#### 4 SELECCIONE MÓDULOS ADICIONALES



• Por defecto, la SPI4 abre el cuestionario principal (Estándares Universales, los cuales incluyen los Estándares de Certificación de Protección al Cliente y los indicadores).

Si su organización tiene un enfoque de misión específico, puede seleccionar módulos adicionales en el 

#### Cuándo seleccionar módulos adicionales

Pobreza (Truelift) – Esta opción puede seleccionarse para los proveedores de servicios financieros que tienen una misión específica "a favor de los pobres." Esto significa que tienen un objetivo explícito de alcanzar a personas que viven en condiciones de pobreza. El módulo de "pobreza" agrega un cuestionario separado que evalúa al proveedor en 3 principios: alcance con propósito hacia los pobres, productos y servicios que suplen las necesidades de los pobres y monitoreo del progreso de los clientes pobres. Este cuestionario separado generará gráficas de resultados por separado. Este módulo fue desarrollado por Truelift, una iniciativa global que promueve la rendición de cuentas en el desarrollo a favor de los pobres.

Género (WWB/ForoLAC) - Esta opción agregará unos cuantos indicadores cuantitativos adicionales a la página de Información de la Organización, pidiendo datos desagregados sobre el personal femenino, clientela femenina, etc. No hay gráficas de resultados separadas para el módulo de Género.

Índice Verde (e-mfp) – Esta opción puede seleccionarse para PSF que buscan (o desean) gestionar, medir e informar sobre el impacto ambiental de sus actividades. Los módulos del Índice Verde agregan una Dimensión adicional a la página del Cuestionario SPI4 que evalúa al proveedor en 4 estándares: cómo define, gestiona y monitorea el proveedor su estrategia ambiental; cómo gestiona sus riesgos ambientales de carácter interno; cómo gestiona sus riesgos ambientales de carácter externo y cómo promueve oportunidades verdes para los clientes (p.ej. productos o servicios enfocados en el ambiente). Hay un Informe del Índice Verde separado que muestra los resultados de esta Dimensión.

Proveedor de terceros (Smart) – Debe seleccionares esta opción si el PSF tiene trabajos con proveedores de terceros como agentes de operadores de redes móviles, compañías de transferencias monetarias, corresponsales de negocios, compañías de seguros o agencias de cobro. Agregará indicadores al Cuestionario SPI4. No hay gráficas de resultados separadas para el módulo de Proveedor de terceros.

Seguro (Smart) - Debe seleccionarse esta opción si el PSF ofrece productos de seguro (voluntarios u obligatorios.) Agregará indicadores al Cuestionario SPI4. No hay gráficas de resultados separadas para el módulo de Seguro.



#### Alpha version 2.0.4 (01/2018)

#### SPI4 2.0 - Social Performance Indicators





The SPI4 is an audit tool developed by CERISE to assess the Universal Standards for Social Performance Management, which include the Client Protection Certification Standards. Select your language: English 1 - Indicate your contact information 4 - Import data (optional) 5 - Fill in your data 2 - Select additional modules (optional) Date of completion (DD/MM/YY) Organization information Please select the additional module(s) that you want to fill in: Contact person from the FSP Questionnaire Position Poverty (Truelift) No Gender (WWB/ForoLAC) Organization No MixMarket Country Green Index (e-mfp) No Tel Third Party Provider (Smart) No 6 - See the results Email Insurance (Smart) No Type of assessment Social dashboard Name of auditor Universal standards Organization of auditor Click to update Client protection standards 2.0 3 - Select external reporting (optional) Authorization MIX social data I DO authorize CERISE to store the content of this questionnaire in its database on a confidential By selecting one of the options below, the questionnaire will be filtered to  $\boxtimes$ basis and use the results for benchmarking include only auestions that are relevant for this option. **Transparency Index Dashboard** purposes I DO authorize CERISE to share this questionnaire  $\boxtimes$ I DO authorize CERISE to disseminate the SPI4 audit report and indicators exclusively to the  $\boxtimes$ subscribers of the secured web-based SP data Click to update To learn more about the platform

Importar de otras herramientas de recopilación de datos para hacer un llenado previo de la SPI4. Haga clic en la opción que desee importar para ir a la página con instrucciones detalladas. Puede importar datos de las siguientes herramientas:



Llene previamente casi la mitad del cuestionario SPI4 con la **Herramienta de Diagnóstico Smart** usada para las Evaluaciones y Certificaciones Smart o el **Cuestionario** usado para autoevaluaciones.



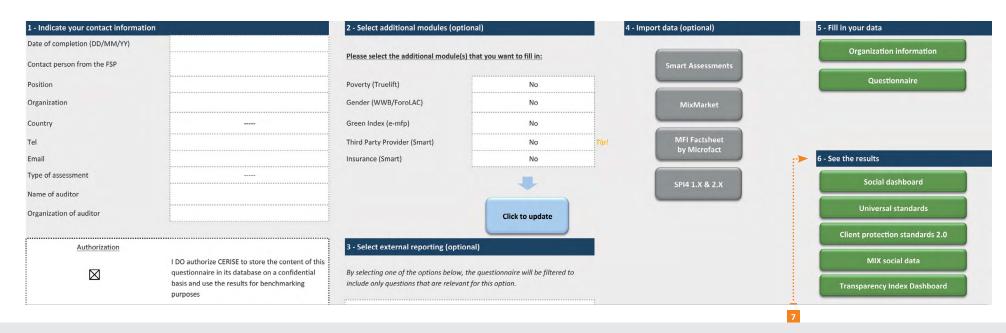
Use su perfil **MIX SP** para llenar previamente los datos en la página de Información de la Organización.



La Microfact Microfinance
Factsheet, desarrollada por
ADA/ BRS llenará previamente
los indicadores de la página de
Información de la Organización.



Llene previamente parte del cuestionario SPI4 con datos de las versiones 1.1 y posteriores de la SPI4.



#### Social dashboard

Se genera automáticamente un amplio panel de control social sobre la base de los datos proporcionados en la página de información de la organización y el cuestionario. Ofrece un panorama general gráfico de los índices e indicadores sociales para rastrear fácilmente el desempeño y comunicarse internamente (p.ej. la junta, el comité GDS) o con socios externos (p.ej. inversionistas, redes).



#### **Universal Standards**

Hay 2 informes que muestran los puntajes en los Estándares Universales. El primero muestra los resultados por Dimensión y por Estándar, de un puntaje de 100. Todos los indicadores tienen igual ponderación. El segundo informe ofrece una visión más detallada de los resultados para cada dimensión, estándar y práctica esencial.



#### Client protection standards 2.0

Hay dos informes "Livianos" de Protección al Cliente basados en respuestas a los indicadores de Smart Campaign integrados en los Estándares Universales. Los resultados son los de una evaluación Smart Campaign usando únicamente indicadores de nivel 1, similar a la opción de nivel 1 en el Cuestionario Smart Getting Started. El segundo informe proporciona detalles para cada indicador de protección al cliente, presentados en el formato de tabla usado en las herramientas de evaluación de Smart Campaign.



#### MIX social data

SPI4 también genera un informe de datos sociales de MIX sobre la base de los datos de la Información de la Organización y el Cuestionario. Use este informe para facilitar el reporte del desempeño social al MIX. Dé su autorización para permitir a CERISE compartir estos datos con el MIX (en la Página de Bienvenida, vea la pág. 6) y CERISE transferirá este informe al MIX para actualizar su perfil SP.



#### Transparency Index

El panel de control del Índice de
Transparencia utiliza los indicadores de
los Estándares Universales para dar un
puntaje del nivel de transparencia de
un proveedor de servicios financieros.
El Índice se genera automáticamente
al llenar la SPI4. Mide al proveedor de
servicios financieros en comparación
con las mejores prácticas en términos de
reportes externos e internos, divulgación
a los clientes, precios y comunicación con
el personal y órganos gubernamentales.



La parte de Información sobre la organización de la herramienta SPI4 contiene los datos financieros y detalles demográficos del proveedor de servicios financieros. Estos son importantes para generar un Panel de Control Social que contiene un resumen robusto de la información social y financiera principal sobre el PSF en un informe breve.

Esta sección es esencial para la SPI4:

- Los indicadores en esta sección se reportan en el panel de control social. El panel de control social se genera automáticamente sobre la base de los datos provistos en la página de Información sobre la organización y el cuestionario SPI4.
- Algunos datos en la página de Info sobre la organización pueden usarse para responder a indicadores en la herramienta, como los indicadores de precios responsables bajo el estándar 6C.
- Parte de la información también sirve para clasificar a cada PSF en grupos de pares (país, región, tamaño, antigüedad, referencias personalizadas) y es necesario utilizar los puntos de referencia de SPI4 para un análisis detallado.

#### DISEÑO DE LA PÁGINA DE INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN



#### LAS SECCIONES DE INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN:

La página de Información sobre la organización está dividida en diferentes secciones, como se describe a continuación.

- Información general Datos clave para permitir el análisis de grupo de pares, basado en las categorías del MIX.
- Objetivos sociales Declaración de misión y objetivos.
- Organización Estructura de gobierno, red de sucursales o agencias y composición del personal.
- **Productos/Servicios** Productos financieros y no financieros ofrecidos.
- Clientes Clientes objetivo y desglose de la composición de la clientela.
- Composición de la cartera Datos sobre la cartera de préstamos y ahorros y datos sobre precios.
- Módulo de estimación de la TEA (APR en inglés) Calculador para estimar la Tasa Efectiva Anual para la cartera.
- Información financiera Índices financieros clave para el año que se reporta.
- Informes externos Nivel de participación/divulgación en iniciativas como Smart Campaign, SPTF, calificaciones, etc.
- Módulos opcionales pueden aparecer al final de la página basado en lo que usted seleccionó en la Página de Bienvenida.



# Información general

#### Datos clave para permitir el análisis de grupo de pares, basado en las categorías MIX.

El contenido monetario proviene de una base de datos del Banco Mundial (datos al 2015).

INFORMACIÓN GENERAL	DEFINICIÓN / FÓRMULA
Nombre del Proveedor de Servicios Financieros	En la SPI4, el "Proveedor de Servicios Financieros" se refiere a la organización que está siendo evaluada.
País de actividad	Escriba el nombre del país
Mix MFI ID	Haga clic en esta celda para acceder a la lista de códigos de identificación del MIX de las IMF. Es importante llenar esta identificación si los datos se usarán para un análisis estadístico o para rastrear la SPI4 reportada (los nombres de los PSF a veces se reportan de manera diferente – siglas, extensiones). La ID del Mix es única por cada PSF que reporta al MIX.
Año de creación	Fecha del inicio de actividades
Forma jurídica	Lista desplegable que incluye las formas jurídicas usadas por IRIS y los marcos europeos.  Evite colocar "Otro" a menos que el PSF esté en un país con una forma jurídica específica para finanzas inclusivas / microfinanzas. Describa la forma jurídica en
	la sección de comentarios.
Regulado	Seleccione de la lista desplegable Sí o No dependiendo si el PSF está formalmente reconocido por la regulación
Naturaleza jurídica	Seleccione con fines de lucro o sin fines de lucro de la lista desplegable
Metodología de préstamo	Seleccione de la lista desplegable: Individual, Grupo solidario, Bancomunales o Mixto (si se usan combinaciones de metodologías)

DETALLES DEL INFORME	DEFINICIÓN / FÓRMULA
Tipo de período	Este informe debe llenarse únicamente para años completos.
Fecha de los datos:	Por favor ingrese la fecha final del período para el cual está proporcionando
	datos. Coloque la fecha con día, mes y año, en el formato reconocido por su
	computadora y usando '/'
Moneda usada en el informe (en código	Hemos indicado por defecto la moneda de su país de actividad en código de
internacional de 3 letras)	moneda internacional de 3 letras. Puede corregir esta información. La lista de
	códigos internacionales de moneda se puede encontrar siguiendo el vínculo que aparece en el título de la celda.
Unidades	Se refiere a la manera en que se expresa la moneda nacional. La mayoría de
	monedas pueden expresarse en unidad de 1, pero algunos países la expresan en
	unidades más grandes (p.ej., 1 000, 1 000 000, o lakhs en el sistema de numera-
	ción de la India).
Contexto	
Datos del Banco Mundial para el año	Los datos del Banco Mundial están disponibles únicamente hasta el 2015. Si
	reporta información de años posteriores, usaremos el 2015 como referencia
	por defecto. Sin embargo, se puede modificar manualmente la información en
	las celdas celestes, si lo desea. Se perderán las fórmulas.
Tipo de cambio de la moneda local : 1	Por favor, llene la fecha de arriba. La herramienta automáticamente mostrará
USD =	el tipo de cambio del Banco Mundial para el año. Puede cambiar los datos si lo
	desea.
PNB per cápita (moneda utilizada en el	Ingreso total generado por los residentes de un país, sin importar la ubicación /
informe)	número total de residentes



# **Objetivos** sociales

#### Declaración de la misión y objetivos

Esta sección recopila datos sobre la misión y los objetivos sociales del PSF. Usted debe primero especificar la declaración de la misión. Luego, escoja entre los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas un máximo de 4 ODS que el PSF persigue específicamente por medio de la provisión de productos y servicios financieros y no financieros.



#### Estructura de gobierno, red de agencias y composición del personal

ORGANIZACIÓN	DEFINICIÓN / FÓRMULA
Composición de la junta (en número de mi	iembros)
Número total de miembros de la junta	Personas que son parte de la junta directiva, consejo o principal órgano directide la institución financiera. No son parte del personal porque no reciben salari por parte del PSF.
Por favor especifique el número de mujeres entre los miembros de la junta	Especifique el número de mujeres que son miembros
Al menos un miembro de la junta ha sido capacitado y/o posee experiencia laboral relacionada con el desempeño social.	Seleccione de la lista desplegable: sí, no o desconocido
Agencias	
Número de agencias	Especifique el número total de agencias
Agencias en las áreas urbanas	Urbano: Área que conforma una ciudad o pueblo con una densidad más alta de población en comparación con las áreas circundantes, donde la mayoría de personas no depende de la agricultura como su principal actividad económica.
Agencias en las áreas rurales	Rural: Lugares poblados fuera de los pueblos y ciudades, tales como aldeas, caserías, donde la mayoría de medios de vida se basan en la actividad agropecuaria. La actividad agropecuaria incluye tanto agricultura comercial como de subsistencia, ganadería, pesca, etc.

Por favor, especifique el número de agencias en áreas excluidas/pobres	Áreas pobres o excluidas: áreas con un porcentaje de personas pobres que es mayor que el promedio nacional; áreas que carecen de acceso a los servicios básicos como agua, electricidad, educación, salud, saneamiento, infraestructura; áreas con servicios básicos pero que se encuentran muy distantes de los centros urbanos.  En las zonas rurales, estas áreas se caracterizan or infraestructura pobre (carreteras, mercados), falta de acceso a los servicios públicos y agricultura de subsistencia.  En zonas urbanas, estas áreas están caracterizadas por alta concentración de gente pobre, falta de acceso a los servicios públicos, alta tasa de desempleo (como en los asentamientos de migrantes).
Composición del personal	
Número de empleados	El número de personal activo y directamente empleado por el PSF
Mujeres	Especifique el número de mujeres en el personal
Hombres	Especifique el número de hombres en el personal
Número del personal total empleado por un año o más	Personal que trabaja consecutivamente por un año o más en el PSF. Esta relación continua puede ser medio tiempo o tiempo completo.
Número de deserción del personal en los últimos 12 meses	Especifique el número de deserciones (voluntarias o involuntarias) en los últimos 12 meses
Tasa de rotación de personal Este índice se calcula directamente en el panel de control social, a partir de los datos brutos de las casillas anteriores	Número de deserciones / (Personal total + personal empleado > 1 año) / 2), basado en la definición de la tasa de rotación del Mix
Número de personal en operaciones de crédito y ventanilla	No incluya al personal gerencial aquí.
Mujeres	Especifique el número de mujeres en crédito y ventanilla
Hombres	Especifique el número de hombres en crédito y ventanilla
Número de personal directivo	El personal administrativo y de oficina no se toma en cuenta en los detalles para e personal (esta subsección no necesariamente sumará el total de empleados con subsección anterior)
Mujeres	Especifique el número de mujeres que es parte del personal directivo
Hombres	Especifique el número de hombres que es parte del personal directivo



# **Productos/Servicios**

#### Productos financieros y no financieros ofrecidos. Seleccione Sí/No de la lista desplegable.

Si selecciona No para un grupo de productos, como ahorros, los otros subproductos bajo este grupo automáticamente se ocultarán y la respuesta será No.

PRODUCTOS Y SERVICIOS	DEFINICIÓN / FÓRMULA
Servicios financieros	
Préstamos	
Préstamos de microempresa	Préstamos cuyo propósito es financiar una microempresa (5 empleados o menos
Préstamos para PYME	Préstamos cuyo propósito es financiar pequeñas o medianas microempresas (má de 5 y menos de 250 empleados).
Préstamos para agricultura	Préstamos destinados a actividades vinculadas a la agricultura/ganadería.
Préstamos exprés	Préstamos a corto plazo con el propósito de ayudar a los clientes a aprovechar oportunidades de negocio inesperadas
Préstamos de emergencia	Préstamos a corto plazo con el propósito de ayudar a los clientes a pagar gastos inesperados no relacionados con el negocio
Préstamos para educación	Préstamos destinados para financiar la educación de cualquier miembro del hoga
Préstamos personales	Préstamos para uso personal, principalmente vinculados al trabajo (vehículo, motocicleta, etc.) (definición en el contexto europeo)
Préstamos de consumo	Préstamos para obtener productos para el consumo
Microarrendamiento	El PSF arrienda equipo u otros bienes durables a microemprendedores para usarlos en sus microempresas. Este servicio puede ser proporcionado directamente por la institución u ofrecidos por medio de una alianza.
Otro, por favor especifique en la colu	mna de comentario
Depósitos	
Cuentas corrientes	Una cuenta que permite al tenedor emitir cheques contra fondos depositados.
Cuentas de ahorro voluntario	Los depósitos son voluntarios
Cuentas de ahorro obligatorio (garantía en efectivo)	Los ahorros son obligatorios (y se usan como garantía en efectivo)

Cuentas de depósitos a la vista	Los depósitos pueden retirarse en cualquier momento
Cuentas de depósitos a plazo	Los depósitos no pueden retirarse antes de la fecha especificada en el plazo del
	depósito
Cuenta de ahorro de propósito	Cuentas de ahorro de propósito especial: una cuenta de depósito para que los
especial	individuos acumulen dinero para un propósito especial y reciban intereses sobre
	la cantidad depositada.

Otro, por favor especifique en la columna de comentarios

Otro, por favor especifique en la columna de comentarios

Seguro obligatorio (relacionado con préstamos o ahorro)	
Seguro de vida de crédito	Seguro requerido por el PSF para cubrir el saldo de un préstamo pendiente en caso de que el prestatario quede incapacitado o muera. Si el prestatario queda incapacitado o muere antes de pagar la deuda, la póliza paga el saldo pendiente. Algunas veces, este tipo de seguro también paga dinero adicional al asegurado y/o a los beneficiarios también.
Seguro de vida/contra accidentes	Seguro requerido por el PSF que garantiza una suma específica de dinero para un beneficiario designado al morir o accidentarse la persona asegurada.
Seguro agropecuario	Seguro requerido por el PSF para cubrir pérdidas de cultivos o ganado en caso de pérdida o daño; su propósito es mitigar los riesgos estacionales para el pago del préstamo agropecuario.

Seguro voluntario	Seleccione de la lista desplegable
Seguro de vida de crédito	Seguro opcional para cubrir el saldo de un préstamo pendiente en caso de incapacidad o muerte del prestatario. Si el prestatario queda incapacitado o muere antes de pagar la deuda, la póliza paga el saldo pendiente. Algunas veces, este tipo de seguro también paga dinero adicional al asegurado y/o a beneficiarios también (p.ej. costos funerarios).
Seguro de vida/contra accidentes	Seguro opcional que garantiza una suma específica de dinero para el beneficiario designado al morir o accidentarse la persona asegurada.

Seguro opcional que cubre las pérdidas al hogar, su contenido o pérdida de su uso u otras posesiones personales del propietario.
Seguro opcional que cubre pérdidas a los cultivos o el ganado en caso de pérdida o daño; su propósito es mitigar los riesgos estacionales para el pago del préstamo agropecuario.
Seguro opcional que cubre los gastos médicos en que incurre el asegurado o sus dependientes.
Seguro opcional que cubre gastos médicos y los sueldos perdidos en caso de accidente o lesión al asegurado en su lugar de trabajo.

Otro, por favor especifique en la columna de comentarios

T:	
Tarjeta de débito / crédito	Una tarjeta de débito es una tarjeta que se usa para realizar un retiro electrónic
	de fondos depositados en un banco, generalmente con el propósito de comprar bienes u obtener efectivo. Una tarjeta de crédito es una tarjeta que puede
	usarse repetidamente para prestar dinero o comprar productos y servicios a
	crédito.
Servicios de pago	El PSF actúa como mediador para los pagos entre clientes y terceras partes, tales
	como proveedores de servicios básicos, permitiendo a los clientes establecer
	programas de pagos que se debitan directamente de las cuentas en la institución.
Becas/subvenciones educativas	El PSF ofrece pago por educar a los clientes o a los hijos de los clientes sobre
	la base de criterios predeterminados. Este servicio puede ser proporcionado
	directamente por la institución u ofrecido a través de una alianza.
Servicios de banca móvil	La provisión de servicios financieros por medio de un canal que no sea una
	agencia o sucursal del PSF, tal como un dispositivo móvil o un arreglo con
	agentes bancarios.
Servicios de facilitación de ahorro	En lugar de o además de ofrecer cuentas de depósito a los clientes
	directamente, el PSF actúa como mediador entre clientes e instituciones que
	captan depósitos, conectando a clientes con cuentas de depósitos de terceros.
Servicios de remesas/transferencias	El PSF facilita transferencias de dinero sea nacionalmente, internacionalmente
de dinero	o ambas. Este servicio puede ser proporcionado directamente por el PSF u
	ofrecerse por medio de una alianza.

Servicios no financieros	
Servicios empresariales	Los servicios empresariales pueden incluir el desarrollo de destrezas
	empresariales, servicios de desarrollo de negocios y otros servicios
	empresariales.
Desarrollo de destrezas empresariales	Incluye formación vocacional, cursos de destrezas técnicas o gerenciales para
	desarrollar a las empresas de pequeña escala.
Servicios de desarrollo empresarial	Incluye información, capacitación, asesoría de negocios, consultoría y servicios
	de mercadeo, asistencia con tecnologías de la información y comunicación (TIC),
	asistencia técnica y vínculos de negocios.
Otros servicios empresariales	
Alcance de los servicios	Por favor, proporcione el número total de clientes alcanzados por esos servicios
empresariales (Número de clientes)	durante el año que se reporta.
Servicios educativos	Los servicios educativos pueden incluir educación financiera, educación básica
	de salud/nutrición, educación para niños y jóvenes, educación en seguridad
	ocupacional y salud en el lugar de trabajo y otros servicios educativos.
Educación en instrucción financiera	Capacitación que aborda temas relacionados con la planificación financiera, los
	ahorros, las inversiones, los préstamos, los presupuestos, las tasas de interés, etc.
Educación básica en salud/nutrición	Sesiones de enseñanza sobre temas como lactancia materna, nutrición y salud
	infantil, planificación familiar, salud reproductiva, etc.
Educación para niños y jóvenes	Programas educativos y estrategias enfocadas en niños y jóvenes.
Educación en salud y seguridad	Capacitación que busca informar a los empresarios locales sobre cómo asegurar
ocupacional en el trabajo	condiciones de trabajo más seguras y saludables.
Otros servicios educativos	Por favor especifique en la columna de comentarios
Alcance de los servicios educativos	Por favor, proporcione el número total de clientes alcanzados por dichos
(Número de clientes)	servicios durante el año que se reporta.
Servicios de salud	Los servicios de salud pueden incluir servicios médicos básicos, servicios
	médicos especializados para mujeres y niños, y otros servicios médicos.
Servicios médicos básicos	Enfermería básica, apoyo médico básico y servicios de vacunación.

Servicios médicos especializados para	Servicios como examen de Papanicolaou y exámenes mamarios, tamizaje de ETS
mujeres y niños	cuidado pre y posnatal para mujeres embarazadas.
Otros servicios médicos	Por favor especifique en la columna de comentarios
Alcance de los servicios de	Por favor, proporcione el número total de clientes alcanzados por dichos
salud (Número de clientes)	servicios durante el año que se reporta.
Servicios de empoderamiento de la mujer	Los servicios de empoderamiento de la mujer pueden incluir capacitación
	en liderazgo para las mujeres, educación sobre los derechos de la mujer/
	capacitación en temas de género, consejería/servicios legales para víctimas de
	violencia y otros servicios de empoderamiento de la mujer.
Capacitación en liderazgo para mujeres	Capacitación que busca aumentar la confianza de las mujeres para que
	trabajen de manera productiva, mejoren su sentido de auto empoderamiento
	relacionado con el control de su libertad de movimiento y toma de decisiones.
Educación en derechos de la mujer /	Educación en derechos de la mujer / asuntos de género (capacitación para
capacitación en asuntos de género	hombres y mujeres): proporciona un foro para el diálogo sobre asuntos sociales
	y políticos, tales como los derechos de la mujer y temas relacionados con los
	papeles de género en la comunidad, y la concientización para eliminar toda
	forma de violencia y discriminación contra las mujeres.
Asesoría/servicios legales para mujeres	Proporciona a las mujeres víctimas de la violencia apoyo psicológico y asesoría
víctimas de la violencia	legal gratis.
Otros servicios de empoderamiento de	Por favor especifique en la columna de comentarios
la mujer	
Alcance de los servicios de	Por favor, proporcione el número total de clientes alcanzados por dichos
empoderamiento de la mujer (Número de	servicios durante el año que se reporta.
clientes)	
Otros servicios no financieros	Por favor especifique en la columna de comentarios



# Clientes

# Clientes objetivo y desglose de la composición de clientes. ¡Las celdas verde se llenan automáticamente!

CLIENTES	DEFINICIÓN / FÓRMULA
Características de los clientes	
Número de prestatarios activos	El número de personas que actualmente tienen un saldo de préstamo pendiente con el PSF o que son responsables principalmente de pagar cualquier parte de la cartera de préstamos, en bruto. Los individuos que tienen préstamos múltiples con un PSF deben contarse como un solo prestatario.
Mujeres	
Hombres	
Entidades legales	
Rural	
Urbano	
Número de ahorradores voluntarios	
Mujeres	
Hombres	
Entidad legal	
Número total de clientes	El número de personas que son prestatarios activos, depositantes o ambos. Las personas que tienen préstamos o cuentas múltiples directamente con el PSF deben contarse como un solo cliente. El número debe basarse en personas y no en el número de grupos.
Retención de prestatarios	
Prestatarios activos al inicio del período	
Nuevos prestatarios durante el período	
Tasa de retención de prestatarios	Número de prestatarios activos / (número de prestatarios al inicio del período
El índice se calcula directamente en el panel de control social, sobre la base de los datos sin procesar de las casillas anteriores	+ prestatarios nuevos durante el período)



# Composición de la cartera

#### Datos y datos de precios de la cartera de préstamos y ahorro

COMPOSICIÓN DE LA CARTERA	DEFINICIÓN / FÓRMULA
Cartera de préstamos	
Número de préstamos activos	El número de préstamos en la cartera de préstamos, en bruto. Para un PSF que usa una metodología de préstamo en grupo, el número de préstamos debe referirse al número de personas que reciben préstamos como parte de un grupo o como parte de un préstamo grupal.
Préstamos individuales	Esto se refiere a sistemas de préstamos donde se hacen préstamos a personas y cualquier garantía o colateral que se requiera proviene de esa persona. Los préstamos que se basan en consideración del prestatario único, pero se desembolsan a través de mecanismos grupales y se cobran por medio de los mismos, siguen considerándose préstamos individuales según esta norma.
Grupo solidario	Los préstamos a grupos solidarios se refieren al uso de grupos para el desembolso de fondos y el cobro del pago de los préstamos sea a un grupo como un todo o a los miembros individuales de ese grupo. Los prestatarios de dichos grupos frecuentemente tienen responsabilidad mancomunada y solidaria por el pago de todos los préstamos al grupo y sus miembros. Esta responsabilidad grupal también puede determinar las decisiones de crédito que toma la institución. Los grupos solidarios varían en los grados en los que usan los grupos para decisiones de crédito, desembolso, cobro o para reducir el riesgo. Para este estándar, los préstamos se consideran con metodología de grupo solidario cuando algún aspecto de la consideración del préstamo depende del grupo, incluyendo el análisis del crédito, la responsabilidad, la garantía, el colateral y el tamaño del préstamo y sus condiciones.
Banca comunal/grupo de autoayuda	La banca comunal y los grupos de autoayuda se refieren a metodologías que proporcionan acceso al crédito y a servicios de ahorro por medio de asociaciones gestionadas por un grupo o por la comunidad. Los préstamos de las IMF se consideran de este tipo cuando la IMP presta al grupo, el cual, a su vez, usa este dinero para prestar a sus miembros. Los préstamos a la banca comunal o al grupo de autoayuda se realizan bajo la garantía colectiva del grupo. Los préstamos también pueden realizarse de las ganancias retenidas del grupo o de los ahorros de los miembros del grupo. Estos ahorros se consideran internos de la banca comunal o del grupo de autoayuda
Otro	Favor especificar en la columna de comentarios
Rural	
Mujeres	

Monto de cartera bruta en préstamos en (MONEDA SELECCIONADA)	Cartera bruta en préstamos ajustada para las anulaciones estandarizadas
Préstamos individuales	
Grupo solidario	
Banca comunal/grupo de autoayuda	
Otro	
Rural	
Mujeres	
Cartera de depósitos	
Valor total de los depósitos en	Incluye aquí los ahorros obligatorios
(MONEDA SELECCIONADA)	
Valor de los depósitos voluntarios en	
(MONEDA SELECCIONADA)	
Precio de los préstamos	
¿Cómo enuncia su institución la tasa de	Seleccione de la lista desplegable: fijo o saldo decreciente
interés de su producto más representativo	
de microcrédito?	
TEA promedio de su cartera	Llene manualmente la TEA para su cartera de préstamos. Si no tiene una cifra precisa para la TEA promedio de su cartera de préstamos, puede utilizar nuestra sencilla herramienta de estimación de la TEA.
Puede usar nuestra herramienta simple de	Haga clic en el vínculo de la celda para ir a la herramienta de TEA. Calculará una
estimación de la TEA	TEA promedio para sus productos principales y una TEA de promedio ponderado para la cartera de préstamos que puede ingresar en la celda anterior.

### Módulo de estimación de la **TEA**

### Calculador para estimar la Tasa Efectiva Anual para la cartera de préstamos.

El cálculo de la Tasa Efectiva Anual (TEA) es clave para evaluar la fijación de precios de manera responsable. La TEA se usa para expresar el precio verdadero como una medida estándar que permite la comparación del costo de los diferentes productos de préstamo. El propósito de la TEA es convertir todas las tarifas y comisiones relacionadas con el préstamo en una tasa de interés anualizada.

### ¿CÓMO ESTIMAR LA TEA?

Utilice la herramienta de estimación de la TEA en la SPI4. En esta herramienta, el cálculo se basa en un promedio de 3 muestras por producto de préstamo. Las muestras se determinan de acuerdo a la cantidad de préstamo y la frecuencia de pago (mínimo, más frecuente y máximo). Usted puede agregar hasta 6 productos de préstamo. El porcentaje total para los productos debe sumar más del 80% de la cartera de préstamos en términos del número de prestatarios.

Consulte nuestro manual de la SPI4 - Herramienta de estimatión de la TEA donde encontrará información adicional y ejemplos.

#### MENSAJES DE ADVERTENCIA EN LA HERRAMIENTA

#### Si no puede calcular la TEA para la institución

- 1. Asegúrese de haber ingresado suficientes productos para cubrir el 80% de la cartera de préstamos.
- **2.** Verifique si su producto es demasiado complejo (p.ej. pagos diarios, trimestrales, anuales, comisiones >5% de la cantidad del préstamo). La herramienta solamente puede calcular productos relativamente sencillos.

### Aparecerán mensajes de advertencia si sus productos tienen cualquiera de las siguientes condiciones:

- Pagos que son diarios, trimestrales, anuales o flexibles
- Préstamos con una tasa fija de interés que combina una tasa nominal alta y larga duración (tasa nominal \* número máximo de períodos) > 500%
- Comisiones iniciales totales que son mayores del 5% del monto del préstamo
- Período de gracia de más de un período
- Garantías líquidas de más del 17.5% del monto inicial del préstamo
- Comisiones sobre préstamos con un plazo menor a 2 meses

Para productos más complejos, necesitará usar el <u>Calculador de Precios de Microfinance Transparency</u>.

1. DESCARGAR	Descargar el Calculador de Precios de MFT	
2. IR A	Ir a la página "Pricing-Advanced"	
3. CALCULAR	Calcular la TEA para las tres muestras de cada Producto que desea evaluar.  Muestra 1: monto de préstamo y frecuencia mínimos  Muestra 2: monto de préstamo y frecuencia máximos  Muestra 3: monto de préstamo y frecuencia más frecuentes	
4. REGRESAR	Una vez obtenga las 3 TEA por producto, regresar a la herramienta de estimación de TEA de la SPI4.	
5. LLENAR	En la primera tabla de <b>la herramienta de estimación de TEA de la SPI4</b> , llene la primera sección de la sección de "Análisis de productos de crédito" (líneas 3-8) con los detalles del producto	
6. INSERTAR	Ahora vaya a la <b>Tabla de estimaciones de TEA</b> abajo. Inserte las TEA calculadas por el Calculador de Precios MFT en las celdas naranja "TEA (del calculador de precios MFT)".	
7. REPETIR	Repita la operación para otros Productos, Recuerde, puede agregar hasta 6 productos de crédito. El porcentaje total para los productos (Producto 1 + Producto 2 + Producto 3 + etc.) debe agregar a más de 80%.	
8. TEA PROMEDIO	Se calcula una TEA promedio de su cartera de préstamos en la celda AA 24.	
9. INSERTAR	Inserte este valor en la celda AA 207 de la Página de información sobre la organización.	



# Información **financiera**

### Indicadores financieros clave para el año que se reporta.

Estos indicadores están alineados con las definiciones del MIX y Microfact Factsheet..

INFORMACIÓN FINANCIERA	DEFINICIÓN / FÓRMULA
Indicadores financieros clave	Las definiciones están alineadas con el MIX. Haga clic en "Indicadores financieros clave" para acceder al glosario y las definiciones del MIX.  Más información: <a href="http://www.mixmarket.org/about/faqs/glossary">http://www.mixmarket.org/about/faqs/glossary</a>
Activos totales, volumen, (MONEDA SELECCIONADA)	Activos totales, ajustados para la inflación y provisión estandarizada para préstamos incobrables y castigos.
Rendimiento sobre activos (%)	(Resultado Operacional Neto- Impuestos) /Activo Total Promedio Ajustado
Rendimiento sobre patrimonio (%)	(Resultado Operacional Neto- Impuestos) / Patrimonio Promedio
Ratio de gastos financieros (como % de la cartera media bruta de préstamos)	Gastos Financieros / Activo Total Promedio
Ratio de gastos operativos (como % de la cartera media bruta de préstamos)	Gastos Operacionales Ajustados / Cartera Bruta de Préstamos Promedio Ajustada
Autosuficiencia operativa (%)	inancial Ingresos financieros / (Gastos financieros + Gastos de Provisión para
Desiding in the design (0/)	Cartera de préstamo, neta + Gastos operacionales)
Rendimiento de cartera (%)	Ingresos colocaciones en efectivo / Cartera bruta promedio CER
CER >30 + reprogramado (%)	Cartera en riesgo > 30 días/ Cartera bruta promedio de préstamos
Pérdidas (durante el período) (%)	Pérdida: préstamos activos que tienen más de 360 días de mora y que pueden considerarse como pérdida.
Ratio de gastos de préstamos incobrables	(Pérdidas ajustadas – Valor de los préstamos recuperados) / Cartera bruta promedio de préstamos Basto de reserva (o provisión) para pérdida de préstamos (o provisión para créditos incobrables) = gasto no líquido usado para crear o aumentar la reserva para pérdidas de préstamos en el balance general. El gasto se calcula como porcentaje del valor de la cartera bruta de préstamos que está en riesgo de incumplimiento, dependiendo de la política de la provisión. Los PSF deben provisionar de acuerdo a la antigüedad de su cartera en riesgo: entre más antiguo el préstamo moroso, más alta la reserva para pérdidas. Por lo tanto, el nivel de morosidad es un factor importante para establecer una reserva para pérdidas apropiada. El ratio de gastos de préstamos incobrables es el ratio de préstamos incobrables sobre la cartera bruta promedio.



## Informes externos

Nivel de participación / divulgación en iniciativas como Smart Campaign, SPTF, calificaciones, etc.



# **Módulos** opcionales

Los módulos opcionales aparecen en la parte inferior de la página dependiendo de lo que seleccionó en la Página de Bienvenida

MÓDULOS OPCIONALES	DEFINICIÓN / FÓRMULA
Enfoque en la pobreza	
¿Cuál es el nivel de pobreza de los clientes que su institución desea alcanzar? Marque todos los que correspondan:	
Clientes muy pobres	Muy pobres: Clientes que viven por debajo de una línea extrema absoluta de pobreza. Las líneas comunes de pobreza extrema incluyen (1) personas en el 50% inferior de quienes viven por debajo de la línea de pobreza establecida por el gobierno nacional o (2) personas que viven con menos de US \$1.00 por día (técnicamente \$1.08 por día per cápita según la paridad del poder adquisitivo de 1993, PPA) o con menos de US \$1.25 al día según PPA del 2005.
Clientes pobres	Pobres: Clientes que viven por debajo de una línea de pobreza. Las líneas de pobreza comunes incluyen (1) personas que viven por debajo de la línea de pobreza establecida por el gobierno nacional o (2) personas que viven con menos de US \$2.00 por día en gastos per cápita diarios según PPA 1993.
Clientes de bajos ingresos	Bajos ingresos: Clientes sobre la línea de pobreza pero por debajo del ingreso nacional promedio. Para información actualizada sobre líneas de pobreza y PPA, visite: http://www.povertytools.org
No hay un enfoque específico en la pobreza	

# Sección 3 Directrices por indicador

**FUENTES DE INFORMACIÓN** 

### ANÁLISIS DE DOCUMENTOS



DOCUMENTS

### AUDITORIA DE CAMPO



ENTREVISTAS



**OBSERVACIÓN** 



GRUPOS DE ENFOQUE CON CLIENTES

### INDICADOR 1A11

# La declaración de la misión del proveedor especifica:

- Los clientes objetivo, los cuales incluyen a los grupos vulnerables o excluidos
- Los cambios sociales esperados, entre ellos el acceso a servicios financieros y la generación de beneficios para los clientes objetivo
- Cómo el proveedor atenderá a las necesidades de los clientes objetivos a través de productos, servicios y otros mecanismos

### **JUSTIFICACIÓN**

La declaración de misión es el punto de partida para definir una estrategia clara.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Analizar la declaración de misión (anotada en la página de Información sobre la organización). Verificar que responsa a tres preguntas clave:

- A quién desea alcanzar el proveedor (población objetivo), especificando el tipo de exclusión/vulnerabilidad o identificando a poblaciones que se sabe son excluidas (p.ej. mujeres, pequeños agricultores, PyMEs, etc.)
- ¿Cómo pretende el proveedor prestar servicio a su población objetivo? (qué productos, servicios)
- ¿Qué cambios desea alcanzar el proveedor? (resultados)

Una declaración de misión necesita ser corta y sencilla, pero ser clara en los 3 puntos principales anteriores. <u>Directrices para la calificación</u>: Si los 3 puntos no se mencionan o se mencionan vagamente, dé una puntuación de "parcialmente".

#### **EJEMPLOS**

Buen ejemplo: "Proporcionar productos competitivos de crédito y ahorro [productos y servicios] que empoderen a los pequeños agricultores y empresas rurales [clientes objetivo] para crear agroindustrias sostenibles y mejorar sus medios de vida [resultados sociales]."

Ejemplo que no puede guiar la estrategia: "Proveer servicios financieros a nuestra gente". Términos como "nuestra gente" y "servicios financieros" son demasiado amplios y vagos. Y a esta declaración de misión le falta el por qué: ¿qué resultados se esperan?



- Estrategia/ Plan de negocios
- Informe anual
- Sitio en la red

### INDICADOR 1A12

# La dirección promueve la declaración de la misión mediante:

- La difusión y explicación a todos los niveles de la institución
- La revisión durante épocas de cambios institucionales tales como cambios en la propiedad, en la forma jurídica, u otros cambios significativos

### **JUSTIFICACIÓN**

La misión debe ser conocida por todos los empleados y partes interesadas para inspirar y guiar sus acciones y permitirles ser defensores eficaces del proveedor de servicios financieros.

La declaración de misión debe ser revisada cada cierto tiempo para asegurarse de que refleja los cambios en el contexto o en el posicionamiento del proveedor en el mercado.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

En las entrevistas, verifique que las partes interesadas conocen la misión (o el espíritu de la misma si no se saben las palabras exactas). Verifique que la misión haya sido revisada (incluso si no ha cambiado) en los últimos 5 años.

Observe si la declaración de misión está visible (carteles, folletos) en las oficinas centrales y en las agencias.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique qué documentos clave promueven la misión. Especifique si los empleados conocen la misión y si se ha revisado recientemente.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si la declaración de misión no está visible en las oficinas centrales y en las agencias, pero el personal claramente comprende la misión, la respuesta puede ser 'sí'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Estrategia/plan de negocios
- Folletos, carteles, material promocional
- Material de capacitación para nuevos empleados
- Boletines internos o campañas de correo electrónico destinadas a empleados



 Entrevistas con empleados y la junta



 Observación de las oficinas centrales y las agencias

### INDICADOR 1A21

La estrategia del proveedor tiene en cuenta características específicas de sus clientes objetivo, entre ellas:

- Perfil demográfico y/o características socioeconómicas (p. ej. hombre/mujer, urbano/rural, nivel educativo, nivel de pobreza)
- Niveles de exclusión financiera (p. ej. excluidos previamente de los servicios financieros formales)
- Actividad empresarial (p. ej. agricultura/comercio, empresa nueva/existente)

### **JUSTIFICACIÓN**

La estrategia debe especificar las características principales de las personas y organizaciones que el proveedor desea alcanzar para definir el mercado objetivo de manera precisa.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique los documentos clave de estrategia. Éstos deben especificar a qué tipos de clientes debe prestarse servicio y deben incluir **al menos una** de las características especificadas en los detalles (p.ej. los subpuntos debajo del indicador) e idealmente varios.

Los términos como "marginado", "excluido", "pobreza" deben definirse sobre la base de definiciones nacionales o realidades locales.

<u>Columna de comentario</u>s: Especifique las características clave de los clientes objetivo según se definen en los documentos de estrategia o según lo discutido con el Presidente Ejecutivo.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si las entrevistas con la dirección indican que los clientes objetivo están claramente definidos, pero no hay formalización en un documento de estrategia, la calificación será 'parcialmente'.



- Estrategia/plan de negocios
- Manual de operaciones/ crédito



- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo / Director General
- Entrevistas con gerentes de agencia
- Entrevistas con oficiales de crédito

INDICADOR 1A31

El proveedor define objetivos sociales claros.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Un proveedor debe definir claramente sus objetivos sociales para orientar sus operaciones y para medir si se están logrando.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique que los objetivos sociales estén claramente especificados en los documentos de estrategia y que sean realistas y consistentes con la misión. Deben describir los cambios positivos que el proveedor espera que sucedan con los clientes objetivo como resultado de proporcionar productos y servicios particulares.

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de objetivos sociales encontrados en el plan de negocios. Esto ayudará a verificar los siguientes dos indicadores de la SPI4.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si los objetivos sociales existen, pero no están relacionados con la misión/ estrategia social o son demasiado vagos o demasiado ambiciosos, entonces la respuesta debe ser 'parcialmente.' Para verificar la consistencia, compare la respuesta de aquí con **2B1** – si la respuesta es 'no' aquí, entonces la respuesta a los indicadores bajo esta Práctica Esencial probablemente debe ser 'no'.

En caso que el proveedor defina solo un objetivo y meta social y esté incluido en el plan de negocios u operativo, las respuestas majo la Práctica Esencial **1A3** puede ser 'parcialmente' y la respuesta a **2B11** puede ser 'sí'.

#### **EJEMPLOS**

"Aliviar la pobreza" – Ejemplo de un objetivo social que es demasiado vago. ¿Para qué grupo objetivo? ¿Usando qué definición de pobreza?

"Eliminar toda forma de pobreza" o "crear desarrollo económico y social" – Ejemplos de objetivos sociales que son demasiado ambiciosos.

Asegurar un mejor ingreso, mejores activos en las PyMEs, creación de trabajos, aumento en la productividad de los cultivos – Ejemplos de resultados/cambios esperados concretos.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Estrategia/plan de negocios

INDICADOR 1A32

El proveedor define las metas de producción y / o de resultados que corresponden con sus objetivos sociales.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Las metas permiten al proveedor cuantificar sus objetivos y medir su progreso.

#### **DEFINICIÓNS**

**Las metas de producción** describen las acciones que el proveedor realizará para alcanzar los objetivos sociales (p.ej. el número de capacitaciones que se proporcionarán, el volumen de préstamos que se desembolsarán, el % de clientes que usan servicios financieros por primera vez).

Las metas de resultados describen cómo los clientes se beneficiarán de los productos y servicios ofrecidos (p.ej., el % de clientes satisfechos con los productos con el objetivo de medir cuán apropiados son los servicios; el % de clientes que adquirieron un nuevo producto para su negocio en los últimos X años puede medir la mejora en las prácticas de los negocios; el % de hogares con una fuente mejorada de agua potable puede medir la mejora en las condiciones de vida).

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Identifique las metas en los documentos de estrategia. Las metas son cuantitativas. Deben ser SMART (siglas en inglés): específicas, medibles, alcanzables, relevantes y tener un límite de tiempo.

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de metas cuantitativas precisas encontradas en los documentos de estrategia.

<u>Directrices para la calificación</u>: si solo se establecen unas cuantas metas o si las mismas no son SMART y realmente no pueden implementarse, la respuesta es "parcialmente."

Para verificar la consistencia, haga una comparación con **2B1**: si la respuesta es 'no' para **1A32**, entonces la respuesta a estos indicadores probablemente es 'no'. En caso el proveedor defina solamente un objetivo y una meta social y está incluida en el plan de negocios o plan operativo, las respuestas bajo la Práctica Esencial **1A3** pueden ser 'parcialmente', mientras que la respuesta bajo **2B11** puede ser 'sí'.

También verifique la consistencia con **2B31** en la evaluación de la alta gerencia contra las metas de desempeño social. Si la respuesta es 'no' para **1A32**, entonces la respuesta a estos indicadores probablemente debería ser 'no'.



- Estrategia/plan de negocios
- Plan operativo

Alinus

INDICADOR 1A33

El proveedor tiene al menos un indicador medible para cada objetivo social.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los indicadores hacen posible la medición de resultados y dan seguimiento al avance para alcanzar las metas. Los indicadores deben estar directamente vinculados con las metas sociales y ser útiles para la toma de decisiones.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Identifique los indicadores en los documentos de estrategia. Averigüe cómo se reportan, usan y comentan en el informe gerencial o el informe anual.

Observe qué tipo de información monitorea el SIG y el tipo de informes que produce sentándose con el gerentede SIG y viendo una demostración del sistema. Analice si los datos recopilados son sencillos, fáciles de entender para los clientes, fácil de recopilar por el personal de campo, si son monitoreados regularmente, reportados sistemáticamente, etc.

<u>Columna de comentarios</u>: Provea ejemplos de indicadores usados con referencia a los documentos donde se encuentran.

<u>Directrices para la calificación</u>: si los indicadores se definen solo para uno de los objetivos sociales, la respuesta es"parcialmente". Si algunos de los indicadores parecen ser complejos de entender / medir / evaluar / reportar, la respuesta es "parcialmente."

Para verificar la consistencia, compare la respuesta de **1A33** con los indicadores bajo **2B1** – si la respuesta es 'no' a estos indicadores, entonces la respuesta para **1A33** probablemente debería ser 'no'. En el caso donde el proveedor define solamente un objetivo y meta social y se incluye en el plan de negocios o el plan operativo, las respuestas bajo la Práctica Esencial **1A3** pueden ser 'parcialmente', mientras que la respuesta bajo **2B11** puede ser 'sí'.



- Estrategia/plan de negocios
- Informes gerenciales
- Informe anual
- SIG
- Solicitud del cliente

### INDICADOR 1A41

La estrategia del proveedor especifica cómo sus productos, servicios y canales de distribución van a:

- Reducir las barreras a la inclusión financiera
- Reducir la vulnerabilidad de los clientes
- Promover oportunidades económicas

### **JUSTIFICACIÓN**

El principal propósito de entregar un producto o servicio es promover la inclusión financiera, mejorar la capacidad de adaptarse a los riesgos y la vulnerabilidad, y contribuir a mejorar la situación económica. Esto debe reflejarse en la oferta de servicios del proveedor.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique de qué manera se ha diseñado la mezcla de productos y servicios (financieros y no financieros) y los canales de distribución para reducir la exclusión financiera, la vulnerabilidad y para promover las oportunidades económicas.

Columna de comentarios: Resuma las razones para la oferta de servicios del proveedor.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si la estrategia no está plenamente formalizada en los documentos de estrategia pero está muy clara para la junta y la gerencia, entonces la respuesta puede ser "sí".

#### **EJEMPLOS**

Vea la Tabla 9 en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 62) donde encontrará un ejemplo de cómo pueden servir los productos/servicios para alcanzar los objetivos sociales de un proveedor.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Estrategia/plan de negocios
- Manuales de productos
- Impacto o informes de GDS



 Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/Director General + junta o consejo

Alinus

INDICADOR 1B11

El proveedor cuenta con un sistema formal para la recopilación de datos de desempeño social, de manera regular y continua.

### **JUSTIFICACIÓN**

La recopilación regular y sólida de datos de desempeño social ayuda a asegurar que los gerentes tengan la información necesaria para tomar decisiones informadas y monitorear los objetivos sociales.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Un sistema formal se refiere a un sistema basado en procedimientos escritos, sobre los cuales se ha capacitado al personal, al cual se hace referencia explícitamente en los planes estratégicos u operativos, que genera informes usados por la alta gerencia y/o la junta.

Discuta con el gerente del SIG y los gerentes operativos si/cómo los datos de DS se recopilan formalmente y la regularidad con que se realiza la recopilación de datos.

Asegúrese de observar el SIG e identificar que datos de DS están disponibles. El SIG no necesariamente debe estar computarizado, pero debe producir información regular y confiable.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si hay protocolos implementados, pero su aplicación es inconsistente, la respuesta es "parcialmente".

#### **EJEMPLOS**

Los datos de DS pueden incluir características del cliente (género, edad, ocupación/tipo de negocio); datos de negocios del cliente (activos, ventas, número de trabajadores asalariados); alcance por productos/ clientes; tasas de retención de clientes; quejas de los clientes; retención del personal; satisfacción del cliente; etc.



- Entrevistas con el gerente del SIG
- Entrevistas con el gerente de operaciones
- Entrevistas con el personal de campo

### INDICADOR 1B12

# El proveedor tiene protocolos de datos que identifican:

- Quién define los indicadores que se van a recolectar
- Quién recolecta los datos
- Cómo se recolectan los datos
- Dónde se almacenan los datos
- Quién analiza los datos
- Quién verifica la exactitud de los datos
- Cómo se comunican los datos
- A quién se comunica los datos

### **JUSTIFICACIÓN**

Los protocolos de datos aseguran de que los datos se concentren en los clientes y en los objetivos sociales del proveedor, y de que los datos recopilados sean confiables, accesibles, estén actualizados y sean útiles.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Analice la cadena de datos de desempeño social desde la fuente de la información (clientes, empleados) hasta el uso intensional de la información. Verifique que esta cadena sea coherente, sin ningún eslabón perdido, para asegurar una alta calidad y datos de DS oportunos.

Frecuentemente, los datos sociales se recopilan por medio de las solicitudes de préstamo o ahorro, así que es importante hablar con los empleados que atienden al cliente para ver cómo se recopilan los datos y luego se almacenan y analizan. Esto también permite al auditor verificar que la realidad en el campo coincida con los protocolos de datos del PSF. Una verificación de las descripciones de puesto puede revelar si se incluyen responsabilidades de recopilación de datos para el personal pertinente.

Vea el Ejemplo de Campo 12. Microloan Foundation usa un protocolo de datos en la <u>Guía de Implementación</u> <u>de los Estándares Universales</u> (página 70).



- Manual de crédito
- Descripciones de puesto del personal pertinente
- Procedimientos del SIG
- Informes de datos de DS



- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo / Director General
- Entrevistas con el gerente del SIG
- Entrevistas con el gerente de operaciones
- Entrevistas con empleados que atienden al cliente

### INDICADOR 1B13

Las personas que ocupan puestos relevantes reciben una formación específica en materia de recopilación y entrada de datos.

### **JUSTIFICACIÓN**

El capacitar a los empleados para que comprendan por qué y cómo se recopilan los datos puede ayudarles a explicar el propósito de la recopilación de datos a los clientes. También les ayuda a comprender el propósito y los incentivos para recopilar información confiable. La capacitación permite una recopilación de datos más exacta.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique cómo y cuándo los empleados, tales como los oficiales de crédito o digitadores de datos, se capacitan en recopilación de datos y digitación de datos.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación para empleados



- Entrevistas con gerente de RH /gerente de capacitación
- Entrevistas con gerente de agencia
- Entrevistas con empleados que atienden al cliente

### INDICADOR 1B14

Los datos se validan mediante auditorías internas periódicas o por revisiones por parte de la dirección, incluyendo algunas comprobaciones en el campo.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El validar los datos asegura la exactitud y presiona a todos los actores en la cadena de valor de datos de desempeño social a lograr resultados de más alta calidad.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Discuta con el equipo de auditoría interna y con los gerentes de agencia cómo se verifica la calidad de los datos de los clientes.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo y cuándo se validan los datos. Si es posible, agregue cuántos clientes o qué porcentaje de clientes se incluyen en estas verificaciones.

#### **EJEMPLOS**

Las técnicas de validación pueden incluir:

- Verificaciones a nivel de campo:
  - Visitar o llamar a una muestra aleatoria de clientes para confirmar que se realizaron entrevistas con los empleados de las agencias.
  - Observar al recopilador de datos en acción y proporcionar retroalimentación acerca de su desempeño.
- Verificación de datos
  - Verificar una muestra aleatoria de datos ingresados por el personal de digitación de datos para confirmar su exactitud.
  - Usar pantallas de ingreso de datos que no permitan que el usuario proceda a menos que se ingrese cierta información.



- Lista de verificación de auditoría interna
- Manual de auditoría interna para verificar el tamaño de la muestra



- Entrevistas con auditoría interna
- Entrevistas con gerentes de agencia
- Entrevistas con el campeón de la GDS

### INDICADOR 1B15

El sistema de gestión de la información del proveedor puede desagregar los datos de clientes según las características que sean relevantes para su misión social.

- Alcance a mujeres/hombres
- Alcance a clientes que cumplan, por lo menos, una de las características que se enumeran a continuación:
  - Alcance a los jóvenes
  - Alcance a las zonas rurales
  - Alcance por nivel de pobreza
  - Otro tipo de indicadores sociales (especificar por favor)

### **JUSTIFICACIÓN**

El desagregar los datos es importante para comprender si el proveedor está alcanzando a sus clientes objetivos y cómo los diferentes tipos de clientes experimentan los productos y servicios, y si para algunos grupos, las características de productos necesitan modificarse en el futuro.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Asegúrese de observar el SIG, para ver cómo se registran los datos, qué datos se registran y qué tipos de informes se producen, etc.

Columna de comentarios: Especifique cómo se desagregan los datos.



- Informes del SIG
- Informes gerenciales

Alinus

INDICADOR 1B21

El proveedor monitorea la situación de pobreza de sus clientes nuevos, la cual puede incluir formas no monetarias de pobreza, como la falta de empoderamiento y la inseguridad alimentaria.

- El proveedor recopila datos de forma sistemática para medir el nivel de pobreza de los clientes nuevos.
- El proveedor utiliza una herramienta de evaluación de la pobreza (vea la lista de herramientas existentes a continuación):
  - Índice de Superación de la Pobreza (PPI)
  - Encuesta para calcular el ingreso o gasto per cápita
  - Herramienta de medición de la pobreza definida internamente (por favor especifique)
- El proveedor recopila datos sobre todos sus clientes, o utiliza una muestra representativa.

### **JUSTIFICACIÓN**

El centrarse en los pobres requiere de una estrategia con ese propósito, basada en herramientas de medición de la pobreza que permitan al proveedor rastrear los niveles de pobreza de los clientes.

El medir el nivel de pobreza de los clientes entrantes (nuevos clientes, que se define como los clientes que han entrado al programa en los últimos 12 meses) asegura el enfoque intencionado en los clientes por debajo de un nivel de pobreza dado, idealmente el objetivo definido por el proveedor.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique qué herramienta de pobreza se utiliza, si se utiliza la versión más reciente y cómo se usa (sistemáticamente al ingreso o según una muestra).

Si el proveedor financiero tiene una herramienta propia, verifique cómo se desarrolló.

Verifique que la herramienta de medición de la pobreza se utilice para nuevos clientes (no para todos los clientes).

Verifique los incentivos para que los empleados de campo usen apropiadamente la herramienta de evaluación de la pobreza (¿existe una revisión de auditoría interna, p.ej., indicador **1B14**?; ¿existen incentivos financieros?)

<u>Directrices para la calificación /N/A</u>: Si el proveedor no dice que la reducción de la pobreza es uno de sus objetivos, entonces los indicadores bajo **1B2** pueden responderse N/A y esto no se contará en el puntaje.

Si el auditor tiene evidencia de que el personal de campo no está plenamente consciente, capacitado, incentivado en el uso de la evaluación de la pobreza, la respuesta es 'parcialmente'.



- Manual de crédito
- Herramienta de evaluación de la pobreza
- Formulario de solicitud de préstamo



- Entrevistas con mercadeo/ desarrollo de productos
- Entrevista con empleados de campo

### INDICADOR 1B22

### El proveedor monitorea la evolución en el tiempo del nivel de pobreza de sus clientes.

- El proveedor lleva un registro sistemático para medir el progreso de sus clientes pobres.
- Los análisis tienen en cuenta la influencia de la deserción de clientes en los resultados.

### **JUSTIFICACIÓN**

Más allá de enfocarse en los pobres, el proveedor también debe monitorear los cambios en el tiempo para asegurarse de tener una estrategia eficiente para servir a los pobres.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique cómo se monitorea el avance y si el efecto de las deserciones se toma en cuenta en el análisis de los resultados.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Si el proveedor no establece que la reducción de la pobreza es uno de sus objetivos, entonces los indicadores pueden responderse N/A.



- Manual de crédito
- SIG/informes gerenciales



- Entrevistas con mercadeo / desarrollo de productos
- Entrevistas con empleados del campo
- Entrevista con el campeón de la GDS

INDICADOR 1B31

El proveedor formaliza la protección del medio ambiente en su misión y sus valores.

### **JUSTIFICACIÓN**

El formalizar la protección del medio ambiente en la misión hace que el proveedor rinda cuentas de su compromiso.

ISI EL PSF NO ESPECIFICA EN SU MISIÓN EL ENFOQUE EN TEMAS AMBIENTALES, EL INDICADOR PUEDE RESPONDERSE "N/A". ESTA PRÁCTICA ESENCIAL TIENE EL PROPÓSITO DE CONCIENTIZAR A LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS FINANCIEROS PERO TODAVÍA NO SE CONSIDERA UN ESTÁNDAR.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especificar la declaración de misión. Especifique cómo y dónde (qué documentos) se declara un compromiso con la protección del medio ambiente. El termino "ambiente" debe ser mencionado directamente y no indirectamente.

<u>Directrices para la calificación /N/A</u>: Si el proveedor no declara su responsabilidad con el medio ambiente como uno de sus objetivos, entonces los indicadores bajo **1B3** pueden responderse N/A. La pregunta debe responderse como SI si el medio ambiente se expresa al menos en un elemento entre: misión, visión y los valores. No se necesitan los tres.

#### **EJEMPLO**

La declaración de la misión del XAC Bank (Mongolia) es "Ser un socio de por vida para nuestros clientes al proporcionar soluciones financieras valiosas que abarcan los más altos estándares de la misión de triple resultado: Gente, Planeta y Prosperidad".



- Estrategia/plan de negocios
- Sitio en la red

INDICADOR 1B32

El proveedor tiene una política formal de protección del medio ambiente que especifica sus objetivos medioambientales, las metas y los indicadores.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El definir claramente los objetivos, metas e indicadores hace posible la medición para ver si la misión ambiental se está logrando.

SI EL PSF NO ESPECIFICA EN SU MISIÓN EL ENFOQUE EN TEMAS AMBIENTALES, EL INDICADOR PUEDE RESPONDERSE "N/A". ESTA PRÁCTICA ESENCIAL TIENE EL PROPÓSITO DE CONCIENTIZAR A LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS FINANCIEROS PERO TODAVÍA NO SE CONSIDERA UN ESTÁNDAR.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique los objetivos, metas e indicadores utilizados.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Si el proveedor no declara su responsabilidad con el medio ambiente como uno de sus objetivos, entonces los indicadores bajo **1B3** pueden responderse N/A.

Para responder SÍ, la institución debe tener una política formal por escrito, en lugar de una informal u oral. Si la política es informal pero es posible verificar que los indicadores, objetivos, metas existen y son conocidos en la Institución, entonces la respuesta puede ser PARCIALMENTE.

#### **EJEMPLO**

Vea la Tabla 12. Ejemplo de los objetivos, metas e indicadores verdes en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 75).

El PSF de Camboya Amret tiene una política y procedimientos sociales y ambientales formales que pueden identificar los riesgos / impactos sociales y ambientales asociados con sus operaciones y las actividades comerciales de los clientes. La política y los procedimientos están destinados a ofrecer pautas y capacitación para implementar a fin de minimizar los impactos negativos relacionados con la sostenibilidad social y ambiental. Para garantizar que se desempeñen de manera efectiva, la política y los procedimientos se han integrado en el sistema de evaluación de préstamos existente y en los procedimientos operativos estándar (solicitud, evaluación, contratación y desembolso de préstamos, y recuperación y monitoreo). Ver <a href="https://amret.com.kh/index.php/homeen/spm3">https://amret.com.kh/index.php/homeen/spm3</a>



- Estrategia/plan de negocios
- Informes del SIG

INDICADOR 1B33

El proveedor tiene una persona o un comité designado para gestionar los temas medioambientales.

### **JUSTIFICACIÓN**

Tener una persona dedicada o un comité encargado de manejar los problemas ambientales mejora las posibilidadesde lograr progreso. Esto demuestra que hay alguien en la institución que es responsable de administrar la dimensión ambiental. Si bien la alta dirección debe ser la responsable final de lograr los objetivos ambientales, pueden carecer de la experiencia o las herramientas para hacerlo. Muchos proveedores lo han encontrado útil para asignar una función dedicada a apoyar a la gerencia en la toma de decisiones, por ejemplo, un Gerente ambiental dedicado a la definición y seguimiento de objetivos ambientales.

SI EL PSF NO ESPECIFICA EN SU MISIÓN EL ENFOQUE EN TEMAS AMBIENTALES, EL INDICADOR PUEDE RESPONDERSE "N/A". ESTA PRÁCTICA ESENCIAL TIENE EL PROPÓSITO DE CONCIENTIZAR A LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS FINANCIEROS PERO TODAVÍA NO SE CONSIDERA UN ESTÁNDAR.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique la persona o el comité y cuál es el papel del mismo en la supervisión de la estrategia medioambiental.

Las actividades de desempeño ambiental podrían incluir:

- Trabajar con la administración para crear una estrategia ambiental para la organización, que incluye objetivos, metas e indicadores ecológicos. Monitoreando el progreso hacia estos objetivos.
- Desarrollar una lista de exclusión ambiental: una lista de empresas que la institución no financiará, en función de su impacto perjudicial sobre el medio ambiente.
- Apoyar a los oficiales de campo para aplicar la lista de exclusión de la institución (por ejemplo, capacitación sobre cómo evaluar las empresas de los clientes por su impacto en el medio ambiente).
- Seguimiento y evaluación del impacto ambiental propio de la institución.
- Llevar productos verdes a la cartera de la institución (por ejemplo, productos de préstamos de energía limpia).
- Informar a las partes interesadas externas sobre el progreso de la institución hacia sus objetivos verdes.
- Controlar que el valor ambiental sea considerado en las actividades, procesos, gestión de riesgos, decisiones de la institución.

<u>Directrices para la calificación /N/</u>A: Si el proveedor no declara su responsabilidad con el medio ambiente como uno de sus objetivos, entonces los indicadores bajo **1B3** pueden responderse N/A.

Para responder SI, al menos una persona debe dedicar parte de su tiempo a la gestión de temas ambientales. Si hay un compromiso informal y se puede proporcionar evidencia para demostrar, entonces se puede responder PARCIALMENTE.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Entrevistas con el Presidente Ejecutivo / Director General

### INDICADOR 1B34

El proveedor informa sobre su desempeño y las prácticas medioambientales a través de:

- Informes internos (a la junta directiva, a los inversores)
- Informes públicos (informes anuales)

### **JUSTIFICACIÓN**

Los informes regulares le permiten al proveedor hacer un seguimiento del progreso y monitorear la estrategia ambiental. Además hace que la institución rinda cuentas de sus actividades y logros ambientales a nivel interno y externamente.

SI EL PSF NO ESPECIFICA EN SU MISIÓN EL ENFOQUE EN TEMAS AMBIENTALES, EL INDICADOR PUEDE RESPONDERSE "N/A". ESTA PRÁCTICA ESENCIAL TIENE EL PROPÓSITO DE CONCIENTIZAR A LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS FINANCIEROS PERO TODAVÍA NO SE CONSIDERA UN ESTÁNDAR.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique el tipo de informes realizados y su frecuencia.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Si el proveedor no declara su responsabilidad con el medio ambiente como uno de sus objetivos, entonces los indicadores bajo **1B3** pueden responderse N/A.

#### **EJEMPLO**

Vea el Ejemplo del campo 14. ACLEDA Bank PLC informa sobre los indicadores de desempeño ambiental en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 76).



- Informes gerenciales
- Informes anuales

INDICADOR 1B35

El proveedor capacita a los oficiales de crédito sobre cómo evaluar los riesgos medioambientales de las actividades de sus clientes.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los oficiales de crédito no necesariamente tienen experiencia en la evaluación de riesgos medioambientales y deben ser capacitados para comprender y evaluar los riesgos medioambientales.

SI EL PSF NO ESPECIFICA EN SU MISIÓN EL ENFOQUE EN TEMAS AMBIENTALES, EL INDICADOR PUEDE RESPONDERSE "N/A". ESTA PRÁCTICA ESENCIAL TIENE EL PROPÓSITO DE CONCIENTIZAR A LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS FINANCIEROS PERO TODAVÍA NO SE CONSIDERA UN ESTÁNDAR.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique cómo y cuándo se capacita a los empleados. Verificar cómo se integran los puntos de control ambientales en los formularios y procedimientos de solicitud y contratación. Verifique que el riesgo ambiental se distinga claramente del riesgo social, si no, el puntaje debe ser PARCIALMENTE y no SÍ.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Si el proveedor no declara su responsabilidad con el medio ambiente como uno de sus objetivos, entonces los indicadores bajo **1B3** pueden responderse N/A.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación para los empleados



 Entrevistas con RH, empleados de campo

### INDICADOR 1B41

El proveedor produce informes de gestión que incluyen datos a nivel de cliente sobre los indicadores sociales, al menos una vez al año.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los datos de desempeño social deben ser valorados por el proveedor. Para que sean valiosos para el proveedor, los datos deben informarse y usarse para tomar decisiones operativas y/o estratégicas. La experiencia de campo muestra que muchos proveedores que recopilan datos sociales no los informan y entre los proveedores que recopilan y producen informes de datos sociales, éstos no se integran eficazmente en informes de gestión de manera que permitan tomar decisiones informadas sobre la base de los resultados. Cada uno de estos tres pasos es clave para usar eficazmente los datos sociales.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique el informe de gestión más reciente con datos a nivel de cliente y ejemplos del tipo de datos que se incluye.

#### **EJEMPLO**

Vea el Ejemplo de campo 15. Informes de AMK a diferentes partes interesadas en la <u>Guía de Implementación</u> <u>de los Estándares Universales</u> (página 78).



- Informes gerenciales
- Informes anuales

Alinus

INDICADOR 1B42

El proveedor divulga información sobre el desempeño social a través de uno o más de los siguientes canales:

- El MIX
- Otros canales tales como:
  - · La red nacional/ regional
  - La red global
  - Su informe anual
  - El regulador nacional
  - Otro

### **JUSTIFICACIÓN**

Los datos de desempeño social también son importantes para las partes interesadas externas. Muestran que el proveedor rinde cuentas de su misión y está comprometido con la transparencia.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique qué canales se usan seleccionando los detalles bajo el indicador.



- Sitio en la red de la institución
- Informe anual
- Sitio en la red del MIX

### INDICADOR 1B43

El proveedor actualiza los datos publicados al menos una vez al año.

### **JUSTIFICACIÓN**

El actualizar los datos publicados de manera periódica es una señal de un SIG eficiente, profesionalismo y compromiso con la transparencia y los objetivos sociales.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique cuándo se actualizaron por última vez los datos publicados y si la publicación externa de los datos sociales es periódica o esporádica.



- Sitio en la red de la institución
- Informe anual
- Sitio en la red del MIX

### INDICADOR 2A11

### Durante la inducción, a los miembros de la Junta Directiva se les proporciona:

- Una explicación (o formación) sobre la misión y los objetivos sociales del proveedor
- Una explicación sobre sus responsabilidades en la gestión del desempeño social del proveedor
- Novedades de las iniciativas nacionales o internacionales sobre GDS, tales como la SPTF, Smart Campaign, u otras normativas relacionadas con el DS, etc.

### **JUSTIFICACIÓN**

Para apoyar y salvaguardar la misión social de una institución exitosamente, los miembros de la junta necesitan comprender cuál es la misión y cómo pueden ayudar a sostenerla. Los miembros nuevos de la junta deben ser orientados acerca del desempeño social y las tendencias globales en el área para que sepan que son parte de un gran movimiento dedicado a la gobernanza socialmente responsable.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Proporcione la fecha de las Actas de la junta donde se encuentra la información o referencia a ejemplos citados durante entrevistas con miembros de la junta o el Presidente Ejecutivo. Observe la frecuencia de dichas capacitaciones (p.ej. anuales o esporádicas). Las tasas de rotación en la junta frecuentemente son altas y, por lo tanto, pueden necesitarse actualizaciones anuales sobre la GDS en esos casos.



- Actas de la junta
- Presentación usada para capacitar a la junta



- Entrevistas con miembros de la junta
- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General

### INDICADOR 2A12

### Todos los miembros de la junta han confirmado estar de acuerdo con la misión social del proveedor.

- A la hora de afiliarse, cada miembro de la junta está de acuerdo, ya sea verbalmente o por escrito, llevar a cabo sus responsabilidades de desempeño social.
- A la hora de afiliarse, cada miembro de la junta firma el Código de Ética del proveedor, y se compromete a cumplirlo.
- Los miembros de la junta participan de manera voluntaria y activa a las reuniones de la junta.

### **JUSTIFICACIÓN**

El pedir que los miembros de la junta confirmen formalmente su compromiso con la misión social refuerza la importancia de la misión en sí y su responsabilidad de afirmarla.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo los miembros de la junta demuestran su compromiso con la misión social. Por ejemplo, algunos miembros de la junta pueden ser parte de algún comité de desempeño social o de servicios sociales que monitorea los objetivos sociales de la institución.

<u>Directrices para la calificación</u>: Algunas veces, el compromiso de la junta es fuerte, pero no está formalizado en ningún documento o comité. En este caso, puede subrayarse su participación activa en asuntos de desempeño social o basados en el cliente durante las reuniones de la junta (como se evidencia en las Actas de la junta) como un ejemplo de su compromiso.

La asistencia a las reuniones de la junta por sí sola no se considera participación activa.



- Actas de la junta
- Código de ética



- Entrevistas con miembros de la junta
- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General
- Entrevista con RH

Alinus

INDICADOR 2A21

La junta revisa cada uno de estos temas, al menos una vez al año, para determinar si el proveedor está cumpliendo con su misión y objetivos sociales:

- Los avances hacia los objetivos medidos por los indicadores sociales
- Resultados de la encuesta de satisfacción de los empleados y la tasa de rotación del personal
- Prácticas de protección al cliente
- Datos de retroalimentación o encuestas de satisfacción de clientes
- Inactividad del cliente, deserción y cancelación
- Los objetivos de crecimiento en comparación con el crecimiento real
- El destino de los beneficios
- Información de fuentes independientes sobre lo anterior(p. ej. procedente de auditorías internas o de evaluaciones sociales externas independientes, tales como auditorías/ calificaciones)

### **JUSTIFICACIÓN**

Las prioridades de la junta deben ser consistentes con la misión social del proveedor. La junta debe adoptar un enfoque equilibrado en la gestión del desempeño, usando tanto información financiera como social para la toma de decisiones.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Al menos una vez al año, las actas de la junta deben reflejar discusiones en los temas que se enumeran en los detalles, sobre la base de información actualizada de la gerencia y los informes.

<u>Directrices para la calificación</u>: El analizar los objetivos de crecimiento en comparación con la realidad en términos de rendimiento no es suficiente (puntaje de NO). El análisis debe abordar cómo el crecimiento afecta la calidad del servicio para los clientes. La discusión del destino de los beneficios debe incluir cómo pueden usarse las ganancias para beneficiar a los clientes o a la comunidad.

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione la fecha de las Actas de la junta donde se encuentra la información o referencia a ejemplos citados durante las entrevistas con los miembros de la junta o el Presidente Ejecutivo.

#### **EJEMPLOS**

Las decisiones sobre la distribución de dividendos, donaciones a la comunidad, planes para reducir las tasas de interés, etc., son ejemplos de cómo la Junta puede usar las ganancias para lograr su misión social.

Vea ejemplos de los tableros de mando social para reportar a la junta en la <u>Guía de Implementación de los</u> <u>Estándares Universales</u> (página 85-86).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



Actas de la junta



- Entrevistas con los miembros de la junta
- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General

INDICADOR 2A22

Las minutas de la junta reflejan que los indicadores sociales influyen en la toma de decisiones.

### **JUSTIFICACIÓN**

Las actas de la junta ofrecen evidencia de lo que se discute y decide en las reuniones.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione la fecha de las actas de la junta donde se encuentra la información o haga referencia a ejemplos citados durante las entrevistas con los miembros de la junta o el Presidente Ejecutivo.



- Actas de la junta
- Informes de GDS u otros informes enviados a la junta



- Entrevistas con los miembros de la junta
- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General

Alinus

INDICADOR 2A23

La junta toma **medidas correctivas** siempre que no se estén cumpliendo las metas sociales.

### **JUSTIFICACIÓN**

El papel de supervisión de la junta significa que es responsable de tomar medidas cuando las metas no se están cumpliendo.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione la fecha de las Actas de la junta donde se encuentra la información o haga referencia a ejemplos citados durante las entrevistas con los miembros de la junta o el Presidente Ejecutivo

#### **EJEMPLOS**

Ejemplos de medidas correctivas:

- El proveedor financiero X no ha alcanzado su meta de tener al 60% de su cartera en préstamos de grupos solidarios, lo que lleva a la junta a solicitarle a la gerencia que revise el sistema de incentivos que en la actualidad incentiva más a los préstamos individuales que a los préstamos grupales.
- El proveedor financiero Y no logró su meta de tener el 2% de clientes entre 18 y 25 años de edad, a pesar de tener un producto "específico para jóvenes", lo que hizo que la junta solicitara un estudio de mercado para comprender mejor las barreras que enfrenta esta población objetivo.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



• Actas de la junta



- Entrevistas con miembros de la junta
- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General

Alinus

INDICADOR 2A24

Existe un responsable de GDS o comité designado dentro de la junta directiva o que reporte a la junta.

### **JUSTIFICACIÓN**

Una persona o comité designado para la GDS asegura que la junta reciba información clave sobre el desempeño social, ayuda a cuestionar al proveedor cuando no se cumplen los objetivos sociales, mantiene a la junta actualizada sobre nuevas tendencias, recursos, riesgos del DS, etc.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Haga referencia a nombres/organigrama/TdR/actas para proporcionar evidencia de la actividad regular del comité/responsable de la GDS.

#### **EJEMPLOS**

Por ejemplo, el comité de la GDS (representantes de Operaciones, RH, Auditoría, Riesgo) se reúne trimestralmente para evaluar el avance hacia los objetivos sociales sobre la base de una plantilla definida con la alta gerencia y la junta. Una persona, el responsable de la GDS, quien es el gerente de riesgo, está a cargo de reportar a la junta dos veces al año.



- Actas de la junta
- Términos de referencia del comité de GDS/ descripción de puesto del responsable de la GDS



- Entrevistas con los miembros de la junta
- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General
- Entrevista con el responsable de la GDS

Alinus

INDICADOR 2A31

La junta evalúa formalmente y anualmente al Presidente Ejecutivo/ Director General sobre el cumplimiento de los objetivos de Desempeño Social.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Evaluar al Presidente Ejecutivo/Director General en términos de las metas de desempeño social (además de otros criterios) envía un fuerte mensaje acerca de su importancia.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione la lista de criterios utilizados en la evaluación del Presidente Ejecutivo/Director General y la fecha de la última revisión.

#### **EJEMPLOS**

Ejemplos de los criterios de evaluación para evaluar al Presidente Ejecutivo en relación con los criterios sociales:

- Alcance a los clientes objetivo
- Tasa de retención de clientes
- Tasa de retención de empleados
- Satisfacción del cliente
- Implementación de un plan de acción para la GDS, dentro de un período dado
- Medida correctiva tomada por la gerencia en relación con la investigación de mercado, cambiando un producto o servicio para ajustarse mejor a las necesidades de los clientes, etc.



- Formulario de evaluación si existe
- Actas de la junta



- Entrevistas con miembros de la junta
- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General

### INDICADOR 2A41

Durante los periodos crecimiento o cambios institucionales (forma jurídica, estructura de la propiedad, dirección, clientes objetivo, productos), la junta cuenta con una estrategia formalizada para prevenir el desvío de la misión.

### **JUSTIFICACIÓN**

La junta debe salvaguardar la misión social de la institución en todo momento, pero particularmente durante los períodos donde hay cambios mayores que hacen a la institución vulnerable a experimentar un "desvío de la misión" (p.ej. prestar servicio a clientes relativamente más adinerados con el tiempo).

Los cambios mayores pueden incluir una transformación legal, traer nuevos inversionistas, introducir nuevos productos, cambiar los clientes objetivo y/o una expansión geográfica.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el documento donde se presenta la estrategia.



- Actas de la junta
- Estrategia/plan de negocios



- Entrevistas con miembros de la junta
- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General

Alinus

INDICADOR 2B11

Las metas y objetivos sociales del proveedor están incluidas en el plan de negocios o plan operativo.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Es importante incluir los objetivos y metas sociales en el plan de negocios o plan operativo para asegurar que estén integrados en las decisiones estratégicas, la planeación y las operaciones de la institución.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique las secciones del plan de negocios que se refieren a los objetivos y metas sociales. Proporcione ejemplos concretos.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique la consistencia con **1A31**, **1A32** y **1A33** – si la respuesta a estos indicadores es 'no', entonces la respuesta aquí probablemente es 'no'.

En casos donde el proveedor define solamente un objetivo y meta social y se incluye en el plan de negocios o plan operativo, las respuestas bajo la Práctica Esencial **1A3** pueden ser 'parcialmente', y la respuesta bajo **2B11** puede ser 'sí'.

Si el proveedor define varios objetivos y metas sociales, pero solo uno se incluye en el plan de negocios, entonces la respuesta es 'parcialmente'.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



- Estrategia/plan de negocios
- Planes operativos



 Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General

INDICADOR 2B12

Los altos directivos analizan los resultados de desempeño social y los comparan con los objetivos, al menos anualmente.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Una institución no puede verdaderamente saber cómo se está desempeñando en términos de sus metas sociales a menos que mida y monitoree su desempeño de manera regular, objetiva y deliberada.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique qué elementos de la estrategia social se están analizando y comparando con las metas. Los resultados que se analizan deben corresponder a los objetivos sociales definidos.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique la consistencia con **1A31**, **1A32** y **1A33**, si la respuesta a estos indicadores es 'no', entonces la respuesta aquí probablemente es 'no'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



Informes gerenciales



- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General
- Entrevistas con el responsable de la GDS.

Alinus

INDICADOR 2B21

Los altos directivos evalúan los siguientes riesgos relacionados con el desempeño social al menos una vez al año:

- Desvío de la misión y el riesgo de reputación
- Incidentes que causan un perjuicio a los clientes
- Deserción de clientes o insatisfacción
- Insatisfacción del personal
- Incentivos que puedan conducir a comportamientos negativos entre los empleados
- Falta de transparencia en los precios, términos y condiciones para los clientes
- Desigualdades de género y/o discriminación

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los riesgos del desempeño social son parte de un marco de gestión integral de riesgos . De hecho, muchos criterios de desempeño social pueden servir como señales de advertencia de crisis, debilidades institucionales y operativas.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo se evalúan los riesgos (con qué frecuencia, por quién). Haga referencia a los informes gerenciales y/o proporcione ejemplos citados en las entrevistas con los altos directivos.

<u>Directrices para la calificación</u>: La evaluación de riesgos puede ser realizada por un gerente asignado, un comité específico o diferentes áreas operativas.

Si hay evidencia de una evaluación de riesgos periódica (al menos una vez al año), con la intención de identificar riesgos de desempeño social, la respuesta es 'sí'.

Si los riesgos se evalúan de manera ad hoc, pero sin ninguna intención real de gestionarlos, la respuesta es 'no'.

Si los riesgos se evalúan de manera ad hoc (es decir, sin un informe formal o agregado), pero con la intención de gestionar el riesgo de desempeño social, la respuesta es 'parcialmente'.

#### **EJEMPLOS**

Desvío de la misión y riesgo de reputación: monitorear niveles de clientes objetivo (mujeres, rurales, jóvenes, pobres), estudios de mercado para evaluar la imagen del proveedor en el mercado.

Incidentes que ocasionen daños: monitorear quejas de clientes, analizar la mala conducta del personal, prácticas de cobro abusivas/agresivas.

Deserción o insatisfacción de los clientes: realizar encuestas de satisfacción, analizar las razones para la deserción del cliente.

Incentivos que pueden llevar a un comportamiento negativo: revisar los esquemas de incentivos anualmente para revisar las consecuencias negativas no intencionales (p.ej. incentivos de reclutamiento de clientes que lleven a los empleados a reclutar clientes que ya tienen préstamos con múltiples instituciones).

Falta de transparencia: asegurar que la auditoría entreviste a los clientes para evaluar el conocimiento de los términos y condiciones. Inequidad de género/discriminación: análisis del desglose del personal por género, discrepancias en la remuneración.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes gerenciales, informes a la junta



- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General
- Entrevistas con el responsable / comité de la GDS
- Entrevistas con auditoría interna/ gestión de riesgo

Alinus

INDICADOR 2B22

Las auditorías internas y/o la gestión de riesgos aplican criterios de desempeño social a sus actividades ordinarias.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los departamentos de auditoría interna y/o riesgo tienen el trabajo de identificar las brechas que constituyen un riesgo para la institución. Ellos tienden a enfocarse en los riesgos financieros y operativos, pero hay riesgos que se relacionan más estrechamente con la capacidad de la institución de servir a sus clientes eficazmente. Estos riesgos deben integrarse al marco de verificación.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique qué criterios se integran al marco de trabajo de auditoría.

#### **EJEMPLOS**

Revise la lista de verificación de auditoría usada para sucursales/agencias: ¿incluyen entrevistas al cliente y verifican temas como la comprensión que el cliente tiene de los términos y condiciones? (Verifique la consistencia con **4B34**) ¿Y las prácticas de cobro y la conducta del personal? (Verifique consistencia con **4C51**) ¿La aplicación uniforme del procedimiento de manejo de quejas? (Verifique consistencia con **4E32**) ¿Verifica el equipo de auditoría el análisis de la capacidad de pago? ¿El uso de la información de las oficinas de crédito? (Verifique consistencia con **4A15**) ¿Valida la auditoría interna los datos del cliente recopilados bajo **1B1**? (Verifique consistencia con **1B14**)

Vea ejemplos de riesgos de desempeño social que deben monitorearse (Tabla 13) y cómo puede hacerse (Ejemplos de campo 22 y 23) en la Guía de Implementación de los Estándares Universales (página 94-95).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Listas de verificación de auditoría, informes de auditoría



 Entrevistas con auditoría interna / departamentos de riesgo

Alinus

INDICADOR 2B31

El Presidente Ejecutivo/ Director General evalúa formalmente, una vez al año, a la alta dirección, sobre el logro de los objetivos de desempeño social.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los incentivos pueden tener un impacto poderoso en el desempeño. El evaluar a la alta gerencia en cuanto a las metas de desempeño social envía el mensaje que éstas son una prioridad.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Enumere los criterios usados en las evaluaciones.

#### **EJEMPLOS**

Vea la Tabla 14. Ejemplos de metas sociales para los altos directivos en la <u>Guía de Implementación de los</u> <u>Estándares Universales</u> (página 96).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Política de RH
- Formularios de evaluación del personal (llenos)



- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo
- Entrevistas con RH
- Entrevistas con la alta gerencia

INDICADOR 2C11

El proceso de selección del proveedor evalúa el compromiso del candidato con los objetivos sociales y la capacidad y disposición para cumplir con los requisitos de trabajo relacionados con el desempeño social.

#### **JUSTIFICACIÓN**

La construcción de una cultura institucional que esté alineada con la misión social inicia con el proceso de contratación. Los procedimientos de reclutamiento deben seleccionar a los candidatos que se ajustan a la cultura y los valores de la institución.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique los elementos del procedimiento de reclutamiento que permiten al proveedor evaluar el compromiso con la misión social.

#### **EJEMPLOS**

Dependiendo de la misión social del proveedor, la institución puede buscar candidatos con experiencia relevante en comunidades con clientes objetivo similares, responsabilidades de servicio al cliente, disponibilidad para viajar a las áreas rurales y capacidad de hablar el idioma local.

Vea la Tabla 15. Ejemplos de puestos de empleados y labores de la GDS relacionadas en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 98).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de RH
- Guía de entrevista para reclutamiento



Entrevistas con RH

Alinus

INDICADOR 2C21

El proveedor capacita con suficiente frecuencia su personal, en función del tamaño y del nivel de rotación del personal, para asegurar su compromiso hacia las metas sociales del proveedor.

#### **JUSTIFICACIÓN**

La capacitación imparte nuevas destrezas, asegura el tener una cultura compartida y promueve el compromiso con la misión. Las instituciones más grandes que crecen rápido o aquellas que tienen una alta rotación de personal (>20%) necesitan capacitación más frecuente para que todos los empleados nuevos tengan una comprensión compartida de sus papeles y responsabilidades, incluyendo el llevar a cabo la misión social.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Haga referencia a los planes de capacitación, los materiales de capacitación, las entrevistas con el personal y cómo se integran las metas sociales.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si existe un módulo de capacitación genérico y estandarizado para los estudiantes y el capacitador, pero no hay referencia específica a la misión y objetivos sociales del proveedor, la respuesta es 'no'.

Para proveedores de servicios que crecen rápidamente, deben ofrecerse capacitaciones de actualización a la mayoría del personal al menos anualmente para asegurar que estos conceptos se refuercen y puedan presentarse las nuevas tendencias, políticas y prácticas relacionadas a los objetivos sociales al personal existente. Para instituciones que crecen más lentamente, cada dos años es razonable.

#### **EJEMPLOS**

Vea la Tabla 16. Ejemplo de las responsabilidades del empleado en la <u>Guía de Implementación de los</u> <u>Estándares Universales</u> (página 99) y el Ejemplo de Campo 24. Finca Microfinance Bank Ltd., Pakistán, evalúa la atención al cliente de los empleados (página 100).

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Planes de capacitación, material de capacitación



- Entrevistas con RH
- Entrevistas con empleados en las oficinas centrales y las agencias

Alinus

INDICADOR 2C22

Las evaluaciones anuales de los empleados incluyen factores de desempeño social, tales como:

- Servicio al cliente
- Capacidad para reclutar clientes objetivo (p.ej. Mujeres, zonas remotas, comunidades rurales, etc.)
- Sensibilidad hacia la discriminación por motivos de género y otros tipos de discriminación
- Calidad de la recopilación de datos sociales
- Retención de clientes
- Calidad de la cartera
- Calidad de los servicios no financieros prestados (si aplica)

#### **JUSTIFICACIÓN**

Las evaluaciones del desempeño pueden ayudar a reforzar la cultura y los valores institucionales. Los proveedores pueden usar los métodos de evaluación de empleados existentes para evaluar a los empleados en términos de sus responsabilidades de desempeño social, como una manera de alentar al compromiso con los objetivos sociales.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique los criterios de evaluación que se relacionan con los factores de desempeño social.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si solo se toma en cuenta un elemento de la lista de detalles en las evaluaciones de desempeño, pero se hace a profundidad, entonces la respuesta puede ser 'sí'.

Sin embargo, si el único elemento tomado en cuenta es la calidad de la cartera, la respuesta es 'no'.

Verifique la consistencia con 2C231. Si la respuesta a 2C31 es 'no', entonces probablemente sea 'no' aquí también.

#### **EJEMPLOS**

Vea el Cuadro 8. Ejemplo de variables sociales para incentivar empleados en la <u>Guía de Implementación</u> <u>de los Estándares Universales</u> (página 102).

### FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de RH
- Formulario de evaluación



- Entrevistas con RH
- Entrevistas con empleados de campo

INDICADOR 2C31

Se incentiva a los empleados teniendo en cuenta tanto criterios financieros como sociales (véase indicador 2C22).

#### **JUSTIFICACIÓN**

El indicador 2C22 se centra en evaluar a los empleados sobre la base de criterios de desempeño social.

Este indicador se centra en incentivos. Los incentivos pueden tener un impacto poderoso en el desempeño y enviar un fuerte mensaje acerca de la importancia de aquello a lo que se está incentivando.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique los puntos principales de la política de incentivos.

<u>Directrices para la calificación:</u> Verifique la consistencia con **2C22**. Si la respuesta a **2C22** es 'no', entonces es probable que será 'no' aquí también.

Combine el análisis con 2C41, 3B54 y 4E33 en la estructura de incentivos/bonos.

#### **EJEMPLO**

Vea el Ejemplo de campo 26. ESAF recompensa al personal por lograr las metas de GDS en la <u>Guía de</u> <u>Implementación de los Estándares Universales</u> (página 106).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de RH
- Política de incentivos



- Entrevistas con RH
- Entrevista con gerente de operaciones
- Entrevistas con oficiales de créditos

INDICADOR 2C32

El proveedor revisa los sistemas de incentivos al menos una vez al año para verificar si hay consecuencias no intencionadas en el desempeño social (p.ej. la recolección errónea de datos de cliente para alcanzar el objetivo de focalización en los clientes pobres; objetivos de crecimiento que prevalezcan sobre los objetivos sociales, dando lugar a poner una atención excesiva en los resultados financieros).

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los esquemas de incentivos a veces pueden llevar a consecuencias no previstas, alentando a los empleados a actuar de una manera que tenga efectos negativos en los clientes o en el proveedor. Los esquemas de incentivos deben revisarse anualmente.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cuándo se revisaron por última vez los esquemas de incentivos y si se revisan periódicamente o de manera ad hoc.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique la consistencia con **2C42**. Si no hay ninguna revisión de los esquemas de incentivos, la respuesta para ambos es 'no'. Sin embargo, es posible que los esquemas de incentivos se revisen anualmente sobre la base de las condiciones de mercado, pero no necesariamente se revisen teniendo en mente las consecuencias sociales involuntarias. Es posible calificar un 'no' aquí y un 'sí' al **2C42**.

#### **EJEMPLOS**

Vea la Tabla 17. Factores para la auditoría interna para examinar al revisar su sistema de incentivo del personal y Tabla 18. Preguntas esenciales para responder al revisar su sistema de incentivo del personal en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 104).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de incentivos



- Entrevistas con RH
- Entrevistas con el gerente de operaciones

Alinus

INDICADOR 2C41



El proveedor cuenta con una política y un proceso documentado para determinar los objetivos de ventas, y la carga de trabajo por agente, así como los incentivos monetarios para el personal de crédito (si se utiliza) incluyendo alertas para los casos de cargas de trabajo que señalen un alto riesgo.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Las metas de productividad demasiado ambiciosas pueden llevar a una calidad de servicio reducida, un análisis de crédito más débil y un mayor riesgo de sobreendeudamiento en el cliente. Por lo tanto, es importante identificar umbrales para los niveles de carga de casos. Cuando los niveles de productividad exceden estos umbrales, el proveedor debe revisarlos y tomar acciones correctivas según sea necesario. El alto desempeño puede ser debido a un oficial de crédito eficiente, pero también puede indicar una venta excesiva para lograr las metas.

#### **DEFINICIÓN**

La carga de casos se refiere al número de clientes ("casos") por oficial de crédito.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Los objetivos de productividad del proveedor son razonables comparados con los parámetros de la industria para organizaciones similares que operan en condiciones similares.
- Los sistemas de incentivos valoran la calidad de la cartera por lo menos tanto como otros factores, como el crecimiento del cliente. Los objetivos están alineados con el contexto local, de modo que sean alcanzables.
- Si el salario del oficial de crédito se compone de una parte fija y una variable, la parte fija debe representar como mínimo el 50% del salario total y debe constituir un salario mínimo vital.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique las metas de carga de casos y los umbrales que son señal de alto riesgo.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique que el análisis sea consistente con 3B51 sobre las ventas agresivas. Si hay una política con metas ya implementada, pero no hay umbrales para los niveles de casos que señalen un alto riesgo, entonces la respuesta es 'parcialmente'.

Combine el análisis con **2C31**, **3B54** y **4E33** acerca de la estructura de incentivos/bonos..

#### **EJEMPLOS**

Los siguientes son lineamientos de Smart Campaign para los niveles de productividad. Cada proveedor debe establecer puntos de referencia que son específicos de su contexto.

#### Préstamos individuales (préstamos por oficial de crédito):

Zona verde (bajo riesgo a los clientes): por debajo de 200 Zona amarilla (riesgo moderado a los clientes): 200-300 Zona roja (alto riesgo a los clientes): > 300

#### Préstamos de grupos solidarios:

Zona verde: debajo de 350 Zona amarilla: 350-500 Zona roja: > 500

## FUENTES DE INFORMACIÓN



Política de crédito



- Entrevistas con operaciones
- Entrevistas con los gerentes de agencia,
- Entrevistas con oficiales de crédito

INDICADOR 2C42



El proveedor revisa los esquemas de incentivos de su personal por lo menos una vez al año para evaluar si son razonables en comparación con los parámetros de la industria y los riesgos del mercado.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Las condiciones del mercado evolucionan con la competencia, la regulación, las fluctuaciones políticas y económicas. Las condiciones cambiantes tanto en el mercado como dentro de una institución (crecimiento del número de empleados, nuevos productos, etc.) crean una necesidad de revisar metas e incentivos para mantenerlos apropiados y realistas. Por ejemplo, si un proveedor incentiva a los oficiales de crédito con PAR30 <5% y metas de productividad de 250 clientes por oficial de crédito, cuando el promedio para el sector de MF en ese país es de 100 clientes por oficial de crédito, entonces el esquema de incentivos puede estar presionando a los oficiales de crédito para emitir préstamos que no son de muy buena calidad.

Los esquemas de incentivos deben revisarse anualmente.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique cuándo se revisaron por última vez los esquemas de incentivos.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique la consistencia con **2C32**. Si no hay ninguna revisión de esquemas de incentivos, la respuesta a ambos es 'no'. Sin embargo, es posible que los esquemas de incentivos se revisen anualmente sobre la base de las condiciones del mercado, pero que no necesariamente se revisen teniendo en mente las consecuencias sociales involuntarias. Es posible calificar 'sí' aquí y 'no' en **2C32**.

#### **EJEMPLOS**

Vea el cuadro 10. Ejemplo de estructura de incentivos que equilibra el crecimiento/tamaño de la cartera y la calidad en la Guía de Implementación de los Estándares Universales (página 103).

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de incentivos



- Entrevistas con RH
- Entrevistas con gerente de operaciones
- Entrevistas con gerentes de agencia
- Entrevistas con oficiales de crédito

Alinus

INDICADOR 3A11

El proveedor realiza estudios de mercado antes de introducir o modificar productos. El estudio cubre lo siguiente:

- Características de los clientes objetivo
- Necesidad/preferencias por productos
- Necesidad/preferencias por canales de distribución
- Barreras potenciales para acceder a los productos

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los productos y servicios todavía se estandarizan frecuentemente sobre la base de lo que el sector sabe hacer y no sobre qué necesitan los clientes. El proveer servicios de alta calidad y bien adaptados requiere primero la comprensión de las vidas y comportamientos financieros de los clientes objetivo por medio de estudios de mercado y luego el diseño del producto.

La investigación de mercado es el estudio de clientes y de quienes no son clientes para identificar las necesidades financieras, preferencias, comportamientos y barreras para acceder a los servicios.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique el estudio de mercado más reciente que se haya hecho (y haga referencia a los informes relacionados si están disponibles).

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el proveedor confía en discusiones informales con los oficiales de crédito, análisis de solicitudes de préstamo o encuestas ad hoc con clientes o el personal para recopilar la retroalimentación del cliente, la respuesta es 'parcialmente'.

Si el proveedor ha realizado estudios con una muestra de clientes y personas que no son clientes o usando grupos de enfoque, la respuesta es 'sí'.

#### **EJEMPLOS**

Vea la Tabla 19. Técnicas de investigación de mercado en la <u>Guía de Implementación de los Estándares</u> <u>Universales</u> (página 110) y el Ejemplo de campo 27. Microfund For Women utiliza métodos de investigación combinados para evaluar el producto de microaseguramiento (página 111).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Informes de estudios de mercado
- Descripciones de producto



- Entrevistas con mercadeo / desarrollo de productos
- Entrevistas con operaciones

INDICADOR 3A12

El proveedor analiza los resultados de los estudios de mercado en función de las características de cliente.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El segmentar los datos de los estudios de mercado de acuerdo a las características de los clientes proporciona información acerca de las necesidades específicas de los diferentes tipos de clientes y permite productos más a la medida.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique las características usadas para segmentar los estudios de mercado (edad, educación, género, estado laboral, etc.)

#### **EJEMPLOS**

Vea la Tabla 20. Variables de segmentación en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 113).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes de estudios de mercado



- Entrevistas con mercadeo / desarrollo de productos
- Entrevistas con operaciones

Alinus
INDICADOR 3A21



El proveedor realiza encuestas de satisfacción o utiliza otros medios sistemáticos de recolecta de información, para obtener retroalimentación sobre la satisfacción del cliente con los productos, servicios y canales de distribución, por lo menos una vez al año.

- Las encuestas se realizan al menos una vez al año
- Las encuestas cubren una muestra representativa de clientes

#### **JUSTIFICACIÓN**

La retroalimentación periódica de los clientes es esencial para asegurar que los productos suplan las necesidades de los clientes. Las encuestas de satisfacción u otras maneras sistemáticas de recopilar retroalimentación proporcionan información sobre cómo los clientes usan, perciben y aprecian los productos. Esta información sirve para diseñar productos apropiados.

#### DEFINICIÓN

Una muestra representativa refleja de manera precisa toda la población de clientes y permite que los resultados recopilados se generalicen. Esto requiere una muestra lo suficientemente grande, con selección aleatoria. Un tamaño de muestra de 250 generalmente es suficiente. Verifique aquí <a href="https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/">https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/</a> para calcular el tamaño representativo de la muestra. Necesitará llenar el nivel de confianza (recomendado: 90%) y el margen de error (recomendado: 5%)

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- La gerencia del proveedor utiliza los resultados de la retroalimentación de los clientes para mejorar sus productos y servicios.
- Se analizan medidas por tomar y se implementan y monitorean, y existen registros de estas acciones. El proveedor evalúa la capacidad de los clientes para interactuar de manera efectiva con las tecnologías que utiliza para ofrecer servicios e información.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Ejemplos de otras formas sistemáticas de recopilar retroalimentación incluyen discusiones en grupos de enfoque de clientes o reuniones entre clientes y empleados para discutir la satisfacción de los clientes.

Columna de comentarios: Especifique la fecha de la encuesta de satisfacción más reciente y otra forma de retroalimentación del cliente. Especifique ejemplos de cambios realizados sobre la base de retroalimentación del cliente. Especifique el tamaño de la muestra de la encuesta de satisfacción más reciente.

Directrices para la calificación: Si la encuesta se centra en productos específicos, la muestra puede enfocarse únicamente en los usuarios de estos productos. Para encuestas generales de satisfacción, debe usarse una muestra representativa.

Verifique la consistencia con 4E34, lo cual también se refiere a encuestas de satisfacción.

#### **EJEMPLOS**

Consulte la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u>: Cuadro 6. Selección de un tamaño de muestra (página 66) y Ejemplo de campo 29. Ujjivan, India, recoge datos de satisfacción en persona (página 121) y el ícono de recursos en página116.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes de satisfacción de los clientes



- Entrevistas con mercadeo / desarrollo de productos
- Entrevistas con operaciones

Alinus
INDICADOR 3A22



El proveedor analiza como varía la utilización de sus productos dependiendo de las diferentes características de sus clientes e investiga las razones que llevan a la inactividad, el abandono y la cancelación por parte de parte de sus clientes.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El comprender **qué tipos de clientes** (hombres, mujeres, urbano, rural, por sector...) **usan los diferentes productos** proporciona información acerca de las preferencias de los clientes.

El abandono/inactividad representan una pérdida de inversión para un proveedor y por lo tanto tienen un costo. Una alta incidencia de abandono o clientes inactivos puede indicar falta de satisfacción, aunque es natural que cierto porcentaje de clientes dejen a un proveedor cuando ya no necesitan los servicios, cuando se trasladan u obtienen acceso a una institución formal que ofrece diferentes servicios. Los proveedores necesitan tener una idea aproximada de cuántos clientes los están abandonando (o están inactivos) y por qué: ¿están insatisfechos o ha empeorado el acceso financiero su situación socioeconómica?

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

El proveedor analiza los datos de los productos de seguro para evaluar su valor para los clientes y la satisfacción de los mismos. Entre los datos para analizar debe incluirse: la incorporación de nuevos productos, el índice de reclamos, el índice de rechazo de reclamos, el porcentaje de renovación, el índice de cobertura, el perfil demográfico de las personas cubiertas, el índice de quejas, el tiempo promedio para la resolución de los reclamos, las razones de fallas en la cobertura y el rechazo de los reclamos.

#### DEFINICIÓN

Aceptación del producto = índice de cobertura | Número de clientes inscritos ÷ población objetivo — Una aceptación muy alta de un producto voluntario puede ser señal de presión indebida; una baja aceptación puede indicar muy poco valor o que el producto no está ofreciéndose de manera consistente.

**Índice de reclamos** | *Total de reclamos pagados ÷ Total de primas pagadas* — Muy bajo indica bajo valor por el dinero; demasiado alto, y el producto puede no ser sostenible.

**Índice de rechazo de reclamos** | *Número de reclamos rechazados ÷ Número de reclamos solicitados* — Un alto rechazo de reclamos puede ser señal de mala comprensión y/o mal servicio.

**Índice de renovación** | *Número de renovaciones ÷ Número de renovaciones potenciales* — Un bajo número de renovaciones puede ser señal de malas experiencias, no notar la oportunidad de renovar en el grupo demográfico de los que están cubiertos: Género, edad, estado socioeconómico. Con un producto voluntario, la aceptación solo dentro de cierto grupo demográfico puede indicar necesidades no cubiertas en otros grupos

**Índice de quejas** | *Número de quejas ÷ Número de clientes inscritos* – Un alto número de quejas sugiere un problema con el producto; cero quejas sugiere que los clientes no saben cómo quejarse o el canal es inapropiado.

**Tiempo promedio para la resolución de reclamos |** *Tiempo desde que ocurrió el evento asegurado (o se presentó el reclamo) hasta la resolución* – Largas demoras pueden erosionar el valor del producto.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Haga referencia a los informes que analizan el uso del producto de acuerdo a características del cliente. Especifique cómo se recopilan los datos de inactividad/deserción y con cuánta frecuencia se analizan.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique la consistencia con 4E34, lo cual también se refiere a datos de deserción.

#### **EJEMPLOS**

Consulte la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u>, Cuadro 12. Ejemplo de preguntas del cuestionario de salida (página 118), Cuadro 13. Cómo usar los datos de salida para informar el diseño de productos y mejorar las operaciones (página 119) y el ícono de recursos, página 117.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Encuestas de deserción
- Informes de quejas
- Encuestas de satisfacción y/o salida



- Entrevistas con mercadeo / desarrollo de productos
- Entrevistas con operaciones

INDICADOR 3B11



Se ha implementado una política que define de qué manera el proveedor ofrecerá productos y servicios adecuados a través de canales apropiados, incluido el diseño de productos, servicios y canales, así como el monitoreo para verificar que estos sean adecuados.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El tener una política formal acerca de cuán adecuados son los productos y servicios que se proveerán garantiza que el proveedor ha reflexionado en el proceso de desarrollo del producto y retroalimentación del cliente. Una política debería explicar la metodología usada para el desarrollo de productos y como se recopila y se usa la retroalimentación de los clientes para asegurar que los productos sean adecuados a las necesidades de los clientes.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

• El proveedor considera que el diseño y la distribución sean apropiados cuando sus productos y servicios se diseñan u ofrecen a través de un proveedor externo.\*

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique la política, incluyendo cuándo se adaptó y revisó por última vez.

#### **EJEMPLOS**

Vea el sitio en la red de herramientas y recursos de Smart Campaign para ver un <u>ejemplo de una política</u> aprobada por la junta.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Política de desarrollo de productos
- Política de adecuación de los productos



- Entrevistas con mercadeo / desarrollo de productos
- Entrevistas con operaciones

<sup>\*</sup>incluye aseguradoras, agentes operadores de redes móviles, compañías de transferencias de dinero, corresponsales de negocios

INDICADOR 3B12



Los productos de crédito están diseñados para requerir que el capital se pague de forma regular o a través de planes de pago flexibles que estén basados en los flujos de ingreso de los clientes.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los programas de pago deben coincidir con los flujos de efectivo de los clientes objetivo y sus actividades para facilitar el pago. Los únicos productos de crédito que pueden no requerir que el capital se pague de forma regular son los préstamos con pagos de capital mediante pago único (frecuentemente son préstamos agrícolas asociados con la estacionalidad).

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Si cualquier producto no encaja en los criterios, especifique el producto y por qué.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



• Descripciones de productos



- Entrevistas con mercadeo / desarrollo de productos
- Entrevistas con operaciones
- Entrevistas con personal de campo

Alinus
INDICADOR 3B13



El proveedor cuenta con una política para asegurar que los requisitos de garantía de crédito sean justos y que no impongan una carga desproporcionada para los clientes.

- El proveedor tiene una lista de activos o bienes que no pueden darse en garantía.

  La lista está basada en leyes y normas locales, e incluye elementos que crearían una dificultad grave para el cliente o la pérdida total o parcial de su capacidad para generar ingresos.
- La valoración de la garantía se determina sobre la base de un precio de mercado verificable o valor de reventa. El comité de crédito o aprobación de segundo nivel verifica la valoración de la garantía.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los requisitos de garantía son parte del diseño del producto. Deben alinearse con el acceso de los clientes objetivo a garantía física y/o fiadores. La garantía no debe incluir artículos que crearían una carga desproporcionada o limitarían la capacidad del cliente de generar ingresos. La garantía "blanda" reduce las barreras de ingreso para los pobres y excluidos y puede promover una relación de confianza entre los PSF y los clientes.

#### ADDITIONAL CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- El proveedor no solicita ahorros «obligatorios» de los clientes excepto en el caso de garantías en efectivo, y éstas no superan el 10% del préstamo desembolsado en ningún caso.
- El valor de la garantía como porcentaje del monto del préstamo no es excesivo.\*
- Los documentos de la garantía (como títulos de propiedad) se devuelven a los clientes una vez pagado el préstamo, y se destruyen las copias.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verificar que la lista de activos existe. Discuta con los oficiales de crédito cómo se realiza la valoración de la garantía.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique dónde se definen los requisitos de garantía. Describa brevemente el proceso de valoración de la garantía.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si no se usa garantía física, la respuesta puede ser 'N/A'. En este caso, asegure consistencia con otros indicadores relacionados con garantía: **3B21** y **4C34** 

#### **EJEMPLOS**

Los activos que impiden a los prestatarios tener capacidad para su sobrevivencia básica: bienes que son necesarios para la vida diaria, tales como ropa, artículos del hogar requeridos para alimentar a sus miembros; teléfono; cama; radiadores.

Los títulos de propiedad generalmente no son una garantía apropiada para un préstamo pequeño y son un ejemplo de una garantía excesiva para un préstamo que presenta un gran riesgo para el cliente. Sin embargo, en algunos contextos, esto es permitido por la ley y, por lo tanto, la ley prevalece. En estos casos, los auditores pueden subrayar el riesgo a los clientes y sugerir que el proveedor busque formas más apropiadas de garantía.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Conoce a alguien que haya tenido problemas para pagar el préstamo? ¿Qué ha sucedido? ¿Cree que esto es justo?

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Descripciones de productos
- Manual de crédito



- Entrevistas con operaciones
- Entrevistas con oficiales de crédito
- Entrevistas con el departamento legal



<sup>\*</sup>No hay lineamientos establecidos, pero, en general, para préstamos pequeños, el valor de la garantía no debe exceder el 200% de la cantidad del préstamo.

INDICADOR 3B14



El proveedor capacita a su personal para que comprendan cómo determinar si los productos, servicios y canales son adecuados para clientes específicos, y que las políticas de garantía sean comprendidas por el personal asignado para los préstamos.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Un proveedor puede tener productos perfectamente diseñados, pero para que los clientes se beneficien de ellos, el personal debe poder asistirles en la elección de los productos y las opciones apropiadas. Esto significa asegurar que los empleados conozcan las diferentes características del producto y puedan combinar clientes con los productos/servicios correctos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo se capacita a los empleados en relación con las características de producto. Si hay pruebas para verificar que los empleados entienden, anótelo.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si la capacitación no es formal o se hace de manera ad hoc (p.ej. durante la discusión en el comité de crédito, en reuniones en la agencia o a nivel regional, pero es eficaz (es decir, los oficiales de crédito entrevistados pueden describir fácilmente los productos y su idoneidad), entonces la respuesta puede ser 'sí'.

Si no se usa colateral físico, la respuesta puede ser 'N/A'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación para oficiales de crédito



- Entrevistas con RH
- Entrevistas con oficiales de crédito

Alinus

INDICADOR 3B21

Productos, servicios y canales de distribución son apropiados a la población objetivo en términos de:

- Tamaño (p. ej. tamaño mínimo más bajo del crédito y del ahorro)
- Requisitos en términos de garantía y/o fiador (p. ej. garantía física suave o flexible, libros de cuentas no necesarios, etc.)
- Planes de amortización de los préstamos, condiciones de retirada de ahorros (p. ej. compatibles con los flujos de efectivo de las poblaciones objetivo)
- Uso de productos de crédito/ahorro/seguros
   (p. ej. compatibles con las actividades de los clientes objetivo)
- Metodología y la tecnología utilizada para la entrega de productos
- Otro (especificar por favor)

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los proveedores que trabajan con poblaciones que están excluidas financieramente deben ofrecer a los clientes/PyMEs una gama de productos y servicios financieros y no financieros que cumplan con los 3 desafíos clave de 1) inclusión financiera (**3B21**), 2) limitar la vulnerabilidad (**3B31**) y 3) proveer inversión económica (**3B41**).

Para abordar el primer desafío de inclusión financiera, los productos deben minimizar las barreras al ingreso permitiendo para pequeñas cantidades, garantías adaptadas a los activos de las poblaciones económicamente excluidas, programas de pago alineados con las actividades de los clientes objetivo y métodos/canales de entrega accesibles (p.ej. tarjetas de débito/crédito, banca móvil, puntos de servicio, agentes), garantías blandas para las PyMEs, etc.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique cómo se diseñan los productos para promover la inclusión financiera. Por ejemplo, ¿son los tamaños de los préstamos o de los ahorros lo suficientemente pequeños como para ser accesibles a los clientes pobres? ¿Son los requisitos de garantía para las PyMEs lo suficientemente blandos como para incluir a las PyMEs informales? ¿Tienen sentido los programas de pago dados los flujos de caja de los productores agrícolas? ¿Hay esfuerzos para adaptar la metodología o canales de entrega para suplir las especificidades de la población objetivo?

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique consistencia con **3B13** sobre requisitos de garantía.

#### **EJEMPLOS**

Vea las páginas 123-127 de la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> donde encontrará ejemplos de cómo las características de los productos, servicios y canales de entrega pueden adaptarse a la población objetivo.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Suplió su último préstamo las necesidades de su actividad de negocios? Si no, ¿por qué? ¿Y la duración y tamaño del préstamo? ¿Satisfizo sus necesidades? ¿Por qué o por qué no?

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Estrategia/plan de negocios
- Manual de crédito
- Descripciones de productos



- Entrevistas con el gerente de operaciones
- Entrevistas con mercadeo/ desarrollo de productos



Alinus

INDICADOR 3B31

El proveedor ofrece una serie de productos/ servicios para que sus clientes puedan reducir riesgos y afrontar emergencias comunes tales como:

- Préstamos de emergencia
- Reprogramación o reestructuración de préstamos cuando sea apropiado
- Ahorros que incluyen pero no se limitan a productos que ofrecen la posibilidad de retirar efectivo con facilidad (p.ej. la retirada fácil en caso de emergencia)
- Seguros voluntarios (ver ejemplos en el cuadro de "Tip")
- Servicios de pago/giros o remesas
- Servicios de formación incluyendo el empoderamiento de la mujer, negocios, salud y otros servicios educativos
- Fondos o reservas disponibles en caso de catástrofe colectiva
- Otro (especificar por favor)

#### **JUSTIFICACIÓN**

El reducir la vulnerabilidad requiere de servicios financieros y no financieros que permitan a los clientes adaptarse a los riesgos comunes y las emergencias. El comprender las situaciones de los clientes por medio de estudios de mercado hace posible el diseño de productos que permitan a los clientes manejar los riesgos.

#### **DEFINICIÓNES**

Los préstamos de emergencia pueden llamarse así o pueden ser préstamos "regulares" que pueden darse en un corto plazo (menos de 3 meses), con un tiempo rápido de pago y que no requiere un propósito específico, para permitir a los clientes enfrentar rápidamente las circunstancias inesperadas.

Los tipos de seguro voluntario incluyen: de vida de crédito, de vida, de vivienda, agrícola, de salud, laboral

**Fondos o reservas asignadas en caso de desastre colectivo**: recursos del PSF dedicados a responder a una emergencia colectiva enfrentada por sus clientes (incendio, inundación, sequía, etc.)

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación</u>: Asegúrese de que la respuesta a **3B31** sobre la reprogramación sea consistente con **4C33**.

El tener ahorros obligatorios no cuenta como cumplimiento. Los ahorros deben ser voluntarios y los retiros deben ser fácilmente accesibles.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de crédito y otros productos
- Encuesta de satisfacción del cliente
- Informes de investigación de mercado



- Entrevistas con gerente de operaciones
- Entrevistas con gerente de mercadeo/ desarrollo de productos



Alinus

INDICADOR 3B32

La política de préstamos del proveedor establece que la institución debe prestar en moneda local, en la medida de lo posible, para proteger a los clientes del riesgo de cambio.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los préstamos en moneda extranjera aumentan el riesgo del cliente debido al riesgo de devaluación. Si el proveedor tiene acceso a fondos en moneda local y las operaciones del prestatario se realizan solamente en moneda local, entonces los préstamos deben estar en moneda local. Si las actividades de los clientes se vinculan a monedas extranjeras (exportación, por ejemplo), entonces los préstamos en moneda extranjera pueden tener sentido. En este caso, el proveedor debe asegurarse de que el prestatario conoce el riesgo y el análisis de la capacidad de pago debe tomar en cuenta el riesgo de devaluación.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Por favor indique la porción de la cartera en monedas extranjeras y cómo se aborda/explica a los clientes el riesgo cambiario.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Califique N/A si no hay préstamos en moneda extranjera.

#### **EJEMPLO**

Vea el Ejemplo de campo 33. Friendship Bridge maneja el riesgo de cambio extranjero en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (p. 128).

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Reciben préstamos en moneda fuerte? ¿Y cuál es la moneda usada en su negocio (local o la misma moneda fuerte)? ¿Explicó el PSF cómo la devaluación o la revaluación de la moneda puede afectar su préstamo?

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de crédito
- Descripciones de producto



- Entrevistas
   con gerente de
   operaciones
- Entrevistas con gerente financiero



Alinus

INDICADOR 3B41

El proveedor ofrece un conjunto diverso o flexible de productos / servicios que pueden ser utilizados por los clientes para invertir en oportunidades económicas y para abordar necesidades previstas en el hogar durante las distintas etapas del ciclo de vida, tales como:

- Préstamos a empresas (creación de nuevas empresas, capital circulante, inversión)
- Préstamos para acontecimientos de índole personal (p. ej., bodas, funerales)
- Servicios de ahorro, entre otros ahorro para jóvenes, planes de ahorro para acontecimientos de vida tales como bodas/funerales, ahorros para la vivienda, etc.
- Préstamos para educación
- Otros (especificar por favor)

#### **JUSTIFICACIÓN**

Una amplia gama de productos bien adaptados pueden traducirse en una amplia gama de posibilidades para que los clientes aprovechen las oportunidades económicas y prevean las necesidades del hogar.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique el propósito del producto y las condiciones que le permiten ajustarse a las necesidades productivas/del ciclo de vida personal.

#### **EJEMPLOS**

El proveer una amplia gama de préstamos de negocios puede significar el hacer préstamos de más alto riesgo para el proveedor en sectores innovadores, cadenas de valor o empresas emergentes.

Los préstamos a corto plazo con pagos mensuales no se ajustan bien a muchas actividades productivas. Los proveedores estarán mejor posicionados para prestar servicios a sectores artesanales y agrícolas, por ejemplo, si adaptan los términos, las condiciones y las cantidades de los préstamos a las especificidades de estos sectores.

El proveedor también puede ofrecer préstamos a los emprendedores, vinculados con servicios no financieros para destrezas empresariales. Los ejemplos de otros productos incluyen: préstamos para mejoras del hogar o préstamos de vivienda, depósitos a plazo fijo, opciones de arrendamiento, servicios de jubilación, préstamos para agricultura, desarrollo de destrezas empresariales, servicios de desarrollo de negocios, préstamos para PyMEs, cuentas de cheques, etc.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de crédito
- Descripción de productos



Entrevistas
 con gerente de
 operaciones,
 gerentes de
 agencia



INDICADOR 3B51



El proveedor define en sus políticas las «ventas agresivas» y los niveles de venta que desencadenarán un monitoreo y control adicional.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Las técnicas de ventas agresivas pueden ser particularmente dañinas para los clientes de escasos recursos y para aquellos con capacidad financiera limitada, ya que es probable que compren productos debido más a la presión de ventas que debido a cómo se "ajusta" realmente el producto.

Las ventas agresivas pueden incluir:

- Decirle a los clientes que hay un límite de tiempo para aceptar una oferta específica ("debe inscribirse hoy, porque el precio subirá mañana")
- Continuar persuadiendo a un cliente que claramente se ha rehusado al producto
- Desmotivar o evitar que los clientes consulten con una persona de confianza, que lean la información, el contrato, etc.
- Argumentar, ser hostil o condescendiente hacia el cliente
- Intimidar o amenazar al cliente ("si no compra el seguro de vida, parecerá como que no le importa su familia")
- Requerir que todos los miembros del grupo renueven un préstamo, sin opción de que uno de los miembros salga

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especificar cómo define el proveedor las ventas agresivas y objetivos de carga de casos que desencadenan el monitoreo adicional.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique que el análisis sea consistente con **2C41** y **3B54** en las metas de carga de casos.

#### **EJEMPLO**

El siguiente es un ejemplo del tipo de evidencia que debe proporcionarse para este indicador, no es un punto de referencia prescrito: "Las metas y los límites de la IMF se establecen dependiendo de la antigüedad de la agencia: Nuevas agencias: 175 (meta)

- 375 (límite) clientes nuevos por mes; 300 (meta). Número de clientes /OP 450 (límite). Resto: 100 (meta)
- 200 (límite) para nuevos miembros por mes; 350 (meta) 500 (límite) para clientes/OP."

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de crédito



- Entrevistas con operaciones
- Entrevistas con gerentes de agencia, oficiales de crédito

INDICADOR 3B52



El proveedor capacita al personal para no usar técnicas de venta agresivas y para respetar el derecho de los clientes a rechazar cualquier producto.

#### **JUSTIFICACIÓN**

La capacitación asegura que el personal esté consciente de lo que se considera como técnicas agresivas, así como que esté entrenado en lo que son técnicas de ventas recomendadas o aceptables para ese proveedor.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

El material de capacitación debe referirse explícitamente a ventas agresivas. El juego de roles es particularmente valioso para demostrar qué son las ventas agresivas.

Columna de comentarios: Especifique qué módulos de capacitación abordan las ventas agresivas.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación para los oficiales de créditos



- Entrevistas con
   RH
- Entrevistas con oficiales de créditos

INDICADOR 3B53



El proveedor tiene un mecanismo para controlar regularmente y rigurosamente las técnicas de venta del personal de primera línea y de terceros (p.ej. agentes, compañías de seguros o compañías de transferencia de dinero) para impedir las ventas agresivas. Cuando se levantan las señales de alarma, se ponen en marcha medidas correctivas.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Las ventas agresivas pueden ser monitoreadas verificando las tendencias de productividad de los oficiales de préstamos. Las tendencias deben analizarse al menos mensualmente. Auditoría interna también puede verificar que las políticas sobre los niveles de productividad se respeten. La productividad mayor que el promedio puede desencadenar visitas a los clientes más recientes del oficial de crédito para asegurar que las ventas fueron consensuadas.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el mecanismo de monitoreo.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Conoce a alguien que fue presionado para aceptar un producto o servicio? ¿Qué sucedió?

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Listas de verificación de auditoría interna



- Entrevistas con operaciones
- Entrevistas con gerentes de agencia, oficiales de créditos
- Entrevistas con auditoría



INDICADOR 3B54



La estructura de incentivos/bonos del proveedor no promueve las ventas agresivas.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Una estructura de incentivos o bonos que promueva una alta productividad poco realista puede llevar a ventas agresivas.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Hable con el personal de campo para evaluar qué tan realistas son en la actualidad los incentivos por productividad y si hay riesgo de presionar con técnicas de ventas agresivas.

Cuando los datos estén disponibles, compare los índices de productividad como el número de préstamos por oficial de crédito (datos en el Panel de control social de la SPI4) con los pares en la región o país, tomando datos para los competidores más cercanos del PSF.

Verifique con la asociación profesional o MIX market (únicamente suscriptores) los datos de productividad de los pares.

<u>Columna de comentarios</u>: Describa brevemente las características relevantes del esquema de incentivos que demuestren que no promueve ventas agresivas.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique que el análisis sea consistente con **2C41** y **3B51** en las metas de carga de casos. Combine el análisis con **2C31**, **2C41** y **4E33** en la estructura de incentivos/bonos.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



- Política de incentivos
- Índices de productividad



- Entrevistas con operaciones
- Entrevistas con gerentes de agencia, oficiales de créditos

INDICADOR 3B55



El proveedor no utiliza técnicas de mercadeo engañosas o confusas.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Las técnicas de mercadeo engañosas pueden ser particularmente dañinas para los clientes de bajos ingresos, cuyas situaciones financieras precarias pueden sufrir severamente por decisiones de compra mal informadas.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verificar cualquier producto "en paquete", como el seguro. El ocultar el seguro obligatorio es considerado como algo engañoso. El seguro puede ser obligatorio, pero los términos deben divulgarse apropiadamente. Otros ejemplos de mercadeo engañoso: divulgar únicamente las tasas de interés (y no los honorarios y comisiones u otros cargos) en los materiales de mercadeo; usar información de precios antiguos; divulgar únicamente las condiciones más ventajosas (para los clientes más leales, por ejemplo).

Columna de comentarios: Especifique cómo el proveedor evita mercadeo engañoso (información clara sobre productos vendidos en paquete, capacitación del personal, mención en el código de ética, etc.).

#### **PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES**

¿Conoce usted a alguien que se sintió sorprendido por algo relacionado con el producto después de estar de acuerdo con ello? ¿Que se sintió engañado? ¿Confundido? ¿Qué sucedió?

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Volantes y materiales promocionales
- Sitio en la red



- Entrevistas con operaciones
- Entrevistas con gerentes de agencia, oficiales de crédito



Alinus INDICADOR 4A11



El proveedor define el porcentaje máximo del ingreso disponible de un prestatario que puede aplicarse al servicio de su deuda, incluida la deuda del proveedor y las de otros prestamistas, y utiliza este umbral para determinar los montos máximos de préstamo permitidos y los términos aplicables para cada cliente.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Un índice de servicio de deuda, también conocido como el umbral máximo de la deuda, es el porcentaje máximo de ingreso disponible de un prestatario que puede aplicarse a pagar la deuda. Ayuda a prevenir el sobreendeudamiento asegurando que el proveedor haya incluido todas las fuentes conocidas de deuda en sus cálculos de la capacidad de pago del cliente, en un esfuerzo de asegurar que el cliente tenga suficientes ingresos para pagar la deuda.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Las garantías, los ingresos de los garantes o las coberturas de seguros no son los fundamentos principales para la aprobación de los préstamos.
- Se prohíbe a los clientes pedir préstamos a nombre de otra persona.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el porcentaje y cómo/dónde se define.

#### **EJEMPLOS**

Hay diferentes maneras de calcular un índice de servicio de deuda, dependiendo de qué hay en el numerador y el denominador. Los siguientes son solamente ejemplos: el índice de servicio de deuda depende del contexto del mercado y Smart Campaign no prescribe una cantidad máxima.

- Ganancia mensual neta / (pagos mensuales de todos los préstamos del hogar + pargo para este préstamo futuro) = Cobertura de la deuda > 130% para los negocios y > 100% cuando incluye los gastos del hogar
- Pago mensual / Excedente del hogar < 80% (para vencimientos de 6 meses); 60% para vencimientos mayores

### **FUENTES DE** INFORMACIÓN



 Manual de crédito, formulario de evaluación de crédito



 Entrevistas con oficiales de créditos

Alinus

INDICADOR 4A12



El proceso de aprobación de préstamo evalúa la capacidad de reembolso a través de un análisis de fluio de los fondos disponibles y la revisión del estado actual de endeudamiento del cliente. El análisis toma en cuenta los ingresos, los gastos y el servicio de la deuda relacionados con la empresa, la familia y cualquier otra fuente del cliente, incluyendo también las fuentes informales.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Un análisis robusto de la capacidad de reembolso es la mejor manera de evaluar la capacidad crediticia y evitar el sobreendeudamiento del cliente. Debe incluir un análisis cuidadoso del flujo de efectivo existente del prestatario, con considerablemente menos énfasis en el flujo de efectivo adicional previsto como resultado de cualquier nuevo préstamo.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- El análisis de capacidad de repago se actualiza en cada ciclo de préstamo para identificar cambios en la situación financiera del cliente.
- En el caso de préstamos con garantía colectiva, la diligencia debida puede ser llevada a cabo por el proveedor o por los mismos miembros del grupo. En el caso de préstamos colectivos sin garantías colectivas, el proveedor lleva a cabo un análisis de capacidad de reembolso para cada prestatario.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Asegúrese de verificar que el análisis de flujo de efectivo considere tanto los ingresos y gastos del negocio como los relacionados con la familia. Verifique una muestra de los cálculos del análisis de capacidad en los expedientes de unos cuantos clientes durante las visitas a las agencias para asegurar que se estén apegando al índice máximo de servicio de deuda y que el análisis de la capacidad sea razonable y esté completo. Verifique los cálculos en varios expedientes de clientes para ver si se apegan al proceso de aprobación de préstamo.

#### **EJEMPLO**

Vea el ícono de recursos en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (p. 136) donde encontrará vínculos a ejemplos de formularios de evaluación de préstamos y materiales de capacitación.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

Pida a los clientes que describan el proceso de aprobación de préstamos.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Manual de crédito, formulario de evaluación del crédito



 Entrevistas con operaciones, gerentes de agencia, oficiales de crédito



INDICADOR 4A13



El proceso de aprobación del préstamo involucra por lo menos a un miembro del personal diferente del que estuvo en contacto directo con el cliente (p. ej. oficial de crédito superior, gerente de sucursal, comité de crédito).

#### **JUSTIFICACIÓN**

El proceso de aprobación de préstamos no debe depender solamente del oficial de crédito para asegurar un enfoque armonizado en el análisis de la capacidad de pago. Debe requerirse un miembro del personal que no tenga una relación directa con el cliente, como un gerente de agencia o un comité de crédito designado, para aprobar la cantidad y los términos del préstamo.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Directrices para la calificación: Si el proceso de aprobación del préstamo involucra a otro personal además del oficial de crédito, pero hay excepciones, por favor anote las excepciones. Si estas excepciones parecen presentar un riesgo muy bajo de fraude y/o sobreendeudamiento del cliente, la respuesta aún podría ser 'sí'.

#### **FUENTES DE** INFORMACIÓN



 Manual de crédito



 Entrevistas con operaciones, gerentes de agencia, oficiales de crédito

INDICADOR 4A14



El proveedor tiene una política que define cuándo los clientes tienen permitido pagar anticipadamente los préstamos. Si el pago anticipado está permitido, se requiere que exista un período de descanso entre préstamos antes de poder emitir uno nuevo.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Pagar un préstamo por anticipado puede ser una señal de problemas del prestatario o puede crear problemas permitiendo que los clientes presten de más o que tengan un "doble ciclo" de préstamos. El tener una política sobre el reembolso y un período de descanso reduce este riesgo.

#### **DEFINICIÓN**

**Período de descanso**: un intervalo de tiempo entre el pago de un préstamo y la aceptación de uno nuevo. **Pago anticipado**: Se refiere al reembolso de un préstamo antes del final del plazo del préstamo, como cuando un cliente toma un préstamo de 12 meses pero quiere pagarlo completamente el octavo mes. Por ejemplo, si un cliente reembolsa su préstamo de 12 meses después de 8 meses, ¿tiene que pagar los intereses completos sobre los 12 meses? ¿Interés parcial sobre los 4 meses restantes? ¿O se exonera de intereses? Algunas IF tienen sanciones por el pago anticipado, para compensar la pérdida de ingresos por interés, mientras que otras recompensan el pago anticipado con rebajas.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación</u>: si existe una política sobre el pago anticipado, pero no incluye un período de descanso, la respuesta es 'parcialmente'.

Si la política del proveedor es que el pago anticipado no se permite, la respuesta es 'sí'.

Si el pago anticipado se permite y no se requiere período de descanso, pero en la práctica (1) todos los préstamos nuevos necesitan la aprobación del Presidente Ejecutivo o (2) no se autorizan renovaciones de préstamos durante lo que hubiera sido el ciclo original del préstamo, la respuesta puede ser 'sí.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Puede pagar un préstamo con anticipación y tomar un nuevo préstamo? ¿Tiene que esperar o es inmediato?

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Manual de crédito



 Entrevista con operaciones, gerentes de agencia, oficiales de crédito



Alinus
INDICADOR 4A15



El proveedor tiene un proceso de control interno riguroso para verificar la aplicación uniforme de políticas y procedimientos referidos a la suscripción del cliente, y puede presentar pruebas de medidas correctivas tomadas en caso de implementación parcial o incorrecta.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El papel de auditoría interna/gestión de riesgo es asegurar la aplicación uniforme de las políticas y procedimientos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo auditoría/riesgo verifica el proceso de aprobación de préstamos y cualquier acción que se haya tomado para resolver la implementación incorrecta.

#### **EJEMPLOS**

La política del PSF X establece que auditoría interna verificará el 5% de los expedientes de clientes anualmente para asegurar que los cálculos estén correctos y se apeguen a la política.

La unidad de control interno del PSF Y visita cada agencia al menos dos veces al año y verifica 10 expedientes de clientes cada vez.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Manual o lista de verificación de auditoría interna



 Entrevista con auditoría interna/ riesgo

INDICADOR 4A16



Todo el personal nuevo es capacitado en el análisis de préstamos nuevos y en el proceso de aprobación de crédito, y todo el personal de crédito activo recibe capacitaciones de actualización al menos una vez al año.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Todo el personal nuevo de crédito debe ser capacitado y recibir capacitaciones de actualización sobre el proceso de crédito periódicamente para asegurar un análisis uniforme y de calidad.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

• Si los miembros de los grupos ejercen la debida diligencia, los grupos reciben capacitación sobre cómo usarla y sobre los criterios de préstamo relevantes.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

El indicador se aplica al personal de crédito.

Columna de comentarios: Especifique la fecha de las capacitaciones más recientes.

<u>Directrices para la calificación</u>: Este indicador se refiere al nuevo personal de crédito. Si el personal nuevo de crédito se capacita pero no hay cursos anuales de actualización, la respuesta es 'parcialmente. Los cursos anuales de actualización pueden tener la forma de capacitaciones formales en clase, aprendizaje en línea o pueden ocurrir durante las reuniones regulares de agencias o regionales (siempre que haya evidencia que se abordó el proceso de aprobación de créditos).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Lista de capacitaciones realizadas el último año
- Manual de crédito
- Material de capacitación grupal



 RH, operaciones, gerentes de agencia, oficiales de crédito

Alinus

INDICADOR 4A21



# La política del proveedor y sus procesos documentados requieren:

- [buró de crédito] La presentación oportuna a burós de Crédito y el uso de informes de crédito de forma sistemática en el proceso de aprobación para todos los préstamos.
- [Sin buró de crédito efectivo] El proveedor comparte losdatos con los competidores y utiliza estos datos en las aprobaciones de préstamos, siempre que sea posible en el contexto local.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Un análisis eficaz del pago del cliente requiere información acerca de la deuda pendiente del cliente y su historial crediticio.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: En general, uno de los detalles bajo este indicador debería ser N/A. Si hay un buró de crédito, entonces el primer detalle debe responderse sí/no/parcialmente. En este caso, el segundo detalle debería responderse N/A.

Si no hay buró de crédito, la respuesta es N/A al primer detalle. En este caso, el segundo detalle debe responderse con sí/no/parcialmente.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Manual de crédito



 Operaciones, gerentes de agencia, oficiales de crédito

INDICADOR 4A31



Los oficiales de crédito y los gerentes de sucursales del proveedor monitorean la calidad de la cartera por lo menos una vez al mes para identificar zonas con riesgo elevado de sobreendeudamiento. El análisis se realiza por sucursales, productos y segmentos de clientes.

# **JUSTIFICACIÓN**

En contextos de alto sobreendeudamiento, la calidad de la cartera debe monitorearse estrechamente para reaccionar rápidamente a problemas potenciales de sobreendeudamiento. Los ejemplos de altos factores de riesgo incluyen: préstamos múltiples, falta de un buró de crédito eficaz, alto crecimiento, altas tasas de penetración de otros PSF, alta competencia o modelos de crecimiento de expansión vs. Concentración geográfica, situaciones de desastre, conflicto político, recesiones económicas mayores.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique la frecuencia de los informes de la cartera en riesgo. Especifique cómo se segmentan los informes (por agencia, producto, cliente).

<u>Directrices para la calificación:</u> Si la cartera en riesgo se monitorea al menos mensualmente pero no hay desglose por agencia, producto, cliente, o solamente uno de estos, la respuesta es 'parcialmente'. En este caso, asegúrese de anotar qué elemento del análisis falta.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



• Informes sobre la calidad de la cartera



 Entrevistas con operaciones, gerentes de agencia, oficiales de crédito

Alinus

INDICADOR 4A32



La gerencia superior y el consejo directivo del proveedor revisan los resultados referidos al monitoreo del sobreendeudamiento en el mercado y a la calidad de la cartera del proveedor por lo menos una vez por trimestre. Las medidas para prevenir el sobreendeudamiento se analizan, se implementan y se monitorean y existen registros de estas acciones.

# **JUSTIFICACIÓN**

La gerencia y la junta deben revisar y analizar los informes de calidad de la cartera (préstamos en mora, préstamos reprogramados, castigos) de manera regular, al menos trimestralmente.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- El proveedor tiene una política de objetivos de tasas de crecimiento sostenibles, teniendo en cuenta la capacidad de crecimiento del proveedor y los mercados a los que se apunta.
- Cuando surge un riesgo de sobreendeudamiento sistémico en el mercado, el proveedor adopta políticas de mitigación de riesgos, como por ejemplo un crecimiento más lento, criterios más conservadores de aprobación de préstamos o límites adicionales sobre el número total de préstamos que una persona puede tener a la vez con diferentes proveedores.
- El proveedor define niveles objetivo Cartera Morosa (PAR) más conservadores que desencadenan monitoreo interno y respuesta adicionales.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique la frecuencia de los informes de calidad de la cartera. Especifique los documentos (actas, informes) que muestran que la Junta/gerencia sabe del sobreendeudamiento y cualquier medida tomada para prevenirlo.

# **FUENTES DE** INFORMACIÓN



- Informes gerenciales
- Actas de las reuniones de la Junta o el comité ejecutivo



 Entrevistas con miembros de la junta, Presidente ejecutivo/ Gerente general

# INDICADOR 4A41



# El total del riesgo crediticio:

- No puede tener un promedio de más del 10% durante ningún trimestre en los últimos 3 años, incluido el trimestre más reciente.
- Si el total del riesgo crediticio ha superado el 10% en cualquier momento de los últimos 3 años o durante el trimestre pasado, el proveedor demostró que se implementaron medidas correctivas.

# **JUSTIFICACIÓN**

El análisis del riesgo crediticio indica una calidad sólida de la cartera.

### DEFINICIÓN

**El total del riesgo crediticio** se calcula como PAR30 total + ratio de castigos de 12 meses + préstamos reprogramados, y no debe exceder el 10%.

Los préstamos reprogramados son préstamos cuyo plazo se ha modificado para permitir un nuevo programa de pagos, ya sea para alargar o posponer los pagos programados originalmente o para alterar los términos originales del préstamo, tal como el monto del préstamo. El término "préstamos reprogramados" también incluye los préstamos refinanciados, los cuales son préstamos que han sido desembolsados para permitir el pago de préstamos anteriores para los cuales el cliente no pudo pagar las amortizaciones programadas.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Vea los informes de cartera para calcular el riesgo crediticio y verifique las actas del comité gerencial o de la junta o los memos a nivel de agencia para realizar una evaluación sobre si se han tomado medidas correctivas.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: **Uno de los detalles bajo este indicador debe ser N/A**.

<u>Ya sea</u>: el riesgo crediticio no ha promediado más del 10% en los últimos 3 años y, en este caso, la respuesta al primer detalle es 'sí' y el segundo detalle debe ser N/A.

O: el riesgo crediticio ha superado el 10% en los últimos 3 años o en el último trimestre, entonces el primer detalle es N/A y el segundo detalle es sí/no/parcialmente, dependiendo de las medidas correctivas que se hayan implementado.

Los ejemplos de dichas medidas incluyen:

- Cambiar el proceso de aprobación de préstamos
- Revisar el umbral de deuda
- Mejorar el análisis de endeudamiento
- Suspender los desembolsos para oficiales de créditos que tienen una cartera en riesgo (PAR) demasiado alta hasta que lleguen a un nivel de PAR razonable
- Actualizar el sistema de incentivos

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Informes sobre la calidad de la cartera con PAR
- Actas de las reuniones del comité gerencial o de la Junta
- Memos o circulares compartidas con la agencia

Alinus

INDICADOR 4B11



# El proveedor entrega a los clientes un documento de datos clave que contiene la siguiente información sobre sus préstamos:

- El proveedor entrega a los clientes un documento de datos clave que contiene la siguiente información sobre sus préstamos:
- Monto total de su préstamo
- Costo total del préstamo (en términos nominales), incluyendo todas las comisiones
- Tasa de interés efectiva (EIR en inglés) o Costo Anual Total (APR en inglés), según sea más pertinente. Debe de ser calculado considerando el principal, los intereses y las comisiones
- Fecha de desembolso y vigencia del crédito
- Plan de pagos incluyendo una tabla de amortización que desglose los abonos a capital e intereses, el número de pagos a dar y las fechas de cada uno de ellos.
- Tasa de interés moratoria y un breve resumen de los términos y condiciones para su aplicación

# **JUSTIFICACIÓN**

La transparencia en la información del producto es vital para la comprensión del cliente.

El proveedor debe centralizar la información clave de los préstamos para asegurar una claridad máxima para los clientes.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación</u>: Se requiere que todos los elementos se califiquen con 'sí'. Puede aplicarse flexibilidad en el caso de préstamos grupales, cuando a los clientes se les entregan libretas completas y claras. Si la información está en el contrato y se divulga claramente, es aceptable. Si la mayoría de los elementos están presentes, entonces califique 'parcialmente'.

<u>Acerca de APR(TEA)/EIR</u>: En los mercados en los que se estimanlas tasas de interés de otra manera (p.ej. tasas fijas, CAT en México, TCEA en Perú, TEAC en Bolivia, etc.) por casi todos los proveedores, debe usarse el formato que prevalece además del APR(TEA) o EIR y junto al costo total del crédito.

Columna de comentarios: Si la calificación es 'parcialmente' o 'no', especifique los elementos faltantes.

# **EJEMPLO**

Vea el Gráfico 2. Documentos de hechos clave para los clientes de préstamos (muestra) en la <u>Guía de</u> <u>Implementación de los Estándares Universales (p. 144)</u>.

# **DEFINICIÓN**

**Tasas de intereses moratorios**: una tasa de interés adicional que comienza a acumularse sobre los intereses regulares después de que se deja de pagar el préstamo.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Conoce el costo del préstamo actual? ¿Conoce el nivel de interés que está pagando y las tarifas de procesamiento? ¿Sabe cómo se calcula la tasa de interés sobre el préstamo?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Documentos proporcionados a los clientes durante la solicitud del préstamo
- Acuerdo de préstamo o libretas



- Entrevistas con gerente de operaciones
- Entrevistas con oficiales de crédito



# INDICADOR 4B12



Los contratos de préstamo incluyen toda la información incluida en el documento de datos clave, además de:

- El periodo de gracia (si existe)
- Las penalidades por falta de pago o prepago anticipado
- Condiciones del ahorro obligatorio (si existen)
- Productos relacionados con el crédito (si existen)
- Obligaciones del aval (si existe) o del miembro de la cooperativa (si aplica)
- Detalle de la garantía requerida (si existe), y proceso de activación de la garantía (si aplica)
- Restricciones de uso del crédito (si existen)
- Periodos de descanso entre créditos (si existen) y condiciones en donde aplican
- Derecho de cancelación del crédito
- Consecuencias del pago atrasado o no pago del crédito
- Definición de si los términos y condiciones pueden cambiar a través del tiempo, y bajo qué circunstancias.

# **JUSTIFICACIÓN**

El contrato debe incluir toda la información pertinente para asegurar la máxima claridad para los clientes.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Los contratos están escritos en un lenguaje simple y no contienen cláusulas ilegales.
- En el caso de préstamos con garantía o garante colectivo, las obligaciones de los miembros o del garante están claramente definidas y se comunican a todos los miembros del grupo o a los garantes.
- En el caso de los préstamos a tasa variable y préstamos denominados en moneda extranjera diferente de la moneda principal de la fuente de ingresos del cliente, el proveedor demuestra que explica claramente los panoramas de precios y de costos a los clientes, incluyendo un panorama pesimista.
  - Ejemplo de Georgia: "¡Los clientes que reciben un préstamo en moneda extranjera enfrentan riesgos significativos! Las fluctuaciones en la tasa de cambio pueden aumentar significativamente los pagos en GEL. En el caso de la depreciación anual de GEL al 15%, la tasa de interés efectiva calculada del préstamo puede aumentar hasta una cantidad de XX ".
- Si el proveedor deduce el primer pago del capital desembolsado y las comisiones (es decir, cargo inicial, seguro, depósito de garantía), lo comunica claramente a los clientes antes del desembolso.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación</u>: Se requiere que todos los elementos se califiquen con 'sí'. Si la mayoría de elementos están presentes, entonces califique 'parcialmente'.

Columna de comentarios: Si la calificación es 'parcialmente' o 'no', especifique los elementos faltantes.

#### **EJEMPLO**

Vea el ícono de recursos en la Guía de Implementación de los Estándares Universales (p. 144).

### **PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES**

¿Tiene una copia de su contrato de préstamo? ¿Hay cosas en el contrato de préstamo que no entienda? ¿Cree que eso es un problema? ¿Sabe qué sucede si no puede pagar su préstamo?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Contrato del préstamo



INDICADOR 4B13



# La documentación sobre ahorros incluye:

- Comisiones (incluyendo por cierre de cuenta)
- Tasas de interés a pagar y cómo se calculan los montos
- Balances mínimos y máximos requeridos por la cuenta
- Información sobre si los depósitos están garantizados (por una entidad pública o privada) y bajo qué condiciones

### **JUSTIFICACIÓN**

La documentación sobre ahorros debe centralizar información clave para asegurar la máxima claridad para los clientes. Cualquier condición que pueda llevar a penalidades o comisiones (como los saldos mínimos), debe revelarse claramente para evitar sorpresas poco placenteras para el cliente, lo cual puede erosionar su confianza en el proveedor.

### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Se informa a todos los ahorradores sobre tiempos, condiciones y tarifas para acceder a sus productos de ahorro y acciones de capital, si corresponden.
- Si los ahorros se utilizan como garantía de efectivo para préstamos, la documentación disponible para el cliente especifica si los ahorros pueden usarse en caso de mora y de qué manera.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Cuando los ahorros se usan como garantía en efectivo, asegúrese de que los clientes lo sepan y bajo qué circunstancias.

Directrices para la calificación/N/A: Se requiere que todos los elementos se califiquen 'sí'. Si la mayoría de elementos está presente, entonces califique 'parcialmente'.

Si el proveedor no ofrece ahorros, entonces califique como 'N/A'.

Columna de comentarios: Si la calificación es 'parcialmente' o 'no', especifique los elementos faltantes.

#### **EJEMPLOS**

Vea la Guía de Implementación de los Estándares Universales Tabla 25. Políticas y procedimientos de transparencia para cuatro productos (página 143).

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Conoce el interés que gana sobre sus ahorros? ¿Cuál es el monto que puede ahorrar cada semana? ¿Cuál es el monto mínimo que necesita en su cuenta? ¿Hay alguna comisión?

# **FUENTES DE** INFORMACIÓN



 Contrato de ahorro



INDICADOR 4B14



Los proveedores hacen el mismo esfuerzo por educar a los clientes sobre sus productos, independientemente de si éstos se venden de forma voluntaria, obligatoria o en paquete.

# **JUSTIFICACIÓN**

No es poco común que los proveedores ofrezcan seguro de vida de crédito en un paquete con un préstamo, lo que básicamente lo hace obligatorio. Los proveedores deben tener especial cuidado de informar a los clientes de este tipo de productos, para que los clientes comprendan cómo usarlos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Este indicador es especialmente relevante para los proveedores que requieren que los clientes tomen un seguro de vida de crédito obligatorio con su préstamo. Asegúrese de que las condiciones de la póliza de vida de crédito se comuniquen claramente a los clientes. Cuando sea posible, hable con los clientes para ver si conocen que tienen este producto de seguro de vida y si lo comprenden.

#### **PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES**

¿Venía su préstamo con algún servicio adicional? ¿Cuáles? ¿Sabe cómo funcionan?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Documentos proporcionados a los clientes al solicitar el préstamo
- Material de capacitación grupal, si lo hay



- Entrevistas con el gerente de operaciones
- Entrevistas con oficiales de créditos



# INDICADOR 4B15



Los clientes que inician o reciben transferencias de dinero y otras transacciones de pagos reciben la siguiente información, cuando corresponda:

- Monto de dinero enviado por el emisor en su moneda local
- Tipo de cambio utilizado para hacer la conversión
- Monto de dinero a ser entregado al receptor en su moneda local
- Comisiones cobradas por el envío/instrucciones
- Términos y condiciones para cancelar el envío
- Instrucciones para resolver errores en el envío
- Confirmación de la transacción (y número de folio)
- Impuestos cobrados (si aplica) y
- Productos ligados o vinculados (si aplica).

# **JUSTIFICACIÓN**

Las transferencias y pagos de dinero, incluso cuando son a través de un tercero, deben seguir las mismas reglas de transparencia que otros productos. Las transferencias internacionales pueden ser particularmente confusas debido al tipo de cambio.

### DEFINICIÓN

Las transacciones de pago pueden incluir pagos de facturas y recargas de tiempo aire a proveedores de telefonía móvil. Los productos vinculados se refieren a cualquier producto que automáticamente venga con el préstamo, tales como prima de seguro de vida de crédito, ahorros obligatorios. Si se requieren ahorros obligatorios para acceder a un préstamo, esto se considera un producto vinculado y los términos y condiciones deben especificarse en el contrato (tasa de interés, accesibilidad de los ahorros, si los ahorros pueden usarse en caso de incumplimiento).

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

 La documentación que enumera todas las tarifas, los términos, los impuestos y las condiciones de cancelación están al alcance de los clientes de cualquier servicio de pago brindado por el agente del proveedor (por ejemplo: transferencias de dinero, pago de facturas, recarga de tiempo aire y retiro de depósitos).

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

En el caso de transferencias internacionales, asegúrese de que la tasa de cambio y la conversión de moneda estén claras.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Se requiere que todos los elementos tengan una respuesta de 'sí'. Si la mayoría de elementos están presentes, entonces califique 'parcialmente'.

Si el proveedor no ofrece transferencias, entonces califique 'N/A'.

Columna de comentarios: Si la calificación es 'parcialmente' o 'no', especifique los elementos faltantes.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Documentos proporcionados a los clientes al hacer una transferencia o pago



- Observar la documentación/ señales/ carteles en las agencias con los términos y condiciones para las transferencias
- Entrevistas con el gerente de operaciones
- Entrevistas con el personal de las agencias



Alinus

INDICADOR 4B21



El proveedor implementa un proceso documentado para comunicar información relacionada con el producto o servicio otorgado al cliente (con respecto a los términos, condiciones y precios del producto, incluidos contratos) antes de que el cliente firme o renueve un contrato.

- El proveedor otorga a los clientes tiempo adecuado para revisar los términos y las condiciones de los productos, formular preguntas y recibir información adicional antes de firmar los contratos. El cliente tiene la oportunidad de rechazar el producto (o cualquier parte de la combinación de préstamo + seguro en caso de paquetes de productos).
- Cuando firman, los clientes reciben una copia del contrato firmada, sin espacios en blanco. Se aplica a productos de grupo e individuales.
   Deberían integrarse servicios digitales en los documentos de apertura de cuenta para facilidad de procesamiento del cliente.

# **JUSTIFICACIÓN**

Los clientes necesitan tiempo para revisar la información del producto, comparar opciones y hacer preguntas para que puedan tomar decisiones informadas. Los clientes deben recibir documentación del producto que puedan llevarse a casa y revisar antes de la venta; muchas veces, un cliente deseará compartir información del producto con una persona de confianza (p.ej. el cónyuge) antes de firmar.

El tener una copia firmada del contrato asegura que los clientes tengan una prueba de sus obligaciones contractuales con el proveedor y viceversa.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique que el proceso de comunicación con el cliente esté documentado en algún lugar (p.ej. política, manual de operaciones, materiales de capacitación).

Los clientes deben tener al menos 24 horas para revisar los términos y condiciones, excepto en el caso de un préstamo de emergencia.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique en qué punto tienen la oportunidad los clientes de revisar los términos y condiciones y por cuánto tiempo.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Cuánto tiempo se le dio para revisar los detalles del préstamo y hacer preguntas antes de firmar el contrato? ¿Siente que fue suficiente tiempo? ¿Ha habido algún momento en el que usted o alguien que conoce no comprendió algo sobre el contrato? ¿Preguntó al personal (o a alguien más) sobre ello? ¿Se le proporcionó información adicional? ¿Resolvió la información su problema? ¿Tiene una copia de su contrato de préstamo?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de crédito o manual de operaciones (para ahorros, seguro, productos de pago)



- Observar los expedientes de préstamos para verificar los contratos firmados
- Entrevistas con el gerente de operaciones
- Entrevistas con oficiales de crédito



INDICADOR 4B22



Se implementa un proceso documentado para brindar a los clientes información de manera regular y también a petición del cliente sobre los saldos de todas sus cuentas. La información proporcionada es precisa y clara.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los clientes deben tener acceso a información precisa y clara sobre la cuenta en todo momento.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- El proveedor entrega a los clientes recibos por correo electrónico, en papel o por mensaje de texto (SMS) para cada transacción. El formato apropiado varía según el canal y la capacidad del cliente.
- En el caso de los préstamos con garantía o garante colectivo y las cuentas de ahorro colectivo, cada miembro del grupo o garante recibe notificación del saldo total de la cuenta por lo menos de forma trimestral. Los clientes pueden revisar la actividad de la cuenta en cualquier momento si lo solicitan.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Puede proporcionarse un mecanismo según solicitud por medio de banca en línea o móvil. Las opciones de bajo nivel tecnológico incluyen responder las consultas de clientes por teléfono y en persona.

Columna de comentarios: Especifique cómo reciben los clientes la información sobre sus saldos de cuenta.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de crédito o manual de operaciones (para ahorros, seguro, productos de pago)



 Observar los recibos de transacciones



INDICADOR 4B31



La información pública que brinda el proveedor promueve la toma de decisiones informadas de sus clientes.

### **JUSTIFICACIÓN**

Hacer que la información de los productos, términos y condiciones esté disponible públicamente da a los clientes la oportunidad de verificar y comparar precios.

### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- La información básica del producto incluyendo todas las características de los productos y servicios asociados, incluyendo el precio, se muestra y está a la vista en sucursales (ej. en pósteres, folletos, panfletos) y debe estar fácilmente disponible y a la mano de todos los agentes externos.
- El proveedor divulga la información sobre precios en medios públicos (ej. sitios web y sucursales) utilizando el estándar común para citar tasas de interés (TAE o TIE). Además, el proveedor también puede divulgar otros formatos en mercados en los que los oferentes citan las tasas de interés de otra forma (p. ej. tasas planas, CAT en México, TCEA en Perú, TEAC en Bolivia, etc.).
- El material de mercadeo ofrece información sobre precios que es coherente con los términos y las condiciones finales del producto.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Asegúrese que la información de productos (p.ej. tasa de interés nominal anual, comisiones, penalidades, etc.) esté visible en las agencias para los clientes.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo se hace pública la información de productos: carteles, folletos, sitio en la red, periódico, radio, etc.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



• Sitio en la red



 Carteles/ documentación en las agencias



Alinus
INDICADOR 4B32



El proveedor participa en iniciativas de transparencia de la industria, si existen.

# **JUSTIFICACIÓN**

La participación en iniciativas de transparencia que abarcan todo el mercado aumentará la probabilidad de practicar la protección al cliente en un campo de juego uniforme. Esto es debido a que es difícil ser el "primero" en un mercado: por ejemplo, ser el primer proveedor que utilice tasas de interés sobre saldo decreciente cuando otros utilizan tasas fijas.

Las iniciativas de transparencia pueden ser organizadas por un regulador o una asociación nacional y pueden incluir esfuerzos para publicar las tasas de interés, estandarizar los cálculos de tasas de interés, crear normas de transparencia en la publicidad o estandarizar el lenguaje del contrato.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Si no existe una iniciativa de transparencia, califique 'N/A'.

Columna de comentarios: Si la calificación es 'sí' o 'parcialmente', especifique la iniciativa.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Entrevista con el Presidente ejecutivo/ Gerente general

INDICADOR 4B33



El personal está capacitado para explicar de manera clara y precisa los precios, términos y condiciones a los clientes y verificar que los clientes comprendan de acuerdo con las políticas del proveedor, y demuestren esta comprensión en la práctica. Los empleados reciben capacitaciones de actualización al menos una vez al año.

### **JUSTIFICACIÓN**

El personal debe estar capacitado sobre cómo hablar con los clientes de manera que éstos comprendan. El verificar la comprensión del cliente es parte importante de una comunicación eficaz.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- El proveedor comunica toda la información relacionada con los productos y las políticas a los clientes en lenguaje sencillo; la información no está escondida en jerga legal o en letra pequeña.
- El proveedor comunica a los clientes toda la información relacionada con los productos, los servicios y las políticas en el idioma local y a un nivel de complejidad apropiado, dadas las limitaciones de educación financiera. Para clientes menos alfabetizados, la comunicación oral debe complementar a la información escrita.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el personal está capacitado pero no hay cursos de actualización anuales, la respuesta es 'parcialmente'.

Columna de comentarios: Especifique cómo se capacita al personal.

#### **EJEMPLOS**

El PSF X hace que los representantes de servicio al cliente que manejan el desembolso verifiquen verbalmente la comprensión que tiene el cliente de los términos y condiciones durante el proceso de desembolso.

El PSF Y utiliza a sus oficiales de crédito para que éstos lean los contratos a los clientes que tienen capacidades financieras limitadas o limitado alfabetismo, haciendo que el intercambio sea una serie de preguntas y respuestas para que los clientes puedan hacer preguntas y los oficiales de crédito puedan verificar su comprensión.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación



- Entrevista con RH
- Entrevistas con los gerentes de agencia, oficiales de crédito

INDICADOR 4B34



El proveedor tiene y utiliza un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de todas sus políticas y procedimientos relacionados con la transparencia.

# **JUSTIFICACIÓN**

Como con todas las políticas, es importante asegurar la aplicación uniforme realizando auditorías o controles periódicos.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Un proveedor puede no tener una política de transparencia individual, pero las verificaciones de transparencia pueden estar integradas en las listas de verificación de auditoría existentes. Los auditores o controladores internos pueden verificar la comprensión del cliente y completar la documentación del producto durante las visitas a los clientes o las llamadas salientes a los clientes como parte de las encuestas de satisfacción.

Directrices para la calificación: Si el proceso de auditoría interna no incluye entrevistas con los clientes para verificar su comprensión, entonces la calificación debe ser 'parcialmente'.

Columna de comentarios: Especifique el proceso de control interno usado para verificar las políticas de transparencia.

# **FUENTES DE** INFORMACIÓN



 Listas de verificación de auditoría



 Entrevista con auditoría interna / control interno

Alinus
INDICADOR 4C11



En el código de conducta (o su equivalente) se explican claramente los valores de la organización, los estándares de conducta profesional esperados y el trato de los clientes que se espera del proveedor o del personal o los agentes de los terceros proveedores. Las políticas también explican en detalle qué sanciones deben aplicarse en caso de violación del código de conducta.

# **JUSTIFICACIÓN**

Un Código de Conducta (o Código de Ética) institucional ayuda a los empleados a practicar el trato justo y respetuoso de los clientes definiendo las normas claras de conducta profesional que deben sostener. Un Código escrito no garantiza la conducta ética, pero es el primer paso hacia la formalización de una cultura ética organizacional.

### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Los siguientes comportamientos están siempre prohibidos y se determinan y aplican sanciones por escrito para evitarlas: usar lenguaje abusivo; usar fuerza física; limitar la libertad física; gritar al cliente; ingresar en el hogar del cliente sin ser invitado; humillar públicamente al cliente; violar el derecho del cliente a la privacidad; maltratar a un cliente sobre la base de cualquier categoría protegida; usar intimidación o amenazas; acoso sexual o moral.
- También están prohibidos el fraude y las acciones no éticas (ej. corrupción, robo, soborno). Las sanciones en estos casos son claras y se aplican estrictamente.
- Los clientes reciben información sobre los estándares de conducta profesional del proveedor y sobre los comportamientos prohibidos mencionados en el código de conducta.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Este indicador tiene dos partes: no olvide verificar la política de sanciones, la cual idealmente debe definir los diferentes niveles de sanciones y procedimientos disciplinarios dependiendo de la violación.

<u>Directrices para la calificación</u>: El proveedor debe tener un código de conducta y una política clara de sanciones y procedimientos disciplinarios en caso de incumplimiento con el código.

Columna de comentarios: Especifique las secciones principales del código y la política de sanciones.

#### **EJEMPLOS**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Cuadro 16. Contenido del Código de Conducta (página 149) y el ícono de recursos (página 150). Para encontrar un ejemplo del protocolo de sanciones en caso de una infracción al código, vea el Ejemplo de campo 41. ASKI sanciona las violaciones al Código de Conducta (página 151).

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Cómo describiría el comportamiento del personal hacia usted? ¿Qué puede hacer si no está satisfecho y desea quejarse sobre los productos, la relación con el personal, cualquier elemento relacionado con el PSF?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de HR, política de sanciones
- Código de Conducta



- Entrevista con el gerente de RH
- Entrevista con el personal de agencia



INDICADOR 4C12



Las políticas y los procedimientos de recursos humanos refuerzan los estándares identificados en el código de conducta.

# **JUSTIFICACIÓN**

Tener un código de conducta por sí solo no es suficiente para hacer que los valores se "vivan". Las políticas de RH como reclutamiento, evaluación y capacitación deben reflejar los estándares establecidos en el código.

### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Todos los miembros del personal firman un documento en el que reconocen que respetarán el código de conducta.
- El proveedor implementa un programa de capacitación efectivo para garantizar que el personal entienda y tenga las habilidades necesarias para implementar políticas y procedimientos relacionados con el trato justo y responsable de los clientes y alineados con el código de conducta. Se destaca el comportamiento inaceptable.
- El proveedor verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre trato justo y responsable de los clientes. La capacitación está alineada con el código de conducta del proveedor y define igual el comportamiento inaceptable.
- Las evaluaciones de desempeño del empleado y de los agentes incluyen revisiones sobre el respeto del código de conducta, el comportamiento ético y la calidad de la interacción con los clientes.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Revise los expedientes de los empleados (o contratos laborales) para verificar si el personal firmó un documento reconociendo que han leído, comprendido y acordado regirse por el código de ética. Revise el formulario de evaluación del desempeño para ver si se incluye el apegarse al código o vivir los valores de la compañía como parte de la evaluación del desempeño.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique los elementos en las políticas de RH que respaldan el código (módulos de capacitación, evaluaciones del desempeño, etc.). El material de capacitación debe establecer claramente la norma de conducta que se espera que el personal siga.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de RH
- Materiales de capacitación
- Expedientes de los empleados
- Plantilla de evaluación del desempeño



- Entrevista con el gerente de RH
- Entrevista con el personal de agencias

Alinus
INDICADOR 4C21



Entre las categorías protegidas se incluyen: etnicidad, género, edad, discapacidades, afiliación política, orientación sexual, casta y religión

# **JUSTIFICACIÓN**

El proveedor debe implementar una política de no discriminación que prohíba la discriminación de clientes sobre la base de "Categorías protegidas" de acuerdo a características de los clientes. La discriminación es diferente que enfocarse en clientes para su inclusión en un programa (p.ej. préstamos a mujeres, cuentas de ahorro para jóvenes). El enfocarse generalmente corrige un problema existente de exclusión, mientras que la discriminación involucra tratar a un cliente o cliente potencial de manera diferente y menos favorable sobre la base de las características personales o afiliaciones.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el documento donde aparece la política de no discriminación.

<u>Directrices para la calificación</u>: Todos los elementos son necesarios para un 'sí'. Si solo algunas de las categorías están, entonces la respuesta es "parcialmente".

En algunos países, la orientación sexual no está protegida por la ley y el PSF puede estar limitado en sus capacidades de cumplir con esta política de no discriminación. Responda ya sea 'sí' con el comentario "no permitido por la ley" si el tema es muy sensible, o responda 'no' para subrayar el hecho y abrirlo a discusión.

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Cuadro 17. Ejemplos de políticas y comportamientos del personal discriminatorios (página 152).

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Conoce a alguien que haya sido tratado diferente por el personal? ¿Por qué cree que sucedió? ¿Es algo común?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Código de conducta
- Política de crédito
- Política de no discriminación



- Entrevista con el gerente de RH
- Entrevistas con personal de campo



INDICADOR 4C22



Los términos y las condiciones para las personas pueden diferir de acuerdo con 1) análisis basados en riesgo; 2) mercados objetivo definidos en la misión del proveedor; 3) adaptaciones sobre la base de necesidades especiales identificadas. Esta diferenciación debería aplicarse de forma consistente, ser indicada de antemano y realizarse siempre con el objetivo de beneficiar a los clientes

# **JUSTIFICACIÓN**

A veces, los términos y condiciones para los productos, como por ejemplo la tasa de interés, difieren de una persona a otra. Estas diferencias no deben ser discriminatorias, y estarbasadas en el riesgo (p.ej. los productores rurales que se encuentran en áreas que se inundan frecuentemente pueden considerarse demasiado riesgosos), el mercado objetivo (p.ej. "nuestra misión es prestar servicios a los jóvenes en las áreas urbanas") o las necesidades especiales (p.ej. una persona con movilidad limitada paga mensualmente en lugar de semanalmente, dada su dificultad de llegar a la agencia).

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Cualquier diferenciación de precio debe beneficiar al cliente y debe explicarse claramente. Los proveedores pueden tener precios diferenciados, basados en riesgo y basados en la edad.

Directrices para la calificación: Si hay diferenciación en los términos y condiciones y se aplica consistentemente, la respuesta es 'sí'. Si no hay diferenciación en los términos y condiciones de los productos, entonces la respuesta es 'sí. Cualquier diferenciación que no se defina claramente y se aplique inconsistentemente merece un 'no'.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Sabe de alguien que haya tenido términos del producto diferentes a los suyos, para el mismo producto? ¿Por qué cree que sucedió eso? ¿Es común?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de crédito



 Entrevista con el gerente de operaciones



Alinus
INDICADOR 4C31



Se implementa una política que define claramente las prácticas apropiadas e inapropiadas de cobranza de deudas por parte del personal y de terceros.

# **JUSTIFICACIÓN**

Para asegurar el tratamiento responsable de los clientes durante el proceso de cobranza de deudas, es esencial que el proveedor tenga procedimientos por escrito que establezcan claramente el comportamiento inapropiado de cobranza y las sanciones en caso de incumplimiento. Si las cobranzas se tercerizan, se debe esperar que la tercera parte siga las mismas prácticas de cobranza de deudas que el proveedor.

### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- El proveedor define qué acciones deben emprenderse en caso de cobranza. El programa de acciones de cobranzas otorga tiempo para que el proveedor o el contratista determinen las razones de la falta de pago por parte de un cliente.
- El proveedor capacita al personal y/o a los miembros del grupo (si corresponde) sobre las prácticas de cobranza de deudas del proveedor y los procedimientos de recuperación de préstamos (incluidas las acciones que se espera que emprendan y las que están prohibidas en caso de falta de pago).
- El proveedor verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre las prácticas de cobranza de deudas y los procedimientos de recuperación de préstamos del proveedor.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación</u>: Si se definen las cobranzas apropiadas (y no las cobranzas inapropiadas), entonces la respuesta es 'parcialmente'.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique la página o el capítulo del código de conducta o de la política de cobranzas donde se indican las prácticas apropiadas e inapropiadas de cobranza de deudas por parte del personal.

#### **EJEMPLOS**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Ejemplo de campo 42. Fincomún introduce una política de "Cobros con Dignidad" (página 154) y el Ejemplo de campo 43. El Código de Swadhaar Finserve Pvt., Ltd. incluye los procedimientos de recaudaciones (página 154).

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Conoce a alguien que se sintió incómodo por la manera en que el oficial de crédito o el agente de cobranzas le cobró el pago? Si es así, ¿qué sucedió?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Código de conducta
- Política de cobranzas



 Entrevista con el gerente de operaciones



Alinus

INDICADOR 4C32



El proveedor proporciona capacitaciones a sus empleados y/o miembros del grupo (en su caso) sobre las prácticas y procedimientos de cobro de deudas (incluidas las medidas que deben de tomar y las que están prohibidas en caso insolvencia del cliente).

# **JUSTIFICACIÓN**

El personal y/o un tercero (si la cobranza de deudas se terceriza) deben estar capacitados en las políticas de cobranza de deudas. Además de definir los procesos e identificar el trato prohibido, la capacitación debe incluir destrezas como técnicas de negociación, comprensión del cliente, manejo de tensiones y alcance de acuerdos amigables. Los juegos de roles son particularmente útiles para capacitar en cobranzas y procedimientos de recuperación.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

La capacitación en cobranzas puede llevarse a cabo en un entorno de clase y/o como parte de un entrenamiento en el trabajo por parte de los oficiales de crédito de más antigüedad.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cuándo recibe el personal la capacitación en cobranzas (p.ej. capacitación de inducción, entrenamiento en el trabajo, sesiones ad hoc).

Ejemplo: El personal de campo en cobranzas es motivado a referirse a los clientes como "clientes con préstamos tardíos" en lugar de "clientes morosos" para evitar las connotaciones negativas y el desdeño asociado con esta palabra.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si la capacitación no está formalizada o solo se realiza ad hoc, entonces la calificación es 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Política de RH
- Material de capacitación
- Manual de operaciones o crédito



- Entrevista con el gerente de RH
- Entrevistas con oficiales de crédito

INDICADOR 4C33



El proveedor tiene y aplica una política de reprogramación de préstamos/ refinanciación/ cancelación en casos excepcionales.

# **JUSTIFICACIÓN**

Las reprogramaciones y cancelaciones solo deberían suceder excepcionalmente, no como una reacción de rutina a la morosidad. Una política clara de reprogramación asegura que se trate a los clientes de manera justa.

#### **DEFINICIÓN**

Los préstamos reprogramados son préstamos cuyo plazo se ha modificado para permitir un nuevo programa de pagos, ya sea para alargar o posponer las amortizaciones programadas originalmente o para alterar sustancialmente los términos originales del préstamo, tal como el monto del préstamo. El término "préstamos reprogramados" generalmente también incluye los préstamos refinanciados, los cuales son préstamos que se han desembolsado para permitir el pago de préstamos anteriores para los cuales el cliente no pudo pagar las amortizaciones programadas.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- En la política se enumeran casos de crisis específicas, en los cuales puede otorgarse a los clientes una reprogramación o refinanciación (p. ej., desastre natural o provocado por el hombre; hospitalización importante, muerte de familiar cercano, etc.) o en los que excepcionalmente los préstamos pueden cancelarse.
- El proveedor reprograma, refinancia o cancela préstamos en casos excepcionales a los clientes morosos que tienen voluntad pero no capacidad de pago, antes de ejecutar sus bienes. Estas son autorizadas por una persona de categoría más alta que la que propone la reprogramación, refinanciación o cancelación las autoriza.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Incluso si el proveedor declara que nunca reprograman, debe implementarse una política de reprogramación. Para estos proveedores, la reprogramación puede no ser algo común, pero hay situaciones inevitables donde la reprogramación sucede. Puede ser una decisión directa del Presidente ejecutivo/Gerente general, en cuyo caso, la política puede describir los eventos excepcionales que pueden llevar a la reprogramación y quién tiene la facultad para otorgarla.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique dónde se define la política y un resumen de los puntos clave.

<u>Directrices para la calificación</u>: Asegúrese de que la respuesta sea consistente con **3B31**. Este indicador no puede calificarse como N/A. Si no hay política de reprogramación porque el proveedor 'nunca reprograma', entonces la respuesta es 'no'.

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Cuadro 18. Ejemplo de política de reprogramación (página 153).

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de crédito, política de reprogramación



- Entrevista con el gerente de operaciones
- Entrevistas con el personal de agencias

INDICADOR 4C34



Se implementan políticas o procesos documentados y supervisados por la gerencia para garantizar que la ejecución de la garantía sea siempre respetuosa de los derechos de los clientes.

### **JUSTIFICACIÓN**

El abuso es más común durante la ejecución de la garantía, pero incluso los clientes morosos tienen derecho a un trato justo y respetuoso. Una política de ejecución de la garantía debe especificar cuándo y bajo qué condiciones es apropiada la ejecución.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Se informa a los clientes sobre los procesos de ejecución de garantías antes de que acepten el préstamo. El proveedor sigue las regulaciones locales en la medida de lo posible. Sin embargo, si no es posible para el proveedor obtener órdenes judiciales, las IF pueden seguir las directrices de mejores prácticas locales. Puede informarse al cliente y permitirle que intente remediar la falta de pago antes de proceder a la ejecución. Se aplica a préstamos colectivos e individuales.
- Si se ejecuta la garantía y el valor de la garantía supera el capital pendiente, los intereses devengados hasta 180 días, cualquier cargo por multa y costos legales, la diferencia se devuelve al cliente.
- La garantía no puede venderse al proveedor, al personal del proveedor, a sus familiares ni a terceros que participan en el proceso de ejecución.
- El proveedor tiene un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de políticas y procedimientos relacionados con la ejecución de garantías. El proveedor puede presentar pruebas de las medidas correctivas que se aplican en caso de implementación parcial o incorrecta de las políticas y los procedimientos para garantizar un adecuado cumplimiento en la práctica.
- Si la garantía es guardada en las instalaciones del proveedor, se mantiene en una habitación cerrada con llave o en una instalación segura, y se deja asentado en el contrato.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique dónde se define la política de garantía.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Si el proveedor no acepta ninguna garantía física, entonces la calificación puede ser N/A.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de crédito, política de garantía



- Entrevista con gerente de operaciones
- Entrevista con el departamento legal

INDICADOR 4C41



Se implementa un proceso documentado para evitar el fraude relacionado con los ahorros de los clientes, alineado con las mejores prácticas internacionales.

# **JUSTIFICACIÓN**

Los procesos de ahorros son particularmente susceptibles al fraude porque involucran el manejo de efectivo. Si el proveedor recibe ahorros, deben implementarse mecanismos para evitar el fraude. Por ejemplo, el personal que recibe los depósitos de ahorro en efectivo debe dar a los clientes recibos por la transacción para evitar que el personal se quede con el depósito.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Dar ejemplo de cómo se gestiona el riesgo de fraude relacionado con ahorro de los clientes.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el proveedor no ofrece ahorros, entonces califique como 'N/A'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Manual de operaciones
- Políticas de gestión de riesgo



- Entrevista con gerente de operaciones
- Entrevista con gestión de riesgo

INDICADOR 4C42



Se implementa un proceso documentado para gestionar de manera adecuada las transacciones que no se completan o se completan incorrectamente.

# **JUSTIFICACIÓN**

Este indicador es particularmente relevante para las transacciones de banca móvil. Durante el proceso de transferencia de dinero, a veces una transacción falla. Por ejemplo, la conexión de red móvil puede colapsar, puede haber una brecha de integración entre plataformas múltiples o los clientes quizás no puedan acceder a sus billeteras móviles debido a problemas técnicos o errores de usuario. Algunos de estos problemas dan como resultado comportamientos riesgosos de los clientes, tales como dejar efectivo, números de identificación personal o teléfonos móviles con un agente para completar una transacción cuando las redes regresen. Los proveedores deben establecer un proceso para manejar estas situaciones para evitar el fraude.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Un proceso documentado puede asegurar que si los fondos no pueden remitirse dentro de 24 horas, la transacción se cancele y se notifique al cliente. El proceso debe establecer cómo tratar con transacciones incorrectas (p.ej., se realiza una transferencia a la cuenta incorrecta), por ejemplo, el tener una línea directa para que los clientes llamen en caso de problemas.

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de cómo se maneja el fraude relacionado con transferencias de dinero.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el proveedor no ofrece transferencias de dinero, entonces califique como 'N/A'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Manual de operaciones



- Entrevista con el gerente de operaciones
- Entrevista con gestión de riesgo

INDICADOR 4C51



El proveedor tiene un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de sus políticas y procedimientos relacionados con el trato justo y respetuoso de los clientes. El proveedor puede presentar pruebas o registros de monitoreo o informes sobre las medidas correctivas que se aplican en caso de implementación parcial o incorrecta de las políticas y los procedimientos para garantizar un adecuado cumplimiento en la práctica.

### **JUSTIFICACIÓN**

Tener un proceso de control interno es clave para asegurar que se siguen las políticas y procedimientos.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

La auditoría puede tener un cuestionario dedicado para verificar problemas de protección al cliente o puede integrar verificaciones en la auditoría de otros procesos. Los ejemplos de verificaciones de auditoría pueden incluir:

- Verificar la comprensión que el personal tiene del Código, por ejemplo, por medio de pruebas aleatorias administradas a diferentes tipos de empleados (p.ej. diversas jerarquías, diversas ubicaciones geográficas).
- Realizar visitas a los negocios/hogares y entrevistas a una muestra representativa de clientes cada año.
   Verificar que los clientes comprenden sus derechos, incluyendo el derecho a un trato respetuoso por parte de los empleados y el derecho a quejarse.
- Entrevistar a clientes que desertan para investigar las razones por las que dejan la institución (p.ej., productos inapropiados, comportamiento del empleado, dificultades para cumplir con las obligaciones del préstamo).
- Verificar que los empleados cumplen con las políticas institucionales sobre reprogramación/ refinanciamiento de los préstamos usando visitas a los clientes y expedientes de préstamos.
- Examinar datos del procesamiento de reclamos de seguro, incluyendo la rapidez de la resolución del reclamo y una muestra de rechazos de reclamos.
- Examinar un caso de falta de respeto hacia los clientes, incluyendo entrevistas al cliente y al personal, para determinar las brechas en las políticas y procedimientos.

<u>Columna de comentarios</u>: Dar ejemplos de cómo la auditoría verifica las políticas relacionadas con el trato justo y respetuoso de los clientes. Proporcionar información acerca de la frecuencia de las auditorías y el alcance de la verificación.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el proceso de auditoría no incluye visitas a los clientes, entonces la calificación debe ser 'parcialmente'.

#### **EJEMPLO**

Vea el <u>Código de Ética de VF AzerCredit</u>: Poniendo los valores en práctica, para un ejemplo de cómo una organización monitorea su Código de Ética.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Alguna vez lo ha visitado un auditor interno para hacerle preguntas sobre los productos que ha aceptado, y el comportamiento del personal?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Informes de auditoría
- Actas de la junta



 Entrevista con auditoría interna / control interno



INDICADOR 4C52



La gerencia revisa los resultados clave (p. ej. encuesta de satisfacción del cliente, resumen de manejo de quejas) relacionados con el trato justo y respetuoso de los clientes. Se analizan, implementan y monitorean medidas de mejora, y existen registros de estas acciones.

# **JUSTIFICACIÓN**

No es suficiente recopilar retroalimentaciones de los clientes o realizar controles internos de las políticas de protección al cliente; la gerencia debe tomarse el tiempo de revisar los resultados, responder a las recomendaciones de auditoría y hacer cambios, si son necesarios.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique la consistencia con **3A21** en relación a las encuestas de satisfacción, **4E31** en relación a la revisión de los informes de queja y **4E34** sobre el análisis de datos de quejas, encuestas de satisfacción y razones para la deserción.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique qué informes relacionados con el trato del cliente revisa la gerencia. Proporcione ejemplos de acciones tomadas como resultado.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



Informes gerenciales



- Entrevista con el Presidente ejecutivo / Gerente general
- Entrevista con el gerente de operaciones

Alinus
INDICADOR 4D11



Se implementa una política y un proceso documentado para preservar la confidencialidad, seguridad y precisión de la información personal, financiera y de transacciones de todos los clientes. Éstos abarcan la recopilación, el procesamiento, el uso, la distribución y el almacenamiento de la información del cliente.

# **JUSTIFICACIÓN**

Los clientes comparten información personal y financiera muy importante con la organización. El proveedor tiene la responsabilidad de proteger la privacidad y la confidencialidad de estos datos. El proveedor debe tener una política de privacidad y procedimientos que expliquen cómo se garantiza la privacidad de los datos del cliente.

### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Existen multas por exponer o revelar datos de los clientes a terceros (incluidos los garantes y los familiares que no son partes en la cuenta) sin el consentimiento previo del cliente.
- En el acuerdo del proveedor con proveedores externos que tienen acceso a los datos de los clientes se especifica que estos proveedores deben preservar la seguridad y confidencialidad de los datos de los clientes. El proveedor monitorea el cumplimiento de este acuerdo y toma medidas cuando se identifican problemas.
- Existe un proceso claro para proteger los datos de los clientes cuando el personal se va de la institución o es despedido.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Puede que no todas las políticas y procesos de privacidad estén en un documento, sino que estén dispersos en diferentes manuales operativos.

Cualquier tercera parte que obtenga información del cliente, como red de agentes, compañía de seguros, etc., también debe mantener los datos de los clientes de manera segura y confidencial (verifique esto en el contrato/acuerdo con el tercero).

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique los documentos que aborden la confidencialidad, seguridad y privacidad de los datos del cliente.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Política de privacidad
- Manual de RH
- Manual de TI



- Entrevista con el gerente de operaciones
- Entrevista con TI

Alinus
INDICADOR 4D12



Los sistemas del proveedor están protegidos contra el robo o mal uso de los datos o la identidad de los clientes; así como contra violaciones a la seguridad y acceso fraudulento.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los sistemas de información, sean computarizados o no, son vulnerables al mal uso y a violaciones de seguridad. Deben implementarse medidas para proteger los sistemas, incluyendo las instalaciones de almacenamiento de expedientes.

#### CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO DE SMART CAMPAIGN

- Se implementa un plan de recuperación de tiempo de inactividad o de desastres, que incluye un plan de continuidad empresarial.
- Los archivos se guardan en un sistema seguro, ya sea electrónico o en formato físico, con protección contra acceso inapropiado, robo y/o daños físicos.
- Se implementan medidas de seguridad de datos como protección contra el acceso no autorizado a los datos (es decir, contraseñas, niveles de acceso, infraestructura de software). Las contraseñas de TI se modifican periódicamente con diferentes niveles de acceso de acuerdo con la posición del miembro del personal que ingresa a los datos.
- El proveedor realiza copias de respaldo por lo menos diarias de los datos de sus clientes.
- El uso de archivos por parte de empleados fuera de la oficina está controlado (ej., no pueden llevarse archivos de los clientes o documentos de préstamo a su casa o ingresar a MIS desde su casa), y el proveedor mantiene registros de los nombres de los empleados que solicitan acceso a los archivos de los clientes.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique los sistemas que están implementados.

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Ejemplo de campo 45. Caja Morelia Valladolid protege los datos del cliente (página 164).

# FUENTES DE INFORMACIÓN



• SIG o política de TI



- Entrevista con TI
- Observación del SIG
- Entrevistas con el personal de agencias

INDICADOR 4D21



A partir del momento de la solicitud, los clientes otorgan su consentimiento antes de que el proveedor comparta su información personal con cualquier público externo, incluidos burós de crédito, familiares, garantes, agentes de seguros, empresas de cobranza y material de mercadeo u otro contenido público. El personal debe resaltar el texto que solicita el consentimiento firmado por el cliente.

# **JUSTIFICACIÓN**

Es importante obtener el consentimiento del cliente antes de compartir información personal con partes externas como los burós de crédito, las compañías de seguros o las empresas de cobranzas. Esto motiva a tener una relación de confianza y respeto. Los proveedores también deben obtener el consentimiento del cliente antes de usar su información para propósitos comerciales, como las "historias de éxito" o fotos en el informe anual.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique que se dé el consentimiento en el momento de la solicitud ya que la verificación del buró de crédito se hará antes de firmar el contrato.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cuando se dé el consentimiento y si hay un formulario de consentimiento firmado.

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Cuadro 19. Muestra de formulario de consentimiento para compartir los datos del cliente (página 162).

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Sabe usted si el PSF puede compartir su información con cualquier otra institución? ¿Qué se le dijo sobre qué información sería compartida y por qué?

¿Dio su permiso para que se compartiera esta información? ¿Tuvo alguna preocupación al respecto?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Política de crédito
- Formulario de consentimiento o solicitud de préstamo



- Entrevista con gerente de operaciones
- Entrevista con oficiales de crédito
- Observación de la solicitud de préstamo



Alinus
INDICADOR 4D22



Los contratos de productos incluyen una explicación clara y concisa sobre cómo los datos de los clientes estarán protegidos y cómo pueden usarse o compartirse y con quiénes, incluyendo a los burós de crédito

# **JUSTIFICACIÓN**

El proveedor debe informar a los clientes acerca de la privacidad de los datos y el consentimiento para el uso de sus datos. El contrato del producto debe tener una explicación clara de cómo se protegerán los datos del cliente, cómo se usarán y con quién.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique los elementos o secciones del contrato del producto que abordan cómo se protegen y usan los datos.

<u>Directrices para la calificación</u>: si se menciona oralmente la privacidad de los datos del cliente, pero no está en el contrato, la calificación es 'no'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



Contrato –
 formulario de
 consentimiento

INDICADOR 4D23



El proveedor implementa un programa de capacitación efectivo para garantizar que el personal entienda y tenga las habilidades necesarias para implementar políticas y procesos relacionados con la privacidad de los datos del cliente.

# **JUSTIFICACIÓN**

Para informar a sus clientes sobre la privacidad de los datos, primero asegúrese de que su personal esté bien capacitado en el tema. La privacidad de los datos del cliente debe ser parte de la capacitación de inducción del personal.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifiqué cómo se capacita al personal acerca de las políticas de privacidad y seguridad de los datos (cómo hablar con los clientes acerca de la privacidad y la confidencialidad, cómo mantener la información del cliente segura, cómo mantener las contraseñas de TI seguras).

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Ejemplo de campo 44. SKS y Equitas protegen los datos de clientes (página 160).

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación



- Entrevista con RH
- Entrevistas con oficiales de crédito

INDICADOR 4E11



Los clientes pueden presentar quejas al proveedor a través de otra persona que no sea su contacto principal para obtener el producto o el supervisor de esa persona.

# **JUSTIFICACIÓN**

Los clientes deberían poder quejarse con alguien diferente a su punto de contacto regular o el supervisor de dicha persona. Esto protege al cliente de represalias o mal manejo de la queja.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el proceso de quejas.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Alguna vez usted o alguien que conoce ha sido tratado de manera injusta o irrespetuosa? ¿Se quejaron? ¿Con quién? ¿Tienen la oportunidad de hablar con alguien diferente a su oficial de crédito? ¿Conoce a alguien con quien pueda hablar para expresar su insatisfacción?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Manual de quejas



- Entrevistas
   con gerente de
   operaciones
   o la persona
   que maneja las
   quejas
- Entrevistas con personal de agencias



INDICADOR 4E12



Los mecanismos para presentar quejas se adaptan a las necesidades y preferencias de los clientes y son de fácil acceso (número de teléfono gratuito, correo electrónico, etc.). Los buzones de sugerencias no son suficientes, y existen por lo menos siempre dos canales adicionales a su disposición.

# **JUSTIFICACIÓN**

Debe haber un mecanismo de quejas fácilmente accesible a la mayoría de los clientes. Los buzones de quejas no son suficiente: los clientes analfabetas no pueden escribir sugerencias/quejas y presentar una queja por escrito añade la carga adicional de viajar a la agencia. Los buzones frecuentemente están colocados a plena vista en las agencias, lo que puede hacer que los clientes se sientan incómodos de usarlos.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Las encuestas de satisfacción de clientes no reemplazan el mecanismo para presentar quejas. Un mecanismo de presentación de quejas por medio de la asociación nacional es aceptable, siempre que los clientes sepan de él y sea eficaz.

<u>Columna de comentarios</u>: Los canales para recibir quejas (un buzón de sugerencias puede ser uno de los canales).

<u>Directrices para la calificación</u>: Si existe solo un buzón de sugerencias, la respuesta es 'parcialmente' (a menos que haya evidencia de que los buzones se usan activamente y son eficaces).

#### **EJEMPLO**

La <u>Herramienta de Smart Campaign sobre Cómo diseñar un mecanismo para presentar quejas</u> proporciona una lista de diferentes mecanismos de presentación de quejas y analiza las características a favor o en contra de cada uno.

# **PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES**

¿Qué tan fácil es presentar una queja? ¿Se siente como que el PSF desea escuchar sus preguntas o quejas?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



Política de quejas



- Entrevistas con el gerente de operaciones o la persona a cargo de las quejas
- Entrevistas con el personal de agencia



Alinus

INDICADOR 4E13



La resolución de quejas se prioriza en base a su gravedad, y casi la totalidad de las quejas se resuelven en el transcurso de un mes (pueden permitirse algunas excepciones en casos de alta complejidad).

# **JUSTIFICACIÓN**

Un mecanismo eficaz permite la respuesta oportuna a los clientes y habilita a la institución para que aborde tanto los problemas individuales como los sistemáticos. Los proveedores deben responder rápidamente a las quejas de los clientes, dentro de un plazo de no más de un mes a partir de la presentación de casos serios / complicados. Algunas quejas pueden resolverse el mismo día, mientras que otras requieren seguimiento e investigación. El proveedor debe tener un cronograma para la resolución de quejas, incluyendo períodos de tiempo realistas pero flexibles para tratar con los diferentes tipos de problemas.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el documento donde se establecen las categorías de quejas.

#### **EJEMPLO**

Una Política de quejas y sugerencias puede definir tres niveles de severidad. Los niveles 1 y 2 deben resolverse dentro de 8 días. El nivel 3 (quejas más severas) debe resolverse en el período de un mes.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Política de quejas
- Informes de quejas



- Entrevistas con el gerente de operaciones o la persona que maneja las quejas
- Entrevistas con el personal de agencias

Alinus

INDICADOR 4E14



Se implementa un sistema claro y seguro para que las quejas de las sucursales y (si corresponde) de los agentes lleguen al personal a cargo del manejo de las quejas y/o a la gerencia del proveedor.

# **JUSTIFICACIÓN**

Un sistema de quejas se refiere al proceso de registrar una queja en una base de datos, registrando el proceso de resolución y analizando la base de datos de quejas en busca de tendencias y problemas a nivel institucional. Este sistema debe ser tan automático como sea posible. A cada queja registrada en la base de datos interna debe asignársele un número de referencia.

La base de datos debe permitir a su institución agregar quejas fácilmente y analizarlas por tipo (p.ej. preguntas sobre préstamos, mala conducta de los empleados), ubicación y otros factores relevantes. Idealmente, la base de datos también generará informes sobre tendencias de quejas.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el sistema usado.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si no hay análisis agregado de quejas de manera periódica, entonces la respuesta es 'parcialmente'.

Si el PSF trabaja con terceros que prestan servicios directamente a los clientes (red de agentes), debe tener un sistema para recibir quejas de clientes que vienen a través de esos socios. Si tiene un sistema eficaz para el registro y análisis de sus propias quejas, pero no tiene un sistema para recibir quejas de terceros, la calificación debe ser 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes de quejas



- Entrevistas con el gerente de operaciones o la persona encargada de quejas
- Entrevistas con el personal de agencias
- Observación del sistema de quejas

Alinus

INDICADOR 4E21



El personal de primera línea (contacto directo con el cliente) y los agentes informan a los clientes cómo presentar una queja durante el proceso de solicitud del producto. Eso incluye cómo presentar una queja a un mecanismo diferente del proveedor, si existe (p. ej., organización autorreguladora o defensoría del sector público).

# **JUSTIFICACIÓN**

Los clientes necesitan saber acerca de su derecho a quejarse y cómo hacerlo. Es responsabilidad del personal de primera línea informar a los clientes durante el proceso de solicitud del producto.

# **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique si la documentación del producto que se da a los clientes (folleto, contrato, documento de datos clave, etc.) tiene la información sobre cómo presentar una queja.

Si la asociación nacional tiene un sistema de quejas o si hay una defensoría del sector público dedicada a la protección del consumidor, esta información también debe proporcionarse.

#### **PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES**

¿Ha sido tratado usted o alguien que conozca de manera injusta o irrespetuosa? ¿Se quejaron? ¿Con quién? ¿Conoce a quién puede hablarle para expresar su insatisfacción y cómo se tratará su queja?

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Cualquier documentación proporcionada a los clientes



- Entrevistas con los gerentes de operaciones o la persona que maneja las quejas
- Entrevistas con el personal de agencias



INDICADOR 4E22



La información sobre cómo presentar una queja se destaca visiblemente en las sucursales, en los agentes y/o está incluida en la documentación de los productos.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los clientes quizás no recuerden el proceso de presentación de quejas si solamente lo escuchan oralmente. Deben poder encontrar información sobre cómo presentar una queja fácilmente gracias a carteles, folletos o textos incluidos en la información del producto como el contrato, el programa de pagos, la libreta del cliente, etc.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique dónde se exhibe la información. Si el proveedor da permiso, puede tomar fotos de los carteles o exhibiciones.

<u>Directrices para la calificación</u>: Para calificar con 'sí', la información debe estar exhibida ya sea en la agencia o en la información del producto.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Documentación proporcionada a los clientes
- Folletos de quejas



 Observación en la agencia

INDICADOR 4E23



Se notifica a los clientes cuando las quejas son recibidas y cuando se resuelven.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los clientes necesitan estar informados cuando su queja se recibe y cuando se resuelve. El tiempo de resolución debe monitorearse en el sistema de quejas. La gerencia puede darse cuenta que algunas quejas fáciles de resolver se están tardando más de lo necesario y podría establecer metas para reducir el tiempo de respuesta.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo y cuándo se informa a los clientes que sus quejas se han recibido y resuelto.

<u>Directrices para la calificación</u>: Para calificar con 'sí', los clientes deben ser informados tanto al momento de la recepción como al momento de la resolución.

#### PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES

¿Alguna vez ha presentado una queja usted o alguien que conozca? ¿Se resolvió la queja? ¿Cómo?

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes de quejas



- Observación del sistema de quejas
- Entrevistas con el gerente de operaciones o la persona que maneja las quejas
- Entrevistas con el personal de agencia



 Grupos de enfoque de clientes (opcional)

INDICADOR 4E31



La gerencia revisa habitualmente los indicadores de desempeño clave o KPIs (ej., porcentaje de quejas resueltas, tiempo promedio de resolución) y adopta medidas correctivas para resolver los casos que se manejaron mal y mejorar las deficiencias sistemáticas.

### **JUSTIFICACIÓN**

Analizar los datos de quejas puede subrayar tendencias que pueden servir para mejorar productos y servicios con el tiempo. Por ejemplo, si un alto número de quejas se refiere a los largos tiempos de espera en una agencia en particular, la gerencia puede decidir aumentar el personal en esa agencia. Las quejas frecuentes sobre las comisiones relacionadas con el retiro de ahorros pueden llevar a mejorar la capacitación del personal y la documentación sobre la información sobre comisiones.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique la frecuencia de la revisión que hace la gerencia de los informes de quejas y un ejemplo de medida correctiva que haya sido tomada, p.ej., el año pasado, el análisis mensual de los datos de quejas identificó muchas quejas de que los tamaños de los préstamos eran insuficientes. Como resultado, operaciones está desarrollando en la actualidad un nuevo producto con límites más altos para clientes que se desempeñan bien.

<u>Directrices para la calificación</u>: Las medidas correctivas pueden ser hasta de 3 años atrás. Si la gerencia revisa periódicamente los datos, pero no ha hecho cambios en los últimos 3 años como resultado de los datos, entonces intente comprender por qué (¿no hay suficientes quejas? ¿Será el sistema realmente eficaz?).

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes de quejas



- Entrevista con el Presidente ejecutivo / gerente general
- Entrevistas con el gerente de operaciones

INDICADOR 4E32



El proveedor tiene un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de sus políticas y procedimientos para el manejo de las quejas, incluida la revisión de una muestra aleatoria de casos. El proveedor puede presentar pruebas de las medidas correctivas que se aplican en caso de implementación parcial o incorrecta de las políticas y los procedimientos, para garantizar un adecuado cumplimiento de éstos en la práctica.

### **JUSTIFICACIÓN**

El papel de auditoría interna / gestión de riesgo es asegurar la aplicación uniforme de las políticas y los procedimientos.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cuándo fue la última vez que auditoría verificó el mecanismo de quejas. Si auditoría realizó observaciones que debían resolverse, verifique que se tomaron las medidas correctivas.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si se realizó una auditoría del sistema de quejas pero no se tomaron medidas correctivas, la respuesta es 'parcialmente'.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes de auditoría



 Entrevista con auditoría interna / control interno

INDICADOR 4E33



Las quejas y sus resoluciones se tienen en cuenta para los bonos o las evaluaciones de desempeño del personal.

### **JUSTIFICACIÓN**

Integrar los datos de quejas en las evaluaciones de desempeño asegura que los empleados tomen las quejas en serio. Por ejemplo, un indicador de desempeño que podría incluirse en la evaluación de desempeño es el tiempo de resolución de las quejas. Por ejemplo, los empleados involucrados en la resolución de quejas podrían ser incentivados a resolver el 90% de todas las quejas fáciles de resolver dentro de 24 horas. O la revisión de desempeño puede notar si el empleado ha recibido cualquier queja justificable contra sí mismo.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Combine el análisis con 2C31, 2C41 y 3B54 sobre la estructura de incentivos/bonos.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo se abordan las quejas en las evaluaciones de desempeño o los incentivos. Proporcione ejemplos de preguntas en la evaluación de desempeño que aborden este punto.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



• Formularios de evaluación



- Entrevista con RH
- Entrevistas con el personal de agencias

Alinus

INDICADOR 4E34



El análisis de los datos de las quejas, las encuestas de satisfacción o el motivo de los abandonos contribuye a mejorar las operaciones y los servicios.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los datos de las quejas, las encuestas de satisfacción y los datos de abandono son fuentes de retroalimentación del cliente que deben analizarse para identificar cualquier problema frecuente o repetitivo. Éstos pueden indicar problemas sistemáticos que van más allá de las quejas individuales y que necesitan ser abordados por medio de cambios operativos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Combine el análisis con **3A21** sobre las encuestas de satisfacción, **3A22** sobre el abandono y **4C52** sobre la revisión gerencial de los resultados clave de las encuestas de satisfacción y resumen de manejo de quejas.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cualquier cambio realizado sobre la base del análisis de los datos de retroalimentación de los clientes.

<u>Directrices para la calificación</u>: El proveedor debe analizar los tres aspectos para calificar con 'sí'.

Las mejoras pueden haber ocurrido en los últimos 3 años. Si la gerencia revisa periódicamente los datos pero no ha realizado cambios en los últimos 3 años como resultado de los datos, entonces califique 'parcialmente'.

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Tabla 28. Ejemplo de tendencias de reclamos y mejoras operacionales o de productos para tratar las quejas (página 170).

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes de quejas, encuestas de satisfacción, datos de abandono



 Entrevista con los gerentes de operaciones

INDICADOR 4E35



La capacitación para el manejo de quejas por parte del proveedor abarca cómo funciona el mecanismo de quejas, la función que cumple el personal a cargo de las quejas, cómo manejar de manera apropiada las quejas hasta su resolución, y cómo derivarlas a la persona adecuada para su investigación y resolución.

### **JUSTIFICACIÓN**

Para que un mecanismo de quejas sea eficaz, los empleados deben estar conscientes de su existencia y cómo usarlo. Los empleados deben conocer cómo funciona el mecanismo y cómo referir a los clientes a la persona / mecanismo apropiado. El manejo de quejas debe cubrirse en la capacitación de inducción.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique los materiales de capacitación (inducción, actualizaciones, etc.) para asegurar que el mecanismo de quejas esté descrito.

Columna de comentarios: Especifique los materiales de capacitación consultados.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación



- Entrevista con RH
- Entrevista con el personal de agencias

Alinus

INDICADOR 5A11

La política de RRHH escrita está disponible para todos los empleados y cubre los derechos de los trabajadores, en relación a:

- Escala de salarios
- Prestaciones, a saber, seguridad social
- Condiciones laborales, incluyendo el derecho a percibir horas extra, descansos, vacaciones, número previsto de horas semanales de trabajo
- Seguridad en el trabajo
- Resolución de agravios
- Política de protección de los denunciantes
- Protección en materia de acoso
- Procedimientos disciplinarios y posibles sanciones
- La libertad de asociación y la prestación de los convenios colectivos
- Condiciones para el despido y formalidades de salida
- No discriminación

### **JUSTIFICACIÓN**

TEl proveedor de servicios financieros debe formalizar las condiciones laborales y comunicarlas de manera transparente a los empleados. Una política escrita de Recursos Humanos que cumpla con las leyes nacionales debe estar disponible para todos los empleados.

La política debe ser de fácil acceso para todos los empleados: cada empleado debe saber que la política existe, qué cubre y dónde encontrar la política completa. La divulgación eficaz de la política de RH a cada empleado es un indicador básico de la gestión operativa en recursos humanos.

La política de RH debe incluir los elementos clave relacionados con las reglas de trabajo, las condiciones y las prestaciones, como un indicativo de los esfuerzos de proporcionar condiciones de trabajo decentes y cumplir con las leyes nacionales.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

En términos de prestaciones, uno puede tomar en cuenta cualquier seguro que no esté definido por la ley del país y sea pagado voluntariamente por el proveedor.

Columna de comentarios: Explique dónde está disponible la política de RH y proporcione el capítulo o la página donde se cubren los detalles del indicador. Incluya cómo y cuándo se distribuyó la política al personal (p.ej. el año pasado por correo electrónico o cada versión revisada se coloca en la intranet, etc.)

### **DEFINICIÓN**

**El denunciante** es alguien que informa sobre una violación a la política o una ofensa que ha observado.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, manual de RH



Gerente de RH
 y empleados a
 nivel de agencias

Alinus

INDICADOR **5A12** 

La política de no discriminación del proveedor contempla las siguientes categorías:

- Sexo
- Raza/etnicidad
- Religión
- Estado serológico respecto al VIH
- Discapacidad
- Orientación sexual
- Afiliación política / posición
- La participación en un sindicato

### **JUSTIFICACIÓN**

El acceso equitativo a trabajos, ascensos y capacitaciones es clave para ser una organización responsable. El proveedor debe tener una política de no discriminación que describa los derechos del empleado a un trato justo y equitativo sin importar el sexo, la raza/etnicidad, religión, estado respecto al VIH, discapacidad, orientación sexual, etc., de los empleados.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique el capítulo o la página de la política de RH donde se proporciona la información sobre la no discriminación.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el departamento de RH puede compartir evidencias que muestren que no hay discriminación contra algunos grupos (equilibrio de género o diversidad étnica en el personal, por ejemplo), y que las discusiones de campo muestran que esto se comunica al personal, en el reclutamiento, etc., pero no está formalizado, puede ser un 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, manual de RH, código de conducta / código de ética



 Gerente de RH y empleados de las agencias

Alinus

INDICADOR 5A13

El proveedor dispone de un sistema para verificar el cumplimiento de los requerimientos y normas legales nacionales e internacionales relativas al trabajo forzoso u obligatorio, y en la contratación de menores de edad; que actúe conforme a la legislación nacional sobre la edad mínima para el empleo, pero en ningún caso emplea a trabajadores menores de 14 años de edad.

### **JUSTIFICACIÓN**

En cumplimiento con las normas internacionales de condiciones laborales decentes, el proveedor no debe emplear a ninguna persona contra su voluntad, ni a ninguna persona por debajo de la edad mínima para el empleo según lo establecido en la ley y no debe hacer negocios con empresas que se beneficien del trabajo forzoso o trabajo infantil.

Estos son elementos fundamentales para cumplir con las buenas prácticas internacionales.

El auditor debe verificar que haya un sistema implementado para garantizar el cumplimiento con los estándares internacionales: formalización en la política de RH, verificación por parte de RH durante el reclutamiento, verificación por parte del equipo de auditoría.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione el capítulo o la página de la política de RH que se refiere a cómo se describen los requerimientos sobre el trabajo forzado, obligatorio o infantil.

<u>Directrices para la calificación</u>: El enfoque aquí es "disponer de un sistema para verificar el cumplimiento". Un "sí" significa que se dispone del sistema, pero no garantiza el cumplimiento. Sin embargo, cualquier observación de incumplimiento debe calificarse 'no'.

#### **EJEMPLOS**

- Preste especial atención a los grupos vulnerables, incluyendo los trabajadores migrantes, los trabajadores reclusos, pueblos indígenas o tribales y los trabajadores de grupos que son significativamente discriminados en la cultura local.
- En países donde la edad para dejar la escuela es menos de 15, la edad mínima para trabajar tiempo completo puede establecerse en 14 como medida transicional, pero debe elevarse a 15 tan pronto como se eleve la edad para dejar la escuela.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, manual de RH, código de conducta / código de ética



 Gerente de RH y gerencia ejecutiva

Alinus

INDICADOR 5A21

El proveedor dispone de una escala salarial transparente basada en los salarios del mercado y en el salario mínimo del sector o país.

### **JUSTIFICACIÓN**

Una escala de salarios transparente demuestra una política de recursos humanos bien pensada y proporciona una línea base para evaluar los indicadores clave (como los aumentos y diferencias salariales entre gerentes y oficiales de crédito) para el trato justo y consistente de los empleados.

Además, el proveedor debe pagar a los empleados un salario que sea suficiente para proveer las condiciones de vida satisfactorias mínimas para el empleado en la localidad donde vive. Esto significa que la compensación se basa en las tasas del mercado o al menos en el salario mínimo del sector local o nacional.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Es difícil comparar niveles salariales de un país a otro o establecer puntos de referencia para comparación. La escala salarial puede definirse internamente y debe presentar el rango salarial por puestos.

Los empleados deben tener acceso a la escala salarial completa (es decir, todos los rangos salariales) independientemente de su nivel de compensación.

Columna de comentarios: Especifique cómo se establecen y revisan los salarios.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si los empleados obtienen acceso únicamente a la escala salarial para su propio nivel, es 'parcialmente'.

Si el proveedor tiene una escala salarial transparente pero no se basa en las tasas del mercado y el salario mínimo, entonces la respuesta es 'parcialmente.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, manual de RH, escala salarial



 Gerente de RH y empleados

INDICADOR **5A22** 

El salario fijo de los oficiales de crédito es un salario digno.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los oficiales de crédito son la columna vertebral de un proveedor de servicios financieros, pero su nivel salarial frecuentemente está entre los más bajos en la organización. El ofrecer condiciones laborales decentes implica que el proveedor paga a los oficiales de créditos ya sea el salario mínimo nacional o, si el país a) no tiene salario mínimo o b) el salario mínimo es demasiado bajo para suplir las necesidades básicas, entonces el proveedor debe pagar lo que se define como un "salario digno" en el contexto local.

### **DEFINICIÓN**

Un salario digno es suficiente para proveer las condiciones de vida satisfactorias mínimas en la localidad donde vive el empleado. Esto significa que, sobre la base del pago básico (excluyendo el pago de bono), un empleado puede pagar una vivienda segura, suficiente alimentación, ropa y el transporte necesarios para realizar sus deberes personales y laborales.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el "salario digno" incluye una parte variable (bonos, incentivos), la respuesta es 'no' (porque en caso el oficial de crédito no alcance sus metas, no se le paga un salario digno).

# FUENTES DE INFORMACIÓN



• Escala salarial, política de RH



### INDICADOR **5A31**

El proveedor dispone de un mecanismo formal de quejas que permite a los empleados expresar sus preocupaciones laborales (p. ej. acoso sexual) de manera confidencial.

### **JUSTIFICACIÓN**

Para asegurar que cualquier violación a las condiciones laborales decentes se identifique rápidamente, los empleados deben tener un canal formal para presentar sus quejas.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Explique los canales disponibles a los empleados para expresar sus quejas y el nivel de comprensión/conocimiento de ellos.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si no hay un medio formal de expresar sus preocupaciones de manera confidencial, la calificación es 'no'.

#### **EJEMPLOS**

El mecanismo de quejas puede ser un número telefónico dedicado, un correo electrónico o un buzón.

Vea el ícono de recursos en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 179) donde hay un vínculo a los procedimientos de presentación de reclamaciones del personal de VisionFund AzerCredit.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



• Política de RH



 Gerente de RH, empleados de agencias

INDICADOR 5A32

El mecanismo se utiliza activamente para recolectar y tratar las quejas de los empleados.

### **JUSTIFICACIÓN**

Para realmente suplir las necesidades de los empleados, el mecanismo de quejas no solo debe registrar las quejas, sino que debe estar vinculado a un proceso formal para abordar y dar seguimiento a las quejas.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique el número de quejas recibidas como porcentaje de los empleados en los últimos 12 meses y proporcione un ejemplo de las acciones tomadas como resultado de una queja de un empleado. Si es posible, tome nota de las tendencias en los números de quejas en los últimos 2 a 3 años, ya que esto puede mostrar si los esfuerzos de hacer público el mecanismo han sido eficaces y si las acciones tomadas para abordar las quejas han reducido eficazmente el número de las mismas.

<u>Directrices para la calificación</u>: El tener cero quejas el último año puede ser una señal que los empleados no conocen el mecanismo o no se sienten cómodos usándolo, así que a menos que el gerente de RH y los empleados demuestren que los mismos comprenden el mecanismo plenamente, la calificación sería 'no' o 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Gerente de RH, empleados de agencias

Alinus

INDICADOR 5A41

El proveedor evalúa, al menos anualmente, los riesgos de salud y de seguridad al que los empleados se enfrentan en el trabajo, e investiga, documenta y reporta todos los incidentes laborales, lesiones o enfermedades.
Los resultados están desagregados por género.

### **JUSTIFICACIÓN**

Una evaluación de riesgo del lugar de trabajo es una de las herramientas clave para mejorar la seguridad ocupacional y las condiciones de salud en el trabajo. Juega un papel importante en la protección de trabajadores y negocios, así como en el cumplimiento de las leyes en muchos países. Ayuda a todos a concentrarse en los riesgos que realmente importan en el lugar de trabajo, aquellos que tienen el potencial de ocasionar un verdadero daño.

Debe realizarse una evaluación de riesgo al menos anualmente. Esta evaluación sencillamente es un examen cuidadoso de qué aspectos en el lugar de trabajo podrían ocasionar daño a las personas. Debe identificar el peligro y las medidas de control requeridas.

Además de realizar la evaluación de riesgo, la gerencia debe investigar y documentar cualquier accidente, lesión o enfermedad, y analizar los resultados por género. El rastrear los accidentes, lesiones o enfermedades relacionadas con el trabajo es importante, pero pocos proveedores lo hacen a menos que las regulaciones nacionales lo requieran. El enfoque debe estar en asegurar la seguridad en el trabajo y en cómo el proveedor toma medidas para crear un ambiente laborar seguro.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

La clave para las evaluaciones de riesgo es no complicar demasiado el proceso. En muchas organizaciones, los riesgos son bien conocidos y las medidas de control necesarias son de fácil aplicación. Una evaluación de riesgo no debe tomar demasiado tiempo ni abarcar demasiados recursos del personal. Una evaluación de riesgo puede ser realizada por cualquier persona en la organización.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique la última evaluación de riesgo y/o proporcione ejemplos de informes de salud y seguridad y las acciones tomadas.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, manual de RH, informe de riesgos de salud y seguridad



 Gerente de RH, empleados y gerencia ejecutiva

### INDICADOR **5A42**

Sobre la base de esta evaluación, el proveedor toma las medidas necesarias para mitigar estos riesgos o proporciona a todos los empleados, de forma gratuita, capacitación, equipamiento y ajustes en las horas de trabajo.

### **JUSTIFICACIÓN**

Las evaluaciones de riesgo de salud y seguridad deben dar como resultado medidas para mitigar los riesgos identificados y garantizar un lugar de trabajo seguro para los empleados. Las medidas para prevenir los riesgos deben ser gratuitas para los empleados para asegurar la protección plena para todos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Detalle de las medidas tomadas para prevenir los riesgos principales identificados.

#### **EJEMPLOS**

Las medidas pueden estar vinculadas a la capacitación para hacer conciencia de los riesgos y compartir las maneras de prevenirlos: equipo adaptado como cascos para los oficiales de créditos que usan motocicleta para visitar a los clientes, horas laborales adaptadas para evitar viajar tarde por la noche con efectivo.

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 181) Tabla 29. Ejemplo del tema de capacitación sobre riesgos de salud y seguridad.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informe de salud y seguridad



 Gerencia de RH, empleados de agencias

INDICADOR 5A43

El proveedor compensa a los empleados que se ausentan del trabajo por lesiones relacionadas con su actividad laboral.

### **JUSTIFICACIÓN**

Cuando un empleado se ausenta del trabajo debido a lesiones relacionadas con su actividad laboral, el empleado debe ser compensado.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Provea detalles sobre cómo el proveedor trata las ausencias de los empleados debido a lesiones relacionadas con su actividad laboral, por ejemplo, el número de días pagados por permiso médico debido a problemas de salud inducidos por el trabajo.

#### **EJEMPLOS**

Proporcionar a todos los empleados de tiempo completo un seguro contra accidentes que cubra su tiempo si se lesionan durante un accidente en el trabajo.

Tener una política en la que si un oficial de crédito resulta discapacitado debido a un accidente en el lugar de trabajo, se hará cualquier esfuerzo para encontrar un puesto diferente para él dentro de la organización, como cambiarlo de oficial de crédito a representante de servicio al cliente en la agencia, para que pueda continuar trabajando y ajustarse a su discapacidad.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



Política de recursos humanos



Alinus

INDICADOR 5B11

Cada empleado recibe un contrato laboral por escrito y una descripción clara con relación a:

- Nivel de salario
- Beneficios
- Condiciones de trabajo

### **JUSTIFICACIÓN**

Los empleados deben comprender sus derechos y responsabilidades. El proveedor debe proporcionar un contrato por escrito que indique el nivel salarial pero también una descripción de sus prestaciones y condiciones de trabajo.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique los expedientes y contratos de los empleados.

Columna de comentarios: Especifique dónde se proporciona la información a los empleados.

### **DEFINICIÓNS**

Beneficios o prestaciones (protección social): seguro médico, jubilación, permisos anuales, permisos por maternidad, etc. Condiciones de trabajo: términos y condiciones del empleo, tales como horas laborales, salarios mínimos.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



Contrato



 Gerente de RH, empleados de agencias

INDICADOR 5B12

Cada empleado comprende como el proveedor va a evaluar y reconocer su desempeño.

### **JUSTIFICACIÓN**

Para promover una cultura de compromiso y lealtad, los empleados deben conocer exactamente lo que se espera de ellos y cómo se evaluará y se recompensará su desempeño.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Explique cómo se informa al empleado de las políticas de evaluación del desempeño (p.ej. en la política de RH, durante la capacitación de orientación, con documentación en un paquete para nuevos empleados, reuniones anuales con los gerentes, etc.)

<u>Directrices para la calificación</u>: si solamente algunos tipos de empleados tienen acceso a esta información o si las explicaciones son muy generales sin una guía clara de cómo se evaluará el desempeño, la calificación será 'parcialmente'. Si hay una política implementada pero el personal de las agencias no puede explicar cómo son evaluados, es decir, no entienden el sistema, entonces la calificación será 'parcialmente'.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, formularios de evaluación de los empleados



 Gerente de RH, empleados de las agencias

INDICADOR 5B21

Cada empleado nuevo recibe orientación y formación profesional específica.

### **JUSTIFICACIÓN**

Las capacitaciones de orientación permiten a los nuevos empleados asimilar la cultura y los valores institucionales, sentirse cómodos en su nuevo puesto y comprender mejor las expectativas.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el proceso de orientación para los nuevos empleados.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si se proporciona una capacitación de orientación pero todos los contenidos son muy generales y no se vinculan a las especificidades del trabajo (por ejemplo, la misma capacitación para oficiales de crédito y para gerentes o las mismas capacitaciones para el personal de auditoría o el de mercadeo), la respuesta es 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Planes de capacitación, manuales de capacitación



Alinus

INDICADOR 5B22

La mayoría de los empleados ha recibido formación continua y/o desarrollado las habilidades necesarias para desempeñar sus obligaciones laborales esenciales, por lo menos una vez al año.

### **JUSTIFICACIÓN**

Para asegurar que todo el personal comprenda y realice su trabajo eficientemente, se sienta cómodo en su puesto, comprometido con sus tareas y capaz de evolucionar en su trabajo, el proveedor debe ofrecer capacitación al menos anualmente. Capacitar a los empleados es importante para desarrollar sus capacidades, desempeño laboral y compromiso con la organización.

Esto incluye al menos dos tipos de capacitación: 1) capacitación continua de habilidades (es decir, capacitación que ocurre durante el curso de su empleo (no la orientación) que desarrolla las destrezas necesarias para su posición actual y 2) capacitación de desarrollo de habilidades para facilitar las oportunidades de desarrollo profesional de los empleados, tales como permitirles responder a las necesidades cambiantes del empleador aceptando un nuevo papel en la organización.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de capacitaciones recientes a las que los empleados asistieron y la conexión con sus funciones laborales.

<u>Directrices para la calificación</u>: La capacitación a veces se proporciona únicamente a empleados seleccionados (como los gerentes) porque se considera demasiado costosa. Verifique que las capacitaciones se proporcionen a la mayoría de empleados. Si algún tipo de empleados no recibe capacitación, la calificación es 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, módulos de capacitación, plan de capacitación anual



 Empleados, gerente de RH, gerente de capacitación

### INDICADOR 5B23

El proveedor evalúa si existen discrepancias injustificadas entre las oportunidades de formación y ascenso para diferentes categorías de empleados (p. ej. hombre/mujer, gerentes/empleados, oficinas centrales/sucursales). Y si existen discrepancias injustificadas, adopta medidas para corregirlas.

### **JUSTIFICACIÓN**

El análisis de la capacitación y las oportunidades de progreso pueden revelar discrepancias para las mujeres, algunos niveles de empleados, empleados en agencias remotas, etc. Identificar estas diferencias es el primer paso para remediar un potencial trato desigual.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de discrepancias observadas y medidas tomadas para corregirlas.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



• Informes de capacitación



Alinus

INDICADOR 5C11

En los últimos 12 meses, el proveedor ha completado un análisis de la satisfacción de sus empleados (incluyendo desagregación de los resultados por género) y ha compartido los resultados con los empleados.

### **JUSTIFICACIÓN**

El nivel de satisfacción de los empleados puede representar una aproximación de las condiciones laborales decentes en la organización. El monitorear la satisfacción de los empleados puede ayudar a asegurar el buen funcionamiento de un equipo y envía el mensaje de que la alta gerencia valora la retroalimentación de los empleados.

El proveedor debe realizar encuestas de satisfacción periódicamente, al menos una vez al año, dirigida al menos a una muestra representativa de empleados (es decir, la encuesta debe cubrir todos los tipos de empleados).

Los resultados deben estar desagregados por género para comprender cualquier discrepancia en la percepción y la satisfacción entre hombres y mujeres, pero también potencialmente entre gerentes y empleados, recién llegados y personal antiguo, personal permanente e interino, personal de la sede central y de las agencias, etc.

Los resultados deben compartirse con los empleados para asegurar la comunicación transparente y la apropiación de las acciones propuestas, y para dar peso al nivel de satisfacción del personal.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cuándo se realizó la última encuesta de satisfacción de empleados y qué tipo de análisis se realizó de los resultados.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si se ha realizado una encuesta de satisfacción de empleados en los últimos 12 meses y los resultados no se analizaron por género o no se compartieron con los empleados, la respuesta es 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, encuesta de satisfacción de empleados e informe



 Empleados, gerente de RH

### INDICADOR **5C12**

Las encuestas formales de satisfacción de los empleados piden a los empleados que comenten temas tales como:

- Carga de trabajo
- Formación de personal
- Comunicación, participación y liderazgo de los supervisores
- Otros temas relevantes

### **JUSTIFICACIÓN**

Las encuestas de satisfacción deben enfocarse en temas clave para el personal y deben ir más allá de una evaluación de la "satisfacción general" para abordar problemas específicos que pueden estar erosionando el compromiso y la lealtad del personal.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de las preguntas realizadas y haga referencia a la plantilla de la encuesta o el informe de la encuesta.

<u>Directrices para la calificación</u>: La calificación es 'parcialmente' si las preguntas realizadas son demasiado amplias (p.ej. "está satisfecho con su trabajo"), no están claramente enfocadas en el problema (p.ej. un enfoque en el salario en lugar de en la carga de trabajo) o solamente relacionadas en un aspecto específico (p.ej., "estuvo satisfecho con la capacitación de inducción" vs. "evalúe su satisfacción con las más recientes oportunidades de capacitación que ha tenido").

#### **EJEMPLOS**

Otros temas relevantes que pueden abordarse en las encuestas de satisfacción incluyen el período de empleo (incluyendo la duración del contrato y la remuneración), oportunidades de progresar en su carrera, recursos físicos / infraestructura / equipo, comunicación y trabajo en equipo con los pares, prácticas de resolución de conflictos, servicios de apoyo de recursos humanos, etc.

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Plantilla de encuesta de satisfacción, informe de encuesta de satisfacción

INDICADOR **5C13** 

Los empleados tienen la opción de responder de forma anónima a las encuestas de satisfacción.

### **JUSTIFICACIÓN**

Para asegurar resultados confiables y honestos, los empleados deben poder responder las encuestas de satisfacción de forma anónima para que se sientan cómodos de opinar abiertamente y no tener temor de represalias, presión o cualquier otra consecuencia negativa como resultado de su apertura.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Explique cómo se garantiza el anonimato.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el nombre no se comparte pero la persona a cargo de analizar la información puede identificar fácilmente a los encuestados (formulario escrito a mano, horario en el que se responde, etc.), la calificación será 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, procedimiento de encuesta de satisfacción



INDICADOR **5C21** 

El proveedor ofrece al personal que deja su puesto la oportunidad de realizar una entrevista de salida o de completar un formulario de salida.

### **JUSTIFICACIÓN**

El proveedor puede obtener información valiosa sobre la satisfacción de los empleados incluso cuando los mismos dejan la organización. Puede ser útil para el proveedor comprender qué es lo que no está funcionando, pero también lo que los empleados que se van apreciaron, sea que se van por una nueva oportunidad profesional o por razones personales. También envía el mensaje de que la alta gerencia tiene consideración por ellos, incluso cuando dejan la organización.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione un ejemplo de la retroalimentación de salida del personal que salió recientemente

<u>Directrices para la calificación</u>: Si las entrevistas de salida se realizan de manera ad hoc, dependiendo de los empleados o las razones para irse, la calificación es 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de RH, formulario de salida



Alinus

INDICADOR 5C22

### El proveedor analiza anualmente:

- Tasa de rotación del personal
- Causas de la deserción de empleados
- Datos sobre la rotación y deserción por segmento del personal (p.ej. posición, género, oficina).

### **JUSTIFICACIÓN**

La tasa de rotación del personal es un indicador de la (falta de) satisfacción de los empleados. Potencialmente representa las condiciones laborales dignas. El proveedor debe monitorear la rotación y comprender las razones de la deserción de los empleados analizando las respuestas de las encuestas/entrevistas de salida.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique la tasa de rotación de personal y cómo se monitorea y analiza la salida de los empleados

#### **EJEMPLOS**

Cuando las salidas voluntarias son debido a mejores oportunidades, el proveedor debe definir incentivos financieros o no financieros para mantener al personal. El despedir al personal puede indicar debilidades internas o falta de respeto y/o confianza entre el proveedor y el personal. La salida al final del contrato puede indicar que el proveedor no ofrece contratos estables a los empleados.

El análisis por puesto, género, agencia, etc., puede ayudar a comprender las razones para las deserciones y las medidas específicas que se tomarán (para las agencias remotas y el personal al que le falta información y motivación de la sede o para las mujeres que no pueden manejar sus obligaciones personales con el horario de trabajo, por ejemplo).

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Análisis de la rotación del personal, informes de las encuestas de salida



INDICADOR **5C31** 

La alta dirección revisa periódicamente el cumplimiento de las políticas de RRHH y las condiciones de trabajo reales.

### **JUSTIFICACIÓN**

La política de RH puede estar bien definida, pero a medida que la rutina llega o con la rotación de personal o presión laboral, puede ser que la política no se aplique plenamente. La alta gerencia debe mostrar su compromiso de aplicar la política de RH y debe ser auditada una vez al año o cuando se reporten discrepancias.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cómo/cuándo se verifica la aplicación de políticas de RH y describa cualquier acción correctiva tomada si se observan discrepancias.

#### **EJEMPLOS**

Auditoría interna puede realizar una revisión en una agencia en caso de una mayor tasa de ausentismo; las actas de la junta pueden mostrar que la aplicación de la política de RH se discute sobre la base de encuestas de satisfacción de empleados y el informe de RH.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Gerente de RH, gerencia ejecutiva

INDICADOR 5C32

La alta dirección ha adoptado medidas correctivas para abordar los problemas identificados en el estudio de satisfacción de los empleados, en cuanto a temas que están bajo el control del proveedor.

### **JUSTIFICACIÓN**

Las encuestas de satisfacción de empleados no deben volverse una oportunidad anual para quejarse sin tener impacto en las condiciones laborales. Los empleados deben sentirse escuchados y la alta gerencia debe hacer esfuerzos para abordar los problemas presentados. Por supuesto, estos esfuerzos se limitan necesariamente a factores que la gerencia puede controlar. Si los empleados se quejan del tiempo de viaje para llegar a la oficina debido a congestionamientos del tránsito o transporte público irregular, el proveedor quizás no pueda controlar el congestionamiento, pero potencialmente puede adoptar horas laborales más flexibles para que el personal evite las horas pico.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique ejemplos de medidas correctivas tomadas para responder a las quejas de los empleados.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el proveedor considera que no tiene el control completo cuando solo se requiere la aprobación de la Junta, por ejemplo, la respuesta será 'parcialmente'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Gerente de RH, gerencia ejecutiva

Alinus

INDICADOR 6A11

Las tasas de crecimiento del objetivo consideran los siguientes factores externos:

- Demanda por tipo de cliente basada en estudios de mercado, información de burós de crédito, datos en la red u otras fuentes
- Tasa de penetración/ mercado potencial/ análisis de saturación
- Infraestructura del mercado (p.ej. Capacidad de la oficina de crédito)

### **JUSTIFICACIÓN**

Las metas de crecimiento deben reflejar las realidades del contexto y la demanda. Los proveedores deben tener cuidado de no dejarse llevar por la euforia del crecimiento, lo que les podría llevar a ignorar riesgos o amenazas externas.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

El plan de negocios debe basarse en un análisis detallado del contexto y debe basarse en la experiencia de la junta u otros actores clave para identificar las oportunidades de crecimiento y los riesgos.

El análisis del contexto puede incluir:

- Investigación de mercado para identificar la demanda del cliente
- Análisis del sector realizados por la asociación profesional/la red del país u otros actores (compañías consultoras, autoridades de supervisión, el Banco Mundial)
- Análisis del número de proveedores de servicios financieros en las áreas donde hay agencias
- Uso del <u>Índice MIMOSA</u> para análisis de saturación por país
- Análisis de la capacidad del buró de crédito

<u>Columna de comentarios</u>: Anote los factores específicos que se toman en cuenta al establecer tasas de crecimiento.

<u>Directrices para la calificación</u>: En el segundo detalle, solamente uno de los elementos es necesario para calificar 'sí.

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Tabla 32. Analizar los factores externos para informar su política de crecimiento (página 196).

# FUENTES DE INFORMACIÓN



 Estrategia/ plan de negocios, informes de investigación de mercado



 Presidente ejecutivo / Gerente general, junta directiva

Alinus

INDICADOR 6A12

Las tasas de crecimiento se determinan considerando los siguientes factores internos:

- Control interno y capacidad de auditoría interna para la gestión del riesgo
- Dotación de recursos humanos, incluido número de empleados, cualificaciones, formación, rotación y productividad
- Calidad y capacidad del sistema de información gerencial

### **JUSTIFICACIÓN**

Las metas de crecimiento deben reflejar la capacidad interna del proveedor. ¿Tiene el proveedor suficientes auditores para mantenerse al día con el crecimiento de las operaciones? ¿Puede RH mantenerse al día con las necesidades de contratación? ¿Puede el SIG absorber las cantidades crecientes de datos? Las metas de crecimiento deben considerar la calidad de los sistemas de control tales como gestión de riesgo, capacitación de empleados y capacidad del SIG.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

El plan de negocios o las entrevistas deben demostrar que el proveedor considera la capacidad interna al establecer metas de crecimiento.

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de los factores internos que se toman en cuenta al establecer las tasas de crecimiento (p.ej., "El departamento de operaciones analiza la productividad de los oficiales de créditos para establecer el número de nuevas contrataciones necesarias para alcanzar las metas del 2020").

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Tabla 33. Analizar factores internos para informar su política de crecimiento (página 198).

### FUENTES DE INFORMACIÓN



 Estrategia/ plan de negocios



 Presidente ejecutivo / Gerente general, junta directiva

INDICADOR 6A21

El proveedor analiza las tasas de crecimiento por sucursal/ región.

### **JUSTIFICACIÓN**

El análisis detallado de las tasas de crecimiento por sucursal o región permite al proveedor adaptar las metas de crecimiento a las diferentes realidades potenciales en toda la organización o país. Esto ayuda a establecer metas que pueden crear una presión de ventas excesiva en sucursales de bajo volumen o insuficientes metas en áreas con alto potencial.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verificar que los informes gerenciales o el SIG analice el crecimiento (productividad del oficial de crédito, crecimiento de la cartera) por sucursal y/o región.

Columna de comentarios: Especifique el documento o informe que produce el análisis por sucursal o región.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



• Informes gerenciales



 Presidente ejecutivo / Gerente general, operaciones

### INDICADOR 6A22

El proveedor monitorea si su capacidad interna sigue el mismo ritmo que el crecimiento institucional, incluyendo:

- El número de empleados
- La formación de empleados
- La rotación del personal
- El número de clientes por oficial de crédito

### **JUSTIFICACIÓN**

Parte de un crecimiento equilibrado es asegurarse de que la capacidad interna de los recursos humanos se mantenga al día con el crecimiento institucional. Una cartera de rápido crecimiento necesita estar acompañada de una fuerza laboral en crecimiento para sustentar los sistemas de control de calidad y un buen servicio al cliente.

Al monitorear la capacidad interna, los proveedores deben prestar atención a los hallazgos de auditoría interna, con un enfoque específico en las sucursales nuevas y las de mayor crecimiento. El monitoreo debe hacerse trimestralmente y para cada sucursal o región.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Este indicador no solo se trata de monitorear el crecimiento del personal, la capacitación, la rotación y la productividad del oficial de crédito; se trata de analizar estos datos en relación con el crecimiento.

Verifique la consistencia con **6A12**, el cual evalúa cómo se considera la capacidad interna en tasas de crecimiento. Es posible calificar un 'sí' aquí, es decir, el proveedor monitorea estos puntos clave de datos, y un 'no' bajo **6A12**, es decir, el proveedor no necesariamente los considera en el establecimiento de metas de crecimiento.

Columna de comentarios: Especifique la frecuencia y el alcance del monitoreo (¿Por sucursal? ¿Por región?).

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el proveedor monitorea estos puntos de datos pero no los analiza en relación con el crecimiento, la calificación es 'parcialmente'.

#### **EJEMPLO**

Vea la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> Tabla 34. Supervisar la capacidad permanente de la institución para manejar el crecimiento (página 199).

### FUENTES DE INFORMACIÓN



Informes gerenciales



 Entrevistas con RH

INDICADOR 6A23

El proveedor modifica o mejora las capacidades internas según como sea necesario.

### **JUSTIFICACIÓN**

Si la capacidad interna con respecto al monitoreo de riesgo, la capacitación del personal y la capacidad del SIG resultan ser insuficientes debido al alto crecimiento o a cambios contextuales, entonces el proveedor debe hacer cambios según sea necesario. Por ejemplo, contratar nuevo personal, actualizar sistemas, reforzar controles internos, etc.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Discutir con el Presidente ejecutivo y RH para ver cómo ha cambiado la capacidad interna con el tiempo y por qué.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cualquier cambio a la capacidad interna como resultado del monitoreo del crecimiento.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el proveedor monitorea el crecimiento y la capacidad interna, pero no ha identificado la necesidad de realizar cambios debido al bajo crecimiento, por ejemplo, la calificación puede ser 'sí'.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



- Entrevistas con el Presidente Ejecutivo/ Director General
- Entrevistas con HR

INDICADOR 6B11

El proveedor ha definido claramente metas o rangos para índices de rentabilidad (p.ej. ROA, ROE).

### **JUSTIFICACIÓN**

Tener metas claramente definidas o rangos para los índices de rentabilidad asegura que la gerencia y los inversionistas tengan expectativas compartidas (no solo enfocadas en la alta rentabilidad). Incluso las instituciones no lucrativas deben pensar en las metas de rentabilidad: las ganancias no se distribuyen como dividendos, pero pueden usarse para guardar reservas, invertir en infraestructura o bonos para el personal, por ejemplo.

### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

La estrategia o plan de negocios debe describir el nivel deseado de ganancias (y cómo las ganancias netas se asignarán— vea **6B12**).

Columna de comentarios: Especifique las metas o rangos de rentabilidad.

<u>Directrices para la calificación</u>: Todas las instituciones deben recibir una calificación aquí, incluso las no lucrativas. Este indicador evalúa si existen metas de rentabilidad. El que sean razonables o no se evalúa en **6C33**.

# FUENTES DE INFORMACIÓN



• Estrategia / plan de negocios, actas de la junta



 Presidente ejecutivo / Director general, junta directiva

Alinus

INDICADOR 6B12

El proveedor ha definido claramente directrices, en materia de rentabilidad v de utilización de los beneficios, que sean compatibles con sus objetivos sociales.

### **JUSTIFICACIÓN**

El proveedor debe tener una política clara acerca de cómo se utilizarán las utilidades. Las utilidades deben utilizarse de manera que hagan avanzar sus metas sociales. Hay muchas maneras para hacerlo, incluyendo inversión en investigación de mercado / diseño de un producto para que el producto se ajuste mejor a las necesidades del cliente; prácticas de protección al cliente mejoradas (p.ej. la creación de un mecanismo de quejas de clientes o la revisión de los contratos de préstamos para mejorar su transparencia); mejorar la capacitación del personal en servicio al cliente; o la extensión de los servicios a ubicaciones geográficas sin servicios bancarios.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Proporcione ejemplos de cómo el proveedor pretende distribuir las utilidades.

Por ejemplo, los lineamientos deben especificar la porción de utilidades que se usarán para dividendos, bonos del personal y/o la gerencia, reservas generales, inversión en infraestructura, etc. Las utilidades pueden usarse para reducir las tasas de interés, invertir en la comunidad (por ejemplo, asignando el 15% de las utilidades para desarrollar servicios en las áreas de operación del proveedor) o crear fondos especiales (por ejemplo, un fondo para financiar medidas de protección social, educación, etc.).

También incluya en qué se han distribuido las utilidades en el último año o los últimos dos, así como si sus usos coinciden con los objetivos sociales del PSF.

Directrices para la calificación: Si hay una comprensión compartida por la gerencia y la junta directiva acerca de cómo se usarán las utilidades, pero no hay lineamientos definidos (por escrito), la respuesta es 'parcialmente.'

### **FUENTES DE** INFORMACIÓN



• Estrategia / plan de negocios, actas de la junta



 Presidente ejecutivo / Director general, junta directiva

### INDICADOR 6B13

El proveedor revisa anualmente el nivel actual de los rendimientos y la distribución de utilidades, para garantizar su conformidad con las directrices establecidas.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El nivel de retornos puede ser variable. La gerencia y la junta deben revisar los niveles reales de utilidades contra las metas y la distribución contra las políticas. Deben poder explicar y justificar cualquier diferencia.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cuándo se realizó la última revisión y, si es apropiado, si las utilidades se distribuyeron de conformidad con las políticas/lineamientos sobre el uso de utilidades.

<u>Directrices para la calificación</u>: Este indicador evalúa cómo la distribución de las utilidades coincide con la política sobre distribución de utilidades a la que se refiere 6B12. Si el Presidente Ejecutivo es evaluado en términos de su cumplimiento con las metas de utilidad, pero no hay una política implementada sobre cómo deben distribuirse las utilidades (es decir, si la respuesta a 6B12 es 'no'), entonces la respuesta aquí es 'no'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Entrevistas con el Presidente ejecutivo / Director general, junta directiva

INDICADOR 6B21

El proveedor discute con nuevos inversores potenciales para garantizar que las estrategias de salida sean compatibles con los objetivos sociales.

#### JUSTIFICACIÓN

Cuando un proveedor está buscando inversión en capital, debe buscar inversionistas cuyas expectativas en términos de retornos, límites de tiempo y estrategias de salida estén alineadas con las propias. Incluso antes de aceptar a un nuevo inversionista, el proveedor debe discutir cuándo, cómo y a quién decidirá el potencial inversionista vender sus acciones. El encontrar compradores que piensen de manera similar cuando llegue el momento es importante para ayudar al proveedor a mantenerse fiel a su misión social.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Este indicador es aplicable a las instituciones que están abiertas a las inversiones de capital.

Columna de comentarios: Proporcione ejemplos de cualquier discusión con inversionistas potenciales. Varios aspectos pueden afectar las opciones que los inversionistas probablemente enfrenten: contexto del mercado y etapa de desarrollo; porción de propiedad que se está vendiendo; la estructura de propiedad del PSF, arreglos de gobernanza y lugar en su ciclo de vida. No hay un enfoque único para asegurar una salida responsable. Sin embargo, pueden proporcionarse comentarios sobre las decisiones estratégicas tomadas sobre cuándo, a quién, cómo y cuánto se espera en la salida. (Vea CGAP 2014, Salida responsable en la venta de capital de microfinanzas).

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Si el proveedor es una entidad no lucrativa, entonces la calificación puede ser 'N/A'. Si no ha habido inversionistas nuevos en la institución en años recientes, la calificación puede ser 'N/A'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Estrategia / plan de negocios; acuerdo de accionistas



 Presidente ejecutivo / Director general, junta directiva

### INDICADOR 6B22

El proveedor y sus financiadores (p. ej. inversores, prestamistas, accionistas, donantes) cuentan con un documento escrito que especifica:

- Misión y objetivos sociales del proveedor
- Expectativas en materia de rendimiento financiero
- Plazo para la inversión / apoyo

#### **JUSTIFICACIÓN**

El tener partes interesadas que piensen de manera similar, sean inversionistas, prestamistas, accionistas o donantes, es importante para ayudar al proveedor a mantenerse fiel a su misión social. El proveedor debe tener un documento escrito que explique la misión, objetivos detallados y marco de tiempo, para alinear las expectativas. Si los términos como resultados sociales esperados y el uso de utilidades se dejan sin detallar en las negociaciones previas a la inversión/previas a la dotación de fondos, la gerencia se verá forzada a reconciliar estas inconsistencias una vez que los fondos ya estén en su lugar, lo que frecuentemente lleva a tensiones entre el proveedor y los financiadores.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Este indicador es aplicable a todos los proveedores, sean lucrativos o no, y a todos los estatutos legales.

Columna de comentarios: Especifique qué documento especifica las expectativas comunes.

#### **EJEMPLOS/RESOURCES**

Vea la Tabla 36. Compatibilización de expectativas sociales y financieras en la <u>Guía de Implementación de</u> <u>los Estándares Universales</u> (página 204) donde encontrará una lista de términos y preguntas de discusión para guiar las conversaciones entre el proveedor de servicios financieros y los inversionistas.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Acuerdo de accionistas, carta ética o plan de negocios



 Presidente ejecutivo / Director general, junta directiva

INDICADOR 6B31

Las políticas de riesgo del proveedor protegen los pasivos que tiene la institución con sus clientes (p.ej. ahorros, garantías en efectivo y reclamos de seguros).

#### **JUSTIFICACIÓN**

El proveedor tiene una obligación hacia sus clientes, quienes pueden ser vulnerables y confían en el proveedor, para salvaguardar los fondos que se le han confiado, como los ahorros y las garantías en efectivo. Debe tener políticas y procedimientos sólidos de gestión del riesgo financiero y controles internos robustos para proteger los intereses de los clientes. La junta debe reforzar estas medidas prudentes definiendo y gestionando de cerca los riesgos financieros.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

La política de riesgo debe establecer pasivos con los clientes como una prioridad más alta que las obligaciones del proveedor con sus deudores y accionistas, si no lo establece la regulación local.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique el documento que aborda cómo se protegen las obligaciones a los clientes.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Si el proveedor no recibe ahorros voluntarios, ahorros obligatorios (es decir, garantía en efectivo) o seguro, entonces la calificación puede ser 'N/A'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



Política de riesgo



Finanzas, legal,
 Presidente
 ejecutivo /
 Director general,
 junta directiva

### INDICADOR 6B41

De acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), el proveedor da a conocer en sus estados financieros la siguiente información:

- Todos los riesgos asociados a los activos y pasivos (riesgo cambiario, riesgo de tipo de interés, riesgo de vencimiento).
- Pasivos contingentes
- Fuentes fuera de balance de financiación
- La institución proporciona información detallada sobre su composición accionaria y participaciones en otras empresas.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Un proveedor debe ser transparente acerca de todos los riesgos que enfrenta, en especial los riesgos financieros. El prestar servicios a clientes vulnerables y operar en entornos inestables con un seguro de depósito poco confiable o inexistente significa que el proveedor tiene la responsabilidad de ser transparente y gestionar el riesgo de cerca.

Las NIIF traen transparencia, rendición de cuentas y eficiencia a los mercados financieros y tienen el propósito de promover la confianza, el crecimiento y la estabilidad financiera a largo plazo en la economía global.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

El proveedor debe divulgar todos los elementos de los riesgos relacionados con los activos o los pasivos (riesgo cambiario, riesgo de la tasa de interés, riesgo de vencimiento, etc.), definir los pasivos contingentes, informar sobre los aspectos fuera del balance general, tomarlos en cuenta en los índices de apalancamiento y proporcionar todos los detalles de la estructura de accionistas y participación en otras compañías.

#### **DEFINICIÓN**

Los pasivos contingentes son posibles obligaciones y obligaciones actuales que no son probables o no pueden medirse de manera confiable. Un ejemplo de tales pasivos es una subvención restringida que se ha desembolsado pero todavía no se ha ganado completando los entregables requeridos.

Los artículos fuera del balance general son aquellos que no están incluidos en el balance general del proveedor, porque no tiene derecho legal o responsabilidad sobre ellos. Sin embargo, éstos pueden volverse pasivos para el proveedor. Los ejemplos incluyen la operación de contratos de arrendamiento y empresas conjuntas.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



Estados financieros



Finanzas

Alinus

INDICADOR 6B42

Las cuentas anuales auditadas de la institución están disponibles públicamente.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Mantener una estructura financiera transparente, divulgar los estados financieros y hacer públicas las cuentas auditadas anuales crea transparencia y confianza, y puede llevar a un alineamiento pleno entre los financiadores y el proveedor, aclarando los objetivos sociales y las expectativas de retornos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Vínculo con el sitio web donde las cuentas financieras auditadas están disponibles.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el proveedor hace que los estados financieros estén disponibles según solicitud, pero no están accesibles públicamente, la calificación puede ser 'parcialmente'. Si las cuentas no están auditadas, la calificación es 'no'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Estados financieros auditados de la fuente pública (sitio web, etc.)



Finanzas,
 Presidente
 ejecutivo/
 Director general,
 junta directiva

INDICADOR 6C11



El proveedor logra cubrir todos sus costos o se acerca rápidamente a su umbral de rentabilidad (break-even). Sus resultados financieros le permiten mantener su base de capital.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Un **precio responsable** es aquel que es sostenible para el proveedor y asequible para el cliente. Este indicador evalúa la sostenibilidad del proveedor sobre la base de un análisis de la Autosuficiencia operativa, un índice que expresa si el proveedor puede cubrir sus costos operativos con sus ingresos financieros.

#### **DEFINTION**

**Autosuficiencia operativa**: Ingresos financieros / Gastos financieros+pérdidas por deterioro del valor de préstamos + gastos operativos

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

La autosuficiencia operativa debe ser > 100% o cerca del 100% con una tendencia positiva en los últimos tres años. Si la autosuficiencia operativa está arriba del 100% pero muestra una tendencia en declive, los datos deben analizarse en combinación con otros índices para comprender si la tendencia en declive refleja una erosión en la base de capital o puede explicarse con algo más. Hay muchas razones que pueden explicar una tendencia en declive de la autosuficiencia operativa, pero algunos ejemplos incluyen un costo mayor de los fondos; una reducción en la eficiencia (traducida en una reducción de la productividad, el número de clientes activos por oficial de crédito, o en un aumento del índice de gastos operativos); un mercado saturado (dificultad en alcanzar a más prestatarios); un mercado altamente inflacionario; la apertura de muchas agencias nuevas; contratar a mucho personal nuevo al mismo tiempo, quienes son menos productivos que los de mayor antigüedad; un desastre natural o crisis económica del mercado/ nacional/internacional que afecte el comportamiento de inversión de los prestatarios.

Columna de comentarios: Especifique el índice de autosuficiencia operativa.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Estados financieros



Finanzas

INDICADOR 6C21



Existen pruebas de que el consejo directivo supervisa el rendimiento del proveedor de acuerdo con su propia política social. (Por ejemplo, pueden incluirse en las juntas del consejo directivo, temas como las oportunidades identificadas para reducir las tasas de interés y las tarifas, la política de dividendos o la aplicación de los beneficios de las ganancias para beneficio de los clientes).

#### **JUSTIFICACIÓN**

El proveedor debería tener una política (interna) formal de precios que equilibre sus intereses con los del cliente. La política de precios debe tomar en cuenta:

- El costo de proporcionar el producto: el costo de los fondos, las operaciones y pérdidas por préstamos;
- Asequible para el cliente;
- Rentabilidad deseada, incluyendo retorno sobre capital (ver **6B1**); y
- Metas sociales para el producto, como llegar a ubicaciones remotas o proporcionar acceso a personas muy pobres.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

El proveedor tiene una política de precios (interna) formal. Revisar las actas de la junta o consejo directivo para verificar la discusión (al menos anualmente) acerca de la política de precios, por ejemplo, la disponibilidad de reducir las tasas de interés y la comisión, si las condiciones del mercado lo permiten.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique el documento donde se establece la política; especifique las discusiones de la junta o consejo directivo.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si las actas de la junta o consejo directivo reflejan deliberación sobre el precio pero no hay una política formal implementada, entonces califique 'parcialmente'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de precios



Finanzas,
 Presidente
 ejecutivo /
 Director general,
 junta directiva

Alinus

INDICADOR 6C22



### Las prácticas de precios del proveedor son responsables.

- El interés se calcula de manera directa (sobre saldo decreciente; según la fecha de pago exacta; en el caso de depósitos, sobre la base de los saldos diarios).
- Los intereses del préstamo (incluido el interés por mora) dejan de acumularse después de 180 días de mora.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El interés debe calcularse de manera directa, para ser más transparente. El establecimiento de precios sobre monto fijo (interés flat) es injusto para los clientes. El prestatario paga interés sobre el monto total del préstamo, incluso aunque el monto que tienen durante el plazo del préstamo se reduce a medida que amortizan el préstamo. El establecer tasas de interés nominal usando el cálculo fijo parece mucho más barato que la tasa sobre saldos decrecientes, pero, de hecho, son casi el doble de costosas que lo establecido.

Los préstamos en mora deben dejar de acumular intereses después de un máximo de 180 días para no sobreendeudar excesivamente al cliente moroso.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el método de cálculo de la tasa de interés.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el interés se calcula con el método de monto fijo, la calificación es 'no'.

Si la regulación permite que los intereses sobre el préstamo se acumulen después de más de 180 días en mora, el proveedor aun así debe seguir la indicación de 180 días, la cual se considera más justa para los clientes. En este caso, la respuesta debe ser 'no' porque el proveedor no deja de acumular intereses después de 180 días. En otros casos, el proveedor puede dejar de acumular después de menos de 180 días, en este caso, la calificación es 'sí'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



Política de crédito



 Operaciones, Presidente ejecutivo / Director general

Alinus

INDICADOR 6C23



La tasa de interés se establece como asequible, teniendo en cuenta los costos necesarios para otorgar el crédito (costos de financiación, operaciones, pérdidas de préstamos y rendimientos del capital).

- La tasa anual efectiva (TAE)
   para todos los productos
   principales del proveedor
   (> 20% de la cartera)
   está dentro del rango de
   desempeño aceptado.
   Si está fuera de rango, el
   proveedor puede ofrecer
   una justificación válida.
- El rendimiento de la cartera está dentro del rango de desempeño aceptado.
   Si está fuera de rango, el proveedor puede ofrecer una justificación válida.

#### **JUSTIFICACIÓN**

La metodología de evaluación de fijación de precios de Smart Campaign usa un enfoque de "alerta roja" para evaluar la fijación responsable de precios: si el desempeño excede ciertos límites, es señal que se necesita un mayor análisis. La metodología usa los siguientes puntos de referencia:

- Si la Tasa Efectiva Anual (APR/TEA) para cada uno de los productos principales es 15%+ mayor que el promedio de los pares, esta es una señal de alerta. Si este es el caso, debe poder justificar por qué su TEA es más alta para su mercado.
- Si el rendimiento de la cartera es mayor que la tasa observada generalmente para los pares por una desviación estándar de 0.5 o más, esta es una señal de alerta. Si este es el caso, el proveedor debe poder justificar por qué el rendimiento de la cartera es más alto para el mercado.
- El índice o ratio de gastos por pérdida de préstamos (LLER) debe estar por debajo de 5% (analizado en el indicador **6C31**)
- El retorno sobre activos (ROA) no debe exceder el 7.5% en el límite superior, con excepciones limitadas, vea 6C33)

The Smart Campaign's Pricing Diagnostic Tool is an Excel-based assessment tool that can be used to evaluate these data points. The Smart Diagnostic Tool is not publicly available. However, if auditors would like to use the tool to assess prices, please contact the Smart Campaign to request the tool: <a href="mailto:comments@smartcampaign.org">comments@smartcampaign.org</a>.

#### **DEFINICIÓN PORTFOLIO YIELD**

El rendimiento de la cartera mide cuántos ingresos ganados recibe la institución financiera. Ingresos financieros a partir de la cartera de préstamos / GLP (cartera de préstamos total)

#### **DEFINICIÓN ANNUALIZED PERCENTAGE RATE**

Método para comunicar las tasas de interés efectivas anuales, tomando en cuenta todos los cargos adicionales, plazo del préstamo, ahorros obligatorios y otros requisitos del préstamo. La APR/TEA y EIR (tasa de interés efectiva) son tasas de interés efectivas anualizadas; la diferencia es que la APR no toma en cuenta el efecto compuesto, como la EIR.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique la APR/TEA y el rendimiento de la cartera, y el de los pares.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si la APR/TEA del proveedor para cualquier producto de préstamo es >15% más alta que los pares, la respuesta aún puede ser 'sí', si hay una justificación válida. Si el rendimiento de la cartera del proveedor es más alto que la tasa usualmente observada para los pares, la respuesta aún puede ser 'sí', si hay una justificación válida.



- Análisis de la APR/TEA para los productos principales del proveedor (productos >20% de la cartera): use la Herramienta de Estimación de la TEA en la página de Información sobre la organización en la SPI4, o la Herramienta para calcular precios transparentes – v3.0) de MicroFinance Transparency
- Análisis de datos de TEA para los pares del proveedor.
   Fuentes potenciales de datos de intereses de los pares:
- El proveedor en sí (si ha realizado una investigación de mercado o un ejercicio de comprador incógnito)
- La asociación profesional nacional
- La red internacional del proveedor, si se aplica (p.ej., FINCA, MicroCred, Opportunity International, World Vision, etc.)
- El rendimiento de la cartera del proveedor, del SIG
- Rendimiento de cartera de los pares. Fuentes potenciales:
  - La asociación profesional nacional
- La red internacional del proveedor, si se aplica
- Los inversionistas del proveedor
- MIX Market (solamente para suscriptores)

### INDICADOR 6C24

## Las tarifas del proveedor son razonables.

- El proveedor no cobra a los clientes por confirmación de transacciones y consultas de saldo. Las tarifas son aceptables para pedidos repetidos de saldos o recibos por encima de cierta frecuencia establecida.
- Toda multa por pago anticipado no incluye intereses que se devengarían entre el momento del pago anticipado y la finalización del término del préstamo.
- Los intereses moratorios y las multas por mora no agravan la deuda; se calculan sobre la base del monto de capital restante únicamente.
- Las tarifas por cuentas de depósito no son desproporcionadamente altas en relación con los saldos de depósitos pequeños.

#### **JUSTIFICACIÓN**

La política de precios conlleva no solo tasas de interés, sino también la estructura de tarifas. Las tarifas deben establecerse razonablemente, teniendo en mente que el cliente pueda pagarlas y el costo real incurrido por el proveedor.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Para evaluar si las tarifas son 'razonables', intente recopilar datos sobre los pares en el mercado o pregunte al proveedor si ha realizado un análisis de los competidores.

Si no hay información sobre las tarifas de los competidores, verifique si las tarifas son una fuente significativa de ingresos. Si las tarifas por pago tardío del proveedor generan más para la compañía que los ingresos por intereses, esto puede indicar que las tarifas son excesivas.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



Política de precios



 Entrevistas con finanzas, operaciones

INDICADOR 6C25

La Junta toma medidas correctivas si considera que los niveles de precios no son coherentes con la política de retorno del proveedor.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Es responsabilidad de la junta tomar medidas en caso de que los niveles de precios no sean consistentes con la política de retornos del proveedor (es decir, sus metas de rentabilidad).

Si los niveles de precios están generando ganancias que exceden a las metas, entonces la junta quizás desee considerar reducir los precios para beneficiar a los clientes. Si el proveedor no está alcanzando las metas de rentabilidad, la junta quizás desee examinar los niveles de productividad y los gastos operativos como una manera de mejorar la rentabilidad.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique cualquier medida que la junta haya tomado en relación a precios.

Directrices para la calificación: Verifique la consistencia con 6B12. Si no hay lineamientos implementados sobre los retornos, pero hay ejemplos de medidas correctivas (p.ej., la reducción de tasas de interés sobre productos de préstamo; aumento en la remuneración sobre ahorros), entonces califique 'parcialmente'.

#### **FUENTES DE** INFORMACIÓN



• Actas de la junta



 Presidente ejecutivo / Director general, junta directiva

Alinus

INDICADOR 6C31



El ratio de gastos por pérdida de préstamos está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, el proveedor puede ofrecer una justificación válida como explicación.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Las pérdidas por préstamos afecta el precio. Las instituciones con altas pérdidas pueden compensar los ingresos perdidos con altas tasas de interés, pasando así el costo del riesgo de crédito a los clientes.

#### **DEFINICIÓN**

El ratio de gastos por pérdida de préstamos se calcula tomando la provisión para préstamos incobrables / activos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Smart Campaign define el rango de desempeño aceptable como más bajo que el 5%.

El umbral del 5% se considera un umbral alto y Smart Campaign espera que el desempeño esté por debajo de ese umbral, excepto en circunstancias excepcionales, lo cual deberá corroborarse significativamente.



- Entrevistas con el Presidente ejecutivo y finanzas
- Índices financieros (ratio de gastos por pérdida de préstamos) del SIG

Alinus

INDICADOR 6C32



El proveedor no transfiere costos innecesarios a sus clientes: El ratio de gastos operativos está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, el proveedor puede ofrecer una justificación válida como explicación.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los gastos operativos son uno de los factores principales que tienen influencia en el precio, y es un factor sobre el cual el proveedor tiene control. Este indicador verifica que la ineficiencia operativa no se está trasladando a los clientes en forma de altas tasas de interés.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Smart Campaign tiene un modelo para evaluar si el ratio de gastos operativos se encuentra dentro del intervalo de desempeño aceptado, incluyendo su Herramienta de Diagnóstico de Precios. La Herramienta de Diagnóstico Smart no está disponible públicamente. Sin embargo, si los auditores desean usar la herramienta para evaluar precios, por favor ponerse en contacto con Smart Campaign para solicitar la herramienta: comments@smartcampaign.org.

Para mayor información sobre el modelo de ratio de gastos operativos, consulte la página 210 de la <u>Guía</u> de <u>Implementación de los Estándares Universales</u>.

Para analizar este indicador, compare el ratio de gastos operativos con los pares. Si el ratio es mayor que lo observado generalmente por los pares similares, entonces el proveedor debe proporcionar una justificación válida.

Un ratio de gastos operativos más alto puede explicarse de la siguiente maner:

- El PSF está operando en un entorno de baja seguridad, lo que requiere gastos significativos en costos de seguridad que no son la norma
- El PSF está prestando servicios a clientes que son particularmente difíciles de alcanzar.
- El PSF está prestando servicios a una población excepcionalmente poco privilegiada, lo que requiere servicios adicionales (jóvenes, discapacitados, etc.)
- El PSF está operando programas no financieros que son útiles para los clientes

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique el ratio de gastos operativos del proveedor y el de los pares, si están disponibles.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el ratio de gastos operativos es más alto que el de los pares, pero hay una justificación válida, entonces la calificación puede ser 'sí'. Si el ratio de gastos operativos es más alto que el de sus pares y el proveedor no tiene uno de los desafíos mencionados anteriormente que puedan aumentar sus costos operativos, entonces la calificación será 'no', a menos que el proveedor pueda ofrecer una justificación válida para sus gastos operativos más altos.



- Entrevistas con el Presidente ejecutivo y finanzas
- Ratio de gastos operativos del SIG y para los pares.
   Las fuentes potenciales incluyen:
- La asociación profesional nacional
- La red internacional del proveedor, si se aplica
- Los inversionistas del proveedor
- MIX Market (solo para suscriptores)

Alinus
INDICADOR 6C33



El retorno sobre activos (ROA) está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, el proveedor puede ofrecer una justificación válida como explicación.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El retorno sobre activos es un indicador de la rentabilidad. Las utilidades son un factor que influencia el precio, sobre el cual tiene control el proveedor. Las altas tasas de interés asociadas con altos retornos son una alerta roja que indica que el proveedor quizás esté teniendo ganancias a partir de préstamos con altos precios dados a poblaciones vulnerables. Un alto ROA no necesariamente constituye una ganancia excesiva, pero tendrá que proporcionarse una explicación para el alto ROA para que esté justificado.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Para determinar el rango de desempeño aceptable, el ROA se calcula sobre la base del ROA promedio de 3 años (use el ROA ajustado para los depósitos obligatorios para cada año). Luego se aplica la siguiente prueba:

Si el ROA	Acción de evaluación:
<1%	Evalúe la sostenibilidad institucional
1% - 3%	Rango normal
3% - 7.5%	Rango elevado
>7.5%	Rango alto

Si el ROA está más allá del 3%, el PSF debe proporcionar una justificación válida, la cual podría incluir:

- Utilidades desviadas a una entidad externa (ej.: ONG afiliada) que proporciona servicios que son importantes para los clientes (ej.: servicios no financieros)
- Las utilidades se comparten con los clientes
- Entorno altamente inflacionario
- Creciente base de clientes con acceso limitado a capital externo
- Acumulación de capital y fortalecimiento de la IF
- Instituciones en su etapa temprana
- Sujeto a regulación que aumenta los requisitos de ganancias (p.ej. requerimientos de altas reservas, etc.)
- Rentabilidad inflada por donaciones, subsidios u otros sucesos temporales o a corto plazo
- Alto riesgo de país necesita un amortiguador adicional para protegerse contra sucesos adversos

Si las altas utilidades benefician principalmente a los accionistas arriba de los niveles justificados por el contexto operativo (p.ej., después de tomar en cuenta la inflación, el riesgo de país, etc.), entonces las utilidades / metas de ganancias probablemente sean inconsistentes con las metas sociales.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique el ROA del proveedor y de los pares, si está disponible.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el ROA es mayor que el de los pares o <1% pero hay justificación válida, entonces la calificación puede ser 'sí'. Si la rentabilidad es <1% o negativa y no hay justificación válida, la respuesta será 'parcialmente' (si la tendencia no es consistente) o 'no', ya que la rentabilidad baja puede motivar preguntas sobre la sostenibilidad.



- Entrevistas con el Presidente ejecutivo y finanzas
- Índices financieros (ROA) del SIG, datos de pares. Las fuentes potenciales incluyen:
- La asociación profesional nacional
- La red internacional del proveedor, si se aplica
- Los inversionistas del proveedor
- MIX Market (solamente para suscriptores)

### INDICADOR 6D11

La remuneración del Presidente Ejecutivo/ Director General tiene en cuenta los resultados de su evaluación de desempeño (véase la norma esencial 2A.4).

#### **JUSTIFICACIÓN**

Basar la compensación en criterios de desempeño envía un fuerte mensaje acerca de la importancia de lograr esos criterios. La compensación del Presidente Ejecutivo / Director General debe tomar en cuenta los resultados de su evaluación, **incluyendo los criterios de desempeño social**. Las directrices para el estándar **2A3** discuten cómo evaluar el desempeño del Presidente Ejecutivo sobre la base de los criterios de desempeño social.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de los aspectos sobre los que se evalúa al Presidente Ejecutivo / Director General.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el Presidente Ejecutivo / Director General no es evaluado en términos de su desempeño, la respuesta es 'no'. Este indicador no puede responderse N/A. Verifique consistencia con **2A31**. Si la respuesta allí es 'no' entonces es 'no' para **6D11**.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Actas de la junta, formulario de evaluación



 Entrevistas con la junta, Presidente ejecutivo / Director general

Alinus

INDICADOR 6D12

Al determinar los niveles de remuneración de los altos directivos, el Presidente Ejecutivo/ Director General incorpora las metas de desempeño social.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El basar la compensación en criterios de desempeño envía un fuerte mensaje acerca de la importancia de alcanzar esos criterios. Los altos directivos deben ser evaluados en términos de las metas de desempeño financiero y social para motivarlos, fortalecer los valores corporativos vinculados con los objetivos sociales y asegurar el compromiso con la misión social.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de las metas de desempeño social que se toman en cuenta en la evaluación de los altos directivos y cómo tienen influencia en su compensación.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique la consistencia con **2B31**. Si la respuesta allí es 'no', entonces es 'no' en 6D12. Este indicador no puede responderse como N/A.

#### **EJEMPLO**

Vea el Ejemplo de campo 60. Cashpor incluye a la GDS en la determinación de los incentivos del Director Ejecutivo en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 216) donde verá un ejemplo de Cashpor.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Entrevistas con RH, el Presidente ejecutivo / el Director general

### INDICADOR 6D13

Si la remuneración de los altos directivos depende en parte de incentivos, estos toman en consideración la evaluación del desempeño social y financiero del directivo.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Basar los incentivos en los criterios de desempeño envía un fuerte mensaje acerca de la importancia de alcanzar esos criterios. La compensación basada en incentivos incluyendo los criterios de desempeño social ayudará a motivar a la gerencia y asegurar el compromiso con la misión social.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Proporcione ejemplos de los criterios usados para los incentivos y qué porción del salario se basa en incentivos.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si los incentivos se basan únicamente en el desempeño financiero, la respuesta es 'no', ya que este indicador ve los criterios sociales. Verifique consistencia con **2B31**, si la respuesta allí es 'no', entonces la respuesta aguí no puede ser 'sí'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Política de incentivos



 Entrevistas con RH

### INDICADOR 6D14

La junta revisa periódicamente la compensación del Presidente Ejecutivo/ Director General y de los altos directivos para asegurar que es comparable a la de proveedores con un compromiso social similar.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El revisar la compensación para asegurar que es comparable con las instituciones que tienen organizaciones similares con enfoque social es una manera de enfrentarse a la realidad y una verificación del alineamiento local con los objetivos sociales.

Si hay amplias diferencias (p.ej. se requiere un salario alto para atraer a alguien con un talento inusual que es crítico para el proveedor en ese momento), la junta debe determinar si la discrepancia está justificada.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Fuentes posibles de datos sobre niveles de compensación para instituciones similares: encuesta salarial realizada por consultores locales, datos obtenidos por medio de la red de microfinanzas nacional, datos obtenidos por medio de una organización que evalúa las prácticas de RH como Great Place to Work.

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique cuándo se realizó la última revisión y la fuente de información, ya que puede ser complejo obtener la información.

<u>Directrices para la calificación</u>: La revisión de los niveles de compensación debió haberse realizado en los últimos dos años para que cuente para este indicador.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



• Actas de la junta



- Entrevistas
   con la junta,
   el Presidente
   ejecutivo /
   Directores
   generales
- Entrevistas con RH

### INDICADOR 6D21

De conformidad con las **Normas Internacionales** de Información Financiera (IFSR, por sus siglas en inglés), el proveedor revela de manera transparente las remuneraciones a reguladores, evaluadores, donantes e inversores, previa solicitud.

#### **JUSTIFICACIÓN**

La divulgación de la compensación hace que el proveedor rinda cuentas por el establecimiento de niveles salariales que estén al nivel de las normas de la industria y que reflejen sus metas sociales.

Las NIIF/IFRS traen transparencia, rendición de cuentas y eficiencia a los mercados financieros y tienen el propósito de promover la confianza, el crecimiento y la estabilidad financiera a largo plazo en la economía global.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique a quién se ha divulgado la compensación.

### **FUENTES DE** INFORMACIÓN



 Entrevistas con RH, miembros de la junta / inversionistas

Alinus

INDICADOR 6D31

El proveedor calcula la diferencia entre la remuneración promedio anual de sus ejecutivos de alto nivel (p. ej. el Presidente Ejecutivo/ Director General, Director Financiero) y sus empleados de campo (oficiales de crédito).

#### **JUSTIFICACIÓN**

El proveedor debe asegurar que la brecha entre la compensación anual de sus ejecutivos de más alto nivel y sus empleados de campo sea apropiada y esté en línea con los objetivos sociales de la institución. Un proveedor puede encontrar que el salario promedio de sus cinco gerentes mejor pagados es 100 veces el de los oficiales de campo que reciben menos paga, lo cual motiva preguntas acerca de si la brecha salarial institucional refleja los valores institucionales de justicia y equidad.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique cómo se realiza el cálculo, por ejemplo "RH calcula regularmente la diferencia entre la compensación anual promedio de sus tres posiciones gerenciales más altas y las tres posiciones de campo más bajas, y establece un límite de 20".

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Entrevistas: RH, junta

### INDICADOR 6D32

La junta evalúa si la diferencia es coherente con los objetivos sociales del proveedor y el compromiso de tratar a los empleados responsablemente.

#### **JUSTIFICACIÓN**

El proveedor debe determinar cuál considera que es una brecha apropiada en la compensación dados sus objetivos sociales.

La experiencia muestra que un índice salarial de gerente a trabajador mayor de 1-20 debe ser motivo de preocupación y motivar a mayor discusión.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

<u>Columna de comentarios</u>: Especifique si la junta ha determinado cuál es un índice apropiado y detalle cuál es el índice establecido para el PSF.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si la junta ha discutido la brecha salarial real sin definir un índice, la respuesta es 'parcialmente'.

Si la junta ha evaluado la brecha y es mayor que 1-20, el PSF debe justificar si esto es consistente con sus metas sociales. Si no hay justificación válida, la respuesta es 'no'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Entrevista con RH, junta

# Microfinanzas verdes

Los lineamientos para las Microfinanzas verdes fueron desarrollados en coordinación con el Grupo de Microfinanzas y Acción Ambiental de la e-MFP (Plataforma Europea de Microfinanzas) bajo el liderazgo de los directores del grupo: Davide Forcella (YAPU Solutions), Geert Jan Schuite (ENCLUDE-Palladium) y Giulia Corso (MicroEnergy International).









INDICADOR 7A11

El proveedor formaliza a la protección ambiental en su misión y valores.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Formalizar la protección ambiental en la visión, misión objetivos sociales o declaración de valores hace que el proveedor rinda cuentas sobre este compromiso y promueve la planificación estratégica. Esta es una señal importante para los actores internos y externos, y proporciona un marco de acción para la organización misma.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique cómo y dónde (en qué documentos) se indica el compromiso con la protección ambiental. El término "ambiente" debe mencionarse directamente y no indirectamente.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: La pregunta debe responderse como SÍ, si se indica el ambiente al menos en uno de los siguientes aspectos: misión, visión y valor. No se necesitan los tres juntos.

La pregunta puede responderse como PARCIALMENTE si el proveedor puede justificar, con documentos escritos y entrevistas, que las consideraciones ambientales están incluidas en el concepto "social" y que el término "social" está presente en la misión, visión y valores.

#### **EJEMPLO**

La declaración de misión del Banco XAC (Mongolia) es la siguiente: "Ser socio de nuestros clientes para toda la vida proporcionando soluciones financieras de valor agregado y adoptando los más altos estándares de la misión de triple propósito: Personas, planeta y prosperidad."



- Estrategia/plan de negocios
- Sitio en la red

### INDICADOR 7A12

El proveedor dispone de una política ambiental de carácter formal que especifica sus objetivos ambientales, las metas y los indicadores.

#### **JUSTIFICACIÓN**

La definición clara de objetivos, metas e indicadores hace posible medir si la estrategia ambiental se está alcanzando. La existencia de una política ambiental muestra el compromiso estratégico de una institución.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

El documento formal por escrito donde se define la política. Especifique los objetivos, las metas y los indicadores utilizados.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Para responder SÍ, la institución debe contar con una política formal por escrito, en lugar de una informal o una oral. Si la política es informal, pero es posible verificar que existen indicadores, objetivos y metas y son conocidos en la institución, entonces la respuesta puede ser PARCIALMENTE.

#### **EJEMPLO**

Vea la Tabla 12. Ejemplo de objetivos, metas e indicadores verdes en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 75).

El PSF Amret de Camboya tiene una política formal social y ambiental, así como procedimientos, que pueden identificar los riesgos/impactos sociales y ambientales asociados con sus operaciones y las actividades de negocio de sus clientes. La política y los procedimientos tienen la intención de ofrecer directrices y capacitación para la implementación con el propósito de minimizar los impactos negativos relacionados con la sostenibilidad social y ambiental. Para asegurar su desempeño eficaz, la política y los procedimientos se han integrado al sistema existente de evaluación de préstamos y a los procedimientos operativos estándar (solicitud, evaluación, contratación y desembolso de préstamos, y recuperación y monitoreo). Vea https://amret.com.kh/index.php/homeen/spm3



- Estrategia/plan de negocios
- Informes del SIG

INDICADOR 7A21

El proveedor tiene una persona o un comité designado para gestionar las cuestiones ambientales.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Tener una persona o comité dedicado a la tarea de gestionar las cuestiones ambientales mejora las probabilidades de lograr progresos. Esto muestra que hay alguien en la institución que rinde cuentas por la gestión de la dimensión ambiental. Mientras que la alta gerencia debería ser finalmente la responsable por el logro de los objetivos ambientales, puede ser que les falte la experiencia o las herramientas para hacerlo. Muchos proveedores han encontrado que es útil asignar a una función dedicada para el apoyo a la gerencia en la toma de decisiones; por ejemplo, un gerente ambiental dedicado a definir y monitorear los objetivos ambientales.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique a la persona o el comité y cuál es el papel que juega la persona o el comité en la supervisión de la estrategia ambiental.

Las actividades de desempeño ambiental podrían incluir:

- Trabajar con la gerencia para crear una estrategia ambiental para la organización que incluya objetivos, metas e indicadores verdes. Monitorear el progreso hacia estas metas.
- Desarrollar una lista de exclusión ambiental: una lista de los negocios que la institución no financiará, sobre la base de su impacto dañino al ambiente.
- Apoyar a los oficiales de campo para que apliquen la lista de exclusión de la institución (por ejemplo, capacitación sobre cómo evaluar los negocios de los clientes en términos de su impacto ambiental).
- Monitoreo y evaluación del impacto ambiental propio de la institución.
- Traer productos verdes a la cartera de la institución (por ejemplo, productos de préstamo de energía limpia).
- Reportar a las partes interesadas externas sobre el progreso de la institución hacia los objetivos verdes.
- Monitorear que el valor ambiental sea considerado en las actividades, procesos, gestión de riesgo y decisiones de la institución.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Para responder SÍ, al menos una persona debe dedicar parte de su tiempo a la gestión de temas ambientales. Si hay un compromiso informal y puede proporcionarse evidencia que lo demuestre, entonces puede responderse PARCIALMENTE.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



Entrevistas
 con el Director
 Ejecutivo/ director
 administrativo

### INDICADOR 7A22

El proveedor informa sobre su desempeño y las prácticas del medio ambiente a través de:

- Informes internos (a la junta directiva, a los inversores)
- Informes públicos (informes anuales)

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los informes regulares permiten al proveedor rastrear el progreso y monitorear la estrategia ambiental. Además, hacen que la institución rinda cuentas de sus actividades y logros ambientales interna y externamente.

También muestra que la institución está realmente dispuesta a mostrar su marca ambiental.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Columna de comentarios: Especifique el tipo de informes que se rinden y la frecuencia.

<u>Directrices para la calificación/N/A</u>: Para responder SÍ a la pregunta, el proveedor debe proporcionar documentos que informen sobre el desempeño ambiental, las resiliencias climáticas o productos y servicios ambientales/verdes del proveedor. Si los informes no se rinden regularmente o si se han rendido una sola vez, la pregunta debe responderse PARCIALMENTE.

#### **EJEMPLO**

Vea el Ejemplo de campo 14. ACLEDA Bank informa sobre los indicadores de desempeño ambiental en la <u>Guía de Implementación de los Estándares Universales</u> (página 76).



- Informes gerenciales
- Informes anuales

#### Alinus

INDICADOR 7B11

El proveedor implementa varias acciones en la sede y en las agencias, para: mejorar la eficiencia energética, utilizar fuentes de energía renovables, reciclar los residuos y / o reducir el consumo de energía, de agua, de papel, de combustible, y la producción de residuos y / o emisiones de gases de efecto invernadero.

### **VERDE**

#### **JUSTIFICACIÓN**

Parte de la definición e implementación de una estrategia ambiental es gestionar los riesgos ambientales, tanto interna como externamente. Este indicador se refiere a los riesgos ambientales internos y evalúa qué está haciendo el PSF para reducir su huella ecológica: papel, uso de agua y energía, residuos, emisiones de carbono, etc.

Esto es importante para demostrar que el PSF en realidad está comprometido directamente y no solamente pide a sus clientes que se comprometan. También ayuda al PSF a hacer conciencia entre el personal.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique si hay procesos y/o mecanismos internos implementados para reducir el consumo de papel, agua y energía, reducir/tratar los residuos y/o reducir las emisiones de carbono. Además de los procesos o mecanismos formalizados, otras acciones pueden incluir el concienciar a los empleados sobre las buenas prácticas en el consumo de papel, agua y energía, el manejo de residuos, etc.

Directrices para la calificación: La respuesta debe ser SÍ si se ha implementado más de una acción; PARCIALMENTE si solo se ha implementado una acción. Si no hay nada formalizado, entonces la respuesta es NO.

Este indicador evalúa los esfuerzos para reducir la huella ecológica y el 7B12 evalúa si hay metas para monitorear el progreso en esos esfuerzos. Si hay procesos o mecanismos implementados, pero no hay sistema de monitoreo, este todavía puede calificarse como 'Sí'.

#### **EJEMPLO**

Acleda Bank, Camboya, vea https://www.acledabank.com.kh/kh/eng/bp\_sustainabilityreport

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Entrevistas con todos los empleados

### INDICADOR 7B21

El proveedor realiza un seguimiento del cumplimiento de varias metas cuantitativas establecidos para el uso de energía, el consumo de agua, el consumo de papel, consumo de combustible, la producción de residuos y / o emisiones de gases de efecto invernadero en la sede y en las sucursales.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Parte de la definición e implementación de una estrategia ambiental es gestionar los riesgos ambientales, tanto interna como externamente. Este indicador se refiera a los riesgos ambientales internos y evalúa qué está haciendo el PSF para dar seguimiento a los esfuerzos para reducir su huella ecológica.

Este revela si el PSF realmente verifica y revisa si se logran sus compromisos ambientales internos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique los informes gerenciales que dan seguimiento a las metas cuantitativas, con qué frecuencia y cómo se usa la información.

<u>Directrices para la calificación</u>: Debe darse seguimiento a dos o más metas para calificar con 'SÍ'. Si solo se da seguimiento a una meta, entonces la calificación es 'PARCIALMENTE'. Si se da seguimiento al progreso, pero solo a nivel cualitativo (el proveedor no puede proporcionar cifras detalladas), califique PARCIALMENTE y especifique en la columna de comentarios.

#### **EJEMPLO**

Vea https://www.acledabank.com.kh/kh/eng/bp sustainabilityreport

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Informes gerenciales sobre la huella ecológica

### Alinus

INDICADOR 7C11

El proveedor utiliza herramientas específicas para evaluar los riesgos ambientales asociados a las actividades de sus clientes.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Parte de la definición e implementación de una estrategia ambiental es gestionar los riesgos ambientales, tanto interna como externamente. Este indicador se refiere a los riesgos ambientales externos, es decir, los impactos ambientales negativos en las actividades de los clientes. Por ejemplo:

Actividad	Riesgo asociado
Usar carbón para actividades productivas	Riesgo de enfermedades respiratorias, polución en el hogar, deforestación
Cortar o quemar árboles para la agricultura	Uso insostenible de los recursos naturales, rendimientos más bajos a mediano plazo, erosión
Uso de baterías secas, queroseno o diesel para sus necesidades de energía	Polución, vulnerabilidad a la fluctuación de precios de combustibles, costos altos
Uso de pesticida químico	Intoxicación, contaminación de arroyos, exposición a la fluctuación en los precios de energía
Tirar desechos/basura en el ambiente o tener actividades que contaminen los ríos	Polución local, propagar enfermedades por plagas

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique el tipo de herramienta usada para evaluar el nivel de riesgos ambientales de las actividades de los clientes. Pueden usarse diversas herramientas, por ejemplo:

- Lista de exclusión lista de las actividades que la IMF se rehúsa a financiar debido a que son dañinas para el ambiente.
- Lista de clasificación de riesgo ambiental clasificar las actividades de acuerdo al nivel de riesgo ambiental (riesgo alto, medio o bajo). Vea el ejemplo en el indicador **7C21**.
- Lista de verificación del riesgo ambiental un cuestionario que permite a los oficiales de crédito evaluar los riesgos ambientales clave para cada cliente.
- Hoja de datos de riesgo ambiental por sector herramienta que presenta los riesgos ambientales clave y las soluciones de mitigación por sector de actividad.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el PSF solamente evalúa el riesgo ambiental de parte de su cartera (por ejemplo, préstamos individuales o préstamos por arriba de cierta cantidad), tome nota de esto en la sección de comentarios.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Entrevistas con oficiales de crédito, gerentes de agencia



- Formato de evaluación de préstamo
- Manual de crédito

Si, por ejemplo, los préstamos individuales tienen una evaluación de riesgo y los préstamos grupales están sujetos a esfuerzos de concientización, la calificación puede ser 'SÍ'. Si no se hace nada para concienciar a los préstamos grupales, la calificación es 'PARCIALMENTE'.

Si el PSF solamente evalúa el riesgo ambiental de parte de su cartera (por ejemplo, préstamos individuales o préstamos por arriba de cierta cantidad), tome nota de esto en la sección de comentarios. Si, por ejemplo, solamente una parte de la cartera se evalúa en términos de los riesgos ambientales, asegúrese de que los oficiales de crédito que tratan con este tipo de préstamos estén capacitados.

#### **EJEMPLOS**

#### Lista de exclusión

Una lista de exclusión sólida debería incluir: (a) actividades reguladas o prohibidas según acuerdos internacionales y leyes nacionales; (b) actividades que pueden dar lugar a problemas ambientales/sociales significativos o que lleven a una reacción pública significativamente adversa.

Sonata Finance Pvt. Ltd (India) aplica una Lista de exclusión ambiental a los negocios de los clientes.

#### Lista de verificación del riesgo ambiental

Partner, Bosnia y Herzegovina, además de su formulario regular de solicitud de préstamo, los oficiales de crédito deben llenar una lista de verificación del riesgo ambiental para cada cliente que solicite un préstamo. Este formulario consiste en una lista de 20 preguntas de respuesta múltiple. Su objetivo es evaluar si las actividades de los clientes conllevan riesgos ambientales relacionados, en particular, al uso de químicos y el manejo de desechos.

Se proporciona una calificación a cada cliente de acuerdo con las respuestas provistas. Cuando la calificación es demasiado baja, los clientes podrían considerarse no elegibles. Los clientes que no cumplen plenamente con los estándares ambientales, pero son elegibles para un préstamo, tienen un período para cambiar sus procesos de negocios, procedimientos o metodología para respetar los criterios ambientales. Tres meses después del desembolso del préstamo, los oficiales de crédito monitorean el progreso del cliente aplicando el mismo formulario ambiental nuevamente.

#### Hoja de datos del riesgo ambiental por sector

FMO ha publicado una metodología de Directrices para la Gestión Ambiental y Social para las IMF. La Parte B, Guía de Campo incluye hojas de datos de muestra por sector: http://www.fmo.nl/esg-tools

INDICADOR 7C12

El proveedor capacita a los oficiales de crédito sobre cómo evaluar los riesgos ambientales de las actividades de sus clientes.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los oficiales de crédito no necesariamente tienen experiencia en la evaluación de los riesgos ambientales y deben ser capacitados para identificar y evaluar los riesgos ambientales por medio del uso de herramientas adoptadas por el PSF, tales como las listas de exclusión, las listas de clasificación de riesgos, las listas de verificación, etc. (vea una lista de ejemplos en **7C11**).

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Especifique cómo y cuándo se capacita a los empleados. Verifique cómo se integran los puntos de verificación ambientales en los formularios y procedimientos de solicitud y contratación. Verifique que el riesgo ambiental se distinga claramente del riesgo social.

<u>Directrices para la calificación</u>: Si los riesgos ambientales no se distinguen claramente de los riesgos sociales, pero el proveedor puede mostrar evidencia de que los riesgos ambientales son parte de la capacitación sobre la responsabilidad social de los oficiales de crédito, califique PARCIALMENTE.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación para los empleados



 Entrevistas con RH, empleados de campo

INDICADOR 7C21

El proveedor clasifica las solicitudes de crédito de acuerdo con el nivel de riesgo ambiental y aplica procedimientos específicos de acuerdo a diferentes categorías de riesgo.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Evaluar el nivel de riesgo ambiental (indicador 7C11) es importante, pero para realmente gestionar estos riesgos, deben tomarse en cuenta los resultados de la evaluación en las decisiones relacionadas con los préstamos. Debe haber consecuencias para los prestatarios cuyas actividades presentan altos niveles de riesgo ambiental.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique las medidas implementadas por la IMF para gestionar los riesgos externos identificados por medio de la evaluación de riesgo. Las medidas pueden incluir lo siguiente:

- Excluir las solicitudes de préstamo dañinas al ambiente.
- Limitar la exposición de la cartera permitiendo que solamente cierto porcentaje de la cartera total vaya a actividades con riesgo ambiental;
- Incluir cláusulas ambientales en el contrato de préstamo para requerir a los clientes que mejoren sus prácticas ambientales / mitiguen los riesgos;
- Concienciar / capacitar a los clientes sobre la mitigación de riesgos y buenas prácticas ambientales

<u>Directrices para la calificación</u>: Si el PSF solamente evalúa el riesgo ambiental de una parte de su cartera (por ejemplo, préstamos individuales o préstamos arriba de cierta cantidad), tome nota de esto en la sección de comentarios. Por ejemplo, si la política es solo evaluar riesgos y clasificar las solicitudes de préstamos individuales y esto se hace eficazmente, la calificación puede ser 'SÍ'. Si el PSF solamente clasifica las solicitudes de préstamos de acuerdo con el nivel de riesgo ambiental, pero no aplica procedimientos específicos de acuerdo a cada categoría de riesgo, califique PARCIALMENTE.

#### **EJEMPLO**

#### Lista de clasificación de riesgo ambiental:

Baobab Group clasifica las actividades de los clientes de acuerdo con su nivel de riesgo ambiental como sigue:

- Categoría A: actividades que ocasionan daño al ambiente de manera directa, con poca seguridad y condiciones de trabajo inapropiadas (por ejemplo, curado de cueros, teñido de textiles, herrería, fabricación de ladrillo, fabricación de carbón, etc.)
- > Categoría B: actividades que ocasionan daño indirecto al ambiente, con impacto indirecto en la seguridad y las condiciones de trabajo (por ejemplo, agricultura, pesca, transporte, etc.)
- > Categoría C: actividades con impacto mínimo (por ejemplo, comercio a pequeña escala, etc.). El financiamiento de actividades en la Categoría A está prohibido.

El límite superior del financiamiento de las actividades en la Categoría B oscila entre el 10 al 30% de la cartera total (dependiendo de la afiliada).

## FUENTES DE INFORMACIÓN



- Política de crédito
- Solicitud de préstamo



 Entrevistas con gerentes de agencia, oficiales de crédito

Alinus

INDICADOR 7C31

El proveedor realiza actividades para concienciar a los clientes sobre los riesgos ambientales asociados con las actividades de ellos y sobre las buenas prácticas para mitigar riesgos.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los PSF pueden decidir promover las prácticas verdes por medio de esfuerzos de concienciación con los clientes sobre los riesgos ambientales. Esto puede incluir hablar sobre los riesgos más comunes asociados con los tipos más comunes de actividades financiadas y cómo mitigarlos. La concienciación puede realizarse por medio de una capacitación formal o puede estar integrada en los puntos de contacto existentes con los clientes.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique cuándo y cómo se realiza la concienciación. Verifique cualquier material o documentos de capacitación que puedan usarse. El personal involucrado en los esfuerzos de concienciación debe tener claro los mensajes clave que deben comunicarse a los clientes, incluso si estos esfuerzos se realizan de manera informal.

Verifique que el tema ambiental realmente se discuta y no solo se mencione como uno de muchos temas que se discutirán.

Por favor, tome nota que este indicador evalúa la concienciación sobre los riesgos. El indicador **7D33** evalúa si el proveedor ofrece capacitaciones formales a sus clientes, directamente o en asociación con otras organizaciones, sobre **prácticas o negocios amigables con el ambiente**. El indicador **7D33** tiene que ver con el apoyo para establecer e implementar productos ambientales financieros y no financieros.

Directrices para la calificación: Si el PSF considera que realiza esfuerzos de concienciación, pero no hay formalización de los mensajes clave o capacitación al personal del PSF para que se comunique de manera consistente, entonces la calificación puede ser 'PARCIALMENTE'. Si la concienciación se enfoca en prácticas amigables con el ambiente, pero no en los riesgos, la calificación es 'NO'.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación



 Entrevistas con gerentes de agencia, oficiales de crédito Alinus

INDICADOR 7D11

El proveedor ofrece productos de crédito especialmente para financiar las energías renovables (EERR) y la eficiencia energética (EE).

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los productos de crédito que financian las energías renovables (EERR) y las tecnologías de eficiencia energética (EE) ayudan a abordar un riesgo ambiental y social importante en los contextos donde las fuentes de energía son caras, poco confiables, contaminantes y a veces peligrosas para la salud de las personas (por ejemplo, estufas de leña). Debido a que las tecnologías de EERR y EE frecuentemente involucran un costo inicial significativo (especialmente para los hogares pobres), el financiamiento de tales tecnologías ofrece una oportunidad para que los PSF diversifiquen su línea de productos mientras que promueven soluciones de energía verde.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique las descripciones de productos. Los productos pueden incluir el financiamiento de aparatos de EERR y EE, tales como soluciones solares fotovoltaicas, digestores de biogás, secadoras solares, calentadores solares de agua, estufas mejoradas, aislamiento, refrigeradoras o aire acondicionado eficientes en el uso de energía, mini-redes a gran escala.

Verifique si el PSF tiene un producto de crédito específico para financiar las RREE o EE, o si financia las RREE o EE con productos de crédito no dedicados/no específicos: capital de trabajo, préstamos de consumo, etc.

<u>Directrices para la calificación</u>: Para calificar SÍ, es suficiente que el PSF tenga un producto de crédito específico para al menos una tecnología: EERR o EE, no se requieren ambas.

Si el PSF financia EERR o EE con préstamos no dedicados/no específicos, la calificación debe ser PARCIALMENTE, si puede demostrar de manera suficiente ejemplos de dispositivos EERR o EE que están siendo financiados con productos de crédito no dedicados.

#### **EJEMPLOS**

ESAF, India, proporciona a los clientes rurales soluciones de energía solar, estufas eficientes y filtros de agua. XacBank LLC, Mongolia, posee un Programa de productos ecológicos. Para mayor información, consulte <a href="http://www.e-mfp.eu/sites/default/files/resources/2015/01/5thEuropean Microfinance Award brochure\_final.pdf">http://www.e-mfp.eu/sites/default/files/resources/2015/01/5thEuropean Microfinance Award brochure\_final.pdf</a>

Vea el <u>Catálogo de productos e-MFP</u> donde encontrará una lista de dispositivos de EERR y EE que los PSF pueden considerar financiar con el propósito de mejorar la calidad de vida y generar ahorros económicos en los hogares de los microempresarios.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Descripciones de productos



Entrevistas
 con jefes de
 operaciones,
 gerentes de
 agencia, oficiales
 de crédito

INDICADOR 7D21

El proveedor ofrece productos de préstamos específicos u otros productos financieros dedicados a promover la agricultura sostenible o climáticamente inteligente.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los pequeños productores son particularmente vulnerables en lo que respecta a enfrentar los efectos del cambio climático. Además, sus prácticas pueden tener un impacto negativo en el ambiente: tala de árboles, uso de químicos, etc., lo cual también puede tener impactos negativos sobre la salud. Las temperaturas elevadas y el clima errático, como las inundaciones y las sequías, pueden llevar a la pérdida de producción, productividad reducida, pérdida de infraestructura, erosión de los suelos y reducción de la seguridad alimentaria. El ofrecer productos financieros que promuevan la agricultura sostenible o climáticamente inteligente ofrece una oportunidad para que los PSF ayuden a los clientes a ser más resilientes ante los choques ambientales y el cambio climático, y apoyar en la producción de suelos, la conservación de recursos naturales y mejores rendimientos.

#### **DEFINICIÓN**

La agricultura climáticamente inteligente es un enfoque para transformar y reorientar los sistemas agrícolas para que apoyen eficazmente el desarrollo y aseguren la seguridad alimentaria en un clima cambiante (definición de FAO). La agricultura sostenible y climáticamente inteligente incluye prácticas como producción orgánica, agricultura de conservación, agrosilvicultura, control natural de plagas, asociaciones de cultivos, etc. La agricultura climáticamente inteligente debe lograr tres objetivos: mejorar la productividad, mejorar la resiliencia climática, reducir el impacto en el ecosistema.

Observe que la agricultura climáticamente inteligente puede no ser sostenible, por ejemplo, puede reducir las emisiones de carbono, pero afectar el ambiente en términos de la pérdida de biodiversidad.

También observe que la agricultura sostenible puede tener impacto positivo en el ambiente, pero puede no necesariamente aumentar la resiliencia climática (y no ser climáticamente inteligente), por ejemplo, la promoción de producciones orgánicas sobre la base de cultivos vulnerables a las fluctuaciones de temperatura.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique las descripciones de los productos. Los productos pueden incluir préstamos para diversificación, semillas adaptadas, adaptación basada en el ecosistema, viveros, depósitos de agua, fertilizantes orgánicos, agrosilvicultura, silvopastura, irrigación por goteo, etc. Por favor observe que este indicador evalúa el préstamo u otros productos financieros, pero no incluye el microseguro, el cual se evalúa en el 7D32.

Asegúrese de verificar si el PSF tiene productos de crédito **específicos** para financiar la agricultura sostenible o climáticamente inteligente, o si aborda la agricultura sostenible o climáticamente inteligente con productos de crédito no dedicados/no específicos: capital de trabajo, préstamos de inversión, etc.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Descripciones de productos



 Entrevistas con jefe de operaciones, gerentes de agencia, oficiales de crédito

<u>Directrices para la calificación</u>: Los productos financieros deben tener el objetivo explícito de promover la agricultura sostenible o climáticamente inteligente para calificarse 'SÍ'.

Para calificar SÍ es suficiente que el PSF tenga un producto de crédito específico para al menos una actividad: agricultura sostenible o climáticamente inteligente, no ambas.

Si el PSF ofrece microseguro agrícola pero ningún otro producto relacionado con la agricultura climáticamente inteligente, entonces la respuesta acá es 'NO' y el producto de microseguro se evalúa en el **7D32**.

Si el PSF aborda la agricultura sostenible o climáticamente inteligente con préstamos no dedicados/no específicos, la calificación debe ser PARCIALMENTE.

Si el PSF no aborda la agricultura sostenible o climáticamente inteligente con productos específicos o sus productos estándar, pero consistentemente mide el riesgo de la degradación\* del clima o del ecosistema en las actividades de los clientes, califique PARCIALMENTE. (El poder medir los riesgos del clima y el ecosistema para las prácticas agrícolas es el punto de partida para el desarrollo de productos adaptados para compensar estos riesgos.)

\*Esto se refiere a los riesgos de que el cambio climático o el ecosistema degradado pudieran afectar las actividades de los clientes y, por lo tanto, se vuelve un riesgo crediticio para el PSF. Esto NO se refiere a los riesgos ambientales de una actividad del cliente (abordado en el indicador **7C11**).

#### **EJEMPLOS**

<u>FDL Nicaragua</u> promueve la agricultura sostenible con una gama de productos de crédito verdes para establecer o renovar plantaciones, conservación de la biodiversidad, adaptación al cambio climático, agrosilvicultura, silvopastura. <u>Kompanion</u>, Kirguistán, proporciona a los ganaderos préstamos vinculados a un programa de capacitación sobre gestión y preservación de pastizales.

Alinus

INDICADOR 7D31

El proveedor ofrece productos de crédito específicamente dirigidos a fomentar otras prácticas y actividades respetuosas con el medioambiente (p.ej. reciclaje, gestión de residuos, saneamiento del agua, etc.).

#### **JUSTIFICACIÓN**

Ofrecer productos financieros que promuevan las prácticas respetuosas con el ambiente brinda una oportunidad para que los PSF diversifiquen su gama de productos y se expandan a nuevos mercados mientras que contribuyen a la conservación ambiental. Aquí consideramos préstamos que NO están dedicados a las EERR o EE o a la agricultura sostenible o climáticamente inteligente: es decir, créditos verdes que no se vinculan con la energía o la agricultura.

Estas son actividades complementarias a las consideradas en: 7D21 y 7D11.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique las descripciones de los productos. Las actividades respetuosas con el ambiente incluyen el reciclaje, el manejo de desechos, el ecoturismo, etc.

<u>Directrices para la calificación</u>: Verifique si el PSF tiene un producto de crédito específico para financiar las prácticas respetuosas con el ambiente o si financia tales prácticas con productos de crédito no específicos, como capital de trabajo o préstamos de inversión.

Si se usan productos no específicos, pero el PSF puede demostrar que éstos se utilizan para financiar prácticas respetuosas con el ambiente, entonces califique PARCIALMENTE.

#### **EJEMPLOS**

Cómo funcionan las microfinanzas verdes: un taller de enderezado y chapistería de Zimbabue se beneficia de una solución con triple propósito: mejora para el ambiente, mejora para la salud y mejora para el desempeño financiero de la compañía. <a href="https://youtu.be/55jZwWsylfw">https://youtu.be/55jZwWsylfw</a>

Cómo funcionan las microfinanzas verdes: una fábrica de mantequilla de maní de Zimbabue se beneficia de una solución con triple propósito: mejora para el ambiente, mejora para la salud y mejora para el desempeño financiero de la compañía. https://youtu.be/glyn76W3u5U

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Descripciones de productos



Entrevistas
 con el jefe de
 operaciones,
 gerentes de
 agencia, oficiales
 de crédito

### INDICADOR 7D32

El proveedor ofrece, directamente o mediante una compañía de seguros de terceros, productos de microseguros agrícolas o climáticos que contribuyan a ayudar a los clientes a ser más resistente a los choques del medio ambiente o el cambio climático.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los productos de microseguro pueden jugar un papel crítico en contrarrestar parte del impacto de las amenazas climáticas como las temperaturas excesivas, los niveles de precipitación excesivos o erráticos y los efectos resultantes (en los cultivos, los suelos, el control de plagas, etc.). El ofrecer microseguro directamente o por medio de un asegurador de terceros ofrece una oportunidad para que el PSF diversifique su gama de productos y se expanda a nuevos mercados mientras que ayuda a los clientes a mitigar los riesgos de los choques ambientales y el cambio climático.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Verifique la descripción del producto de microseguro. Verifique el contrato con la compañía de seguro o reaseguro y los papeles de cada parte.

Verifique que la existencia del seguro no motive al financiamiento de prácticas insostenibles a nivel de riesgo de impacto ambiental o cambio climático.

<u>Directrices para la calificación</u>: Es importante que el producto de seguro cubra específicamente los riesgos climáticos y agrícolas, y no solamente otros riesgos generales como: muerte, salud, etc. Si el seguro no cubre específicamente los riesgos climáticos o agrícolas, califique como NO.

Si el PSF puede proporcionar evidencia (documentos, eventos anteriores, etc.) de que un producto de seguro que no es específico para los riesgos climáticos o agrícolas ha podido cubrir pérdidas de un suceso agrícola o climático, califique PARCIALMENTE.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Descripciones de productos



Entrevistas
 con el jefe de
 operaciones,
 gerentes de
 agencia, oficiales
 de crédito

INDICADOR 7D33

El proveedor ofrece capacitaciones a sus clientes (ya sea directamente o en colaboración con organizaciones dedicadas al medioambiente) sobre prácticas o empresas respetuosas con el medioambiente.

#### **JUSTIFICACIÓN**

Los PSF pueden decidir promover prácticas verdes y modelos de negocios respetuosos con el ambiente por medio de capacitaciones formales con el propósito de aumentar la comprensión y preparar el mercado para nuevas oportunidades.

El motivar a los clientes a involucrarse en prácticas o tecnologías ambientalmente sostenibles puede requerir capacitación o reforzar las capacidades del PSF en sí.

La capacitación sobre cómo medir los riesgos ambientales o climáticos debe transferirse a los clientes. En particular, los clientes deben ser capacitados sobre cómo usar las nuevas tecnologías verdes y cómo involucrarse en prácticas verdes nuevas/mejoradas. Los clientes frecuentemente son nuevos en tales prácticas y tecnologías y debe proporcionárseles capacitación para asegurar la implementación y el uso correctos, y así aumentar la probabilidad de tener resultados positivos.

#### **EVIDENCIA QUE DEBE PROPORCIONARSE**

Los materiales de capacitación, el plan de capacitación, la descripción de cualquier relación con socios. El PSF debe proporcionar evidencia de que la capacitación aborda específicamente las prácticas o negocios respetuosos con el ambiente.

Directrices para la calificación: Si el PSF no tiene capacitación específica sobre prácticas o negocios respetuosos con el ambiente, pero puede proporcionar evidencia de que los temas se incluyen con cierta profundidad (NO concienciación) en capacitaciones más generales, entonces califique PARCIALMENTE.

## FUENTES DE INFORMACIÓN



 Materiales de capacitación



 Entrevistas con los clientes