



## Foro Nicaragüense de Microfinanzas

**Inclusión Financiera**  
para un mayor  
desarrollo  
económico y  
social



**24 y 25 de Agosto**  
Centro de convenciones  
Crown Plaza



Foro Nicaragüense  
de Microfinanzas



**Inclusión Financiera**  
para un mayor desarrollo económico y social

**Directora para Latinoamérica**

**Cara S. Forster**

**Social Performance Task Force**



## Objetivos y estructura de la sesión

- Marcos internacionales de Protección al Cliente y la Gestión del Desempeño Social (GDS)
- Indicadores para medir y reportar la implementación de estos marcos
- Marco y indicadores para medir los resultados sociales en las vidas de los clientes
- Retos y oportunidades para la GDS en la región

3

Hay 19 Estándares, Universales organizados en seis dimensiones.

Describen practicas gerenciales para traducir la misión a la practica.



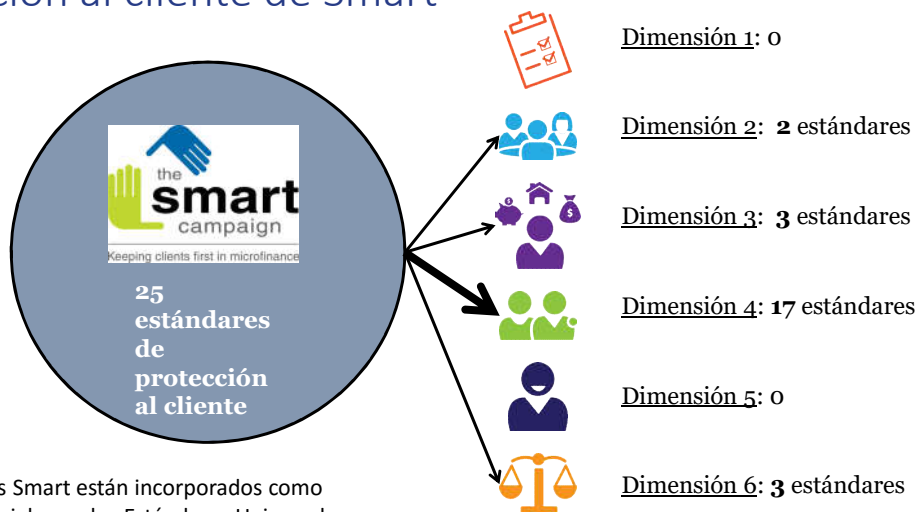
## Hay siete Principios de Protección al Cliente

Son para “no hacer daño” a los clientes mediante sus servicios financieros



1. Diseño y distribución apropiada de productos
2. Prevención del sobreendeudamiento
3. Transparencia
4. Precios responsables
5. Trato justo y respetuoso de los clientes
6. Privacidad de los datos del cliente
7. Mecanismos para resolución de quejas

## Integración en Estándares Universales de las normas de protección al cliente de Smart



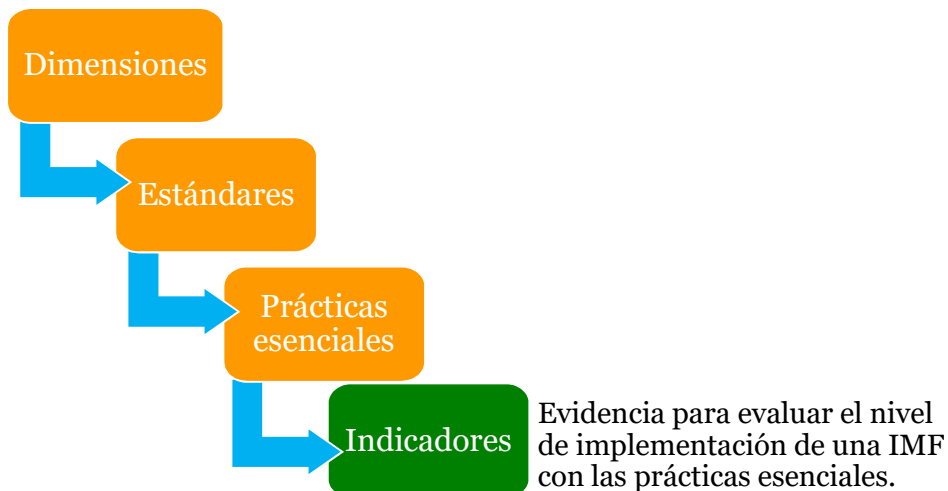
Los estándares Smart están incorporados como practicas esenciales en los Estándares Universales.

## Objetivos y estructura de la sesión

- Marcos internacionales de Protección al Cliente y la GDS
- Indicadores para medir y reportar la implementación de estos marcos
- Marco y indicadores para medir los resultados sociales en las vidas de los clientes
- Retos y oportunidades para la GDS en la región

7

## Se evalúa los estándares según sus indicadores



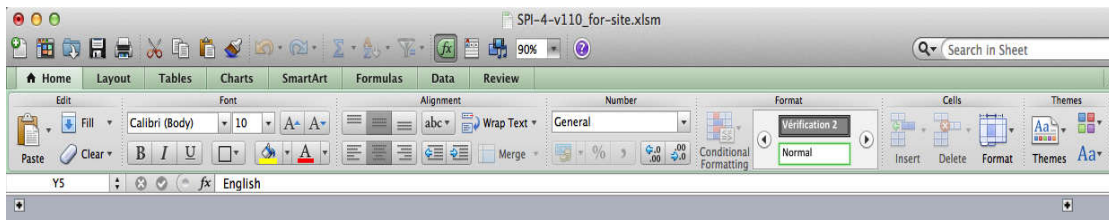


## Ejemplo: Indicadores para la Práctica Esencial 5a.3

Práctica esencial	5a3	La institución acepta y responde a las quejas de los empleados mediante un sistema de quejas formal y confidencial.
Indicador	5a3.1	La institución dispone de un mecanismo formal de quejas que permite a los empleados expresar sus preocupaciones laborales de manera confidencial.
Indicador	5a3.2	Los empleados utilizan el mecanismo activamente.
Indicador	5a3.3	La institución facilita, o tiene un procedimiento para asegurar, la justa resolución de quejas del personal.



## Para evaluar, utilizamos la herramienta de auditoria social



Beta version 1.1.0 (Sept. 2014)

**SPI4 - Social Performance Indicators**

The SPI4 assesses the ability of an institution to achieve its social mission. Structured around the six Dimensions of the Universal Standards for Social Performance Management, which include the Client Protection Certification Standards, the SPI4 is also compatible with MIX social performance data collection requirements.

PLEASE REMEMBER TO ACTIVATE THE MACROS BEFORE STARTING!

Select your language:

**1 - INDICATE YOUR CONTACT INFORMATION**

Date of completion:

Contact person from the FI:

Position:

Organization:

Country:

Tel:

Email:

*The SPI4 will automatically open to the Core Questionnaire. The Core Questionnaire assesses the Universal Standards (which include the Client Protection Standards). If you have a specific mission focus, you can add modules for a deeper analysis in this area. The current version (1.1.0) includes Green and Gender modules. SPI3 and the Poverty lenses will be finalized in few weeks (version 1.1.1). Other lenses are under construction and should be available early 2015 (version 1.2).*

*If you have already filled in other Social Performance Assessment tools that are compatible with SPI4, you can import your answers or scores. Please click on the relevant button to go to a page where you will find detailed instructions.*

**2 - ADAPT TO YOUR MISSION FOCUS ...**

**3 - IMPORT FROM OTHER TOOLS**

**4 - FILL IN THE INFORMATION**

ORGANIZATION INFORMATION

QUESTIONNAIRE

**5 - SEE THE RESULTS**

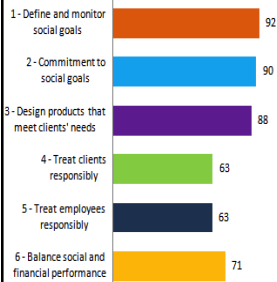
UNIVERSAL STANDARDS

Smart Campaign



# Informe de SPI4

USSPM



## Dos formatos:



Por dimensión



Puntaje de 100 para cada practica esencial

Level	Number	Label	Score
<b>Dimension</b>	<b>1</b>	<b>DEFINE AND MONITOR SOCIAL GOALS</b>	<b>56</b>
<b>Standard</b>	<b>1.a</b>	<b>The institution has a strategy to achieve its social goals.</b>	<b>60</b>
Essential Practice	1.a.1	The institution's strategy includes a formal mission statement, which includes increasing access to financial services for vulnerable or excluded target groups and creating benefits for these clients.	75
Essential Practice	1.a.2	The institution's strategy defines the specific characteristics of its target clients.	83
Essential Practice	1.a.3	The institution's strategy defines social goals.	50
Essential Practice	1.a.4	The institution's strategy defines measurable social targets for client-level outputs and outcomes.	50
Essential Practice	1.a.5	The institution's strategy defines social indicators to measure progress toward social goals.	90
Essential Practice	1.a.6	The institution's strategy articulates how its products, services, delivery models and channels will achieve its social goals.	75
<b>Standard</b>	<b>1.b</b>	<b>The institution collects, reports, and ensures the accuracy of client-level data that are specific to the institution's social goals.</b>	<b>82</b>
Essential Practice	1.b.1	The institution collects data for each of its social goals and the MIX social performance data.	50
Essential Practice	1.b.2	The institution has protocols for the collection, quality control, analysis, and reporting of social performance data.	44
Essential Practice	1.b.3	The institution ensures the quality of the data collected by validating its data and training its employees on data collection and entry.	50
Essential Practice	1.b.4	The institution's management information system disaggregates data by gender and other client characteristics.	90
Essential Practice	1.b.5	If the institution states poverty reduction as one of its social goals, it monitors the poverty levels of its clients using a poverty assessment tool.	66
Essential Practice	1.b.6	The institution discloses social performance information, including the MIX Social Performance data.	50
<b>Dimension</b>	<b>2</b>	<b>ENSURE BOARD, MANAGEMENT AND EMPLOYEE COMMITMENT TO SOCIAL GOALS</b>	<b>56</b>
<b>Standard</b>	<b>2.a</b>	<b>Members of the board of directors hold the institution accountable to its mission and social goals.</b>	<b>94</b>
Essential Practice	2.a.1	The institution provides board members with an orientation on the social mission and goals and the board's responsibilities related to the social performance management of the institution.	54
Essential Practice	2.a.2	The board reviews social performance data, including mission compliance, performance results, human resource policy, social performance related risks, client protection practices, growth, and profit allocation.	67
Essential Practice	2.a.3	The board uses social performance data to provide strategic direction, taking into account both social and financial goals.	50
Essential Practice	2.a.4	The board incorporates social performance management criteria into its performance evaluation of the CEO/Managing Director.	90
Essential Practice	2.a.5	The board has a documented strategy to prevent institutional mission drift during changes in ownership structure and/or legal form.	90



# Informe de protección del cliente y sello de Certificación

2.2.0	La institución incentiva los préstamos de calidad. (Norma de Protección al Cliente 2.2)	
2.2.1	La gerencia de la institución elabora y revisa con regularidad los informes sobre la Cartera Morosa (PAR) y los valores pasados a pérdidas.	●
2.2.2	La calidad razonable de la cartera se mantiene a través del tiempo. Cuando la calidad de la cartera a largo plazo sea pobre y esté ligada al sobreendeudamiento, se adoptarán medidas correctivas.	●
2.2.3	Las metas de productividad y los sistemas de incentivos de la institución valoran la calidad de la cartera por lo menos tanto como otros factores, tales como el desembolso o el crecimiento de los clientes.	▲
2.2.4	Las metas de productividad y los programas de incentivos de la institución son razonables en comparación con el resto del sector (parámetros y proporción de remuneración fija/variable).	▲
2.2.5	Si el PAR institucional supera el 10%, se ofrecen incentivos a los oficiales de crédito que pueden reducir el PAR por debajo del 10%.	◆





## Objetivos y estructura de la sesión

- Marcos internacionales de Protección al Cliente y la GDS
- Indicadores para medir y reportar la implementación de estos marcos
- Marco y indicadores para medir los resultados sociales en las vidas de los clientes
- Retos y oportunidades para la GDS en la región

13



## Definiciones clave

Medidas de atribuciones de cambio

Medidas de cambio

Medidas de implementación

IMPACTO



RESULTADOS



PRODUCTOS



ACTIVIDADES



INSUMOS

un cambio  
ocasionado por  
una intervención

un cambio que está  
plausiblemente  
asociado con una  
intervención

Adaptado de Gates Foundation: A Guide to Actionable Measurement  
(ver el apéndice de recursos seleccionados al final de este documento)



## SPTF tiene un Grupo de Trabajo de Resultados Sociales

<https://sptf.info/working-groups/resultados-sociales>

**Propósito:** Promover una sólida gestión de resultados en clientes por parte de los proveedores de servicios financieros (PSFs), los inversores y otras partes interesadas, mediante el intercambio de buenas prácticas, el desarrollo y la difusión de recursos y la facilitación del apoyo a iniciativas clave.

### ¡Dos nuevos recursos disponibles!

1) Haga clic [aquí](#) para leer *Haciendo el caso para la gestión de resultados en clientes a los proveedores de servicios financieros (PSF)*.

2) Haga clic [aquí](#) para leer las *Directrices sobre la gestión de resultados en clientes para los PSF*. Estas pautas describen los 10 pasos necesarios para el manejo práctico y efectivo de los resultados sociales.



## El proceso para lograr indicadores consensuados







## Los criterios clave para seleccionar los indicadores

Aspectos	Areas
1 RELEVANTE	1.1 Relacionado al área 1.2 Puede ser adaptado al contexto local 1.3 Objetivo, puede incluir percepciones 1.4 <b>Corto</b> /largo plazo
2 UTILIZABLE	2.1 Responde a programas del IMF 2.2 Permite ver el cambio (~<60% de la línea base)
3 CLARO	3.1 Claramente esresado 3.2 El significado es bien definido
4 FACTIBLE	4.1 Puede ser aplicado a través de herramientas prácticas 4.2 Puede ser parte de la colección rutina de datos 4.3 No complejo, no invasivo
5 COMPARABLE	5.1 Hay referencias a los resultados de una encuesta nacional (benchmarks) 5.2 Medida consistente en el tiempo



## Temas de resultados sociales con indicadores consensuados a nivel internacional

- 1) Negocio & Emprenderismo
- 2) Pobreza económica, Bienes y Vivienda
- 3) Resiliencia & Vulnerabilidad
- 4) Salud
- 5) Estrés económico
- 6) Empoderamiento de la mujer
- 7) Agricultura
- 8) Educación
- 9) Capital social

Negro – indicadores ya consensuados  
Morado – temas en proceso



## Un ejemplo - Indicadores de calidad de vida

Tema: Activos – Calidad de vida	
% de hogares con acceso a electricidad, comparado con la línea base	
% de hogares que tienen acceso a un tipo de inodoro mejorado, desde la línea base	
% de hogares con una fuente principal mejorada de agua potable desde la línea base	
% de hogares que usan fuentes de energía limpia o eficientes para cocinar desde la línea base.	
Notas del tema:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Prominente—más pertinente al contexto rural que al contexto urbano</b>, donde puede haber una infraestructura más establecida; el acceso depende del ambiente y no necesariamente de la influencia de la IMF.</li> <li>2. <b>Comparable</b> – los indicadores pueden compararse con <b>referencias nacionales</b> (DHS – <a href="http://dhsprogram.com/">http://dhsprogram.com/</a>)</li> </ol>	
<p>Acerca del criterio de Usabilidad – El agua y el saneamiento surgen en relación con la vivienda y el estado del hogar en términos de los servicios a los cuales tiene acceso la casa. ¿Son estos resultados de las microfinanzas en general versus los productos y servicios especializados enfocados en mejorar el agua/saneamiento? ¿Se alinea el indicador del resultado a los insumos especificados/intervenciones de programa? ¿Responde a la capacidad de la IMF para ejercer influencia? Se optó incluirlos aquí porque <b>reflejan el estado socio-económico del hogar.</b></p>	



## Objetivos y estructura de la sesión

- Marcos internacionales de Protección al Cliente y la GDS
- Indicadores para medir y reportar la implementación de estos marcos
- Marco y indicadores para medir los resultados sociales en las vidas de los clientes
- Retos y oportunidades para la GDS en la región



Universal Standards of SPM

Average score of all  
quality audits (N=207)

Quality audits\*

Quality audits*	Average score of all quality audits (N=207)
<b>Dim 1 Define and monitor social goals</b>	<b>62</b>
1A - Social strategy	70
1B - Reporting of client-level data	53
<b>Dim 2 Commitment to social goals</b>	<b>50</b>
2A - Board accountability	44
2B - Senior management accountability	46
2C - Staff accountability	61
<b>Dim 3 Design products that meet clients' needs</b>	<b>60</b>
3A - Client needs and preferences	49
3B - Benefits to clients	71
<b>Dim 4 Treat clients responsibly</b>	<b>70</b>
4A - Prevention of over-indebtedness	75
4B - Transparency	72
4C - Fair and respectful treatment of clients	73
4D - Privacy of client data	66
4E - Mechanisms for complaint resolution	61
<b>Dim 5 Treat employees responsibly</b>	<b>69</b>
5A - HR policy	68
5B - Communication of terms of employment	77
5C - Employee satisfaction	62
<b>Dim 6 Balance financial and social performance</b>	<b>74</b>
6A - Growth rates	76
6B - Alignment of objectives	74
6C - Responsible pricing	79
6D - Compensation	55
<b>Total score</b>	<b>64</b>

### Puntos de Referencia Global y Regional calculador por Cerise:

- La región latina es la mas avanzada
- El pro medio es 64/100 entonces queda mucho por hacer

By region LAC	Average of all audits * (N=80)	Your institution's average score
Dim 1: DEFINE AND MONITOR SOCIAL GOALS	66	
Dim 2: ENSURE BOARD, MANAGEMENT ...	57	
Dim 3: DESIGN PRODUCTS, SERVICES, ...	65	
Dim 4: TREAT CLIENTS RESPONSIBLY	76	
Dim 5: TREAT EMPLOYEES RESPONSIBLY	73	
Dim 6: BALANCE FINANCIAL AND SOCIAL	79	
<b>Number of audits</b>	<b>80</b>	<b>1</b>

\* Highest quality audits: those done by experienced auditors, that are 100% complete, and that include comments to justify scoring.



### Retos

- Sensibilizar sobre el marco de los Estándares Universales para la GDS y los recursos disponibles para ayudar con su implementación
- Fomentar y apoyar la implementación de mejoras
- Promover la recolección de datos sociales con indicadores estandarizados
- Aplicar los datos y los resultados de la evaluación para tomar decisiones.

### Oportunidades

- Apoyarse en las [herramientas gratis](#) del SPTF y Smart Campaign
- Aprender de sus colegas en la región y el mundo
- Pilotear los indicadores de resultados sociales estandarizados.