



**Iniciativa de Indicadores de Desempeño Social – Fase 2
(SPI2, por sus siglas en Inglés)**

**Auditoria del Desempeño Social de Instituciones de
Microfinanzas: La definición de una herramienta**

Informe Nro. 1

Versión SPI2.1 del Cuestionario

Remitido a:

**Cooperación Suiza para el Desarrollo
(SDC)**

y

**Fundación Charles Leopold Mayor pour le progres de l'Homme
(FPH)**

Junio de 2005

Traducción realizada por PROFIN, Bolivia y FORO LAC-FR

Iniciativa de Indicadores de Desempeño Social (SPI-2)

Cuestionario para Instituciones Microfinancieras (IMF) VERSION 2.1

Basado en el trabajo de la iniciativa SPI:

SPI-1 (Junio 2002 a Octubre 2003): Cécile Lapenu (Cerise), Manfred Zeller (Goettingen University Germany) y Martin Greeley (International Development Studies IDS-Imp-Act, UK), apoyados por el Comité Directivo: Syed Hashemi (C-Gap), Renée Chao-Beroff (CIDR/Cerise), Koenraad Verhagen (Argidius Foundation) y los trabajos del taller de "Finanzas Solidarias". En Octubre de 2003, el informe final reportó la versión SPI1.0 del cuestionario.

Octubre de 2003: taller con el grupo de "Finanzas Solidarias", revisión del cuestionario, versión SPI1.1.

SPI-2 (Junio 2004 a Marzo 2005): Prueba de campo del SPI1.1: CERISE, Grupo del taller de "Finanzas Solidarias", apoyados por el comité directivo: Hansruedi Pfeiffer (Swiss Development Cooperation), Ruth Egger (Swiss Intercooperation), Philippe Amouroux (FPH). Luego de la prueba de campo, se generó la versión SPI2.0.

Marzo 2005: taller con los socios del SPI, revisión del cuestionario, versión presente del cuestionario SPI2.1

Para mayor información:

<http://www.cerise-microfinance.org/publication/impact.htm#telecharger>

<http://finsol.socioeco.org>

Este cuestionario sobre desempeño social es un medio para brindar información adicional a la evaluación financiera, el objetivo es proporcionar una visión más amplia sobre como las IMF se están desempeñando.

Las IMF responderán este cuestionario haciendo declaraciones basadas en la opinión de las gerencias y en los Sistemas de Información y de Gestión (SIG). Un trabajo adicional puede realizarse con un consultor externo para discutir acerca de las acciones de la IMF, las fuentes de información y la interpretación de las respuestas.

La utilización del cuestionario es facilitada por una guía operacional (SPI2 – Informe Nro. 2).

PRIMERA PARTE: CONTEXTO Y ESTRATEGÍA SOCIAL DE LA IMF

La primera parte del cuestionario se soporta en conversaciones y discusiones con mandos gerenciales. Busca mejorar la comprensión sobre la evolución, la lógica y la estrategia de la IMF, en términos de objetivos sociales. Ayuda a ubicar a los indicadores de desempeño social (recolectados en la segunda parte) en un contexto socioeconómico, geográfico e histórico y facilitará la interpretación de la segunda parte.

Introducción:

1. Historia, valores y misión social de la IMF

¿Cuándo y cómo se creó la IMF?

¿Quiénes son los principales actores involucrados con incidencia¹ de la IMF y, cuales son sus intereses sociales?

¿Cuáles serían los valores principales que caracterizan el accionar de la IMF?

¿Existe una formulación explícita de la misión social de la IMF? ¿Cómo ha cambiado la misión desde la creación de la IMF, en particular, en relación al crecimiento de la IMF?

¿Los objetivos sociales de la IMF son compartidos entre los distintos actores involucrados con incidencia (gerentes, personal, clientes y, otras personas involucradas con la IMF)? ¿Cómo?

¿Se puede decir que en la IMF, existe una fuerte cultura de desempeño social (integrar una definición sencilla del Desempeño Social) en todos los niveles de la institución?

¿No? ¿Sólo en la gerencia alta? ¿Si, en la mayoría de los empleados? ¿Si, en todos los empleados y clientes?

¿Cómo la gerencia de la IMF asegura el cumplimiento de la misión social?

¿No hace nada? ¿Está escrito dentro de las reglas administrativas, se comunica de manera clara y con enfoque práctico lo que concretamente representa la misión social para todos los niveles del personal y para la clientela? ¿Está escrito en los estatutos de la IMF?, ¿Existe un sistema que permite evaluar de manera periódica si la Institución cumple con su misión social, ya sea de manera interna (se lleva a cabo por personas que pertenecen a la Institución) o de manera externa (vienen personas externas a la institución para realizar este tipo de trabajo)? ¿La estructura de gobierno de la institución (se refiere a los que toman las decisiones) es diversa? ¿Toma en cuenta más lo que tiene que ver con resultados financieros o también se interesa por lo que es la misión social? ¿Existe diversidad en la composición de la estructura de gobierno (competencias financieras pero también sensibilidad hacia la misión social)?

Sostenibilidad financiera

¿Cómo la alta gerencia de la IMF califica el objetivo de sostenibilidad financiera?

¹ Stakeholders. Representantes de los públicos con quienes la IMF se relaciona, son las partes interesadas de la institución tales como el personal, los financiadores, los clientes, la comunidad, etc.

¿Es un objetivo menor? ¿Es un objetivo importante pero no se puede alcanzar en el corto plazo?
¿Es un objetivo mayor que se tiene que alcanzar dentro de 2 a 3 años? ¿La institución ya es sostenible financieramente?

2. Estrategia social de la IMF

Esta segunda sección se enfoca a las cuatro dimensiones del cuestionario de desempeño social y analiza la estrategia de la IMF.

Dimensión 1: Focalización de pobres y excluidos

Racionalidad de la primera dimensión

Generalmente, las IMF se han desarrollado para llegar a la población excluida del sistema financiero comercial. Las IMF pueden tener el objetivo de llegar a poblaciones pobres o socialmente excluidas ó simplemente el objetivo de ofrecer servicios en una región donde los sistemas bancarios están ausentes ó las personas son rechazadas por los bancos (aunque no sean, necesariamente, personas pobres o socialmente excluidas).

¿Cuál es la estrategia de la IMF con relación a la focalización de personas pobres y excluidas?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del ambiente económico, social y cultural, que facilitan o limitan la implementación de una estrategia con relación a los pobres y excluidos?

Dimensión 2: Adaptación de productos y servicios a la clientela meta

Racionalidad de la segunda dimensión

No es suficiente decidir llegar a la población meta. Frecuentemente, los servicios de microfinanzas son muy estandarizados. La IMF debería aprender a acercarse a su población meta y trabajar en el diseño de servicios financieros que se puedan ajustar a las necesidades y restricciones de su clientela.

¿Cuál es la estrategia de la IMF con relación a la adaptación de productos y servicios a la clientela meta?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del ambiente económico, social y cultural, que facilitan o limitan la implementación de una estrategia con relación a la adaptación de productos?

Dimensión 3: Mejoramiento del capital político y social de la clientela

Racionalidad de la tercera dimensión

Para una IMF, la confianza entre la institución y sus clientes puede reducir los costos de transacción y mejorar las tasas de reembolso. De esta manera se puede fomentar la acción colectiva y reducir los riesgos del préstamo y el comportamiento oportunista de las personas prestatarias. Para la clientela, el fortalecimiento de su capital político y social puede fortalecer su autoconfianza y su organización social (acción colectiva, compartimiento de información, cabildeo político, etc.), de manera a facilitar su desarrollo económico y social.

¿Cuál es la estrategia de la IMF con relación al mejoramiento del capital político y social de su clientela?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del ambiente económico, social y cultural, que facilitan o limitan la implementación de una estrategia con relación al capital político y social? En particular, ¿cuáles son los vínculos sociales preexistentes en las áreas de intervención de la IMF?
¿Existe una fuerte cohesión social y fuertes valores de intercambio y solidaridad?

Dimensión 4: Responsabilidad social de la institución

Racionalidad de la cuarta dimensión

La preocupación por lo social es un prerrequisito necesario para un comportamiento institucional socialmente responsable. La responsabilidad social requiere una política de recursos humanos conveniente, la adaptación de la cultura corporativa de la IMF a su contexto socioeconómico y cultural y, la responsabilidad social hacia sus clientes y hacia la comunidad donde la institución opera.

¿Cuál es la estrategia de la IMF con relación a la responsabilidad social?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del ambiente económico, social y cultural, que facilitan o limitan la implementación de una estrategia con relación a la responsabilidad social?

3. Objetivos sociales principales de la IMF

¿Cómo la IMF calificaría _ las cuatro dimensiones, en términos de los objetivos sociales que desea alcanzar?

	1. No es un objetivo	2. Es un objetivo menor	3. Es un objetivo importante	4. Es un objetivo principal
Dimensión 1: Focalización				
Dimensión 2: Adaptación de servicios				
Dimensión 3: Capital Social				
Dimensión 4: Responsabilidad Social				

[Nota: Para llenar la segunda parte del cuestionario, utilizando un archive word, se pueden marcar los cuadros haciendo un doble click sobre la celda y, luego eligiendo el valor por defecto del "cuadro activo": cuadro inactivo o cuadro activo]

SEGUNDA PARTE: INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

**Dimensión 1:
Alcanzar a los pobres y excluidos
(25 puntos)**

Acciones de Focalización.

Focalización geográfica (4 puntos)

1.1 ¿La IMF selecciona sus zonas de atención tomando en cuenta criterios de pobreza y/o exclusión? ¿Cuáles son estos criterios?

- Toda intervención local, aunque la IMF ubicada en una zona pobre con relación a la media nacional.
- Intervención en área rural remota.
- Intervención en área urbana pobre.
- Otras, especificar _____

0 = menos del 5% de la cartera de clientes.

1 = menos del 50% de la cartera de clientes.

2 = más del 50% de la cartera de clientes.

Puntaje 0 1 2

Si la respuesta es 1 o 2, ¿cuáles son los indicadores que la IMF toma en cuenta para considerar un área geográfica como “pobre” o “excluida”?

1.2 ¿Cómo hace la IMF para asegurar que sus zonas de atención son realmente pobres y/o con población excluida?

0 = no hace nada

1 = verificación informal.

2 = estudios formales sobre las condiciones de pobreza y exclusión del área

Puntaje 0 1 2

Si la respuesta es 1 o 2, especificar cuál es el método de verificación para establecer que es población pobre o excluida:

Focalización individual (5 puntos)

1.3 ¿La IMF utiliza alguna de las siguientes herramientas métodos para mejorar la profundidad de su focalización en clientes pobres?

- Indicadores basados en condiciones objetivas de los clientes (analfabetismo, tamaño de su predio, índice de vivienda, activos, etc.)
- Un método participativo de clasificación de riqueza / Ranking participativo (información brindada por la propia comunidad), etc.
- Una evaluación sobre el nivel de vida de las personas, a partir de pláticas con la misma comunidad.
La información debe ser utilizada para seleccionar a los "pobres" y rechazar el acceso a los servicios a los más ricos.

Porcentaje de clientes nuevos que se seleccionan con base a estas herramientas o medios/métodos: _____

- 0 = menos del 5% de la cartera de clientes nuevos
1 = menos del 50% de la cartera de clientes nuevos.
2 = más del 50% de la cartera de clientes nuevos
3 = más del 90% de la cartera actual de clientes nuevos

Puntaje 0 1 2 3

Si la respuesta es 1, 2 o 3, especificar la herramienta o medio/método de focalización:

1.4 ¿Cómo la IMF asegura el control de calidad en el uso de la herramienta? ¿Cómo la IMF se asegura de que es realmente fiable esta herramienta? ("control de calidad de la herramienta")?

- 0 = no se hace nada.
1 = la exactitud de la herramienta con relación al contexto económico y social, así como la confiabilidad de su aplicación son verificadas informalmente. 2 = la exactitud y confiabilidad son verificadas a través de una revisión formal y cruzada de la información.

Puntaje 0 1 2

Si la respuesta es 1 o 2, especificar la forma de verificación:

La metodología pro pobres (9 puntos)

Las garantías requeridas para el acceso a crédito.

1.5 ¿La IMF permite la el otorgamiento de prestamos que son asegurados sólo por una garantía “social”? ¿Qué garantía social?

- Garantía solidaria entre miembros de grupos.
- Recomendación por una tercera persona de confianza.
- Garantías físicas de valor comercial muy bajo, pero importantes para los prestatarios
- Otras, especificar _____

Porcentaje de los préstamos activos (en número) con garantías sociales:

- 0 = Menos del 5% de la cartera de préstamos vigentes.
- 1 = Menos del 50% de la cartera de préstamos vigentes.
- 2 = Más del 50% de la cartera préstamos vigentes (CS=70%)
- 3 = Más del 90% de la cartera de préstamos vigentes.

Puntaje 0 1 2 3

1.6 ¿La IMF desarrolla políticas o metodologías específicas (exceptuando la garantía social) para llegar a zonas remotas y/o para facilitar el acceso de poblaciones pobres o excluidas?, ¿Cuáles?

- Servicios específicos para zonas remotas, especificar _____
- Techos en los préstamos, para una parte de la cartera
- Otros, especificar: _____

Porcentaje de los préstamos vigentes (en número): _____

- 0 = para menos del 5% de la cartera de préstamos vigentes (activos)
- 1 = para menos del 50% de la cartera de préstamos vigentes
- 2 = para más del 50% de la cartera de préstamos vigentes

Puntaje 0 1 2

Tamaño de la transacción en créditos.

1.7 ¿En los últimos 12 meses, cuál fue la distribución del monto de los préstamos otorgados? (préstamos desembolsados a nivel individual) (en porcentaje del PIB per capita en moneda local).

PIB per cápita: 7704 dólares PPA

Índice de Gini: 51 (indicador de inequidad nacional; 0=equidad perfecta, 100 =inequidad perfecta)

50% del PIB per capita (en moneda local): _____

30% del PIB per capita (en moneda local): _____

Ministraciones otorgadas en el último año: _____

Nro. de préstamos por debajo del 50% (30%) del PIB/cap: _____

Porcentaje del número total de préstamos: _____

Para IMF donde el índice de Gini es menor a 50:

0= menos del 30% de los préstamos son inferiores al 50% del PIB/cap.

1= más del 30% de los préstamos son inferiores al 50% del PIB/cap.

2= más del 60% de los préstamos son inferiores al 50% del PIB/cap.

Para IMF donde el índice de Gini es mayor a 50:

0= menos del 30% de los préstamos son inferiores al 30% del PIB/cap.

1= más del 30% de los préstamos son inferiores al 30% del PIB/cap.

2= más del 60% de los préstamos son inferiores al 30% del PIB/cap.

Puntaje 0 1 2

1.8 ¿Cuál es el monto mínimo de la cuota de pago del crédito, para préstamos con pagos mensuales? El monto mínimo de la respuesta debe ser utilizado con relativa frecuencia (al menos 5% de los clientes pueden pagar este monto).

Monto (en moneda local): _____ % del PIB/cap : _____

0 = mayor al 1% del PIB/cap.

1= menor o igual al 1% del PIB/cap.

Puntaje 0 1

1.9 ¿Cuál es el monto mínimo para abrir una cuenta de ahorro y hacer depósitos regulares? (en % del PIB per cápita).

Monto mínimo (en moneda local):\$ _____ % del PIB por habitante: _____

0 = mayor al 1% del PIB/cap.

1= menor o igual al 1% del PIB/cap o no existe monto mínimo.

Puntaje 0 1

RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA DE FOCALIZACIÓN

Focalización geográfica en la clientela meta (5 puntos)

1.10 ¿La IMF otorga créditos en zonas pobres respecto al estándar nacional?

En zonas rurales: zonas rurales remotas, con escasa infraestructura (carreteras y mercados) y poco acceso a servicios públicos (electricidad, agua, salud y educación, etc.), agricultura de autoconsumo principalmente, etc.

En zonas urbanas: hogares pobres, escaso acceso a servicios públicos, alto desempleo, zonas de establecimiento de emigrantes, etc.

Porcentaje de los préstamos vigentes (en número) _____

0 = no sabe/menos del 10% de los préstamos

1 = menos del 50% de los préstamos.

2 = más del 50% de los préstamos.

Puntaje 0 1 2

Si la respuesta es 1 o 2, ¿cuál es la fuente de información/evaluación?

1.11 ¿La IMF proporciona préstamos en zonas rurales? (Donde los cultivos de autosubsistencia y las actividades agrícolas son las principales fuentes de ingreso)

Porcentaje de los préstamos vigentes (en número) _____

0 = no sabe o menos del 10% de los préstamos

1 = menos del 50% de los préstamos.

2 = más del 50% de los préstamos.

Puntaje 0 1 2

Si la respuesta es 1 o 2, ¿cuál es la fuente de información/evaluación?

1.12 ¿Cuál es el porcentaje de agencias localizadas en zonas donde no existen otras IMF o agencias bancarias? (las otras IMF o bancos están a una distancia mayor a 2 horas o de al menos a 50 Km.)

Número de agencias: Porcentaje de agencias:

0 = no existen agencias o menos del 5% de las agencias

1 = menos del 30% de las agencias.

2 = más del 30% de las agencias.

Puntaje 0 1 2

Para información: Porcentaje de la cartera de clientes: _____

La focalización individual (5 puntos)

1.13 ¿Cuál es el porcentaje de prestatarias mujeres?

Porcentaje de los préstamos vigentes (en número) _____

0 = no sabe o menos del 10% de los préstamos

1 = menos del 50% de los préstamos.

2 = más del 50% de los préstamos.

Puntaje 0 1 2

1.14 ¿Cómo la IMF clasifica sus clientes en términos de grupos objetivo según cierto perfil individual?

Trabajadores con estatus inseguro (sin activos y con incertidumbre de empleo diario, por ejemplo, trabajadores temporales o que alquilan tierras, etc.), emprendedores que comienzan una actividad

Agricultores.

Grupos étnicos o socialmente vulnerables.

Personas analfabetas.

Otro criterio de focalización (especificar) _____

Porcentaje de clientes actuales con esta clasificación _____

0 = no sabe o menos del 10% de los préstamos

1 = menos del 30% de los préstamos.

2 = más del 30% de los préstamos.

Puntaje 0 1 2

Si la respuesta es 1 o 2, ¿cuál es la fuente de información/evaluación? (datos que no tienen más de 2 años de antigüedad)

1.15 ¿Cuál es el porcentaje de clientes clasificados como “muy pobres”, definidos como aquellos que viven con menos de 1 dólar al día o aquellos que están en el más bajo nivel de la línea de pobreza nacional?

0 = no sabe o menos del 20%.

1 = más del 20%.

Puntaje 0 1

Si la respuesta es 1 ó 2, ¿cuál es la fuente de información? (datos que no tienen más de 2 años de antigüedad)

Dimensión 2:
Adaptación de los servicios y productos
a la clientela meta
(25 puntos)

Diversidad de servicios (9 puntos)

2.1 ¿Cuántos tipos distintos de productos de crédito proporciona la IMF?

0 = sólo uno o dos

1 = más de dos

Puntaje: 0 1

2.2 ¿La IMF proporciona préstamos de emergencia?

0 = no

1 = sí

Puntaje 0 1

2.3 ¿La IMF proporciona productos de crédito específicamente ajustados a las necesidades sociales de la clientela?

Vivienda.

Educación.

Créditos con plazos por arriba de los 12 meses.

Otro (especificar) _____

0 = no hay productos de crédito específicos.

1 = un producto de crédito específico

2 = más de un producto específico para necesidades sociales

Puntaje: 0 1 2

2.4 ¿Cuál es la flexibilidad en la forma de pago de los créditos?

0 = un solo modo para todos los créditos.

1 = la IMF propone distintas fórmulas.

2 = el calendario de pagos es decidido con los clientes cuando reciben el préstamo

Puntaje: 0 1 2

2.5 ¿Cuál es la importancia de los productos de ahorro voluntario dentro la IMF?

0 = no hay productos de ahorro voluntario o ahorradores representan menos del 5% de los clientes ó los montos ahorrados representa sólo al 5% del volumen de préstamos

1 = la IMF proporciona servicios de ahorro voluntario directamente o través de otra institución financiera.

Puntaje: 0 1

2.6 ¿La IMF proporciona productos de ahorro voluntario específicamente ajustados a las necesidades sociales de la clientela?

- Vivienda.
- Educación.
- Jubilación.
- Salud.
- Otro (especificar) _____

0 = no hay productos de ahorro específicos.

1 = existen productos de ahorro específicos proporcionados por la IMF (o a través de otra institución financiera)

Puntaje: 0 1

2.7 ¿La IMF proporciona servicios financieros innovadores, que son accesibles para más del 5% de sus clientes (directamente o a través de vínculos con otras instituciones especializadas)?

- Productos de seguro (excepto seguros de muerte para préstamos, ver abajo)
¿Cuáles? (salud, vida, para el ganado, etc.) _____
- Transferencias de dinero.
- Pagos a través de cheque.
- Otro (especificar) _____

0 = No.

1 = Si

Puntaje: 0 1

La calidad de los servicios (11 puntos)

Descentralización

2.8 ¿Cuál es la distancia promedio o tiempo promedio de distancia desde las principales agencias hacia las ciudades capital o las ciudades principales?

Nombre de las Agencias: _____
Distancia/tiempo a la ciudad principal
para cada agencia: _____
Número total de Agencias: _____
Distancia/tiempo promedio _____

0 = menos de 50 kilómetros o menos de 2 horas

1 = más de 50 kilómetros o más de 2 horas

Puntaje: 0 1

2.9 ¿Los Oficiales de Crédito salen de los locales de la IMF a visitar a sus clientes para realizar transacciones financieras regulares? (la solicitud del crédito, desembolso, pagos, captación de ahorros, no incluyendo las visitas relativas a problemas en el pago del crédito)

- 0 = Para menos del 5% de los clientes
1 = Para menos del 50% de los clientes
2 = Para más del 50% de los clientes

Puntaje: 0 1 2

Rapidez del servicio

2.10 En los últimos 12 meses, ¿cuál ha sido el tiempo promedio que transcurre entre la solicitud del primer crédito y el desembolso del préstamo, para los clientes nuevos? (Incluyendo la capacitación, los retrasos inesperados debido a restricciones tales como la falta de liquidez, la escasa disponibilidad de oficiales de crédito, etc.)

- 0 = más de 2 semanas
1 = menos de 2 semanas

Puntaje: 0 1

Transparencia de los servicios

2.11 ¿Los clientes reciben comprobantes escritos de cada una de sus transacciones financieras y, en particular para los prestatarios, aquellos que muestran las diferencias entre el monto del principal y el monto de los intereses a ser pagados como costo del crédito? (con el fin de darles a los prestatarios una información clara junto con el cronograma para el plan de pago del crédito)

- 0 = no hay comprobantes escritos / no hay información sobre costos del crédito.
1 = en cada pago de crédito, los clientes conocen el capital y los intereses que están pagando y la fecha de pago.

Puntaje: 0 1

Adaptación a las necesidades de la clientela

2.12 ¿La IMF tiene una política específica para facilitar el acceso a servicios financieros (a parte de la descentralización)?

- Horas específicas de apertura de agencias para la atención del público, para adaptarse a las condiciones locales (días de mercado, abrir las agencias temprano o tarde, etc.).
 Procedimientos y formularios de solicitud de crédito sencillos y de fácil comprensión.
 Reducción de los costos de oportunidad de los clientes (las pérdidas de tiempo del cliente).
 Otro (especificar) _____

- 0 = no, no hay servicios específicos para facilitar el acceso a servicios financieros.
1 = si, políticas específicas para facilitar el acceso discutidas/ajustadas dentro la IMF

Puntaje: 0 1

2.13 En los últimos 24 meses, ¿la IMF ha llevado a cabo encuestas de mercado para mejorar la calidad de los servicios para sus clientes?

0 = nunca

1 = discusiones informales con algunos clientes/análisis formales de la información recolectada en los formularios de solicitud de crédito

2 = encuestas a clientes y no clientes con análisis de resultados y plan de ejecución / participación formal y regular de los clientes en los procesos de consulta

Puntaje: 0 1 2

Si la respuesta es 1 o 2, especificar (especialmente las encuestas, las estrategias y las herramientas):

Deserciones de clientes / clientes inactivos

Clientes sin transacciones de crédito y ahorro por más de un año o en el último año financiero

2.14 ¿La IMF conoce los diversos motivos por los cuales los clientes desertan de la institución o son clientes inactivos?

0 = No hay estudios o no hay una idea clara de las causas de salida.

1 = Las causas de salida han sido analizadas a través de encuestas formales a clientes inactivos y clientes desertores (o niveles de salida menores al 5%).

Puntaje: 0 1

2.15 ¿Cuál es el porcentaje de clientes desertores o clientes inactivos, en los últimos 12 meses?

Numero de clientes que dejaron la IMF en los últimos 12 meses _____

Numero promedio de clientes activos en los últimos 12 meses _____

Porcentaje (ratio inactivos/activos): _____

0 = Más de 30%

1 = De 15% a 30%

2 = Menos de 15%

Puntaje: 0 1 2

Servicios No Financieros accesibles para la clientela (8 puntos)

2.16 ¿La IMF tiene una estrategia específica y activa para asociar servicios no financieros con los servicios financieros para la clientela (directamente o a través de alianzas)?

0 = No

1 = Si

Puntaje: 0 1

La IMF asegura que sus clientes puedan tener acceso a los siguientes servicios no financieros, dentro la misma institución o gracias a alianzas formales o cooperación con otras organizaciones locales:

2.17 Servicios no-financieros relacionados con la gestión financiera (capacitación en negocios, administración del presupuesto familiar, etc.):

0 = no

1 = para algunos clientes (o para todos pero de manera obligatoria)

2 = para todos los clientes de manera voluntaria

Puntaje: 0 1 2

2.18 Servicios no financieros relacionados con necesidades sociales (alfabetización, servicios de salud, sensibilización en género, etc.):

0 = no

1 = para algunos clientes (o para todos de manera obligatoria)

2 = para todos los clientes de manera voluntaria

Puntaje: 0 1 2

**Dimensión 3:
Mejora del capital social y
del capital político de los clientes
(25 puntos)**

El compartimiento de la información y la confianza (6 puntos)

3.1 ¿Los clientes tienen acceso a los estados financieros de la IMF?

0 = no

1 = a requerimiento / pueden tener acceso si lo piden

2 = a través de publicaciones y/o una reunión de presentación

Puntaje: 0 1 2

Si la respuesta es 2, especificar la estrategia:

3.2 ¿En caso de conflictos, reclamos y/o quejas entre el cliente y un empleado de la IMF, la institución proporciona oportunidades para la discusión?

0 = el oficial de crédito o el cajero es el único interlocutor del cliente

1 = el cliente puede reunirse con un gerente si lo requiere

2 = existe un procedimiento específico o una persona a cargo del tratamiento de conflictos

Puntaje: 0 1 2

3.3 ¿En los últimos 12 meses, cuál es el porcentaje de crecimiento (o decrecimiento) del volumen (o del número) de ahorros voluntarios recolectados?

0 = Decreimiento de ahorros (o no existen servicios de ahorro)

1 = Porcentaje estable o crecimiento inferior al 5%

2 = Más de 5% de crecimiento (o monto de ahorros superior al monto de los préstamos no reembolsados)

Puntaje: 0 1 2

Representantes de los clientes y participación en la toma de decisiones (11 puntos)

3.4 ¿Los clientes de la IMF pueden participar en cualquiera de las siguientes instancias?

0 = No

1 = Si

a) ¿Toma de decisiones a nivel de clientes (por ejemplo, los grupos auto gestionados)?

Puntaje: 0 1

¿Los representantes son electos?

Puntaje: 0 1

b) ¿Instancia de control y toma de decisiones a nivel de la IMF?

Puntaje: 0 1

¿Los representantes son electos?

Puntaje: 0 1

3.5 ¿Existe un sistema de rotación efectivo para la participación de clientes (en 3.4a o 3.4b)?

Puntaje: 0 1

3.6 ¿Cuál es el porcentaje de mujeres entre los representantes de los clientes (comparado con el porcentaje de mujeres entre toda la clientela)?

0 = No hay mujeres

1 = Una pequeña minoría

2 = Cerca a la misma proporción de clientas mujeres

Puntaje: 0 1 2

3.7 ¿Existe un sistema de capacitación de los representantes/clientes electos para ayudarles a cumplir su misión en las instancias arriba mencionadas?

0 = no

1 = sí , de forma irregular

2 = sí, de forma regular, planificada en la estrategia y relacionada con la rotación de los representantes

Puntaje: 0 1 2

3.8 ¿Estas instancias funcionan con eficiencia? ¿Han influenciado decisiones o provocado cambios?
¿Los representantes cumplen con estas tareas (sin que necesariamente haya una intervención de parte de actores externos: del personal, del director, etc.)?

0 = No (no existen, son más simbólicos que realmente activos, no cumplen su rol correctamente)

1 = Los representantes cumplen con su papel la mayor parte del tiempo pero falta capacitación (tiempo, capacitación, información, etc.), 2 = Si, los representantes cumplen con su papel

Puntaje: 0 1 2

Si responde 1 o 2, especificar su rol principal y sus acciones:

Construcción del Capital Social (8 puntos)

3.9 ¿Las operaciones de la IMF buscan fortalecer el capital social de sus clientes?

(a través de la formación cuidadosa de grupos, la acción colectiva, la cooperación orientada a metas comunes, las relaciones que se establecen con otros programas, facilitando el acceso a servicios previamente inaccesibles, etc.)

0 = No

1 = Indirectamente, es un objetivo menor

2 = Directamente, es un objetivo mayor

Puntaje: 0 1 2

Si responde 1 o 2, describir:

3.10 ¿La IMF facilita la generación de capacidades locales para la administración o el liderazgo?

(capacitación para la constitución de equipos, representación, valorando las destrezas locales en gestión, etc.)

0 = No

1 = Si, de manera irregular

2 = Si, de manera regular, planificada en la estrategia

Puntaje: 0 1 2

3.11 ¿Las acciones de la IMF y los relacionamientos entre los clientes, y entre los clientes y los actores socio-económicos llevaron a la creación de una red / un espacio de discusión para compartir y resolver algunos problemas de los clientes, más allá del acceso a servicios financieros?

Acceso a servicios públicos (salud, educación, electricidad, etc.).

Acceso a bienes públicos (recursos naturales, tierras para pastoreo, etc.)

Problemas legales

Seguridad en la comunidad.

Otro (especificar) _____

0 = No

1 = Hay evidencia de anécdotas

2 = Si, regularmente

Puntaje: 0 1 2

3.12 ¿Las operaciones de la IMF buscan elevar/fomentar la influencia de sus clientes en el gobierno nacional o local (la IMF individualmente o a través de la participación de la IMF en redes de IMF)?

0 = No

1 = Indirectamente, es un objetivo menor

2 = Directamente, es un objetivo mayor

Puntaje: 0 1 2

Si responde 1 o 2, describir (especialmente la participación en redes: ¿cuáles?, ¿objetivos?): _____

**Dimensión 4:
Responsabilidad social
de la institución**

(25 puntos)

Política de recursos humanos (8 puntos)

Ingresos

4.1 ¿La IMF tiene un tabulador de sueldos predefinido para cada empleado a partir del cual se determina un nivel de sueldo para cada tipo de puesto, y que se actualiza de manera regular?

0 = No
1 = Si

Puntaje: 0 1

Capacitación

4.2 ¿La IMF tiene un plan de capacitación anual para su personal, acorde con los diferentes tipos de empleo?

0 = No
1 = Si

Puntaje: 0 1

4.3 ¿Cuál es por categoría de empleados? (oficiales de crédito a nivel de agencias, personal administrativo de diferentes niveles: locales, regionales, centrales, etc., gerencias intermedia o superior) ¿el número de días de capacitación proporcionados? (proporcionados por la IMF o por institutos de capacitación pagados por la IMF o subsidiados)

Categoría de empleo	No. total de empleados por tipo	No. total de días de capacitación los últimos 12 meses
---------------------	---------------------------------	--

--	--	--

.....
.....

0 = Menos del 50% del personal está involucrado
1 = Más del 50% del personal está involucrado, con un promedio de al menos 2 días de capacitación por persona.

Puntaje: 0 1

4.4 ¿Pueden los empleados participar en la toma de decisiones?

0 = No

1 = A través de información regular y específica y reuniones entre el personal y la gerencia general?

2 = A través de un órgano consultivo elegido o a través de la participación en la estructura de gobierno

Puntaje: 0 1 2

4.5 ¿La IMF proporciona algún tipo de cobertura de salud para sus empleados, adicional a la cobertura del sistema nacional de salud?

0 = No

1 = Si

Puntaje: 0 1

4.6 ¿Cuántos empleados han dejado la IMF durante los últimos 24 meses (por salida voluntaria, despido, término de contrato, etc.), como porcentaje del número promedio de empleados?

0 = Mas de 15%

1 = Menos de 15%

2 = Menos de 5%

Puntaje: 0 1 2

Responsabilidad social respecto a sus clientes (8 puntos)

4.7 ¿La IMF ha conducido estudios para evaluar el impacto económico y social de los servicios y productos que ofrece? (en particular, para IMF con una participación de clientes, estudios sobre el proceso de selección, la presión sobre el pago, etc.; para IMF con un alto porcentaje de mujeres, el impacto sobre los vínculos sociales dentro la familia, la presión sobre la mujer, etc.)

0 = no se ha hecho en los últimos 2/3 años.

1 = entrevistas / grupos focales con la participación de clientes, información cualitativa recolectada en la solicitud de crédito.

2 = estudio de impacto conducido con base a una muestra de clientes y llegando a un análisis formal de los resultados

Puntaje: 0 1 2

4.8 ¿Alguna vez la IMF ha cambiado sus productos o servicios debido a un impacto negativo en la cohesión social o en el bienestar del cliente? (en particular, en su estrategia de cobranza) (excepto por sobreendeudamiento, Cf. abajo)

0= no hay estudios / se estudió pero no hubieron cambios hasta el momento

1= se estudió y no se registraron problemas / hubieron cambios luego de identificar el problema

Puntaje: 0 1

Si la respuesta es 1, describir:

4.9 ¿La IMF estudia el nivel de endeudamiento de sus clientes y toma medidas en contra del sobreendeudamiento?

0 = No se estudió

1 = Se estudió pero no se hicieron cambios hasta el momento.

2 = Se estudió y no se registraron problemas / se tomaron medidas desde que se identificó la situación de sobreendeudamiento.

Puntaje: 0 1 2

Si la respuesta es 2, especifique las medidas:

4.10 ¿La IMF tiene un código de conducta escrito y/o explícito para actuar de cierta manera respecto a su clientela?

Política para limitar las tasas de interés excesivas.

Política para limitar la presión por préstamos más altos que la capacidad de absorción

Política para asegurar los derechos de los clientes en la ejecución de la garantía

Política para fomentar los ahorros en lugar de los préstamos, en algunas situaciones, para desarrollar una cultura de ahorro.

Otro (especificar) _____

0 = No se especifica un código de conducta

1 = Hay un código de conducta escrito / explícito y colectivamente definido y aplicado

Puntaje: 0 1

Si la respuesta es 1, especificar las medidas:

4.11 ¿La IMF provee algún tipo de seguro que libera de la deuda a la familia de la persona prestataria si esta fallece?

0 = No

1 = Sólo para algunos préstamos

2 = Si, para todos los préstamos

Puntaje: 0 1 2

Si la respuesta es 1, que tipos de préstamos tienen seguros:

Responsabilidad social hacia la comunidad (9 puntos)

Respeto y reforzamiento de la cultura local

4.12 ¿La IMF verifica si sus acciones están en armonía con la cultura y los valores locales (positivos)? (A través de estudios socio antropológicos, discusiones con la comunidad o con autoridades locales, oficiales de crédito locales que hablan el lenguaje local y conocen la cultura local, etc.)

0 = no hubieron acciones específicas en los últimos 2 años

1 = se ha recolectado información con la participación de personas claves de la comunidad

Puntaje: 0 1

Si la respuesta es 1, ¿qué clase de información?

4.13 La IMF tiene una intervención específica que pueda cambiar positivamente la cultura local? (para fortalecer el empoderamiento de las mujeres, la toma de decisiones democrática, la transparencia, la lucha en contra de la corrupción, etc.?).

0 = no hubieron intervenciones específicas en los últimos 2 años

1 = intervenciones específicas de la IMF están orientadas a la promoción de valores particulares

Puntaje: 0 1

Si la respuesta es 1, ¿qué clase de intervenciones / valores?

Tipo de actividades financiadas por la IMF:

4.14 ¿La IMF tiene una política específica con relación al financiamiento de actividades individuales con “alto valor social” para la comunidad local?

Negocios locales destacados/fuera de lo común, es decir financiar actividades innovadoras pero financieramente riesgosas

Actividades que tienen un impacto social positivo (sobre el medio ambiente, la creación de empleo, sobre los servicios sociales, etc.)

Otro (especificar, especialmente las actividades rechazadas)

Porcentaje de los préstamos (en número): _____

0 = Para menos del 5% de la cartera

1 = Para menos del 50% de la cartera

2 = Para más del 50% de la cartera

Puntaje: 0 1 2

Inversión comunitaria

4.15 ¿Con que frecuencia la IMF ayuda a la comunidad local con apoyos financieros (concesiones o préstamos colectivos) para proyectos comunitarios (escuelas, hospitales, locales religiosos, la participación en tradiciones locales, apoyo/patrocinio de eventos de la cultura local, deportes, etc.) o a través de la participación activa en actividades sociales locales (mediante la promoción por parte de la IMF y/o la participación del personal)?

0 = nunca, en los últimos 2 años

1 = con una frecuencia irregular (y menos del 1% de los préstamos o menos del 5% de la utilidad anual / participación ocasional del personal)

2 = con una frecuencia regular, en los reglamentos de la IMF (más del 1% de los préstamos o más del 5% de la utilidad / participación alta y regular del personal)

Puntaje 0 1 2

Si el puntaje es 1 o 2, describa las inversiones / formas de participación:

4.16 ¿La IMF ha implementado un sistema de solidaridad entre las diferentes agencias de la institución (solidaridad con las agencias nuevas, con las agencias que operan en medio ambientes dificultosos, etc.) o entre los diferentes productos de crédito (subsidios cruzados)?

0 = No

1 = Existe algún grado de solidaridad, aunque con mecanismos informales

2 = Si, a través de una estrategia formal (fondeos, diferencias en tasas de interés, etc.)

Puntaje: 0 1 2

Si responde 1 o 2, explicar la estrategia:

4.17 ¿En caso de un desastre colectivo, la IMF adopta medidas especiales / tiene fondos especiales?

0 = No o las medidas son tomadas en una base de caso por caso / o se toman las medidas considerando el caso por caso

1 = Fondos o reservas están disponibles en caso de desastre colectivo

Puntaje: 0 1

Si responde 1, especificar las medidas:

**TERCERA PARTE:
SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL Y FINANCIERA**

Esta parte ayudará a ubicar los elementos del desempeño social en relación a los elementos de la sostenibilidad institucional y financiera.

Las IMF tendrán que compartir sus resultados financieros y sus declaraciones contables.

Las IMF que están participando en el MIX (Microfinance Information eXchange, www.themix.org) pueden compartir la misma información requerida por esta organización. Las demás, pueden examinar el marco de trabajo propuesto por el MIX para completar sus datos financieros.

En orden a identificar las correlaciones entre el desempeño financiero y el desempeño social, será importante que, hasta donde sea posible, se utilicen las mismas agregaciones para ambos conjuntos de indicadores, siempre y cuando la información esté disponible en el SIG (Sistema de Información y de Gestión o Sistema de Información Gerencial).