

Les principes du questionnaire
SPI

*Principles of the SPI
questionnaire*

1. Evaluation du processus interne de l'IMF / *Assessment of the social "process"*

- Principes, actions et mesures correctives
Principles, actions and corrective measures

⇒ L'IMF se donne-t-elle les moyens d'atteindre ses objectifs sociaux?

Does the MFI give itself the means to reach its social goals?

2. Simplicité des indicateurs

Simplicity of the indicators

- Indicateurs simples issus d'informations accessibles au niveau de l'IMF
Simple indicators based on information available at the MFI's level
- ⇒ Déclaration de la direction, documents, SIG / *Declaration from management, documents, MIS*

3. Standardisation

- Indicateurs utilisables dans différents contextes et auprès de divers types d'IMF

Indicators that can be used in different contexts and with different types of MFIs

- ⇒ Nécessaire simplification; effort vers un cadre commun de culture des performances sociales /
Necessary simplification; effort towards a common frame for developing social performance culture

4. Verifiabilité externe

Easy external check

- Indicateurs facilement vérifiables par un audit externe

Indicators easily verifiable by an external auditor

- ⇒ Intérêt de l'auto-évaluation mais possibilité d'audit externe

Usefulness of the self-evaluation but possible external audit

5. Construction avec les IMF

Design with the MFIs

- Indicateurs acceptés par les IMF par une construction conjointe du questionnaire

Indicators accepted by the MFIs involved in the design

- ⇒ A chaque étape, implication des IMF

At each stage, involvement of the MFIs

6. Responsabilité directe des IMF

Direct responsibility of the MFIs

- Indicateurs pour lesquels les IMF peuvent être directement responsables

Indicators for which MFIs can be directly held accountable

- ⇒ Prise directe des IMF sur leurs objectifs et leurs actions

Direct engagement of the MFIs on their objectives and actions

La construction du questionnaire
Design of the questionnaire

Trois parties / *Three parts*

- Première partie: le contexte et la stratégie sociale de l'IMF / *First part: MFI's context and social strategy*
- Deuxième partie: les indicateurs de performance sociale / *Second part: the social performance indicators*
- Troisième partie: quelques indicateurs financiers / *Third part: few financial indicators*

Indicateurs sociaux: 4 dimensions

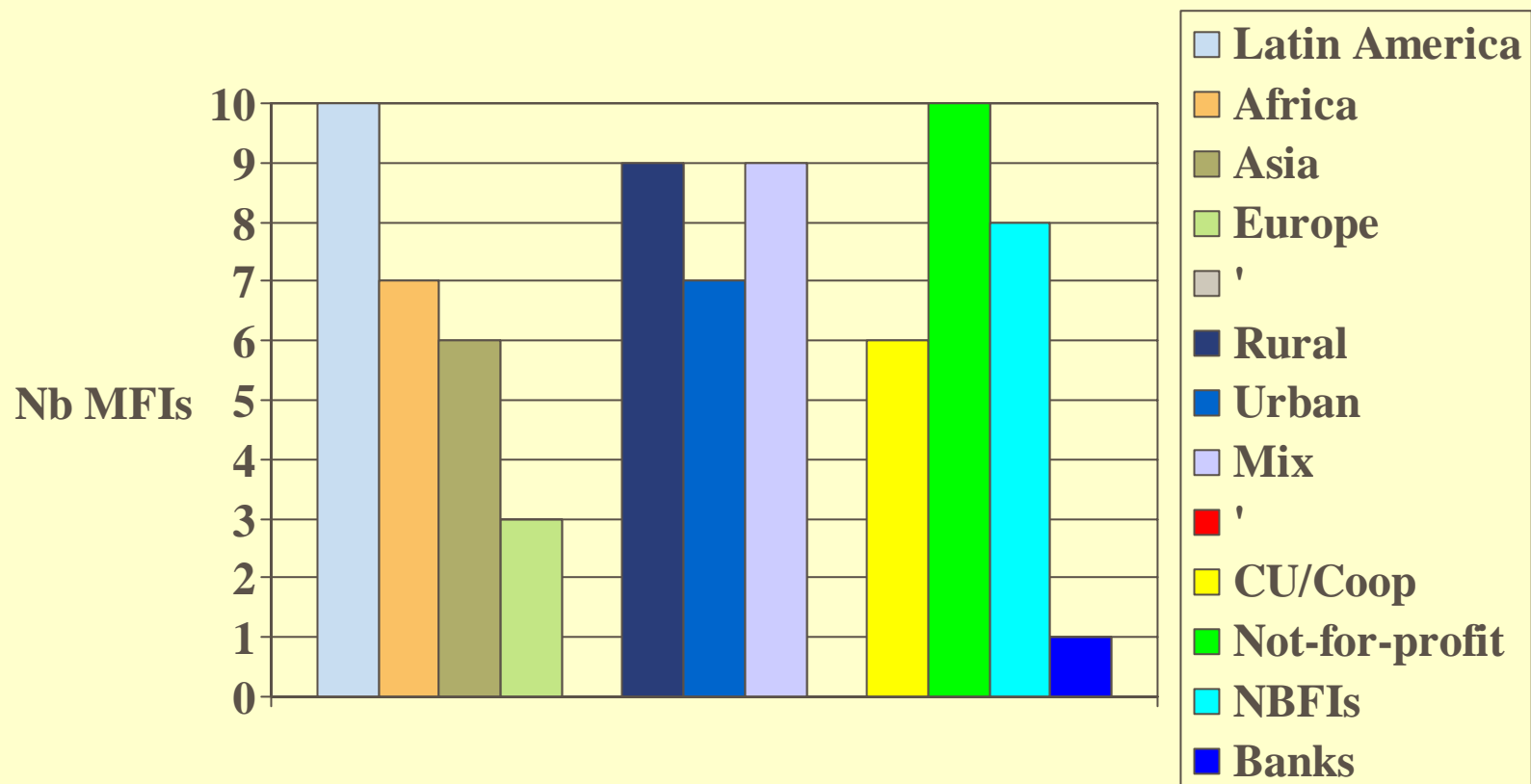
Social indicators : 4 dimensions

- Ciblage des pauvres et des exclus / *Targeting the poor and the excluded*
- Adaptation des services / *Adaptation of the services*
- Amélioration du capital social des clients / *Improvement of the clients' social capital*
- Responsabilité sociale de l'IMF / *Social responsibility of the MFI*

Les résultats des tests auprès des IMF
Results of the test with the MFIs

Les IMF participantes

The participating MFIs



Résultats par région

Results by region

	Latin Am	Africa.	Asia.
Poverty outreach	18	19	17
Quality of services	17	16	14
Social capital	13	16	16
Social responsibility	15	18	13
Total	63	69	61

Résultats par type d'IMF

Results by type of MFI

	For profit	Coop	Not for profit
Poverty outreach	17	18	19
Quality of services	16	16	15
Social capital	13	19	14
Social responsibility	17	16	14
Total	62	69	63

Résultats par zone urb/rur

Results by urb/rur area

	Rural	Urban
Poverty outreach	18	18
Quality of services	16	16
Social capital	18	15
Social responsibility	16	15
Total	68	64

Résultats par taille

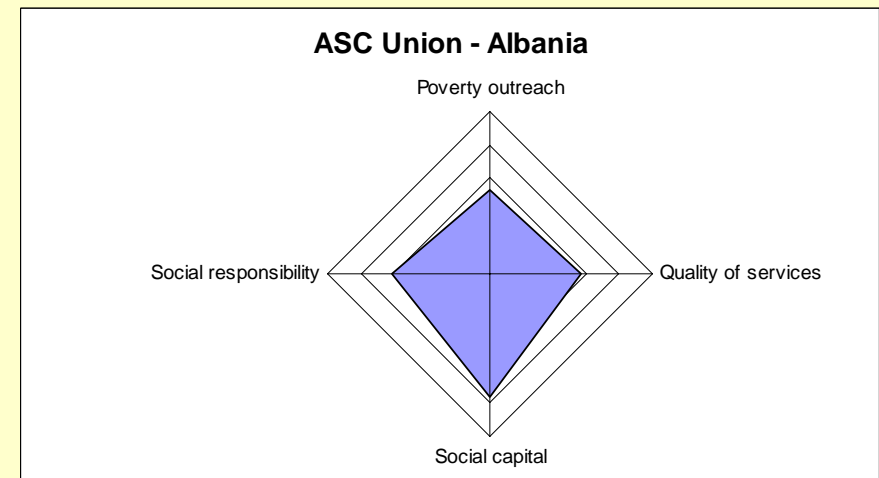
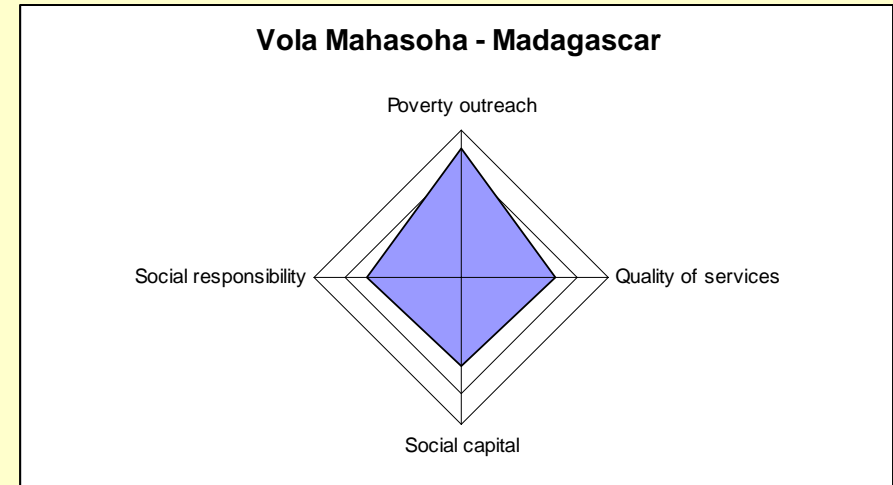
Results by size of MFIs

	Large	Medium	Small
Poverty outreach	18	16	18
Quality of services	17	15	14
Social capital	17	14	14
Social responsibility	16	16	14
Total	67	60	60

Analyse individuelle

Individual analysis

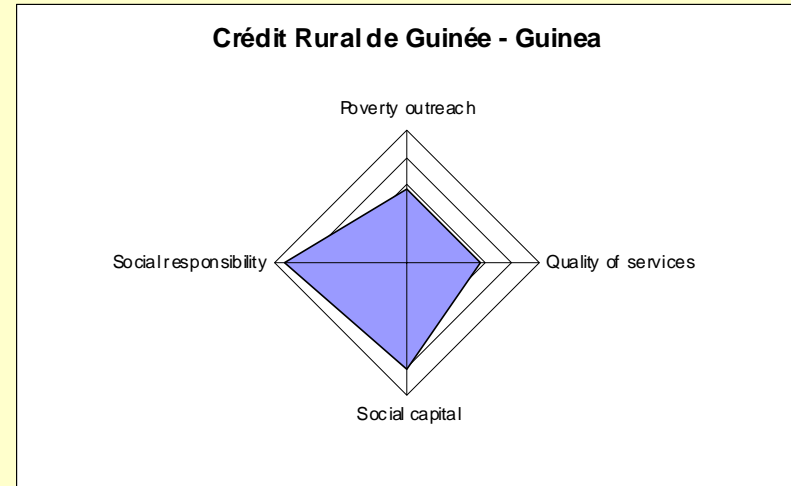
- Point fort: ciblage des pauvres – Exclus / *Focus on poverty outreach*
- Point fort: Social capital / *Focus on social capital*



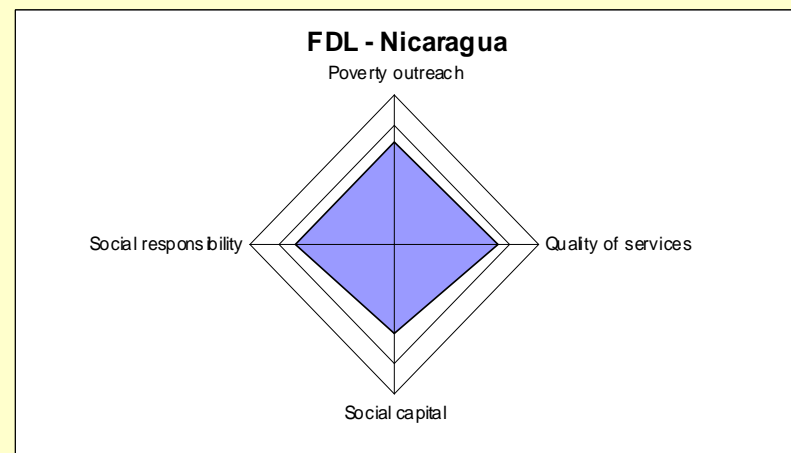
Analyse individuelle

Individual analysis

- Point fort: capital social et responsabilité sociale
Focus on social capital & social responsibility



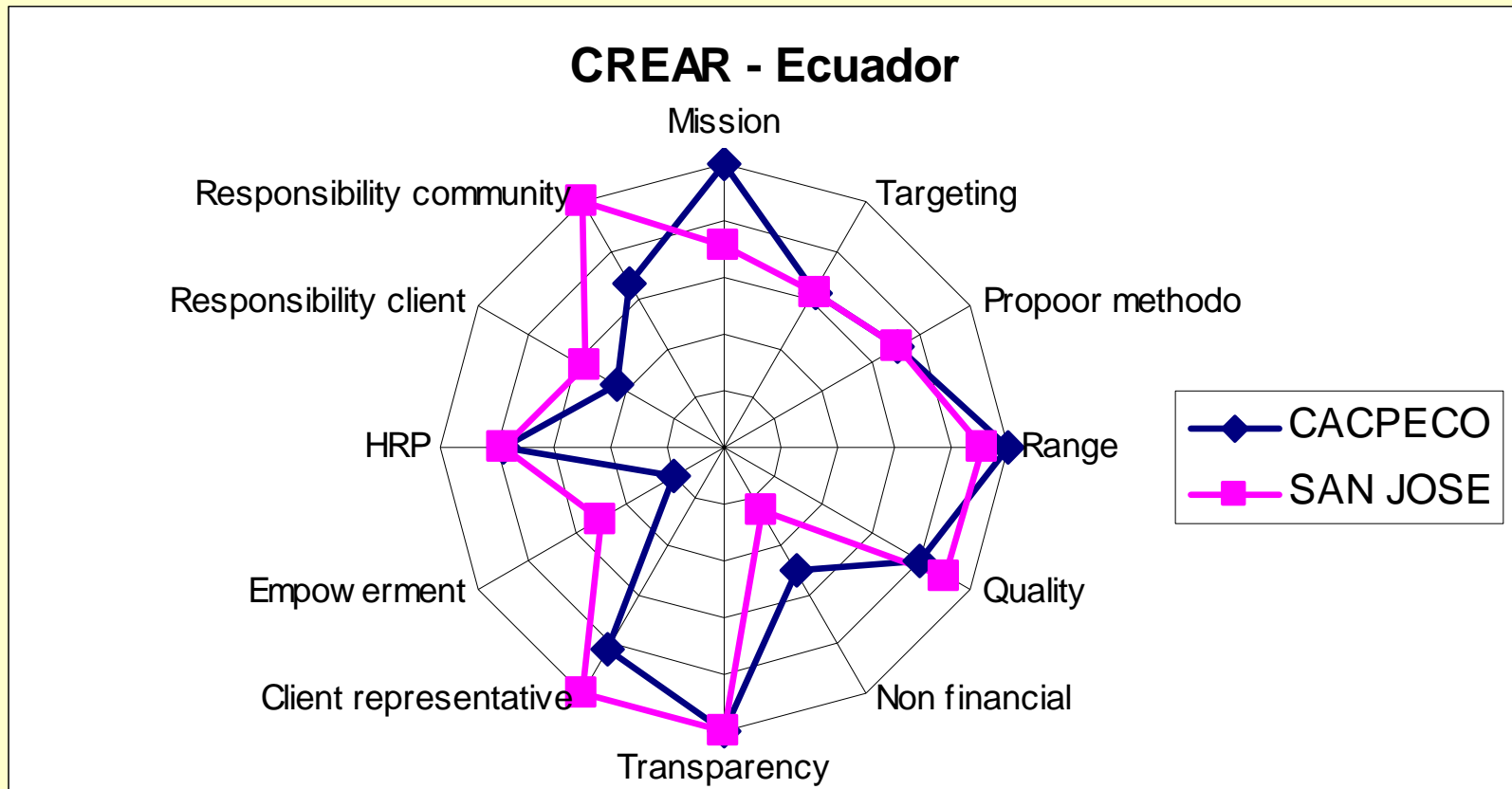
- Point fort: approche équilibrée / *Balanced approach*



Analyse comparative

Comparative analysis

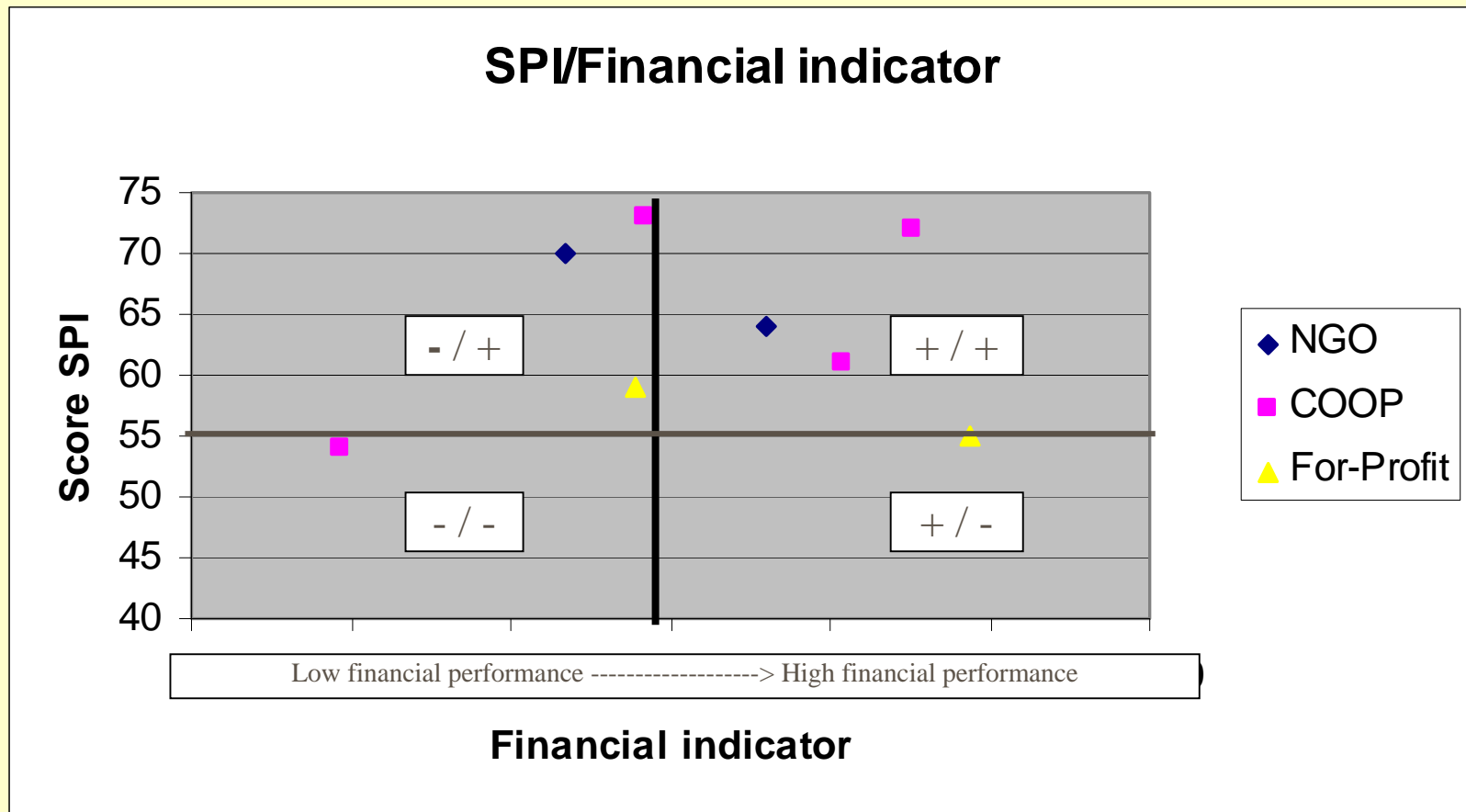
Même type, même contexte: les différences reflètent-elles la réalité?
Same type, same context: Do the differences reflect the reality?



Liens avec les résultats financiers

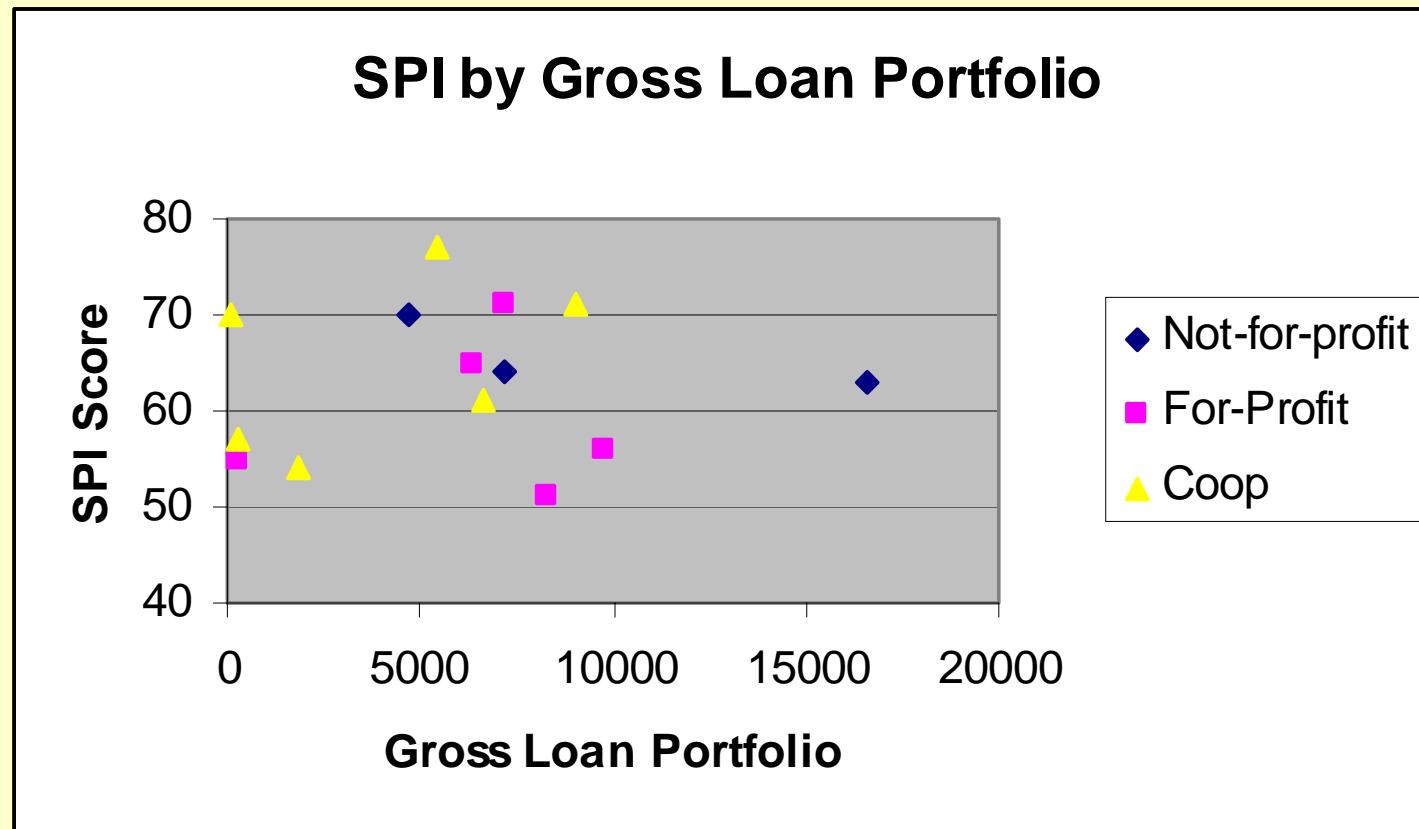
Links between social and financial performance

Le Principe :



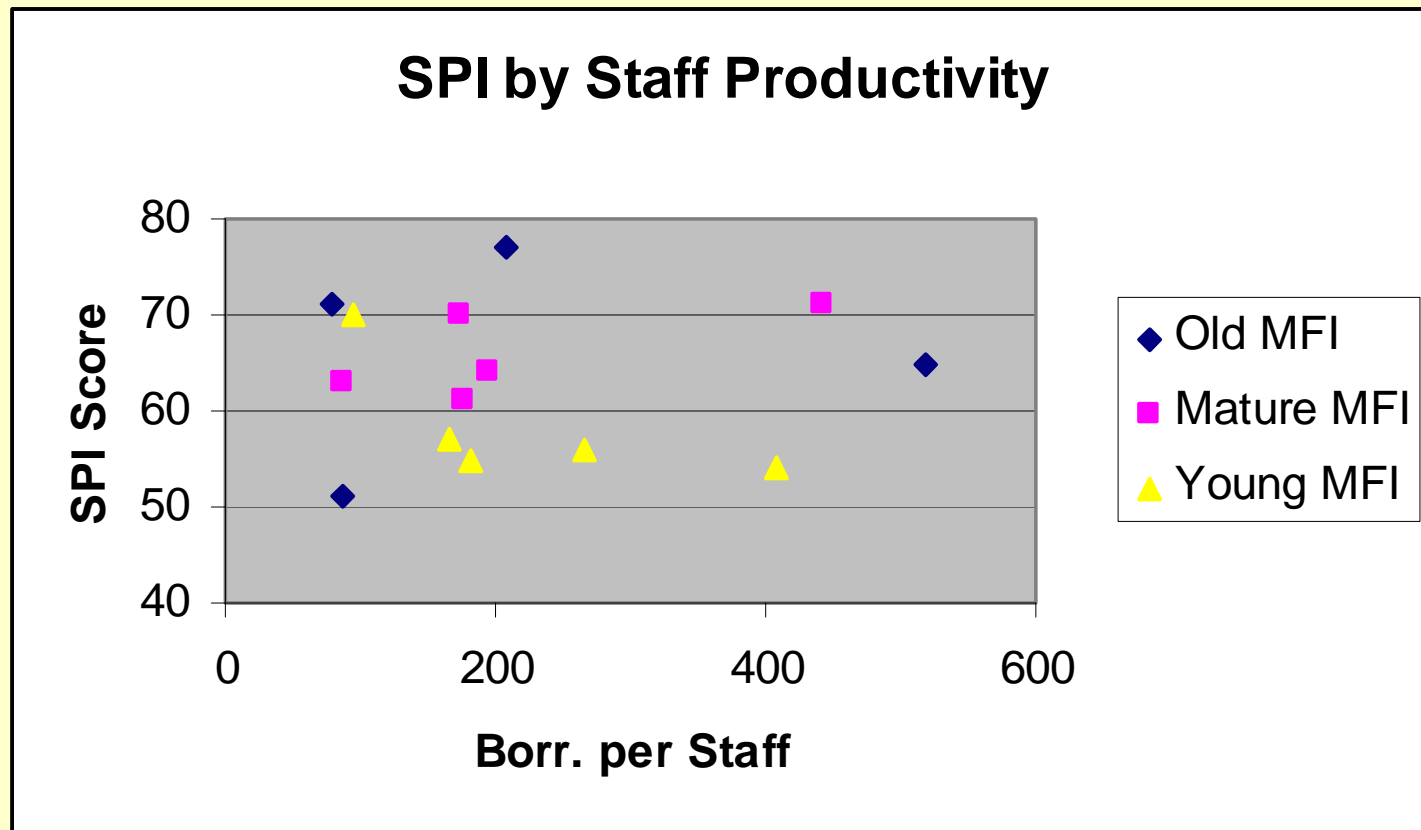
Indicateur financier par type d'IMF

Financial indicator by type of MFI



Indicateur financier par maturité

Financial indicator by maturity of MFI



La nouvelle version du questionnaire / New version of the questionnaire

Révision et possibles améliorations/
Review and potential improvements

Qu'attendons-nous comme information?
What would we like the questionnaire to focus on?

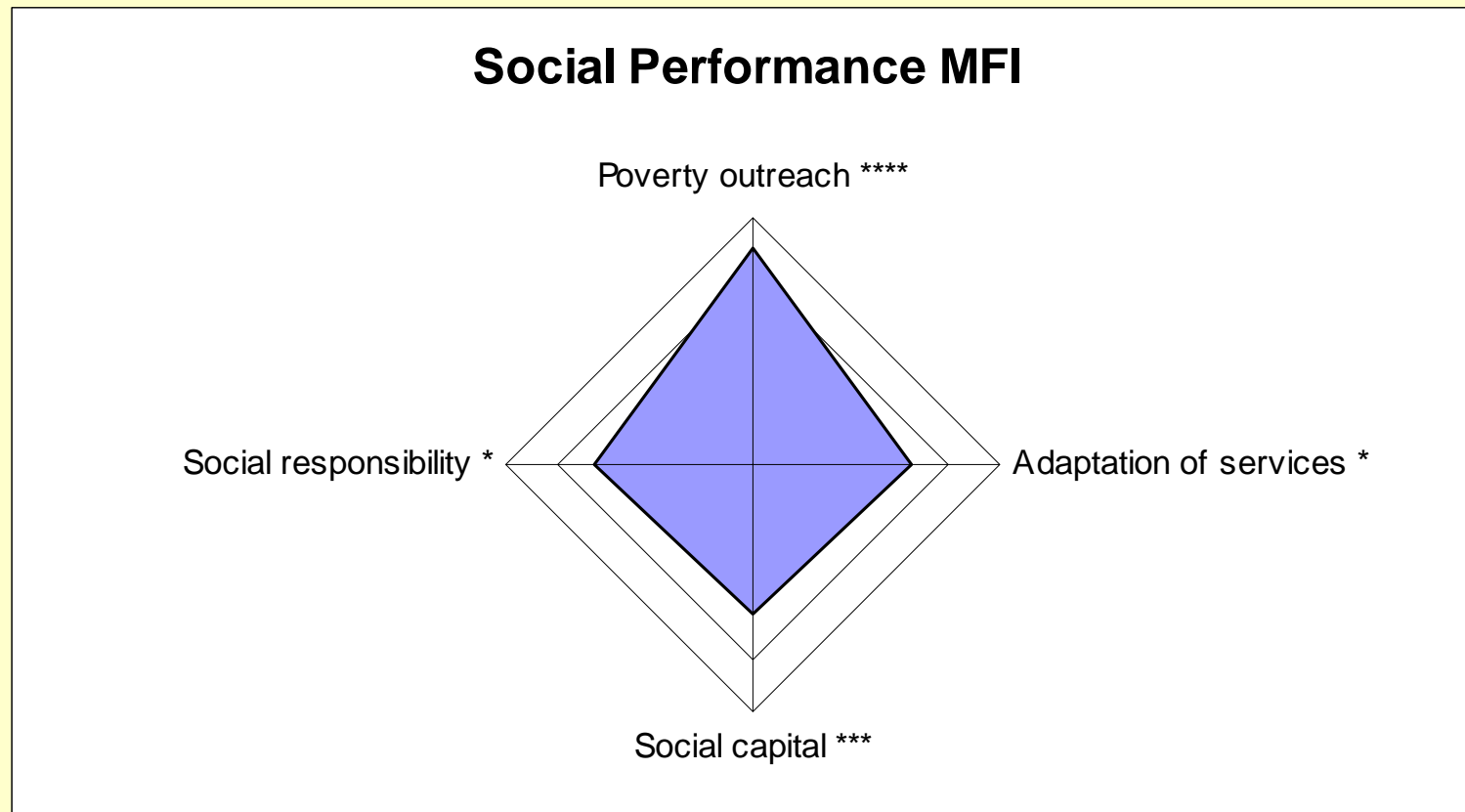
1ère partie: le contexte et la
stratégie sociale de l'IMF / *1rst part:*
MFI's context and social strategy

- Objectif: mise en contexte de la stratégie sociale de l'IMF / *Objective:*
contextualization of the social strategy
- ⇒ What is important for the MFI?

Le contenu / *Contents*

- Histoire, valeurs et mission sociale de l'IMF / *MFI's history, values and social mission*
- Strategy sociale de l'IMF selon les 4 dimensions / *Social strategy of the MFI along the 4 dimensions*
- Bilan: les objectifs sociaux majeurs / *Summary: the main social objectifs*

Exemple d'utilisation / *Example of the use of the ranking*



Les apports de la première partie/ *Interest of the first part*

- Compréhension du contexte social, économique, politique / *Understanding of the social, economic and political context*
- Compréhension des choix stratégiques et priorités de l'IMF / *Understanding of the strategic choices and priorities of the MFI*
- Possibilité de relativiser les résultats de la seconde partie / *Possibility to put the indicators into perspective*

Dimension 1: Ciblage des pauvres et des exclus/ *Outreach to the poor and the excluded*

- Origine microfinance: Toucher les exclus du système financier / *reaching the excluded from the banking system*
- 3 stratégies majeures / *3 main strategies*:
 - Ciblage géographique / *geog targeting*
 - Ciblage individuelle / *individ. Target.*
 - Méthodologie pour les pauvres / *Pro-poor method.*

D1- 1. Stratégie de ciblage

Strategy in terms of outreach

- Géographique: Selection des zones d'intervention
- Individuelle: Utilisation d'outils de sélection
- « Pro-poor methodo »:
 - Garanties sociales / *Social collateral*
 - Approches spécifiques / *Specific approach*
 - Montant des transactions / *Size of transaction*

D1- 2. Résultat du ciblage

Results in terms of outreach

- Ciblage géographique: % en zones pauvres, rurales , isolées des services financiers

Geographic outreach: % in poor , rural, financially excluded areas

- Ciblage individuel: % de femmes , clients « exclus » , pauvres

Indiv. Target. : % of women, « excluded » clients, poor

Perception dimension 1

- Acceptée par tous les types d'IMF et dans tous les continents

Accepted by all types of MFIs and all continents

- Limites dans les définitions de la pauvreté, l'exclusion, la distinction rural/urbain

Limits on the definition of « poverty », « exclusion », « rural/urban »

Dimension 2: Adaptation Services

- Limites de la microfinance: services trop souvent standardisés / *Microfinance services too often standardized*
- 3 thèmes sur l'adaptation / *3 issues* :
 - Gamme / *Range of services*
 - Qualité / *Quality of services*
 - Services non financiers / *Non-financial services*

D2- 1. Gamme / *Range of services*

- Diversité des prêts / *Diversity of loans*

En part. prêts d'urgence, prêts moyen terme, flexibilité remboursement / *emergency loans, med.term loan, flexibility repayment*

- Epargne volontaire / *Voluntary savings*

En part. habitat, educ, retraite, santé / *housing, educ, retirement, health*

- Services innovants / *Innovative services*

En part., assurance, transfert, paiement / *insurance, transfer, payment*

D2- 2. Qualité / *Quality of services*

- Service de « proximité » / « *Proximity* »
En part. décentralisation, déplacement, rapidité, transparence / *Decentralisation, visits, rapidity, transparence*
- Adaptation aux besoins / *Adaptation to clients' needs*
En part. études de marché – participation, fuite de clients / *Market surveys – participation, drop-outs*

D2- 3. Services non financiers / *Non-financial services*

- Politique volontariste (en direct ou en partenariat) / *Pro-active policy (Directly or through partnership)*
- Services liés à la gestion financière / *Related to financial management*
- Services sociaux / *Social services*

Perception dimension 2

- Largement acceptée dans son principe (exc. non financier)

Widely accepted in its principles (exc. non financial)

- Comment définir la qualité des services en gardant les 6 principes des indicateurs?

How to define « quality » keeping the 6 principles of the indicators ?

Dimension 3: Amélioration capital social / *Improving clients' social capital*

- Renforcement des clients: confiance, action collective, ... / *Trust, self-confidence, collective action ...*
- 3 thèmes / *3 issues*
 - Confiance et information / *Trust & info*
 - Participation des clients / *Participation of clients*
 - *Empowerment*

D3- 1. Confiance & partage info / *Trust & Info sharing*

- Accès aux comptes de l'IMF / *Access to MFI's financial statements*
- Espace de discussion en cas de conflit / *Space for negociation in case of conflict*
- Evolution du volume d'épargne (résultat) / *Evolution of savings (result)*

D3- 2. Participation des clients/ *Participation of Clients*

- Niveau de participation : Entre les clients ↔ decisions de l'IMF / *Level of particip. : Among clients ↔ in the MFI decision making*
- Effort vers la qualité de la participation : Rotations démocratiques, place des femmes, formations
Efforts towards quality of participation: democratic turn-over, place of women, trainings
- Efficacité de la participation (résultat) / *Efficiency of participation (result)*

D3- 3. *Empowerment*

- Renforcement du capital social /
Improvement of social capital
- Création de capacités locales de gestion /
Creation of local capacities for management
- Aide à la résolution de problèmes au delà des services financiers / *Space for discussion of problems beyond access to fin. services*
- Voix des clients auprès des autorités /
Influence of the clients in local or national government

Perception Dimension 3

- Plus controversée: quelle place des clients au sein de l'IMF? *More controversial: which role of the clients within the MFI?*
- Version précédente: biais en faveur des coopératives / *Previous version: positive bias for the coop*

Dimension 4 : Responsabilité sociale / *Social respons. MFI*

- Dans la même veine que la responsabilité sociale des entreprises, les IMF peuvent se soucier de leur rôle et impact social / *As for corporate social responsibility, MFIs can be concerned about their social role and impact*
- 3 axes majeurs / 3 main issues:
 - Leurs employés / *Staff*
 - Leurs clients / *Clients*
 - La communauté / *Community*

D4- 1. Ressources humaines / *Human resources*

- Avantages sociaux : Revenus, formation, couverture santé /
Social advantages: income, training, health coverage
- Participation à la prise de décision
Participation in decision making in the MFI
- Départ d'employés / *Staff turn-over*

D4- 2. Respons. v-à-v clients

- Etude impact, en part. impact négatif / *Impact studies, in part. negative impact*
Prise en compte des risques sociaux (sur les femmes, les groupes solidaires, etc.) / *Studies in social risks (on women, solidarity gp, etc.)*
- Changements de produits en cas d'impact négatif / *Change of products in case of negative impact*
- Encouragement épargne, protection des emprunteurs (étude sur-endettement, assurance décès) / *Culture of savings, protection of borrowers (over-indebthness, death insurance)*

D4- 3. Respons. v-à-v communauté

- Respect de la culture locale / *Respect to local culture*
- Type d'activités financées: Prêts indiv. à haute valeur sociale / *Type of activities financed : Loans with « high social value »*
- Services à la communauté : Investissement communautaire; solidarité entre branches, entre produits; mesure en cas de désastre collectif
Services to the community : Com. Investment; solidarity between branches, betw products; measure for collective disaster

Perception Dimension 4

- Importance des ressources humaines, souvent négligées / *Importance of human resources often neglected*
- Où s'arrête le rôle d'une IMF, au sein de sa communauté? *Where does the role of the MFI stop within the community?*

3e partie: Liens avec les perf. financières / *3rd part: links with the financial perf.*

- Objectif: analyse des relations entre perf. fin et perf. sociales / *Analysis of trade-off between financial/social perf.*
- ⇒ Les IMF ne peuvent survivre sans perf fin.
MFIs cannot survive without fin. perf.
- ⇒ Mais les perf. soc. peuvent renforcer les perf. fin. / *But social perf could reinforce fin. perf.*

Source d'information

- Données financières du MIX market: simple, standardisées, déjà compilées pour certaines IMF
Financial data from the MIX market : Simple, standardized, already available for some MFIs
- Catégories semblables aux indicateurs sociaux: homme/femme; rur/urb ; riche/pauvre, etc. ?
Same groups as for social indicators: men/women; rur/urb; rich/poor, etc. ?

Apports de la 3e partie / *Interest*

- Analyse des liens par dimension entre perf. sociales et financières / *Analysis by dimension of the links betw soc & fin perf.*
- Défense des performances sociales : sur le moyen terme, perf. fin. et perf. soc. avancent de pair?

Lobbying for soc. perf.: on the mid term, fin. and soc. perf. progress in the same direction?