

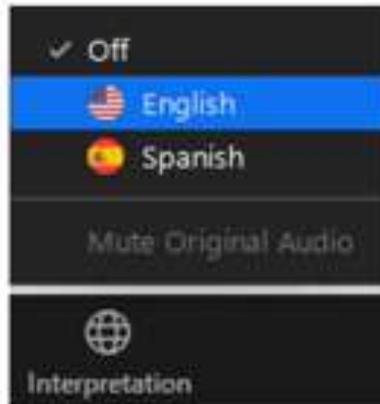
Welcome!

This event has simultaneous interpretation available. Please follow the instructions below to activate it.

1. In your meeting controls, click **Interpretation**.



2. Click the language that you would like to hear.



¡Bienvenido!

Este evento cuenta con interpretación simultánea disponible. Por favor siga las siguientes instrucciones para activarla.

1. En los controles de la reunión, haga clic en **Interpretación**.



2. Haga clic en el idioma que desee escuchar.





ASPECTOS ESENCIALES DE LA GDS

ESTRATEGIAS PRÁCTICAS PARA LOS
DESAFÍOS GERENCIALES DE HOY

SEMINARIO EN LÍNEA DE HOY:

CÓMO ABORDA LA GERENCIA LOS
DESAFÍOS RELACIONADOS CON EL
GÉNERO

4 DE MAYO DE 2021

LOS EXPOSITORS DE HOY



Moderadora

Cara Forster

Directora para América
latina y el caribe, SPTF
Seattle, USA



Expositora

Amelia Kuklewicz

Directora regional para
América latina e Asia,
Fundación Grameen
Ecuador



Expositor

Ever Rios

Gerente General,
CREDICAMPO
El Salvador



Expositor

Luis Corea

Gerente de Riesgos,
ODEF Financiera
Honduras

AGENDA

- Bienvenida y presentaciones de los expositores (5 minutos)
- Antecedentes (10 minutos)
 - Definición de la GDS
 - Estándares Universales para la GDS; proceso de revisión
 - Serie de Aspectos Esenciales de la GDS
- Panorama general del trabajo de Grameen sobre género (15 minutos)
- Entrevista con Ever Rios, Credicampo & Luis Corea, ODEF Financiera (30 minutos)
- Preguntas y respuestas (15 minutos)

ANTECEDENTES (I DE 4): DEFINICIONES

- **¿Qué es la GDS?**
- La gestión del desempeño social (GDS) es un proceso continuo de establecer y lograr metas sociales y ambientales. El objetivo de la GDS es proteger y beneficiar a los clientes, los empleados de la IMF y el medio ambiente.
- **¿Cuáles son los elementos de una “buena” GDS?**
- 1. Estrategia social y ambiental
- 2. Liderazgo comprometido
- 3. Productos y servicios centrados en el cliente
- 4. Protección al cliente
- 5. Desarrollo de los recursos humanos
- 6. Crecimiento y retornos equilibrados
- 7. Gestión ambiental

ANTECEDENTES (2 DE 4): ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES Y SEMINARIOS EN LÍNEA

■ Los Estándares Universales para la GDS

- Un manual completo de las mejores prácticas creado por y para personas en el sector de finanzas responsables e inclusivas como recurso para ayudar a los proveedores de servicios financieros a alcanzar sus objetivos sociales.
- Administrados por el SPTF
- Herramienta de auditoría social SPI administrada por CERISE

■ Proceso de revisión de los Estándares Universales para la GDS

- Publicados por primera vez en el 2012; revisados cada ~5 años
- En el 2020 iniciamos un proceso de revisión: entrevistas con expertos, seminarios en línea, encuestas públicas, análisis de datos, revisión de literatura etc.
- El nuevo manual se publicará a finales de 2021; las actualizaciones de la infraestructura están en progreso

■ Serie en línea de Aspectos esenciales de la GDS

- Programa: Marzo - Diciembre 2021
- Contenido: Las siete dimensiones de los Estándares Universales para la GDS
- Propósito: compartir las buenas prácticas en la implementación de los Estándares Universales, particularmente las que se relacionan con los nuevos elementos del manual que van a ver en la versión 3.0

ANTECEDENTES (3 DE 4): PAPEL DE LA DIRECCIÓN (DIMENSIÓN 2) Y USO DE LOS DATOS (DIMENSIONES 1 Y 3)

Dimension 2: Committed Leadership		
2B1	EP	Management includes the provider's social goals in the operational plan and holds senior managers accountable for achieving social targets.
	Indicator	The provider includes its social goals and targets the business plan or operational plan.
2B2	EP	Management makes strategic decisions based on social and financial data.
	Indicator	Senior management analyzes the following social performance-related risks: (with the listed minimum frequency)
	Detail	Client outcomes data. Minimum frequency: quarterly
	Detail	Client dissatisfaction: client complaints, customer satisfaction survey results. Minimum frequency: quarterly.
	Detail	Employee turnover rate, by gender. Minimum frequency: every six months.
	Detail	Analysis of employee satisfaction survey results. Minimum frequency: every two years
	Indicator	Management takes corrective action when social targets are not being met and when risks are identified.

Objetivo: La dirección comprende los obstáculos al desempeño social relacionados con el género e identifica soluciones.

NB: Todos los indicadores y detalles son preliminares y están sujetos a cambio.

ANTECEDENTES (4 DE 4): PAPEL DE LA DIRECCIÓN (DIMENSIÓN 2) Y USO DE LOS DATOS (DIMENSIONES 1 Y 3)

Dimension 1: Social Strategy		
1B1	EP	The provider collects data on an ongoing basis to measure progress toward its social goals.
	Indicator	The provider collects qualitative data from clients on their outcomes, both negative and positive, that they have experienced from using the provider's products and services: (Minimum frequency: annually)
	Detail	The provider asks whether clients and/or their households are experiencing unintended negative consequences from the use of financial services.
	Detail	The provider asks clients what specific benefits, if any, they have experienced from the use of financial services.

Dimension 3: Client-centered Products and Services		
3A3	EP	The provider collects client feedback on their experiences using the provider's products and services.
	Indicator	The provider conducts exit interviews with inactive clients and looks for evidence of product design failures.
	Indicator	The provider investigates the reasons for client dormancy. Minimum frequency: annually
	Indicator	The provider investigates whether clients face challenges regarding their use of financial products and services for any of the following reasons (minimum frequency: annually):
	Detail	Difficulty gaining access to products or services
	Detail	Difficulty using products or services
	Detail	Control exercised by another household member over the client's use of financial products
	Detail	Stress caused by debt and/or repayment pressure

NB: Todos los indicadores y detalles son preliminares y están sujetos a cambio.

PROYECTO GRAMEEN: MUJERES Y NIÑAS EMPODERADAS



Meta: Promover el avance de las mujeres y las niñas en todo el mundo.

Visión: Un mundo en el que las mujeres y las niñas puedan disfrutar de la igualdad y la libertad frente a la violencia y la pobreza; y la inclusión en los procesos que dan forma a sus comunidades, países y en el ámbito internacional.

Áreas Temáticas

- Avanzar en la agenda de las mujeres, paz y seguridad
- Responder a la violencia de género
- Promover el empoderamiento económico de las mujeres

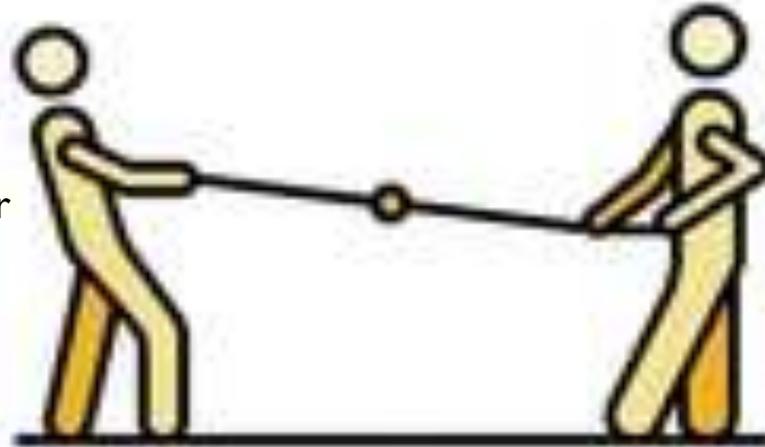


LA PROMESA Y EL PELIGRO DEL EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER

Consecuencias previstas

Clientes

- Inicio y crecimiento de empresas
- Autonomía económica y financiera
- Empoderamiento de la mujer
- Resiliencia del hogar
- Mitigación de la pobreza
- Logro de las metas financieras del hogar
- Educación de los niños
- Seguridad alimentaria
- Familia sana y feliz



Personal

- Espacios de trabajo productivos
- Liderazgo de mujeres
- Pago igual

Consecuencias no deseadas

Clientes

- Sobreendeudamiento
- Estrés financiero
- Suicidio
- Aumento de las cargas laborales
- Discordia doméstica
- La violencia de género
- Trabajo infantil
- Condiciones de trabajo inseguras
- Degradación ambiental

Personal

- Abuso de poder
- Marginación
- Acoso sexual
- Atrición

LA REDUCCIÓN DE LAS BARRERAS PARA EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES EN EL SALVADOR Y HONDURAS (IRB)



Estudio de barreras, oportunidades para el empoderamiento

Apoyo a la gestión del desempeño social

Vínculos con servicios comunitarios, sociales y comerciales con otros actores locales de OSC

Capacitación en género, dinámicas de poder y conflictos para el personal de las IMFs

Capacitación para clientes: Negocios Resilientes, Vidas Resilientes



OVERVIEW OF ODEF & CREDICAMPO

CREDICAMPO

1. Fundado en 2013 basado en El Salvador
2. 29,690 clientes
 - Hombres 19,870 /Mujeres 18,981
 - 71% clientes en áreas rurales
3. Productos y Servicios que ofrecen:
 1. Credito Individual, CrediRural, Ahorro: Deposito Plazo Fijo y Ahorro a la Vista, Remesas & Pagos

ODEF

1. Fundado en 1985 basado en Honduras
2. 38,851 clientes
 - Hombres 19,870 /Mujeres 18,981
 - 69.2% clientes en áreas rurales
3. Productos y Servicios que ofrecen:
 1. Prestamicro, Credifijo, Credifinca, Rapidito, Consumo, Casa Propia & Proyectos Comunitarios. Pago de servicios publico, Remesas y recargas

ENTREVISTA CON LAS MICROFINANCIERAS



Expositor
Ever Rios
Gerente General,
CREDICAMPO
El Salvador



Expositor
Luis Corea
Gerente de Riesgos,
ODEF Financiera
Honduras

PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES



GRACIAS!

- Para mayor información sobre los temas de hoy pueden comunicarse con:
 - Cara Forster caraforster@sptfnetwork.org (SPTF)
 - Amelia Kuklewicz akuklewicz@grameenfoundation.org (Grameen Foundation)
 - Ever Rios ever.rios@credicampo.com.sv (CREDICAMPO)
 - Luis Corea lcorea@odeffinancierasa.hn (ODEF)
- Para ver los materiales del seminario de hoy y obtener información sobre los próximos seminarios de esta serie, visite el [SPM Essentials webpage](#)

