

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

Febrero 2022

Estimado lector:

Muchas gracias por formar parte de la comunidad Cerise+SPTF. Es un placer compartir este importante recurso con usted.

Los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental (“los Estándares Universales”) son un manual amplio de mejores prácticas que cubre siete dimensiones diferentes de las operaciones de un proveedor de servicios financieros: estrategia, gobernanza, diseño de productos centrado en el cliente, protección al cliente, desarrollo responsable de los recursos humanos, crecimiento y ganancias responsables y gestión del desempeño ambiental. Colectivamente, los Estándares Universales ayudan a los proveedores a poner a los clientes y el ambiente al centro de todas las decisiones estratégicas y operativas, dando como resultado que los clientes se beneficien del uso de los productos y servicios financieros. Además, el implementar los Estándares Universales fortalece la sostenibilidad financiera de los proveedores porque el hacer el bien para las personas y el planeta también es bueno para el negocio.

Los Estándares Universales fueron desarrollados, probados, refinados y finalizados por proveedores de servicios financieros alrededor del mundo, así que son altamente prácticos. No solamente describen una visión o establecen principios de alto nivel. En su lugar, los Estándares Universales brindan un mapa de ruta claro que los proveedores de servicios financieros pueden seguir para lograr sus objetivos. Lanzados por primera vez en el 2012 y ahora en su tercera edición, los Estándares Universales han resistido al paso del tiempo y han comprobado ser pertinentes en muchos contextos geográficos diferentes, para muchos tipos diferentes de proveedores.

Este es un recurso muy enriquecedor y detallado. Usted podría estarse preguntando: “¿dónde comienzo?” La respuesta es que no hay un solo lugar correcto. Dos lugares comunes son comenzar con cambios relativamente sencillos y poco costosos (“ganancias rápidas”) o abordando las brechas donde ve necesidad urgente de mejora. O quizás desee comenzar con una evaluación de su estado de práctica actual en todas las dimensiones. En todos los casos, es usted quien decidirá dónde comenzar sobre la base de sus prioridades, recursos y estado actual de práctica.

Sea que esté interesado en una dimensión, unas cuantas o todas, el fortalecer el desempeño social y ambiental tiene cuatro etapas básicas:

Los 4 pasos de la Gestión del Desempeño Social y Ambiental



Por favor, visite [nuestro sitio web](#) donde encontrará recursos que le ayudarán en cada etapa de su viaje.

Nos encantaría escuchar de usted, así que no dude en enviarnos un [correo electrónico](#) para hacer preguntas o compartir sus experiencias.

Con nuestros mejores deseos,
Laura y Cecile



Dimensión

1

Estrategia Social

- 1A. La institución financiera tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos sociales.
- 1B. La institución financiera recolecta, analiza y reporta datos que son específicos para cada uno de sus objetivos sociales.



Dimensión

2

Liderazgo Comprometido

- 2A. Los miembros de la Junta Directiva hacen rendir cuentas a la Alta Gerencia en referencia al logro de los objetivos sociales de la institución financiera.
- 2B. La Alta Gerencia es responsable de implementar la estrategia de la institución financiera para alcanzar sus objetivos sociales.



Dimensión

3

Productos y Servicios Centrados en los Clientes

- 3A. La institución financiera recolecta y analiza datos para comprender las necesidades de los clientes.
- 3B. Los productos, servicios y canales de la institución financiera benefician a los clientes.



Dimensión

4

Protección al Cliente

- 4A. La institución financiera no sobreendeuda a los clientes.
- 4B. La institución financiera brinda a los clientes información clara y oportuna para apoyar su toma de decisiones.
- 4C. La institución financiera hace cumplir el trato justo y respetuoso de los clientes.
- 4D. La institución financiera protege los datos de los clientes e informa a los clientes los derechos que poseen respecto al uso de sus datos.
- 4E. La institución financiera recibe y resuelve los reclamos de los clientes.

 *Dimensión* **5** **Gestión Responsable de los Recursos Humanos**

- 5A. La institución financiera crea un ambiente laboral seguro y equitativo.
- 5B. El sistema de gestión de los recursos humanos de la institución está diseñado para atraer y mantener una fuerza laboral calificada y motivada.
- 5C. El sistema de desarrollo de los recursos humanos apoya la estrategia social de la institución financiera.

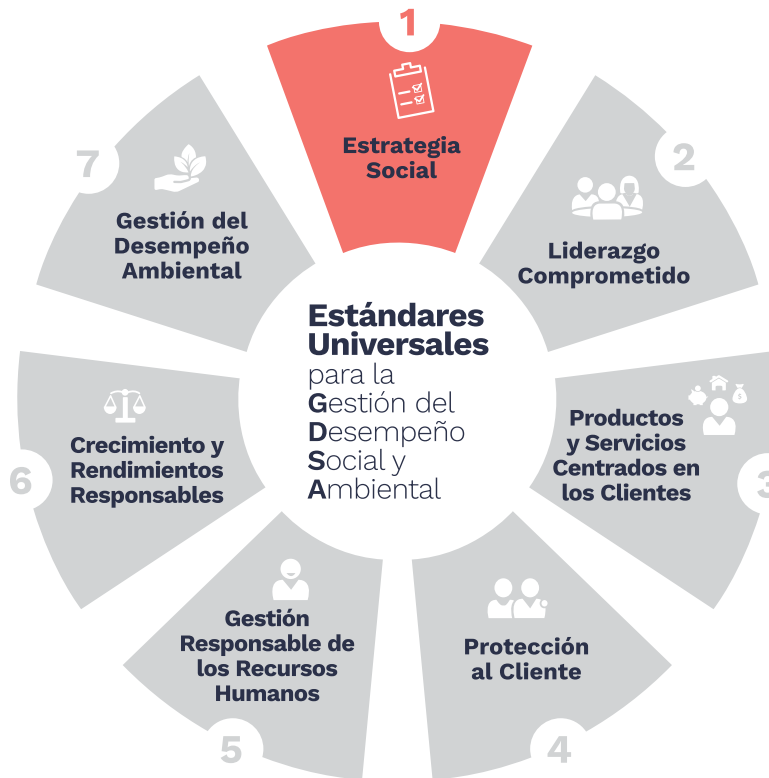
 *Dimensión* **6** **Crecimiento y Rendimientos Responsables**

- 6A. La institución financiera gestiona el crecimiento de modo de promover sus objetivos sociales y mitigar riesgos a los clientes.
- 6B. La institución financiera fija precios de manera responsable.
- 6C. La institución financiera utiliza las ganancias de manera responsable.

 *Dimensión* **7** **Gestión del Desempeño Ambiental**

- 7A. La institución financiera tiene una estrategia ambiental y sistemas establecidos para implementarla.
- 7B. La institución financiera identifica y gestiona los riesgos y oportunidades ambientales.
- 7C. La institución financiera ofrece productos y servicios financieros y no financieros para lograr sus objetivos ambientales.





Dimensión 1

Estrategia Social

1A. La institución financiera tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos sociales.

1B. La institución financiera recolecta, analiza y reporta datos específicos en relación a sus objetivos sociales.



1A. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA TIENE UNA ESTRATEGIA PARA ALCANZAR SUS OBJETIVOS SOCIALES.

Prácticas Esenciales

1.A.1 LA ESTRATEGIA DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA ESPECIFICA TANTO CUÁLES SON SUS CLIENTES OBJETIVO COMO CUÁLES SON SUS METAS SOCIALES Y CÓMO LOS LOGRARÁ.

Indicadores / Detalles

1.A.1.1 La estrategia define las características demográficas y socioeconómicas de los clientes objetivo.

1.A.1.2 La estrategia de la institución financiera identifica los beneficios que busca generar para los clientes, tales como:

- Proporcionar acceso a los servicios financieros para los excluidos
- Reducir la vulnerabilidad
- Generar activos / Invertir en oportunidades económicas
- Crear puestos de trabajo

1.A.1.3 La estrategia de la institución financiera describe cómo crean un cambio positivo para los clientes con los productos y servicios.

1.A.1.4 La institución financiera define una estrategia que permite no perjudicar a los clientes que contempla cómo mitigará los riesgos sociales relacionados al uso de sus productos y servicios :

1.A.1.4.1 Efectos negativos en los clientes y sus hogares

1.A.1.4.2 Violaciones a los derechos humanos

1.A.1.4.3 Corrupción y soborno

Prácticas Esenciales

1.A.2 LA ESTRATEGIA DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA DEFINE INDICADORES Y METAS PARA MEDIR EL PROGRESO Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS SOCIALES.

Indicadores / Detalles

1.A.2.1 La institución financiera tiene al menos un indicador medible para cada objetivo social.

1.A.2.2 La institución financiera tiene al menos un meta para medir los resultados en clientes para cada objetivo social..



1B. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA RECOLECTA, ANALIZA Y REPORTA DATOS QUE SON ESPECÍFICOS A SUS OBJETIVOS SOCIALES.

Prácticas Esenciales

1.B.1 LA INSTITUCIÓN FINANCIERA RECOLECTA DATOS SOBRE RESULTADOS EN CLIENTES Y SUS HOGARES.

Indicadores / Detalles

1.B.1.1 La institución financiera cuenta con protocolos de recolección de datos de desempeño social, que identifican quién recolecta los datos, cómo y cuándo.

1.B.1.2 La institución financiera garantiza la exactitud de los datos de desempeño social que recopila.

1.B.1.2.1 Los empleados en puestos relevantes reciben capacitación específica sobre la recopilación y el ingreso de datos de desempeño social

1.B.1.2.2 La institución financiera valida los datos del cliente mediante auditoría interna periódica o revisión por la gerencia, incluidas algunas verificaciones a nivel de campo.

1.B.1.3 La institución financiera recopila datos de forma continua a fin de medir si está logrando sus objetivos sociales

1.B.1.3.1 La institución financiera recopila datos cuantitativos que miden los cambios tanto positivos como negativos en los clientes y sus hogares. Frecuencia mínima: anual

1.B.1.3.2 La institución financiera recopila datos cualitativos que miden los cambios tanto positivos como negativos en los clientes y sus hogares. Frecuencia mínima: anual

Prácticas Esenciales
1.B.2 LA INSTITUCIÓN FINANCIERA ANALIZA LOS DATOS SOBRE RESULTADOS EN CLIENTES POR SEGMENTO.
Indicadores / Detalles

1.B.2.1 La institución financiera almacena datos sobre el desempeño social en su sistema de información de gestión (SIG) de manera que permita el análisis combinado de los datos financieros y sociales del cliente.

1.B.2.2 La institución financiera analiza los resultados de diferentes segmentos de clientes según su perfil y comportamiento financiero. Frecuencia mínima: anual

1.B.2.2.1 Por perfil de cliente: género; edad; ubicación (urbana/rural); pobreza/nivel de ingresos

1.B.2.2.2 Por comportamiento financiero: tipos de productos o servicios utilizados

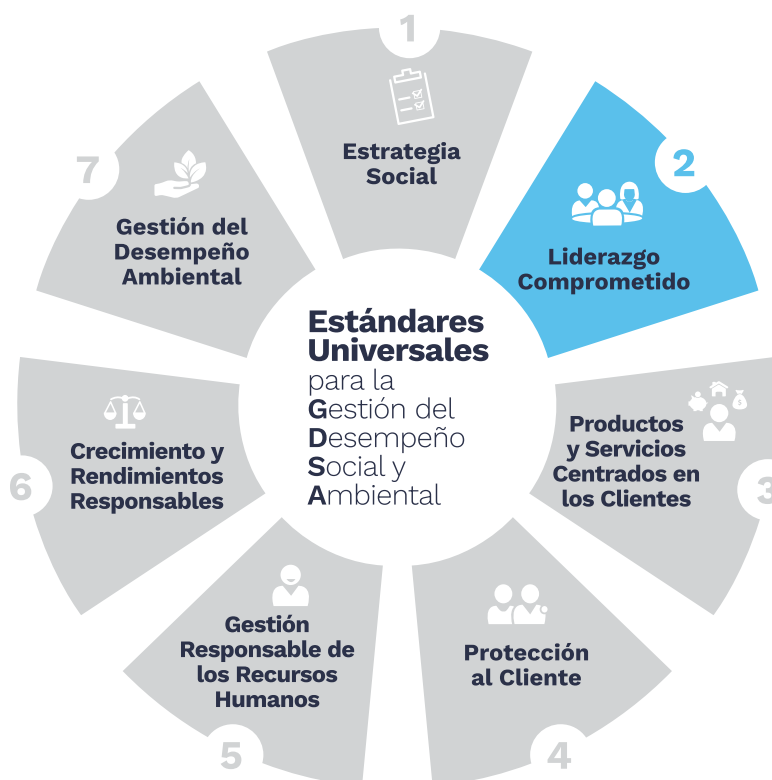
1.B.2.2.3 Otros segmentos que son relevantes para los objetivos sociales de la institución financiera (especificar)

Prácticas Esenciales
1.B.3 LA INSTITUCIÓN FINANCIERA INFORMA DE LOS DATOS DE DESEMPEÑO SOCIAL TANTO A LO INTERNO COMO A LO EXTERNO.
Indicadores / Detalles

1.B.3.1 La institución financiera realiza auditorías sociales. Frecuencia mínima: cada tres años.

1.B.3.2 La institución financiera publica al menos un informe que incluye datos de desempeño social. Frecuencia mínima: anual.

1.B.3.3 La institución financiera presenta los resultados del desempeño social a los empleados. Frecuencia mínima: anual.



Dimensión 2

Liderazgo Comprometido

2A. Los miembros de la Junta Directiva hacen rendir cuentas a la Alta Gerencia en relación al logro de los objetivos sociales de la institución financiera.

2B. La Alta Gerencia es responsable de implementar la estrategia de la institución financiera para alcanzar sus objetivos sociales.



2A. LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA HACEN RENDIR CUENTAS A LA ALTA GERENCIA EN RELACIÓN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS SOCIALES DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA (PC)

Prácticas Esenciales

2.A.1 LA COMPOSICIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA REFLEJA LA ESTRATEGIA SOCIAL DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA Y LAS SÓLIDAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO.

Indicadores / Detalles

2.A.1.1 La Junta Directiva cuenta con un comité activo de gestión del desempeño social (GDS) u organismo equivalente.

2.A.1.2 Al menos un miembro de la Junta Directiva tiene experiencia laboral directa con los clientes objetivo de la institución financiera.

2.A.1.3 Al menos el 20% de los miembros de la Junta Directiva son mujeres.

2.A.1.4 La Junta Directiva incluye miembros cuya nacionalidad/etnia es representativa de los clientes objetivo de la institución financiera.

Prácticas Esenciales

2.A.2 LA INSTITUCIÓN FINANCIERA CAPACITA A LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA SOBRE SUS RESPONSABILIDADES EN LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO SOCIAL.

Indicadores / Detalles

2.A.2.1 Durante la nominación para nuevos miembros o la capacitación posterior, La institución financiera capacita a cada miembro de la Junta Directiva en lo siguiente:

2.A.2.1.1 Los objetivos sociales de la institución financiera

2.A.2.1.2 El papel de la junta en la gestión del desempeño social de la institución financiera

2.A.2.1.3 Los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

2.A.2.2 Cada miembro de la Junta Directiva firma un acuerdo que detalla sus responsabilidades en relación al desempeño social.

2.A.2.3 Los nuevos miembros de la Junta Directiva tienen intervención directa con los clientes dentro del primer año de su incorporación.

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

2.A.3 LA JUNTA DIRECTIVA TOMA DECISIONES ESTRATÉGICAS CON BASE EN LOS DATOS SOCIALES Y FINANCIEROS.

2.A.3.1 La Junta Directiva utiliza los siguientes datos, proporcionados por el la Alta Gerencia, a fin de monitorear la protección del cliente.

PC

Frecuencia mínima: anual.

2.A.3.1.1 Análisis del riesgo de sobreendeudamiento de los clientes

PC

2.A.3.1.2 Análisis de clientes insatisfechos: tasas de inactividad y abandono de los clientes, resultados de las encuestas de salida y quejas de los clientes

PC

2.A.3.1.3 Tasas de interés y evaluación sobre si son responsables con respeto a los clientes

PC

2.A.3.1.4 Informes sobre los sistemas que tiene la institución financiera para el manejo de privacidad y seguridad de los datos, en especial sobre fallas o incumplimientos

PC

2.A.3.1.5 Informes sobre cualquier fraude o corrupción, incluyendo extorsión y soborno.

PC

2.A.3.2 La Junta Directiva utiliza los siguientes datos, proporcionados por Alta Gerencia, para monitorear la estrategia social de la institución financiera (con la frecuencia mínima indicada):

2.A.3.2.1 Datos de resultados en clientes. Frecuencia mínima: anual

2.A.3.2.2 La auditoría social más reciente de la institución financiera. Frecuencia mínima: cada tres años

2.A.3.2.3 Cómo se asignan las ganancias y si la asignación de ganancias está alineada con la estrategia social de la institución financiera.

Frecuencia mínima: anual

2.A.3.3 La Junta Directiva utiliza los siguientes datos, proporcionados por Alta Gerencia, para monitorear las condiciones de trabajo decente para los empleados (con la frecuencia mínima indicada):

2.A.3.3.1 Tasa de rotación de empleados, por género. Frecuencia mínima: anual

2.A.3.3.2 Análisis de encuestas de satisfacción de empleados. Frecuencia mínima: cada dos años

2.A.3.4 La Junta Directiva toma medidas correctivas cuando identifica riesgos para los clientes o cuando la institución financiera no está logrando sus objetivos sociales.

PC

Prácticas Esenciales

2.A.4 LA SUPERVISIÓN QUE LA JUNTA DIRECTIVA REALIZA A LA ALTA GERENCIA ESTÁ ALINEADA CON LOS OBJETIVOS SOCIALES DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA.

Indicadores / Detalles

2.A.4.1 La Junta Directiva incluye metas sociales en la evaluación de desempeño de la Alta Gerencia.

2.A.4.2 La Junta Directiva evalúa formalmente a la Alta Gerencia en relación al logro de los objetivos de desempeño social. Frecuencia mínima: anual

2.A.4.3 La Junta Directiva supervisa la compensación de la Alta Gerencia.

2.A.4.3.1 Si la compensación de la Alta Gerencia se basa en parte en incentivos, considera criterios de desempeño social y financiero

2.A.4.3.2 La Junta Directiva calcula la diferencia entre la compensación anual promedio de la Alta Gerencia y los empleados de campo y puede justificar cualquier relación superior a 25/1. Frecuencia mínima: anual

2.A.4.3.3 La Junta Directiva revisa la compensación de la Alta Gerencia y de las gerencias superiores para garantizar que la compensación sea comparable a la de las instituciones financieras con un compromiso social similar. Frecuencia mínima: anual

Prácticas Esenciales

2.A.5 LA JUNTA DIRECTIVA ES RESPONSABLE DE PRESERVAR LOS OBJETIVOS SOCIALES DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA DURANTE ÉPOCAS DE CRISIS Y/O CAMBIOS INSTITUCIONALES.

Indicadores / Detalles

2.A.5.1 En tiempos de crisis, la Junta Directiva supervisa cómo se ven afectados los clientes y empleados y toma medidas para protegerlos y apoyarlos.

2.A.5.2 Durante los períodos de cambio institucional, la Junta Directiva utiliza los datos de los clientes para verificar si las decisiones estratégicas son consistentes con las metas sociales de la institución financiera y con los clientes objetivo.



2B. LA ALTA GERENCIA ES RESPONSABLE DE IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA CON EL PROPÓSITO DE PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS SOCIALES.

PC

Prácticas Esenciales

2.B.1 LA INSTITUCIÓN FINANCIERA INCLUYE LOS OBJETIVOS SOCIALES EN EL PLAN OPERATIVO Y LA ALTA GERENCIA RESPONSABILIZA A LOS GERENTES DE MAYOR NIVEL POR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS SOCIALES.

Indicadores / Detalles

2.B.1.1 La institución financiera incluye sus objetivos y metas sociales en el plan de negocios o plan operativo.

2.B.1.2 El Alta Gerencia evalúa formalmente a las Gerentes de mayor nivel en relación al sobre el logro de los objetivos de desempeño social. Frecuencia mínima: anual

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

2.B.2 LA ALTA GERENCIA TOMA DECISIONES ESTRATÉGICAS EN BASE A LOS DATOS SOCIALES Y FINANCIEROS.

CP 2.B.2.1 La Alta Gerencia analiza los siguientes datos y evalúa los riesgos que se señalan. Frecuencia mínima: anual **PC**

2.B.2.1.1 Analiza los riesgos referente a protección al cliente (sobreendeudamiento, trato injusto, falta de transparencia, privacidad de los datos, denuncias, fraude, corrupción y soborno) **PC**

2.B.2.1.2 Analiza los resultados generados en relación a los clientes y sus hogares

2.B.2.1.3 Analiza las condiciones de trabajo decente (digno, conforme normativa vigente de cada país.)

2.B.2.2 Las áreas de auditoría interna y/o la gestión de riesgos consideran en sus actividades de seguimiento los siguientes criterios: **PC**

2.B.2.2.1 Capacidad de pago del cliente, análisis de aprobación de préstamos, prevención de ventas agresivas **PC**

2.B.2.2.2 Transparencia a los clientes **PC**

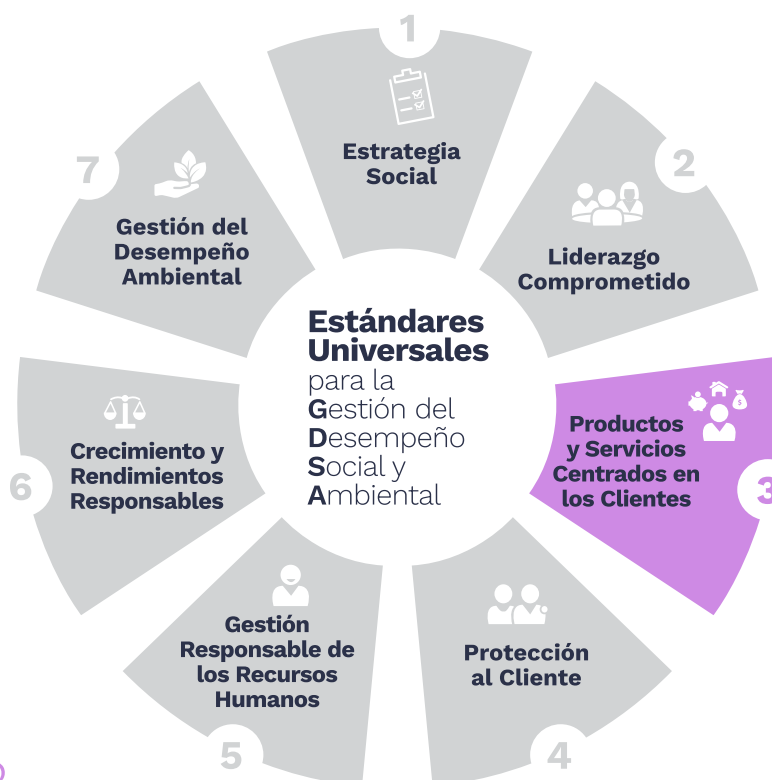
2.B.2.2.3 Cumplimiento del código de conducta; prevención del fraude y la corrupción **PC**

2.B.2.2.4 Embargo de garantías y prácticas inapropiadas para el cobro de deudas **PC**

2.B.2.2.5 Uso indebido y fraude de datos de clientes **PC**

2.B.2.2.6 Manejo de quejas, incluida la revisión a través de una muestra de casos **PC**

2.B.2.3 La gerencia toma medidas correctivas cuando identifique riesgos para los clientes, para los empleados o cuando no este logrando sus objetivos sociales. **PC**



Dimensión 3

Productos y Servicios Centrados en los Clientes

3A. La institución financiera recolecta y analiza datos para comprender las necesidades de los clientes.

3B. Los productos, servicios y canales de la institución financiera benefician a los clientes.



3A. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA RECOLECTA Y ANALIZA DATOS PARA COMPRENDER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

Prácticas Esenciales

3A1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA REALIZA INVESTIGACIONES DE MERCADO Y PRUEBAS PILOTO.

Indicadores / Detalles

3.A.1.1 Antes de introducir nuevos productos, servicios o canales de entrega, la institución financiera realiza una investigación de mercado que incluye la recopilación de los siguientes datos en relación a sus clientes objetivo:

3.A.1.1.1 Analiza tasas y costos en el mercado, saturación del mercado y evalúa el mercado potencial

3.A.1.1.2 Analiza el perfil del cliente, incluidos: el sexo, la edad, la ubicación (urbana/rural) y el nivel de pobreza/ingresos, entre otros

3.A.1.1.3 Analiza datos sobre las necesidades de los clientes, sobre sus objetivos y sobre las dificultades cualquier obstáculo para usar los servicios financieros.

3.A.1.2 La institución financiera realiza pruebas piloto antes de introducir un nuevo producto o realizar cambios significativos en un producto existente.

3.A.1.2.1 La institución financiera realiza pruebas piloto de productos con clientes de diferentes características socioeconómicas y demográficas

3.A.1.2.2 La institución financiera recopila comentarios sobre los productos piloto tanto de los empleados como de los clientes pilotes auprès des employés et des clients.

Prácticas Esenciales
Indicadores / Detalles
3A2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA UTILIZA DATOS PARA IDENTIFICAR PATRONES DE COMPORTAMIENTO FINANCIERO POR SEGMENTO DE CLIENTES.

(PC)

3.A.2.1 La institución financiera analiza datos transaccionales (grupos de pares por: tamaño promedio de préstamo, reembolso de préstamos, depósitos y retiro de ahorros) por segmentos demográficos y socioeconómicos de sus clientes.

3.A.2.2 La institución financiera analiza el uso del producto (tipos y frecuencia) por segmentos demográficos y socioeconómicos de sus clientes

(PC)

Prácticas Esenciales
Indicadores / Detalles
3A3. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA RECIBE RETROALIMENTACIÓN DE LOS CLIENTES CON RESPECTO A SUS EXPERIENCIAS EN EL USO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

(PC)

3.A.3.1 La institución financiera realiza encuestas de satisfacción de clientes. Frecuencia mínima: cada dos años

3.A.3.2 La institución financiera realiza entrevistas a clientes inactivos y/o que han salido, para buscar evidencias de fallas en el diseño de sus productos.

3.A.3.3 La institución financiera investiga si las presiones a nivel del hogar dificultan que los clientes utilicen sus productos y servicios.

(PC)

(PC)



3B. LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA BENEFICIAN A LOS CLIENTES.

Prácticas Esenciales

3B1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA UTILIZA INFORMACIÓN PROVENIENTE DEL ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LOS CLIENTES PARA DISEÑAR PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE ENTREGA.

PC

Indicadores / Detalles

3.B.1.1 La institución financiera diseña nuevos productos, servicios (financieros y no financieros) y canales de entrega utilizando conocimientos provenientes de estudios piloto y de mercado, así como comentarios de los clientes y datos de los resultados en clientes. PC

3.B.1.2 La institución financiera modifica sus productos y servicios existentes en respuesta a las necesidades, comentarios y resultados de los clientes. PC

3.B.1.3 La institución financiera dedica recursos (fondos y tiempo de los empleados) para el desarrollo y la mejora continua de productos, servicios y canales de entrega.

Prácticas Esenciales

3B2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA ELIMINA LAS BARRERAS QUE IMPIDEN EL ACCESO A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.

Indicadores / Detalles

3.B.2.1 La institución financiera ofrece tamaños de préstamo y términos de préstamo que se adaptan al perfil económico, flujo de efectivo, el tipo de negocio del cliente.

3.B.2.2 La institución financiera ofrece canales de entrega que reducen las barreras de acceso para los clientes.

3.B.2.2.1 La institución financiera ofrece a los clientes múltiples canales de entrega

3.B.2.2.2 La institución financiera utiliza tecnologías adecuadas a la alfabetización digital de los segmentos objetivo

3.B.2.3 Si la institución financiera ofrece ahorro, establece requisitos mínimos y condiciones de retiro compatibles con los flujos de efectivo de los segmentos objetivo.

Prácticas Esenciales
Indicadores / Detalles

3B3. LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA CUENTA CON SEGURIDADES QUE PROTEGEN A LOS CLIENTES CONTRA DAÑOS/ESTAFAS.

- PC 3.B.3.1 La institución financiera adapta los cronogramas de pago al flujo de efectivo y tipo de negocio del cliente. PC
- PC 3.B.3.2 Los requisitos de garantía no crean dificultades graves para los clientes. PC

 - PC 3.B.3.2.1 La institución financiera tiene una lista de activos que no se pueden presentar como garantía, incluyendo bienes que limitarían la capacidad de generación de ingresos del cliente PC
 - PC 3.B.3.2.2 La valoración de la garantía se basa en precios de mercado o valor de reventa verificable. El comité de crédito u otra instancia de aprobación superior verifica la valoración de la garantía. PC
 - PC 3.B.3.2.3 El requisito de máxima para el valor de la garantía es que no exceda de dos veces el monto del préstamo, y que la garantía en efectivo no exceda del 20% del monto del préstamo PC
 - PC 3.B.3.2.4 Si la institución financiera retiene en custodia títulos de propiedad o pagarés, los devuelve al cliente una vez que se paga el préstamo. PC
- PC 3.B.3.3 La institución financiera acepta otras formas de garantía en casos de clientes, cuyo género o edad crean barreras de acceso en el contexto local.
- PC 3.B.3.4 Si la institución financiera presta en moneda fuerte, informa a los clientes del riesgo cambiario utilizando escenarios alternativos. La institución financiera también debe justificar la decisión de no prestar en moneda local. PC
- PC 3.B.3.5 Si el negocio del cliente está relacionado con sectores que se sabe que tienen altos riesgos sociales, la institución financiera lleva a cabo una debida diligencia adicional para mitigar el riesgo.

3.B.3.6 Si la institución financiera ofrece seguros voluntarios y evalúa el costo de los mismos para los clientes. (PC)

3.B.3.6.1 La institución analiza los datos sobre el uso de sus seguros: aceptación del producto, coeficiente de indemnización, tasa de renovación y tasa de cobertura. (PC)

3.B.3.6.2 La institución analiza datos sobre cómo se procesan los reclamos: índice de rechazo de indemnización, tiempo promedio de resolución de las solicitudes de indemnización, motivos de rechazo de indemnización, motivos de brechas en la cobertura. (PC)

3.B.3.6.3 La institución analiza datos sobre la experiencia del cliente con el seguro: datos demográficos de los clientes cubiertos, quejas, satisfacción de los clientes. (PC)

3.B.3.6.4 Si el coeficiente de indemnización del seguro de vida es inferior a 60%, la institución le pide a la aseguradora que justifique el motivo. (PC)

3.B.3.7 Si la institución financiera utiliza agentes para asegurar que los agentes respeten las prácticas de protección del cliente y cuenta con mecanismos para abordar problemas, si fuera necesario. (PC)

3.B.3.8 Si la institución financiera usa canales digitales, monitorea si ocurren los siguientes problemas y tiene mecanismos para abordar los problemas, si fuera necesario: (PC)

3.B.3.8.1 Errores de transacción, como transacciones que no se completaron o se completaron incorrectamente; fondos transferidos a una cuenta incorrecta; fondos enviados a un receptor que no pudo retirar los fondos dentro de un cierto período de tiempo (PC)

3.B.3.8.2 Mal funcionamiento del sistema, tal como interrupciones prolongadas, tiempo de inactividad programado o demoras en el procesamiento de transacciones

Prácticas Esenciales

3B4. LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA AYUDAN A LOS CLIENTES A REDUCIR SU VULNERABILIDAD ANTE LOS RIESGOS.

Indicadores / Detalles

3.B.4.1 La institución financiera ofrece productos y servicios para necesidades básicas, tales como vivienda, energía y educación.

3.B.4.2 La institución financiera ofrece productos y servicios que ayudan a los clientes a satisfacer sus necesidades básicas a pesar de la fluctuación de sus ingresos o la ocurrencia de emergencias. Seleccione todas las que correspondan:

- 3.B.4.2.1 Préstamos de emergencia
- 3.B.4.2.2 Ahorros con un proceso de retiro fácil
- 3.B.4.2.3 Seguro voluntario
- 3.B.4.2.4 Servicios no financieros

Prácticas Esenciales

3B5. LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA AYUDAN A LOS CLIENTES A ALCANZAR SUS OBJETIVOS.

Indicadores / Detalles

3.B.5.1 La institución financiera ofrece capacitación a los clientes en áreas donde tienen brechas de habilidades que les impiden alcanzar sus objetivos.

3.B.5.2 La institución financiera ofrece productos/servicios que permiten a los clientes invertir en oportunidades económicas, tales como préstamos comerciales para iniciar un negocio, capital de trabajo e inversión.

3.B.5.3 La institución financiera ofrece productos/servicios para eventos importantes de la vida, tales como bodas, atención de maternidad/nacimiento, vivienda, educación superior y funerales.



PC Dimensión 4

Protección al Cliente

- 4A.** La institución financiera no sobreendeuda a los clientes.
- 4B.** La institución financiera brinda a los clientes información clara y oportuna para apoyar su toma de decisiones.
- 4C.** La institución financiera hace cumplir el trato justo y respetuoso de los clientes.
- 4D.** La institución financiera protege los datos de los clientes e informa a los clientes los derechos que poseen respecto al uso de sus datos.
- 4E.** La institución financiera recibe y resuelve los reclamos de los clientes.



4A. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA NO SOBREENDEUDA A LOS CLIENTES.

Prácticas Esenciales

4A1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA TOMA DECISIONES DE APROBACIÓN DE PRÉSTAMOS EN BASE A LA CAPACIDAD DE PAGO DEL CLIENTE.

Indicadores / Detalles

4.A.11 La institución financiera tiene una política y un proceso documentado para la aprobación de préstamos.

4.A.11.1 El límite de la capacidad de pago de un cliente es igual o inferior al 70% del excedente (ingresos menos gastos, incluyendo la deuda del proveedor y otros prestadores)

4.A.11.2 Las decisiones de aprobación de préstamos las toman al menos dos personas, una de las cuales no interactúa directamente con el cliente

4.A.11.3 Si existe un buró de crédito, la institución financiera reporta los datos del cliente y utiliza los sus informes de crédito en el proceso de aprobación de los préstamos

4.A.11.4 Si la institución financiera ofrece préstamos grupales, realiza la diligencia con cada miembro del grupo.

4.A.12 La institución financiera realiza un análisis de flujo de efectivo para evaluar la capacidad de pago.

4.A.12.1 La institución financiera realiza un análisis de flujo de efectivo que considera los ingresos, los gastos, las cuotas de préstamos relacionados con el negocio y la familia, así como otra fuente de ingresos y gastos, incluidas las fuentes informales

4.A.12.2 La institución financiera no utiliza garantías, ingresos del garante, pólizas y/o cobertura de seguro como indicadores de la capacidad de pago o como base principal para la aprobación del préstamo

4.A.1.3 La política de la institución financiera con respecto al pago anticipado de préstamos especifica las condiciones bajo las cuales es aceptable que los clientes paguen un préstamo anticipadamente para tomar un nuevo préstamo.

4.A.1.3.1 Cuando el cliente solicita el pago anticipado para obtener otro préstamo, la institución financiera especifica un período de tiempo y/o un porcentaje del capital del préstamo activo que debe pagar antes de ser elegible para un nuevo préstamo

4.A.1.3.2 Cuando el cliente solicita otro préstamo inmediatamente después del prepago, la institución financiera realiza un nuevo análisis de flujo de efectivo

4.A.1.4 Si el análisis de aprobación del préstamo se realiza a través de un software de evaluación crediticia, la institución verifica que el algoritmo esté funcionando adecuadamente. Frecuencia mínima: anual

4.A.1.4.1 La institución financiera revisa la efectividad del software de evaluación crediticia para predecir la posibilidad de repago del cliente

4.A.1.4.2 La institución financiera revisa el software de evaluación crediticia en busca de errores en contra de las categorías protegidas, y los corrige según fuera necesario.

Prácticas Esenciales

4A2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA MONITOREA EL MERCADO Y RESPONDE SI HAY UN AUMENTO EN EL RIESGO DE SOBREENDEUDAMIENTO.

Indicadores / Detalles

4.A.2.1 La Alta Gerencia monitorea la calidad de la cartera para identificar el riesgo de sobreendeudamiento. Frecuencia mínima: mensual

4.A.2.1.1 La institución financiera analiza la calidad de la cartera por sucursal, producto y segmento de clientes

4.A.2.1.2 La institución financiera realiza un seguimiento de los préstamos reestructurados, reprogramados y refinanciados

4.A.2.2 La institución financiera define los niveles de cartera en riesgo (PAR) que desencadenan un monitoreo y desarrollo de acciones adicionales.

4.A.2.3 Si la cartera en riesgo total de la institución financiera ha promediado más del 10% durante cualquier trimestre de los últimos tres años, la institución financiera ha tomado medidas correctivas.



4B. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA BRINDA A LOS CLIENTES INFORMACIÓN CLARA Y OPORTUNA PARA APOYAR SU TOMA DE DECISIONES.

Prácticas Esenciales

4B1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA ES TRANSPARENTE ACERCA DE LOS TÉRMINOS, CONDICIONES Y PRECIOS DE LOS PRODUCTOS.

Indicadores / Detalles

- 4.B.1.1 La institución financiera entrega un documento de resumen con los principales acuerdos del contrato a los prestatarios antes de que firmen. El documento contiene al menos la siguiente información:
- Monto total del préstamo
 - Precios, incluidas todas las comisiones
 - Costo total del crédito: capital, intereses y las comisiones más la garantía en efectivo
 - Fecha de desembolso y plazo del préstamo
 - Calendario de amortización con importes de capital e intereses, cantidad y fecha de vencimiento de todas las cuotas de amortización
 - Todas las deducciones del desembolso principal (por ejemplo: primera cuota, comisiones, garantías en efectivo, impuestos), si correspondiera
 - Cómo se puede utilizar la garantía en efectivo/ahorros obligatorios en caso de incumplimiento, si correspondiera
 - Tasas de interés moratorias y punitorias, términos y condiciones, si correspondiera
- 4.B.1.2 Los contratos de préstamo incluyen la siguiente información, según corresponda cada producto:
- Período de gracia
 - Cantidad de ahorro obligatorio / billetera electrónica móvil
 - Mecanismos automáticos de débito en cuenta
 - Productos vinculados
 - Obligaciones del miembro o garante
 - Requisitos de garantías y procedimientos de embargo
 - Consecuencias por la demora o incumplimiento de pagos
 - Condiciones de prepago: si es posible y costos.
 - Si los términos y condiciones pueden cambiar en el tiempo y cómo afectaría esto a los clientes
- 4.B.1.3 Los contratos de préstamo están disponibles en los principales idiomas locales.

4.B.1.4 La institución financiera comunica la información del producto de una manera que facilite la toma de decisiones de los clientes:

4.B.1.4.1 La institución financiera publica información de los productos, incluidos los precios, tanto en las sucursales, en las pizarras informativas o en medios web/digitales, según correspondiera

4.B.1.4.2 La institución financiera comunica la tasa efectiva anual (TEA) o la tasa efectiva mensual (TEM), si la mayoría de los préstamos son de menos de 3 meses) en el Resumen de Datos Clave del contrato y en el contrato de préstamo.

4.B.1.4.3 Las comunicaciones de la institución financiera se realizan en un lenguaje sencillo y local; la información verbal se utiliza para los clientes menos alfabetizados

4.B.1.4.4 Los materiales de marketing de la institución financiera no engañan ni inducen a confusiones de los clientes.

4.B.1.5 Si la institución financiera utiliza agentes de comercialización, verifica que proporcionen a los clientes la documentación de sus costos, términos de servicio y condiciones de cancelación.

4.B.1.6 Si la institución financiera ofrece ahorros, la documentación incluye lo siguiente:

- Comisiones, incluyendo costos de cierre
- Tipo de interés y cómo se calcularán los intereses
- Requisitos de saldo mínimo y máximo
- Si los depósitos están asegurados por el gobierno

4.B.1.7 Si la institución financiera ofrece servicios de pagos/remesas, proporciona la siguiente información a los clientes que están iniciando o recibiendo transferencias de dinero, o utilizando otros servicios de pago:

- Monto pagado por el remitente, en la moneda del remitente
- Tipo de cambio estimado
- Monto a recibir en la moneda de destino
- Tarifa
- Instrucciones para cobrar el pago
- Condiciones de cancelación
- Instrucciones para la resolución de errores
- Confirmación de transacción
- Impuestos
- Productos vinculados (si los hay)

- 4.B.1.8 “Si la institución ofrece seguro, proporciona a los clientes la siguiente información en el momento de la venta:
- Un certificado de cobertura que indique, como mínimo, la prima, el monto y el plazo de la cobertura, quiénes son los beneficiarios, qué eventos están cubiertos, las exclusiones importantes y cuándo y cómo presentar una solicitud de indemnización.
 - Una explicación de la documentación requerida para probar el daño, si correspondiera
 - Términos relacionados con la cancelación y el prepago, si correspondiera

- 4.B.1.9 Si la institución ofrece seguros, brinda a los beneficiarios información oportuna durante el proceso de solicitud de indemnización.

4.B.1.9.1 La institución notifica al beneficiario dentro de los 30 días la resolución sobre la solicitud de indemnización.

4.B.1.9.2 Cuando la solicitud de indemnización da lugar a un acuerdo, la institución notifica al beneficiario dentro de los 30 días posteriores al acuerdo. Si se niega la indemnización, notifica al beneficiario el motivo y le da la oportunidad de apelar.

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

4B2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA SE COMUNICA CON LOS CLIENTES EN MOMENTOS APROPIADOS Y A TRAVÉS DE LOS CANALES ADECUADOS.

- 4.B.2.1 La institución financiera brinda a los clientes la oportunidad de revisar los términos y condiciones de los productos.

4.B.2.1.1 La institución financiera ofrece un canal para que los clientes hagan preguntas y reciban información adicional antes de firmar contratos

4.B.2.1.2 La institución financiera notifica a los clientes y les da la oportunidad de optar por no continuar antes de renovar automáticamente un producto voluntario.

- 4.B.2.2 La institución financiera entrega a los clientes una copia completa y firmada del contrato y entrega el contrato en forma física o electrónica.

4.B.2.3 La institución financiera brinda a los clientes información clara y precisa sobre el saldo de la cuenta de las siguientes maneras:

4.B.2.3.1 Brinda acceso a su saldo actualizado de préstamo o ahorro

4.B.2.3.2 Enví mensajes automáticos a los clientes siempre que exista una deducción automática de la cuenta del cliente

4.B.2.3.3 Proporciona recibos, en papel o electrónicamente, para cada transacción.

4.B.2.4 Si los reembolsos del préstamo se debitan automáticamente de la cuenta de un cliente, la institución financiera envía a los clientes un recordatorio de reembolso del préstamo al menos un día antes de la fecha de vencimiento de los reembolsos del préstamo.



4C. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA HACE CUMPLIR EL TRATO JUSTO Y RESPETUOSO DE LOS CLIENTES.

Prácticas Esenciales

4C1. EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA ESTABLECE UN TRATO JUSTO Y RESPETUOSO A LOS CLIENTES.

Indicadores / Detalles

4.C.1.1 El código de conducta de la institución financiera establece los valores organizacionales, las normas de conducta profesional y el trato a los clientes que deben dar los empleados, y define las sanciones en caso de incumplimiento.

4.C.1.2 Las políticas de la institución financiera prohíben lo siguiente:

4.C.1.2.1 Corrupción, robo, sobornos, fraude

4.C.1.2.2 Intimidación al cliente: uso de lenguaje abusivo, uso de fuerza física, limitación de la libertad física, acoso sexual, gritos, ingreso a su casa sin invitación, humillación pública, uso de amenazas

4.C.1.2.3 Discriminación contra todas las Categorías Protegidas reconocidas internacionalmente. [Nota: Las categorías protegidas son las siguientes: personas mayores de 40 años; sexo; raza/etnicidad, nacionalidad, origen; religión; estado de salud (incluido el estado serológico respeto del VIH); con discapacidad; orientación sexual; afiliación política; estado civil: participación en un sindicato.]

4.C.1.3 La institución financiera informa a los clientes, verbalmente o por escrito, sobre las conductas prohibidas que se encuentran en el código de conducta.

4.C.1.4 Si la institución financiera se asocia con terceros, revisa el código de conducta de dicha empresa antes de firmar un contrato para verificar su compromiso con el trato justo y respetuoso de los clientes.

Prácticas Esenciales
4C2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA NO USA TÉCNICAS DE VENTAS AGRESIVAS.
Indicadores / Detalles

4.C.2.1 La institución financiera tiene controles internos para monitorear si los empleados o agentes realizan ventas agresivas.

4.C.2.2 La estructura de incentivos de la institución financiera no promueve ventas agresivas.

4.C.2.2.1 Cuando los salarios de los empleados de primera línea están compuestos por una parte fija y una parte variable, la parte fija deberá representar por lo menos el 50% del salario total

4.C.2.2.2 La institución financiera monitorea los índices de productividad de los empleados de primera línea e investiga aquellos que están por encima de un umbral predeterminado

Prácticas Esenciales
4C3. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA SALVAGUARDA EL DERECHO DE LOS CLIENTES A UN TRATO RESPETUOSO DURANTE EL PROCESO DE COBRANZA DE LOS PRÉSTAMOS.
Indicadores / Detalles

4.C.3.1 La política de cobros de la institución financiera incluye lo siguiente::

4.C.3.1.1 Una lista de prácticas de cobranza apropiadas e inapropiadas apropiadas e inapropiadas, incluidas las prácticas de embargo de garantías

4.C.3.1.2 Un cronograma del proceso de cobranza que determina las razones del incumplimiento de pago y que brinda una solución al cliente

4.C.3.1.3 La institución financiera informa al cliente antes de la incautación de la garantía, lo que le permite intentar remediar el incumplimiento

4.C.3.1.4 Prohibición de venta de la garantía de los clientes a la institución financiera, al personal de la institución financiera, a sus familiares o a terceros involucrados en el proceso de embargo

4.C.3.2 La institución financiera reestructura o castiga los préstamos como una práctica no ordinaria, en función de una lista de casos de dificultades específicas.



4D. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA PROTEGE LOS DATOS DE LOS CLIENTES Y LES INFORMA SOBRE LOS DERECHOS QUE POSEEN RESPECTO AL USO DE SUS DATOS.

Prácticas Esenciales

4D1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA MANTIENE LA SEGURIDAD Y LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS DE LOS CLIENTES.

Indicadores / Detalles

- 4.D.1.1 La institución financiera tiene políticas de seguridad y confidencialidad de datos que cubren la recopilación, el uso, la distribución, el almacenamiento y la retención de la información del cliente.
- 4.D.1.2 La institución financiera mantiene archivos físicos y electrónicos en un sistema seguro.
 - 4.D.1.2.1 El acceso al sistema está restringido y, de acuerdo al rol y funciones de cada empleado, se activan los módulos correspondientes. (principio de “menor privilegio”)
 - 4.D.1.2.2 La institución financiera controla el uso de los archivos por parte de los empleados fuera de la oficina y mantiene registros de los nombres de los empleados que solicitan/obtienen acceso a los archivos de los clientes
 - 4.D.1.2.3 La institución financiera define un proceso claro para salvaguardar los datos del cliente cuando los empleados dejan la organización.
- 4.D.1.3 La institución financiera lleva a cabo una evaluación de riesgos para identificar los riesgos relacionados con los datos para los clientes. Frecuencia mínima: cada año
- 4.D.1.4 Si la institución financiera trabaja con terceros que tienen acceso a los datos del cliente, los acuerdos de la misma, especifica que los terceros mantendrán la seguridad y confidencialidad de los datos del cliente.

Prácticas Esenciales

4D2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA INFORMA A LOS CLIENTES SOBRE SU DERECHO A LA PRIVACIDAD Y SU DERECHO RESPETO AL USO DE SUS DATOS.

Indicadores / Detalles

- 4.D.2.1 La institución financiera explica a los clientes cómo utilizará los datos del cliente, con quién compartirá los datos y cómo serán utilizados por terceros. La institución financiera recibe el consentimiento de los clientes antes de usar o compartir sus datos.
- 4.D.2.2 La información referente al uso de datos y al consentimiento que otorgan es fácil de entender para los clientes.
- 4.D.2.2.1 Al solicitar el consentimiento de los clientes para utilizar sus datos, la institución financiera explica en un lenguaje local y sencillo, ya sea por escrito o de forma verbal, cómo utilizará los datos. Los enlaces de Internet a las declaraciones de divulgación no son suficientes
- 4.D.2.2.2 La institución financiera capacita a los clientes sobre la importancia de proteger su información personal, incluidos los números de identificación personal (PIN), los saldos de las cuentas de ahorro y la información sobre problemas de pago
- 4.D.2.2.3 La institución financiera otorga a los clientes el derecho de retirar el permiso para usar sus datos y les explica las consecuencias de dicho retiro
- 4.D.2.3 La institución financiera notifica a los clientes de su derecho a revisar y corregir sus datos personales y financieros.



4E. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA RECIBE Y RESUELVE LOS RECLAMOS DE LOS CLIENTES.

Prácticas Esenciales

4E1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA POSEE UN MECANISMO DE RECLAMOS DE FÁCIL ACCESO FÁCILMENTE ACCESIBLE PARA LOS CLIENTES Y ADAPTADO A SUS NECESIDADES.

Indicadores / Detalles

4.E.1.1 Los clientes tienen una manera de presentar quejas a personas que no sean su oficial de crédito/oficial de producto y el supervisor de esa persona.

4.E.1.2 La institución financiera dispone de al menos dos canales de denuncia gratuitos y accesibles para los clientes.

4.E.1.3 La institución financiera informa a los clientes cómo presentar una queja.

4.E.1.3.1 La institución financiera muestra información sobre cómo presentar una queja en las sucursales, donde se hallen los agentes, en la documentación del producto y en todos los canales digitales que utiliza para brindar servicios a los clientes

4.E.1.3.2 En el momento en que los clientes solicitan usar un producto, la institución financiera informa a los clientes sobre cómo presentar una queja tanto a su persona como a otro funcionario.

4.E.1.4 Si el mecanismo de queja inicialmente maneja las quejas a través de medios automatizados, la institución financiera pone a disposición de los clientes un canal con interacción humana en vivo.

Prácticas Esenciales

4E2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA RESUELVE LOS RECLAMOS EFICIENTEMENTE.

Indicadores / Detalles

4.E.2.1 La política de quejas de la institución financiera identifica los niveles de gravedad y requiere que las quejas graves se escalen de inmediato a la Alta Gerencia.

4.E.2.2 El mecanismo de quejas de la institución financiera garantiza que todas las quejas formales se registren en un sistema seguro que llegue al personal de manejo de quejas y/o a la gerencia.

4.E.2.3 La institución financiera resuelve las quejas de los clientes rápidamente.

4.E.2.3.1 La institución financiera envía a los clientes una confirmación de recepción de sus quejas y una notificación cuando la queja ha sido resuelta

4.E.2.3.2 Si una institución financiera recibe quejas a través de centro de llamadas o chat, monitorea el tiempo promedio de espera

4.E.2.3.3 La institución financiera resuelve al menos el 90% de las quejas en el plazo de un mes. Si la resolución demora más de un mes, la institución financiera notifica al cliente el motivo de la demora

4.E.2.4 El personal que maneja las quejas tiene acceso a datos relevantes del cliente, incluyendo detalles de transacciones y notas de conversaciones de quejas anteriores.

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

4E3. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA USA LA INFORMACIÓN DE LAS QUEJAS PARA GESTIONAR SUS OPERACIONES Y MEJORAR LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

4.E.3.1 El sistema de quejas crea un informe para la gerencia y el personal de atención al cliente. Frecuencia mínima: mensual

4.E.3.2 Alta Gerencia revisa los informes de quejas y los indicadores clave de desempeño (p. ej., tiempo promedio para resolver, porcentaje resuelto) y toma medidas correctivas para resolver los problemas sistemáticos que generan quejas. Frecuencia mínima: anual

4.E.3.3 Si la institución financiera se asocia con terceros, la institución financiera ayuda a sus clientes a resolver las quejas que tienen con esos terceros.



Dimensión 5

Gestión Responsable de los Recursos Humanos

- 5A.** La institución financiera crea un ambiente laboral seguro y equitativo.
- 5B.** El sistema de gestión de los recursos humanos de la institución está diseñado para atraer y mantener una fuerza laboral calificada y motivada.
- 5C.** El sistema de desarrollo de los recursos humanos apoya la estrategia social de la institución financiera.



5A. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA CREA UN AMBIENTE LABORAL SEGURO Y EQUITATIVO.

Prácticas Esenciales

5A1. EXISTEN NORMAS ESCRITAS DE RRHH A DISPOSICIÓN DE TODOS LOS EMPLEADOS QUE DETALLAN Y PROTEGEN SUS DERECHOS.

Indicadores / Detalles

5.A.1.1 La política de recursos humanos de la institución financiera explica los derechos y responsabilidades de los empleados relacionados con:

- 5.A.1.1.1 Normas de trabajo y procedimientos disciplinarios
- 5.A.1.1.2 Resolución de quejas
- 5.A.1.1.3 Acuerdos de negociación colectiva y libertad de asociación
- 5.A.1.1.4 Protección para denunciantes
- 5.A.1.1.5 Garantías contra el acoso
- 5.A.1.1.6 Condiciones para el despido y trámites de salida

5.A.1.2 La institución financiera cumple con las regulaciones locales en las siguientes áreas:

- 5.A.1.2.1 Salarios competitivos
- 5.A.1.2.2 Escala salarial transparente
- 5.A.1.2.3 Prestaciones/protección social
- 5.A.1.2.4 Límites en las horas de trabajo y las horas extraordinarias
- 5.A.1.2.5 Pago de horas extras y vacaciones pagadas
- 5.A.1.2.6 Licencia de maternidad/paternidad

5.A.1.3 La política de no discriminación de la institución financiera hacia los empleados cubre todas las Categorías Protegidas reconocidas internacionalmente. [Nota: Las Categorías Protegidas son las siguientes: Personas mayores de 40 años; sexo; raza/etnicidad, nacionalidad/origen, religión; estado de salud, incluido el estado serológico respecto del VIH; con discapacidad; orientación sexual; afiliación política/opinión; estado civil, participación en un sindicato.]

5.A.1.4 La institución financiera analiza los datos de los empleados por género y puesto de trabajo para verificar que hombres y mujeres están igualmente representados en los diferentes niveles jerárquicos de la organización.

5.A.1.5 La institución financiera opera de acuerdo con la legislación nacional sobre trabajo forzado y edad mínima para el empleo, pero en ningún caso emplea a trabajadores menores de 14 años. Si la ley nacional no aborda el trabajo forzado la institución financiera cumple con la ley internacional.

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

5A2. LA COMPENSACIÓN DE LOS EMPLEADOS ES EQUITATIVA Y ADECUADA.

- 5.A.2.1 La institución financiera paga salarios en base a valores de mercado, y nunca por debajo del salario mínimo sectorial.
- 5.A.2.2 El salario base de los empleados de primera línea (antes de los incentivos) es al menos un salario digno.
- 5.A.2.3 La institución financiera analiza los datos salariales para verificar que hombres y mujeres reciban el mismo salario por el mismo trabajo y tengan las mismas oportunidades de aumento salarial y/o ascenso laboral.

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

5A3. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA TIENE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD.

- 5.A.3.1 La institución financiera evalúa los riesgos de seguridad y salud a los que se enfrentan sus empleados y audita las medidas de seguridad existentes. Frecuencia mínima: anual
- 5.A.3.2 La institución financiera documenta e informa a la gerencia todos los accidentes, lesiones y enfermedades ocupacionales. Los resultados están desagregados por género y por cargo. Frecuencia mínima: anual
- 5.A.3.3 La institución toma las medidas necesarias para mitigar los riesgos laborales..
 - 5.A.3.3.1 La institución financiera ofrece equipos de salud y seguridad, capacitación y sitio de trabajo adecuado
 - 5.A.3.3.2 La institución financiera tiene un plan de respuesta a emergencias/desastres y capacita a la gerencia y a los empleados sobre cómo seguir el plan. Frecuencia mínima de formación: anual
 - 5.A.3.3.3 La institución sigue pagando el salario a los empleados que faltan al trabajo debido a lesiones relacionadas con el trabajo.



5B. EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS DE LA INSTITUCIÓN ESTÁ DISEÑADO PARA ATRAER Y MANTENER UNA FUERZA LABORAL CALIFICADA Y MOTIVADA.

<i>Prácticas Esenciales</i>	<i>Indicadores / Detalles</i>
<p>5B1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA BRINDA A CADA EMPLEADO DOCUMENTACIÓN COMPLETA SOBRE SU EMPLEO Y CAPACITACIÓN PARA LAS COMPETENCIAS DE SU PUESTO.</p>	<p>5.B.1.1 La institución financiera comunica a los empleados las condiciones laborales que le corresponden:</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.B.1.1.1 Sueldo base y oportunidades para cualquier otro tipo de compensación (horas extras, pago de incentivos) 5.B.1.1.2 Descripción del puesto / alcance del trabajo 5.B.1.1.3 Proceso de evaluación del desempeño <p>5.B.1.2 Todos los empleados nuevos reciben una orientación y capacitación específica para su trabajo.</p> <p>5.B.1.3 Las oportunidades de desarrollo profesional están disponibles para empleados a todos niveles.</p> <p>5.B.1.4 Hombres y mujeres reciben las mismas oportunidades de capacitación y desarrollo de habilidades.</p>

<i>Prácticas Esenciales</i>	<i>Indicadores / Detalles</i>
<p>5B2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA BRINDA A LOS EMPLEADOS OPORTUNIDADES FORMALES PARA COMUNICARSE CON LA DIRECCIÓN.</p>	<p>5.B.2.1 La institución financiera tiene un mecanismo formal para consultar con los representantes de los empleados sobre las decisiones de recursos humanos y el desarrollo de políticas. Los representantes de los trabajadores tienen acceso directo a los directores ejecutivos.</p> <p>5.B.2.2 La institución financiera cuenta con un mecanismo formal de quejas que permite a los empleados plantear inquietudes en el lugar de trabajo de manera confidencial.</p> <p>5.B.2.3 La institución realiza encuestas sobre la satisfacción de los empleados en referencia a las condiciones de empleo. Frecuencia mínima: anual</p>



5C. EL SISTEMA DE DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS APOYA LA ESTRATEGIA SOCIAL DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA. (PC)

Prácticas Esenciales	Indicadores / Detalles
5C1. DURANTE EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN, LA INSTITUCIÓN FINANCIERA EVALÚA EL COMPROMISO DE CADA CANDIDATO PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS SOCIALES DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA Y SERVIR A SUS CLIENTES OBJETIVO. (PC)	5.C.1.1 La institución financiera evalúa el trabajo y la experiencia personal de cada candidato en relación con los clientes objetivo del institución financiera.
	5.C.1.2 La institución financiera evalúa la motivación de cada candidato para lograr los objetivos sociales de la institución financiera.
	5.C.1.3 El período de prueba/inducción de nuevos empleados que tratan con el cliente incluye una evaluación de las habilidades y el compromiso de servir a los clientes objetivo de la institución financiera.
	5.C.1.4 Todos los empleados firman un documento reconociendo que cumplirán con el Código de Conducta. (PC)

Prácticas Esenciales	Indicadores / Detalles
5C2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA CAPACITA A TODOS LOS EMPLEADOS SOBRE SUS OBJETIVOS SOCIALES Y LA PROTECCIÓN AL CLIENTE. (PC)	5.C.2.1 La institución financiera capacita a todos los empleados sobre sus objetivos sociales y cómo su trabajo contribuye a lograr estos objetivos, y refuerza ésto de manera continua.
	5.C.2.2 La institución financiera capacita a los empleados en protección al cliente, de acuerdo con sus roles y responsabilidades. La formación cubre, como mínimo, los siguientes temas: (PC)
	5.C.2.2.1 Análisis de la capacidad de pago y el proceso de aprobación de crédito (PC)
	5.C.2.2.2 Cómo evitar técnicas de venta agresivas, incluido cómo respetar el derecho de los clientes a rechazar productos (PC)
	5.C.2.2.3 Cómo explicar precios, términos y condiciones a los clientes y cómo verificar la comprensión del cliente (PC)
	5.C.2.2.4 Prácticas de cobros de deudas y procedimientos de recuperación de préstamos (PC)

5.C.2.2.5 Políticas de confidencialidad e intercambio de datos; riesgo de fraudes (incluidos los tipos más frecuentes); identificación y denuncia de fraudes (PC)

5.C.2.2.6 ¿Cómo funciona el mecanismo de quejas?, ¿cómo resolver quejas contra instituciones financieras externas? y ¿cómo tratar a los clientes con respeto durante el proceso?. (PC)

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

5C3. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA EVALÚA E INCENTIVA A LOS EMPLEADOS SOBRE LA BASE DE CRITERIOS SOCIALES Y FINANCIEROS.

(PC) 5.C.3.1 Las evaluaciones de desempeño de los empleados y los incentivos incluyen la protección del cliente o criterios de desempeño social. (PC)

5.C.3.1.1 La evaluación del desempeño incluye criterios de protección al cliente, tales como: la calidad de la cartera y el servicio al cliente, incluido el trato respetuoso y sin discriminación a los clientes. (PC)

5.C.3.1.2 La evaluación del desempeño incluye criterios de gestión social, tales como: la capacidad para reclutar clientes objetivo, la calidad de la recopilación de datos, la calidad de los servicios no financieros brindados y la retención de clientes. (PC)

5.C.3.2 La institución financiera revisa los esquemas de incentivos para detectar consecuencias negativas, tales como: fraude, maltrato al cliente, ventas agresivas, sobreendeudamiento o alta rotación de empleados.



Dimensión 6

Crecimiento y Rendimientos Responsables

6A. La institución financiera gestiona el crecimiento de modo de una manera que promover sus objetivos sociales y mitigar riesgos a los clientes.

6B. La institución financiera fija precios de manera responsable.

6C. La institución financiera utiliza las ganancias de manera responsable.



6A. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA GESTIONA EL CRECIMIENTO DE MODO DE PROMOVER SUS OBJETIVOS SOCIALES Y MITIGUE LOS RIESGOS A LOS CLIENTES.

Prácticas Esenciales

6A1. EL PLAN ESTRATÉGICO O DE NEGOCIOS ESTABLECE OBJETIVOS DE CRECIMIENTO RESPONSABLES. (PC)

Indicadores / Detalles

6.A.1.1 La institución financiera ajusta los objetivos de crecimiento en función de la saturación del mercado. (PC)

6.A.1.2 La institución financiera alinea los objetivos de crecimiento en función de la demanda y por segmento de clientes, según lo identificado en las investigaciones de mercado.

6.A.1.3 La institución financiera asigna fondos y recursos humanos para reforzar las siguientes capacidades internas a fin de asegurar un crecimiento responsable:

- 6.A.1.3.1 Mecanismos de control interno/auditoría interna
- 6.A.1.3.2 Contratación y capacitación del personal y agentes externos, según corresponda
- 6.A.1.3.3 Calidad y capacidad del sistema de información gerencial

Prácticas Esenciales

6A2. EN ÉPOCAS DE ALTO CRECIMIENTO, LA INSTITUCIÓN FINANCIERA MONITOREA CON MÁS FRECUENCIA LOS SIGUIENTES DATOS FRECUENCIA MÍNIMA ES MENSUAL:

Indicadores / Detalles

(PC) 6.A.2.1 La institución financiera analiza las tasas de crecimiento por sucursal/ región. Frecuencia mínima: anual

6.A.2.2 La institución financiera monitorea los siguientes datos en épocas de crecimiento, Frecuencia mínima: mensual

- 6.A.2.2.1 Indicadores de alcance, incluido el monto promedio de los préstamos de nuevos clientes y la proporción de nuevos clientes que pertenecen al grupo objetivo de la institución financiera
- 6.A.2.2.2 Indicadores de calidad de servicio segmentados por sucursal, incluyendo cartera en riesgo y número de reclamos
- 6.A.2.2.3 Indicadores de capacidad de los recursos humanos, incluyendo los por oficial de campo, personal de auditoría interna por número total de empleados, horas de capacitación para nuevos empleados (por puesto) y rotación de empleados (por puesto)

6.A.2.3 Cuando la institución financiera identifica un crecimiento que es perjudicial para los clientes, toma medidas de mitigación, tales como reducir los objetivos de crecimiento, aplicar criterios de aprobación de préstamos más conservadores o limitar la cantidad total de préstamos que una persona puede tener al mismo tiempo. PC



6B. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA FIJA PRECIOS DE MANERA RESPONSABLE (PC)

Prácticas Esenciales	Indicadores / Detalles
<p>6B1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA ESTABLECE PRECIOS JUSTOS.</p>	<p>(PC) 6.B.1.1 La tasa de interés tiene en cuenta los siguientes costos para otorgar crédito: costos de financiamiento, costos operativos, pérdidas crediticias y rendimientos del capital. (PC)</p>
	<p>6.B.1.2 Tasa Efectiva Anual (TEA) para todos los principales productos de crédito de la institución financiera (> 20% de la cartera total) está dentro del 15% de sus pares. Si está fuera del rango, la institución financiera puede proporcionar una justificación válida. (PC)</p>
	<p>6.B.1.3 La institución financiera divulga la tasa de interés del préstamo considerando un saldo decreciente y de acuerdo con la fecha exacta de pago. (PC)</p>
	<p>6.B.1.4 Los intereses del préstamo (incluyendo los intereses moratorios) no se acumulan después de 180 días de mora, como máximo. (PC)</p>

Prácticas Esenciales	Indicadores / Detalles
<p>6B2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA ESTABLECE COMISIONES RAZONABLES.</p>	<p>(PC) 6.B.2.1 La institución financiera no cobra a los clientes por la confirmación de transacciones ni por consultas de saldo. (PC)</p>
	<p>6.B.2.2 Las multas por pago anticipado son menores que los intereses que se habrían acumulado entre el momento del pago anticipado y el final del plazo del préstamo. (PC)</p>
	<p>6.B.2.3 Los intereses atrasados y las multas no agravan la deuda; se calculan sobre la base del monto del capital solamente. (PC)</p>
	<p>6.B.2.4 Si la institución financiera capta ahorros, cobra comisiones razonables por las cuentas de ahorros. (PC)</p>

- 6.B.2.4.1 Las comisiones sobre las cuentas de depósito no son desproporcionadamente altas en relación con los saldos de depósitos pequeños (PC)
- 6.B.2.4.2 La estructura de comisiones para las cuentas de depósito no permite poner a cero las cuentas por cobros repetitivos de comisiones. (PC)

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

6B3. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA NO TRANSFIERE COSTOS INNECESARIOS A LOS CLIENTES.

- (PC) 6.B.3.1 El índice de gastos de provisiones por deudas incobrables (índice LLER) se encuentra dentro del rango aceptado. Si está fuera del rango, la institución puede proporcionar una justificación válida. (PC)
- 6.B.3.2 El índice de gastos operativos (OER/OpEx) se encuentra dentro del rango aceptado. Si está fuera del rango, la institución financiera puede proporcionar una justificación válida. (PC)
- 6.B.3.3 El índice de rendimiento de los activos (ROA) está dentro del rango aceptado. Si está fuera del rango, la institución financiera puede proporcionar una justificación válida. (PC)



6C. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA UTILIZA LAS GANANCIAS DE MANERA RESPONSABLE.

Prácticas Esenciales

6C1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA SE RELACIONA CON INVERSIONISTAS CUYA ESTRATEGIA DE INVERSIÓN ESTÁ ALINEADA CON LOS OBJETIVOS SOCIALES DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA

Indicadores / Detalles

- 6.C.1.1 La institución financiera presenta sus objetivos sociales a los inversores de capital y les pregunta sobre el calendario previsto para sus inversiones y su expectativa de salida a fin de evaluar la alineación con la estrategia social.
- 6.C.1.2 La Junta Directiva prioriza aceptar ofertas de inversión de inversionistas cuya estrategia de inversión esté alineada con la estrategia social de la institución financiera.
- 6.C.1.3 El acuerdo de inversión especifica lo siguiente:
 - 6.C.1.3.1 Compromiso con los objetivos sociales
 - 6.C.1.3.2 Nivel esperado y uso de las utilidades
 - 6.C.1.3.3 Cronograma de inversión esperado y estrategia de salida

Prácticas Esenciales

6C2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA UTILIZA SUS GANANCIAS PARA BENEFICIAR A LOS CLIENTES.

Indicadores / Detalles

- 6.C.2.1 El uso de las utilidades de la institución financiera en el año anterior incluyó al menos una de las siguientes inversiones: fortalecimiento de sus prácticas de gestión del desempeño social o ambiental, provisión de servicios no financieros, reducción de precios, o inversión en la comunidad local.
- 6.C.2.2 La institución financiera cuenta con una política que especifica cuándo se pueden pagar dividendos y en qué proporción, de acuerdo con sus objetivos sociales.

*Prácticas Esenciales***6C3. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA TIENE UNA ESTRUCTURA FINANCIERA Y SOCIAL TRANSPARENTE.***Indicadores / Detalles*

- 6.C.3.1 Anualmente, la institución financiera divulga públicamente sus estados financieros auditados.
- 6.C.3.2 La institución financiera divulga los resultados de sus auditorías sociales y sobre la medición de resultados en clientes a todas las partes interesadas, previa solicitud.
- 6.C.3.3 La institución financiera divulga la compensación de la Alta Gerencia a los donantes, evaluadores, inversores y otras partes interesadas, previa solicitud.



Dimensión 7

Gestión del Desempeño Ambiental

- 7A.** La institución financiera tiene una estrategia ambiental y sistemas establecidos para implementarla.
- 7B.** La institución financiera identifica y gestiona los riesgos y oportunidades ambientales.
- 7C.** La institución financiera ofrece productos y servicios financieros y no financieros para lograr sus objetivos ambientales.



7A. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA TIENE UNA ESTRATEGIA AMBIENTAL Y SISTEMAS ESTABLECIDOS PARA IMPLEMENTARLA.

Prácticas Esenciales

7A1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA TIENE UNA ESTRATEGIA PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS AMBIENTALES.

Indicadores / Detalles

7.A.1.1 La institución financiera tiene una estrategia documentada que especifica su intención de lograr al menos uno de los siguientes objetivos ambientales:

- Reducir los impactos adversos propios de la institución financiera en el ambiente.
- Reducir la vulnerabilidad de los clientes al cambio climático y a la degradación ambiental.
- Reducir los impactos adversos de los clientes en el ambiente.
- Promover la adopción de prácticas y tecnologías verdes, así como suplir las demandas y necesidades que los clientes tengan de las mismas.

7.A.1.2 La estrategia define indicadores y metas para medir el progreso de la institución financiera hacia sus objetivos ambientales.

7.A.1.3 La institución financiera opera según leyes y reglamentos nacionales e internacionales sobre protección ambiental.

Prácticas Esenciales

7A2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA RECOPILA, ANALIZA E INFORMA SOBRE LOS DATOS QUE SON ESPECÍFICOS PARA SUS OBJETIVOS AMBIENTALES.

Indicadores / Detalles

7.A.2.1 La institución financiera recopila los siguientes datos de manera continua para medir si está logrando sus objetivos ambientales. Frecuencia mínima: anualmente.

7.A.2.1.1 Los impactos adversos propios de la institución financiera en el ambiente

7.A.2.1.2 La vulnerabilidad de los clientes al cambio climático y la degradación ambiental

7.A.2.1.3 Los impactos adversos de los clientes en el ambiente

7.A.2.1.4 Los resultados relacionados con los productos y servicios verdes tanto financieros como no financieros, incluyendo los cambios positivos y negativos en los clientes, sus hogares y el medio ambiente

7.A.2.2 La institución financiera informa sobre los datos de desempeño ambiental a nivel interno y externo. Frecuencia mínima: anualmente.

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

7A3. LA ESTRUCTURA DE GOBERNANZA Y GESTIÓN DE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA ASEGURAN LA IMPLEMENTACIÓN Y LA SUPERVISIÓN DE LA ESTRATEGIA AMBIENTAL.

7.A.3.1 La Junta Directiva y Alta Gerencia toma decisiones toman decisiones estratégicas sobre la base de los siguientes datos de desempeño ambiental. Frecuencia mínima: anualmente.

7.A.3.1.1 Análisis de los impactos adversos propios de la institución financiera en el ambiente

7.A.3.1.2 Proporción de la cartera vulnerable al cambio climático y a la degradación ambiental

7.A.3.1.3 Resultados positivos y negativos para los clientes a partir de la implementación de prácticas y tecnologías ecológicas

7.A.3.2 La institución financiera define roles y responsabilidades para la implementación de la estrategia ambiental.

7.A.3.2.1 Una persona o equipo de la Alta Gerencia es responsable de la puesta en marcha de la estrategia ambiental

7.A.3.2.2 La institución financiera integra su estrategia ambiental en las descripciones de trabajo y los objetivos de todos los roles relevantes.

7.A.3.3 La institución financiera capacita a los miembros de la Junta Directiva, Alta Gerencia y empleados en general sobre sus respectivos roles y responsabilidades, y desarrolla sus capacidades según sea necesario para la implementación de la estrategia ambiental.



7B. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA IDENTIFICA Y GESTIONA LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES AMBIENTALES.

Prácticas Esenciales

7B1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA IDENTIFICA Y GESTIONA SUS PROPIOS RIESGOS AMBIENTALES A NIVEL DE SEDE Y SUCURSAL.

Indicadores / Detalles

- 7.B.1.1 La institución financiera evalúa la vulnerabilidad de sus propiedades, edificios y recursos humanos ante los riesgos climáticos.
- 7.B.1.2 La institución financiera cuenta con un plan de contingencia para mitigar la vulnerabilidad de sus propiedades, edificios y recursos humanos ante riesgos climáticos.
- 7.B.1.3 La institución financiera identifica los impactos adversos de sus actividades internas en el medio ambiente.
- 7.B.1.4 La institución financiera evita, minimiza y/o compensa los impactos negativos de sus actividades internas en el ambiente en relación con:
- Consumo de energía
 - Consumo de agua
 - Consumo de papel
 - Transporte y consumo de combustible
 - Producción de residuos
 - Emisiones de gases de efecto invernadero

Prácticas Esenciales

7B2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA IDENTIFICA Y GESTIONA LOS RIESGOS AMBIENTALES A NIVEL DEL CLIENTE.

Indicadores / Detalles

- 7.B.2.1 La institución financiera identifica la vulnerabilidad de los clientes al cambio climático y a la degradación ambiental en relación con los siguientes:
- Cambio climático
 - Pérdida de la biodiversidad
 - Contaminación y otra degradación ambiental.

7.B.2.2 La institución financiera identifica los impactos adversos de los clientes en el ambiente en relación con los siguientes:

- Emisiones de gases de efecto invernadero
- Contaminación del aire, agua y tierra, incluyendo el uso y almacenamiento inapropiado de químicos peligrosos
- Deforestación, degradación de la tierra, pérdida de la biodiversidad, vida silvestre/áreas protegidas
- Producción y gestión de residuos

7.B.2.3 La institución financiera desarrolla políticas y procesos de mitigación del riesgo en respuesta a la vulnerabilidad identificada y a los impactos ambientales adversos, y las integra en su sistema de gestión de riesgos estándar.

7.B.2.4 La institución financiera clasifica las solicitudes de crédito según su nivel de riesgo ambiental e implementa al menos una de las siguientes acciones para las de alto riesgo ambiental:

- Realiza análisis adicionales de riesgos ambientales
- Excluye o limita el financiamiento, teniendo en cuenta las posibles compensaciones con el desempeño social y financiero de la institución financiera
- Incluye cláusulas ambientales en el contrato de préstamo, condicionando la renovación del préstamo o entrega de incentivos a la adopción de soluciones de mitigación y/o prácticas verdes.

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

7B3. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA IDENTIFICA OPORTUNIDADES PARA FINANCIAR PRÁCTICAS Y TECNOLOGÍAS VERDES.

7.B.31 La institución financiera identifica prácticas y tecnologías ecológicas que crean beneficios para los clientes en al menos una de las siguientes formas:

- Mejorar el acceso a los servicios básicos
- Aumentar la productividad, los ingresos, la eficiencia o la calidad de la producción
- Reducir los impactos adversos sobre el medio ambiente y la salud
- Reducir la vulnerabilidad al cambio climático o la degradación ambiental

7.B.3.2 La institución financiera se asegura que sus prácticas o tecnologías identificadas sean reconocidas como verdes por una Taxonomía Climática y/o cumplen con criterios ambientales claros.

7.B.3.3 La institución financiera realiza estudios de mercado sobre las prácticas y tecnologías verdes identificadas, con al menos uno de los siguientes objetivos:

- Evaluar la demanda de prácticas y tecnologías ecológicas y las necesidades financieras relacionadas de los clientes objetivo.
- Identificar tecnología local a instituciones financieras técnicas de prácticas y tecnologías verdes, así como la calidad de sus prácticas y tecnologías.
- Identificar los incentivos y/o desincentivos del mercado local y la regulación para las prácticas y tecnologías ecológicas.



7C. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA OFRECE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y NO FINANCIEROS PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS AMBIENTALES.

Prácticas Esenciales

7C1. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA OFRECE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS AMBIENTALES.

Indicadores / Detalles

7.C.1.1 La institución financiera ofrece al menos uno de los siguientes productos o servicios financieros para ayudar a los clientes a hacer frente los riesgos climáticos:

7.C.1.1.1 Préstamos de emergencia, reprogramación de préstamos o reestructuración de préstamos

7.C.1.1.2 Productos de seguros agrícola o climático

7.C.1.1.3 Productos de ahorro, transferencias de dinero, remesas o garantías

7.C.1.2 La institución financiera ofrece préstamos que permiten a sus clientes implementar o mantener prácticas y tecnologías ecológicas, que incluyen:

7.C.1.2.1 Prácticas sostenibles de: agricultura, crianza de animales o de pesca (“soluciones basadas en la naturaleza”)

7.C.1.2.2 Energía limpia y tecnología de eficiencia energética

7.C.1.2.3 Acceso mejorado a agua potable y saneamiento

7.C.1.2.4 Gestión de residuos y reciclaje (“economía circular”)

7.C.1.3 La institución financiera ofrece préstamos verdes y promueve su consumo y uso responsable haciendo lo siguiente:

7.C.1.3.1 Definir condiciones financieras (cantidad del préstamo, plazo, programa de pagos) adaptadas a la práctica o tecnología verde que se está financiando

7.C.1.3.2 Documentar los costos, retorno de la inversión y beneficios de las prácticas o tecnologías verdes que se están financiando

7.C.1.3.3 Tener material y canales de mercadeo adecuados

7.C.1.3.4 Verificar que los clientes estén utilizando los préstamos verdes para invertir en tecnologías y prácticas que califiquen como “verdes”, según la clasificación ambiental y/o los criterios ambientales usados por la institución financiera

7.C.1.3.5 Establecer alianzas con terceros que ofrezcan tecnología, capacitación o asistencia técnica potenciando la capacidad de la institución financiera para ofrecer prácticas y tecnologías verdes de alta calidad a sus clientes.

Prácticas Esenciales

Indicadores / Detalles

7C2. LA INSTITUCIÓN FINANCIERA OFRECE SERVICIOS NO FINANCIEROS PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS AMBIENTALES.

7.C.2.1 La institución financiera sensibiliza a sus clientes sobre su vulnerabilidad al cambio climático y la degradación ambiental, sobre sus impactos adversos en el medio ambiente y/o sobre prácticas y tecnologías verdes, a través de al menos uno de los siguientes canales:

- Folletos, carteles, videos.
- Conversaciones individuales
- Eventos o actividades de sensibilización

7.C.2.2 La institución financiera fortalece la capacidad de sus clientes para reducir su vulnerabilidad al cambio climático y la degradación ambiental, para mitigar sus impactos adversos en el ambiente y/o para adoptar prácticas y tecnologías verdes, ofreciendo los siguientes servicios:

- Visitas de campo y oportunidades de aprendizaje entre pares
- Capacitaciones
- Asistencia técnica para implementar o mantener prácticas y tecnologías ecológicas, incluyendo los servicios posventa

7.C.2.3 La institución financiera establece alianzas con terceros para ofrecer capacitación a sus clientes en relación con los riesgos y las oportunidades ambientales y/o soporte técnico en la implementación o mantenimiento de prácticas y tecnologías verdes.

Cerise+SPTF es una entidad conjunta entre dos de los líderes globales en gestión del desempeño social y ambiental. Fundado en el 2005, el Grupo de Trabajo en Desempeño Social o SPTF desarrolló los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental (los Estándares Universales), los que también actualiza regularmente. Los Estándares Universales fueron publicados por primera vez en el 2012 y, como todos los esfuerzos del SPTF, guían a los proveedores de servicios financieros que están impulsados por el impacto a hacer que las finanzas sean más seguras y beneficiosas para los clientes de bajos ingresos. El SPTF es una organización de membresía y tiene más de 4,900 participantes de toda región del mundo. Cerise, una entidad francesa no lucrativa creada en 1998, fue pionero en la implementación de la gestión del desempeño social, trabajando con proveedores de servicios financieros comprometidos para lanzar la iniciativa de Indicadores del Desempeño Social en el 2001. Como innovador social, Cerise trabaja con actores en los sectores de finanzas inclusivas, negocios sociales e inversión de impacto para crear de manera conjunta estándares sociales y herramientas de evaluación social que sean gratuitos para todos. Cerise también ofrece servicios de consultoría mediante el pago de honorarios disponibles a todo tipo de organizaciones impulsadas por el impacto, equipándolas con las destrezas y las herramientas que necesitan para definir sus objetivos de impacto y lograrlos.

Como desarrolladores y campeones de herramientas y productos interdependientes y complementarios, Cerise y SPTF han trabajado juntos y de cerca desde mediados de la década del 2000. Formalizamos nuestra cooperación mediante un memorando de entendimiento en 2021 y ahora operamos bajo un plan estratégico común.

