ANEXO 2: METODOLOGÍA

NORMA SOBRE GESTIÓN DE DESEMPEÑO SOCIAL PARA INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERMEDIARIAS DE MICROFINANZAS

Contenido

1. Introducción 3
2. Fuentes de Información 3
   Registros 3
   Entrevistas y/o grupos de enfoque 3
3. Indicadores de proceso y sus registros 4
4. Indicadores de Resultados 15

1. Introducción.

Este anexo metodológico tiene la finalidad de orientar sobre la documentación requerida de soporte del cumplimiento de los indicadores de proceso y los métodos de cálculo de los indicadores de resultados.

2. Fuentes de Información

Registros

Para la autoevaluación y evaluación externa de auditoria de Gestión de Desempeño Social hay que considerar los registros, un registro es un de documento que evidencia que una determinada acción ha ocurrido dentro del Sistema de Gestión. Pueden mantenerse físicos o electrónicos. Deben estar legibles, accesibles a las personas que necesiten consultarlos, no deben adulterarse y deben preservarse por el tiempo que establezca la organización.

Puede haber tres tipos de documentos o registros:

- Los documentos de política, en ellos se establecen los lineamientos, objetivos de largo plazo, metas, valores y otras políticas como su nombre lo indica, que orientan y enmarcan el quehacer general de la institución. Ejemplos: Estatutos, Política de Crédito, Código de ética, Plan estratégico.
- Los documentos de procesos o procedimientos, generalmente son manuales que nos indican cómo realizar determinados procesos, respondiendo a algunas de estas cuestiones: cuándo se hace, quién lo hace, cómo lo hace, con qué lo hace, dónde lo hace y por qué lo hace. Ejemplos: Manual de crédito, Manual de control interno, Manual de atención al cliente.
- Los documentos de resultados, nos dicen cuál es la situación de la institución producto de la implementación de los procesos en un momento determinado, estos documentos suelen ser reportes, informes y/o evaluaciones. Ejemplos: reportes de crédito, informes de auditoría externa, evaluación de clima laboral.

Cabe señalar que pueden existir documentos o manuales que contengan juntos los aspectos de política y los de procesos, estableciendo primero el objeto del manual, las políticas que lo rigen y después los procedimientos a implementar. Esta situación no hace menoscabo del registro y es valedera para la evaluación.

Entrevistas y/o grupos de enfoque

Otra fuente de información para la evaluación son las entrevistas y los grupos de enfoque, éstas se realizan con el personal de la institución a diferentes niveles jerárquicos y con clientes. La finalidad de estas técnicas de investigación para el caso de las evaluaciones de desempeño social pueden ser las siguientes.

- Identificar registros para valorar los indicadores de proceso.

- Evidenciar la implementación de los procesos a evaluar.
- Comprobar la estandarización de los procesos.
- Identificar procesos que no estén documentados y para los que no hay registros, pero que la IFIM los está realizando en la práctica de manera estándar.

Las entrevistas y los grupos de enfoque pueden ser grabadas siempre que las personas entrevistadas y la IFIM den su consentimiento. Se debe explicar a los participantes por qué se realiza la actividad y la confidencialidad de la información que brindará, pero para el registro del evaluador es necesario anotar el nombre y el cargo de la persona entrevistada o de los participantes en el grupo de enfoque.

Para la verificación de la implementación de un proceso es necesaria la triangulación de la información, es decir se debe de comparar las respuestas de los entrevistados sobre un mismo tema, si hay coincidencia en al menos tres fuentes es evidencia de que la práctica ha sido implementada y estandarizada.

Se recomienda que las entrevistas y los grupos de enfoque sean semiestructurados, es decir que se lleve un guion o listado de preguntas a realizar, pero que se esté abierto a registrar otras informaciones que surjan en el proceso y que sean relevantes para la evaluación.

3. Indicadores de proceso y sus registros

Hay que considerar que la definición de una política o de un procedimiento puede encontrarse en un solo documento o dividido en varios documentos, esto puede variar entre las diferentes IFIM. Para la realización de la evaluación se sugieren a continuación algunos registros en los que se pueden encontrar la evidencia de las distintas prácticas que describen los indicadores de proceso.

Artículo 25. Definición y Monitoreo de los Objetivos Sociales de la IFIM:

a) La IFIM deberá tener declarada su Misión, la cual debe incluir en forma explícita una declaración enfocada a la reducción a la pobreza y/o enfoque de género y/o atención a otras poblaciones de bajos ingresos. Registro: Estatutos, Plan Estratégico.

b) La Misión deberá expresar claramente la clientela meta, los servicios que ofrecerá para atender sus necesidades y el tipo de cambio que espera generar. Registro: Estatutos, Plan Estratégico.

c) Todos los colaboradores y colaboradoras de la IFIM deberán conocer la Misión y tener claro el aporte que brindan desde su puesto de trabajo para su

cumplimiento. Registro: Currícula de Capacitación, Exámenes de Capacitación, Perfil de puesto.

d) La IFIM deberá declarar sus objetivos y metas sociales tomando como fundamento la política de contribución a la reducción de la pobreza y el enfoque de género. Las metas sociales deberán ser definidas siendo específicas, medibles, alcanzables, relevantes y delimitadas en el tiempo. Registro: Plan Estratégico.

e) La IFIM deberá contar con al menos un indicador medible para cada una de sus metas sociales. Registro: SIG, reportes de indicadores.

f) Los procesos para recopilar información deberán estar definidos, señalando a quien le corresponde definir los indicadores; el responsable de recopilar la información; la forma de recopilar, almacenar y analizar los datos así como también el responsable de verificar la exactitud de los datos, la forma en que se comunica la información y a quién se deberán comunicar. Registro: Manual de políticas de manejo de la información.

g) El SIG elaborará reportes periódicos de los indicadores sociales para la toma de decisiones de la gerencia y la junta directiva. Registro: SIG, reportes de indicadores, Manual de políticas de manejo de la información.

h) El SIG elaborará reportes segmentando la información utilizando categorías como niveles de pobreza, genero, tipo de negocio, ubicación geográfica. Registro: SIG, Reportes.

i) La IFIM realizará monitoreo de forma periódica, al menos una vez al año, sobre la situación de pobreza de la clientela a través de una encuesta de todos sus clientes o con una muestra representativa, que permita medir el nivel de pobreza o la probabilidad de estar por debajo de la línea de pobreza nacional. Registro: Informe de Encuesta, Manual de Políticas de manejo de la información.

j) La IFIM deberá medir la evolución en el tiempo de la situación de pobreza de sus clientes. Registro: SIG, reportes.

k) La IFIM realizará monitoreo de forma periódica, con periodos menores o iguales a un año, sobre los niveles de retención de clientes y evalúa esa retención considerando los distintos estratos referidos a la línea de pobreza y género. Registro: SIG, reportes.

Artículo 26. Obligaciones de la Junta Directiva, Equipo Gerencial y Empleados de las IFIM para la obtención de Certificaciones en Desempeño Social.

a) La Junta Directiva deberá establecer una política institucional de contribución a la reducción de la pobreza, de equidad de género y otros objetivos sociales que tenga la IFIM, acorde con la misión organizacional, la cual deberá ser comunicada y comprendida por toda la IFIM. Registro: Manual de Políticas Internas, Plan Estratégico.

b) La política de contribución para alcanzar los objetivos sociales deberá ser revisada periódicamente por la Junta Directiva para garantizar que mantiene su vigencia.

Registro: Modificaciones al Manual de Políticas Internas, Plan Estratégico.

c) Los miembros de Junta Directiva, Equipo Gerencial y Empleados deberán recibir un proceso de inducción en el que se les instruya acerca de las implicaciones de la misión, los objetivos de la misión, las metas sociales y el código de ética. Registro: Curricula de Capacitación, memoria de cursos de inducción, listas de asistencia.

d) Los miembros de Junta Directiva, Equipo Gerencial y Empleados deberán recibir, al menos una vez al año, una capacitación vinculada a las temáticas de Gestión de Desempeño Social, incluyendo un refrescamiento sobre la misión, objetivos, metas sociales y código de ética de la propia IFIM, los estándares universales de GDS, la protección al cliente, entre otros. Registro: Curricula de Capacitación y lista de asistencia.

e) La Junta Directiva revisará al menos una vez al año, el cumplimiento de las metas sociales. Registro: Memorias de las reuniones de Junta Directiva.

f) La Junta Directiva revisará, al menos una vez al año, si la política de recursos humanos, particularmente la formación y los incentivos, son los adecuados para promover los objetivos sociales. Registro: Memorias de las reuniones de Junta Directiva.

g) La evaluación de desempeño del personal incluirá el aporte al cumplimiento de las metas sociales de la IFIM. Registro: Formulario de evaluación al desempeño, informes de evaluación al desempeño.

h) La IFIM deberá tener declarados sus valores institucionales y un código de ética o de conducta. Registro: Código de Ética.

i) Los valores deberán declarar en forma explícita que están enfocados en la mejorar las condiciones de vida de la población de bajos ingresos y equidad de género. Registro: Código de Ética.

j) Se deberá contar con una definición de las conductas con que se manifiesta cada valor, según la naturaleza de cada puesto. Registro: Código de Ética, manual de control interno, perfil de puesto.

k) Todos los colaboradores y colaboradoras en la IFIM deberán tener claros los valores y cómo aportan ellos desde su puesto de trabajo a su cumplimiento. Registro: Exámenes de capacitación.

l) Deberá quedar documentada la aceptación de los valores por parte de los colaboradores y colaboradoras. Registro: adhesión al código de Ética.

m) Se deberán establecer claramente las sanciones al personal por faltas al código de ética o por incumplimiento a la norma de protección al usuario de servicios financieros. Registro: Manual de Control Interno, Manual de Políticas de Recursos Humanos.

n) La Junta Directiva deberá revisar el sistema de gestión descrito en esta norma a intervalos planificados que no superen los doce meses, manteniendo registros de

cada una de las revisiones realizadas. Registro: Memorias de Junta Directiva, modificaciones a manuales y políticas.

o) La IFIM deberá definir planes para el cumplimiento de los objetivos y metas sociales de contribución a la reducción de la pobreza. Registro: Plan estratégico, Planes operativos.

p) La IFIM deberá implementar sus planes, asignando plazos para cada acción y responsables de ejecución. Registro: Plan estratégico, Planes operativos.

q) Deberá existir evidencia del seguimiento en la ejecución de los planes y de las acciones correctivas y/o preventivas que se establezcan cuando se presenten desviaciones. Registro: Evaluaciones de planes estratégicos y planes operativos.

r) La Junta Directiva deberá asegurar que los planes de contribución a la reducción de la pobreza y enfoque de género cuenten con los recursos necesarios para su ejecución. Registro: Presupuesto anual.

s) La IFIM deberá realizar la asignación presupuestaria para cada una de las acciones definidas en los planes y revisar periódicamente el correcto uso de los recursos. Registro: Presupuesto anual, reportes contables, informes de auditoría interna.

t) Deberá existir evidencia de las decisiones tomadas con base en la información sobre la contribución a la reducción de la pobreza y equidad de género obtenida del sistema. Registro: Informes del equipo gerencial, actas de Junta Directiva.

Artículo 27. Diseño de Productos y servicios

a) La IFIM deberá tener identificado los segmentos de población en condición de pobreza y de género a ser atendidos, definiendo perfiles de clientes. Registro: Perfiles de clientes, Plan estratégico.

b) La IFIM deberá definir un perfil socio demográfico de su clientela meta, señalando características como: condición socioeconómica en relación a la línea de pobreza, género, actividad productiva y ubicación geográfica, etc. Registro: Perfiles de clientes.

c) La IFIM deberá contar con mecanismos para monitorear las necesidades de los diferentes segmentos identificados. Registro: Encuestas de Satisfacción, memorias de grupos focales, Estudios de Mercado.

d) La IFIM deberá diseñar productos y servicios capaces de satisfacer las necesidades de los diferentes segmentos de población en condición de género y pobreza definidos. La IFIM debe revisar periódicamente los productos y servicios, al menos cada 2 años, para asegurar que siguen satisfaciendo las necesidades de los segmentos definidos. Registro: Encuestas de Satisfacción.

e) La IFIM deberá documentar sus procesos de servicio y contar con un mecanismo sistemático que asegure que los documentos:

   i. Tengan un código de identificación único
   ii. Sean aprobados por la instancia competente.
   iii. Estén accesibles a todo el personal que lo requiera para la realización de sus labores.
   iv. Sean revisados y actualizados periódicamente.
   v. Muestren el estado de revisión (versión vigente) y evidencia del control de cambios.

   Registro: Manuales de crédito, manuales de producto.

f) Se deberán desarrollar métodos para obtener retroalimentación periódica de la clientela sobre la percepción del cumplimiento de sus necesidades a través de los productos y servicios prestados por la IFIM. Registro: Informes de encuestas de satisfacción, memoria de grupos focales, memoria de entrevistas.

g) Deberán definirse los métodos para la utilización de la información y plantearse acciones correctivas y/o preventivas cuando se detecten oportunidades de mejora. Registro: Memorias de Junta Directiva, Informes de gerencia, evidencia de control de cambios en manuales y documentos de política.

Artículo 28. Atención al cliente

La IFIM deberá considerar lo siguiente para cumplir con los buenas prácticas de trato responsable a los clientes.

1. Calidad de la cartera y prevención del sobreendeudamiento

a) La IFIM lleva a cabo análisis adecuados de la capacidad de pago de los clientes para evitar el sobreendeudamiento. Registro: Manual de Crédito, Manual de control interno.
b) La IFIM realiza un análisis individualizado de la capacidad de pago en cada ciclo de crédito. Registro: Expedientes de crédito, Manual de crédito.
c) El análisis de capacidad de pago incluye una visita al cliente de verificación de la información que está proporcionando. Registro: Manual de crédito, Manual de control interno.
d) La IFIM utiliza la información del buró de crédito como medida de prevención de riesgo de sobreendeudamiento. Registro: Manual de crédito, Expedientes de crédito.
e) La IFIM comparte la información de sus clientes con el buró de crédito. Registro: Manual de crédito, Manual de control interno.
f) La IFIM supervisa el uso adecuado de la información del buró de crédito como parte del análisis de la capacidad de pago del cliente. Registro: informes de supervisión, informes de auditoría interna.
g) La Junta Directiva de la IFIM da seguimiento a la calidad de la cartera y a los niveles de sobreendeudamiento de los clientes. Registro: Memorias y actas de junta directiva.
h) La IFIM cuenta con una política que evita la existencia de créditos paralelos que tengan el mismo destino o uso. Registro: Política de crédito.
i) La IFIM tiene límites de tiempo establecidos para la renovación de crédito con pago anticipado. Registro: Manual de crédito.
j) La Junta Directiva de la IFIM ha establecido los niveles de riesgo aceptables para la IFIM y tiene una definición de “alto riesgo”. Registro: Manual de crédito, Manual de control interno.
k) Los incentivos al personal de campo promueven la calidad de la cartera. Registro: Manual de recursos humanos o talento humano, Manual de control interno.
l) La gerencia de la IFIM monitorea el sobreendeudamiento de los clientes y la calidad de la cartera. Registro: Informes y reportes de crédito, morosidad, PAR 30.

2. Transparencia de la información.

a) La IFIM comunica todos los costos del crédito y explica la TCEA a sus clientes. Registro: Contrato de crédito, resumen.

b) El personal de la IFIM se comunica de manera efectiva de tal manera que el cliente entienda los términos del contrato, sus derechos y obligaciones. Registros: Curricula de Capacitación, Manual de control interno.
c) La IFIM entrega un resumen detallando todos los costos del crédito. Registro: resumen.
d) La IFIM hace pública la información de los costos. Registro: Afiches, página web.
e) La IFIM cuenta con diversos mecanismos para comunicar el costo a sus clientes. Registro: Afiches, página web, resumen, publicidad.
f) La IFIM entrega copia de toda la documentación que requiere firma de los clientes. Registro: Manual de control interno.
g) La IFIM entrega un plan de pago a los clientes junto con el contrato y responde a las solicitudes sobre la información de saldos de crédito. Registro: Manual de crédito, Expedientes de clientes.
h) El personal de la IFIM explica todas las condiciones del contrato antes de proceder a la firma. Registro: Manual de control interno, Currícula de capacitación.
i) El personal de la IFIM da suficiente tiempo al cliente para leer el contrato. Registro: Manual de control interno, Currícula de capacitación, listas de asistencia a capacitación.
j) El personal tiene la capacidad de responder y responde a las preguntas de los clientes con respecto a las condiciones del contrato. Registro: Currícula de capacitación, listas de asistencia a capacitación.
k) La IFIM capacita a su personal en lo concerniente a la Norma sobre la Transparencia de las Operaciones de Microfinanzas. Registro: Currícula de capacitación, listas de asistencia a capacitación.

3. Trato justo y respetuoso a los clientes.

a) La institución ha definido detalladamente lo que considera prácticas de cobro apropiadas. Registro: Manual de control interno, código de conducta.
b) La política de recursos humanos de la IFIM contempla la capacitación del personal para dar un trato justo y responsable a los clientes. Registro: Política de RRHH, Currícula de capacitación.
c) La IFIM tiene una política de no discriminación y no discrimina a sus clientes por razones que sean distintas a la capacidad de pago. Registro: Código de ética o de conducta.

d) Cuando la IFIM contrata a terceros para realizar las operaciones de cobro se garantiza que los terceros cumplan con las normas establecidas para el cobro apropiado al igual que sus empleados. Registro: Código de ética o de conducta.
l) La IFIM informa a sus clientes sobre sus derechos. Registro: Manual de control interno, Currícula de capacitación, listas de asistencia a capacitación.

4. Privacidad de los datos de los clientes.
a) La IFIM cuenta con una política de privacidad de los datos de los clientes. Registro: Política de uso de información, manual de mercadeo.
b) La IFIM cuenta con un SIG apropiado que garantiza la seguridad de la información. Registro: Características de SIG.
c) La IFIM comunica a los clientes cómo hará uso de su información y pide autorización para ello. Registro: Política y manual de uso de la información.

5. Mecanismos para la resolución de reclamos.
a) La IFIM deberá poseer un Plan Anual de trabajo de atención al cliente. Registro: Plan anual.
b) La IFIM cuenta con un sistema de atención a quejas y reclamos. Registro: Manual de atención al usuario.
c) La IFIM tiene mecanismos para dar a conocer a los clientes la forma de presentar reclamos. Registro: Manual de atención al usuario, Afiches, Página web.
d) La IFIM capacita a su personal en lo concerniente a la Norma de atención al usuario y en los mecanismos para gestionar reclamos. Registro: Currícula de capacitación, listas de asistencia a capacitación.
e) La IFIM utiliza la información obtenida a través de las quejas y reclamos para mejorar sus productos y servicios. Registro: Informes, anotaciones de cambios en manuales y políticas.

Artículo 29. Gestión del Talento Humano.

a) La IFIM deberá tener documentados los perfiles de puesto. Registro: Perfiles de puesto, políticas de recursos humanos o talento humano.

b) Los perfiles de puesto deberán considerar las competencias requeridas en los diferentes puestos para atender a la población pobre y fomentar la equidad de género. Registro: Perfiles de puesto, políticas de recursos humanos o talento humano.

c) La IFIM deberá velar porque todos los colaboradores y colaboradoras cuenten con los medios de vida necesarios y no estén expuestos a alguna manifestación de exclusión social. Registro: Política de recursos humanos, expedientes del personal.

d) En los planes de inducción y capacitación deberán existir acciones formativas sobre el tema de contribución a la reducción de la pobreza y enfoque de género. Registro: Curricula de capacitación.

e) Deberá darse seguimiento a la ejecución de las acciones formativas y tomar acciones preventivas y/o correctivas ante cualquier desviación. Registro: Currícula de capacitación.

f) La IFIM deberá verificar la eficacia de las acciones formativas ejecutadas. Registro: Evaluaciones de la capacitación, informes de capacitaciones.

g) Deberán mantenerse los registros de cada una de las actividades formativas ejecutadas, considerando como mínimo: fecha, duración, lugar, temas tratados, instructor(es), nombre completo de los participantes y evidencia de la verificación de eficacia. Registro: Informes de capacitaciones.

h) La IFIM deberá garantizar condiciones de igualdad en su política salarial y de incentivos. Registro: Política de recursos humanos o talento humano, política salarial.

i) La IFIM deberá contar con un plan de incentivos a todo nivel, asociado al cumplimiento de las metas sociales. Registro: Política de recursos humanos o talento humano, política salarial.

Artículo 30. Auditoría interna al Sistema de Gestión de Desempeño Social.

a) La IFIM deberá llevar a cabo auditorías internas a intervalos planificados con el fin de determinar si el sistema de gestión cumple con los requisitos establecidos en

esta norma y con cualquier otro requisito declarado por la IFIM. Registro: Plan de auditoría, políticas de la institución.

b) Para cada auditoría a realizar se deberá preparar un Plan de Auditoría según las prioridades que defina el equipo directivo. Este plan deberá contener como mínimo: los criterios de auditoría, el alcance de la misma y la metodología para su realización. Registro: Plan de auditoría.

c) La selección de los auditores internos debe asegurar imparcialidad en el proceso de Auditoria. Registro: Política de Recursos Humanos

d) Deberán mantenerse registros de las auditorías realizadas y de sus resultados, los cuales deberán ser comunicados a los responsables de las áreas auditadas. Registro: Informes de auditoría.

e) Los responsables de las áreas auditadas deberán recomendar acciones correctivas y/o preventivas para eliminar las desviaciones detectadas y propiciar la mejora continua del sistema de gestión. Registro: Informes de auditoría.

4. Indicadores de Resultados

Indicador	***Fórmula***
ALCANCE:	
1) % de personas en condición de pobreza que ingresan a la IFIM	(N° clientes nuevos en condición de pobreza / N° clientes nuevos totales) * 100
2) % de mujeres pobres que entra a la IFIM	(N° de clientes nuevos mujeres en condición de pobreza / N° clientes nuevos totales) * 100
3) % de atención territorios pobres	(N° de territorios pobres atendidos / N° total de territorios en que opera la IFIM) * 100
4) % de mujeres que ingresan a la IFIM	(N° mujeres que ingresan por periodo / N° clientes totales del periodo) * 100
5) % de población meta que ingresan a la IFIM según definición de la IFIM	(N° clientes que cumplen las características del perfil de cliente meta) / N° clientes nuevos totales) * 100
SATISFACCIÓN:	
6) % de retención de personas en condición de pobreza	(1 – ((clientes iniciales + clientes nuevos – clientes finales) / clientes iniciales))* 100
7) % de retención de mujeres	(1 – ((mujeres iniciales + mujeres nuevas – mujeres finales) / clientes iniciales))* 100
8) % de satisfacción con el servicio de la IFIM	Promedio de las calificaciones obtenidas en las evaluaciones de satisfacción, aplicadas a clientes en condición de pobreza
9) % de satisfacción de mujeres con el servicio de la IFIM	Promedio de las calificaciones obtenidas en las evaluaciones de satisfacción aplicadas a mujeres
10) % de saldo de cartera por sexo	(Saldo en $ de créditos a mujeres / Saldo en $ total de la IFIM) * 100
11) Monto promedio de crédito por sexo	Financiamiento total a mujeres en $ / Total de mujeres con financiamiento Financiamiento total a hombres en $ / Total de hombres con financiamiento
12) % de clientes en condición de pobreza que participa de los servicios no financieros	(N° de clientes en condición de pobreza que participan de servicios no financieros / Total de clientes en condición de pobreza en la IFIM) * 100
SUPERACIÓN:	

13) % de clientes que superan la condición de pobreza	(N° de personas que superan la línea de pobreza en el mismo periodo / N° de personas en condición de pobreza que entraron a la IFIM en el mismo periodo) * 100
14) % de clientes que han incrementado su Acceso a activos	(N° de personas en condición de pobreza que han incrementado su acceso a activos o clientes que cumplen el perfil de cliente meta) / Total de personas en condición de pobrezao cumplen el perfil de cliente meta que recibieron un crédito) * 100
15) % de mujeres que superan la situación de pobreza	(N° de mujeres que superan la línea de pobreza en el mismo periodo / N° de mujeres pobres que entraron a la IFIM en el mismo periodo) * 100.
16) % de mujeres que incrementan su patrimonio.	-(N° de mujeres que incrementaron su patrimonio en el periodo / Total de mujeres en la cartera) * 100.

Para todos los indicadores que están relacionados con la situación de pobreza de los clientes es necesario hacer una medición del nivel de pobreza o de la probabilidad de ser pobre que tienen los clientes. El Instituto Nacional de Información de Desarrollo, INIDE, utiliza varias metodologías para la medición de la pobreza, dos de las más usadas son le medición de la pobreza por el lado del gasto, que establece una línea nacional de pobreza en base al costo de una canasta básica de bienes de consumo y la metodología de las Necesidades Básica Insatisfechas, NBI.

Realizar la medición de la situación de pobreza por el lado del consumo puede ser difícil y costoso, por tal razón un método alternativo que nos da una aproximación bastante acertada es el Índice de Salida de la Pobreza conocido como PPI por sus siglas en inglés. El PPI es un cuestionario de 10 preguntas que nos permite establecer la probabilidad de que una familia se encuentre en situación de pobreza en base a diferentes líneas de pobreza, entre ellas la línea nacional del INIDE.

Las Necesidades Básicas Insatisfechas mide la pobreza a nivel de hogares, en base a 5 indicadores: Hacinamiento, Vivienda Inadecuada, Servicios Insuficientes, Baja Educación y Dependencia Económica. Si un hogar no satisface uno a más de estas necesidades se considera que está en situación de pobreza.

PPI y NBI son métodos relativamente sencillos y no muy costosos de implementar y se recomiendan para la medición de la situación de pobreza de los clientes.

1) % de personas en condición de pobreza que ingresan a la IFIM	(N° clientes nuevos en condición de pobreza / N° clientes nuevos totales) * 100

Este indicador puede medirse mensual, bimestral, trimestral, semestral o anualmente. Se mide a partir de los clientes nuevos porque los clientes antiguos se espera que ya hayan cambiado su

situación a través del crédito y considerar los clientes antiguos no puede reflejar adecuadamente el nivel de profundidad del crédito de la IFIM.

Ejemplo de cálculo.

No. de clientes nuevos en situación de pobreza en el período de un año: 700

No. clientes nuevos totales: 1,000.

% de personas en condición de pobreza que ingresan a la IFIM = (700/1,000)*100 = 70%

2) % de mujeres pobres que entra a la IFIM	(N° de clientes nuevos mujeres en condición de pobreza / N° clientes nuevos totales) * 100

Igual que el anterior, pero solo considera a las clientes nuevas mujeres.

No. de clientes nuevas pobres mujeres en el período de un año: 400

No. clientes nuevos totales: 1,000

% de mujeres pobres que entran a la IFIM = (400/1,000)*100 = 40%

3) % de atención territorios pobres	(N° de territorios pobres atendidos / N° total de territorios en que opera la IFIM) * 100

El INIDE publica un mapa de pobreza de Nicaragua en el que establece 4 estratos de pobreza de los municipios: pobreza severa, pobreza alta, pobreza media y pobreza menor. Para el cálculo de este indicador se considerará los municipios con pobreza severa y pobreza alta como territorios pobres.

Ejemplo.

Municipios con presencia de la IFIM

Estrato de pobreza	**Número de Municipios**
Severa	**1**
Alta	**3**
Media	2
Menor	1
Total	**7**

% de atención territorios pobres = (4/7)*100 = 57%

4) % de mujeres que ingresan a la IFIM	(N° mujeres que ingresan por periodo / N° clientes totales del periodo) * 100

Este indicador mide en qué proporción están ingresando las clientes mujeres en relación al total.

Ejemplo.

No. de mujeres que ingresaron en el último año= 600

No. de clientes que totales que ingresaron en el último año= 1,000

% de mujeres que ingresan a la IFIM = (600/1,000)*100 = 60%

5) % de población meta que ingresan a la IFIM según definición de la IFIM	(N° clientes que cumplen las características del perfil de cliente meta) / N° clientes nuevos totales) * 100

Las IFIM además de incluir a personas en situación de pobreza y mujeres, también tienen otras poblaciones metas como son empresarios de la microempresa, campesinos, indígenas u otro tipo de población que a juicio de la IFIM presente algún tipo de exclusión.

Este indicador está propuesto para incluir a esas otras poblaciones metas de las IFIM.

Ejemplo.

En el caso de que la IFIM tenga como meta a la población de empresarios de la microempresas.

No. de empresarios de la microempresa que ingresan en el último año = 200

No. de clientes totales que ingresaron en el último año= 1,000

% de población meta que ingresan a la IFIM = (200/1,000)*100 = 20%

6) % de retención de personas en condición de pobreza	(1 – ((clientes iniciales + clientes nuevos – clientes finales) / clientes iniciales))* 100

Este indicador es para analizar si se está reteniendo a la población pobre.

Ejemplo.

No. de Clientes iniciales en situación de pobreza = 2,000

No. de Clientes nuevos en situación de pobreza = 400

No. de Clientes pobres al final del período = 2,300

% de retención de personas en condición de pobreza = (1– ((2,000+400-2,300)/2,000))*100 = 95%

7) % de retención de mujeres	(1 – ((mujeres iniciales + mujeres nuevas – mujeres finales) / clientes iniciales))* 100

Este indicador es igual que el anterior pero con clientes mujeres.

No. de clientes mujeres al inicio del período = 3,000

No. de clientes mujeres nuevas = 600

No. de clientes mujeres al final del período = 3,200

% de retención de mujeres = (1 – ((3,000+600-3,200)/3,000))*100 = 86.6%

8) % de satisfacción con el servicio de la IFIM	Promedio de las calificaciones obtenidas en las evaluaciones de satisfacción, aplicadas a clientes en condición de pobreza

Para estimar este indicador es necesario hacer una encuesta de los clientes, la que puede ser de todos los clientes o de una muestra con representatividad estadística. El valor del indicador es el promedio de las calificaciones obtenidas en todos los clientes encuestados.

9) % de satisfacción de mujeres con el servicio de la IFIM	Promedio de las calificaciones obtenidas en las evaluaciones de satisfacción aplicadas a mujeres

Este indicador es igual que el anterior pero solamente se consideran a las clientas mujeres encuestadas. Hay que señalar que si es a través de una muestra, esta muestra debe de considerar la representatividad de las clientas mujeres.

10) % de saldo de cartera por sexo	(Saldo en $ de créditos a mujeres / Saldo en $ total de la IFIM) * 100

Este indicador está pensado para medir el peso que tienen las clientas mujeres en el monto total de crédito.

Saldo de cartera de créditos a mujeres = 690,000

Saldo total de cartera colocada = 1,502,500

% de saldo de cartera por sexo (mujeres) = (690,000/1,502,500)*100 = 46%

% de saldo de cartera por sexo (hombres) = 100 – 46 = 54%

11) Monto promedio de crédito por sexo	Financiamiento total a mujeres en $ / Total de mujeres con financiamiento

	Financiamiento total a hombres en $ / Total de hombres con financiamiento

Este indicador sirve para comparar los crédito promedio por sexo.

Financiamiento total mujeres = 690,000.00

Financiamiento total hombres = 815,500.00

No. de Clientes mujeres = 3,300

No. de Clientes hombres = 2,500

Monto promedio mujeres = 690,000.00/3,300 = 300.00

Monto promedio hombres = 815,500.00/2,500 = 325.00

12) % de clientes en condición de pobreza que participa de los servicios no financieros	(N° de clientes en condición de pobreza que participan de servicios no financieros / Total de clientes en condición de pobreza en la IFIM) * 100

Varias IFIM ofrecen otros servicios no financieros complementarios a los servicios de crédito, que pueden ser capacitación, asesoría contable, salud, entre otros. Este indicador está diseñado para valorar esos otros servicios.

No. de clientes en condición de pobreza que participan de servicios no financieros = 900

No. de clientes en condición de pobreza = 2,300

% de clientes en condición de pobreza que participan de servicios no financieros = (900/2,300)*100 = 39%

13) % de clientes que superan la condición de pobreza	(N° de personas que superan la línea de pobreza en el mismo periodo / N° de personas en condición de pobreza que entraron a la IFIM en el mismo periodo) * 100

Este indicador es de largo plazo, aunque se mida anualmente, los resultados generalmente se pueden observar varios años después y requiere de la medición periódica de la situación de pobreza de los mismos clientes. Por esta razón si las mediciones se realizan con un muestreo representativo, este muestreo debe ser PANEL, es decir, que se procure encuestar a la misma muestra para poder observar los cambios.

No. de personas que superaron la línea de pobreza en 2015 y que entraron en 2012 = 200

No. de personas en situación de pobreza que entraron en 2012 = 600

% de clientes que superan la condición de pobreza = (200/600)*100 = 33.3%

14) % de clientes que han incrementado su Acceso a activos	(N° de personas en condición de pobreza que han incrementado su acceso a activos o clientes que cumplen el perfil de cliente meta) / Total de personas en condición de pobreza que recibieron un crédito o cumplen el perfil de cliente meta) * 100

Las IFIM generalmente miden al nivel de activos del que dispone un cliente y se hace una actualización con los procesos de renovación. También hay que considerar que en muchas ocasiones el crédito está destinado a incrementar los activos del cliente.

Suponiendo el ejemplo de los empresarios de la microempresa.

No. de clientes empresarios de la microempresa que incrementaron su acceso a activos en el último año = 500

No. de clientes total de empresarios de la microempresa = 2,000

% de clientes que han incrementado su acceso a activos = (500/2,000)*100 = 25%

15) % de mujeres que superan la situación de pobreza	(N° de mujeres que superan la línea de pobreza en el mismo periodo / N° de mujeres pobres que entraron a la IFIM en el mismo periodo) * 100.

Este indicador se calcula de la misma manera que el indicador 13 pero solamente considerando a las clientes mujeres.

16) % de mujeres que incrementan su patrimonio.	-(N° de mujeres que incrementaron su patrimonio en el periodo / Total de mujeres en la cartera) * 100.

Este indicador puede ser una aproximación al incremento de la autonomía de las clientes mujeres.

No. de mujeres que incrementaron su patrimonio en el último año= 1,500

Total de mujeres en la cartera = 3,300

% de mujeres que incrementan su patrimonio = (1,500/3,300)* 100 = 45.5%