
SPI4, Estándares Universales y Mercadeo

Webinar

24 de Marzo del 2016

3era ronda del Fondo de DS

CERISE

- Asociación que promueve las finanzas éticas y responsables
- **Miembros fundadores:** 5 Organizaciones francesas especializadas en microfinanzas
- **Colaboradores:** IMFs, Redes, Proveedores de Asistencia Técnica, Inversores, Donantes, e Investigadores
- **Áreas de trabajo:** impacto y desempeño social, gobernabilidad, finanzas rurales.

www.cerise-microfinance.org

Fondo de Desempeño Social: 3era ronda

¿Para quiénes está dirigido el Fondo?

- Redes Nacionales, IMFs, Inversores, y Reguladores Locales

El Fondo de DS ofrece:

- **Capacitaciones online** (en inglés, español y ruso) para representantes de redes y de IMFs, analistas de crédito y auditores SPI4, en la recolección de datos y el uso de SPI4.
- **Asistencia técnica individual y a distancia** para las IMFs seleccionadas, redes y analistas de crédito.
- Becas para participar en el encuentro de la SPTF en 2016 y 2017.

Primera convocatoria de propuestas desde Enero del 2016

Más info: <http://www.mfc.org.pl>

Objetivos

1. **Discutir las cuestiones claves en torno al Mercadeo y la GDS**
2. **Entender los indicadores claves relacionados con el Mercadeo en los Estándares Universales (y en la opción de filtraje de SPI4).**
3. **Ver ejemplos de cómo mejorar las practicas en Mercadeo**
4. **Identificar recursos técnicos**

¿ Cuáles son las cuestiones claves
en torno al Mercadeo y la GDS?

Dimensión 1 : Definir y monitorear objetivos sociales



- **Mercadeo se encarga de:**
 - ❑ La identificación de datos necesarios de los clientes
 - ❑ La recolección de datos sobre el perfil del cliente y satisfacción
 - ❑ La divulgación de datos (a los clientes) y la diseminación (a los actores externos)

Dimensión 3: Diseñar productos que respondan a las necesidades de los clientes



■ Mercadeo para asegurar:

- Estudio de mercado adecuado y continuo para informar el desarrollo de productos y su mejora
- Recolecta de datos de satisfacción del cliente
- Análisis estratégico de productos y servicios y de los canales de distribución para ver si:
 - ✓ Aseguran la inclusión financiera
 - ✓ Reducen el riesgo y la vulnerabilidad de los clientes
 - ✓ Ofrecen oportunidades económicas

Dimensión 4: Tratar los clientes responsablemente



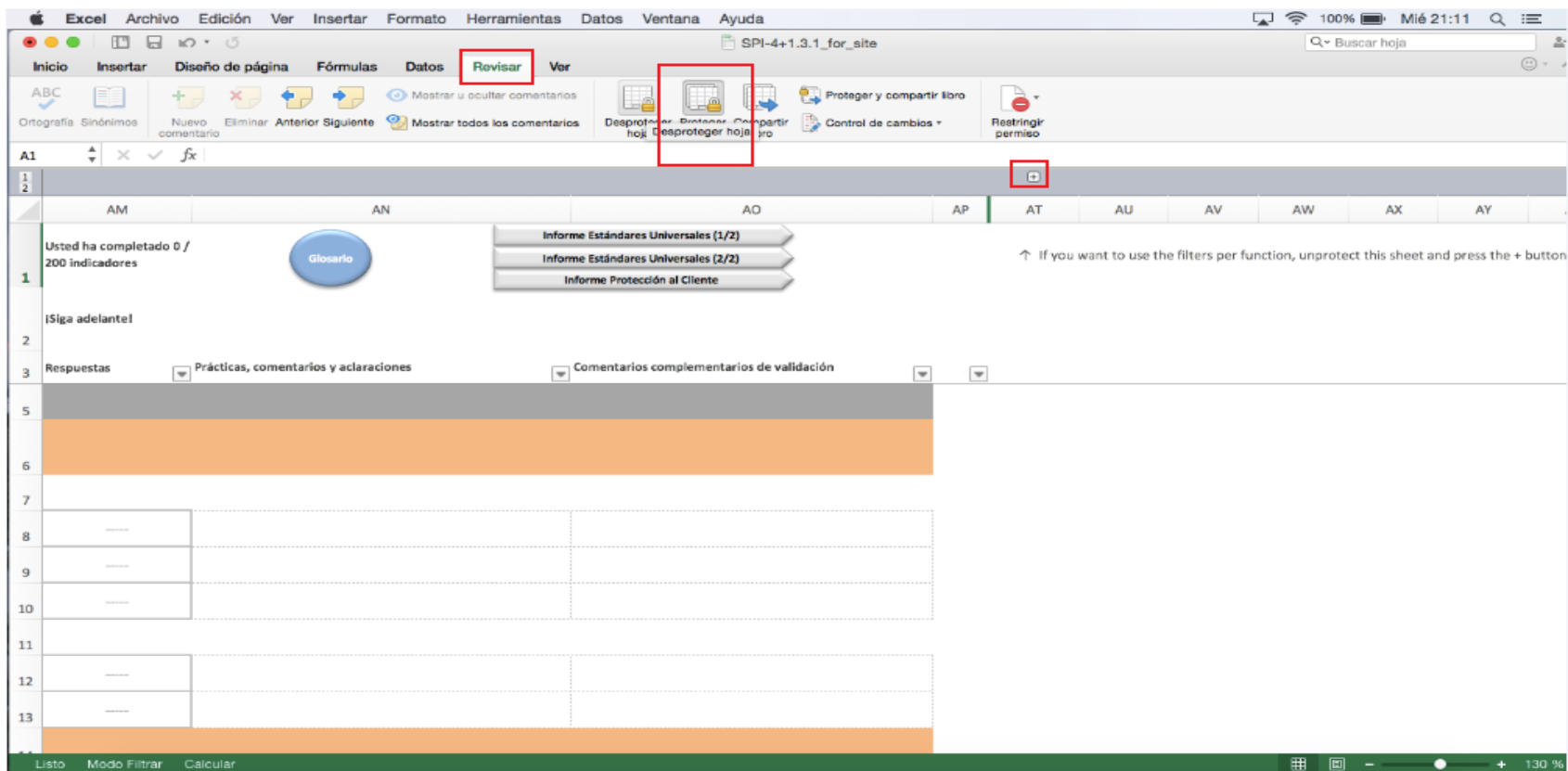
■ Mercadeo y Protección del cliente

- Transparencia y comunicación eficaz para los clientes
- Privacidad para los clientes: consentimiento por escrito para utilizar la información o fotos en el material de mercadeo y promoción
- Uso de la información para mejorar las operaciones quejas / productos / comunicaciones de la organización

¿ Cómo evaluar las prácticas en Mercadeo?

¿Cómo evaluar las practicas de Mercadeo con SPI4?

- Breve demostración de la opción de filtro para Marketing: nos encontraremos con los temas claves menciones anteriormente



¿Alguna pregunta sobre los indicadores?

Ejemplos de cómo mejorar las prácticas en Mercadeo

1. Recopilación de datos sobre clientes

- **Normas de Uso Básicas del Progress Poverty Index**

http://www.progressoutofpoverty.org/sites/default/files/Basic%20Standards%2C%20v.%202.0_SPA.pdf

- Nivel de pobreza de los clientes: www.progressoutofpoverty.org

- **Voice of the clients (Smart Campaign)**

- Satisfacción y protección de los clientes

- **Lean Data (ACUMEN)**

- Ejemplos de una recolecta de datos rápida y eficaz (mensajes y llamadas)

« Voice of the clients »
Encuestas de clientes -Smart Campaign
Informe de febrero 2016

http://smartcampaign.org/storage/documents/Synthesis_Report_ENG_FINAL.pdf

Preguntas de investigación claves para los clientes

- ¿Cuáles son **las principales preocupaciones** y las **experiencias más negativas**, según los clientes, en el trato con la IMF?
- ¿Cuáles son los atributos **más importantes**, para los clientes, en la determinación de una **experiencia positiva** para el consumidor?

Técnicas cualitativas

- **Ejercicio de clasificación**

- Entender la percepción de los encuestados de un buen o mal trato con las diferentes instituciones con las que interactúan (escuela, centros de sanidad, etc.)

- **Grupos de discusión**

- Participar en juegos de roles, para representar las buenas y malas experiencias

- **Entrevistas individuales**

- Explorar más en detalles financieros, que no sería apropiado discutir en grupo.

- **Ejercicio de fotografía**

- Para ilustrar la conexión positiva y negativa con las microfinanzas

Ejercicio de fotografías

“El cactus refleja lo que siento cuando tengo que pagar el préstamo, las llaves reflejan lo que me puede pasar si no lo pago (quedarme fuera de casa sin llaves)...”



“If ever you don't pay, you'll suddenly see the gendarme's vehicle in front of your house and you'll see them get out « djah djah. » Together with the recovery agents, they ordered me... to get into their pick-up truck. Even if you are in rags, even if you are not fully dressed, you have to get in. They drove me around the city before going to Dassa. Up to today I'm ashamed and it's as if I have lost all I'm worth.”

FORMER FEMALE CLIENT, PAIOUIGNAN, BENIN



“I [took these] photos based on my experience and [ideas]. I wanted to reflect biting, that I feel a bad feeling when I remember I have to pay the loan. Also the key is what can happen with me [being left without a key]...and the puddle shows that you are left with nothing and you are looking in dirty water, you see yourself left without any dreams. That's what I think could happen to me, that's what I heard happened with others.”

FEMALE, KUTAISI, GEORGIA

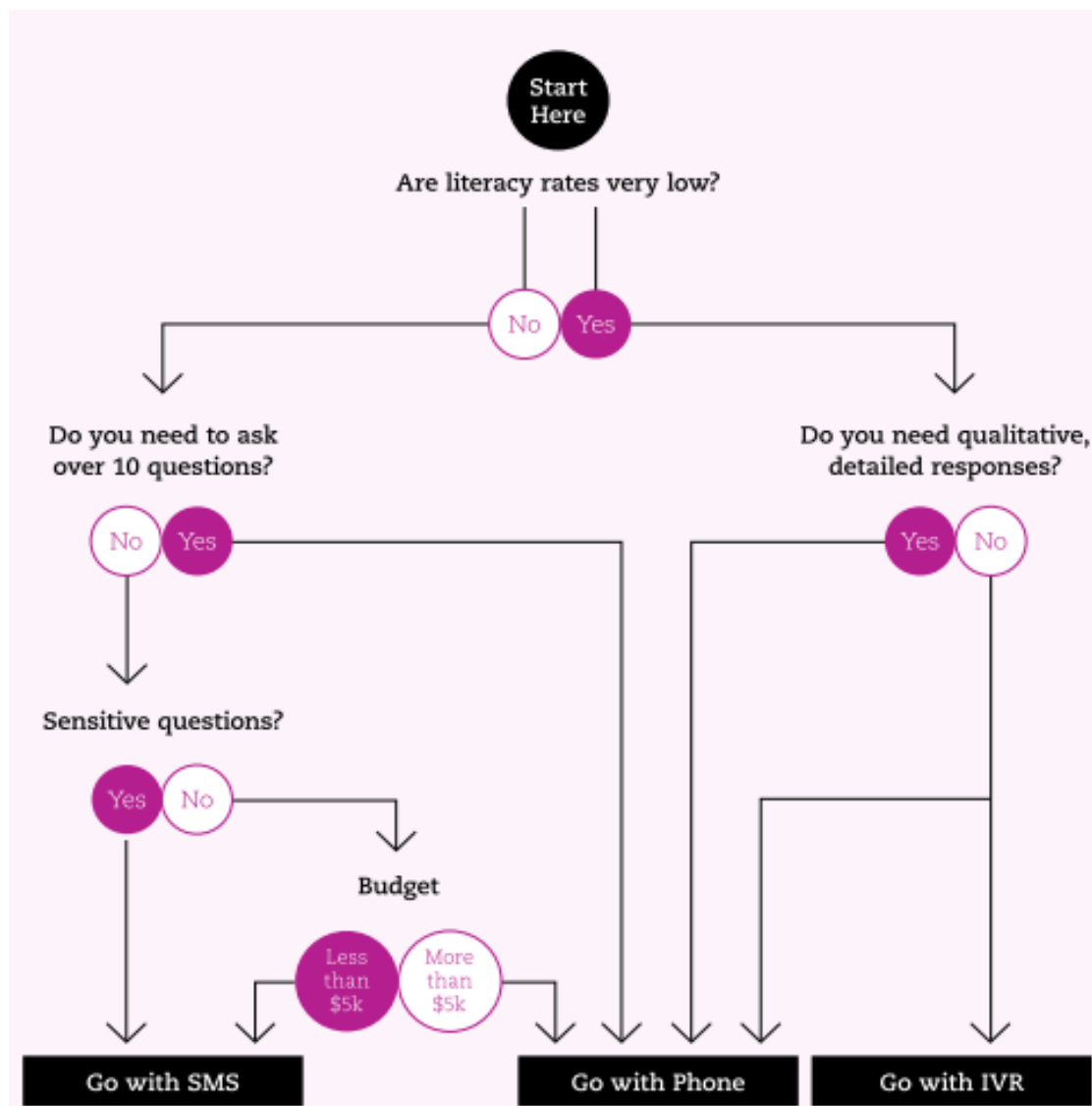
Lean Data ACUMEN - Consejos para la recolecta de datos de cliente Estrategia para medir el impacto social

Informe Nov 2015

<http://acumen.org/ideas/lean-data/>

Métodos de entrevistas

- **Diversidad de canales para obtener la información**
- **Entrevistas en persona**
 - En grupo
 - Individuales
- **Tecnología/ a distancia**
 - Mensajes de texto
 - Voz interactiva
 - Llamada por teléfono
- **Determinar tecnología/ métodos para comunicar los clientes rápidamente y eficientemente**
- **Los canales de comunicación con los clientes habituales**
- **Perfil de los clientes**
- **Tipo de preguntas**



How would you rate the value for money of (product/service)?

- A.** It is expensive
- B.** It is fair
- C.** It is cheap

Please explain your answer

What feature do you like best?

.....
Please explain your answer

Have you ever recommended (product/service) to your friends?

A. Yes, I have told many friends
What have you told them?

B. Yes, I have told some friends
What have you told them?

C. No, I have not
Why not?

Amended
Net Promoter
Score (NPS)

¿Alguna pregunta sobre encuestas de clientes?

2. Tarificación transparente y Mercadeo

- Los clientes carecen de información esencial y los enfoques basados en la divulgación de información no están funcionando
 - Problema: centrarse en el cumplimiento de los requisitos de divulgación: mucha información, técnica y complicada.
- ↓
- Cambiar el objetivo: de divulgar información a promover y verificar la comprensión del cliente.

Lo que los clientes deben saber antes de firmar un contrato de préstamo

- Costo total del préstamo (intereses, gastos,...)
- Valor de la cuota y la fecha de pago
- Cualquier otra condición
- Tarifas de penalización y cada cuanto se tiene que pagar la sanción
- ¿Qué pasa si no pagan el préstamo?
- Prácticas de estrategia de cobranza
- ¿A quien pueden contactar en caso de dudas/ quejas ?
- Derechos de los clientes

Elementos de transparencia

- **Divulgación**
- **Variedad en los mecanismos de divulgación**
- **Información precisa y oportuna de cuentas**
- **La formación del personal**
- **Tiempo suficiente para la revisión del cliente**
- **Auditoría interna**

Herramientas de transparencia

- Estados de los datos claves
- Lista de control para clientes

Ejemplo: estados de los datos claves

Tabla 1. Resumen de préstamo

Tamaño y moneda del préstamo		N.º total de cuotas	
Tasa de interés		Frecuencia de las cuotas	
Tasa de comisión		Fecha de desembolso	
Otras comisiones		Ahorros obligatorios	
Propósito del préstamo		Fecha de vencimiento	
Periodo de gracia (si corresponde)		Tipo de garantía	
Multa por pago atrasado		Vencimiento del préstamo (en meses)	
Multa por pago anticipado		Costo total del préstamo (capital + intereses+ comisiones)	

Tabla 2. Programa de reembolso

Fecha	Monto del desembolso	Reembolso de capital	Reembolso de interés	Pago de comisiones	Tarifas	Pago de impuesto	Reembolso total	Saldo total pendiente
Total								

Firma del cliente _____ Fecha _____
 Firma del oficial de crédito _____ Fecha _____
 Firma del director de la sucursal _____ Fecha _____

¿Los clientes de su IMF están de acuerdo con lo siguiente?



Puedo entender fácilmente la tasa de interés y compararlo con otras instituciones.



Conozco el valor de las cuotas y cuándo vencen los pagos.



Nunca he tenido de manera inesperada: penalidades por préstamos atrasados, comisión de amortización anticipada, comisiones de cuentas cambios en mi tasa de interés o condiciones del préstamo



La institución ha explicado mis responsabilidades para los miembros del grupo de morosos



Puedo encontrar fácilmente el monto de mi deuda pendiente y el saldo en mi cuenta de ahorros.

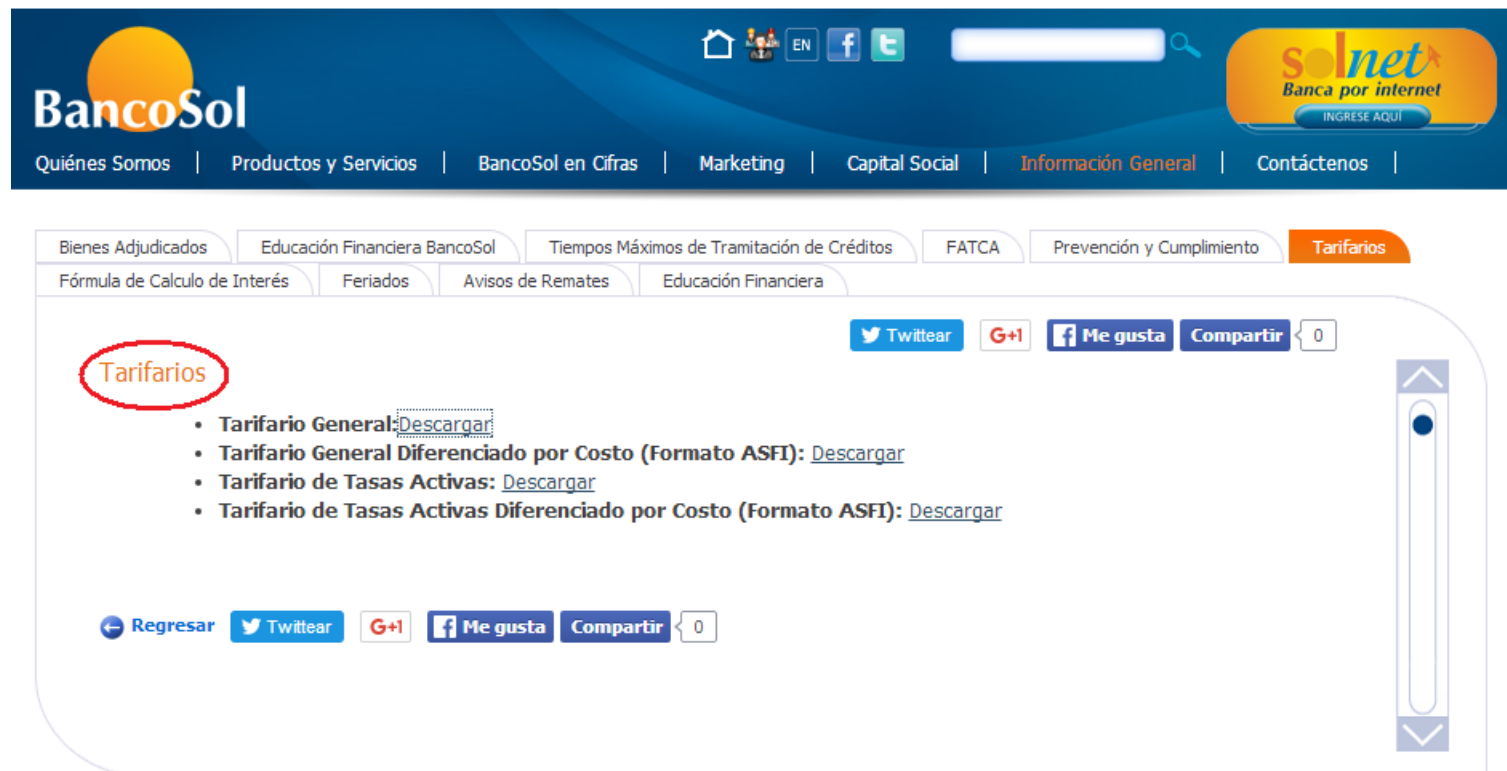


Siempre he tenido la oportunidad de hacer preguntas durante mis interacciones con la institución.

Ejemplo de información sobre morosidad

Cantidad de días de mora	Procedimientos
1 día	MacroDreams le enviará un mensaje de texto de recordatorio
3 días	Su oficial de campo lo llamará o visitará su empresa para entender su situación y decidir una solución para el reembolso total
5 días	MacroDreams le enviará una carta de advertencia
8 días	MacroDreams lo llamará o lo visitará en su empresa por segunda vez
15 días	El supervisor regional lo llamará o lo visitará
45 días	MacroDreams tendrá derecho a iniciar acciones legales
90-180 días	MacroDreams denunciará su morosidad ante la National Credit Bureau y/o la National Microfinance Network, tal como se describe en el Acuerdo de privacidad de datos

Ejemplo de información sobre la tarificación



The screenshot displays the BancoSol website interface. The header features the BancoSol logo, navigation links (Quiénes Somos, Productos y Servicios, BancoSol en Cifras, Marketing, Capital Social, Información General, Contáctenos), and a search bar. A secondary navigation bar includes links for Bienes Adjudicados, Educación Financiera BancoSol, Tiempos Máximos de Tramitación de Créditos, FATCA, Prevención y Cumplimiento, and Tarifarios (highlighted in orange). Below this, a sub-navigation bar lists Fórmula de Calculo de Interés, Feriados, Avisos de Remates, and Educación Financiera. The main content area is titled 'Tarifarios' (circled in red) and lists four downloadable rate sheets: Tarifario General, Tarifario General Diferenciado por Costo (Formato ASFI), Tarifario de Tasas Activas, and Tarifario de Tasas Activas Diferenciado por Costo (Formato ASFI). Each item has a 'Descargar' link. Social media sharing buttons for Twitter, Google+, Facebook, and a general 'Compartir' button are present. A vertical scrollbar is visible on the right side of the content area.

BancoSol

Quiénes Somos | Productos y Servicios | BancoSol en Cifras | Marketing | Capital Social | Información General | Contáctenos

Bienes Adjudicados | Educación Financiera BancoSol | Tiempos Máximos de Tramitación de Créditos | FATCA | Prevención y Cumplimiento | **Tarifarios**

Fórmula de Calculo de Interés | Feriados | Avisos de Remates | Educación Financiera

Tarifarios

- Tarifario General: [Descargar](#)
- Tarifario General Diferenciado por Costo (Formato ASFI): [Descargar](#)
- Tarifario de Tasas Activas: [Descargar](#)
- Tarifario de Tasas Activas Diferenciado por Costo (Formato ASFI): [Descargar](#)

Regresar | Twitter | G+ | Me gusta | Compartir 0

Ejemplo de información sobre la tarificación

Simulador de Créditos

Lunes, 21 de marzo de 2016

Tipo de producto:	Credito Personal
Moneda:	NUEVO SOL
Producto:	PRESTAMO PREFERENTE
Monto solicitado:	
Tasa efectiva anual (%)(*):	
Plazo (en meses):	
Cuota doble 1 (**):	No
Cuota doble 2 (**):	No
Día de Pago:	21/04/2016

Ver datos

Calcular

¿Alguna pregunta sobre transparencia y comprensión?

Recursos técnicos para el departamento de Mercadeo

¿Dónde encontrar SPI4 y recursos relacionados?

www.cerise-spi4.org

14 Passage Dubail, 75010 Paris

+33(0)1 40 36 92 92



FAQ Support Funding Publications Contact



DESCARGAR SPI4



REALIZAR UNA
AUDITORÍA



CAPACITARSE



DATOS SOBRE SPI4

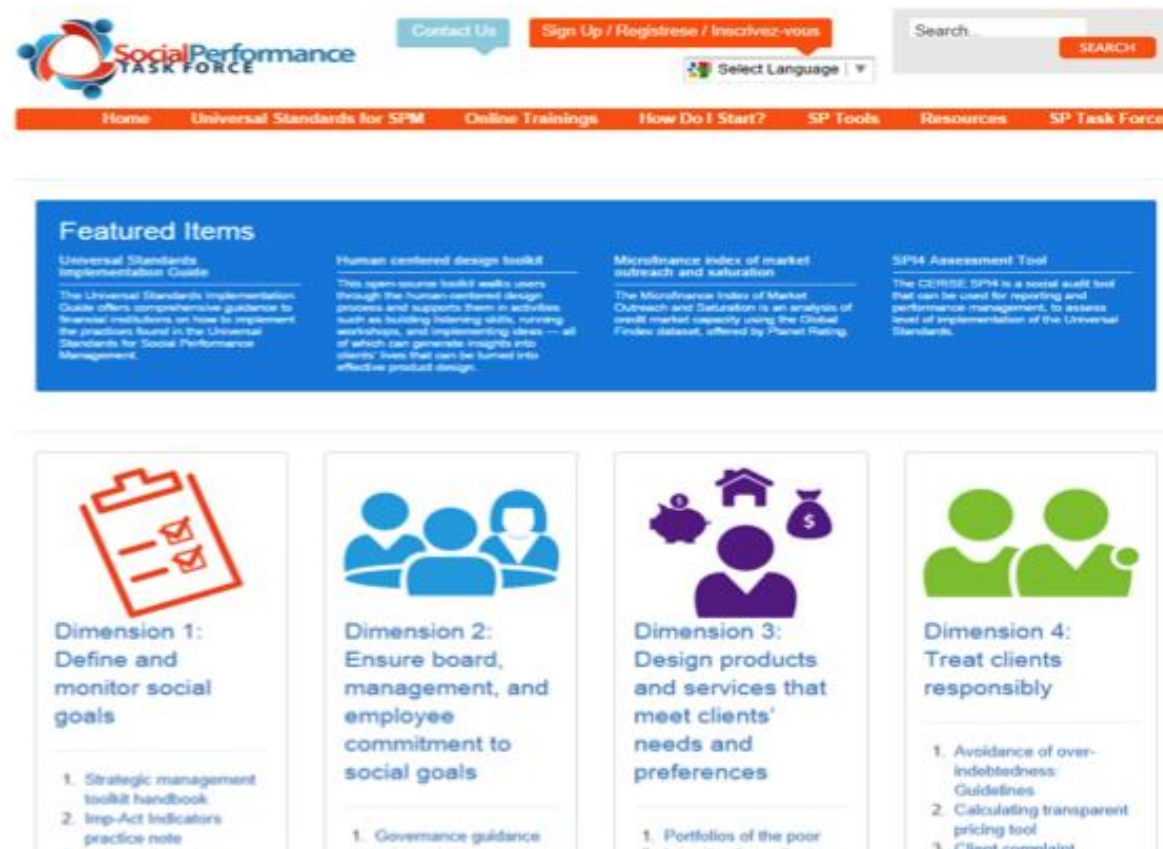
version 1.3.1 desde el 4 de FEBRERO 2016

NEWSLETTER ALINUS
SPI4 PARA INVERSORES

BENCHMARKS SPI4
OCTUBRE 2015

LISTA DE AUDITORES CUALIFICADOS - Actualizado en febrero 2016

Consulte el centro de recursos de la SPTF!



<http://sptf.info/resources/resource-center>

Recursos específicos para Mercadeo

- **La Guía para la Implementación de los Estándares Universales:**

<http://sptf.info/recursos-en-espanol>

- **Operaciones Smart:** ver capítulo Marketing: esta herramienta sugiere funciones apropiadas para 11 de las áreas más comunes de las operaciones de microfinanzas

<http://www.smartcampaign.org/tools-a-resources/796>

- **Videos**

Transparency: Auntie needs a loan:

<https://www.youtube.com/watch?v=k0uv7n591as>

- **Imp-Act Notas Practicas:** QUIP (entrevistas en profundidad cualitativas individuales)

http://sptf.info/images/pn2_quip_span.pdf

- **ACUMEN Lean Data Guidance**

<http://acumen.org/wp-content/uploads/2015/11/Lean-Data-Field-Guide.pdf>

- **PPI standards of Use**

- **Voice of the clients:**

http://smartcampaign.org/storage/documents/Synthesis_Report_ENG_FINAL.pdf

- **Voz de los clientes (Peru):**

<http://www.themix.org/sites/default/files/Voz%20del%20Cliente%20Peru.pdf>

Recursos específicos para Mercadeo

- **Transparencia en promoción y ventas: una lista de control para proveedores de servicios financieros**

http://www.smartcampaign.org/storage/documents/Tools_and_Resources/transparency-in-promotions-and-sales-spanish.pdf



The Universal Standards for Social Performance Management Implementation Guide

Social Performance Task Force
Lead Author: **Leah Wardle**

Imp-Act

Practice Notes

IMPROVING THE IMPACT OF MICROFINANCE ON POVERTY: ACTION RESEARCH PROGRAMME

ISSN: 1740-4711 • NUMBER TWO • 2004

QUIP

Understanding clients through in-depth interviews

PROGRESS OUT OF POVERTY INDEX® (PPI®) STANDARDS OF USE



Basic Standards

The **Basic PPI Standards of Use** are best practices that an organization should adhere to in order to accurately report its PPI data. Compliance with all basic standards is required to achieve Basic PPI Certification.



My Turn to Speak: **Voices of Microfinance Clients in** **Benin, Pakistan, Peru and Georgia**

February 2015

USE AUTHORS

Sushruti Meka and Caitlin Sanford

COMMITTEES

Justin Gilder, Laura Cojocari, Wajiba Ahmed

WITH THANKS TO

Alexandra Ricci, Elizabeth Rhyne,
Isabelle Barre, Pablo Amato Diaz



Keeping clients first
in microfinance

THE LEAN DATA FIELD GUIDE

Tips For Collecting
Customer Data to Build
More Impactful Businesses

November 2015



Si necesita ayuda...

- El Fondo de DS puede ofrecer asistencia técnica a distancia en inglés, español y ruso:
 - ❑ Explicación de indicadores
 - ❑ Sugerir herramientas existentes que puedan ayudar a reducir las brechas de DS
 - ❑ **Próximos webinars:**
<http://www.cerise-spi4.org/events-en>

Contacts CERISE:

spi4@cerise-microfinance.org

www.cerise-spi4.org

Contacts MFC:

kdabrowska@mfc.org.pl

ANEXOS

Poverty Assessment Tools

- Progress out of Poverty Index (PPI)
 - Country-specific poverty measurement tool
 - To date, PPIs have been set for 60 countries

- Standards of use

<http://www.progressoutofpoverty.org/sites/default/files/Basic%20Standards%20v2.0.PDF>

Países en los que PPI o PAT están disponibles

- **PPI:** Afghanistan; Angola; Bangladesh; Benin; Bolivia; Brazil; Burkina Faso; Cameroon; Cambodia; China; Colombia; Côte d'Ivoire; Dominican Republic; Ecuador; Egypt; El Salvador; Ethiopia; Fiji; Ghana; Guatemala; Haiti Honduras; India; Indonesia; Jordan; Kenya; Kyrgyz Republic; Madagascar; Malawi; Mali; Mexico; Morocco; Mozambique; Myanmar; Namibia; Nepal; Nicaragua; Niger; Nigeria; Pakistan; Palestine; Paraguay; Peru; Philippines; Romania; Russia; Rwanda; Senegal; Sierra Leone; South Africa; Sri Lanka; Syria; Tajikistan; Tanzania; Timor-Leste; Uganda; Vietnam; Yemen; Zambia

www.progressoutofpoverty.org

- **USAID PAT:** Albania, Azerbaijan, Bangladesh, Bosnia-Herzegovina, Cambodia, Colombia, East Timur, Ethiopia, Ghana, Guatemala, Haiti, India, Indonesia, Jamaica, Kazakhstan, Kosovo, Madagascar, Malawi, Nepal, Mexico, Paragua, Peru, Philippines, Serbia, Tajikistan, Uganda, Vietnam, West Bank, etc.

<http://www.povertytools.org/tools.html>

PPI: How does it look like?

Morocco PPI, 10 indicators

Indicator				Values			Points
1.	How many children aged 6 to 14 are in the household?	≥4 0	3 3	2 6	1 9	Zero 16	6
2.	Does the household own a color television?			No 0		Yes 9	0
3.	How many gas cylinders does the household own?	0 or 1 0		2 3	3 7	4 or more 13	3
4.	Does the household use charcoal?			Yes 0		No 6	0
5.	Do all household members ages 6 to 25 attend school?			No 0	No school-age children 7	Yes 12	0
6.	What is the household's type of residence?	Other 0			Modern urban detached house, apartment in an apartment building, condominium, or rural house of brick, stone, or concrete 5		0
7.	Does the residence have a washbasin?				No 0	Yes 11	11
8.	Did the household farm 6 or more hectares of land in the most recent growing season?				No 0	Yes 10	10
9.	Does the household own a stereo-cassette player?				No 0	Yes 4	4
10.	Does the household own an automobile or a motorcycle?				No 0	Yes 14	0

Based on 1998/99 Enquete Nationale sur les Niveaux de Vie des Ménages

Total: **34**

Filling in the gaps

PPI: Portfolio analysis

Poverty likelihood in score range		
Score	Below Poverty Line	Above the Poverty Line
0-4	84.2%	15.8%
5-9	67.1%	32.9%
10-14	54.6%	45.4%
15-19	47.6%	52.4%
20-24	31.8%	68.2%
25-29	16.0%	84.0%
30-34	25.8%	74.3%
35-39	7.1%	93.0%
40-44	3.1%	96.9%
45-49	6.5%	93.5%
50-54	1.0%	99.0%
55-59	0.0%	100.0%
60-64	0.0%	100.0%
65-69	0.0%	100.0%
70-74	0.0%	100.0%
75-79	0.0%	100.0%
80-84	0.0%	100.0%
85-89	0.0%	100.0%
90-94	0.0%	100.0%
95-100	0.0%	100.0%

MFI client PPI score = 34

Client poverty likelihood 26%

Progress out of Poverty Index for Morocco by Microfinance Risk Management, L.L.C.

Aggregation for a sample of new clients - Exemple

100 people with a score
between 10 & 14

100 people with a score
between 30 & 34

100 people with a score
between 50 & 54

Intervalles de probabilité de pauvreté PPI _(TM) Haïti			
Score PPI	Moitié inférieure au dessous du seuil national de pauvreté (1\$/Jour/PPP)	Moitié supérieure au dessous du seuil national de pauvreté (1\$/Jour/PPP)	Total au dessous du seuil national de pauvreté (1\$/Jour/PPP)
0-4	88,9%	11,1%	100,0%
5-9	61,1%	29,9%	91,0%
10-14	42,9%	40,1%	83,0%
15-19	44,2%	38,6%	82,8%
20-24	45,9%	28,7%	74,6%
25-29	26,5%	34,4%	60,9%
30-34	21,0%	29,8%	50,8%
35-39	11,8%	28,3%	40,1%
40-44	11,7%	7,3%	19,0%
45-49	1,0%	13,2%	14,2%
50-54	1,8%	9,9%	11,7%
55-59	0,8%	13,2%	14,0%
60-64	0,0%	4,6%	4,6%
65-69	0,0%	0,0%	0,0%
70-74	1,0%	22,0%	23,0%
75-79	0,0%	0,0%	0,0%
80-84	0,0%	0,0%	0,0%
85-89	0,0%	0,0%	0,0%
90-94	0,0%	0,0%	0,0%
95-100	0,0%	0,0%	0,0%

Poverty Likelihood

- Average (Poverty Rate)

$$\frac{100 \times 83\% + 100 \times 40\% + 100 \times 14\%}{300} = \mathbf{45,6\%}$$

- If I have a representative sample, I can say that 45,6% of the new clients of the MFI are poor

Check list for LO

- ❑ Basic eligibility requirements for taking loan provided
- ❑ The typical time requirements and documentation that will be needed
- ❑ Terms and conditions of a typical individual loan contract, including:
 - ❑ all fees;
 - ❑ interest rates and how long they are in effect;
 - ❑ any linked or compulsory products (e.g., life insurance) for which the client would be charged.
- ❑ What a typical loan repayment schedule looks like
- ❑ Typical collateral requirements and a list of items that are accepted as collateral.
- ❑ Collections policies, including action taken with delinquent clients.
- ❑ Grounds for termination of the loan contract.
- ❑ Institution's duties to the client (e.g., institutional Code of Ethics)
- ❑ The client's rights and responsibilities (e.g., Client Pledge).

Internal Auditor questions

- Did the loan officer visit you before loan disbursement?
- Did you personally sign the contract?
- Have you been using the loan yourself or jointly with other people?
- Did you have to pay any charges besides the loan fee and installment?
- Do you know the total cost of your loan?
- Did you receive product sheet prior to signing the agreement?
- Do you know what amount of fees you have already paid?
- Do you know when penalty fee can be charge and with what amount?
- Do you know who to contact if you have any problems or you would like to submit suggestion or complaint?
- Do you know what happens with your collateral in case you stop repaying the loan?
- What problems are you having repaying the loan (if not repaying on time)?