

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

1	Dimensión 1: Estrategia Social
1.A	El proveedor tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos sociales.
1.A.1	La estrategia del proveedor especifica los clientes objetivo y metas sociales y cómo logrará esos objetivos.
1.A.1.1	La estrategia define las características demográficas y socioeconómicas de los clientes objetivo.
1.A.1.2	La estrategia del proveedor identifica los beneficios que busca generar para los clientes, tales como: <ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar acceso a excluidos - Reducir la vulnerabilidad - Construir activos / Invertir en oportunidades económicas - Crear puestos de trabajo
1.A.1.3	La estrategia del proveedor describe cómo los productos y servicios crean un cambio positivo para los clientes.
1.A.1.4	El proveedor define una estrategia de “no hacer daño” que articula cómo mitigará los riesgos sociales relacionados con el 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
1.A.2	La estrategia del proveedor define indicadores y metas para medir el progreso y cumplimiento de los objetivos sociales..
1.A.2.1	El proveedor tiene al menos un indicador medible para cada objetivo social.
1.A.2.2	El proveedor tiene al menos un meta medible de resultado para cada objetivo social.
1.B	El proveedor recolecta, analiza y reporta datos que son específicos en referencia a sus objetivos sociales.
1.B.1	El proveedor recolecta datos sobre resultados en clientes y sus hogares.
1.B.1.1	El proveedor cuenta con protocolos de recolección de datos de desempeño social, que identifican quién recolecta los datos, cómo y cuándo.
1.B.1.2	El proveedor 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	El proveedor valida los datos del cliente mediante auditoría interna periódica o revisión de la gestión, incluidas algunas verificaciones a nivel de campo.
1.B.1.3	El proveedor recopila datos de forma continua para medir si está logrando sus objetivos sociales.
1.B.1.3.1	El proveedor recopila datos cuantitativos que miden los cambios tanto positivos como negativos para los clientes y sus hogares. Frecuencia mínima: anual
1.B.1.3.2	El proveedor recopila datos cualitativos que miden los cambios tanto positivos como negativos de los clientes y sus hogares. Frecuencia mínima: anual
1.B.2	El proveedor analiza los datos sobre resultados de clientes por segmento.
1.B.2.1	El proveedor almacena datos sobre el desempeño social en su sistema de información de gestión (SIG) de manera que permite el análisis combinado de los datos financieros y sociales del cliente.
1.B.2.2	El proveedor 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 del proveedor (especifique):
1.B.3	El proveedor informa de los datos de desempeño social tanto a lo interno como a lo externo.
1.B.3.1	El proveedor realiza una auditoría social. . Frecuencia mínima: cada tres años.
1.B.3.2	El proveedor publica un informe que incluye datos de desempeño social. Frecuencia mínima: anual.
1.B.3.3	El proveedor analiza los resultados del desempeño social con los empleados. Frecuencia mínima: anual.
2	Dimensión 2: Liderazgo comprometido
2.A	Los miembros de la Junta Directiva hacen rendir cuentas a la CEO/Director General en referencia al logro de los objetivos sociales del proveedor.
2.A.1	La composición de la Junta Directiva refleja la estrategia social del proveedor y las sólidas prácticas de gobierno
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 del proveedor.
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 del proveedor.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

2.A.2	El proveedor capacita a los miembros de la Junta Directiva sobre sus responsabilidades en la gestión del desempeño social.
2.A.2.1	Durante la nominación para nuevos miembros o la capacitación posterior, el proveedor capacita a cada miembro de la Junta Directiva en lo siguiente:
2.A.2.1.1	Los objetivos sociales del proveedor.
2.A.2.1.2	El papel de la junta en la gestión del desempeño social del proveedor.
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 de 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.
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 CEO/Director General, para monitorear la protección del cliente. Frecuencia mínima: anual.
2.A.3.1.1	Análisis del riesgo de sobreendeudamiento de los clientes.
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.
2.A.3.1.3	Tasas de interés y evalúa si son responsables.
2.A.3.1.4	Informar sobre los sistemas que tiene el proveedor para el manejo de privacidad y seguridad de los datos, en especial sobre fallas o incumplimientos.
2.A.3.1.5	Informes sobre cualquier fraude o corrupción, incluyendo extorsión y soborno.
2.A.3.2	La Junta Directiva utiliza los siguientes datos, proporcionados por CEO/Director General, para monitorear la estrategia social del proveedor (con la frecuencia mínima indicada):
2.A.3.2.1	Datos de resultados. Frecuencia mínima: anual
2.A.3.2.2	La auditoría social más reciente del proveedor. 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 del proveedor. Frecuencia mínima: anual
2.A.3.3	La Junta Directiva utiliza los siguientes datos, proporcionados por CEO/Director General, 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 el proveedor no está logrando sus objetivos sociales.
2.A.4	La supervisión que la Junta Directiva realiza a la Alta Dirección está alineada con los objetivos sociales del proveedor.
2.A.4.1	La Junta Directiva incluye metas sociales en la evaluación de desempeño del CEO/Director General.
2.A.4.2	La Junta Directiva evalúa formalmente al CEO/Director General sobre el logro de los objetivos de desempeño social. Frecuencia mínima: anual
2.A.4.3	La Junta Directiva supervisa la compensación de Alta Dirección.
2.A.4.3.1	Si la compensación de la Alta Dirección se basa en parte en incentivos, se 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 Dirección 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 del CEO/Director General y de las Gerencias superiores para garantizar que la compensación sea comparable a la de los proveedores con un compromiso social similar. Frecuencia mínima: anual
2.A.5	La Junta Directiva es responsable de preservar los objetivos sociales del proveedor durante épocas de crisis y/o cambios institucionales.
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 del proveedor y los clientes objetivo.
2.B	La Alta Dirección es responsable de implementar la estrategia del proveedor para alcanzar sus objetivos sociales.
2.B.1	El proveedor incluye los objetivos sociales en el plan operativo y el CEO/Director General responsabiliza a los Gerentes superiores por el logro de los objetivos sociales.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

2.B.1.1	El proveedor incluye sus objetivos y metas sociales en el plan de negocios o plan operativo.
2.B.1.2	El CEO/Director General evalúa formalmente a las Gerentes superiores sobre el logro de los objetivos de desempeño social. Frecuencia mínima: anual
2.B.2	CEO/Director General toma decisiones estratégicas con base de los datos sociales y financieros.
2.B.2.1	CEO/Director General y Gerencias Superiores analizan los siguientes datos y evalúa los riesgos: Frecuencia mínima: anual
2.B.2.1.1	Analiza los riesgos referente a protección al cliente (sobreendeudamiento, trato desleal, falta de transparencia, privacidad de los datos del cliente, denuncias, fraude, corrupción y soborno)
2.B.2.1.2	Analiza los resultados generados para 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	Auditoría interna y/o la gestión de riesgos considera en sus actividades de seguimiento integrar los siguientes criterios:
2.B.2.2.1	Capacidad de pago del cliente, análisis de aprobación de préstamos, prevención de ventas agresivas.
2.B.2.2.2	Transparencia a los clientes
2.B.2.2.3	Cumplimiento del código de conducta; prevención del fraude y la corrupción
2.B.2.2.4	Embargo de garantías y prácticas apropiadas de cobro de deudas
2.B.2.2.5	Uso indebido y fraude de datos de clientes
2.B.2.2.6	Manejo de quejas, incluida la revisión de una muestra de casos.
2.B.2.3	CEO/Director General toma medidas correctivas cuando identifica riesgos para los clientes o cuando el proveedor no está logrando sus objetivos sociales
3	Dimensión 3: Productos y servicios centrados en los clientes
3.A	El proveedor recolecta y analiza datos para comprender las necesidades de los clientes.
3.A.1	El proveedor realiza investigaciones de mercado y pruebas piloto.
3.A.1.1	Antes de introducir nuevos productos, servicios o canales de entrega, el proveedor realiza una investigación de mercado que incluye la recopilación de los siguientes datos sobre 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, objetivos y cualquier obstáculo para usar los servicios financieros.
3.A.1.2	El proveedor realiza pruebas piloto antes de introducir un nuevo producto o realizar cambios significativos en un producto existente.
3.A.1.2.1	El proveedor realiza pruebas piloto de productos entre clientes con diferentes características socioeconómicas y demográficas.
3.A.1.2.2	El proveedor recopila comentarios sobre los productos piloto tanto de los empleados como de los clientes.
3.A.2	El proveedor utiliza datos para identificar patrones de comportamiento financiero por segmento de clientes.
3.A.2.1	El proveedor analiza datos transaccionales (gupos pares por: tamaño promedio de préstamo, reembolsos de préstamos, depósitos de ahorro y retiros) por segmentos demográficos y socioeconómicos de sus clientes. .
3.A.2.2	El proveedor analiza el uso del producto (tipos y frecuencia) por segmentos demográficos y socioeconómicos de sus clientes.
3.A.3	El proveedor recibe retroalimentación de los clientes con respecto a sus experiencias en el uso de los productos y servicios.
3.A.3.1	El proveedor realiza encuestas de satisfacción de clientes. Frecuencia mínima: cada dos años
3.A.3.2	El proveedor realiza entrevistas a clientes inactivos y/o que ha salido para buscar evidencia de fallas en el diseño del producto.
3.A.3.3	El proveedor investiga si las presiones a nivel del hogar dificultan que los clientes utilicen sus productos y servicios.
3.B	Los productos, servicios y canales del proveedor benefician a los clientes.
3.B.1	El proveedor utiliza información proveniente del análisis de los datos de los clientes para diseñar productos, servicios y canales de entrega.
3.B.1.1	El proveedor diseña nuevos productos, servicios (financieros y no financieros) y canales de entrega utilizando conocimientos de estudios piloto y de mercado, considera también comentarios de los clientes y datos de resultados de los clientes.
3.B.1.2	El proveedor modifica sus productos y servicios existentes en respuesta a las necesidades, comentarios y resultados de los clientes.
3.B.1.3	El proveedor dedica recursos (fondos y tiempo de los empleados) para el desarrollo y la mejora continua de productos, servicios y canales de entrega.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

3.B.2	El proveedor elimina las barreras que impiden el acceso a los productos y servicios financieros.
3.B.2.1	El proveedor ofrece tamaños de préstamo y términos de préstamo que se adaptan al perfil económico, flujo de efectivo y el tipo de negocio del cliente.
3.B.2.2	El proveedor ofrece canales de entrega que reducen las barreras de acceso para los clientes.
3.B.2.2.1	El proveedor ofrece a los clientes múltiples canales de entrega.
3.B.2.2.2	El proveedor utiliza tecnologías adecuadas a la alfabetización digital de los clientes objetivo.
3.B.2.3	Si el proveedor ofrece ahorro, establece requisitos mínimos y condiciones de retiro compatibles con los flujos de efectivo de los clientes objetivo.
3.B.3	Los productos, servicios y canales del proveedor cuenta con seguridades que protegen a los clientes contra daños/estafas.
3.B.3.1	El proveedor adapta los cronogramas de pago a los flujos de efectivo y al tipo de negocio del cliente.
3.B.3.2	Los requisitos de garantía no crean dificultades graves para los clientes.
3.B.3.2.1	El proveedor tiene una lista de activos que no se pueden prometer como garantía,, incluyendo elementos que crearían dificultades graves o una pérdida significativa de la capacidad de generar ingresos para el cliente.
3.B.3.2.2	La valoración de la garantía se basa en un precio de mercado/valor de reventa verificable. El comité de crédito o instancia de aprobación verifica la valoración de la garantía.
3.B.3.2.3	El requisito mínimo para el valor de la garantía no excede dos veces el monto del préstamo, y la garantía en efectivo no excede el 20% del monto del préstamo.
3.B.3.2.4	Si el proveedor recopila documentos de título, los devuelve al cliente una vez que se paga el préstamo.
3.B.3.3	El proveedor acepta otras alternativas de garantía de clientes, cuyo género o edad crean barreras de acceso en el contexto local.
3.B.3.4	Si el proveedor presta en moneda fuerte, informa a los clientes del riesgo cambiario utilizando escenarios de costos. El proveedor también puede justificar la decisión de no prestar en moneda local.
3.B.3.5	Si el negocio del cliente está relacionado con sectores que se sabe que tienen altos riesgos sociales, el proveedor lleva a cabo una debida diligencia adicional para mitigar el riesgo.
3.B.3.6	Si el proveedor ofrece un seguro voluntario, evalúa el costo de los productos de seguro para los clientes.
3.B.3.6.1	El proveedor analiza los datos sobre el uso del seguro: aceptación del producto, tasa de siniestros, tasa de renovación y tasa de cobertura.
3.B.3.6.2	El proveedor analiza datos sobre cómo se gestiona los siniestros: índice de rechazo, número de siniestros presentados, tiempo medio de resolución de siniestros, motivos de rechazo de siniestros, motivos de caducidad de cobertura.
3.B.3.6.3	El proveedor analiza datos sobre la experiencia del cliente con el seguro: datos demográficos de los cubiertos, quejas, satisfacción del cliente.
3.B.3.6.4	Si el índice de siniestros del seguro de vida es inferior al 60 %, el proveedor le pide a la aseguradora que justifique el motivo.
3.B.3.7	Si el proveedor utiliza agentes, supervisa la gestión de los agentes y si los agentes respetan las prácticas de protección del cliente, y cuenta con mecanismos para abordar los problemas según sea necesario.
3.B.3.8	Si el proveedor usa canales digitales, monitorea si ocurren los siguientes problemas y tiene mecanismos para abordar los problemas según sea necesario:
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
3.B.3.8.2	Mal funcionamiento del sistema, como interrupciones prolongadas, tiempo de inactividad programado o demoras en el procesamiento
3.B.4	Los productos y servicios del proveedor ayudan a los clientes a reducir su vulnerabilidad a las conmociones y facilita el acceso.
3.B.4.1	El proveedor ofrece productos y servicios para necesidades básicas, como vivienda, energía y educación.
3.B.4.2	El proveedor ofrece productos y servicios que ayudan a los clientes a mantener niveles estables de gastos a pesar de la fluctuación de ingresos o 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
3.B.5	Los productos y servicios del proveedor ayudan a los clientes a alcanzar sus objetivos.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

3.B.5.1	El proveedor ofrece capacitación a los clientes en áreas donde tienen brechas de habilidades que les impiden alcanzar sus objetivos.
3.B.5.2	El proveedor ofrece productos/servicios que permiten a los clientes invertir en oportunidades económicas, como préstamos comerciales para poner en marcha, capital de trabajo e inversión.
3.B.5.3	El proveedor ofrece productos/servicios para eventos importantes de la vida, como bodas, atención de maternidad/nacimiento, vivienda, educación superior y funerales.
4	Dimensión 4: Protección al cliente
4.A	El proveedor no sobreendeuda a los clientes.
4.A.1	El proveedor toma decisiones para la aprobación de préstamos con base en la capacidad de pago del cliente.
4.A.1.1	El proveedor tiene una política y un proceso documentado para la aprobación de préstamos.
4.A.1.1.1	Para aplicar la capacidad de pago de un prestatario, éste no puede ser superior al 70% del excedente (ingresos- gastos incluyendo la deuda del proveedor y de otros prestamistas).
4.A.1.1.2	Las decisiones de aprobación de préstamos las toman al menos dos personas, una de las cuales no interactúa directamente con el cliente.
4.A.1.1.3	Si existe un buró de crédito, el proveedor reporta los datos del cliente a los burós de crédito y utiliza los informes de crédito en el proceso de aprobación de los préstamos.
4.A.1.1.4	Si el proveedor ofrece préstamos grupales, se realiza la diligencia debida con cada miembro del grupo.
4.A.1.2	El proveedor realiza un análisis de flujo de efectivo para evaluar la capacidad de pago.
4.A.1.2.1	El proveedor realiza un análisis de flujo de efectivo que considera los ingresos, los gastos y el servicio de la deuda relacionados con el negocio y la familia, y cualquier otra fuente de ingresos, incluidas las fuentes informales.
4.A.1.2.2	El proveedor 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 del proveedor sobre el 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, el proveedor 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, el proveedor realiza un nuevo análisis de flujo de caja.
4.A.1.4	Si el análisis de aprobación del préstamo se realiza a través de un score, el proveedor verifica que esté funcionando adecuadamente. Frecuencia mínima: anual
4.A.1.4.1	El proveedor revisa la efectividad del score para predecir el reembolso del cliente.
4.A.1.4.2	El proveedor verifica el score en busca de sesgos contra las categorías protegidas y lo corrige según sea necesario.
4.A.2	El proveedor monitorea el mercado y responde si hay un aumento en el riesgo de sobreendeudamiento.
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	El proveedor analiza la calidad de la cartera por sucursal, producto y segmento de clientes.
4.A.2.1.2	El proveedor realiza un seguimiento de los préstamos reestructurados, reprogramados o refinanciados.
4.A.2.2	El proveedor 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 riesgos total del proveedor ha promediado más del 10% durante cualquier trimestre de los últimos tres años, el proveedor ha tomado medidas correctivas.
4.B	El proveedor brinda a los clientes información clara y oportuna para apoyar a la toma de decisiones.
4.B.1	El proveedor es transparente acerca de los términos, condiciones y precios de los productos.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

4.B.1.1	<p>El proveedor entrega un documento resumen con los principales acuerdos a los prestatarios antes de que firmen el contrato. El documento contiene al menos la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monto total del préstamo - Precios, incluidas todas las tarifas - Costo total del crédito: todo el capital, los intereses y las tarifas más la garantía en efectivo - Fecha de desembolso y plazo del préstamo - Calendario de amortización con importes de capital e intereses, número y fechas de vencimiento de todas las cuotas de amortización - Todas las deducciones del desembolso principal (por ejemplo: primera cuota, comisiones, tarifas, garantías en efectivo, impuestos), si corresponde - Cómo se puede utilizar la garantía en efectivo/ahorros obligatorios en caso de incumplimiento, si corresponde - Tasas de interés moratorias, términos y condiciones, si corresponde
4.B.1.2	<p>Los contratos de préstamo incluyen la siguiente información, según corresponda cada producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Período de gracia - Cantidad de ahorro obligatorio / billetera 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 de pagos y el incumplimiento de pago - Condiciones de prepago: si es posible y efectos al costo - Si los términos y condiciones pueden cambiar en el tiempo y cómo afectaría eso a los clientes
4.B.1.3	Los contratos de préstamo están disponibles en los principales idiomas locales.
4.B.1.4	El proveedor comunica la información del producto de una manera que apoye a la toma de decisiones de los clientes.
4.B.1.4.1	El proveedor publica información de los productos, incluidos los precios, en sucursales, pizarras informativas, o en medios web/digitales según corresponda.
4.B.1.4.2	El proveedor comunica la tasa de porcentaje anual (APR)/la tasa de interés efectiva (EIR) (o la tasa de porcentaje mensual (MPR) si la mayoría de los préstamos son de menos de 3 meses) en el Resumen de Datos Clave y/o el contrato de préstamo.
4.B.1.4.3	Las comunicaciones del proveedor 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 del proveedor no engañan ni inducen a confusiones en los clientes.
4.B.1.5	Si el proveedor utiliza agentes de comercialización, verifica que proporcionen a los clientes la documentación de sus tarifas, términos de servicio y condiciones de cancelación.
4.B.1.6	<p>Si el proveedor ofrece ahorros, la documentación incluye lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarifas, incluido costos de cierre - Tipo de interés y cómo se calcularán los importes - Requisitos de saldo mínimo y máximo - Si los depósitos están asegurados por el gobierno
4.B.1.7	<p>Si el proveedor ofrece pagos, proporciona la siguiente información a los clientes que están iniciando o recibiendo transferencias de dinero, o utilizando otros servicios de pago:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monto pagado por el remitente, en la moneda del remitente - Tipo de cambio estimado - Importe 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)

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

4.B.1.8	Si el proveedor ofrece seguro, proporciona a los clientes la siguiente información en el momento de la inscripción: - 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 un reclamo. - Una explicación de la documentación requerida para probar el daño, si corresponde - Términos relacionados con la cancelación y el prepago, si corresponde
4.B.1.9	Si el proveedor ofrece seguro, brinda a los beneficiarios información oportuna durante el proceso de reclamos.
4.B.1.9.1	El proveedor notifica al beneficiario dentro de los 30 días la resolución sobre el reclamo.
4.B.1.9.2	Cuando la reclamación del seguro ha sido cubierta, el proveedor notifica al beneficiario dentro de los 30 días posteriores al acuerdo. Si se niega el reclamo, el proveedor notifica al beneficiario el motivo y le da la oportunidad de apelar.
4.B.2	El proveedor se comunica con los clientes en momentos apropiados y a través de los canales adecuados.
4.B.2.1	El proveedor brinda a los clientes la oportunidad de revisar los términos y condiciones de los productos.
4.B.2.1.1	El proveedor ofrece un canal para que los clientes hagan preguntas y reciban información adicional antes de firmar contratos.
4.B.2.1.2	El proveedor notifica a los clientes y les da la oportunidad de optar por no participar antes de renovar automáticamente un producto voluntario.
4.B.2.2	El proveedor entrega a los clientes una copia completa y firmada del contrato y hace que el contrato sea entregado en cualquier momento vía electrónica o en forma física.
4.B.2.3	El proveedor brinda a los clientes información clara y precisa sobre el saldo de la cuenta de las siguientes maneras:
4.B.2.3.1	Brindar acceso a su saldo actualizado de préstamo o ahorro
4.B.2.3.2	Envío de mensajes automáticos a los clientes siempre que exista una deducción automática de la cuenta del cliente.
4.B.2.3.3	Proporcionar 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, el proveedor 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.
4.C	El proveedor hace cumplir el trato justo y respetuoso de los clientes.
4.C.1	El código de conducta del proveedor establece un trato justo y respetuoso de los clientes.
4.C.1.1	El código de conducta del proveedor establece los valores organizacionales, las normas de conducta profesional y el trato a los clientes que deben ser aplicados por los empleados, y define las sanciones en caso de incumplimiento.
4.C.1.2	Las políticas del proveedor prohíben lo siguiente:
4.C.1.2.1	Corrupción, robo, sobornos, fraude
4.C.1.2.2	Intimidación del cliente: uso de lenguaje abusivo, uso de la fuerza física, limitación de la libertad física, acoso sexual, gritos al cliente, ingreso a la casa del cliente sin invitación, humillación pública del cliente, 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, nacional/origen religión; estado de salud, incluido el estado serológico respecto del VIH; con discapacidad; orientación sexual; afiliación política; estado civil: participación en un sindicato.]
4.C.1.3	El proveedor 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 el proveedor se asocia con terceros, revisa el código de conducta del tercero antes de firmar un contrato para verificar el compromiso con el trato justo y respetuoso de los clientes.
4.C.2	El proveedor no usa técnicas de ventas agresivas.
4.C.2.1	El proveedor tiene controles internos para monitorear si los empleados o agentes realizan ventas agresivas.
4.C.2.2	La estructura de incentivos del proveedor 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	El proveedor monitorea los índices de productividad de los empleados de primera línea e investiga aquellos que están por encima de un umbral predeterminado.
4.C.3	El proveedor salvaguarda el derecho de los clientes a un trato respetuoso durante el proceso de cobranza de los préstamos.
4.C.3.1	La política de cobros del proveedor incluye lo siguiente:
4.C.3.1.1	Una lista de prácticas de cobro de deudas apropiadas e inapropiadas, incluidas las prácticas de embargo de garantías.
4.C.3.1.2	Generar un cronograma de pagos que brinde solución al cliente, previo determinar las razones del incumplimiento de pago.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

4.C.3.1.3	El proveedor 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 al proveedor, al personal del proveedor, a sus familiares o a terceros involucrados en el proceso de embargo.
4.C.3.2	El proveedor reestructura o cancela los préstamos haciendo una excepción en función de una lista de casos de dificultades específicas.
4.D	El proveedor protege los datos de los clientes e informa a los clientes los derechos que poseen respecto al uso de sus datos.
4.D.1	El proveedor mantiene la seguridad y la confidencialidad de los datos de los clientes.
4.D.1.1	El proveedor 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	El proveedor mantiene archivos físicos y electrónicos en un sistema seguro.
4.D.1.2.1	El acceso al sistema está restringido, de acuerdo al rol y funciones de cada empleado se activan los módulos espectivos. (principio de "menor privilegio").
4.D.1.2.2	El proveedor 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	El proveedor define un proceso claro para salvaguardar los datos del cliente cuando los empleados dejan la organización.
4.D.1.3	El proveedor 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 el proveedor trabaja con terceros que tienen acceso a los datos del cliente, los acuerdos del proveedor especifican que los terceros mantendrán la seguridad y confidencialidad de los datos del cliente.
4.D.2	El proveedor informa a los clientes sobre su derecho a la privacidad y su derecho respeto al uso de sus datos.
4.D.2.1	El proveedor explica a los clientes cómo utilizará los datos del cliente, con quién compartirá los datos y cómo serán utilizados por terceros. El proveedor recibe el consentimiento de los clientes antes de usar o compartir sus datos.
4.D.2.2	La información sobre el uso de datos y el consentimiento es fácil de entender para los clientes.
4.D.2.2.1	Al solicitar el consentimiento de los clientes para utilizar sus datos, el proveedor explica en un lenguaje local 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	El proveedor 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	El proveedor otorga a los clientes el derecho a retirar su permiso para usar los datos y explica las consecuencias de retirar.
4.D.2.3	El proveedor notifica a los clientes de su derecho a revisar y corregir sus datos personales y financieros.
4.E	El proveedor recibe y resuelve los reclamos de los clientes.
4.E.1	El proveedor posee un mecanismo de reclamos fácilmente accesible para los clientes y adaptado a sus necesidades.
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	El proveedor dispone de al menos dos canales de denuncia gratuitos y accesibles para los clientes.
4.E.1.3	El proveedor informa a los clientes cómo presentar una queja.
4.E.1.3.1	El proveedor muestra información sobre cómo presentar una queja en las sucursales, en las ubicaciones de 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, el proveedor informa a los clientes sobre cómo presentar una queja tanto a sí mismo como a otro funcionario.
4.E.1.4	Si el mecanismo de queja inicialmente maneja las quejas a través de medios automatizados, el proveedor pone a disposición de los clientes un canal con interacción humana en vivo.
4.E.2	El proveedor resuelve los reclamos eficientemente.
4.E.2.1	La política de quejas del proveedor identifica los niveles de gravedad y requiere que las quejas graves se escalen de inmediato a la alta dirección.
4.E.2.2	El mecanismo de quejas del proveedor garantiza que todas las quejas formales se registren en un sistema seguro que llegue al personal de manejo de quejas y/oa la gerencia.
4.E.2.3	El proveedor resuelve las quejas de los clientes rápidamente.
4.E.2.3.1	El proveedor envía a los clientes una confirmación de recepción de sus quejas y una notificación cuando la queja ha sido resuelta.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

4.E.2.3.2	Si un proveedor recibe quejas a través de call centers o chat, monitorea el tiempo promedio de espera.
4.E.2.3.3	El proveedor resuelve al menos el 90% de las quejas en el plazo de un mes. Si la resolución demora más de un mes, el proveedor notifica al cliente el motivo de la demora.
4.E.2.4	El personal de manejo de quejas tiene acceso a datos relevantes del cliente, incluidos detalles de transacciones y notas de conversaciones de quejas anteriores.
4.E.3	El proveedor 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	CEO/Director General 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 el proveedor se asocia con terceros, el proveedor ayuda a sus clientes a resolver las quejas que tienen con esos terceros.
5	Dimensión 5: Gestión responsable de los recursos humanos
5.A	El proveedor crea un ambiente laboral seguro y equitativo.
5.A.1	Existen normas escritas de RRHH a disposición de todos los empleados que detallan y protegen sus derechos.
5.A.1.1	La política de recursos humanos del proveedor explica los derechos y responsabilidades de los empleados relacionados con lo siguiente:
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	El proveedor 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 del proveedor 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	El proveedor analiza los datos de los empleados por género y puesto de trabajo para verificar que hombres y mujeres estén igualmente representados en los diferentes niveles de la organización.
5.A.1.5	El proveedor opera de acuerdo con la legislación nacional sobre trabajo forzoso 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 forzoso, el proveedor cumple con la ley internacional.
5.A.2	La compensación de los empleados es equitativa y adecuada.
5.A.2.1	El proveedor paga salarios en base a tasas 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	El proveedor 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/ascenso salarial.
5.A.3	El proveedor tiene un sistema de gestión de salud y seguridad.
5.A.3.1	El proveedor evalúa los riesgos de seguridad y salud a los que se enfrentan sus empleados y audita sus medidas de seguridad existentes. Frecuencia mínima: anual
5.A.3.2	El proveedor 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	El proveedor toma las medidas necesarias para mitigar los peligros.
5.A.3.3.1	El proveedor ofrece equipos de salud y seguridad, capacitación y alojamiento físico adecuado.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

5.A.3.3.2	El proveedor 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	El proveedor compensa a los empleados que faltan al trabajo debido a lesiones relacionadas con el trabajo.
5.B	El sistema de gestión de los recursos humanos de la institución está diseñado para atraer y mantener una fuerza laboral calificada y motivada.
5.B.1	El proveedor brinda a cada empleado documentación completa sobre su empleo y capacitación para las competencias de su puesto.
5.B.1.1	El proveedor comunica a los empleados sus condiciones laborales individuales:
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 trabajo / alcance del trabajo
5.B.1.1.3	Proceso de evaluación del desempeño
5.B.1.2	Todos los empleados nuevos reciben una orientación y capacitación específica para el trabajo.
5.B.1.3	El proveedor pone a disposición oportunidades de desarrollo profesional a los empleados de todos los niveles .
5.B.1.4	Hombres y mujeres reciben las mismas oportunidades de capacitación y desarrollo de habilidades.
5.B.2	El proveedor brinda a los empleados oportunidades formales para comunicarse con la dirección.
5.B.2.1	El proveedor 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.
5.B.2.2	El proveedor cuenta con un mecanismo formal de quejas que permite a los empleados plantear inquietudes en el lugar de trabajo de manera confidencial.
5.B.2.3	El proveedor realiza encuesta a los empleados sobre la satisfacción en referencia a las condiciones de empleo. Frecuencia mínima: anual
5.C	El sistema de desarrollo de los recursos humanos apoya la estrategia social del proveedor.
5.C.1	Durante el proceso de reclutamiento y contratación, el proveedor evalúa el compromiso de cada candidato para lograr los objetivos sociales del proveedor y servir a sus clientes objetivo.
5.C.1.1	El proveedor evalúa el trabajo y la experiencia personal de cada candidato en relación con los clientes objetivo del proveedor.
5.C.1.2	El proveedor evalúa la motivación de cada candidato para lograr los objetivos sociales del proveedor.
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 del proveedor.
5.C.1.4	Todos los empleados firman un documento reconociendo que cumplirán con el Código de Conducta.
5.C.2	El proveedor capacita a todos los empleados sobre sus objetivos sociales y la protección al cliente.
5.C.2.1	El proveedor capacita a todos los empleados sobre sus objetivos sociales y cómo su trabajo contribuye a lograr estos objetivos, y los refuerza de manera continua.
5.C.2.2	El proveedor capacita a los empleados en protección al cliente, de acuerdo con sus roles y responsabilidades. La formación cubre como mínimo los siguientes temas:
5.C.2.2.1	Análisis de la capacidad de pago y el proceso de aprobación de crédito
5.C.2.2.2	Cómo evitar técnicas de venta agresivas, incluido cómo respetar el derecho de los clientes a rechazar productos
5.C.2.2.3	Cómo explicar precios, términos y condiciones a los clientes y cómo verificar la comprensión del cliente
5.C.2.2.4	Prácticas de cobro de deudas y procedimientos de recuperación de préstamos
5.C.2.2.5	Políticas de confidencialidad e intercambio de datos y riesgos de fraude, incluidos fraudes comunes, identificación e informes de fraudes/
5.C.2.2.6	Cómo funciona el mecanismo de quejas, cómo resuelve quejas contra proveedores externos y cómo tratar a los clientes con respeto durante el proceso
5.C.3	El proveedor evalúa e incentiva a los empleados sobre la base de criterios sociales y financieros.
5.C.3.1	Las evaluaciones de desempeño de los empleados y los incentivos incluyen la protección del cliente o criterios de desempeño social.
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.
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.
5.C.3.2	El proveedor revisa los esquemas de incentivos para detectar consecuencias negativas, tales como: fraude, maltrato al cliente, ventas agresivas, sobreendeudamiento o alta rotación de empleados.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

6	Dimensión 6: Crecimiento y rendimientos responsables
6.A	El proveedor gestiona el crecimiento de una manera que promueva sus objetivos sociales y mitigue los riesgos a los clientes.
6.A.1	El plan estratégico o de negocios establece objetivos de crecimiento responsables.
6.A.1.1	El proveedor ajusta los objetivos de crecimiento a la saturación del mercado.
6.A.1.2	El proveedor alinea los objetivos de crecimiento con la demanda, por segmento de clientes, según lo identificado en la investigación de mercado.
6.A.1.3	El proveedor asigna fondos y recursos humanos para reforzar las siguientes capacidades internas para 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
6.A.2	En épocas de alto crecimiento, el proveedor monitorea con más frecuencia los siguientes datos (frecuencia mínima es mensual):
6.A.2.1	El proveedor analiza las tasas de crecimiento por sucursal/región. Frecuencia mínima: anual
6.A.2.2	El proveedor 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 del proveedor
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 recursos humanos, incluidos clientes por oficial de campo, proporción del personal de auditoría interna con respecto al número total de empleados, horas de capacitación para nuevos empleados (por puesto) y rotación de empleados (por puesto)
6.A.2.3	Cuando el proveedor identifica un crecimiento que es perjudicial para los clientes, toma medidas de mitigación, 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.
6.B	El proveedor establece los precios de manera responsable.
6.B.1	El proveedor establece precios justos.
6.B.1.1	La tasa de interés tiene en cuenta los siguientes costos necesarios para otorgar crédito: costos de financiamiento, costos operativos, pérdidas crediticias y rendimientos del capital.
6.B.1.2	Tasa de Porcentaje Anual (APR) para todos los principales productos de crédito del proveedor (> 20% de la cartera total) está dentro del 15% de sus pares. Si está fuera del rango, el proveedor puede proporcionar una justificación válida.
6.B.1.3	El proveedor divulga la tasa de interés del préstamo en un saldo decreciente y de acuerdo con la fecha exacta de pago.
6.B.1.4	Los intereses del préstamo (incluidos los intereses moratorios) no se acumulan pasados los 180 días de mora, como máximo.
6.B.2	El proveedor establece comisiones razonables.
6.B.2.1	El proveedor no cobra a los clientes por la confirmación de transacciones y consultas de saldo.
6.B.2.2	Las multas por pago anticipado no incluyen los intereses que se habrían acumulado entre el momento del pago anticipado y el final del plazo del préstamo.
6.B.2.3	Los intereses atrasados y las multas no agravan la deuda; se calculan sobre la base del monto principal solamente.
6.B.2.4	Si el proveedor ofrece ahorros, cobra tarifas razonables en las cuentas de ahorros.
6.B.2.4.1	Las comisiones sobre las cuentas de depósito no son desproporcionadamente altas en relación con los saldos de depósitos pequeños.
6.B.2.4.2	La estructura de tarifas para las cuentas de depósito no permite poner a cero las cuentas por cobros repetitivos de tarifas.
6.B.3	El proveedor no transfiere costos innecesarios a los clientes.
6.B.3.1	El índice de gastos por pérdida de préstamos (castigos) se encuentra dentro del rango aceptado. Si está fuera del rango, el proveedor puede proporcionar una justificación válida.
6.B.3.2	El índice de gastos operativos (índice OER) se encuentra dentro del rango aceptado. Si está fuera del rango, el proveedor puede proporcionar una justificación válida.
6.B.3.3	El rendimiento de los activos (ROA) está dentro del rango aceptado. Si está fuera del rango, el proveedor puede proporcionar una justificación válida.
6.C	El proveedor utiliza las ganancias de manera responsable.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

6.C.1	El proveedor se relaciona con inversores de capital cuya estrategia de inversión está alineada con los objetivos sociales del proveedor.
6.C.1.1	El proveedor analiza sus objetivos sociales con posibles inversores de capital y les pregunta sobre el calendario previsto para las estrategias de inversión y salida para 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 del proveedor.
6.C.1.3	El acuerdo de accionistas 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/estrategia de salida
6.C.2	El proveedor utiliza sus ganancias para gastos que benefician a los clientes.
6.C.2.1	El uso de las utilidades del proveedor 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	El proveedor cuenta con una política que especifica cuándo se pueden pagar dividendos y en qué monto, en consonancia con sus objetivos sociales.
6.C.3	El proveedor tiene una estructura financiera y social transparente.
6.C.3.1	El proveedor divulga públicamente sus estados financieros anuales auditados.
6.C.3.2	El proveedor divulga los resultados de sus auditorías sociales y la medición de resultados a todas las partes interesadas, previa solicitud.
6.C.3.3	El proveedor divulga la compensación de la alta dirección a los donantes, evaluadores, inversores y otras partes interesadas, previa solicitud.
7	Dimensión 7: Gestión del Desempeño Ambiental
7.A	El proveedor tiene una estrategia ambiental y sistemas establecidos para implementar.
7.A.1	El proveedor tiene una estrategia para lograr sus objetivos ambientales.
7.A.1.1	El proveedor tiene una estrategia documentada que especifica su intención de lograr al menos uno de los siguientes objetivos ambientales: <ul style="list-style-type: none"> - Reducir los impactos adversos propios del proveedor 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, y suplir las demandas y necesidades que los clientes tienen de las mismas.
7.A.1.2	La estrategia define indicadores y metas para medir el progreso del proveedor hacia sus objetivos ambientales.
7.A.1.3	El proveedor opera según leyes y reglamentos nacionales e internacionales sobre protección ambiental.
7.A.2	El proveedor recopila, analiza e informa sobre los datos que son específicos para sus objetivos ambientales.
7.A.2.1	El proveedor 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 del proveedor 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	Resultados relacionados con los productos y servicios verdes tanto financieros como no financieros, incluyendo los cambios positivos y los negativos para los clientes, sus hogares y el ambiente
7.A.2.2	El proveedor informa sobre los datos de desempeño ambiental a nivel interno y externo. Frecuencia mínima: anualmente.
7.A.3	La estructura de gobernanza y gestión del proveedor asegura la implementación y la supervisión de la estrategia ambiental.
7.A.3.1	La junta y CEO/Director General 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 del proveedor 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	El proveedor define papeles 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 ejecución de la estrategia ambiental.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

7.A.3.2.2	El proveedor integra su estrategia ambiental en las descripciones de trabajo y los objetivos para todos los roles relevantes.
7.A.3.3	El proveedor capacita a los miembros de la Junta Directiva, Ceo/Director General y los empleados en sus respectivos roles y responsabilidades, y desarrolla la capacidad según sea necesario para implementar la estrategia ambiental.
7.B	El proveedor identifica y gestiona los riesgos y oportunidades ambientales.
7.B.1	El proveedor identifica y gestiona sus propios riesgos ambientales a nivel de sede y sucursal.
7.B.1.1	El proveedor evalúa la vulnerabilidad de sus propiedades, edificios y recursos humanos a los choques climáticos.
7.B.1.2	El proveedor cuenta con un plan de contingencia para mitigar la vulnerabilidad de sus propiedades, edificios y recursos humanos ante choques climáticos.
7.B.1.3	El proveedor identifica los impactos adversos de sus actividades internas en el ambiente.
7.B.1.4	El proveedor evita, minimiza y/o compensa los impactos negativos de sus actividades internas en el ambiente en relación con: <ul style="list-style-type: none"> - Consumo de energía - Consumo de agua - Consumo de papel - Transporte y consumo de combustible - Producción de residuos - Emisiones de gases de efecto invernadero
7.B.2	El proveedor identifica y gestiona los riesgos ambientales a nivel del cliente.
7.B.2.1	El proveedor identifica la vulnerabilidad de los clientes al cambio climático y a la degradación ambiental en relación con los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> - Cambio climático - Pérdida de la biodiversidad - Contaminación y otra degradación ambiental.
7.B.2.2	El proveedor identifica los impactos adversos de los clientes en el ambiente en relación con los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> - 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	El proveedor 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	El proveedor 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: <ul style="list-style-type: none"> - Realiza análisis adicionales de riesgos ambientales - Excluye o limita el financiamiento, teniendo en cuenta las posibles compensaciones con el desempeño social y financiero del proveedor - 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.
7.B.3	El proveedor identifica oportunidades para financiar prácticas y tecnologías verdes.
7.B.3.1	El proveedor identifica prácticas y tecnologías ecológicas que crean beneficios para los clientes en al menos una de las siguientes formas: <ul style="list-style-type: none"> - 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	El proveedor se asegura que las prácticas o tecnologías identificadas sean reconocidas como "verdes" por una clasificación ambiental y/o cumplan con criterios ambientales claros.

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental

(Febrero 2022)

7.B.3.3	<p>El proveedor realiza estudios de mercado para las prácticas y tecnologías verdes identificadas, con al menos uno de los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar la demanda de prácticas y tecnologías ecológicas y las necesidades financieras relacionadas de los clientes objetivo. - Identificar tecnología local o proveedores técnicos de prácticas y tecnologías verdes, y la calidad de sus prácticas y tecnologías. - Identificar los incentivos o desincentivos del mercado local y la regulación para las prácticas y tecnologías ecológicas.
7.C	El proveedor ofrece productos y servicios financieros y no financieros para lograr sus objetivos ambientales.
7.C.1	El proveedor ofrece productos y servicios financieros para lograr sus objetivos ambientales.
7.C.1.1	El proveedor ofrece al menos uno de los siguientes productos o servicios financieros para ayudar a los clientes a hacer frente a las crisis climáticas:
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	El proveedor 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	El proveedor 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 el proveedor.
7.C.1.3.5	Establecer alianzas con terceros que ofrezcan tecnología, capacitación o asistencia técnica potenciando la capacidad del proveedor para ofrecer prácticas y tecnologías verdes de alta calidad a sus clientes
7.C.2	El proveedor ofrece servicios no financieros para lograr sus objetivos ambientales.
7.C.2.1	<p>El proveedor 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Folletos, carteles, videos. - Charlas individuales - Eventos o actividades de sensibilización
7.C.2.2	<p>El proveedor 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	El proveedor establece alianzas con tercero 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.