



Make the Difference
We Prove It

Rating Social

Para proveedores de servicios financieros para PyMEs

METODOLOGÍA



Tabla de Contenidos

| | |
|--|----|
| i. MFR – Perfil y Experiencia de la Compañía..... | 3 |
| ii. Mapa del Producto y Sinergias..... | 4 |
| iii. Rating Social..... | 5 |
| iv. Servicios Adicionales..... | 8 |
| Encuestas a Clientes y Grupos Focales de Discusión..... | 8 |
| Cambio en los Clientes..... | 8 |
| Mapa de Mejora Social y/o Protección al Cliente..... | 9 |
| v. SPI - 4..... | 11 |
| vi. Implementación del Cronograma y Plan de Trabajo..... | 12 |
| Anexo 1: Mapa de compatibilidad de Estándares Universales de Gestión de Desempeño Social y Rating Social..... | 13 |

i. MFR – Perfil y Experiencia de la Compañía

MicroFinanza Rating (MFR) es una calificadoradora de riesgo internacional, especializada en finanzas responsables inclusivas. Establecida en el año 2000 como departamento especializado de Microfinanza Srl y luego MFR fue constituida como una sociedad de responsabilidad limitada en 2006.

Nuestra misión es brindar a la industria de finanzas responsables inclusivas, servicios de calificación y de información independiente y de alta calidad, con el fin de aumentar la transparencia, facilitar las inversiones y promover las mejores prácticas en todo el mundo.

Con oficina matriz en Italia, MFR opera con una **red de 5 oficinas regionales** (Ecuador, México, Kenia, Kirguistán y Filipinas) y 2 oficinas nacionales (Bolivia y Perú) a través de los 4 continentes, ofreciendo **la más grande cobertura geográfica mundial** entre las agencias especializadas de calificación.

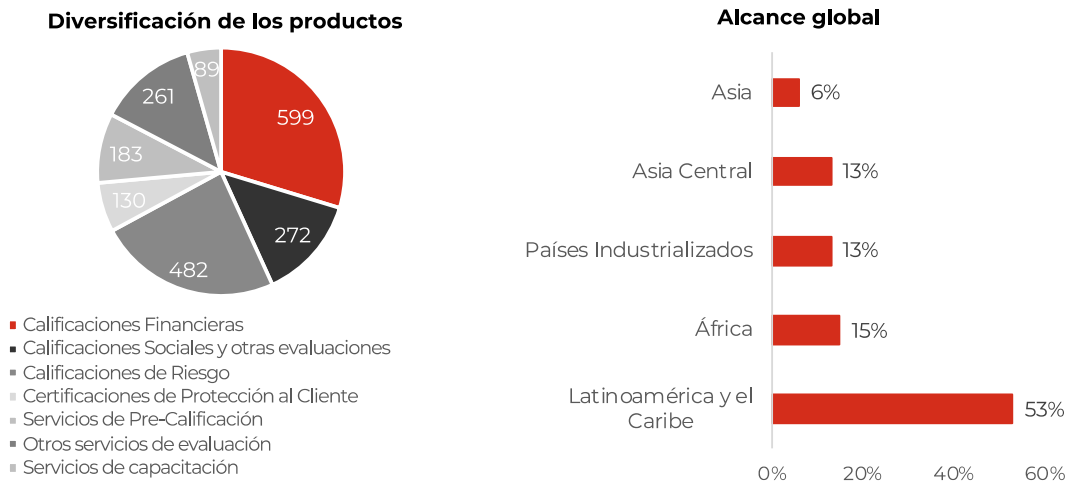
MFR cuenta con una credibilidad demostrada. MFR fue la **primera agencia de calificación especializada**, autorizada para llevar a cabo calificaciones de riesgo de crédito por autoridades nacionales de regulación (2007, en Ecuador) y actualmente es **la única autorizada en dos países** (desde 2014, también en Bolivia) Con el pasar del tiempo, MFR ha sido reconocida por varios fondos de calificación (*RF I*), iniciativas globales (*Rating Initiative*), entre otros fondos regionales (ej. *Rating Fund II en Latinoamérica, APP en Marruecos*), y por iniciativas (ej. *European Jasmine Initiative, EASI*).

| MFR ha sido autorizada por | Servicios |
|---|---|
| Banco Central/ Regulador de Ecuador (SB & SEPS) | Calificaciones de riesgo de proveedores de servicios financieros regulados (PSFs). |
| Banco Central/ Regulador de Bolivia (ASFI) | Calificaciones de riesgo, ratings sociales y calificaciones de emisiones de PSFs especializados en microfinanzas. |
| MFR está registrada con | Como |
| Banco Central/ Regulador de Filipinas | Microfinance Institutions Rating Agency (MIRA) |
| MFR ha sido acreditada por | Servicios |
| Smart Campaign | Certificaciones de Protección al Cliente de PSFs |
| GSMA | Certificación de Dinero Móvil |
| Truelift | Evaluaciones Truelift de PSFs |
| IPA | Certificaciones PPI de cualquier institución utilizando el PPI* |
| Cerise | Auditorías SPI4 y SPI4 Alinus |

*servicio actualmente suspendido

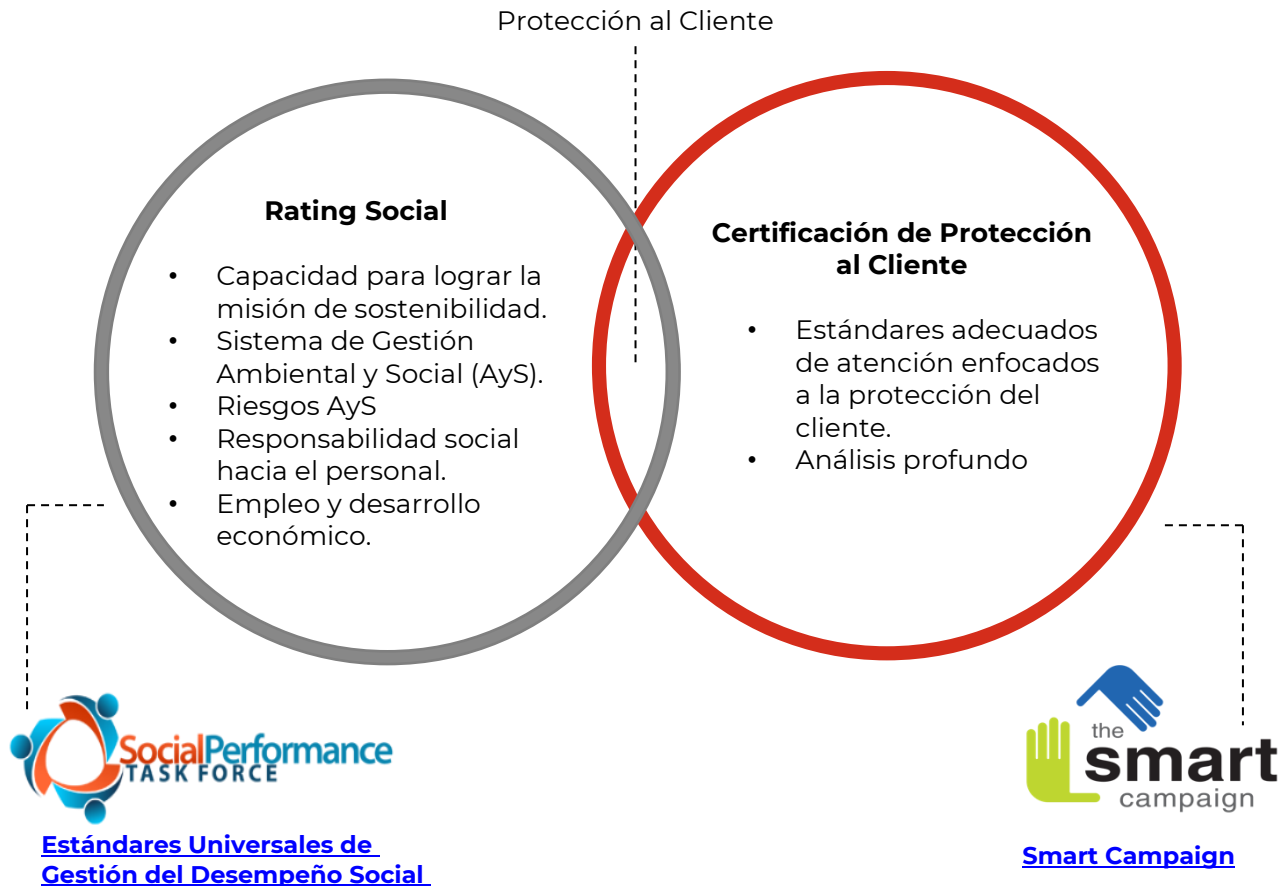
Su credibilidad y experiencia técnica están demostradas por las **relaciones y asociaciones** establecidas con algunos de los principales inversionistas sociales privados y administradores de fondos. (ej. responsAbility, OikoCredit, Blue Orchard, Incofin, Triple Jump, Symbiotics, Triodos etc.), con IFDs (ej. KfW, EBRD, EIB, IFC/WB, IFAD, FMO, IADB, UNDP/UNCDF, USAid, OPIC, AfD, CDC Group, etc.), y con fondos de cobertura especializados (ej. TCX, MFX).

A diciembre de 2017, MFR ha realizado más de **2,000 misiones de evaluación en 106 países a nivel global**.



ii. Mapa del Producto y Sinergias

A continuación se muestra una ilustración de las principales diferencias y similitudes entre el Rating Social (implementado según la metodología patentada de MFR) y la Certificación de Protección del Cliente. Para obtener una descripción completa de todos los servicios prestados, consulte el [Mapa del Producto](#).



VALIDACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES CON EL RATING SOCIAL

Los Estándares del SPTF están completamente incluidos en la Clasificación Social ([ver mapa](#)); Además de los *sistemas* de gestión de desempeño sostenible de los Estándares, Social Rating cubre los *resultados* de desempeño sostenible: empleo, desarrollo económico y calidad de los servicios. La calificación social proporciona automáticamente una validación externa de la implementación de los Estándares por parte de lo PSF:

- [Tabla resumen de validación de la implementación de los Estándares](#) en el anexo 1 del Rating Social;
- [Análisis detallado de la implementación de los Estándares](#) en el informe de Rating Social.

SINERGIAS ENTRE LA CERTIFICACIÓN DE PROTECCIÓN AL CLIENTE Y EL RATING SOCIAL

- [Certificación y Rating Social se pueden combinar](#): una visita solamente, ahorrando tiempo y recursos para el PSF— el costo de una certificación combinada con un Rating Social es significativamente menor que el costo de una sola Certificación [Client Protection Certification and a stand-alone Social Rating](#).
- [Rating Social brinda una opinión sobre el trabajo necesario para lograr la certificación](#): el Rating Social ayuda a los PSFs a planificar y prepararse para una futura certificación, destacando las principales brechas de protección al cliente que se deben abordar y estimando los esfuerzos necesarios para alcanzar el nivel de certificación (anexo 1 de Rating Social).

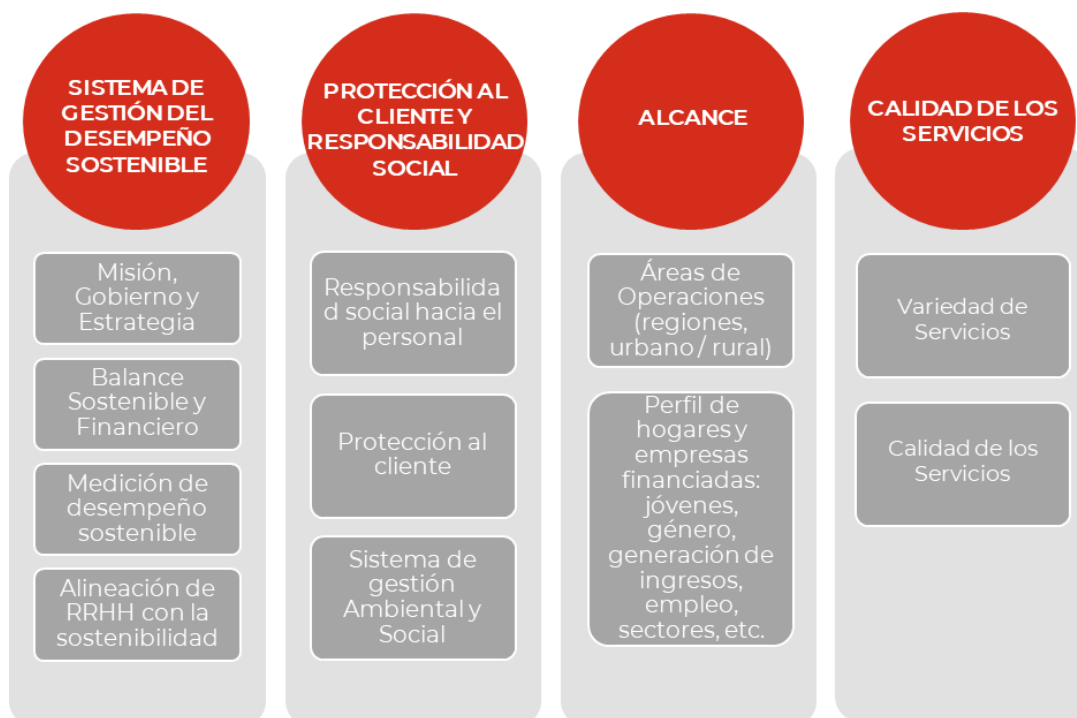
iii. Rating Social

El Rating Social proporciona una opinión sobre la capacidad de un Proveedor de Servicios Financieros (PSF) para poner en práctica su misión y lograr objetivos sostenibles mediante una evaluación independiente del desempeño sostenible del PSF.

Nuestra metodología de calificación

- Está **totalmente alineada con los estándares sostenibles internacionales**, de acuerdo a lo definido por las iniciativas globales, incluyendo *Social Performance Task Force* y *Smart Campaign*, de los cuales MFR es un miembro activo.
- Cuenta con un **informe completo**, con explicaciones personalizadas sobre los hallazgos del rating social para asegurar una comprensión total de las fortalezas y desafíos de la institución acerca de su desempeño social sostenible, y apoyar la calificación final.
- Proporciona una validación externa de la aplicación de los **Estándares Universales de la Gestión del Desempeño Social** (Estándares) así como un indicador de los esfuerzos requeridos para alcanzar la certificación de protección al cliente de Smart (CPC), ayudando a los PSFs a mejorar el sistema de gestión del desempeño social sostenible y prepararse para la CPC.
- **Mide los resultados sostenibles** en términos de desarrollo económico y calidad de servicios, ej. análisis de los datos disponibles a nivel institucional (Rating Social). Existe la posibilidad de profundizar el análisis con una encuesta y grupos focales de discusión (GFD) administrados a una muestra representativa de clientes.
- Puede ser fácilmente combinado con **servicios adicionales** como
 - i) **Encuesta adicional a clientes y grupos focales** para medir la contribución del desarrollo económico y la calidad de servicio a nivel de cliente.
 - ii) **Medición de cambio en los clientes** para obtener indicadores de cambio en las condiciones de vida de las familias y empresas financiadas desde el SIG, expedientes de crédito y encuestas a clientes.
 - iii) Desarrollo del **Mapa social** basándose en los hallazgos del rating social para guiar a los PSFs en el mejoramiento del sistema de gestión de desempeño social;
 - iv) **SPI4**.

La siguiente tabla muestra el marco del Rating Social, incluidas las áreas y subáreas de análisis. Más detalles sobre los indicadores de calificación por sub-área se proporcionan en la siguiente tabla.



La siguiente tabla proporciona más detalles sobre la metodología de Rating Social al mostrar los indicadores de cada sub-área y su peso relativo. Las subáreas indicadas con el símbolo ★ están alineados con los [Estándares Universales de la Gestión del Desempeño Social](#) de SPTF y aquellos con el símbolo ● con los indicadores de la [Certificación de Protección al Cliente de Smart Campaign](#).

| | | |
|--|--|------------|
| Sistema de Gestión de Desempeño Sostenible | | 28% |
| <ul style="list-style-type: none"> • Misión, Gobierno y Estrategia ★ • Equilibrio Sostenible y Financiero ★ • Medición del Rendimiento Sostenible ★ • Alineación de RRHH con la sostenibilidad ★ | <p>El sistema de gestión de desempeño sostenible del PSF se evalúa considerando todos los actores y funciones que contribuyen a su implementación dentro de la organización. La estrategia de sostenibilidad se evalúa en términos de alineación de los productos con los objetivos sostenibles y en términos de las prácticas de gestión de riesgos ambientales y sociales de la alta gerencia.</p> <p>Los mecanismos de gobernabilidad se revisan para evaluar la orientación y supervisión en aspectos de gestión de riesgos ambientales y sociales. El balance entre los resultados sostenibles y financieros se revisa en términos de crecimiento, estructura de financiamiento y transparencia de la remuneración de la administración. La revisión del sistema de medición del desempeño sostenible incluye la capacidad de medir e informar datos de sostenibilidad, incluido el perfil de los hogares y las empresas financiadas, así como su progreso en el tiempo.</p> <p>La alineación de RH con la sostenibilidad se evalúa en función de la capacidad del personal para implementar el Sistema de Gestión del Desempeño Ambiental y Social (SGAS), que incluye capacitación, roles y responsabilidades, supervisión y auditoría.</p> | |
| Protección al Cliente y Responsabilidad Social | | 27% |
| <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad Social hacia el Personal ★ • Protección al Cliente ● • Sistema de Gestión Ambiental y Social (SGAS) ★ | <p>La responsabilidad social de la institución hacia el personal se evalúa en términos de clima laboral y rotación de personal, políticas de HHRR y seguridad ocupacional, evaluación y desarrollo.</p> <p>La protección del cliente se evalúa en función de la adhesión de la institución a los Principios de Protección del Cliente, según lo define Smart Campaign, para determinar cómo el proceso y la práctica implementados mitigan el riesgo de un impacto negativo en el cliente.</p> <p>La revisión del SGAS incluye: la política ambiental y social (AyS), la clasificación de la cartera según las categorías de riesgo de AyS, la evaluación de AyS proporcional a las categorías de riesgo de AyS, la mitigación de los riesgos de AyS, los sistemas de monitoreo y reporte.</p> | |
| Alcance | | 25% |
| <ul style="list-style-type: none"> • Área de Operación • Perfil de hogares y empresas financiadas | <p>El alcance del PSF se evalúa en función de los objetivos de sostenibilidad definidos en su misión. La revisión incluye la cobertura geográfica, el perfil demográfico de los clientes (jóvenes, género, etc.), la contribución al desarrollo económico de las actividades financiadas (empleo, generación de ingresos, sectores, características del negocio) y el alcance a los excluidos de la financiación formal. servicios. La amplitud del alcance se evalúa en comparación con sus pares en el país y la región.</p> <p>El análisis o el alcance y el cambio en la vida de los clientes pueden enriquecerse aún más a pedido con una encuesta a clientes o con una medición de resultados en los clientes personalizada.</p> | |
| Calidad del Servicio | | 20% |
| <ul style="list-style-type: none"> • Variedad de Servicios • Calidad del Servicio ★ | <p>La variedad, accesibilidad y flexibilidad de los servicios financieros proporciona una opinión sobre la capacidad de los servicios para responder a las necesidades de los diferentes segmentos de clientes seleccionados en la misión del PSF. La calidad y relevancia de los servicios no financieros se evalúa, si corresponde.</p> | |

La calificación del Rating Social se basa en la escala que se ilustra a continuación:

| Nota | Definición |
|-----------------|--|
| ^S AA | Excelentes sistemas de gestión de desempeño sostenible y protección del cliente. Alta probabilidad de lograr los objetivos de sostenibilidad. |
| ^S A | Buenos sistemas de gestión de desempeño sostenible y protección al cliente. Probable logro de los objetivos de sostenibilidad. |
| ^S BB | Sistemas de gestión de desempeño sostenible y protección al cliente adecuados. Alineación satisfactoria con los objetivos de sostenibilidad. |
| ^S B | Sistemas de gestión de desempeño sostenible y protección al cliente moderados. Alineación parcial con los objetivos de sostenibilidad. |
| ^S C | Sistemas de gestión de desempeño sostenible y protección al cliente débiles. Riesgo ambiental y social medio. |
| ^S D | Sistemas de gestión de desempeño sostenible y protección al cliente muy débiles. Riesgos ambientales y sociales. |

Los modificadores "+" y "-" que se pueden añadir a la calificación indican pequeñas diferencias relativas dentro de la misma categoría de calificación.

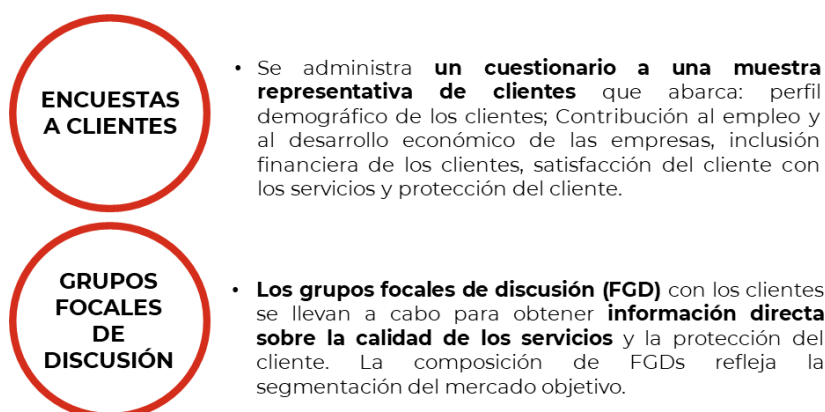
iv. Servicios Adicionales

Encuestas a Clientes y Grupos Focales de Discusión

La encuesta de clientes y el servicio de grupos focales de discusión se pueden agregar como un módulo opcional del Rating Social, adaptado a las necesidades específicas del proveedor de servicios financieros.

La medición de los perfiles de los hogares y las empresas financiadas, así como la calidad de los servicios a nivel del cliente a través de una encuesta a los clientes y grupos focales de discusión.

La recopilación directa de información confiable en el campo complementa los datos ya disponibles del PSF y permite un análisis en profundidad de los resultados de sostenibilidad.

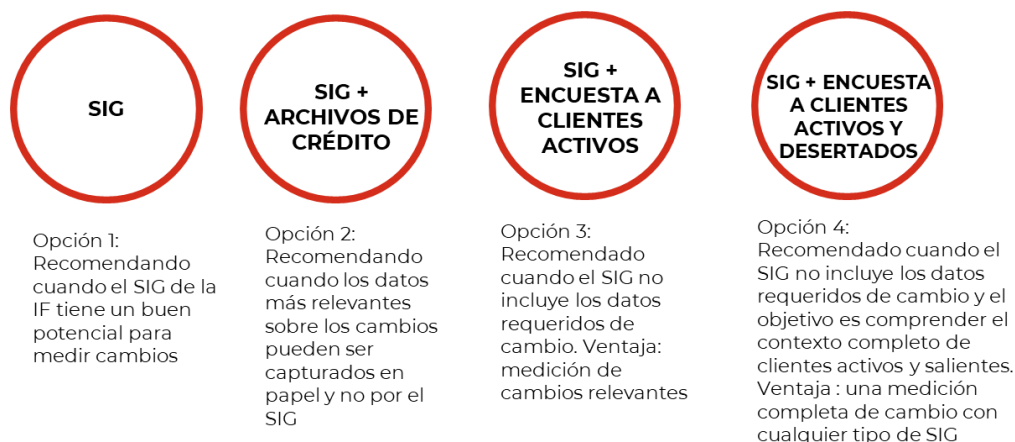


La encuesta de clientes y el servicio de grupos focales de discusión proporcionan al PSF insumos para mejorar su gestión y medición de rendimiento sostenible. Contribuye a la difusión en el PSF de técnicas sólidas para medir el perfil socioeconómico de los hogares y negocios financiados, la protección y satisfacción del cliente y puede crear datos de referencia para mediciones posteriores de los hogares y negocios que progresan a lo largo del tiempo.

Cambio en los Clientes

El servicio de medición de Cambios en los Clientes se puede agregar como un módulo opcional del Rating Social, adaptado a las necesidades específicas del proveedor de servicios financieros (ej. inclusión de recomendaciones sobre cómo mejorar el sistema interno de medición de resultados de sostenibilidad).

Medir el cambio en la vida de los clientes con respecto al empleo, los ingresos, los activos, el acceso a los servicios financieros, el bienestar, las habilidades de afrontamiento y otras áreas relevantes para la misión. La medida se basa en el potencial sin explotar de los datos ya recopilados por el PSF o recopilados a través de una encuesta ad-hoc de clientes. Los indicadores utilizados se desarrollan para acercarse lo más posible a los [indicadores universales de resultados](#) de la SPTF.



El análisis de los Cambios en el Cliente puede utilizar exclusivamente los datos ya recopilados por el PSF (opciones 1 y 2), o complementarlos con una encuesta de clientes (opciones 3 y 4), como se describe en la figura anterior.

Mapa de Mejora Social y/o Protección al Cliente

Sobre la base de los resultados de la calificación social y la identificación de las áreas prioritarias de mejora, la Hoja de ruta social proporciona a los proveedores de servicios financieros comentarios de orientación sobre cómo mejorar la gestión del desempeño social y el sistema y los resultados de protección al cliente.

El mapa de mejora social puede ser combinado con el Rating Social.

Las instituciones pueden elegir entre **tres tipos de mapa de mejora social o de protección al cliente**:

- El **Taller** se centra en las brechas clave identificadas en el análisis de Calificación Social y proporciona ejemplos de buenas prácticas y soluciones para mejorar en esas áreas (por ejemplo, definir objetivos e indicadores para medir el perfil del cliente y el cambio en la vida de los clientes, de acuerdo con la misión). El taller es una sesión interactiva y práctica que se realiza al final de la visita de Calificación social con el personal identificado por el proveedor de servicios financieros. Las mejoras que el proveedor de servicios financieros puede lograr con base en el taller se reflejarán en las Calificaciones Sociales futuras (a diferencia de la Calificación Social actual, basada en la evidencia observada durante la visita in situ).



- La **Guía de Acción** proporciona **indicaciones breves** de las áreas prioritarias de mejoramiento.



- El **Plan de Acción** brinda **recomendaciones personalizadas**: una sesión informativa prolongada al final de la visita in situ para revisar en profundidad los principales vacíos y las mejores prácticas; una elaboración participativa del plan; interacción con la institución para identificar de manera participativa las áreas prioritarias a mejorar y las acciones a implementar para lograr las soluciones preferidas.



v. SPI - 4

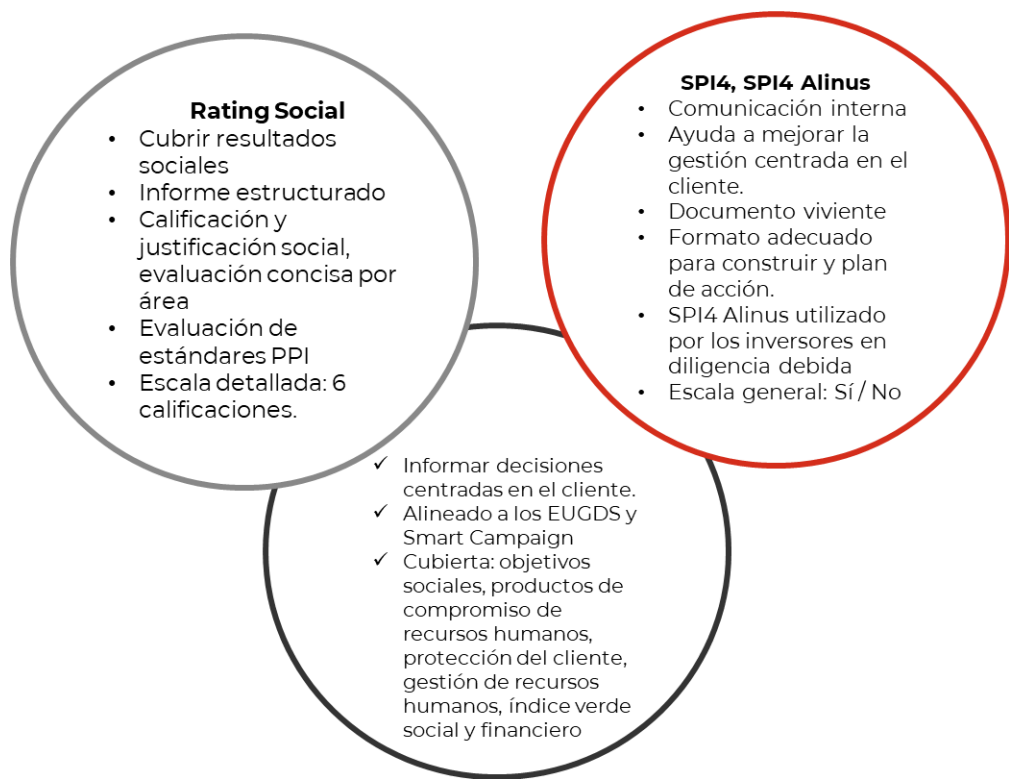
MFR ofrece la posibilidad de realizar la auditoría [SPI4](#) y [SPI4 ALINUS](#) en combinación con el Rating Social.

El **SPI4** es una herramienta de evaluación del desempeño social de Excel para el proveedor de servicios financieros (PSF). El SPI4 ayuda a los proveedores de servicios financieros a evaluar su nivel de implementación de los Estándares universales para la gestión del desempeño social, incluidos los Principios de protección del cliente de Smart Campaign

SPI4 ALINUS es un sub-grupo de 80 indicadores SPI4 seleccionados por ALINUS (Aligning Investors due diligence to the Universal Standards), un grupo de inversionistas comprometidos con utilizar los Estándares Universales / SPI4 en sus inversiones.

MFR ha sido calificado por [CERISE](#) en febrero de 2016, luego de haber completado exitosamente el proceso de calificación. Un SPI4 o SPI4 ALINUS realizado por una agencia de calificación especializada ofrece el más alto nivel de calidad entre los diferentes tipos de evaluaciones SPI4.

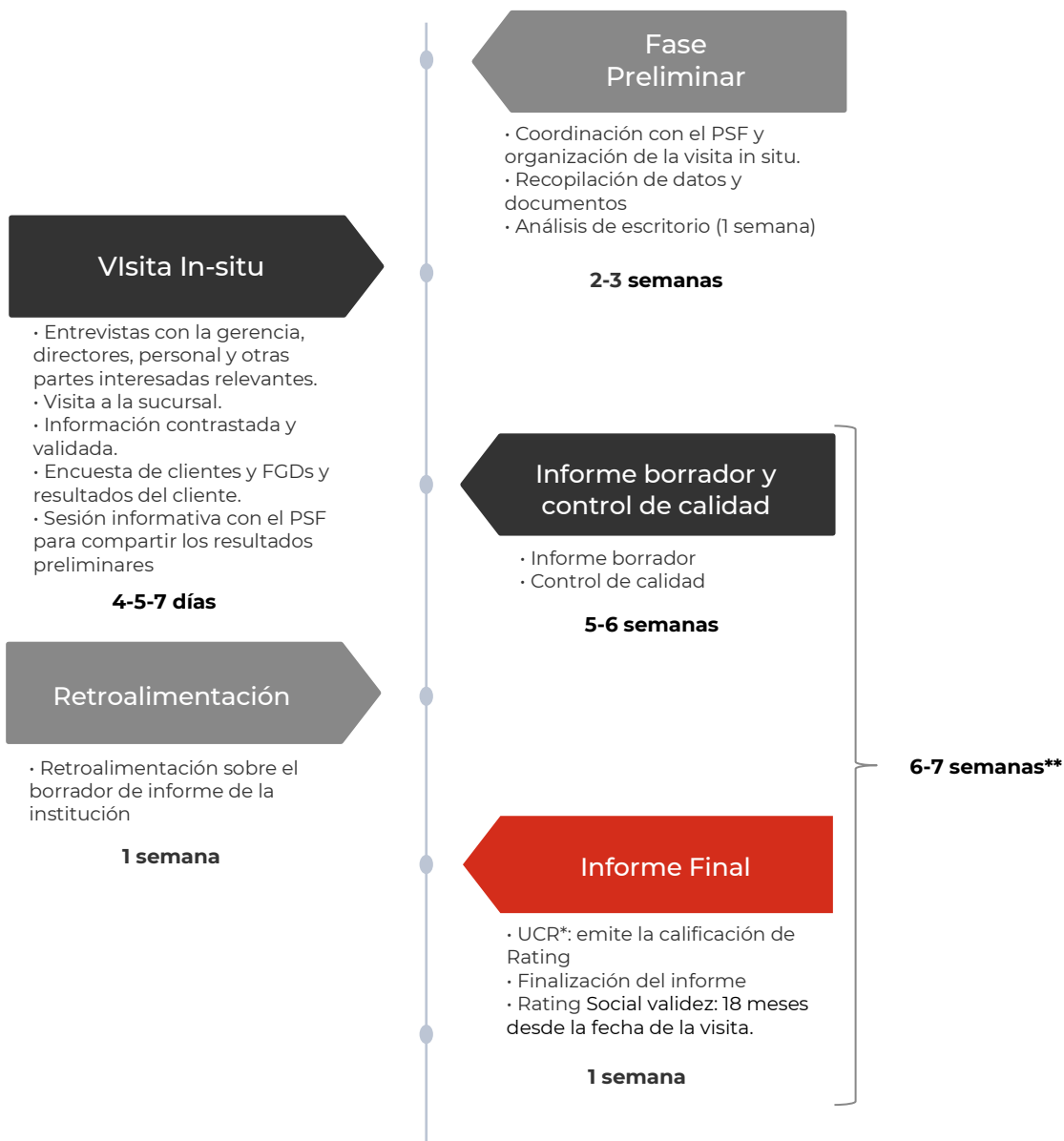
Los analistas de MFR que realizan la auditoría SPI4 son incluidos por CERISE en la [lista de auditores calificados para SPI4](#). MFR se compromete a utilizar la herramienta SPI4 actualizada y los más altos estándares de calidad, en el marco del acuerdo con CERISE.



Beneficios de la combinación del SPI4 con el Rating Social:

| ALTA CALIDAD | TIEMPO GANADO | PRECIO COMPETITIVO |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • SPI4 validado en el más alto nivel de calidad disponible; • Profundo conocimiento de los PSFs gracias al análisis del Rating Social y, si aplica, de la Certificación de Protección al Cliente o del Rating Financiero; • Análisis de todos los EUGDS, con comentarios detallados para corroborar los puntajes asignados. | <ul style="list-style-type: none"> • La institución financiera necesita menos tiempo para obtener una auditoría SPI4 de alta calidad que se utiliza para mejorar internamente y reportar a los inversionistas (SPI4 ALINUS); • El inversionista necesita menos tiempo para validar el SPI4 llenado por las instituciones financieras; un SPI4 ALINUS de alta calidad validado por una calificadora independiente ya está disponible. | <ul style="list-style-type: none"> • Costo marginal bajo para el SPI4 adicional. |

vi. Implementación del Cronograma y Plan de Trabajo



*La revisión del informe final de MFR, así como la emisión de la calificación final y la perspectiva, son asignados por la **Unidad de Comité de Rating Social** (SRCU). Cuatro miembros senior (de los cuales dos son altos directivos de MFR) constituyen la UCR y tienen a su cargo la supervisión del proceso de rating, asegurando altos estándares de calidad en los entregables.

**No incluye la retroalimentación del PSF.

Anexo 1: Mapa de compatibilidad de Estándares Universales de Gestión de Desempeño Social y Rating Social

La implementación de los [EUGDS](#) del PSF pueden ser demostrados con el rating social, a través de las áreas específicas del rating social indicadas en el siguiente mapa.

| Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social | analizados en | Secciones de Rating Social* |
|---|---------------|--|
| 1 Definir y Monitorear Metas Sociales | → | 1 Sistema de Gestión del Desempeño Sostenible |
| 1a La institución cuenta con una estrategia para alcanzar sus metas sociales | → | 1.1 Misión, gobernabilidad y estrategia |
| 1b La IMF recopila, reporta, y garantiza la precisión de los datos sociales de los clientes | → | 1.3 Medición del desempeño sostenible |
| 2 Asegurar el Compromiso social de la Junta Directiva, Gerencia y Empleados | → | 1 Sistema de Gestión del Desempeño Sostenible |
| 2a Los miembros de la Junta Directiva están comprometidos con la misión | → | 1.1 Misión, gobernabilidad y estrategia |
| 2b La Junta Directiva hace rendir cuentas a la IMF sobre su misión | → | 1.1 Misión, gobernabilidad y estrategia |
| 2c Los altos directivos establecen y supervisan la estrategia social | → | 1.1 Misión, gobernabilidad y estrategia; 1.3 Medición del desempeño sostenible |
| 3 Diseñar Productos y Canales que respondan a las Necesidades de los Clientes | → | 2.2 Protección al cliente |
| 3a La IMF entiende las necesidades y preferencias de diferentes tipos de clientes | → | 2.2 Protección al cliente |
| 3b Los productos y canales están diseñados para beneficiar a los clientes | → | 2.2 Protección al cliente |
| 4 Tratar a los Clientes Responsablemente | → | 2.2 Protección al cliente |
| 4a La IMF evita el sobre-endeudamiento de los clientes | → | 2.2 Protección al cliente |
| 4b La IMF transmite información clara, suficiente y oportuna a los clientes | → | 2.2 Protección al cliente |
| 4c. La IMF trata a sus clientes de manera justa y respetuosa | → | 2.2 Protección al cliente |
| 4d La institución respeta la privacidad de los datos de clientes | → | 2.2 Protección al cliente |
| 4e La IMF tiene mecanismos oportunos y receptivos para solucionar quejas | → | 2.2 Protección al cliente |
| 5 Tratar a los Empleados Responsablemente | → | 2.1 Responsabilidad Social hacia el personal |
| 5a La IMF protege los empleados y crea un ambiente laboral de apoyo | → | 2.1 Responsabilidad Social hacia el personal |
| 5b Las condiciones laborales son transparentes, se proporciona capacitación | → | 2.1 Responsabilidad Social hacia el personal |
| 5c La institución monitorea la satisfacción y la rotación del personal | → | 2.1 Responsabilidad Social hacia el personal |
| 6 Equilibrar el Desempeño Social y Financiero | → | 1.2 Equilibrio sostenible y financiero |
| 6a Crecimiento sostenible para las condiciones del mercado, con servicio de calidad | → | 1.2 Equilibrio sostenible y financiero |
| 6b La estructura financiera es apropiada para una IMF con misión social | → | 1.2 Equilibrio sostenible y financiero |
| 6c La búsqueda de utilidades no afecta la sostenibilidad o el bienestar de los clientes | → | 1.2 Equilibrio sostenible y financiero |
| 6d La remuneración de los altos directivos es apropiada a una IMF con misión social | → | 1.2 Equilibrio sostenible y financiero |
| 7 Microfinanzas verdes | → | 2.3 Sistema de Gestión Ambiental y Social |
| 7a La institución aborda los temas medioambientales a través de una estrategia formal. | → | 2.3 Sistema de Gestión Ambiental y Social |
| 7b La institución gestiona sus riesgos ambientales internos. | → | 2.3 Sistema de Gestión Ambiental y Social |
| 7c La institución gestiona sus riesgos ambientales externos. | → | 2.3 Sistema de Gestión Ambiental y Social |
| 7d La institución promueve oportunidades verdes. | → | 2.3 Sistema de Gestión Ambiental y Social |

*Para mayores detalles, favor consultar la sección Áreas de análisis, o contactar a Lucia Spaggiari, Directora de Desarrollo de Negocios: l.spaggiari@mfrating.com



Make the Difference
We Prove It



MFR Matriz

Via R. Rigola 7, 20159
Milán, Italia

Tel. +39 02 3656 5019
info@mf-rating.com
www.mf-rating.com