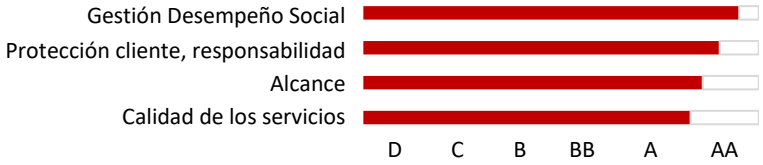
Fundación Paraguaya, Paraguay

RATING SOCIAL ^{s} AA

Excelentes sistemas de gestión de desempeño social y protección del cliente. Alta probabilidad de lograr la misión social.



Comité Rating Social may.-23 RS anterior: AA-, Noviembre 2020, MFR

Copyright © 2023 MFR Srl (MFR). Prohibida la reproducción sin permiso de MFR.

FUNDAMENTO DEL RATING SOCIAL

SISTEMA DE GESTIÓN DE DESEMPEÑO SOCIAL

Alto nivel de compromiso por parte del CdA y el equipo gerencial con los objetivos sociales. Limitado riesgo de desvío de misión, actualmente supervisión gradual por parte del Banco Central de Paraguay a través de marco de regulación a casas de crédito. Estrategia de productos y servicios muy bien alineados con la misión social: programas de Microfinanzas, Semáforo de la Pobreza, Educación Emprendedora y Escuelas Agrícolas. Excelente capacidad de monitoreo de los objetivos sociales.

PROTECCIÓN DEL CLIENTE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Buenos sistemas de protección al cliente y de responsabilidad social, incluyendo implementación de programas no financieros a nivel del cliente interno. Eficaces políticas de prevención del sobreendeudamiento. Moderado índice de transparencia en la tasa de interés ante inclusión de servicios no financieros y componentes adicionales del crédito. Salarios alineados al sector de microfinanzas en Paraguay; sistema de inducción y capacitación contribuye muy efectivamente a la diseminación de la misión al personal.

ALCANCE

Buena cobertura geográfica a nivel nacional. Adecuada amplitud de alcance a nivel de prestatarios comparado con el promedio nacional, mostrando una recuperación en el crecimiento de los clientes. Muy buena alineación de las actividades financiadas con la misión institucional. Buen alcance hacia la población vulnerable, incluyendo enfoque de atención rural, mujeres y personas en situación de pobreza.

CALIDAD DE LOS SERVICIOS

Amplia variedad de servicios financieros, alineada a las necesidades del cliente meta. Por su forma legal, no ofrece productos de ahorro aunque se incentiva como complemento a los servicios ofrecidos. Buena accesibilidad de productos, con diversos canales de entrega y amplia cobertura. Amplia variedad y alcance de servicios no financieros a clientes y no clientes de la institución.

Datos institucionales	dic.-22
Prestatarios activos	79.945
Ahorristas activos	-
Cartera bruta, USD	20.891.212
Ahorro total, USD	-
Sucursales	25
Personal total	436

Forma legal		ONG	
Inicio	1985	Red	Acción Internacional
Área		Urbano-rural	
Metod. de crédito		Individual, Banco Comunal	
Serv. financieros		Crédito, seguro	
Serv. no financieros		Educación financiera, Semáforo	
Cobertura		15/17 departamentos	

Indicadores sociales	dic.-22
Cobertura rural, clientes	45,4%
Clientas mujeres	91,5%
Clientes sin educación primaria	36,0%
Clientes bajo el umbral de pobreza del país	38,0%
Préstamo otorgado promedio, USD	319
Clientes sin acceso previo al crédito formal	19,0%
Cartera productiva para microempresas	100,0%
Saldo promedio de préstamo / INB pc	4,6%
Metodología Bancos Comunales, clientes	75,5%
Tasa de deserción de clientes	26,5%
CeR30	2,3%
Tasa de rotación del personal	31,1%
Tasa de interés anual promedio (TIA)	53,2%
Índice de transparencia promedio	45,1
Prestatarios exclusivos	47,0%

Para mayor detalle, referirse a anexos 2 y 4.

MFR Latinoamérica
Rumipamba E2-194 y República; Edf. Signature.
Quito- Ecuador
Tel: +59323518299
info@mf-rating.com
www.mf-rating.com

Fundación Paraguaya
Manuel Blinder 5589 c/Tte. Espinoza
Asunción - Paraguay
Tel: +595 21 609 277
rgimenez@fundacionparaguaya.org.py
www.fundacionparaguaya.org.py

Área	Factor	Evaluación	Resultados
Sistema de Gestión del Desempeño Social	Misión social	Excelente	+ La misión es completa e incluye los objetivos sociales de alcance, calidad y cambio. El Plan Estratégico incluye la definición de términos clave. + La misión, complementada por la visión, refleja completamente las intenciones de la institución.
	Gobernabilidad social	Excelente	+ El CdA proporciona eficaces directrices para guiar al equipo gerencial en la definición de estrategias y muestra un alto nivel de supervisión y dirección al equipo gerencial. + Fuerte compromiso del CdA hacia el cumplimiento de la misión, apoyado en la participación de distintos comités. Limitado riesgo de desvío de misión respecto a la supervisión gradual prevista por el Banco Central de Paraguay (bajo marco de regulación a casas de crédito).
	Estrategia social	Excelente	+ Se incluyen objetivos sociales y metas claras en relación al cumplimiento de los objetivos sociales en el Plan Estratégico y en los planes operativos. + La estrategia de productos está muy bien alineada con la misión, resaltando además la oferta de los demás programas (semáforo, educación emprendedora y escuelas agrícolas). + El CdA revisa periódicamente información relacionada a los riesgos sociales, abarcando información de cada uno de los programas, y a través de la matriz de riesgos institucional.
	Equilibrio social y financiero	Excelente	+ Crecimiento de cartera y prestatarios muestra signos de recuperación, posterior al impacto por pandemia en 2020. + El ROA promedio de los últimos tres años (antes de donaciones) registra 2,2% , indicando una rentabilidad responsable con sus clientes. + Ver protección al cliente para precios responsables. + Remuneración de la alta Gerencia es transparente, aunque brecha de remuneración respecto a personal de campo ligeramente por encima en comparación de grupos pares.
	Monitoreo social e informes	Excelente	+ Buena capacidad de monitorear las características del cliente meta y objetivo social de cambio a través del Semáforo de Eliminación de Pobreza. + Fundación Paraguaya cuenta con buenos reportes de gestión de desempeño social.
	Alineación de RRHH con la misión	Excelente	+ La capacitación contribuye muy efectivamente a la diseminación de la misión al personal. + La evaluación de desempeño y el sistema de incentivos incluyen parámetros relacionados al cumplimiento de objetivos sociales.

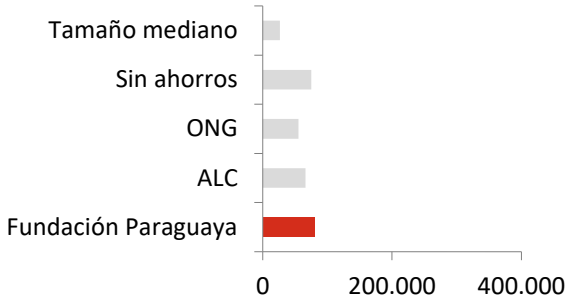
Área	Factor	Evaluación	Resultados
Protección al cliente y responsabilidad social	Diseño y otorgamiento de los productos	Excelente	+ Monitoreo sistemático y periódico respecto al uso de los productos como de satisfacción al cliente, aunque por incluir mayor detalle respecto a características específicas del crédito.
	Prevención del sobre endeudamiento	Excelente	+ Riesgo de contexto de sobreendeudamiento medio. Buen análisis de la capacidad de pago. Uso sistemático del buró de crédito. Sistema de incentivos variable no promueve el sobreendeudamiento de los clientes.
	Transparencia	Excelente	+ Los clientes reciben información detallada sobre las condiciones del crédito, seguro y Club de Clientes previo a la firma del contrato. El índice de transparencia es bajo (ver sección 2.2 para mayores detalles).
	Precios responsables	Adecuado	+ La TAE promedio para Comité de Mujeres y Microempresas alcanza 60,3% y 42,8% respectivamente, justificado por el limitado monto promedio y los servicios no financieros ofrecidos.
	Trato justo y respetuoso	Excelente	+ Buenas políticas de recuperación de cartera. Buen sistema de control interno para medir las prácticas apropiadas de cobranza con los clientes.
	Privacidad de los datos de los clientes	Excelente	+ Proceso formalizado de solicitud de autorización para revisar y compartir información del clientes con entidades externas (incluye buró de crédito).
	Mecanismos para resolver quejas	Excelente	+ Los canales para presentar quejas son de fácil acceso (buzón virtual, App, correo electrónico, call center, redes sociales, etc.) y responden muy bien a las preferencias de los clientes.
	Responsabilidad Social hacia el personal	Excelente	+ Buen equilibrio de género entre el personal (63,5% de los colaboradores es femenino). Tasa de rotación de personal (31,1% en el período entre2022) con tendencia creciente. + Políticas de recursos humanos formalizadas. Procesos sistematizado de evaluación de satisfacción al personal (94% de satisfacción en 2021). + Condiciones contractuales alineadas a la legislación. Nivel salarial de colaboradores se percibe en línea con el sector de las microfinanzas.
	Índice verde	Excelente	+ La estrategia ambiental es adecuada; incluye dentro de su misión el enfoque de sostenibilidad económica y ambiental. Existencia de distintos programas, proyectos y productos de crédito relacionados con la generación de impacto ambiental.
	Responsabilidad Social - comunidad	Excelente	+ Existencia de políticas de responsabilidad social hacia la comunidad, incluyendo implementación de diversos proyectos.

Área	Factor	Evaluación	Resultados
Alcance	Amplitud de alcance	Bueno	+ Buena cobertura geográfica (25 oficinas en 15 de los 17 departamentos); apertura de nueva oficina en 2022. Buena amplitud de alcance en cuanto al número de prestatarios alcanzados. + El crecimiento promedio anual de prestatarios entre ene20-dic22 alcanzó 5,8%, superior al crecimiento promedio de prestatarios en Paraguay (0,8%).
	Alineación del alcance geográfico con la misión	Excelente	El alcance a las áreas más pobres del promedio nacional es bueno. + La cobertura de áreas rurales (45,4% a dic-22) con una mayor concentración de población financieramente excluida y con mayores niveles de pobreza, es muy grande.
	Alineación de la vulnerabilidad los clientes y de las actividades financiadas con la misión	Excelente	+ El alcance a hogares con un nivel de educación bajo y con características demográficas vulnerables es bueno. Muy buen alcance hacia clientes mujeres (91,5% de los prestatarios activos). + La alineación entre el tipo de actividades financiadas y la misión es muy buena (cartera generadora de ingresos 94,8% a dic-22).
	Alineación de la pobreza y exclusión financiera de los clientes con la misión	Excelente	+ Buen alcance a clientes bajo condición de pobreza; el 38,0% de los clientes cuentan con ingresos que se encuentran por debajo de la línea de la pobreza. + Buen alcance a clientes sin acceso previo a servicios financieros formales, acorde perfil de cliente meta (clientes de banca comunal). + A dic-22, el saldo promedio de préstamo desembolsado es de USD 261, con tendencia decreciente, evidenciando un tipo de clientes alcanzados de nivel bajo.
Calidad de los servicios	Variedad general de los servicios financieros	Bueno	+ Adecuada variedad de servicios financieros, con amplia oferta de créditos y seguros; por su figura legal no se ofertan productos de ahorro, aunque se incentiva a través de programas de educación financiera. + Los productos y servicios cubren muy bien las necesidades de los clientes meta en cuanto a capital de trabajo, activos fijos y necesidades de liquidez inmediata.
	Accesibilidad de los servicios de crédito	Excelente	+ No se evidencian barreras de acceso a los productos y servicios para el cliente meta. + El procedimiento de desembolso es rápido y sencillo para los clientes. Las garantías requeridas se encuentran alineadas al monto solicitado y el perfil del cliente meta (garantías solidarias en comités de mujeres y codeudoría en créditos individuales).
	Flexibilidad de los servicios de crédito	Bueno	+ Buen nivel de adecuación de plazo y planes de pago adaptados a las necesidades del cliente meta. + Montos de crédito alineados a las necesidades del cliente meta, con aumentos graduales para Comités de Mujeres. Buen nivel de satisfacción del servicio.
	Tasa de deserción de clientes	Excelente	+ Tasa de deserción monitoreada con frecuencia mensual (26,5%, calculada con fórmula MFR), registrando una tendencia creciente.
	Calidad de los otros servicios financieros	Bueno	+ Buen nivel de adecuación y calidad de los servicios de seguros y asistencia ofrecidos por parte de la Fundación.
	Calidad de los servicios no-financieros	Excelente	+ Muy buenos servicios no financieros ofrecidos (educación y capacitación, talleres y concursos, asistencia médica, Semáforo de Pobreza, etc.), con buen alcance de clientes.

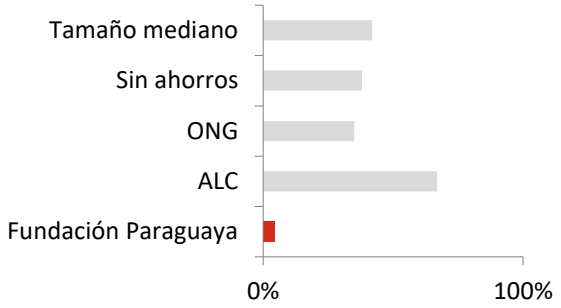
+ indica un puntaje adecuado, bueno o excelente; - indica un puntaje moderado, débil o muy débil.

Benchmark

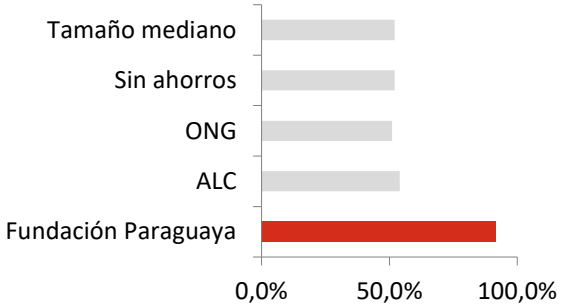
Prestatarios activos



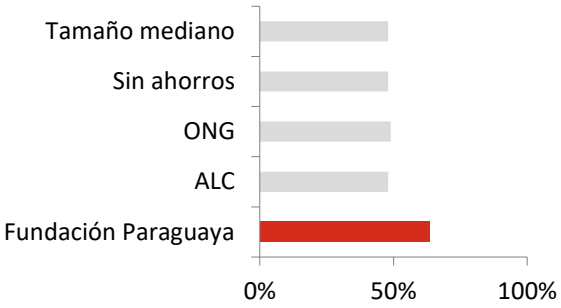
Saldo préstamo/prestatario/INB pc



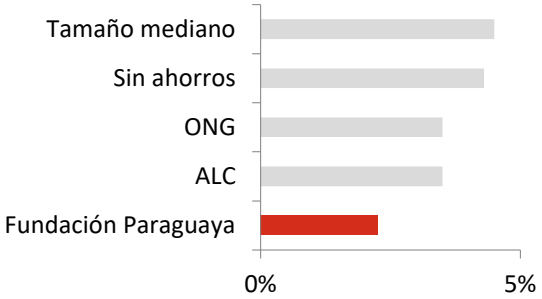
Clientas mujeres



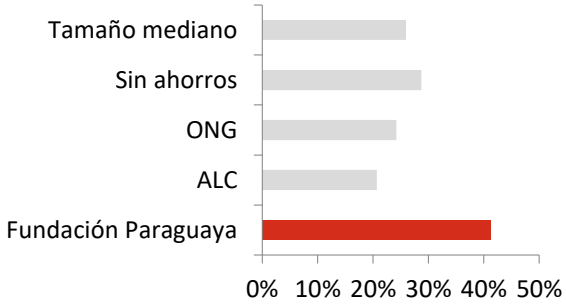
Personal femenino



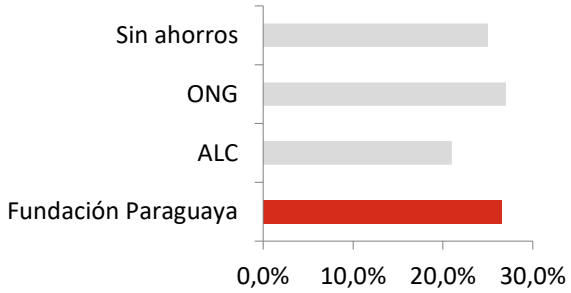
CeR30



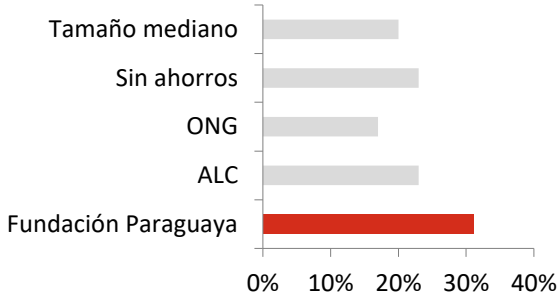
Rendimiento de la cartera



Tasa de deserción de clientes



Tasa de rotación del personal



Base de datos MFR, 234 Proveedores de Servicios Financieros, 2016-2020.
ALC: América Latina y Caribe

Contexto

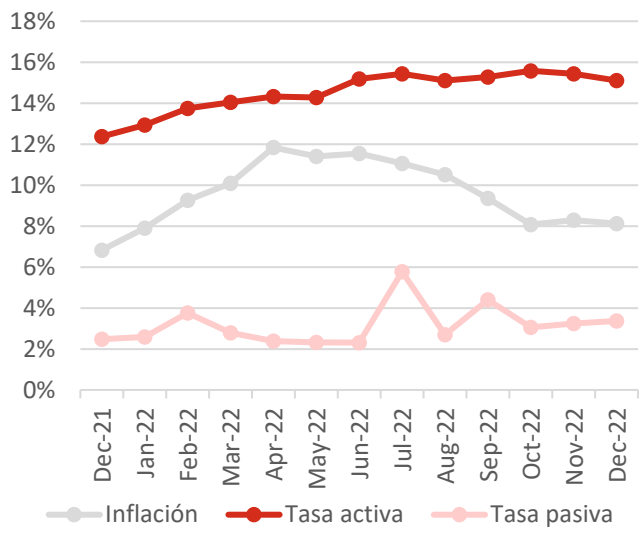
Riesgo Soberano [1]	dic.-19	dic.-20	dic.-21	dic.-22
Fitch Ratings	BB+ (Estable)	BB+ (Estable)	BB+ (Estable)	BB+ (Estable)
Moody's	Ba1 (Estable)	Ba1 (Estable)	Ba1 (Estable)	Ba1 (Positiva)
Standard & Poor's	BB (Estable)	BB (Estable)	BB (Estable)	BB (Estable)

Fuente: Trading Economics. [1] Largo plazo en moneda extranjera. nd = no disponible

Indicadores Macroeconómicos	dic.-19	dic.-20	dic.-21	dic.-22
PIB per cápita (moneda local)	36.245.108	36.248.041	39.909.979	40.321.930
Tipo de cambio moneda local/dólar	6453,14	6916,81	6879,11	7331,26
INB per cápita, método Atlas (US$ a precios actuales)	5.950	5.550	5.740	nd
Crecimiento del PIB (% anual)	-0,4%	-0,8%	4,1%	0,2%
Saldo en cuenta corriente (% del PIB)	-0,5%	2,7%	0,8%	-4,9%

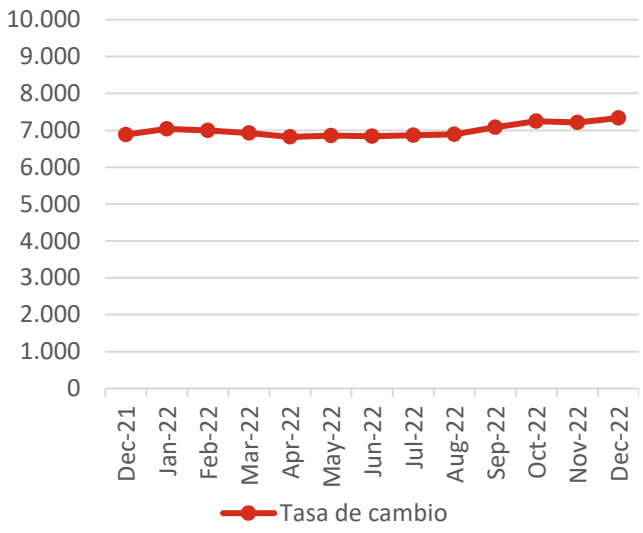
Fuente: Banco Mundial. nd = no disponible

Inflación y tasas de interés



Fuente: FMI, fuentes internas.

Tasa de cambio, USD



Fuente: FMI

Indicadores Sociales	Datos	Fuente	Año
Población, total	7.453.695	*INE Paraguay*	2022
Índice de Desarrollo humano (IDH)	0,728	*PNUD*	2021
- Nivel	alto	*PNUD*	2021
Tasa de pobreza a nivel de la línea de pobreza nacional	24,7%	*INE Paraguay*	2022
Tasa de pobreza a $3,10 por día	31,9%	*Banco Mundial*	2020
Tasa de pobreza a $1,90 por día	0,7%	*Banco Mundial*	2021
Población que no terminó la primaria	12,8%	*Banco Mundial*	2016
Entorno para la inclusión financiera [2]	62%	*Economic Intelligence Unit*	2019
- Ranking del país	15	*Economic Intelligence Unit*	2019
Población sin cuenta bancaria	48,6%	*Global Findex*	2017
Población sin un préstamo activo en los últimos 12 meses	87,2%	*Global Findex*	2021
Puntaje MIMOSA [3]	3	*MIMOSA*	2017

[2] Marco regulatorio para la inclusión financiera e implementación de las correspondientes políticas públicas.
[3] MIMOSA: Índice de Microfinanzas sobre Alcance y Saturación del Mercado. nd = no disponible

1. Sistema de Gestión del Desempeño Social

1.1 Misión, gobernabilidad y estrategia

Misión social: Excelente
Gobernabilidad social: Excelente
Estrategia social: Excelente

MISIÓN
Desarrollar e implementar soluciones prácticas, innovadoras y sostenibles que permitan activar el potencial emprendedor de las familias para eliminar su pobreza multidimensional y vivir con dignidad.

Misión social

+ La misión es completa e incluye los objetivos sociales relacionados con el cliente meta, la calidad de los servicios ofrecidos y el cambio esperado, mismos que son definidos formalmente en su Plan Estratégico mediante un glosario de términos clave. Así también, Fundación Paraguaya mantiene la declaración de su misión de manera que aplique a todas los programas de la institución: Educación Emprendedora, Escuelas Agrícolas Autosostenibles, Semáforo de la Pobreza y Microfinanzas.

Objetivos Sociales	Palabras clave en la misión
Alcanzar el cliente meta	Familias
Satisfacer sus necesidades	Desarrollar e implementar soluciones prácticas, innovadoras y sostenibles
Crear cambios	Activar el potencial emprendedor de las familias para eliminar su pobreza multidimensional y vivir con dignidad

+ La misión, complementada con la visión, refleja completamente las intenciones de Fundación Paraguaya, compartidas con el Consejo de Administración, la Dirección Ejecutiva y el equipo gerencial. La misión hace referencia a las "familias" como cliente meta, definiéndolas como "un grupo de personas, situados generalmente en una misma vivienda, de una o más fuentes de ingreso"; se señala un concepto muy amplio de cliente meta debido a que la Fundación tiene un enfoque de alcance hacia la familia en general más allá de sus clientes de microcrédito, mediante sus diferentes programas, incluyendo alcance a asalariados, agricultores, estudiantes, juntas de agua y saneamiento, jóvenes refugiados, indígenas, entre otros. El objetivo de calidad "desarrollar e implementar soluciones prácticas, innovadoras y sostenibles", consiste en el fortalecimiento transversal de la oferta de productos de crédito y servicios socialmente responsables por cada uno de los programas de la institución como: oferta de Microfranquicias, programa de educación financiera y formación en emprendedurismo, oferta de seguros y servicios de asistencia médica, programa de escuelas autosostenibles, etc. Finalmente, el objetivo de cambio "activar el potencial emprendedor de las familias para eliminar su pobreza multidimensional y vivir con dignidad", se encuentra completamente alineado a las intenciones de la Fundación, resaltando el acompañamiento en el mejoramiento de la calidad de vida mediante la aplicación del Semáforo de Eliminación de la Pobreza. Es importante indicar que, Fundación Paraguaya se encuentra en proceso de actualización de su Plan Estratégico 2023-2027, sin embargo, no se prevé cambios en sus misión, visión y valores institucionales considerándose como un aspecto por monitorear.

Gobernabilidad buenas practicas

+ El Consejo de Administración (CdA) de Fundación Paraguaya, proporciona directrices para guiar al equipo gerencial en la definición de estrategias, mostrando un alto nivel de compromiso hacia los objetivos sociales y la gestión de desempeño social. Los miembros del CdA participan activamente en la definición de los objetivos plasmados en el Plan Estratégico. El nivel de supervisión y control por parte del CdA a la Dirección Ejecutiva y al equipo gerencial es bueno; el CdA tiene a disposición una herramienta de medición "Bonus Plan" establecido conjuntamente al inicio de cada gestión y permite definir un sistema de bonificaciones con parámetros de carácter financiero y social en línea con el cumplimiento de las metas por cada uno de los programas (por ejemplo, cumplimiento de objetivo de sacar a 10 mil familias paraguayas por ingresos y 3 mil de la pobreza total, incrementar 2 escuelas autosostenibles, consolidar el modelo de microfinanzas enfocado en pobreza, entre otros).

+ Fundación Paraguaya cuenta con un Código de Ética y Conducta (última actualización en mar-16) enfocado tanto a los colaboradores como los miembros del CdA. El Código incluye lineamientos para evitar conflictos de intereses, así como los responsables para velar su cumplimiento y su registro. La implementación y sensibilización del Código es buena. No hay evidencia de conflictos de interés a nivel de CdA, Gerencia General o del equipo gerencial. Por otro lado, Fundación Paraguaya incluye una política de conflicto de interés en el Manual del Colaborador (última actualización en sep-12); además, dispone de la Política de Buen Gobierno Corporativo (última actualización en abr-08) que detalla los principales roles y funciones de la alta gerencia y normas de comportamiento, aunque no contempla manejo de posibles conflictos de interés. Se evidencia como espacios de mejora la actualización de estos documentos.

Gobernabilidad social

+ El Consejo de Administración está compuesto por 14 miembros (8 titulares y 6 suplentes). Las últimas elecciones fueron en 2021. Los miembros tienen experiencia amplia y diversa en temas financieros, jurídicos, de emprendimientos, ambientales, agrícolas, industriales y organizacionales. Adicional, dos de los miembros del CdA cuentan con especializaciones específicas en temas de gestión de desempeño social. Si bien no existe un comité formal de desempeño social, se resaltan los distintos comités por cada uno de los programas institucionales como el Comité de Microfinanzas, Comité de Escuelas Agrícolas Autosostenibles, Comité del Semáforo y el Comité de Educación Emprendedora que se realizan una vez al mes, en los cuales 3 miembros del CdA participan; a través de los comités se da seguimiento a los avances y cumplimientos de las metas sociales de la entidad. Por otro lado, es importante indicar que el Director Ejecutivo de Fundación Paraguaya es un destacado líder social y empresarial en Paraguay, posee gran influencia social en el actual gobierno debido a su participación como candidato presidencial en las últimas elecciones; adicional, es el representante a nivel internacional del Semáforo de la Pobreza, generando relaciones con gobiernos a nivel regional (Ecuador, Estados Unidos, etc.) para la implementación de programas de reducción de la pobreza.

+ Los miembros del CdA revisan y analizan información relacionada a los objetivos sociales de la institución, a través de la información disponible en cada Comité (Comité de Escuelas Agrícolas Autosostenibles, Comité del Semáforo y Comité de Educación Emprendedora) y en todos los reportes e informes periódicos compartidos con la Gerencia General, Director Ejecutivo y CdA por parte de cada una de las áreas involucradas: (1) Estudios de satisfacción (periodicidad anual) y uso de los servicios de la Fundación (periodicidad mensual) realizados por el Centro de Acompañamiento al Cliente; (2) Estadísticas (periodicidad trimestral) de uso de los beneficios del Club de Clientes realizados por la Gerencia del Club de Clientes; (3) Informes de eliminación de la pobreza, diferentes proyectos y concursos realizados por la Gerencia del Semáforo de Eliminación de la Pobreza, etc.; y, (4) en los informes de auditoría y en los reportes diarios que realizan las áreas al Gerente General y Director Ejecutivo para conocer de primera mano todos los avances de los diferentes proyectos, etc. Las actas de las reuniones del CdA reflejan que la información social influye en la toma de decisiones, aunque se evidencia también un enfoque adecuado en la sostenibilidad financiera. Cabe mencionar que, Fundación Paraguaya incluye en los OPPM los indicadores sociales con el objetivo de monitorear el cumplimiento de cada uno de los objetivos sociales establecidos en la misión y que se encuentren alineados al "Bonus Plan".

+ Fundación Paraguaya es una entidad no regulada, aunque actualmente bajo supervisión gradual del Banco Central de Paraguay a través del marco de regulación a casas de crédito. A jun-20, Fundación Paraguaya ha sido registrada por el Banco Central de Paraguay como "Otorgantes de crédito dinerario / casas de crédito", de acuerdo a la nota expedida a mar-20 (00263/2020), donde se incluyó a la institución como sujeto a la Ley de Bancos y su modificatoria atendiendo a la habitualidad de otorgamiento de créditos a sus beneficiarios. El riesgo de que esta regulación genere dificultad en la capacidad de la Fundación Paraguaya de alcanzar al cliente meta y mantener la misión social es limitado, resaltando que la entidad ya se rige a la regulación de tasas de interés. Se menciona que este es un aspecto ampliamente discutido por el equipo gerencial y el CdA.

Estrategia social

+ El Plan Estratégico 2023-2027 incluye los objetivos y metas estratégicas en relación al alcance al cliente meta, calidad y cambio esperado; además, plasma las actividades y responsables para su cumplimiento, en cada uno de los planes operativos definidos para cada área a través de la herramienta OPPM; es importante indicar que el Plan Estratégico se encuentra en fase borrador y se prevé su aprobación en el primer semestre de 2023. En cuanto al programa de Microfinanzas para 2027, se prevé sacar a 3.000 familias de la pobreza de ingresos, 9.000 familias que superen todos los indicadores que definen la pobreza multidimensional (Semáforo de la Pobreza), incluyendo la apertura de 5 nuevas oficinas a nivel nacional. Para la Gerencia del Semáforo de la Pobreza para 2027, se prevé la aumentar la cantidad de familias con una toma de 35.000 con el Semáforo de la Pobreza en familias paraguayas a través de empresas y sociedad civil, llegar a más de 75 países y contar con una base de datos de 540 mil semáforos. Para el Programa de Escuelas Agrícolas Autosostenibles para 2027, se prevé adaptar el modelo en al menos 5 escuelas en Paraguay y 200 escuelas a nivel internacional. En el programa de Educación Emprendedora para 2027, se prevé un alcance de un millón de estudiantes, jóvenes y niños. Cabe mencionar que, la áreas involucradas realizan un seguimiento mensual de los planes operativos, mismos que son reportados en al Gerente General, Director Ejecutivo y a los miembros del CdA en los diferentes comités.

+ La oferta de productos de Fundación Paraguaya es perfectamente alineada con la misión entidad, considerando que los diferentes programas e iniciativas han sido diseñados específicamente para cumplir con los objetivos sociales de Fundación Paraguaya. Los productos financieros, servicios, medios y canales de distribución han sido desarrollados para adecuarse a las necesidades del cliente meta. Por el lado de los productos de crédito, a través de la (1) Gerencia de Microfinanzas se ofrecen créditos bajo metodología grupal e individual en los segmentos de microcrédito, agropecuario y consumo; además de capacitaciones, asesoramiento, oferta de Microseguros, beneficio de Club de Clientes, Microfranquicias y Clientes Agente. Respecto a los servicios no financieros, Fundación Paraguaya a través de la (2) Gerencia de Educación Emprendedora busca activar el potencial emprendedor de jóvenes y mujeres, brindando mentoría y capacitación a través de diferentes iniciativas, entre las más importantes: incorporación del programa de Fútbol sin pobreza, concursos con Programas de Junior Achievement Paraguay, programa desarrollado con la plataforma Cisco, programa Cuentas Contigo con Deloitte, programa Economía para el Éxito (Equifax), programa Hidro vías Brasil, Foro de jóvenes emprendedores y jóvenes embajadores, competencias para gamers, etc. A través de la (3) Gerencia de Escuelas Agrícolas Autosostenibles se busca transformar a jóvenes campesinos en situación de vulnerabilidad en emprendedores rurales; existen 3 escuelas agrícolas que forman parte de la metodología "Aprender haciendo, vendiendo y ganando" que se ha extendido en más de una veintena de países. A través de la (4) Gerencia del Semáforo de Eliminación de la Pobreza se realiza una encuesta de autoevaluación de la situación de pobreza multidimensional en 6 dimensiones y 50 indicadores (diferentes tipos de encuesta son desarrollados por la institución, adaptando las necesidades del usuario), acompañada por un asesor capacitado. Aparte de sus intervenciones directas con el Semáforo, con sus propios colaboradores, en clientes del Programa de Microfinanzas y en la comunidad en general, Fundación Paraguaya trabaja con 423 organizaciones a nivel mundial que replican el Semáforo en 48 países (incluyendo entidades gubernamentales, empresas, universidades, coaliciones ciudadanas, comisiones vecinales, ONG, entre otras).

+ El CdA, la Dirección Ejecutiva y el equipo gerencial analizan regularmente los riesgos relacionados con el desempeño social (riesgo de desvío de misión, riesgo de no cumplir con los objetivos sociales definidos en el Plan Estratégico y planes operativos, riesgo reputacional, daño a los clientes, comportamiento inadecuado de los empleados: acoso laboral, discriminación, etc.), utilizando tanto informes y reportes internos presentados en cada Comité y por cada una de las áreas involucradas (informes de Auditoría Interna, estudios de satisfacción con periodicidad anual, reportes de uso de los servicios de la Fundación con periodicidad mensual; estadísticas de uso de los beneficios del Club de Clientes con periodicidad trimestral, informes de clasificación de cartera, informes de eliminación de la pobreza, etc.); como evaluaciones externas (Rating Social, Certificación de Protección al Cliente, Certificación Truelift, auditoría externa, etc.) y toma acciones apropiadas para evitarlos. Hay evidencia de decisiones a nivel del CdA y equipo gerencial tomadas para mitigar los riesgos relacionados con el desempeño social, las cuales se plasman en actas de reuniones por cada uno de los comités de los programas institucionales.

1.2 Equilibrio social y financiero

Crecimiento responsable: Excelente
Alineación de los accionistas con el doble enfoque: Excelente
Precios responsables: Adecuado
Alineación de la remuneración de la gerencia con el doble enfoque: Adecuado

Crecimiento responsable

+ Fundación Paraguaya realiza el seguimiento y monitoreo de los índices de crecimiento de cartera y clientes de forma mensual, utilizando los planes operativos y a través de los reportes que realiza la Gerencia de Monitoreo a través del Informe de Microfinanzas. El equipo gerencial revisa mensualmente los índices de crecimiento total, por departamento, sucursal y producto, e identifica formalmente la diferencia entre los índices reales y las metas de crecimiento proyectadas, mostrando una muy buena capacidad de definir eventuales desviaciones respecto a las metas establecidas.
  En 2022 se registra un crecimiento de cartera de 9,5%, mayor a los niveles presentados en períodos previos (-1,0% en 2021 y -4,4% en 2020), mostrando una recuperación positiva posterior al impacto por pandemia a inicios del año 2020.
+ Fundación Paraguaya realiza un análisis de saturación del mercado (demanda y penetración de la competencia) a través de informes de coyuntura económica y de mercado mensuales realizados por la Gerencia de Monitoreo. Por otro lado, se realizan análisis de sus competidores a través de levantamiento de información por parte de los gerentes en cada una de las oficinas, permitiendo una clasificación de entidades con un alto/medio/bajo nivel de competencia; adicionalmente, se realiza un comparativo de precios y evaluación comparativa de tasas de interés.
+ En general, en consideración del nivel intermedio de penetración de los servicios de microfinanzas, el funcionamiento del buró de crédito y las políticas internas de crédito, prevención de sobreendeudamiento y medidas de alivio otorgadas a clientes ante la crisis sanitaria, evidencian una viabilidad del crecimiento de la cartera en los últimos tres años que se percibe como buena, registrando un crecimiento de 1,4% entre ene20-dic22. Por otro lado, se prevé un crecimiento de la cartera en 2024 de 10,0% basado especialmente en la colocación de microcréditos por medio de los comités de crédito y cartera individual, que busca la transformación digital, incremento de la productividad y eficiencia operativa; así como, a través de la expansión geográfica prevista con nuevos puntos de atención.

Desempeño financiero	dic.-20	dic.-21	dic.-22
Crecimiento en prestatarios activos	-3,2%	11,8%	8,7%
Crecimiento en cartera activa	-4,4%	-1,0%	9,4%
Crecimiento en número de empleados	-18,3%	7,6%	2,1%
Crecimiento en número de sucursales	-4,0%	0,0%	4,2%
Cartera en riesgo (>30)	3,2%	2,8%	2,3%
Tasa de cartera castigada	2,6%	4,3%	3,8%
Cartera reestructurada	1,5%	2,4%	1,2%
Tasa de riesgo de crédito	7,3%	9,5%	7,3%
Retorno sobre patrimonio (ROE)	-1,7%	2,2%	5,1%
Retorno sobre activo (ROA)	-0,7%	0,8%	2,0%
Retorno sobre patrimonio ajust. (AROE)	-0,1%	2,7%	0,5%
Retorno sobre activo ajustado (AROA)	0,0%	1,0%	0,2%
Autosuf. Operativa (OSS)	100%	105%	108%
Cartera sobre activo total	75%	69%	71%
Capital sobre activo total	37%	37%	37%
Razón deuda-capital	1,7	1,7	1,7
Productividad personal (prestatarios)	166	172	183
Productividad Of.de Cred. (prestatarios)	609	651	666
Tasa de gastos operativos	28,3%	33,2%	35,6%
Tasa de gastos financieros	5,4%	4,0%	5,1%
Tasa de gastos de provisión	4,5%	5,2%	1,7%
Rendimiento de cartera	34,3%	38,5%	41,3%
Tasa de cobertura del riesgo (CER 30)	132%	198%	154%
Remuneración Gerencia/personal campo	nd	nd	12,8

Fuente: Rating Financiero

Alineación de los accionistas con el doble enfoque	+ El ROA promedio de los últimos tres años registra 2,2%, encontrándose en un rango normal e indica una rentabilidad responsable con sus clientes. Cabe mencionar que la entidad en 2020 percibió pérdidas antes de donaciones (ROE de -1,7%, ROA de -0,7% y OSS de 99,8%), mientras que, en 2022 el ROE antes de donaciones se ubica en 5,1%, ROA en 2,0% y Autosuficiencia Operacional (OSS) de 108,3%. En el último período se registran mejores niveles de rentabilidad, la mejora de la rentabilidad se atribuye principalmente a la mejora en la tasa de rendimiento de la cartera y disminución de gastos de provisión, ante la recuperación de la cartera y mayor dinamismo en la colocación, luego de un periodo de pandemia en 2020. Cabe mencionar que, la estrategia de Fundación Paraguaya es que todos los programas sean sostenibles, aunque a dic-22, los programas de semáforo y escuelas agrícolas no logran aún cubrir sus costos operacionales; si bien la subvención a los mismos refleja la estrategia social de la entidad, la entidad prevé alcanzar la autosostenibilidad por cada uno de los programas institucionales en el corto-mediano plazo. + No hubo cambios en la estructura de propiedad recientemente y no están planificado cambios en el corto o mediano plazo. + La estructura financiera es transparente y la razón deuda/capital reportada para varios periodos, incluye todas las fuentes de fondeo. Los estados financieros auditados son accesibles y están disponibles bajo requerimiento de los calificadores.
Precios responsables	+ Ver sección 2.2 para el análisis de precios responsables.
Alineación de la remuneración de la gerencia con el doble enfoque	+ La remuneración de la alta Gerencia es transparente, siendo accesible a los evaluadores bajo solicitud, y es generalmente coherente con la misión social de la institución. La brecha entre las remuneraciones de los tres primeros puestos de Gerencia y los tres últimos cargos del personal de campo (brecha de alrededor de 12,8 veces) se encuentra por encima de algunos grupos de pares (9,7 veces para LAC y 9,6 veces para América del Sur, según benchmark de MFR). Fundación Paraguaya cuenta con un sistema de bonificación para el equipo gerencial respecto al cumplimiento de metas financieras y metas relacionadas al desempeño social. + El CdA de Fundación Paraguaya realiza una evaluación formal al Director Ejecutivo, al Gerente General y al equipo gerencial, a través de una herramienta denominada "Bonus Plan" que es analizada y formalizada al inicio de cada gestión conjuntamente con los involucrados, donde se establecen indicadores de sostenibilidad financiera, indicadores específicos de desempeño social alineados con la misión, como la ampliación del alcance, las familias que salieron de la pobreza, e indicadores respecto a la consolidación de los modelos de las escuelas autosostenibles, el programa de educación emprendedora y el semáforo de la pobreza, entre otros.

1.3 Medición del desempeño social

Monitoreo del cliente meta: Excelente
Monitoreo de la calidad de los servicios: Excelente
Monitoreo del cambio/impacto: Excelente
Consolidación y análisis de la información social; reportes : Excelente

Cliente meta

+ Fundación Paraguaya muestra una muy buena capacidad de monitorear las características de los clientes que son relevantes a su misión. Una serie de datos relevantes son capturados durante el proceso de originación del crédito a través de la solicitud para todos los clientes, levantados mediante el aplicativo móvil, como: género, edad, nacionalidad, estado civil, datos del cónyuge, datos del codeudor en el caso de créditos individuales, # de hijos, nivel educativo, así como, datos sobre la actividad económica, profesión, ingresos y egresos del negocio (para el caso de crédito agropecuarios: tipo de cultivo, extensión del terreno, existencia de riesgo, etc.) y la unidad familiar en general y datos generales sobre la vivienda (si tienen dormitorios separados, baño moderno, sala, cocina/comedor, puertas seguras, techo seguro, cocina elevada, si cuenta con televisor, heladera, radio, equipo de sonido, ventilador, motocicleta, automóvil, etc.), los cuales se aplican para la implementación del semáforo de la pobreza. Estos datos son almacenados electrónicamente en el Core bancario. La aplicación del Semáforo de la Pobreza permite conocer a través de sus encuestas el nivel de pobreza multidimensional de sus clientes (tanto para clientes y no clientes de microcréditos).

+ Fundación Paraguaya cuenta con una herramienta desarrollada internamente denominada "Semáforo de Eliminación de la Pobreza", que a través de 50 preguntas permite realizar un diagnóstico de la situación de pobreza multidimensional de una muestra de sus clientes y no clientes. La evaluación se basa en seis dimensiones (Ingresos y empleo, salud y medio ambiente, vivienda e infraestructura, educación y cultura, organización y participación, interioridad y motivación) y cincuenta indicadores que se visualizan a través de un sistema de semáforo (rojo = pobreza extrema, amarillo = pobreza, verde = no pobreza), que determinan el nivel de pobreza conforme las respuestas obtenidas por las familias evaluadas. Es importante mencionar que el Semáforo de la Pobreza es una herramienta que se adapta al segmento donde se requiera aplicar priorizando ciertos indicadores o adaptando las preguntas conforme sea necesario. Este sistema de medición de pobreza multidimensional se aplica a una muestra de alrededor de 4.500 clientas cada año (si bien, existe definida una meta de alcance a 3.000 clientes en el OPPM, debido a la inactividad de los clientes, morosidad, etc., se considera una muestra mayor), con un acompañamiento cercano por parte de la Fundación para mejorar sus indicadores de pobreza de sus clientas y sus familias, mediante el seguimiento continuo del mapa de vida (plan de acción).

Calidad del servicio

Ver sección 2.2.1 para el análisis del monitoreo de la calidad de los servicios.

Cambio

+ El sistema para monitorear el cambio en la vida de los clientes que participan en el semáforo es muy bueno; consta de una encuesta de autoevaluación de la situación de pobreza multidimensional en 6 dimensiones y 50 indicadores (diferentes tipos de encuesta son desarrollados por la institución, adaptando las necesidades del usuario), acompañada por un asesor capacitado. Las respuestas son semaforizadas entre rojo, amarillo y verde; es decir que, una persona no es pobre si los 50 indicadores están en verde. Adicional, la institución cuenta con una plataforma diseñada internamente "Poverty Stoplight Platform - PSP" que dispone de 5 módulos: Autodiagnóstico, Conexión, Tableu y Salesforce, Mapas de Vida y Sistema de Georreferencia. El cambio se mide a través de una metodología longitudinal (durante un año calendario), realizando un seguimiento del "mapa de vida" (plan de acción de los resultados obtenidos durante la primera etapa de diagnóstico de la situación de pobreza multidimensional de las familias), mismo que mediante el acompañamiento de las asesoras y oficiales de crédito se realiza al menos una visita y dos contactos al mes a todos los clientes (desde la pandemia se realiza también un seguimiento virtual a través de WhatsApp y llamadas telefónicas) que participan en el programa para evaluar su progreso. Una familia participante se considera fuera de la pobreza cuando haya "verdeado" todos sus indicadores, la entidad mantiene metas en relación a la cantidad de clientes y la cantidad de indicadores del Semáforo de Eliminación de Pobreza verdeados. Finalmente, a través de la Gerencia de Semáforo de Eliminación de la Pobreza se realiza un análisis en cada período para verificar cuántas familias requieren de la participación en el programa durante un ciclo adicional hasta poder alcanzar los objetivos (verdear sus indicadores).

+ Fundación Paraguaya realiza un monitoreo mensual de los avances de los participantes en el Semáforo de Eliminación de la Pobreza. Todas las actividades que realiza la institución están diseñadas para mejorar la calidad de vida de sus clientes y no clientes conforme lo establecido en la misión. La Gerencia de Semáforo de Eliminación de la Pobreza se encarga del análisis y desarrollo de la metodología (nuevos semáforos desarrollados para diferentes sectores: educación, salud, ambiental), de la tecnología (adaptación y cambio de la nueva plataforma para la medición de la pobreza) y de las operaciones (realizar mentorías, capacitaciones e implementación de la herramienta en las diferentes instituciones donde se aplica). Mensualmente realizan reportes del avance de los indicadores, se evalúa el cumplimiento de metas y se valida la información recopilada y la herramienta en general.

Reporte y fiabilidad de la información

+ La calidad y la fiabilidad de la información recopilada sobre el perfil de los clientes y el cambio en sus vidas se perciben buenas. Todos los aspectos del proceso de gestión de la información, incluyendo las responsabilidades del personal, los métodos para la recolección, almacenamiento, control de calidad y presentación de informes son claros y documentados en las políticas. La recopilación de datos y la captura de datos están cubiertos durante las capacitaciones a las asesoras y oficiales de crédito, y varias áreas comprueban la exactitud de los datos sociales recogidos en campo y capturados en el sistema; es importante indicar que Fundación Paraguaya realiza diferentes reinducciones de políticas y procedimientos generales de la institución y sobre los programas y herramientas a todo el personal de campo, por lo menos anualmente. Por otro lado, el Manual Metodológico del Programa de Eliminación de Pobreza explica de manera sencilla, la correcta aplicación de la herramienta y las intervenciones para solucionar cada caso; así como el marco conceptual, una descripción de las dimensiones e indicadores y las etapas de la metodología y operatividad del Semáforo (1. Acercamiento a las familias y diagnóstico; 2. Diseño y aplicación de las propuestas de intervención; 3. Monitoreo de resultados; 4. Certificación de intervención). Así también, el Manual de Soluciones del Semáforo explica de forma detallada el proceso del seguimiento y acompañamiento a las familias participantes. Finalmente, Fundación Paraguaya cuenta con un procedimiento de control interno definido para validar y corroborar la información de línea base obtenida por su personal de campo, así como, para validar las certificaciones de los participantes: (1) en las agencias existe un monitoreo del semáforo por parte del Gerente de Oficina y un monitoreo al azar por parte del Gerente Regional en coordinación con el Coordinador del Programa (muestra de 5%); (2) la Gerencia de Monitoreo verifica 5% de los clientes certificados; (3) Auditoría Interna controla el 5% de las líneas de base y 5% de las certificaciones mediante visitas de verificación en campo.

+ Fundación Paraguaya reporta datos del desempeño social de manera transparente a través de la realización del Rating Social cada dos años, además de contar con la Certificación de Protección al Cliente (a abr-23, obtuvieron la recertificación Oro acorde SPTF-CERISE) y Certificación de la pobreza Truelift; así mismo, la institución reporta anualmente a través de la Memoria Anual información sobre su desempeño social. Desde 1985, la Fundación forma parte de la Red Acción Internacional, que promueve intercambios técnicos, benchmarking, trabajo en redes, y publicidad; además de pertenecer a la red internacional de educación técnica de la UNESCO (UNEVOC).

1.4 Alineación de RRHH con la misión

Alineación de la selección y capacitación del personal con la misión: Excelente
Alineación de la evaluación e incentivo del personal con la misión: Bueno

Alineación de la capacitación del personal

+ Fundación Paraguaya cuenta con un sistema de inducción y capacitación que contribuye de manera efectiva a la diseminación de la misión hacia el personal; la misión, los valores, objetivos sociales, y principios de la protección al cliente son cubiertos de manera exhaustiva durante estos procesos. La frecuencia y cobertura de la capacitación sobre el desempeño social es apropiada, realizándose capacitaciones virtuales y jornadas presenciales de inducción con un alcance importante. La diseminación de la misión entre el personal se percibe como muy buena, con un fuerte compromiso de los colaboradores con los objetivos sociales de la institución.

Alineación de la evaluación e incentivo del personal

+ La evaluación de desempeño a los colaboradores de la Fundación Paraguaya está alineada a la misión; esta evaluación se realiza a todos los colaboradores semestralmente y contempla diferentes factores para medir el comportamiento ético del personal, su relación con los clientes y el personal, la calidad de atención al cliente, la muestra de honestidad y equilibrio emocional en su comportamiento, y cumplimiento con las normas de la institución, entre otros. Además, en las evaluaciones de desempeño a los asesores y oficiales de crédito, se considera aspectos cuantitativos como el cumplimiento de metas en cartera, alcance al cliente meta, morosidad, rentabilidad, entre otros. Por otro lado, a través de visitas de campo por parte de Auditoría Interna, se revisa la calidad del servicio por el personal de campo, así como la recolección y calidad de los datos sociales, que en casos relevantes pueden ser considerados en la evaluación del personal.
+ Los incentivos del personal son diseñados para contribuir al cumplimiento de algunos de los objetivos sociales de Fundación Paraguaya. Existe una Política que define el esquema de incentivos para los Gerentes Regionales, Gerentes de Oficina, Supervisores, Oficiales de Crédito y Asesores de Comités de Mujeres, que se establecen mediante metas de colocación, metas de mora, metas de previsiones, metas de aumento de clientes nuevos y clientes renovados, mismas que son determinadas con escalas de cumplimiento progresivo en función del monto y # de clientes; así también, cuentan con incentivos en el caso de cumplimiento de metas por el número de clientes que han salido de la pobreza en el año, medido a través de los indicadores del semáforo, por ventas de suscripciones del Club de Clientes y Microfranquicias. Cabe mencionar que, los incentivos son analizados periódicamente para adaptarse a las nuevas condiciones de la capacidad de pago de los clientes y la realidad de colocación de créditos, así como las metas de las institución. Los incentivos del personal y las metas de productividad no contribuyen al riesgo de desvío de misión.

2. Protección al cliente y responsabilidad social

2.1 Responsabilidad Social hacia el personal

Clima laboral: Bueno
Compensación del personal: Excelente
Desarrollo profesional: Excelente

Equidad de género entre el personal

+ El equilibrio de género en la entidad es bueno. La composición del personal en Fundación Paraguaya es bien equilibrada (63,5% de los colaboradores es femenino), aunque el personal femenino de la Gerencia y CdA se encuentran subrepresentados (38,8% y 30,8%, respectivamente).

Rotación del personal

- La tasa de rotación del personal de Fundación Paraguaya se encuentra por encima del benchmark para América Latina y El Caribe (23,0%), según MFR.

+ Fundación Paraguaya registra una tasa de rotación del personal de 31,1% en 2022, mayor frente a los últimos períodos. Se evidencia cierta concentración de rotación en el programa de microfinanzas, incluyendo áreas administrativas, seguido del programa del semáforo, educación emprendedora y escuelas agrícolas. En el año 2022, se registraron un total de 119 bajas: en el programa de microfinanzas se registraron 42 bajas que corresponden al 17% de su nómina de 243 colaboradores. En casa matriz (áreas administrativas) se registraron 30 bajas que corresponden al 28% de su nómina de 107 colaboradores. En el programa de semáforo de eliminación de pobreza se registraron 17 bajas que corresponden al 55% de su nómina de 31 colaboradores. En el programa de Educación Emprendedora se registraron 6 bajas que corresponden al 46% de su nómina de 13 colaboradores y, por último; en las Escuelas agrícolas se registraron un total de 24 bajas (13 Belén y 11 Cerrito) que corresponden al 47% de su nómina de 51 colaboradores; todos al cierre del año 2022. Se resalta que del total de salidas del personal en 2022 el 23,9% corresponde a personal que no pasó el periodo de prueba. Cabe mencionar que, la meta de rotación del personal para Fundación Paraguaya se ha establecido en un nivel no mayor al 20%, para mitigar este riesgo se ha establecido la creación del programa "Red de Apoyo" que consiste en mantener entrevistas individuales (presenciales) con cada uno de los colaboradores para abordar aspectos de mejora en su bienestar tanto laboral y familiar; así como, se dictan charlas para brindarles herramientas que les permitan mejorar su calidad de vida, entender sus necesidades y la calidad de liderazgo y camaradería.

+ En 2022, entre las principales causas de salida del personal se destacan: renuncia voluntaria (61%), despido por incumplimiento del Código de Ética (32%), vencimiento del contrato (3%), jubilación (3%) y por fallecimiento (1%). El 48% de las renuncias voluntarias corresponden a mejores propuestas laborales, el 14% por búsqueda de nuevas oportunidades, el 11% por motivos personales y/o familiares, etc.

+ La Gerencia de Desarrollo Organizacional calcula la tasa de rotación del personal y monitorea su nivel periódicamente. Se realizan encuestas de salida a todos los empleados que dejan la institución por renuncias voluntarias, se investigan las principales razones de salida y se prepara un informe que va dirigido a la Gerencia de Operaciones y posteriormente elevado a la Gerencia General.

Personal	dic.-20	dic.-21	dic.-22
Personal total	**397**	**427**	**436**
Personal femenino	65,5%	65,1%	63,5%
Personal femenino en la Gerencia	43,5%	42,2%	38,0%
Miembros femeninos de la JD	30,8%	30,8%	28,6%
Tasa de rotación del personal	**27,9%**	**22,3%**	**31,1%**
Masculino	29,9%	24,5%	28,6%
Femenino	26,8%	21,2%	32,4%
Gerencia	2,0%	0,0%	0,0%
Oficiales de crédito	39,0%	17,2%	24,9%
Otro personal	27,8%	27,7%	39,3%

Políticas de recursos humanos y seguridad en el trabajo

+ Fundación Paraguaya cuenta con un Manual del Colaborador que de manera general cubre aspectos relacionados con los salarios, incentivos, condiciones de trabajo, seguridad en el trabajo, protección contra el acoso, libertad de asociación, resolución de quejas, procedimientos disciplinarios y otras sanciones, alineado completamente con el Código de Ética y el Reglamento Interno de Trabajo. Todas las políticas y manuales institucionales, incluidas las de recursos humanos están disponibles para todos los colaboradores a través de la App "Héroes" y en la Intranet y son compartidas durante el proceso de inducción y periódicamente en las capacitaciones y refuerzos, así como, por correo electrónico.
  Es importante mencionar que, Fundación Paraguaya ofrece a todos sus colaboradores un seguro de vida básico privado sin costo y que cuenta en cada una de las oficinas con un circuito de cámaras de seguridad para proteger la integridad de sus colaboradores.

+ Las políticas de recursos humanos de Fundación Paraguaya cumplen con las leyes nacionales del trabajo. La institución no usa trabajo forzado o infantil y cumple con las leyes sobre el reclutamiento de menores de edad.
+ Fundación Paraguaya establece claramente en el Código de Ética, la misión, visión y valores institucionales; además, define los estándares de conducta profesional de sus colaboradores con la comunidad, el medio ambiente, los proveedores, el gobierno y la competencia. Asimismo, cuenta con un apartado específico sobre el acoso sexual, política de no discriminación y la definición del proceso de denuncia y sanciones aplicables evaluadas por el respectivo Comité de Ética de la Institución. El riesgo de discriminación hacia el personal o favoritismo por género, religión, familia u otros factores es bajo.
+ Fundación Paraguaya cuenta con la prohibición de manejar efectivo en campo por parte de los colaboradores, además cuenta con diferentes convenios suscritos con empresas auxiliares de recaudación (bocas de cobranza), contribuyendo a la mitigación de potenciales riesgos de manejo de efectivo.

Monitoreo del clima laboral

+ Fundación Paraguaya bianualmente realiza una encuesta de clima laboral. La encuesta de clima laboral (última realizada en 2021) ha sido desarrollada internamente por la institución y consta de 38 indicadores clasificados en 8 dimensiones que influyen en el comportamiento de los colaboradores. Del último estudio de clima laboral, se evidencia un 94% de satisfacción, superando resultados de períodos anteriores (91% en 2019 y 90% en 2020), evidenciando espacios de mejora en la dimensión de comunicación y condiciones de trabajo como: brindar herramientas de comunicación asertiva en los líderes de la institución y de las áreas, socializar el modelo de liderazgo, acompañar a los departamentos/oficinas en el cumplimiento de su plan de acción, etc. Las encuestas de clima laboral son completadas anónimamente a través de una plataforma digital, mientras que los resultados son analizados y compartidos con el equipo gerencial y sus colaboradores en general. Adicional, Fundación Paraguaya implementa el semáforo a nivel de colaboradores, siendo un espacio adicional de escucha y retroalimentación por parte del personal.

+ Fundación Paraguaya cuenta con un sistema de quejas formalizado a través de un buzón, correo electrónico, call center y la app para los colaboradores "Héroes", para que los empleados puedan expresar sus preocupaciones de manera confidencial. Adicionalmente, existe apertura para que los colaboradores pueden compartir sus preocupaciones con los gerentes de manera más personal.

Condiciones contractuales y beneficios

+ Todos los empleados tienen un contrato de trabajo. En general, el nivel de remuneración de los colaboradores se percibe en línea con el sector de las microfinanzas. Actualmente, se encuentra en proceso de actualización del estudio salarial con apoyo de una empresa externa (último realizado en 2017), y se han realizado ciertos ajustes a nivel de plana gerencial. La remuneración fija del personal es en base al mínimo legal. Además, para el personal de campo (oficiales y asesores de crédito) existe un sistema de incentivos con el cual pueden acceder a un salario variable mediante bonificaciones mensuales por concepto de cumplimiento de metas de alcance al cliente meta y cambio en la calidad de vida, el salario variable puede llegar a representar como máximo el 50% del salario total. Por otro lado, para la institución es importante el progreso y desarrollo de su fuerza laboral, a través de un plan de beneficios (salariales y no salariales) completo y variado: bonificación familiar (5% del salario mínimo legal vigente por cada hijo); anticipos salariales; promociones internas; reconocimientos por antigüedad; licencias por exámenes universitarios; capacitaciones; día libre por cumpleaños; tarjeta de Club de Clientes gratuita; planes celulares; seguro de vida y de accidentes personales. Adicionalmente, Fundación Paraguaya aplica la herramienta del Semáforo de la Pobreza y realiza un seguimiento del mapa de vida en sus colaboradores, a través de la Gerencia de Semáforo de Eliminación de la Pobreza y la aplicación "Héroes", estableciendo actividades que se enmarcan en el mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y la creación de diferentes estrategias como: apoyos financieros, facilitar la compra de notebooks a bajo costo, acceso a créditos con tasas especiales, Microfranquicias.

Evaluación, capacitación y desarrollo

+ Fundación Paraguaya cuenta con un buen sistema de capacitación del personal. Dos veces al año, se describen en el Plan de Capacitación Anual diferentes eventos internos y externos apropiados para sus funciones dependiendo en la necesidad de las áreas. En 2022, se ejecutó el 100% del presupuesto planificado para las capacitaciones, con un alcance de 4.950 horas de entrenamiento al 90% de los colaboradores que recibieron en promedio 3 días de capacitación; por otro lado, el enfoque del desarrollo de las habilidades fue del 46% en habilidades técnicas y 54% en habilidades blandas. Adicionalmente, Fundación Paraguaya cuenta con una plataforma de e-learning que considere tanto una metodología de aprendizaje y acompañamiento virtual y física. Por otro lado, la inducción al personal nuevo cubre las habilidades esenciales de cada puesto de trabajo. Para el 2023 el presupuesto asciende a PYG 250 millones (USD 35 mil). Es importante indicar que, la institución cuenta con una Escuela de Líderes (se realiza cada año), que son seleccionados de acuerdo al plan de carrera que considera parámetros especializados para capacitar y evaluar a dichos colaboradores alineados al Plan Estratégico.
+ Fundación Paraguaya establece realizar una evaluación de desempeño formal a todos los empleados dos veces por año: (1) conforme al formulario de evaluación - proceso normal que se realiza para todos los colaboradores y que considera un modelo de gestión por competencias; y (2) evaluaciones en el momento para correcciones en el rendimiento del personal - evaluaciones circunstanciales (no se realizan a todos los colaboradores). Los resultados son utilizados para alimentar el plan de capacitación, así como definir promociones y aumentos de sueldo. Las oportunidades de carrera se basan en criterios transparentes, que se pueden revisar en el Manual del Colaborador (resultados de evaluaciones, cumplimiento de valores, antigüedad, formación académica, etc.). Actualmente, Fundación Paraguaya no cuenta con planes de carrera formales para el personal, sin embargo, se encuentran informalmente definidos reemplazos temporales.

2.2 Protección al cliente

Diseño y sistema de distribución de los productos adecuados: Excelente
Prevención del sobre endeudamiento: Excelente
Transparencia: Excelente
Precios responsables: Adecuado
Trato justo y respetuoso: Excelente
Privacidad de los datos de los clientes: Excelente
Mecanismos para resolver quejas: Excelente

Diseño y sistema de distribución de los productos adecuados

+ Fundación Paraguaya analiza sistemáticamente la utilización de los productos y servicios que ofrece a sus clientes en cada uno de los programas. (1) En el programa de Microfinanzas, la institución cuenta con un amplio análisis sobre la colocación de cartera para comités de mujeres y créditos individuales, desagregada tanto por segmento, género, educación, estado civil, ubicación geográfica, producto, oficina, metodología de crédito, garantía y morosidad. La información de la cartera se monitorea de manera diaria, semanal, mensual y trimestral. (2) En el programa de Semáforo de la Pobreza, la institución analiza información de alcance del programa. Los resultados del semáforo aplicado a los clientes de Fundación Paraguaya se analizan por región, por oficina, por tipo de indicador, etc. al menos una vez al año. (3) En el programa Escuelas Agrícolas Autosostenibles, la institución identifica y analiza a posibles postulantes quienes deben provenir prioritariamente de entornos rurales y presenten bajos recursos económicos; además, realiza un seguimiento permanente de las familias de los estudiantes aplicando el Semáforo y ofreciendo servicios a través de Microfinanzas. La Fundación Paraguaya revisa al menos una vez al mes, las estadísticas de los productos y servicios que se ofrecen a través de los hoteles, productos lácteos, entre otros. (4) En el programa Educación Emprendedora, la institución busca promover el emprendimiento en niños, jóvenes y mujeres a través de diferentes programas en instituciones educativas. Los resultados se identifican por departamento, región, edad, género, etc. y su alcance es monitoreado permanentemente a través de la gerencia encargada.
  Adicionalmente, desde el Centro de Acompañamiento al Cliente (CAC) se realizan encuestas de satisfacción al cliente con periodicidad anual, mensual y trimestral y se enfocan principalmente en los productos y servicios que se ofrece a través del Programa de Microfinanzas. Así mismo, realiza mensualmente un análisis de encuestas de abandono y cancelación en cada una de las oficinas y por tipo de crédito, y las razones por las cuales clientes son inactivos.
+ Fundación Paraguaya analiza de forma sistemática la satisfacción de sus clientes; a través del Centro de Acompañamiento al Cliente, se realiza una evaluación mensual de satisfacción a clientes: comités de mujeres y clientes individuales, que se encuentran en mora no mayor a 30 días, desembolsos, clientes renovados, comités de mujeres en el primer ciclo, abandono del servicio y quejas y reclamos. Por otro lado, anualmente se realiza una encuesta general de satisfacción de clientes, en los diferentes productos y servicios ofrecidos (clientes de micro comercio, consumo, servicios, agricultura, ganadería, comité de mujeres, pequeñas empresas, micro industria y KIVA); en 2022, la encuesta de satisfacción tuvo una meta de alcance del 2,2% de clientes, es decir, 1.733 clientes; los principales resultados indican que el 89% de los clientes califican los servicios de la Fundación como Excelente y Muy Bueno, evidenciando espacios de mejora en la claridad para la concesión de préstamos y tasas de interés; adicional, el 98% de los encuestados manifestaron que recomendarían a otras personas los servicios de la institución y el 92% manifestó que renovaría su crédito. Por otro lado, respecto a los servicios del Club de Clientes el 70% indicaron que no lo utilizan y el 88% de los clientes tampoco utiliza la aplicación móvil de la Fundación. También se realizan encuestas de satisfacción a los clientes beneficiarios de los diferentes servicios que ofrece la Fundación; la encuesta realizada en 2022, identifica que el 81,6% de los clientes califica como Excelente y Muy buena la atención en el Hotel Cerrito; y según resultado de la encuesta de satisfacción realizada en 2022 para las Microfranquicias, el 92,1% de clientes califica la experiencia con el producto como Excelente y Muy buena. Se evidencia como un espacio de mejora, la incorporación en la encuesta de preguntas relacionadas con la satisfacción de las diferentes condiciones del crédito.
+ Ver sección 4.2 para el análisis de deserción de los clientes.

Prevención del sobre endeudamiento

+ El mercado paraguayo se caracteriza por registrar un nivel medio de sobreendeudamiento. El nivel de servicios de las microfinanzas en las áreas de operación y el índice de crecimiento de los competidores es razonable. El riesgo de sobreendeudamiento es mitigado en parte por la información que ofrece la central de riesgos. Adicionalmente, Fundación Paraguaya monitorea constantemente sus niveles de crecimiento y niveles de morosidad del sector financiero y de los diferentes sectores económicos en los que trabaja. Al contar con la Unidad de Monitoreo que realiza análisis de la coyuntura económica una vez al mes e información presentada por las demás gerencias de los programas; se ha podido identificar ciertas decisiones adoptadas especialmente para evitar el riesgo de sobreendeudamiento de sus clientes.
+ Fundación Paraguaya define en el Manual de Crédito el límite para la capacidad de pago de sus clientes de acuerdo al producto de crédito o tipo de actividad que desarrolle el cliente. Para el caso de microempresarios o pequeños empresarios con pagos de intereses y capital mensual, el límite máximo no deberá ser mayor al 60% del ingreso neto disponible familiar. Para el caso de asalariados, el límite máximo no deberá ser superior a 40% del ingreso neto. Para créditos con pagos de intereses mensuales y capital al vencimiento, para el pago mensual de intereses se considerará como límite máximo el 50% del ingreso neto disponible familiar, mientras que para el pago del capital al vencimiento el límite será de 60%. Para créditos con pagos de interés y capital al vencimiento, el límite máximo será de 60% del ingreso neto. Para Comités de Mujeres o Comités de Jóvenes el límite máximo disponible será de 80% del ingreso disponible, aunque justificado por el hecho de que se aplican garantías solidarias y son los miembros del grupo quienes aprueban la participación de cada miembro; si bien se formaliza, en la práctica se realiza un análisis de ingresos y gastos de cada una de las integrantes y se aprueba acorde lo mencionado, a potestad del grupo.
+ El análisis del flujo de caja individual de Fundación Paraguaya es bueno. La institución realiza un análisis del flujo de ingresos y gastos de sus clientes tanto para todos los miembros del comité de mujeres y clientes de crédito individual. Adicional al flujo del negocio, se consideran otros ingresos y gastos familiares, deudas vigentes en otras instituciones. El Oficial de Crédito deberá obligatoriamente realizar una visita en el domicilio particular y en el local donde funciona el negocio para confirmar la información proporcionada. Es importante señalar que, el análisis se realiza para cada ciclo del crédito.
+ El análisis de la capacidad de pago de los miembros del grupo es bueno. Fundación Paraguaya define en el Manual de Crédito el procedimiento para diligenciar los créditos para comités de mujeres urbanas y comités de mujeres rurales. Los grupos estarán conformados entre 15-30 mujeres. En el proceso de evaluación de los créditos, el Manual de Créditos establece que se debe visitar al menos al 50% de las integrantes del comité, sin embargo, la Asesora deberá realizar una evaluación socioeconómica a través de una encuesta a cada una de las integrantes durante las primeras reuniones con el grupo, con ello, la institución determina un análisis de ingresos y gastos; sin embargo, no es un factor decisivo para la aprobación del crédito, siendo este basado principalmente en el cumplimiento de los requisitos y políticas del crédito en cuanto a integrantes y montos a otorgar. Dentro del comité, las mujeres deciden la distribución del monto total del crédito; las asesoras deberán comunicar oportunamente al Comité si una de las integrantes no cumple con la capacidad máxima de endeudamiento (se considerará como máximo del ingreso disponible el 80% del mismo), siendo las integrantes del grupo las que aprueban la aceptación de dicha integrante en el grupo, recalcando en todo momento el concepto de garantía solidaria.

+ La calidad y cantidad de formación inicial y cursos de actualización de los Asesoras y Oficiales de Crédito son excelentes. Fundación Paraguaya ofrece a sus colaboradores permanentes y nuevos ingresos, un programa de inducción y reinducción que incluye el material de capacitación con un suficiente nivel de detalle. Los principales temas tratados son: la moral de pago, la primera entrevista, la verificación de la ficha de Informconf, verificación de otras referencias, el procedimiento para el análisis de clientes individuales y comité de crédito donde deberá identificarse el flujo de ingresos y gastos, niveles de aprobación de los crédito, etc.; así también incluye una capacitación práctica en cada una de las oficinas con el apoyo de personal con mayor experiencia. Todas las capacitaciones permanentes que responden a un Plan de Capacitación (virtuales y presenciales), organizadas desde la Gerencia de Desarrollo Organizacional y Gerencia de Microfinanzas. Por otro lado, a través de reuniones semanales en cada una de las oficinas se revisan las modificaciones a las políticas internas y demás temas de interés al proceso de crédito. Es importante indicar que, las políticas y actualizaciones se encuentran disponibles en la App Héroes y son de acceso general a todos los colaboradores de la institución y que se comunican por correo electrónico a todo el personal.
+ El sistema para revisar y reportar datos del cliente a través del buró de crédito es bueno. Fundación Paraguaya establece en su Manual de Crédito, la obligatoriedad de consultar el informe de la central de riesgos a todos sus clientes, tanto para solicitar créditos nuevos o realizar renovaciones. En el caso de comités de mujeres, la Asesora de Crédito debe informar a todas las integrantes el resultado de quienes tengan antecedentes negativos; en cada comité se podrá aceptar un máximo de 6 miembros con antecedentes negativos para solicitar el crédito. El informe de la central de riesgos es recolectado por la Recepcionista de Oficina, quien de manera inicial realiza la verificación de referencias y adjunta dicho documento al expediente, para continuar con el debido proceso. En Paraguay, existe disponible un servicio de buró de crédito (Informconf de Equifax).
+ Fundación Paraguaya presenta adecuados niveles de calidad de cartera. A dic-22, el indicador de CeR30 se ubica en 2,3%, con tendencia decreciente, principalmente ante la reactivación económica luego de la pandemia en 2020. Acorde información del Banco Central de Paraguay, el indicador de morosidad de entidades financieras es del 5,0% y de bancos 3,4%. La tasa de cartera reestructurada se ubica en 1,2%, mientras la tasa de cartera castigada en 2022 es de 4,0%, debajo del periodo anterior, aunque por encima de 2020. Se evidencia niveles relevantes de cartera en riesgo respecto a la cartera reestructurada (35,7% a dic-22, 41,4% a dic-21).
  Como principal medida de mitigación Fundación Paraguaya ha definido como límite en la Matriz de Riesgos un PAR30 no mayor al 3%. Cabe resaltar que, desde el área de Auditoría Interna se implementaron alertas adicionales de morosidad por producto, metodología crediticia y por totalidad de la cartera; se ha establecido un ranking de oficinas para detectar aquellas que presentan menores niveles de productividad y eficiencia y se realiza visitas periódicas para su mejora continua.
+ Los incentivos para el personal y las metas de productividad de Fundación Paraguaya valoran tanto el cumplimiento de metas de clientes (crecimiento de cartera y crecimiento de clientes), la morosidad y el incremento en la provisión, de acuerdo a los parámetros previamente definidos en la política interna, contribuyendo a la prevención del sobreendeudamiento. Respecto a la última actualización realizada en jul-22, si bien no existe un límite para el pago de la comisión relacionado al volumen de cartera, Fundación Paraguaya ha establecido un monto máximo para el pago de la comisión. Adicional, existe como mencionado anteriormente, un control adicional para verificar las posibles ventas agresivas. Finalmente, gracias al seguimiento constante de la Gerencia de Microfinanzas, Auditoría Interna y la Unidad de Monitoreo se puede detectar y mitigar casos de fraude, maltrato al cliente, ventas agresivas y sobreendeudamiento.

Transparencia

+ La liquidación de crédito y el contrato que reciben los clientes incluyen todas las condiciones de los préstamos: monto de préstamo, interés nominal y comisiones (en monto), tasa de interés anual (TIA, aunque no incluye todos los componentes del costo para acceder al crédito), costo total del préstamo en monto, fecha de desembolso y plazo del crédito, tabla de amortización (con montos de capital e interés por cada pago), productos vinculados (Club de Clientes), consecuencias de atraso en los pagos y gastos de cobranza. La liquidación de crédito también incluye una tabla de amortización. La liquidación de crédito para comités se podría completar incluyendo el monto del capital y el interés en las cuotas de cada integrante. Cabe indicar que mensualmente se emiten las nuevas disposiciones de tasas y tarifas para el mes, lo que es publicado y expuesto visiblemente para los clientes en las oficinas de la Fundación.

- El índice de transparencia de la institución, que representa un promedio ponderado del índice de transparencia de los dos principales productos de crédito: Comité de Mujeres y Microempresa (representan el 91,7% de la cartera), es bajo (45), implicando una diferencia significativa entre la tasa de interés nominal divulgada a los clientes y la tasa de interés efectiva calculada según los estándares internacionales (Metodología MFT), debido principalmente a los componentes adicionales del costo para acceder al crédito (el microseguro obligatorio de deuda, gastos administrativos y Club de Clientes). Se menciona además que estos costos se redistribuyen en parte a sus clientes a través de los distintos programas de educación que se otorgan de manera gratuita, además de que los servicios adicionales incluidos son beneficiosos para los clientes y presentan un buen nivel de uso y satisfacción por parte de estos.

Precios responsables

+ La TAE para los dos principales productos de Fundación Paraguaya (comités de mujeres y microempresa) es 53,2%, con una tasa mayor para comités que para microcréditos (de 60,3% y 42,8% respectivamente). La tasa TAE para ambos productos incluye: tasa de interés; microseguro obligatorio de deuda; Club de Clientes; gastos administrativos; e IVA de 10% sobre los gastos adicionales al crédito: Panal Seguros + Cuota Social + Gastos Administrativos + Interés + Redondeo. La tasa es mayor a sus pares regionales (región ALC 43,3% y América del Sur 35,2%). Es importante indicar que, Fundación Paraguaya para mejorar la transparencia y responsabilidad de precios, en 2022 cambió de una tasa flat a una tasa sobre el saldo decreciente de capital en su producto comité de mujeres evidenciando el compromiso con sus clientes meta. Acorde las tasas nominales, la institución se rige acorde lo establecido por el Banco Central de Paraguay.

La diferencia entre la TAE de Fundación Paraguaya y sus pares regionales está justificada por el crédito promedio otorgado limitado (USD 319), el cual muestra una tendencia decreciente; la metodología banca comunal (75,5% de sus clientes); el beneficio de Club de Clientes que incluye atención médica básica y otros beneficios; el seguro de desgravamen; la aplicación y seguimiento del semáforo que conlleva mayores gastos, así como, los servicios complementarios de educación que reciben como parte de la metodología de banca comunal.

Ver sección 1.2 para la alineación de la rentabilidad con la misión.

Productos de crédito	Tasa de interés anual prom. (TIA) [1]	Índice de transparencia promedio [1]	Prestatarios activos	Cartera activa	Saldo promedio préstamo USD [2]	Saldo de préstamo / INB pc [2]
Comité Mujeres (Banca Comunal)	60,3%	50	77,1%	54,8%	186	3%
Microempresa	42,8%	37	18,6%	36,9%	518	9%
Fundación Paraguaya	**53,2%**	**45**	**95,7%**	**91,7%**	**261**	**5%**

Metodología MicroFinance Transparency: Pricing analysis tool. [1] Productos de crédito principales que juntos constitutyen >70% de la cartera (anexo 4). [2] Los datos en la línea de Fundación Paraguaya se refieren a la cartera total.

Trato justo y respetuoso

+ El Manual de Crédito indica específicamente los procedimientos que se deben seguir para la gestión de la mora de créditos individuales y grupales. Estos procedimientos especifican la acción a seguir por tramo de atraso. Asimismo, se detallan las prácticas inapropiadas: agresión física, uso de palabras ofensivas o lenguaje abusivo, compartir información con terceros sobre la situación morosa del cliente con el fin de avergonzarlo, contacto a horas inadecuadas, entrar a la casa o incautar bienes sin consentimiento del cliente o sin una orden judicial, privar al cliente de los activos básicos para su supervivencia. El personal de campo y de cobranza recibe periódicamente capacitaciones respecto al seguimiento y se repiten las prácticas inapropiadas de gestión de mora.

+ Fundación Paraguaya cuenta con una política interna que define los créditos reestructurados y refinanciados, donde establece los lineamientos de evaluación de créditos y análisis de las condiciones de otorgamiento de este tipo de créditos. Fundación Paraguaya establece en su política interna las normas generales para que un cliente pueda acceder a un refinanciamiento, por ejemplo: (1) disminución en las ventas mayor al 40%; (2) Robo o asalto, sufriendo daños importantes que afecten al ingreso del negocio; (3) Problemas de salud del titular o algún familiar cercano; (4) Muerte de un familiar cercano; (5) Incendio de la vivienda o local comercial; y (6) Problemas ocasionados por desastres naturales, tales como inundación, sequías, otros. Es importante indicar, que la Fundación también otorgó medidas específicas debido a la contingencia por pandemia, como una medida de alivio financiero para sus clientes, lo que conllevó en implementación de políticas específicas. A dic-22, la cartera reestructurada es de 1,2%, mientras que ya no se cuenta con cartera COVID-19.

+ Fundación Paraguaya establece procedimientos internos para detectar incumplimientos al Código de Ética, Código de Conducta y/o Reglamento Interno que afecten la relación con el cliente: (1) Los auditores internos realizan preguntas específicas sobre el trato recibido por el personal de la institución durante las visitas en campo, pudiendo descartar casos de fraude o falsedad en la información reportada en los formatos de solicitud del crédito y el trato adecuado a los clientes. (2) Análisis de las quejas y sugerencias, se puede detectar cualquier incumplimiento a la norma interna o mal comportamiento del personal operativo, la misma que también es controlada y revisada por parte de Auditoría Interna mediante la revisión de una muestra de casos de quejas. (3) A través de las encuestas de satisfacción del cliente (llamadas telefónicas) por parte del CAC. (4) Visitas de campo por parte de los Gerentes de Oficina con adecuada frecuencia. Existen evidencias de las medidas tomadas en casos de incumplimientos de políticas, por ejemplo: amonestaciones verbales y terminaciones de contrato.

Privacidad de los datos de los clientes

+ Fundación Paraguaya requiere siempre el consentimiento del cliente en diferentes momentos del proceso crediticio: (1) En la solicitud de crédito a través de un formulario en el que debe constar la firma del cliente, el garante y/o el conyugue; (2) En el proceso de desembolso durante la firma del contrato de crédito en donde se establece un apartado específico sobre el consentimiento para obtener y solicitar la información las veces que considere necesario y siempre y cuando sea en beneficio del cliente. Además, en la solicitud de crédito se pide la autorización del cliente para reportarlo al Informconf en caso de que tenga un atraso mayor a 90 días. Esta autorización también está contenida en el contrato de crédito. Se requiere el consentimiento escrito del cliente para el uso de información o fotografías en anuncios publicitarios, material de mercadeo, etc. En el momento del desembolso se tiene que asegurar que los clientes entiendan que su información o imagen puede ser compartida con terceros que asisten en algún servicio o tienen alianza con Fundación Paraguaya.

Mecanismos para resolver quejas

+ Fundación Paraguaya ofrece varios canales para presentar quejas: buzón de quejas y reclamos en cada una de las oficinas (buzones virtuales que recogen las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias a través de tablets con mensajes de voz, si el cliente así lo decide), Call Center, correo electrónico dedicado a la resolución de quejas y sugerencias, redes sociales, WhatsApp y un formulario a través de la página web, los cuales aseguran que los clientes puedan presentar quejas a través de alguien que no sea su principal punto de contacto, por ejemplo: el Asesor u Oficial de Crédito, Secretaria/Recepcionista, Abogados o Gerente de Oficina. Cabe indicar que, Fundación Paraguaya centraliza la gestión de quejas y reclamos de sus clientes respecto a los proveedores externos; si un cliente tiene una queja o reclamo se presenta directamente a la institución en cualquiera de los canales disponibles. Adicionalmente, los mecanismos que ofrece Fundación Paraguaya para la presentación de quejas se adaptan a las necesidades y preferencias de los clientes y son de fácil acceso.
+ Fundación Paraguaya comunica oportunamente a sus clientes sobre los mecanismos para colocar una PQRS, tanto en el material promocional entregado al momento del desembolso, como durante el proceso de promoción del crédito a través de las capacitaciones por parte de las Asesoras y Oficial de Crédito. Los clientes reciben un flyer con la información de los diferentes canales para quejarse. Adicionalmente, la Secretaria/Recepcionista en cada oficina, comunica a todos los clientes en el proceso de desembolso los mecanismos para presentar una queja. Por otro lado, si un cliente se acerca a las oficinas y quiere presentar una queja, la Secretaria/Recepcionista le indica el procedimiento detallado para colocar una queja a través del buzón virtual o le establece la oportunidad de comunicarse por otro medio, si es necesario. Fundación Paraguaya dispone entre sus lineamientos que todas las oficinas deben incluir un sitio visible y bien ubicado para para presentar una queja a través del buzón virtual.

2.3 Índice verde y responsabilidad social comunidad

Manejo de riesgos medioambientales: Bueno
Productos medioambientales: Excelente
Políticas de protección a la comunidad: Excelente
Proyectos para la comunidad: Excelente

Índice verde

+ La estrategia ambiental de Fundación Paraguaya es adecuada. Fundación Paraguaya incluye dentro de su misión el enfoque de sostenibilidad económica y ambiental, contando para ello con los distintos programas y proyectos relacionados con la generación de impacto social y ambiental. Los miembros del CdA poseen relevante experiencia en la gestión de riesgos ambientales y sociales, incluyendo la participación en programas de acceso al agua y acción climática, conservación del medio ambiente, y en general, en la participación en los distintos programas sociales de la Fundación. La institución establece en su Plan Estratégico 2023-2027 como uno de sus valores, que todos los proyectos que ejecute deben ser sostenibles ambientalmente, es decir, que buscan cuidar el medio ambiente y mejorarlo. La institución cuenta con una Política de Responsabilidad Ambiental (última actualización jul-17) que establece el marco de referencia y define los principios, directrices, responsabilidades y oportunidades ambientales y sociales; aunque su actualización se evidencia como un aspecto de mejora. Por otro lado, si bien dicha Política establece que la Gerencia General deberá nombrar a un Coordinador Ambiental, a la fecha de elaboración de este informe se encuentra acéfala, aunque las actividades se gestionan a través de la Gerencia de Programas. Así también, Fundación Paraguaya cuenta con las siguientes políticas: Política de selección y reciclaje interno de residuos (2011), Política de recolección de pilas (2011), Política Cuido mi Ambiente (2016) y la Política de eventos con responsabilidad ambiental (2019).
La información relacionada a las actividades que se realizan desde los diferentes programas es comunicada a los miembros del CdA a través de los diferentes comités, en el informe anual de actividades y a través de la memoria institucional.

+ El manejo de la huella ecológica interna de la organización es muy bueno. La entidad cuenta con distintas actividades para fomentar la optimización de los recursos, incluyendo campañas de sensibilización para el personal y de reciclaje. Además, las escuelas agrícolas cuentan con licencias ambientales del gobierno de Paraguay, abarcando la implementación del programa de Bachillerato Técnico Medioambiental (Dirección General de Control de la Calidad Ambiental y de los Recursos Naturales), cumpliendo con una adecuada gestión de la calidad y protección ambiental. Por otra parte, se destaca la implementación de concursos e iniciativas del programa de educación emprendedora con temáticas en protección del medio ambiente: eco-emprendedores, "jugando por el medio ambiente". Sin embargo, la institución todavía no ha establecido métricas para la definición del riesgo ambiental interno, aunque se destaca la implementación del semáforo ambiental como iniciativa para el mejoramiento de la calidad ambiental de las comunidades.
+ El monitoreo del riesgo ambiental de la cartera de crédito se percibe adecuado. Fundación Paraguaya define categorías de riesgos ambientales y sociales , contando con formatos de evaluación de riesgos ambientales y sociales para créditos grupales (comités de mujeres) e individuales. Se generan reportes de la cartera total y por días de mora respecto a los riesgos climáticos y sociales identificados por la institución. Existen cláusulas establecidas por los financiadores que especifican ciertas actividades que la Fundación no debe realizar para cuidar el medio ambiente, además, dentro del manual de crédito, se incluye un listado general de exclusión de actividades no financiables. Por otro lado, si bien no está definido formalmente en la política de crédito, es una práctica común que, al detectarse algún caso de mayor criticidad de riesgo ambiental, la institución solicite estudios de impacto ambiental y si es necesario, un plan de mejora.
+ Fundación Paraguaya ofrece productos específicos de préstamos verdes dedicados a financiar actividades que promueven el cuidado del medio ambiente, por ejemplo: el producto de crédito KIVA - relacionado a financiamiento a comunidades indígenas para reforestar los bosques con eucalipto, con 10 años plazo y garantizando que la empresa comercializadora de las plantas ofrezca asistencia técnica a las familias indígenas; así mismo, se cuenta con un crédito especial para financiar la adquisición de cocinas eficientes a las familias cuyas necesidades han sido identificadas mediante el Semáforo de Eliminación de la Pobreza; a dic-22, se han registrado un total de 163 operaciones de crédito, aunque menor al registrado en períodos anteriores (a oct-20 con 786 operaciones, en 2019 con 350 operaciones); y, cuentan con un programa dirigido a grupos de personas de una misma comunidad que representan a las denominadas Juntas de Saneamiento para procurar mediante el asesoramiento de la fundación y la aplicación del Semáforo de la Pobreza la atención de necesidades básicas por parte de las autoridades (a dic-22, se generó 18 créditos a Juntas de Saneamiento conformadas por un grupo de al menos 10 familias).

+ La institución proporciona servicios no financieros verdes significativos a los clientes en forma de sensibilización sobre el riesgo ambiental (exhibición de carteles en las agencias sobre la responsabilidad ambiental), de capacitación en prácticas o negocios respetuosos con el medioambiente tanto a nivel de Microfinanzas y Escuelas Agrícolas (capacitaciones a los comités de mujeres sobre cuidado del medio ambiente y prácticas ambientales sostenibles), la enseñanza y aplicación de prácticas agropecuarias relacionados con el cuidado medioambiental en las Escuelas Agrícolas; y en la organización de eventos para diseñar ideas innovadoras de cuidado con el medio ambiente y concursos que involucran alianzas con instituciones estratégicas desde la Gerencia de Educación Emprendedora con temáticas en protección del medio ambiente: eco-emprendedores, “jugando por el medio ambiente”; sin embargo, se evidencia como un espacio de mejora la consolidación de las estadísticas de alcance respecto a los servicios no financieros verdes que ofrece la institución. Finalmente, la institución ha implementado en 2022 el "semáforo ambiental" cuyo objetivo es promover hábitos proambientales a través de la teoría de cambio del Semáforo de Eliminación de Pobreza en el contexto medio ambiental, está compuesto por cinco dimensiones; cada una de ella dividida en indicadores informativos que poseen elementos que permiten medir la situación en diferentes niveles, el semáforo (rojo, amarillo y verde) muestra los hábitos que generan mayor o menor daño al medio ambiente y que a su vez son: Adaptables: ya que reflejan las características del contexto local. Accionables: Existen acciones que la familia puede realizar para influenciar el estado de cada indicador y así iniciar su camino hacia el verde. Entendibles: Los indicadores se presentan con términos sencillos y comprensibles al contexto local. Alcanzables: Cada indicador muestra una situación mínima deseable que la familia puede lograr.

Responsabilidad Social hacia la comunidad

+ Fundación Paraguaya cuenta con manuales y procedimientos para la prevención del lavado de dinero. La Gerencia de Finanzas y Administración funge como Oficial de Cumplimiento, asumiendo funciones de monitoreo de las actividades pertinentes acorde regulación local (Secretaría de Prevención de Lavado de Dinero o Bienes- SEPRELAD). Fundación Paraguaya cuenta en su Manual de Crédito una lista de exclusión de actividades perjudiciales para la comunidad, alineándose a lo establecido en la Ley 294/93, Art. 7; adicional, la institución ha establecido que las actividades de deforestación, curtiembre y estaciones de servicio podrán ser financiadas si presentan estudios de impacto ambiental y si poseen un plan de mitigación ambiental de acuerdo a lo establecido en la norma.

+ Fundación Paraguaya cuenta con distintos proyectos sociales que impactan a la comunidad a través de los programas de educación emprendedora, escuelas autosostenibles y semáforo de eliminación de pobreza, por ejemplo, las capacitaciones y talleres dirigidos a la comunidad en general: 16.665 niños capacitados en la gestión de ahorros; 809 emprendedoras de diferentes ciudades capacitadas sobre el uso de la tecnología para comercialización de sus productos, marketing digital, educación financiera y técnicas de venta ("Rompiendo esquemas" alianza con USAID); beneficios ofrecidos desde el Club de Clientes (descuentos en comercios, sorteos mensuales de electrodomésticos, estadías en hoteles, cobertura de sepelio, acceso gratuito a servicios médicos y funciones de cine); el concurso "Chipa Apo" donde participaron 351 personas a nivel nacional; el concurso "Qué lindo tu pesebre" donde participaron 180 personas a nivel nacional; el impacto del programa la "Educación como erradicación de la pobreza" con la participación de 11.004 alumnos de colegios; 28.524 personas beneficiadas del programa "Junior Achievement"; 280 jóvenes participantes del foro de emprendedores; 13.072 alumnos inscritos en las Olimpiadas del Semáforo; etc. Es de indicar que, existen diferentes aplicaciones del Semáforo de la Pobreza, del Semáforo Ambiental y del Semáforo Educativo tanto para clientes, colaboradores y comunidades, así como para otro tipo de organizaciones públicas y privadas dentro y fuera del mercado paraguayo (Estados Unidos, Ecuador, Sudáfrica, Rumania, etc.) permitiendo alcanzar a un nivel importante de familias de diferentes sectores (empresarial, educativo, etc.). Adicional, programa del Semáforo de Eliminación de la Pobreza en co-creación con IMAGO ha desarrollado un modelo de intervención comunitaria que consta de una ruta de acción orientada a la participación y formación en la metodología del semáforo a actores de la sociedad civil (líderes comunitarios) que permitió establecer un mapa de salida de la pobreza comunitaria. En 2022, se certificaron 388 embajadores (líderes) y se implementó el semáforo a 2012 familias en 13 municipios.

3. Alcance

3.1 Áreas de operación

Cobertura geográfica: Excelente
Alineación de la profundidad del alcance geográfico con la misión: Excelente

Regiones de operación	Pobreza	Fundación Paraguaya	
		Prestatarios activos	Cartera activa
Capital	13,1%	0,3%	2,6%
Central	13,2%	31,3%	32,9%
Cordillera *	22,9%	5,4%	5,2%
Misiones *	42,5%	2,5%	2,5%
Itapúa	33,4%	8,6%	7,8%
Alto Paraná	21,2%	6,6%	5,5%
Presidente Hayes *	33,4%	1,5%	1,8%
Caaguazú	39,9%	12,5%	10,9%
Paraguarí *	29,9%	7,4%	8,6%
San Pedro	38,7%	8,9%	8,0%
Ñeembucú *	40,6%	2,9%	2,7%
Guairá *	44,4%	3,2%	3,0%
Concepción *	45,3%	3,0%	3,2%
Canindeyú *	46,9%	3,3%	3,0%
Caazapá	39,1%	2,6%	2,3%
Total, Fundación Paraguaya		**100%**	**100%**
Operaciones urbanas		54,6%	62,8%
Operaciones rurales		45,4%	37,2%
Total, Paraguay	**24,7%**	**Paraguay, población**	
Urbano	19,5%	62,2%	
Rural	33,8%	37,8%	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), Encuesta Permanente de Hogares 1997/98 - 2016, Encuesta Permanente de Hogares Continua 2017 - 2022.
(*) última data reportada al segundo semestre 2020.

+ La amplitud de la cobertura geográfica es muy buena. A dic-22, Fundación Paraguaya cuenta con una red de 25 agencias a nivel nacional, cubriendo el 88,2% de los departamentos en el país, con presencia física en 15 de los 17 departamentos de Paraguay. En el 2022, se realizó la apertura de la oficina en la ciudad María Auxiliadora, mientras que no se prevén nuevas aperturas para el 2023, aunque el plan estratégico contempla 5 nuevas oficinas a nivel nacional hasta el 2027.
+ El alcance a las áreas más pobres del promedio nacional es bueno, el 56,4% de los prestatarios activos de la Fundación se encuentran en departamentos por encima del nivel nacional de pobreza.
+ La cobertura de áreas rurales, con una mayor concentración de población financieramente excluida y con mayores niveles de pobreza, es muy grande; el porcentaje de las operaciones rurales de la Fundación (45,4%) se encuentra por encima del porcentaje de población rural en Paraguay (37,8%).

3.2 Clientes alcanzados

Amplitud de alcance: Bueno
Alineación de la profundidad del alcance con la misión: Excelente

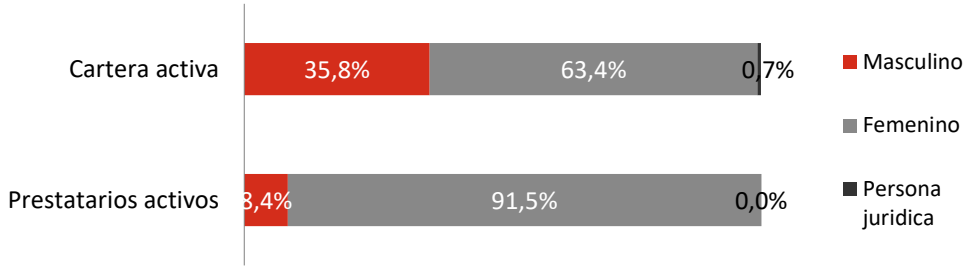
Fundación Paraguaya	ene.-20 dic.-20	ene.-21 dic.-21	ene.-22 dic.-22
Prestatarios activos	65.779	73.560	79.945
Cartera bruta, USD	20.435.703	20.342.419	20.891.212
Sucursales	24	24	25
Crecimiento en cartera activa	-4,4%	-1,0%	9,4%
Crecimiento en prestatarios activos	-3,2%	11,8%	8,7%

+ La amplitud de alcance indicada por el número de prestatarios comparado con el promedio regional es grande. A dic-22, la institución cuenta con 79.945 prestatarios activos, por encima del benchmark de instituciones de microfinanzas de la región (LAC: 65.959, fuente: MFR).
+ El número total de prestatarios es alto comparado con el mercado local. A dic-22, el promedio de prestatarios activos de 32 instituciones que reportan al Banco Central de Paraguay (bancos, financieras y otros) es de 71.178; menor al registrado por la Fundación en el mismo período.
+ El crecimiento promedio anual de prestatarios entre ene20-dic22 alcanzó 5,8%, superior al crecimiento promedio de prestatarios que reportan al Banco Central de Paraguay (0,8%) en el mismo período.
+ Fundación Paraguaya desde 2021 presenta nuevamente un crecimiento a nivel de prestatarios, ante un escenario de reactivación post pandemia, aunque en el 2022 el crecimiento es ligeramente inferior al observado en el periodo anterior.

Alineación de la vulnerabilidad social y perfil de hogares con la misión

+ El alcance a los hogares con un nivel de educación bajo es bueno. Debido a que la base de datos de las encuestas socioeconómicas muestra que la porción de clientes que no terminaron la primaria fue de 36,0% en 2022; mientras que de las últimas estadísticas reportadas por el INE (2019), el promedio de años de estudio de la población mayor a 25 años fue de 9,2 años, por lo que se puede deducir que en general, la población en Paraguay termina la primaria que actualmente consta de 9 años de duración.
+ El alcance hacia hogares con características demográficas vulnerables es bueno, en base a los datos disponibles. A dic-22, el 28% de los clientes de Fundación Paraguaya son menores a 30 años, evidenciando que el 72% corresponde a clientes de 30 años en adelante. Según información proporcionada por la institución, el 0,05% de la cartera está conformada por clientes con capacidades especiales y el 0,03% son clientes que tienen a su cargo una persona con discapacidad. Por otro lado, el 0,4% de la cartera representa a clientes que pertenecen a la comunidad indígena. Es importante mencionar que, el programa de Microfinanzas cuenta con un metas de colocación de cartera en clientes indígenas y con capacidades especiales, siendo parte del cliente objetivo de la institución.
+ El alcance hacia las mujeres es muy bueno, en base a los datos disponibles. La porción de clientes mujeres es significativamente mayor del promedio nacional y regional (54,0% en LAC y 42,3% en Paraguay, según benchmark de MFR); 91,5% de los prestatarios activos de la Fundación son mujeres. Es importante mencionar que, el enfoque de género no se incluye formalmente en la declaración de la misión institucional, Fundación Paraguaya cuenta con productos de crédito específicos para mujeres (comité de mujeres), programas de capacitación, concursos dirigidos, etc.

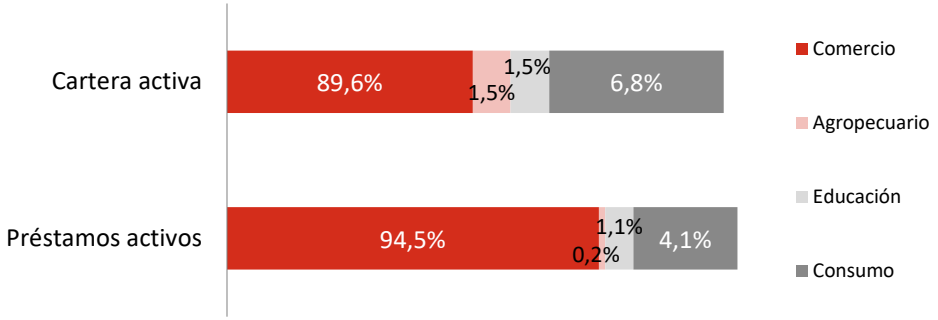
dic.-22 **Género**



Actividades financiadas

+ La alineación entre el tipo de actividades financiadas y la misión es buena: la porción de préstamos que financian actividades generadoras de ingresos es muy elevada (94,8% a dic-22) y se ubica significativamente por encima de la media de otras instituciones similares en la región (71,0% para LAC, según benchmark de MFR). La cartera de créditos de consumo es baja (6,8%) y cuenta con un límite interno de 15%, mientras que el destino comercio ocupa 89,6% de la cartera total. El 54,8% de la cartera es destinada a comités de mujeres enfocada a promover el potencial emprendedor, por ejemplo a través de Microfranquicias.

dic.-22 **Actividades financiadas**



dic.-22 **Destino de los créditos productivos**

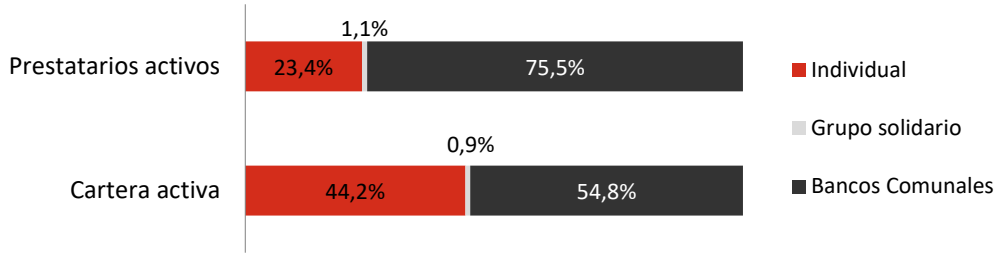
Pobreza económica

+ El alcance hacia la población en condición de pobreza es muy bueno y denota una buena alineación con la misión. En 2021, el 38,0% total de clientes se encuentran bajo el umbral de pobreza nacional, de acuerdo a la última información disponible de Fundación Paraguaya, evidenciando un menor alcance respecto al registrado en la encuesta realizada en 2019 (66,0% de los clientes) y a sep-20 (el 71,0% de los clientes). Por otro lado, es importante indicar que en 2022, los resultados de la aplicación del Semáforo de la Pobreza a los clientes del programa de microfinanzas muestran que, 3.716 familias de las 5.077 presentaron resultados de mejora en los niveles de pobreza, donde el 35% de las familias que reportó verdeo entre 3 a 8 indicadores y el promedio de indicadores en rojo y amarillo se redujo de 7,7% (1,5% indicadores en rojo y 6% indicadores en amarillo) a 4,4% (0,7% indicadores en rojo y 4% en amarillo).

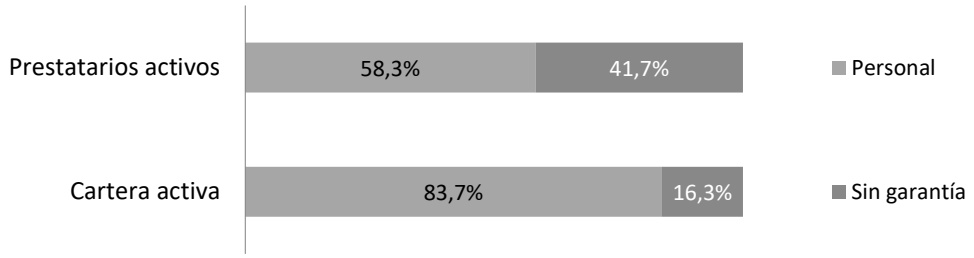
Vivienda y activos

+ El alcance hacia hogares que no poseen tierra y casa es adecuado y menor al promedio nacional: a dic-22, el 22,0% de los clientes de Fundación Paraguaya cuentan con vivienda propia o prestada, mientras que, a nivel de Paraguay, el porcentaje de hogares que cuentan con vivienda propia a 2021 es de 71,5%, según información estadística presentada por el INE.
+ Fundación Paraguaya actualmente no cuenta con garantías reales para su cartera de créditos. La cantidad de préstamos cubiertos por garantías solidarias sugiere que la mayoría de los clientes no son necesariamente propietarios de activos de valor elevado.

dic.-22 Metodología de crédito



dic.-22 Garantía*



*Estimación basada en el desglose por producto de crédito

Acceso a los servicios financieros

+ A dic-22, de acuerdo a información presentada por Fundación Paraguaya, el alcance hacia personas financieramente excluidas (clientes sin acceso previo a servicios financieros formales) es de 19,0%; está alineado al promedio nacional (18,5% según benchmark de MFR), aunque menor al promedio regional (52,5% para LAC, según benchmark de MFR). Además, a dic-22 el porcentaje de prestatarios activos en zonas rurales representan el 45,4% y el porcentaje de la cartera de crédito en zonas rurales representan el 37,2%; mientras, el porcentaje de cartera colocada en la metodología de banca comunal es del 54,8% (cartera representada por mujeres que disponen o no de una actividad económica fija y no cuentan con garantías reales dificultando su acceso a servicios financieros formales), lo que sugiere un buen alcance hacia la población financieramente excluida. Por otro lado, cabe indicar que el alcance a la población financieramente excluida no forma parte de los objetivos sociales de la institución de manera explícita, no obstante, al buscar atender población en condición de pobreza se prevé eliminar su pobreza multidimensional que incluye este aspecto.

Tamaño del préstamo y del ahorro

+ A dic-22, el saldo promedio por crédito es pequeño (USD 261), representando el 4,6% del INB per cápita, indicando un alcance a un tipo de clientes de nivel bajo, en línea con los objetivos sociales de la entidad. El producto de Comité de Mujeres, que representa la mayor parte de prestatarios, tiene un crédito promedio especialmente bajo (USD 186). Adicionalmente, se evidencia un decrecimiento en el saldo promedio de crédito en el último año, en línea con la estrategia adoptada por la Fundación.

Tamaño del préstamo	dic.-20	dic.-21	dic.-22
Saldo promedio de préstamo, USD	311	277	261
Préstamo otorgado promedio, USD	338	335	319
Préstamo otorgado promedio ($PPA)	582	572	581
Crecimiento saldo del préstamo promedio[1]			-4,0%

[1] Crecimiento anual promedio de los tres últimos años.

Tamaño de préstamo por producto	Saldo de préstamo promedio, USD	Saldo de prestamo[1] / INB pc	Crecimiento de la cartera[2]
Comité Mujeres (Banca Comunal)	186	3,2%	6,3%
Consumo	438	7,6%	9,3%
Agropecuario	1.438	25,0%	46,4%
Microempresa	518	9,0%	13,4%
Total	**261**	**4,6%**	**9,4%**

[1] Por prestatario. [2] Último periodo.

4. Calidad de los servicios

4.1 Variedad de los servicios

Variedad de los tipos de servicios: Bueno
Variedad de los servicios para las diferentes necesidades de los clientes: Excelente

Variedad de los tipos de servicios:

+ Fundación Paraguaya ofrece productos de crédito, seguros y servicios no financieros a sus clientes, mientras que los ahorros y otros servicios financieros (leasing, factoring, transferencia de dinero y servicios de pago) no se ofrecen debido a su forma legal.

  Aunque la entidad no ofrece servicios de ahorro dada su forma legal, en el caso de Comités de Mujeres (banca comunal), la Fundación incentiva adquirir una cultura de ahorro a través de capacitaciones y acompañamiento durante el primer ciclo del crédito, para finalmente solicitar la constitución de un ahorro obligatorio a partir del 2do ciclo que corresponde al 10% del monto solicitado. Este ahorro debe ser depositado en una entidad financiera y es fiscalizada por Fundación Paraguaya periódicamente. Por otro lado, desde el 2do ciclo, el Comité de Mujeres debe constituir de manera paralela un fondo común del 3% del crédito, a cargo de una persona designada por el Comité y sirve para realizar actividades grupales. Cabe mencionar que, estos fondos pueden ser utilizados o retirados en cualquier momento por las integrantes del Comité; además, se evidencia que estos fondos pueden ser utilizados para cubrir cuotas en casos de mora.

+ Fundación Paraguaya ofrece a sus clientes dos opciones de seguros: el seguro obligatorio de deuda (seguro de desgravamen) y un seguro voluntario a través del Club de Clientes que incluye: un seguro de sepelio y un seguro médico básico. El seguro obligatorio de deuda se ofrece a través de una colaboración con una empresa autorizada de seguros (Panal Seguros), mientras que el seguro voluntario se ofrece directamente por la Fundación Paraguaya. Mientras que, el Club de clientes cuenta con descuentos en consultas médicas, pruebas y análisis de laboratorio, club de beneficio de clientes (descuentos en determinados comercios, descuentos en entretenimiento, entre otros), etc.

Variedad de los servicios para las diferentes necesidades de los clientes:

+ Fundación Paraguaya ofrece una amplia gama de productos y servicios que cubren las necesidades de los clientes. Los clientes tienen varias opciones para cumplir con las necesidades financieras de su hogar y de su negocio mediante créditos con características apropiadas para financiar capital de trabajo, activo fijo, actividades agropecuarias (con pago al vencimiento), eventos familiares como bodas y funerales, educación y salud, para la adquisición de cocinas eco eficientes y de las Juntas de Saneamiento o Aguaterías; así como, créditos educativos (Credicolegio para instituciones educativas y Crediestudio para alumnos). Los créditos para también van dirigidos a sectores vulnerables de la población como personas con discapacidad, población indígena, etc. Además, la oferta de productos de crédito de la institución incluye diferentes frecuencias de pago: semanal, quincenal, mensual, bimestral, trimestral, semestral, o al vencimiento, mismos que son establecidos de acuerdo al monto y destino del crédito. Adicionalmente, la institución ofrece servicios no financieros como: educación financiera y formación en emprendedurismo, ventas y microfinanzas, participación del Semáforo de Eliminación de Pobreza y sus distintas variaciones, el modelo de Microfranquicias, beneficios del Club de Clientes (descuentos en casas comerciales, funciones de cine, hospedaje, sorteos, etc.), entre otros.

+ Los productos y servicios cubren las necesidades de los clientes frente a emergencias comunes. Los clientes tienen varias opciones para manejar shocks en su flujo de caja como refinanciación (se otorga un nuevo crédito para cancelar la deuda vigente, esto se aplica a créditos que ya están en mora), reestructuración (el cliente se encuentra al día pero no puede seguir pagando la misma cuota), ahorros promocionados por la Fundación en la cuenta bancaria del Comité de Mujeres, fondos del Comité de Mujeres accesibles en situaciones de urgencias y servicios de seguros (seguro de desgravamen y Club de Clientes). Es importante indicar que Fundación Paraguaya aplicó diferentes estrategias alineadas a las necesidades de sus clientes para mitigar los efectos de la pandemia por COVID-19, como nuevos niveles de moratoria y acuerdos de pago para sus clientes: período de gracia en el pago del capital (solo pago de interés), refinanciaciones y/o reestructuraciones.

4.2 Adecuación de los servicios

Adecuación de los servicios de crédito: Bueno
Adecuación de otros servicios financieros: Bueno
Adecuación de los servicios no-financieros: Excelente

Accesibilidad: sistema de distribución de los servicios, tiempo, procedimiento y garantía

+ Los requisitos de los productos de la Fundación no representan una barrera para que la población objetivo acceda a estos, gracias a montos mínimos acorde al ingreso del cliente meta (monto mínimo de USD 40,9), requisitos de garantía correspondientes al monto de crédito y el perfil del cliente meta (garantía solidaria en el caso de Comités de Mujeres y garantía personal en crédito individual), así como canales de atención físicos (oficinas, visitas del asesor/oficial de crédito). La institución cuenta con diferentes canales de entrega, incluso mediante corresponsales no bancarios y bocas de cobranza con amplia cobertura nacional. Adicionalmente, la institución cuenta con la app "Héroes", los clientes pueden acceder a una línea de crédito (solo para Microfranquicias), revisar sus estados de cuenta, acceder a los servicios de club de clientes, presentar una queja y/o consulta, entre otras funciones. Por otro lado, para impulsar la inclusión financiera se ofrecen microcréditos (ARAMI) gestionados íntegramente a través de WhatsApp, con el apoyo de un chat Bot; es un producto que mejora el acceso a servicios financieros a personas que no pueden desplazarse (zonas rurales) y reduciendo costos.

+ Los canales de entrega del servicio son muy convenientes gracias a la cobertura adecuada de la red de oficinas (25 en el país, cubriendo 15 de los 17 departamentos) y la proximidad de las filiales a las áreas donde la población meta vive. El desembolso se realiza en efectivo y/o con cheque, lo cual se entrega al cliente en la ventanilla de la oficina; adicional, los clientes tienen la posibilidad de pagar las cuotas en las oficinas de la Fundación, redes de pago habilitadas (bocas de cobranza), depósito bancario en cuentas de la Fundación y a través banca móvil. Del último reporte disponible a mar-22, se evidencia que el 66,6% (1.199) de clientes manifestó que no utiliza el servicio de bocas de cobranza; 29,2% (526) que facilita el pago al tener una boca de cobranzas cerca, ahorrando tiempo y dinero; 4,5% (74) dijo que el servicio es muy caro y 0,1% (1) indicó que no hay en su comunidad.

+ Los tiempos de desembolso son razonablemente rápidos y sencillos para los clientes, tardando de 1 a 4 días para créditos individuales. En el caso de la formación de un nuevo Comité de Mujeres, se realizan 4 reuniones predesembolso con la asesora para explicar el trabajo de la Fundación, realizar encuestas socioeconómicas y firma de los documentos, así como la solicitud y confirmación final del crédito; lo que se puede tardar más de una semana; sin embargo, una vez aprobado el crédito el tiempo de desembolso no supera las 24 horas. Los documentos requeridos para los préstamos son fáciles de recolectar para los clientes y el proceso de completar el formulario de solicitud es acompañado por el personal del campo. Los resultados del último estudio de satisfacción muestran de manera general que la porción de clientes satisfechos con la Fundación es muy alta; sin embargo, se evidencia como un espacio de mejora que se incluya una pregunta relacionada con el proceso de desembolso.

+ Los tipos de garantías requeridas son accesibles para el cliente meta y su valor es apropiado con respecto al riesgo de crédito de los créditos desembolsados. En el caso de Comités de Mujeres el 100% es respaldado por garantía solidaria, mientras que la mayoría de los clientes individuales tienen un codeudor y presentan una declaración jurada de bienes en garantía, los cuales por decisión e iniciativa propia del cliente se podrían vender en caso de mora (a dic-22, no se cuenta con coberturas adicionales, dado que la institución no cuenta con una cartera respaldada por garantías reales). El nivel de cobertura de las garantías no se considera excesivo, dado que en la mayoría de los casos es menor al 100%. Los últimos estudios de satisfacción no investigaron la percepción del cliente con respecto al tipo de garantía exigida, por lo cual su inclusión es un aspecto por considerar.

Flexibilidad: plazo, frecuencia, monto y atención

+ Los plazos de crédito son adaptados a las principales necesidades financieras de los segmentos de la población meta (desde 1 mes hasta 3 años para créditos individuales; 3-12 meses para Comités de Mujeres). Los últimos estudios de satisfacción no investigaron la percepción del cliente con respecto al plazo del crédito, por lo cual su inclusión es un aspecto por considerar.
+ La frecuencia de pagos está bien adaptada a las necesidades más comunes del flujo de caja de la empresa y del hogar del cliente meta. Los clientes individuales pueden elegir entre diferentes opciones de plazos de pago apropiados; para créditos de consumo es mensual, para microempresa semanal, quincenal o mensual, y para créditos agropecuarios mensual, trimestral, semestral o al vencimiento. Los Comités de Mujeres, dependiendo del ciclo, tienen la opción de pagar de manera semanal, quincenal o mensual. Por otro lado, la institución no investiga la satisfacción en relación a la frecuencia de pago en sus estudio de satisfacción.
+ La gran mayoría de las necesidades de financiamiento del cliente meta son cubiertas por los montos de crédito ofrecidos por la entidad. Los montos se definen en base a las necesidades del cliente y su capacidad de pago. Para crédito individual, los montos varían entre USD 68 y USD 50 mil; mientras que para Comités de Mujeres varían entre USD 40 y USD 1 mil. El préstamo promedio otorgado en 2022 es de USD 319. Sin embargo, queda por incluir una pregunta específica respecto a los montos de los préstamos en los estudios de satisfacción.
+ El servicio al cliente ofrecido por el personal de Fundación Paraguaya es bueno, la satisfacción del cliente es muy alta en lo que respecta a las relaciones con el personal de campo según el estudio de satisfacción de clientes realizado a mar-22, donde el 40,0% califica los servicios como Excelente, el 49,9% como Muy Bueno, el 10,0% como Bueno y el 1,0% como Regular o Malo.

Tasa de deserción de clientes

+ La tasa de deserción es monitoreada con frecuencia mensual mediante una fórmula fiable. El sistema permite un análisis general de la tasa de deserción de los clientes, de su tendencia y de las concentraciones a nivel de sucursales. La tasa de deserción también está disponible por segmentos de clientes.
+ La tasa de deserción de clientes (26,5% en 2022, calculada con fórmula MFR) se encuentra por encima al promedio regional y alineado al promedio de instituciones similares (21,0% en la región LAC y 27,0% para instituciones similares - ONGs), según benchmark de MFR; la tendencia en la tasa de deserción de clientes es creciente. Por otro lado, la tasa de deserción calculada por Fundación Paraguaya en 2022 es de 29,5%.
+ Las razones de la deserción de clientes son investigados formalmente y monitoreados para todos los clientes que cancelan (no renuevan). Los Gerentes Regionales realizan la recopilación de la información mes a mes, donde los asesores y oficiales de crédito justifican el motivo de no-renovación de créditos, después de lo cual el Centro de Acompañamiento al Cliente clasifica las respuestas en categorías para hacer más efectivo el análisis. En general, el método utilizado para categorizar las razones de salida es apropiado para el análisis. Se realiza este análisis consolidado una vez al año al nivel de la organización para identificar las razones principales de la deserción de clientes.

+ La posibilidad de que los clientes meta se vayan a otras instituciones financieras con productos y servicios más diversificados o apropiados no parece ser una de las razones principales de la deserción de clientes. En 2022, la principal razón de salida de clientes para comités de mujeres es la mora interna, es decir, clientes que ya no disponen de capacidad de pago y por eso son excluidas o abandonan el grupo; mientras que la principal razón de salida para créditos individuales es la decisión propia de descanso entre créditos.

Deserción de clientes	ene.-20 dic.-20	ene.-21 dic.-21	ene.-22 dic.-22
Tasa de deserción de clientes	22,9%	21,9%	26,5%
Tasa de salida clientes (Fundación Paraguaya)			29,5%

Adecuación de los servicios financieros además del crédito

+ Fundación Paraguaya ofrece el seguro de desgravamen (seguro de vida obligatorio), y un paquete de seguros y beneficios a través del Club de Clientes que incluye: un seguro de sepelio (en caso de fallecimiento del cónyuge o hijo menor de 18 años) y un seguro médico básico (consultas, análisis clínicos, radiografías y medios auxiliares de diagnóstico). Los seguros ofrecidos están en línea con las necesidades de la población objetivo para protegerse de eventos negativos, gracias al rango diversificado de eventos cubiertos y adecuados montos de pérdidas cubiertas. El rango de planes disponibles cuenta con costo razonable (prima) y adecuada cobertura (montos adecuados de pérdidas cubiertas) con un plazo alineado al plazo del préstamo. La institución analiza mensualmente las estadísticas de reclamaciones del seguro, mostrando que el índice de rechazo de reclamos es de 0%, mientras que respecto al uso de los beneficios del Club de Clientes se realizan estudios de satisfacción periódicamente, indicando que el 97,0% de los clientes que utilizaron el servicio de seguros y/o asistencias médicas califica la atención recibida como Bueno, Muy bueno o Excelente.

Variedad y adecuación de los servicios no financieros

+ La calidad y relevancia de los servicios no-financieros para la población meta son muy buenas. Los servicios han sido diseñados específicamente para reducir la vulnerabilidad de los clientes, activar el potencial emprendedor y disfrutar de las oportunidades económicas, reducir los niveles de pobreza multidimensional y mejorar la calidad de vida de sus clientes. Fundación Paraguaya ha desarrollado diferentes programas encaminados a cumplir con la misión de la institución, que se conjugan y que permiten cumplir un ciclo de desarrollo para las familias. Se resaltan los servicios no financieros de educación financiera y formación en emprendedurismo, ventas y microfinanzas, oferta de Microfranquicias, así como, la aplicación del semáforo de la pobreza para conocer su situación actual y posteriormente cubrir las necesidades básicas insatisfechas mediante el seguimiento de un mapa de vida.

+ Según información proporcionada por Fundación Paraguaya, el alcance del conjunto de servicios no financieros cubre a más del 50% de los clientes. Respecto a los modelos de Microfranquicias se ha registrado 1.300 clientes beneficiados en 2022. Por otro lado, los beneficiarios del Club de Clientes se registraron en 2022, 13.387 atenciones médicas en los sanatorios, 5.147 asistentes a funciones de cine, 411 beneficiarios de los sorteos de electrodomésticos mensuales, 177 beneficiarios del beneficio por sepelio, 2.813 personas hospedadas en el Hotel Cerrito y 907 en el Hotel El Belén. Respecto al programa de Educación Emprendedora un alcance a 175 mujeres beneficiadas de talleres y cursos AWE en 6 ciudades distintas y 7 bootcamps, 180 participantes del Foro de Emprendedores de Paraguay. De las Escuelas Autosostenibles se graduaron 90 emprendedores rurales a dic-22 (no clientes del programa de microcrédito). El Semáforo de la Pobreza se aplica a un promedio de 4.500 clientes cada año; desde la creación del programa del Semáforo de la pobreza hasta dic-22, se implementó 27.568 semáforos entre clientes de la institución. Cada programa cuenta con su propio presupuesto y la Fundación prevé que cada uno de ellos sea sostenible, evidenciándose todavía como un reto para las áreas de las Escuelas Agrícolas Autosostenibles y del Semáforo de Eliminación de la Pobreza.

+ La alineación de la estrategia a la misión es reforzada por la implementación de otros proyectos e iniciativas que generan un beneficio social relevante para los clientes. Por ejemplo, a través de la realización de diferentes concursos impulsados por los comités de mujeres emprendedoras, con el objetivo principal de verdear los indicadores del Semáforo de la Pobreza (Mi baño, mi cocina, mi orgullo, Mi sonrisa feliz; Verdéate; Chipa Apo, etc.); en 2022, se realizaron 12 concursos, 83.565 mujeres fueron participantes de los mismos y se registraron 5.571 comités de mujeres inscritos. Así también, a través del Concurso de Escuelas Emprendedoras, se logró crear 513 ideas de negocio y programas de capacitación sobre herramientas para desarrollo de emprendimientos, liderazgo, educación financiera, etc. en alianza con diferentes instituciones como The Coca Cola Foundation Paraguaya, Britim, Tupi, Panal Seguros, Embajada de Estados Unidos, Junior Achievement, etc.; lo que evidencia una completa alineación a los objetivos planteados en la misión social de la Fundación Paraguaya.

Anexo 1 – Estándares Universales y Certificación de Protección al Cliente

Rating Social

- ✓ Gestión desempeño social
- ✓ Protección al cliente
- ✓ Alcance
- ✓ Calidad de los servicios

Estándares Universales para la Gestión de Desempeño Social

✓ El Rating Social demuestra la implementación de los Estándares.[1]

Certificación de Protección al Cliente

✓ El Rating Social brinda una indicación de los esfuerzos para lograr la Certificación.

✓ El Rating Social no es una Certificación, pero se puede realizar junto con una Certificación con MFR (autorizada).

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

Implementación: ●●● alta; ●● intermedia; ● baja.

[1] Mapa de Estándares Universales incluido en la metodología de Rating Social (www.mf-rating.com)

Opinión general del Rating Social sobre la Certificación de Protección al Cliente	Estado
1 Diseño y sistema de distribución de los productos adecuados	Certificada
2 Prevención del sobre endeudamiento	Certificada
3 Transparencia	Certificada
4 Precios responsables	Certificada
5 Trato justo y respetuoso	Certificada
6 Privacidad de los datos de los clientes	Certificada
7 Mecanismos para resolver quejas	Certificada

Anexo 2 – Indicadores sociales

PROTECCIÓN DEL CLIENTE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	dic.-22
Personal femenino	63,5%
Personal femenino en la Gerencia	38,0%
Tasa de rotación del personal[1]	31,1%
Rendimiento de la cartera	41,3%
Tasa de interés anual promedio (TIA)	53,2%
Índice de transparencia promedio	45,1
Tasa de gastos operativos	35,6%
CeR30	2,3%
Retorno sobre patrimonio (ROE)	5,1%
Retorno sobre activo (ROA)	2,0%
ALCANCE	
Prestatarios activos	79.945
Crecimiento en prestatarios activos	8,7%
Crecimiento en cartera activa	9,4%
Metodología individual, cartera activa	44,2%
Metodología individual, préstamos	23,4%
Metodología grupo solidario, cartera activa	0,9%
Metodología grupo solidario, préstamos	1,1%
Metodología Bancos Comunales, cartera activa	54,8%
Metodología Bancos Comunales, préstamos	75,5%
Cobertura urbana, cartera activa	62,8%
Cobertura urbana, clientes	54,6%
Cobertura rural, cartera activa	37,2%
Cobertura rural, clientes	45,4%
Agropecuario, cartera activa	1,5%
Agropecuario, préstamos	0,2%
Actividades generadoras de ingresos, cartera activa	91,5%
Actividades generadoras de ingresos, préstamos	94,8%
Cartera productiva para microempresas	100,0%
Clientas mujeres, cartera activa	63,4%
Clientas mujeres	91,5%
Clientes <30 años de edad	28,0%
Clientes sin educación primaria completa	36,0%
Clientes que trabajan por cuenta propia	85,0%
Clientes bajo el umbral de pobreza del país	38,0%
Hogares propietarios de vivienda	22,0%
Clientes sin acceso previo al crédito formal	19,0%
Prestatarios exclusivos	47,0%
Saldo promedio de préstamo, USD	261
Saldo promedio de préstamo / INB pc	4,6%
Préstamo otorgado promedio, USD[2]	319
Préstamo otorgado promedio ($PPA)	581
CALIDAD DE LOS SERVICIOS	
Tasa de deserción de clientes	26,5%

Fuente: SIG.

[1]Calculado con el número promedio de personal. [2]Calculado con la tasa de cambio promedio.

Anexo 3 – Productos financieros

Productos de crédito, USD /1	Comité Mujeres (Banca Comunal)	Consumo	Agropecuario	Microempresa
Destino de los créditos	Microempresa	Personal	Microempresa	Microempresa
Metodología de crédito	Banco Comunal	Individual	Individual	Individual
Moneda	PYG	PYG	PYG	PYG
Tipo de interés	Sobre saldo	Sobre saldo	Sobre saldo	Sobre saldo
Tasa min. de interés anual	20,0%	20,0%	29,9%	4,0%
Tasa máx. de interés anual	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%
Comisiones iniciales (% o monto)	Hasta el 15% sobre el monto	Hasta el 15% sobre el monto	Hasta el 15% sobre el monto	Hasta el 15% sobre el monto
Monto mínimo, USD	41	68	68	68
Monto máximo, USD	1.091	13.640	13.640	USD 50.000
Plazo min. (meses)	3	1	1	1
Plazo máx. (meses)	12	36	12	36
Frecuencia de pago	Semanal, Quincenal, Mensual	Mensual	Mensual, Trimestral, Semestral	Semanal, Quincenal, Mensual
Período de gracia	Hasta 90 días pagando solo los intereses	No	No	Hasta 60 días para los crédito de Fortalecimiento de Mipyes
Garantía	Solidaria	Personal	Personal	Personal
Ahorro obligatorio	Si, en otras entidades	No	No	No
Población meta	Mujeres pobres	Personas asalariadas	Personas con actividades por cuenta propia y/o dependientes del sector agropecuario.	Personas con actividades por cuenta propia. Microempresas formales e informales.

Anexo 4 - Definición de indicadores y Estadísticas

GESTIÓN DE DESEMPEÑO SOCIAL	
Cartera en riesgo (>30)	Cartera en mora > 30 días / Cartera bruta
Tasa de cartera castigada	Cartera castigada en el periodo / Cartera bruta promedio
Cartera reestructurada	Cartera reprogramada o refinanciada / Cartera bruta
Retorno sobre patrimonio (ROE)	Resultado neto / Patrimonio Promedio
Retorno sobre activo (ROA)	Resultado neto / Activo Promedio
Retorno sobre patrimonio ajust. (AROE)	Resultado neto ajustado / Patrimonio Promedio
Retorno sobre activo ajustado (AROA)	Resultado neto ajustado / Activo Promedio
Autosuf. Operativa (OSS)	(Ingresos financieros + Otros ingresos operativos) / (Gastos financieros + Gastos de provisión + Gastos operativos)
Autosuf. Financiera (FSS)	(Ingresos financieros ajustados + Otros ingresos operativos ajustados) / (Gastos financieros ajustados + Gastos de provisión ajustados + Gastos operativos ajustados)
Productividad personal (prestatarios)	Núm. prestatarios activos (clientes) / Núm. personal total
Productividad Of.de Cred. (prestatarios)	Número de prestatarios activos / Número de oficiales de crédito
Productividad OC (grupos)	Número de grupos / Número de oficiales de crédito
Tasa de gastos operativos	Gastos operativos / Cartera bruta promedio
Tasa de gastos financieros	Gasto por intereses y comisiones de pasivos financieros / Cartera bruta prom.
Tasa de gastos de provisión	Gastos de provisión por cartera incobrable / Cartera bruta promedio
Rendimiento de cartera	Ingreso por intereses y comisiones de cartera / Cartera bruta promedio
Tasa de cobertura del riesgo (CER 30)	Reserva para incobrabilidad de cartera / Cartera en riesgo >30 días
Tasa de costo de fondos	Gasto por int. y comisiones de pasivos financieros / pasivos financieros prom.
Razón deuda-capital	Patrimonial total / Activos totales
Remuneración Gerencia/personal campo	Promedio de las 3 remuneraciones más altas de la Gerencia / promedio de las 3 remuneraciones más bajas del personal de campo
PROTECCIÓN DEL CLIENTE Y RESPONSABILIDAD	
Tasa de rotación del personal	Personal que dejó en el periodo / personal total promedio
Tasa de interés anual prom. (TIA)	Incluye el interés nominal, metodología cálculo interés, comisiones, impuestos, ahorro obligatorio (ver MicroFinance Transparency). La tasa de interés anual (TIA) de la institución es el promedio de las TIA de todos los productos principales (>70% de cartera en conjunto), ponderada por el porcentaje de cartera
Índice de transparencia promedio	(Tasa de interés nominal / Tasa de interés anual) * 100 El índice de transparencia de la institución es el promedio de los índices de transparencia de todos los productos, ponderada por el porcentaje de número de préstamos
ALCANCE	
Saldo promedio de préstamo	Cartera activa (fin de periodo) / Número de préstamos activos (fin de período)
Préstamo otorgado promedio	Monto otorgado durante el período / Número de préstamos otorgados durante el período
Préstamo otorgado promedio ($PPA)	Monto desembolsado (moneda local) * factor de conversión $PPA
CALIDAD DE LOS SERVICIOS	
Tasa de deserción de clientes	(clientes activos al inicio del periodo + nuevos clientes que ingresaron (por primera vez) en el periodo – clientes castigados en el periodo – clientes activos al final del periodo) / (clientes activos al inicio del periodo)
n/a	No aplica
nd	Datos no disponibles

Anexo 5 – Escala de Rating Social

Nota	Definición
^{S}AA	Excelentes sistemas de gestión de desempeño social y protección del cliente. Alta probabilidad de lograr la misión social.
^{S}A	Buenos sistemas de gestión de desempeño social y protección al cliente. Probable logro de la misión social.
^{S}BB	Sistemas de gestión de desempeño social y protección al cliente adecuados. Alineación satisfactoria con la misión social.
^{S}B	Sistemas de gestión de desempeño social y protección al cliente moderados. Alineación parcial con la misión social.
^{S}C	Sistemas de gestión de desempeño social y protección al cliente débiles. Riesgo medio de desvío de misión.
^{S}D	Sistemas de gestión de desempeño social y protección al cliente muy débiles. Riesgo de desvío de misión.

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

Mayor información: www.mf-rating.com

La información utilizada en el rating social ha sido en parte brindada por la institución evaluada y en parte recopilada durante las entrevistas con los directivos, gerentes, personal y clientes de la institución. El análisis esta basado en los datos internos del SIG así como en otras fuentes oficiales. MFR no garantiza la confiabilidad y la integridad de la información, ya que no realiza actividades de auditoría, y por lo tanto no tiene responsabilidad por cualquier error u omisión que derive de esa información. El Rating Social se tiene que considerar como una opinión externa e independiente y no se puede considerar como una recomendación para realizar inversiones en una institución específica.