



# **PLAN DE ACCION INSTITUCIONAL**

**Sociedad Financiera para la  
Asistencia Comunitaria**

**FINCA S.A. (Ecuador)**

**Abril 2005**

# Historia

- Fundación FINCA fue creada en Dic 1993 como filial de FINCA International.
- La Junta Directiva toma la decisión de transformación a Sociedad Financiera en el año 2003.
- La SBS autorizó la operación de FINCA el 16 de Marzo del 2004.
- Inicio de operaciones Julio 2004 con compra de cartera de la Fundación.
- FINCA Ecuador es la única institución financiera regulada en el mundo que opera exclusivamente con metodología de bancos comunales.
- Siguiendo paso : licencia para operar como Banco

## Indicadores sociales Ecuador

- La población en Ecuador es de 12.156.608 de acuerdo al último censo del año 2001. Población urbana 61% y rural 39%.
- Analfabetismo 8%.
- El índice de desempleo es 11.4% a Dic.04.
- Línea de la pobreza en el Ecuador es gastos por día GPD US\$2,64 y extrema pobreza US\$ 1,30.

# Valores Corporativos

- Enfoque total hacia el trabajo con los más pobres, asegurar la misión de FINCA a través de herramientas que midan el impacto social.
- **Principal producto “Bancos Comunes” porque es la mejor vía de llegada a la gente más pobre y necesitada de asistencia financiera.**
- Fortalecer el empoderamiento de las mujeres.
- Servir a clientes e inversionistas bajo los más altos estándares de integridad y profesionalismo.
- Ser una entidad autosuficiente y autosustentable.
- Impulsar un buen clima organizacional entre los colaboradores, premiando los méritos de forma justa.

# Donde estamos



Ciudades ★

	Cientes	Cartera ('000)
Tulcán	2,646	848.00
Ibarra	1,780	484.00
Quito	9,099	3,285.00
Sto. Domingo	10,778	3,353.00
Portoviejo	8,099	1,848.00
La Libertad	3,527	1,349.00
Guayaquil	6,747	2,012.00
<b>TOTAL</b>	<b>42,676</b>	<b>13,179.00</b>



# Objetivos estratégicos

- ✓ **Medir impacto social a través de herramienta adecuada.**
- ✓ **Capacidad de conseguir fondeo que sustente crecimiento.**
- ✓ **Diversificación de productos.**
- ✓ **“Bancos Comunales” principal producto, metodología probada.**
- ✓ **Control de gastos, aumento de productividad para beneficiar a los clientes**
- ✓ **Procesos definidos**
- ✓ **Control de riesgos inherentes al negocio microcrédito.**

# Desempeño Financiero

➤ **Desempeño financiero se basa en el análisis de los *números* con respecto a :**

- **Calidad de cartera**
- **Eficiencia y productividad**
- **Gestión financiera**
- **Rentabilidad**

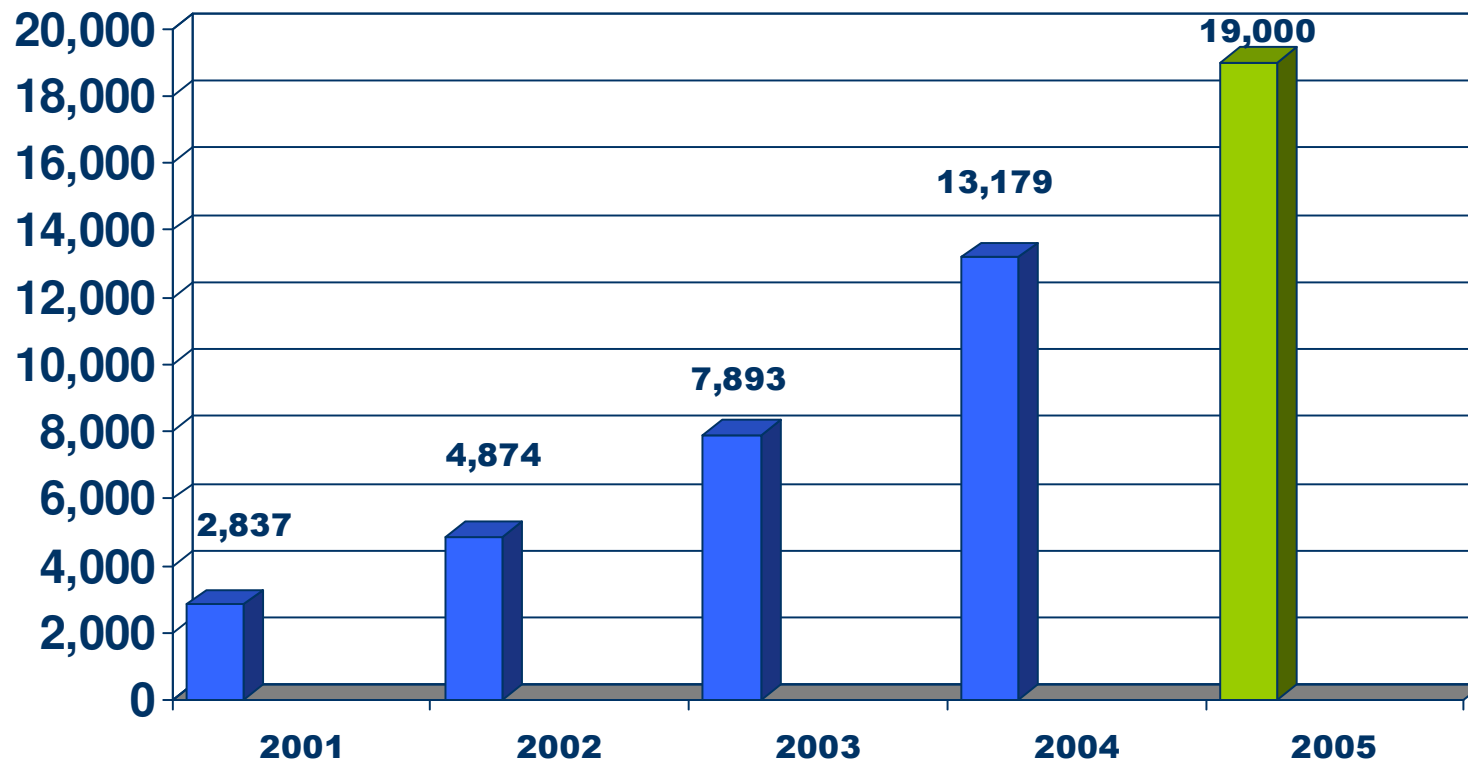
**El buen manejo de estos indicadores se transforma en autosuficiencia de la entidad.**

## Indicadores financieros y de productividad a Dic, 2004

➤ PAR >30 días	2.1%
➤ OSS	137%
➤ FSS	133%
➤ Operating Expense Ratio	34%
➤ Clientes promedio por oficial	677
➤ Cartera promedio por oficial	US\$ 209 M
➤ Promedio clientes mejores asesores	1.508
➤ Promedio cartera mejores asesores	US\$ 714 M
➤ Promedio de préstamo	US\$ 234.29
➤ Costo por cliente	US\$ 95.95
➤ Personal total	126
➤ Oficiales crédito	78

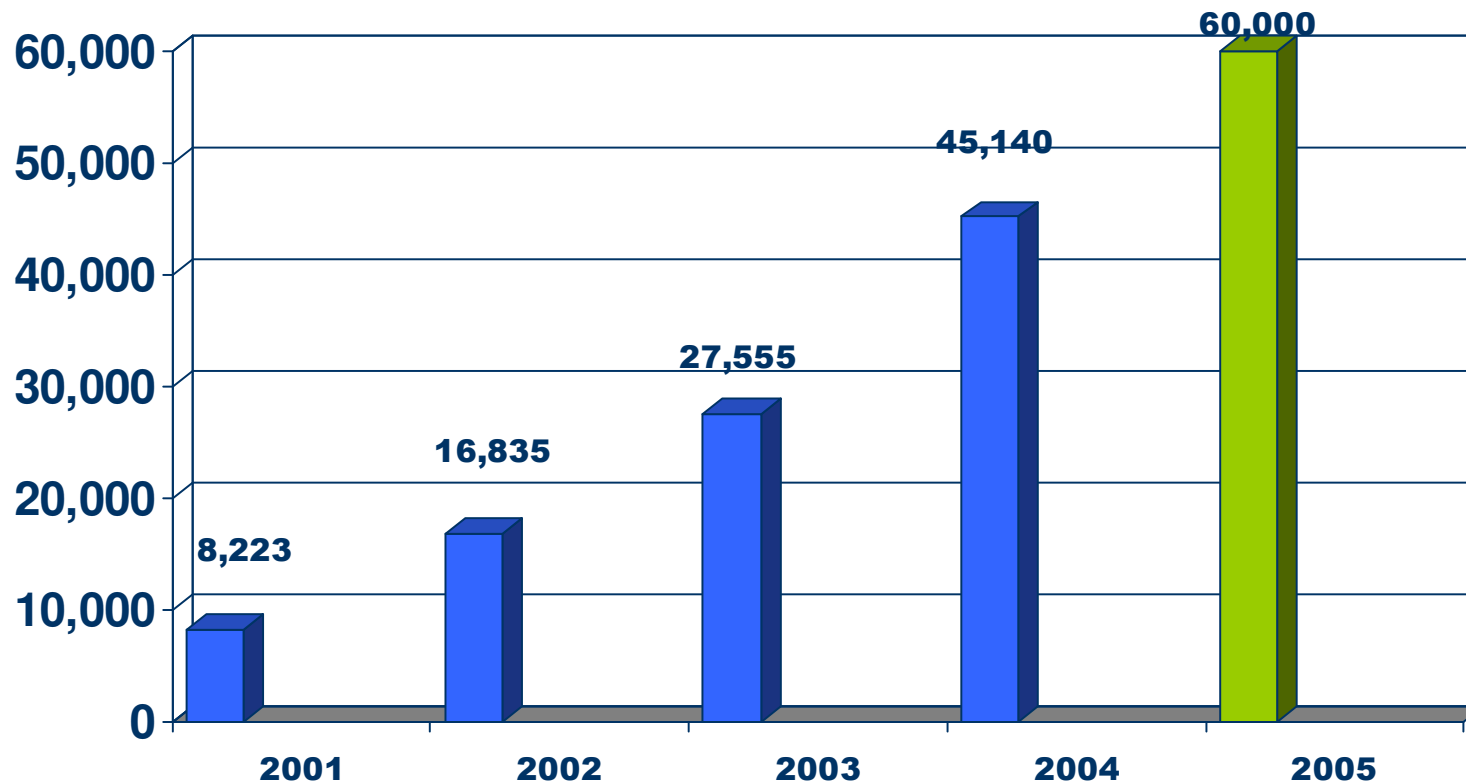


# Cartera (US\$ 000)



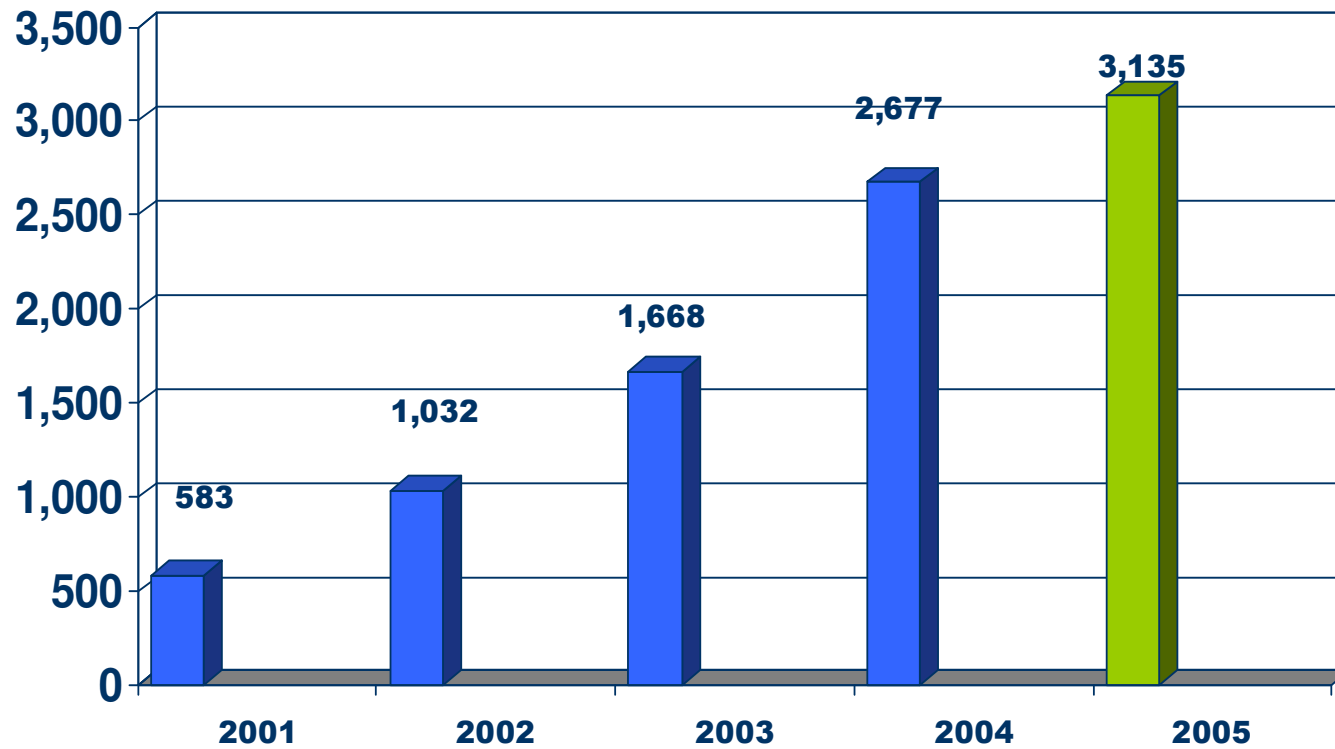
**Crecimiento del 44%**

# Desembolsos (US\$ 000)



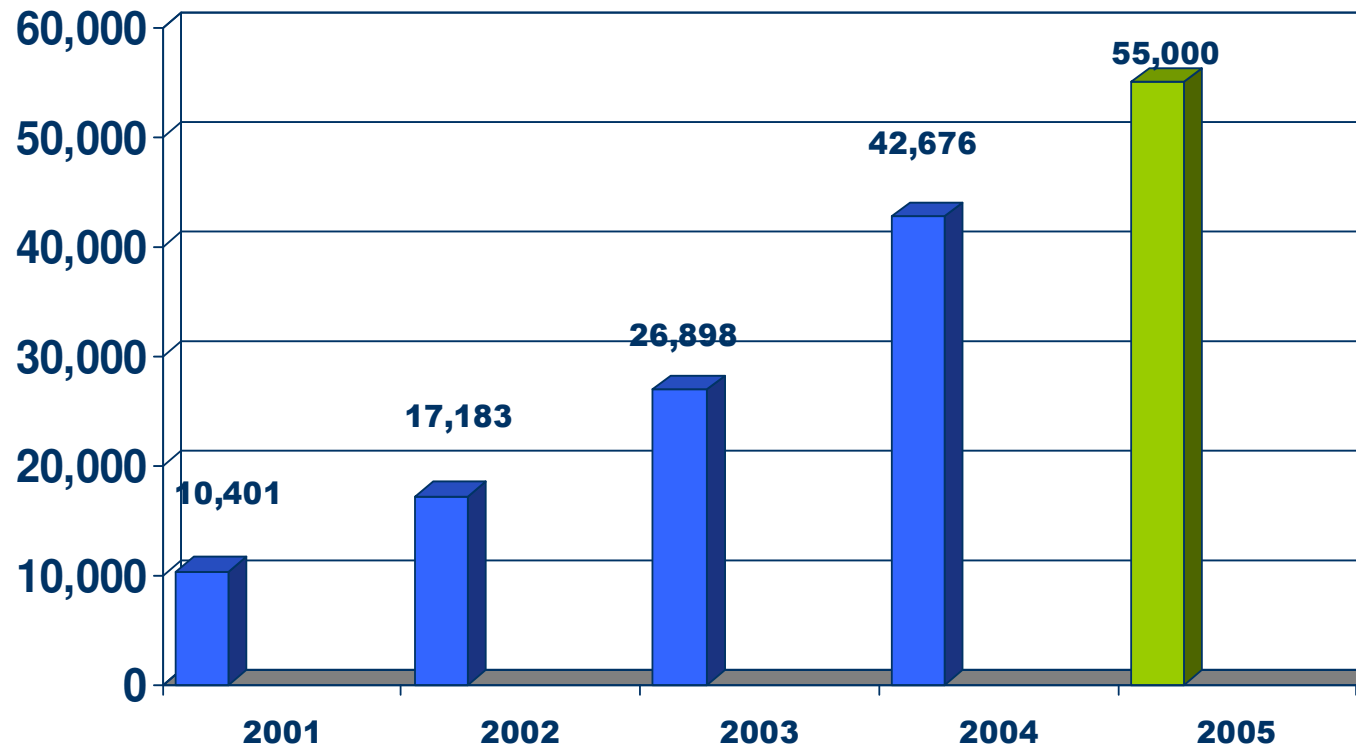
**Crecimiento del 33%**

# Depósitos (US\$ 000)



**Crecimiento del 17%**

# Cientes



**Crecimiento del 29%**

## Otros indicadores a Dic, 2004

- Clientes activos 42.676
- % clientes nuevos muy pobres 30%
- Clientes iniciales muy pobres 12.376
- % mujeres 90%
- Préstamo promedio inicial US\$ 150.00
- Ahorro promedio por socia US\$ 62.73

# Desempeño social

➤ **El desempeño social para FINCA es medir y evaluar constantemente la incidencia social que tenemos en *las personas*, a través de:**

- **Cobertura de profundidad**
- **Mejoramiento en la calidad de vida**
- **Socias satisfechas**
- **Sueños cumplidos**

# Plan para medir el impacto social

- **Monitores sociales en cada sucursal.**
- **Entrevistas de al menos 200 clientes mensuales.**
- **Análisis de información.**
- **Por lo menos 30% de clientes nuevos deben ser muy pobres.**
- **Monitoreo de clientes muy pobres para verificar en el futuro si han mejorado su nivel de vida.**
- **Seguimiento a los clientes nuevos en los próximos 3 años.**
- **Verificación de satisfacción de clientes**

# Proyecciones indicadores sociales

	2004	2005
Clientes Activos	42.676	55.000
Clientes muy pobres	12.376	16.500
% clientes muy pobres	30%	30%



# Valoración del impacto social

- **Para que la valoración sea efectiva es necesario:**
  - **Una herramienta tecnológica (FCAT)**
  - **Procedimiento efectivo para recopilación de información**
  - **Monitoreo permanente y análisis de resultados**



# Como valoramos los gastos

- **Gastos Diarios por Persona (GDP):**
  - ❖ **GDP = Todos los gastos anuales del hogar/ todos los miembros del hogar/ 365 días**
  - ❖ **Los gastos del hogar considerados son:**
    - **Alimentación**
    - **Educación**
    - **Salud**
    - **Vivienda**
    - **Servicios públicos**
    - **Transporte**
    - **Combustible para la cocina**
    - **Vestido y calzado**
    - **Muebles, electrodomésticos para la casa**
    - **Otros gastos**

## Ejemplo de gastos

- **Alimentación: ¿Usualmente, cuánto gasta su hogar cada semana para alimentos? Tomar la respuesta y multiplicar por 52 para sacar un estimado anual.**
- **Servicios Públicos: ¿Usualmente, cuánto gasta su hogar cada mes en los servicios públicos (Luz, teléfono, agua)? Toma la respuesta y multiplicar por 12 para sacar un estimado anual.**
- **Educación: ¿Cuánto gastó su familia en los últimos 12 meses para la educación de sus hijos? (Incluye la inscripción, los uniformes, los útiles, y los libros).**

# Indicadores del Desempeño Social

- **Definimos 8 áreas diferentes relacionadas con la pobreza:**
  - **Alimentación**
  - **Educación**
  - **Salud**
  - **Vivienda**
  - **Capital Social**
  - **Empoderamiento**
  - **Capacidad de Leer y Escribir**
  - **Las Vulnerabilidades**
- ❖ **Cada área recibe un valor entre 1 y 4, todas las áreas están añadidas en una matriz para crear el índice social y de pobreza.**

## Matriz para el índice social y de pobreza

Indicadores	4	3	2	1
<b>Alimentación</b>	Durante el ultimo mes el hogar ha podido comer tres veces al día	Dos comidas al día	Una comida al día	Había días cuando no podían comer
<b>Educación</b>	El cliente califica la situación educativa de su familia como excelente	El cliente califica la situación educativa de su familia como bueno	El cliente califica la situación educativa de su familia como regular	El cliente califica la situación educativa de su familia como malo
<b>Salud</b>	El hogar tiene acceso a agua potable, servicios médicos y vacunas	El hogar tiene acceso a 2 de 3	El hogar tiene acceso a 1 de 3	El hogar no tiene acceso a ninguno
<b>Vivienda</b>	El hogar tiene todos los servicios públicos (luz, teléfono, alcantarillado)	El hogar tiene 2 de 3 servicios públicos	El hogar tiene 1 de 3 servicios públicos	El hogar no tiene servicios públicos
<b>Capital Social</b>	El cliente tiene mucha confianza en otras personas	El cliente tiene alguna confianza en otras personas	El cliente tiene poca confianza en otras personas	El cliente no tiene confianza en otras personas
<b>Empoderamiento</b>	Cliente siempre participa en la toma de decisiones	Algunas veces participa	Rara vez participa	Nunca participa
<b>Leer y Escribir</b>	El cliente puede leer, escribir y hacer matemáticas básicas	El cliente puede hacer 2 de 3	El cliente puede hacer 1 de 3	El cliente no puede hacer ninguno
<b>Vulnerabilidades</b>	0 vulnerabilidades en el hogar	1 vulnerabilidad	2 vulnerabilidades	3 vulnerabilidades

\* Vulnerabilidades incluye: solo un miembro de familia mantiene el hogar, familia grande mayor 6 hijos, enfermedades crónicas, muertes recientes y desastres naturales.

# Nivel de Pobreza del Evaluado

➤ **El GPD está medido contra la línea oficial de pobreza del país:**

- **La línea oficial de pobreza en el Ecuador = \$2.64/día/persona**
- **La línea oficial de extrema pobreza = \$1.30/día/persona**
- **Por ejemplo: Una socia con un GPD de \$2.12 sería considerada pobre**

➤ **El índice Social y de Pobreza está medido contra los siguientes grupos:**

- **8-16 = muy pobre**
- **17-24 = pobre**
- **25-32 = no pobre**

# Otros datos para crear perfiles de pobreza

➤ **Demográficos del cliente:**

- **Sexo**
- **Edad**
- **Estado Civil**
- **Nivel Escolar**
- **Ubicación (rural vs. urbano)**
- **Tipo de negocio**

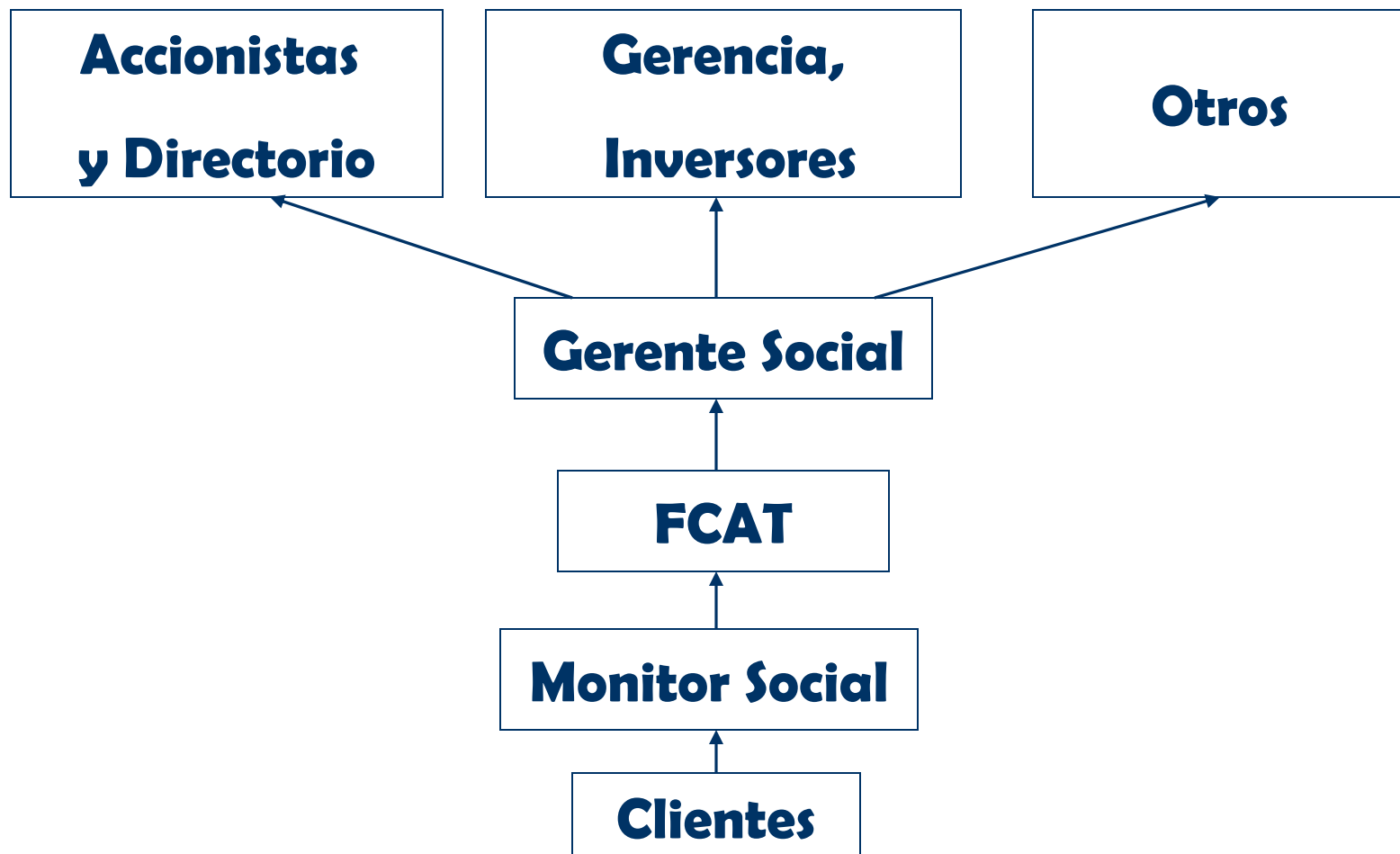
➤ **Niveles de satisfacción de cliente**

➤ **Información de salida:**

- **Tasas de deserción**
- **Razones de deserción**



# Flujo del monitoreo para el desempeño social



# Responsabilidades del Monitor Social

- **Cumplir las metas de entrevistas de los clientes en cada sucursal, 200 entrevistas mensuales por cada sucursal. (Actualmente 7 sucursales)**
- **Investigación de mercado para conocer las preferencias de los clientes**
- **Análisis de entrevistas**
- **Entrega de información**
- **Preparación de reportes para análisis con el Gerente Social.**
- **Capacitar a los bancos comunales en liderazgo y como llevar a cabo nuestra misión social**

# Metas del Monitor Social

## 1. Colección de datos de entrevistas

Descripción del trabajo	Meta Mensual (200)
Entrevistas de nuevos clientes	100
Entrevistas de monitoreo del impacto	50
Entrevistas de salida	20
Entrevistas de la satisfacción del cliente	30
Total	200

2. Análisis de entrevistas y entrega de reportes analíticos.

3. Creación y actualización de perfiles de pobreza.

# Desempeño Integral

**Rentabilidad Social**

**+**

**Rentabilidad Financiera**

**=**

**Cumplimiento misión y objetivos**



**EXITO**



Gracias