



SPTF

Estándares Universales para la Gestión del

Desempeño Social

Versión 2.0, Publicado en Agosto 2016

Camino hacia una Practica Mejorada



La ilustración de arriba describe los cinco pasos del camino hacia finanzas responsables e inclusivas. El primer paso es **aprender** acerca de los Estándares Universales para la GDS, utilizando este manual y visitando la [pagina web del SPTF](#). Luego, puede utilizar la [herramienta de auditoria social SPI4](#) para **evaluar** las prácticas de su institución con respecto a los Estándares Universales. La [Guía de Implementación de los Estándares Universales](#) así como otros [recursos disponibles](#) pueden ayudar a su PSF a crear un **plan** de acción para responder a las áreas a mejorar y luego para **implementar** cambios. Finalmente, existen varias formas de **reportar** acerca de su GDS a las partes interesadas externas, incluyendo la conducción de una Calificación Social, [Certificación Smart](#), o reportando [datos de DS al MIX Market](#). Como se muestra en la ilustración de arriba, este es un proceso cíclico de modo tal que su institución siempre continúe aprendiendo y mejorando.

TABLA DE **CONTENIDOS**

Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social

INTRODUCCIÓN

- ¿Qué son los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social?..... **09**
- ¿Cómo está organizado el manual? **10**
- ¿Cómo se crearon los Estándares Universales? **11**
- ¿Cómo encajan juntos los Estándares Universales, los Estándares de Certificación de Protección al Cliente de Smart Campaign y la herramienta de auditoría social SPI4 de CERISE?**11**
- ¿Cómo se relacionan los Estándares Universales con el trabajo de los inversionistas sociales? ...**12**
- ¿Cómo puedo evaluar si mi institución está implementando los Estándares Universales? **13**
- ¿Es obligatorio cumplir con los Estándares Universales? **13**



1. DEFINIR Y MONITOREAR OBJETIVOS SOCIALES

ESTÁNDARES:

- A. El proveedor tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos sociales. 15
- B. El proveedor recolecta y divulga datos exactos del cliente específicos a sus objetivos sociales. ...16



2. ASEGURAR EL COMPROMISO DE LA JUNTA DIRECTIVA, GERENCIA Y EMPLEADOS CON LOS OBJETIVOS SOCIALES

ESTÁNDARES:

- A. Los miembros de la junta directiva hacen rendir cuentas al proveedor sobre su misión y sus objetivos sociales. 18
- B. La alta dirección supervisa la implementación de la estrategia del proveedor para alcanzar sus objetivos sociales. 19
- C. Los empleados son contratados, evaluados, y reconocidos en base a criterios de desempeño social y financiero. 20



3. DISEÑAR PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES

ESTÁNDARES:

- A.** El proveedor conoce las necesidades y las preferencias de distintos tipos de clientes. **22**
- B.** Los productos, servicios y canales de distribución están diseñados para beneficiar a los clientes, y están alineados con los objetivos sociales del proveedor. **23**



4. TRATAR A LOS CLIENTES RESPONSABLEMENTE

ESTÁNDARES:

- A.** Prevención del sobreendeudamiento. **25**
- B.** Transparencia. **26**
- C.** Principio de protección al cliente 5: Trato justo y respetuoso de los clientes. **27**
- D.** Privacidad de los datos del cliente. **28**
- E.** Mecanismos para la resolución de reclamos. **29**



5. TRATAR A LOS EMPLEADOS RESPONSABLEMENTE

ESTÁNDARES:


- A. El proveedor aplica normas escritas de RRHH que velan por los empleados y ayudan a crear un ambiente laboral favorable. **31**
- B. El proveedor comunica a todos los empleados los términos de su empleo y les proporciona capacitación para las funciones esenciales del puesto. **32**
- C. El proveedor monitorea la satisfacción y la rotación del personal. **33**



6. EQUILIBRAR EL DESEMPEÑO SOCIAL Y FINANCIERO

ESTÁNDARES:

- A. El proveedor establece y monitorea tasas de crecimiento que promueven tanto la sostenibilidad financiera como los objetivos sociales. **35**
- B. Los inversores de capital, prestamistas, junta y gerencia están alineados con los objetivos sociales del proveedor y adoptan una estructura financiera apropiada en cuanto a la combinación de fuentes, términos y rendimientos deseados. **36**
- C. El proveedor establece los precios de manera responsable. **37**
- D. El proveedor ofrece una remuneración a los altos directivos apropiada para un proveedor con objetivos sociales establecidos. **38**



INTRODUCCIÓN A LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES PARA LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO SOCIAL DEL SPTF



¿QUÉ SON LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES PARA LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO SOCIAL?

Los **Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social** (“los Estándares Universales”) aclaran y estandarizan las prácticas de la gestión del desempeño social (GDS) y reúnen las buenas prácticas implementadas exitosamente en toda la industria en un manual integral. Fueron creados por y para personas en el sector de finanzas inclusivas como un recurso para ayudar a los proveedores de servicios financieros (PSF) a lograr sus objetivos sociales.

Los Estándares Universales responden a la demanda del sector. Las partes interesadas alrededor del mundo expresaron interés en agregar el aprendizaje de todas las iniciativas líderes en desempeño social en un solo conjunto de estándares internacionales. La creación de los Estándares Universales fue un esfuerzo global y colaborativo. El SPTF coordinó este proceso y recibió insumos de cientos de miembros que representan a cada grupo principal de partes interesadas: los PSF, las redes, los inversionistas, las calificadoras y los auditores, las organizaciones de apoyo y otros.

El manual de los Estándares Universales contiene “estándares,” los cuales son declaraciones sencillas de lo que los proveedores deben lograr, y “prácticas esenciales,” que son las prácticas gerenciales que los proveedores deben implementar para cumplir con los estándares. Las prácticas contenidas en los Estándares Universales se han comprobado en el campo. Éstas describen las prácticas operacionales y políticas que los expertos que trabajan en el campo han visto en acción y están de acuerdo en que son esenciales para cualquier proveedor que busque alcanzar sus objetivos sociales.

Los Estándares Universales se aplican a cualquier PSF con uno o más objetivos sociales. Éstos no dictan qué objetivos sociales específicos debe tener un proveedor, sino que identifican las prácticas gerenciales que ayudan a un proveedor a progresar hacia sus objetivos escogidos.

Los Estándares Universales también demuestran un esfuerzo significativo y voluntario del sector financiero inclusivo para auto-regularse. A medida que los PSF dan pasos para implementar los Estándares Universales y otros grupos de partes interesadas alinean su trabajo con los Estándares Universales, la industria demuestra su compromiso para mejorar los resultados para los clientes. Esto mejora la credibilidad de nuestras instituciones y la reputación de nuestra industria.

¿CÓMO ESTÁ ORGANIZADO EL MANUAL?

Este manual de los Estándares Universales organiza las prácticas de GDS en las siguientes seis dimensiones:

▶ **Definir y Monitorear los Objetivos Sociales**

El proveedor sabe quién es su grupo meta, cuáles son sus objetivos, y cómo sus productos y servicios ayudan a lograr esos objetivos.

▶ **Asegurar el Compromiso de la Junta Directiva, la Gerencia y los Empleados con los Objetivos Sociales**

Los gerentes monitorean activamente los objetivos sociales de la institución y los empleados comprenden la estrategia de la misma y cómo su propio trabajo contribuye a lograr tanto los objetivos sociales como los financieros.

▶ **Diseñar Productos, Servicios y Canales de Distribución que Respondan a las Necesidades y Preferencias de los Clientes**

El proveedor reúne insumos directos de los clientes y desarrolla productos y servicios que crean beneficios

para los clientes al 1) reducir las barreras a la inclusión financiera, 2) fortalecer su capacidad para adaptarse a las emergencias comunes y 3) permitir la inversión en oportunidades económicas y las necesidades del hogar.



Tratar a los Clientes Responsablemente

El proveedor incorpora mecanismos de protección al cliente en cada aspecto de su trabajo—desde los objetivos que establece, a cómo interactúa con los clientes y capacita a los empleados, hasta los productos y servicios que ofrece.



Tratar a los Empleados Responsablemente

El proveedor crea un ambiente favorable de trabajo y asegura que los empleados estén protegidos, capacitados y motivados para lograr los objetivos sociales de la institución.



Equilibrar el Desempeño Social y Financiero

El proveedor equilibra sus esfuerzos en busca de la sostenibilidad financiera y el desempeño social.

¿CÓMO SE CREARON LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES?

En el 2010, el SPTF invitó a todos sus miembros a ayudar a desarrollar los Estándares Universales. Finalmente, unas 400 personas de todos los grupos interesados proporcionaron insumos, incluyendo los representantes de Smart Campaign, Imp-Act Consortium, MF*Transparency*, MicroSave, CERISE, Progress out of Poverty Index, MIX y la Organización Internacional del Trabajo. El SPTF publicó la versión inicial de los Estándares Universales en el 2012. Posteriormente, los miembros del SPTF probaron los Estándares Universales en el campo y proporcionaron su retroalimentación. Esta retroalimentación, combinada con innovación y nuevo aprendizaje, ha informado dos revisiones hasta ahora. En el futuro, la Secretaría del SPTF planea revisar los Estándares Universales y actualizarlos según sea necesario para que continúen reflejando lo más actualizado de las mejores prácticas en la industria. Si bien la Secretaría del SPTF administrará las actualizaciones, el contenido de las actualizaciones se basará en la experiencia y las ideas de nuestra comunidad de práctica que está en rápido crecimiento a nivel mundial.

¿CÓMO ENCAJAN JUNTOS LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES, LOS ESTÁNDARES DE CERTIFICACIÓN DE PROTECCIÓN AL CLIENTE DE SMART CAMPAIGN Y LA HERRAMIENTA DE AUDITORÍA SOCIAL SPI4 DE CERISE?

El SPTF, Smart Campaign y CERISE trabajan muy de cerca. El manual de los Estándares Universales contiene todos los [Estándares de Certificación de Protección al Cliente de Smart Campaign](#) (“los estándares Smart”), los cuales describen la práctica adecuada para cada uno de los siete [Principios de Protección al Cliente](#) y se integran textualmente a los Estándares Universales como prácticas esenciales. La Dimensión 4—Tratar a los Clientes Responsablemente—contiene la mayoría de los estándares de protección al cliente, mientras que los otros se encuentran en las dimensiones donde son más pertinentes.

La herramienta de auditoría SPI4 de CERISE incluye tanto los estándares sobre la protección al cliente como el desempeño social. CERISE mantiene una base de datos confidencial de datos auto reportados en el SPI4. Utilizando estos datos, CERISE publica [informes de puntos de referencia](#) que permiten a los usuarios comprender el desempeño social de la industria de finanzas inclusivas. El SPTF alienta a

todos los usuarios del SPI4 a reportar sus resultados a CERISE para inclusión en la base de datos.

No hay inconsistencias en las herramientas ofrecidas por Smart Campaign, SPTF y CERISE. Además, las tres organizaciones están comprometidas a mantener el mismo cronograma para las actualizaciones futuras de estos estándares y herramientas. Las actualizaciones no ocurrirán más frecuentemente que cada tres años.

¿CÓMO SE RELACIONAN LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES CON EL TRABAJO DE LOS INVERSIONISTAS SOCIALES?

Los inversionistas sociales pueden usar los Estándares Universales para informar su debida diligencia y el monitoreo de aquellos en quienes invierten. Un grupo de miembros inversionistas sociales del SPTF creó el Grupo de Trabajo ALINUS (Alineación de la Debida Diligencia de los Inversionistas con los Estándares Universales) para lograr consenso sobre un subconjunto común de indicadores del [SPI4](#) que todos los inversionistas miembros usarían para la recopilación de datos sociales

y la debida diligencia. Esto alinea su trabajo con los Estándares Universales y reduce la carga de generar informes por parte de sus socios PSF.

En un esfuerzo adicional para reducir la carga de generar informes para los PSF y los inversionistas sociales, el SPTF trabajó con Global Impact Investing Network (GIIN) para incrementar la alineación entre los indicadores [del catálogo IRIS del GIIN](#) y la herramienta SPI4. Asimismo, SPTF trabajó con [Global Impact Investing Rating System](#) (GIIRS, Sistema de Calificación de la Inversión de Impacto Global) para incrementar la alineación de su herramienta de [Evaluación de Impacto B](#) con los indicadores en el SPI4 ALINUS. Esto ha ayudado a estandarizar la métrica de reportaje de los inversionistas sociales en nuestra industria y los inversionistas de impacto en múltiples sectores.

Los Estándares Universales y los [Principios para Inversionistas en Finanzas Inclusivas \(PIIF\)](#) están alineados, pero se aplican a diferentes partes interesadas. Los Estándares Universales son prácticas gerenciales para que los PSF las implementen, mientras que los PIIF son para que los inversionistas los usen para auditarse a sí mismos y reportar públicamente su propio desempeño.

¿CÓMO PUEDO EVALUAR SI MI INSTITUCIÓN ESTÁ IMPLEMENTANDO LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES?

Un PSF puede usar [la herramienta SPI4](#) para evaluar su gestión del desempeño social e identificar sus fortalezas y debilidades. Desarrollada por CERISE en colaboración con el SPTF y Smart Campaign, la herramienta de auditoría social SPI4 es gratis, está disponible públicamente y se alinea plenamente con los Estándares Universales. La herramienta SPI4 contiene indicadores para cada una de las prácticas esenciales del manual de los Estándares Universales. Estos indicadores son medidas que evalúan si cada práctica esencial está siendo implementada por el proveedor y en qué grado. Un PSF puede realizar una autoevaluación o puede elegir una “evaluación acompañada” en la que un consultor externo capacitado asiste con el uso de la herramienta SPI4. Hay más información sobre el SPI4 disponible [en línea](#) incluyendo una lista de [auditores certificados](#).

¿ES OBLIGATORIO CUMPLIR CON LOS ESTÁNDARES UNIVERSALES?

No. El SPTF no requiere o monitorea el cumplimiento con los Estándares Universales. Sin embargo, sí motiva a todos los miembros de servicios financieros a realizar sus mejores esfuerzos para implementar y/o promocionar la implementación de los Estándares Universales. Quienes deseen demostrar su nivel de adherencia a los Estándares Universales pueden hacerlo usando [la herramienta SPI4](#). Otras opciones para demostrar la implementación de los Estándares Universales incluyen una Certificación Smart o una calificación social. Las calificaciones sociales de las agencias especializadas en calificación social en las microfinanzas están alineadas con los Estándares Universales.

1A. El proveedor tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos sociales.

1B. El proveedor recolecta y divulga datos exactos del cliente específicos a sus objetivos sociales.



Dimensión 1.

DEFINIR Y MONITOREAR OBJETIVOS SOCIALES

ESTÁNDAR

1A. EL PROVEEDOR TIENE UNA ESTRATEGIA PARA ALCANZAR SUS OBJETIVOS SOCIALES

Prácticas Esenciales

1. La estrategia del proveedor incluye una declaración formal de la misión, la cual incluye aumentar el acceso a servicios financieros de los grupos objetivo vulnerables o excluidos y generar beneficios para estos clientes.
2. La estrategia del proveedor define las características específicas de sus clientes objetivo.
3. La estrategia del proveedor define los objetivos sociales, las metas y los indicadores para medir el progreso.
4. La estrategia del proveedor se articula sobre cómo sus productos, servicios y canales de distribución lograrán cumplir sus objetivos sociales.

 ESTÁNDAR

1B. EL PROVEEDOR RECOLECTA Y DIVULGA DATOS EXACTOS DEL CLIENTE ESPECÍFICOS A SUS OBJETIVOS SOCIALES

Prácticas Esenciales

1. El proveedor tiene un sistema de información gerencial (SIG) y procedimientos para datos de desempeño social.
2. Si el proveedor establece que la reducción de la pobreza es uno de sus objetivos sociales, se monitorea el nivel de pobreza de sus clientes utilizando una herramienta de evaluación de la pobreza.
3. Si el proveedor establece que la responsabilidad con el medio ambiente es uno de sus objetivos sociales, se define y se implementa una estrategia ambiental.
4. El proveedor analiza e informa de los datos de desempeño social tanto en interno como en externo.



Dimensión 2.

ASEGURAR EL COMPROMISO DE LA JUNTA DIRECTIVA, GERENCIA Y EMPLEADOS CON LOS OBJETIVOS SOCIALES

2A. Los miembros de la junta directiva hacen rendir cuentas al proveedor sobre su misión y sus objetivos sociales.

2B. La alta dirección supervisa la implementación de la estrategia del proveedor para alcanzar sus objetivos sociales.

2C. Los empleados son contratados, evaluados, y reconocidos en base a criterios de desempeño social y financiero.



ESTÁNDAR

2A. LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA HACEN RENDIR CUENTAS AL PROVEEDOR SOBRE SU MISIÓN Y SUS OBJETIVOS SOCIALES

Prácticas Esenciales

1. El proveedor proporciona orientación a los miembros de la junta sobre la misión y los objetivos sociales y sobre sus responsabilidades en cuanto a la gestión del desempeño social del proveedor.
2. La junta utiliza datos relativos al desempeño social para proporcionar dirección estratégica, teniendo en cuenta los objetivos sociales y financieros.
3. La junta apoya al Presidente Ejecutivo/Director General a avanzar hacia los objetivos sociales del proveedor.
4. La junta es responsable del mantenimiento de la misión social del proveedor en épocas de cambios institucionales.



ESTÁNDAR

2B. LA ALTA DIRECCIÓN SUPERVISA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DEL PROVEEDOR PARA ALCANZAR SUS OBJETIVOS SOCIALES

Prácticas Esenciales

1. La alta dirección hace operativa la estrategia social del proveedor.
2. Los altos directivos analizan y responden a los riesgos relacionados con el desempeño social.
3. El Presidente Ejecutivo/Director General hace rendir cuentas a los altos directivos por el progreso del proveedor hacia sus objetivos sociales.



ESTÁNDAR

2C. LOS EMPLEADOS SON CONTRATADOS, EVALUADOS, Y RECONOCIDOS EN BASE A CRITERIOS DE DESEMPEÑO SOCIAL Y FINANCIERO

Prácticas Esenciales

- 1.** Los candidatos son examinados y contratados en función de su compromiso con los objetivos sociales del proveedor y de su capacidad para ejercer sus obligaciones profesionales en materia de desempeño social.
- 2.** El proveedor capacita y evalúa a los empleados sobre sus responsabilidades para el desempeño social y financiero relacionados con su puesto.
- 3.** Los incentivos a los trabajadores fomentan el progreso hacia los objetivos sociales del proveedor.
- 4.** El proveedor incentiva al personal a aprobar préstamos de calidad (Norma de Protección al Cliente 2.5).



Dimensión 3.

DISEÑAR PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES

3A. El proveedor conoce las necesidades y las preferencias de distintos tipos de clientes.

3B. Los productos, servicios y canales de distribución están diseñados para beneficiar a los clientes, y están alineados con los objetivos sociales del proveedor.



ESTÁNDAR

3A. EL PROVEEDOR CONOCE LAS NECESIDADES Y LAS PREFERENCIAS DE DISTINTOS TIPOS DE CLIENTES

Prácticas Esenciales

- 1.** El proveedor solicita información sobre las necesidades, preferencias y experiencias de los clientes para el diseño y la entrega de productos.
- 2.** El proveedor monitorea la idoneidad de los productos, servicios y canales de distribución (Norma de Protección al Cliente 1.2).



ESTÁNDAR

3B. LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN ESTÁN DISEÑADOS PARA BENEFICIAR A LOS CLIENTES, Y ESTÁN ALINEADOS CON LOS OBJETIVOS SOCIALES DEL PROVEEDOR

Prácticas Esenciales

1. El proveedor ofrece productos y servicios que estén adaptados a las necesidades de los clientes (Norma de Protección al Cliente 1.1).
2. Los productos y servicios del proveedor están diseñados para reducir las barreras que impiden la inclusión financiera de los clientes objetivos.
3. Los productos y servicios del proveedor están diseñados para reducir los riesgos de los clientes.
4. El proveedor genera beneficios para los clientes al permitirles invertir en oportunidades económicas y abordar las necesidades previstas en el hogar.
5. Se implementa una política y un proceso documentado para prevenir las técnicas de venta agresivas y la firma forzada de contratos (Norma de Protección al Cliente 1.3).
6. El proveedor monitorea los riesgos asociados con los agentes y las redes y los problemas asociados.

- 4A.** Prevención del sobreendeudamiento
- 4B.** Transparencia
- 4C.** Trato justo y respetuoso de los clientes
- 4D.** Privacidad de los datos del cliente
- 4E.** Mecanismos para la resolución de reclamos



Dimensión 4.

TRATAR A LOS CLIENTES RESPONSABLEMENTE

 ESTÁNDAR**4B. TRANSPARENCIA****Prácticas
Esenciales**

1. Se implementa una política y un proceso documentado para exigir transparencia en los términos, las condiciones y los precios de todos los productos (Norma de Protección al Cliente 3.1).
2. El proveedor se comunica con los clientes en momentos apropiados y a través de canales adecuados (Norma de Protección al Cliente 3.2).
3. El proveedor adopta las medidas necesarias para garantizar que el cliente entienda todo y para apoyar las decisiones que éste tome (Norma de Protección al Cliente 3.3).

ESTÁNDAR

4D. PRIVACIDAD DE LOS DATOS DEL CLIENTE

Prácticas Esenciales

1. Los datos de los clientes se resguardan de manera segura y confidencial (Norma de Protección al Cliente 6.1).
2. Se informa a los clientes sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para el uso de sus datos (Norma de Protección al Cliente 6.2).

5A. El proveedor aplica normas escritas de RRHH que velan por los empleados y ayudan a crear un ambiente laboral favorable.

5B. El proveedor comunica a todos los empleados los términos de su empleo y les proporciona capacitación para las funciones esenciales del puesto.

5C. El proveedor monitorea la satisfacción y la rotación del personal.



Dimensión 5.

TRATAR A LOS EMPLEADOS RESPONSABLEMENTE

6A. El proveedor establece y monitorea tasas de crecimiento que promueven tanto la sostenibilidad financiera como los objetivos sociales.

6B. Los inversores de capital, prestamistas, junta y gerencia están alineados con los objetivos sociales del proveedor y adoptan una estructura financiera apropiada en cuanto a la combinación de fuentes, términos y rendimientos deseados.

6C. El proveedor establece los precios de manera responsable.

6D. El proveedor ofrece una remuneración a los altos directivos apropiada para un proveedor con objetivos sociales establecidos.



Dimensión 6.

EQUILIBRAR EL DESEMPEÑO SOCIAL Y FINANCIERO

ESTÁNDAR

6D. EL PROVEEDOR OFRECE UNA REMUNERACIÓN A LOS ALTOS DIRECTIVOS APROPIADA PARA UN PROVEEDOR CON OBJETIVOS SOCIALES ESTABLECIDOS

Prácticas Esenciales

1. El proveedor garantiza que la compensación del Presidente Ejecutivo/Director General y otros altos directivos están conformes con los objetivos sociales del proveedor.
2. Previa solicitud, el proveedor comunica de manera transparente las remuneraciones a reguladores, evaluadores, calificadores, donantes e inversores.
3. El proveedor calcula la diferencia entre la remuneración promedio de sus ejecutivos de alto nivel y sus empleados de campo, y evalúa si este rango es consistente con la misión del proveedor.

El Grupo de Trabajo en Desempeño Social (SPTF)

es una organización no lucrativa que consiste tanto de miembros organizacionales como individuales de todo el mundo y cada grupo de partes interesadas en el sector de finanzas inclusivas. El SPTF se involucra con estas partes interesadas para desarrollar, divulgar y promover estándares y buenas prácticas para la gestión del desempeño social y la presentación de informes. La visión del SPTF es que la gestión del desempeño social (GDS) sea una práctica de negocios estándar y se considere fundamental para lograr la promesa social de finanzas responsables e inclusivas.

Para mayor información, por favor visite:

www.sptf.info

