



IMPRO^{IFD}
TRANSFORMANDO SUEÑOS EN OPORTUNIDADES

INFORME DE RSE

2024





ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. PERFIL INSTITUCIONAL	7
2.1. Principios Institucionales de IMPRO IFD	9
2.2. Valores Institucionales de IMPRO IFD	12
3. DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	16
3.1. Alcance geográfico	16
3.2. Tecnologías crediticias	17
3.2.1. Crédito individual	17
3.2.2. Banca Comunal	18
3.3. Servicios ofertados	19
3.4. Resultados obtenidos	20
3.4.1. Calificación de Riesgo – Gestión 2024	24
3.4.2. Afiliaciones	26
4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	29
4.1. RSE en la Planificación Estratégica de IMPRO IFD	29
4.1.1. Identificación de grupos de interés y canales de comunicación	30
4.1.2. Dimensiones de trabajo de la RSE	33
4.2. Cumplimiento de Objetivos y Política de RSE de IMPRO IFD	35
4.3. Resultados de la Gestión de RSE en IMPRO IFD	37
4.4. Implementación de la RSE en la Estructura Organizacional	39
4.5. Evaluación del Cumplimiento de Lineamientos de RSE	40
4.5.1. Resultados de la Evaluación de Cumplimiento de RSE	42
5. CONCLUSIONES	46
6. ANEXOS	48
6.1. 1G – GOBIERNO CORPORATIVO	48
6.2. 1B – BRECHA SALARIAL	55
6.3. 2B – BRECHA SALARIAL	56
6.4. 3B – BRECHA SALARIAL	57
6.5. 1P – PRESENCIA EN LA COMUNIDAD	58
6.6. 1T – TRABAJO DIGNO Y NO DISCRIMINACIÓN	59

6.7.	2T – TRABAJO DIGNO Y NO DISCRIMINACIÓN	60
6.8.	3T – TRABAJO DIGNO Y NO DISCRIMINACIÓN	62
6.9.	1C – CAPACITACIÓN	63
6.10.	2C – CAPACITACIÓN.....	64
6.11.	3C – CAPACITACIÓN.....	66
6.12.	1D – DIVERSIDAD E IGUALDAD DE LAS OPORTUNIDADES	68
6.13.	2D – DIVERSIDAD E IGUALDAD DE LAS OPORTUNIDADES	69
6.14.	1H – DERECHOS HUMANOS Y COMPROMISO SOCIAL.....	70
6.15.	2H – DERECHOS HUMANOS Y COMPROMISO SOCIAL.....	73
6.16.	3H – DERECHOS HUMANOS Y COMPROMISO SOCIAL.....	76
6.17.	1E – ENFOQUE SOCIAL.....	78
6.18.	2E – ENFOQUE SOCIAL.....	79
6.19.	3E – ENFOQUE SOCIAL.....	82
6.20.	4E – ENFOQUE SOCIAL.....	84
6.21.	1S – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	86
6.22.	2S – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	88
6.23.	3S – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	89
6.24.	1A – CONCIENCIA AMBIENTAL	90
6.25.	2A – CONCIENCIA AMBIENTAL	91
6.26.	3A – CONCIENCIA AMBIENTAL	92
6.27.	1N – CUMPLIMIENTO NORMATIVO.....	93
7.	PUNTO DE ATENCIÓN	99



1. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) continúa siendo un eje transversal en la gestión institucional de IMPRO IFD. Durante la gestión 2024, hemos reafirmado nuestro compromiso de actuar en coherencia con nuestra misión y visión, impulsando acciones orientadas a generar valor sostenible para nuestros grupos de interés y contribuyendo activamente al bienestar de la sociedad.

Nuestro enfoque de RSE está profundamente arraigado en principios de ética, inclusión y sostenibilidad, guiando nuestras decisiones y fortaleciendo el impacto de nuestras operaciones. La gestión socialmente responsable se refleja en la promoción de actividades productivas, el fortalecimiento de capacidades de nuestros usuarios financieros y la construcción de relaciones basadas en la confianza, la transparencia y la equidad.

La inclusión financiera sigue siendo una prioridad estratégica. A través de nuestra Política Interna de RSE, hemos ampliado el acceso a servicios financieros en sectores tradicionalmente excluidos, integrando herramientas tecnológicas y fomentando la educación financiera como medio para impulsar el desarrollo integral de las personas y comunidades.

En 2024, intensificamos nuestras acciones orientadas a integrar la RSE en todos los niveles de la organización. Se llevaron a cabo capacitaciones internas, campañas de concientización, alianzas con actores clave del entorno, y se promovieron prácticas responsables tanto sociales como ambientales. Asimismo, fortalecimos la orientación hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con especial énfasis en la equidad de género, la reducción de desigualdades y la sostenibilidad ambiental.

Este informe representa una síntesis de los logros alcanzados, los desafíos enfrentados y las lecciones aprendidas durante la gestión, destacando el papel activo que IMPRO IFD desempeña en la construcción de una sociedad más justa, equitativa y sostenible. Seguiremos avanzando con firmeza, convencidos de que el desarrollo económico solo es pleno cuando está acompañado de un impacto social positivo.



CRÉDITO
BANCA
COMUNAL

IMPRO
ANDO OPO ADE

TO HASTA
000.- P
A. SC

Empoderamiento
entorno familiar
www.impro.org

2. PERFIL INSTITUCIONAL

Desde su fundación, la Incubadora de Microempresas Productivas (IMPRO) fue concebida con la misión de atender la demanda financiera insatisfecha de microempresarios y unidades económicas familiares que cuentan con escasos recursos y acceso limitado a tecnología. Con el tiempo, IMPRO IFD ha evolucionado, consolidando una propuesta de valor que acompaña de forma integral a los emprendedores y pequeños productores, brindándoles herramientas para fortalecer sus negocios y mejorar su calidad de vida.

A través de una gestión orientada al desarrollo, la institución ha implementado soluciones financieras accesibles e innovadoras, superando barreras estructurales que históricamente limitaron el acceso al financiamiento formal. Su enfoque ha estado centrado en el crecimiento económico de sus clientes, con una visión inclusiva y sostenible. IMPRO IFD se ha convertido en un aliado estratégico para los sectores productivos más vulnerables del país. Su historia institucional, construida con esfuerzo y compromiso, está marcada por hitos relevantes que reflejan su capacidad de adaptación, su solidez institucional y su impacto positivo en las comunidades. A continuación, se presenta una línea de tiempo que sintetiza los momentos más representativos de la trayectoria de IMPRO IFD:





Como Institución Financiera de Desarrollo (IFD), IMPRO reafirma su compromiso con el impulso del desarrollo económico y social de Bolivia, apoyando a quienes buscan transformar su realidad a través del trabajo, el emprendimiento y la superación personal. Este enfoque integral busca generar bienestar tanto individual como colectivo, y está presente en cada acción institucional. Los pilares fundamentales de IMPRO IFD están claramente definidos en sus lineamientos estratégicos, representados por su misión y visión.

MISIÓN

IMPRO es una institución sin fines de lucro que brinda servicios transparentes y efectivos a la comunidad generando oportunidades de mejora de calidad de vida a los sectores más necesitados y sin acceso a servicios financieros, mediante el desarrollo de programas de microcréditos de fomento, vivienda y rurales.

VISIÓN

Ser una Institución Financiera de Desarrollo importante, fortalecida con personal altamente calificado, comprometido e identificado, y reconocida por la sociedad por sus productos y servicios. microfinancieros innovadores, amplios y de calidad en áreas urbanas, periurbanas y rurales

2.1. Principios Institucionales de IMPRO IFD

IMPRO IFD orienta su accionar institucional en base a principios sólidos que reflejan su identidad, su compromiso con el desarrollo de la sociedad y su vocación de servicio hacia los sectores más necesitados. Estos principios guían el comportamiento del equipo humano y fortalecen la cultura organizacional, permitiendo consolidar relaciones de confianza con los grupos de interés.



Vocación de servicio

Se traduce en una actitud genuina de apoyo y empatía hacia nuestros clientes y comunidades. Este principio impulsa a cada colaborador a actuar con sensibilidad social, priorizando las necesidades de los usuarios y generando soluciones que aporten valor real y sostenible a su bienestar.



Compromiso

Expresa la identificación plena con los valores institucionales y la dedicación constante al cumplimiento de los objetivos organizacionales. El compromiso de nuestro equipo se refleja en la responsabilidad, constancia y entrega con la que se asumen las tareas, siempre orientadas al desarrollo social y económico de nuestros beneficiarios.



Innovación

Se promueve una cultura de creatividad que desafía lo establecido, permitiendo romper paradigmas y generar soluciones financieras inclusivas y adaptadas a los cambios del entorno. Este principio estimula el pensamiento propositivo, la mejora continua y la adopción de nuevas tecnologías al servicio de los sectores más vulnerables.



Integridad

Representa el actuar con honestidad, coherencia y transparencia en todas las actividades institucionales. La integridad fortalece la credibilidad de IMPRO IFD y es la base de una gestión ética que respeta los derechos de los clientes, promueve la equidad y vela por el cumplimiento de normas y valores compartidos.



Trabajo en equipo

Fomenta la sinergia, el respeto mutuo y la colaboración efectiva entre todos los integrantes de la institución. A través del trabajo coordinado, se logra alinear los esfuerzos individuales con los objetivos estratégicos, potenciando la efectividad de nuestras acciones y el impacto de nuestras intervenciones.

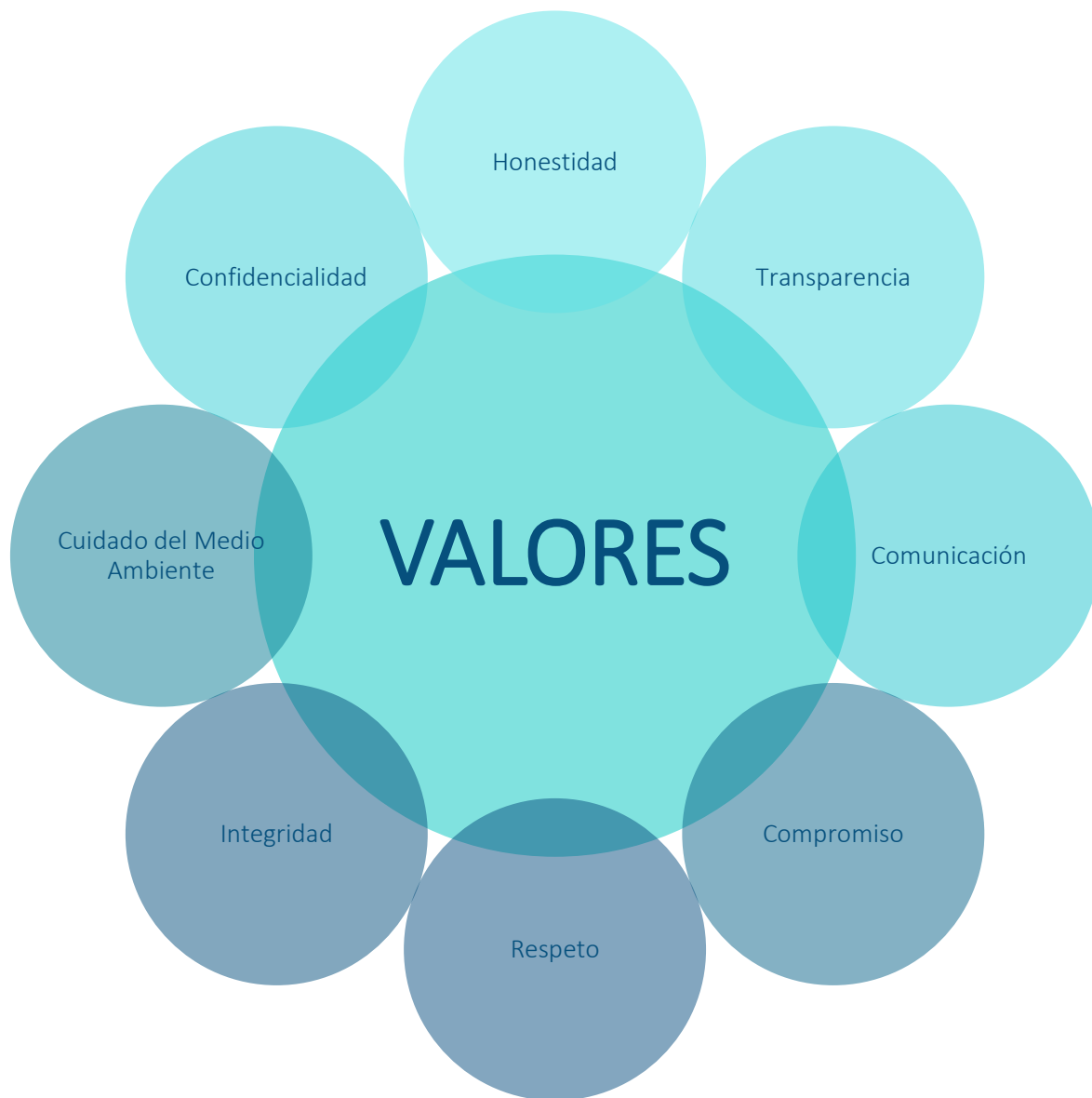


Alto desempeño

Implica la búsqueda constante de la eficiencia, la calidad y la excelencia en la gestión institucional. Este principio motiva a alcanzar resultados con altos estándares, optimizando recursos y promoviendo la mejora continua en todos los procesos para garantizar un servicio eficaz, oportuno y centrado en el cliente.

2.2. Valores Institucionales de IMPRO IFD

Los valores institucionales de IMPRO IFD son pilares esenciales que orientan el comportamiento ético de todos los colaboradores y fortalecen la cultura organizacional. Cada valor representa un compromiso permanente con la sociedad, nuestros clientes y el entorno, garantizando una gestión responsable y humana en cada una de nuestras acciones.



Honestidad

Actuar con veracidad y rectitud es un principio inquebrantable en nuestra institución. La honestidad guía nuestras decisiones y relaciones, permitiendo generar confianza y credibilidad tanto interna como externamente.

Transparencia

Garantiza una gestión clara y accesible, en la que la información es compartida de forma abierta, veraz y oportuna. Este valor es clave para mantener relaciones sólidas y de confianza con todos nuestros grupos de interés.

Confidencialidad

Velamos por la protección de la información sensible de nuestros clientes y de la institución. La confidencialidad fortalece la confianza depositada en nosotros y refuerza el compromiso con una gestión profesional, ética y responsable.

Comunicación

Valoramos el intercambio efectivo, respetuoso y oportuno de ideas, opiniones e información. La comunicación fluida es esencial para fortalecer el trabajo en equipo, prevenir conflictos y construir una institución abierta y participativa.

Cuidado del Medio Ambiente

Reconocemos nuestro rol en la preservación del entorno natural y promovemos prácticas responsables que minimicen los impactos negativos al medio ambiente. Reforzando nuestro compromiso con la sostenibilidad y la generación de valor para las futuras generaciones.

Compromiso

Asumimos con responsabilidad y dedicación cada una de nuestras funciones, buscando cumplir con los objetivos institucionales y generar un impacto positivo en la vida de nuestros clientes. El compromiso se traduce en trabajo constante, superación de desafíos y entrega total a nuestra misión.

Integridad

Refleja la coherencia entre lo que se piensa, se dice y se hace. En IMPRO IFD, la integridad se manifiesta en una conducta ética constante, respetando los principios y normas institucionales en todo momento y circunstancia.

Respeto

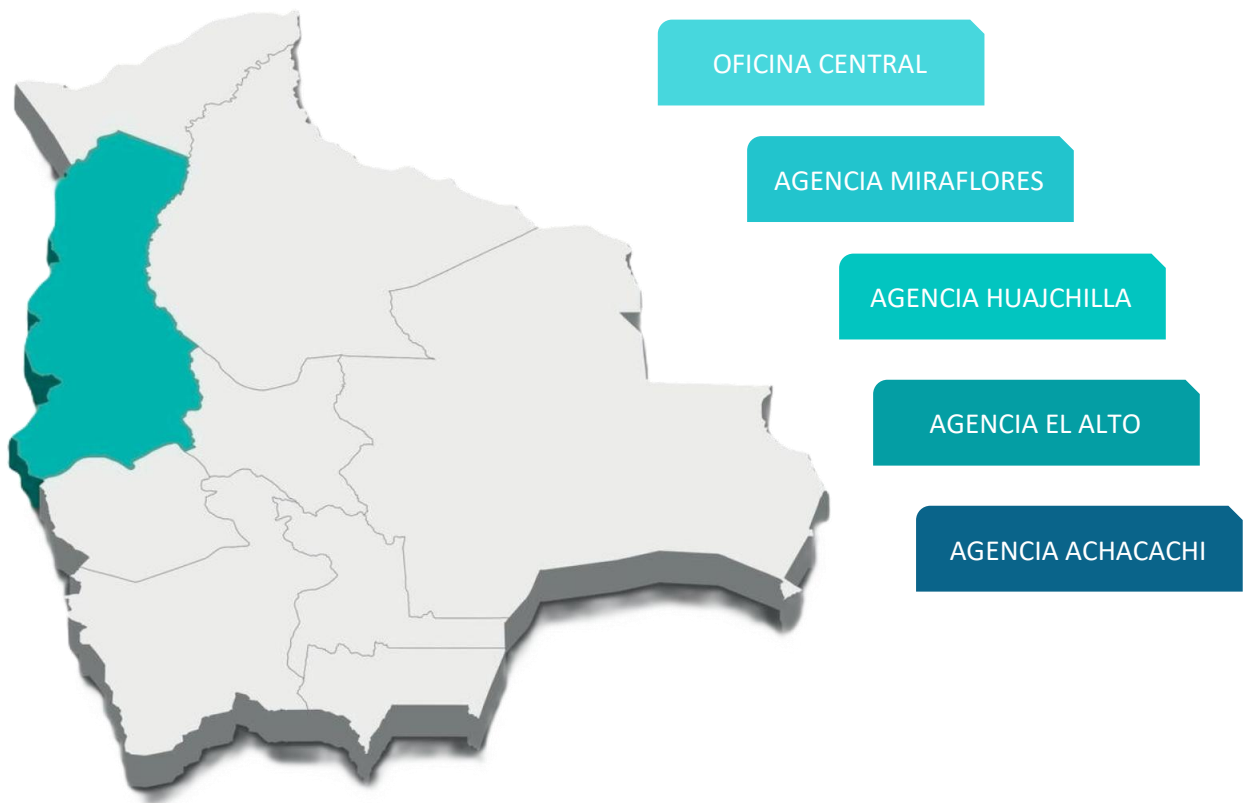
Fomentamos un ambiente inclusivo y armonioso, donde se valoran las diferencias y se reconoce la dignidad de cada persona. El respeto es fundamental para construir relaciones humanas positivas.



3. DESEMPEÑO INSTITUCIONAL

3.1. Alcance geográfico

IMPRO IFD desarrolla sus operaciones en el departamento de La Paz, estableciendo presencia en zonas estratégicas que permiten una atención cercana, oportuna y eficiente a sus diferentes grupos de interés. Actualmente, contamos con oficinas en los municipios de La Paz, El Alto, Mecapaca y Achacachi, lo que facilita la cobertura de áreas urbanas, periurbanas y rurales, promoviendo así la inclusión financiera en regiones donde el acceso a servicios financieros es limitado.



Esta distribución geográfica responde a nuestro compromiso de brindar soluciones adaptadas a las necesidades de las comunidades locales, generando oportunidades de desarrollo económico y social. A través de nuestras agencias, IMPRO IFD consolida su papel como una institución de fomento que trabaja por el bienestar de las personas y por el fortalecimiento de las actividades productivas en el territorio paceño.

3.2. Tecnologías crediticias

IMPRO IFD desarrolla e implementa diversas tecnologías crediticias con el objetivo de brindar soluciones financieras inclusivas, adaptadas a las características, necesidades y capacidades de pago de los distintos segmentos de la población a los que sirve. Estas tecnologías están enfocadas en promover el desarrollo económico de personas y grupos con actividad productiva, tanto en zonas urbanas como rurales, mediante productos especializados y acompañamiento técnico.

3.2.1. Crédito individual

El crédito individual está dirigido a microempresarios con potencial emprendedor y recursos limitados, con el propósito de apoyar el crecimiento y fortalecimiento de sus iniciativas productivas. A través de este tipo de financiamiento, IMPRO IFD proporciona no solo capital, sino también asesoría financiera y técnica que contribuye al desarrollo sostenible de los emprendimientos.

Microcrédito

Producto financiero otorgado a personas naturales o jurídicas para la financiación de actividades económicas de pequeña y mediana escala. El repago del crédito proviene principalmente de los ingresos generados por dichas actividades, promoviendo así la autosostenibilidad del negocio.

Microcrédito Agropecuario

Crédito diseñado para respaldar actividades agrícolas y ganaderas, así como otras prácticas relacionadas con la producción animal, como la avicultura, apicultura y cunicultura. También puede financiar la comercialización o los servicios vinculados, siempre que sean ejecutados por el mismo productor.

Crédito Hipotecario de Vivienda

Financiamiento otorgado a personas naturales, asalariadas o independientes, para cubrir el valor del anticrético de inmuebles destinados exclusivamente a vivienda.

Crédito Hipotecario de Vivienda Debidamente Garantizado

Similar al anterior, este producto financia el anticrético de inmuebles destinados a vivienda, permitiendo distintas formas de garantía para brindar mayor accesibilidad al crédito.

Crédito de Consumo

Crédito que permite a las personas disponer de un monto de dinero para libre utilización, ya sea para adquirir bienes o pagar servicios. Este tipo de financiamiento suele tener un plazo de pago a corto o mediano plazo, adaptado a la capacidad del cliente.

3.2.2. Banca Comunal



La banca comunal de IMPRO IFD representa una modalidad de financiamiento colectivo que fomenta el desarrollo económico y social de personas organizadas en asociaciones. Cada integrante del grupo debe desarrollar una actividad económica propia, lo que fortalece la responsabilidad individual y grupal en el uso de los recursos.

Se otorgan créditos a grupos de personas, especialmente mujeres emprendedoras, organizadas para gestionar recursos de manera solidaria. Estos grupos asumen una garantía mancomunada, indivisible y solidaria, lo cual les permite acceder al financiamiento incluso si no cuentan con las garantías tradicionales requeridas por el sistema financiero. Esta tecnología crediticia promueve la inclusión, el empoderamiento y el fortalecimiento de redes comunitarias.



3.3. Servicios ofertados

En cada una de las agencias de IMPRO IFD se ofrecen diversos servicios financieros y no financieros, orientados a facilitar el acceso de los clientes y usuarios financieros a soluciones integrales que apoyen su desarrollo y bienestar. Estos servicios incluyen principalmente operaciones de caja, pago de créditos, cobros y pagos de servicios, así como la gestión de bonos sociales.



Servicio de Caja

IMPRO IFD cuenta con servicios de caja en todas sus agencias, permitiendo a los clientes realizar de manera ágil y segura:

a. Pagos de servicios

Las agencias están habilitadas para recibir pagos de una variedad de servicios básicos y comerciales, entre ellos:

- I. TIGO (Multiservicios)
- II. SEGIP
- III. EPSAS
- IV. SIRIO
- V. YAMBAL
- VI. SOAT

b. Pago de Créditos

Los usuarios pueden realizar el pago de sus obligaciones crediticias en ventanilla, con atención personalizada y en horarios accesibles.

c. Cobro de bonos

IMPRO IFD también facilita el acceso a beneficios sociales a través del pago de los siguientes bonos estatales:

- I. Bono Juancito Pinto
- II. Renta Dignidad
- III. Bono Juana Azurduy

Las agencias de IMPRO IFD están adecuadamente equipadas con infraestructura que garantiza la seguridad, comodidad y accesibilidad, incluyendo facilidades para personas con discapacidad. Asimismo, se brinda atención preferente a quienes lo requieran, como parte del compromiso institucional con la inclusión y la equidad. Todos los servicios son proporcionados por un equipo humano calificado, que actúa en coherencia con los valores institucionales y guiado por los principios de la misión de IMPRO IFD. Este enfoque asegura un trato digno, cálido y profesional, que refuerza la confianza de los clientes y fortalece la reputación institucional como una organización comprometida con el desarrollo social.

3.4. Resultados obtenidos

La gestión 2024 de IMPRO IFD se ha caracterizado por la consolidación de logros significativos, impulsando un crecimiento sostenido en áreas clave de la institución. En esta sección se presentan los resultados más relevantes alcanzados durante el periodo, considerando indicadores vinculados a la cartera de créditos, base de clientes, desempeño por tecnologías crediticias, así como otros datos financieros y operativos. Estos resultados evidencian el firme compromiso institucional con el desarrollo socioeconómico de sus clientes y con el fortalecimiento de la inclusión financiera a nivel nacional.



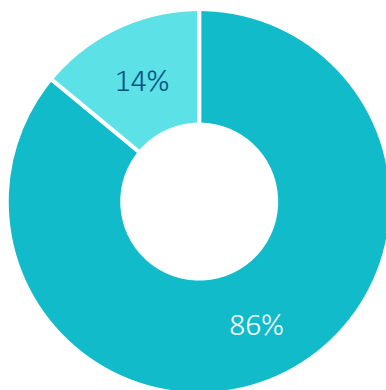
a. Cartera total

Al cierre de la gestión 2024, IMPRO IFD alcanzó una cartera de Bs. 17,123,414, lo que representa un -35.29% de variación con respecto a la gestión 2023, cuando el saldo de la cartera fue de Bs. 26,462,598. En cuanto a la base de clientes, se registró una variación del 29% respecto al periodo anterior. El número total de clientes se ubicó en 2021 al cierre de la gestión 2024.

b. Cartera por tecnología crediticia

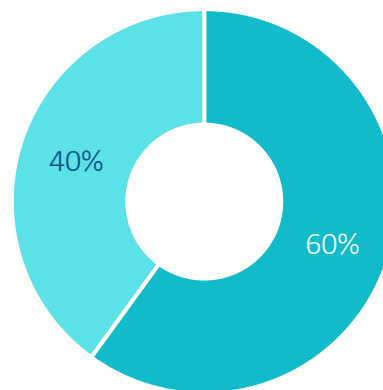
La cartera de IMPRO IFD está conformada por dos tecnologías crediticias: crédito individual y crédito de banca comunal. Durante la gestión 2024, la tecnología de banca comunal registró un total de 812 clientes y una cartera de Bs. 2,427,047, equivalente al 14.17% del total. En tanto, la tecnología de crédito individual atendió a 1209 clientes con un saldo de cartera de Bs. 14,696,367, lo que representa el 85.83% restante.

CARTERA POR TECNOLOGÍA



■ CRÉDITO INDIVIDUAL
■ CRÉDITO BANCA COMUNAL

CLIENTES POR TECNOLOGÍA



■ CRÉDITO INDIVIDUAL
■ CRÉDITO BANCA COMUNAL

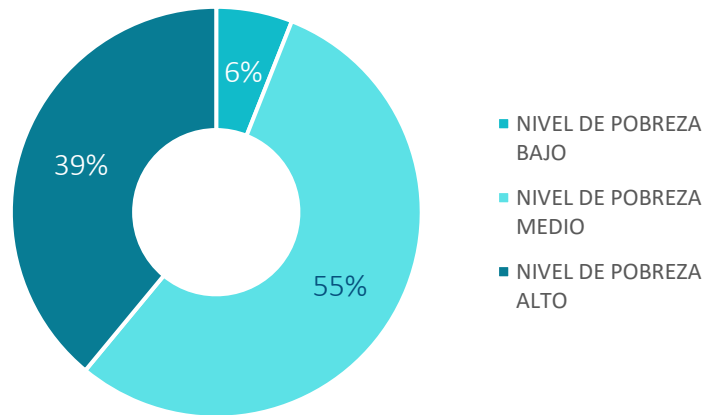
Fuente: Memoria Anual IMPRO IFD 2024

c. Cartera por nivel de pobreza

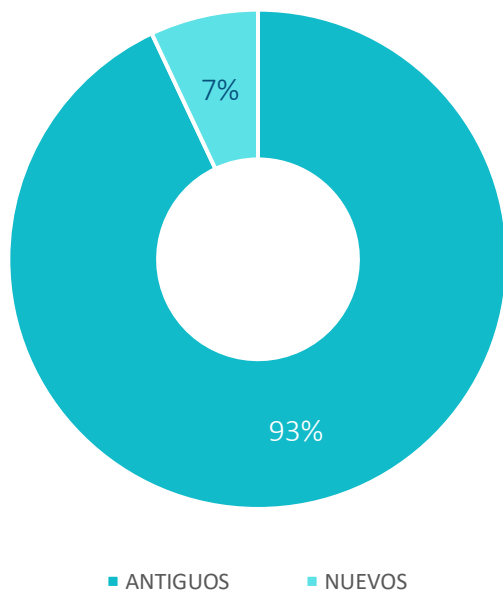
Del total de clientes, el 6% se encuentra en condición de pobreza alta, el 55% se encuentra en condición de pobreza medio y el 39% se encuentra en condición de pobreza baja.

Fuente: Memoria Anual IMPRO IFD 2024

CARTERA POR NIVEL DE POBREZA



CLIENTES NUEVOS Y ANTIGUOS

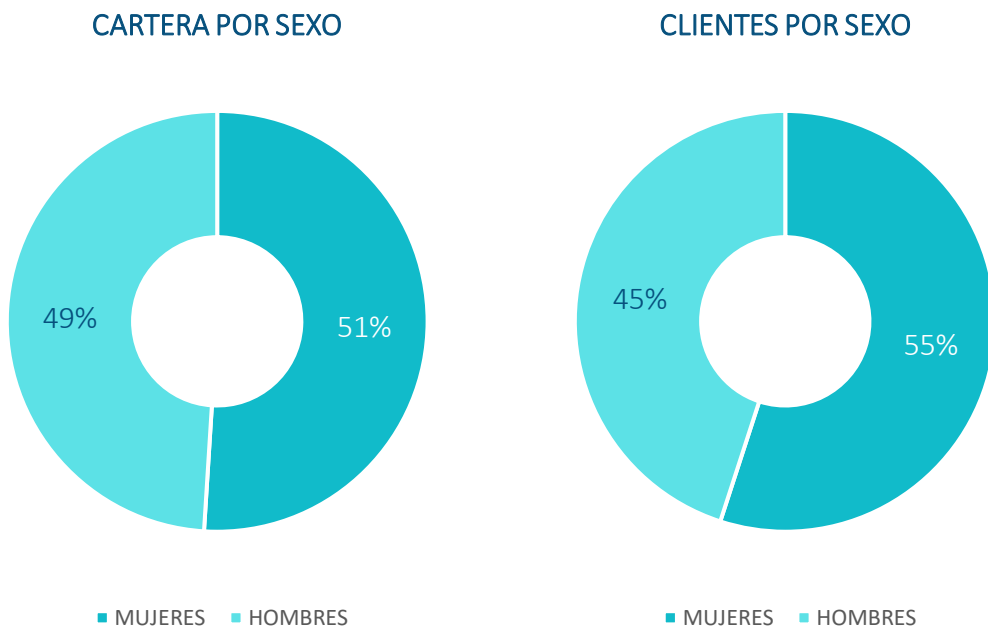


Durante la gestión 2024, IMPRO IFD atendió a 135 nuevos clientes, lo que representa el 7% del total. Por su parte, 1.886 clientes ya formaban parte de la institución, lo que equivale al 93%. Esta distribución refleja una base de clientes consolidada con un crecimiento moderado.

Fuente: Memoria Anual IMPRO IFD 2024

d. Cartera por sexo

En términos de distribución por sexo, el 51% de los clientes de IMPRO IFD son mujeres, lo que equivale a 1012 personas, con una cartera de Bs. 8,786,021. Por su parte, los hombres representan el 49% del total, con 909 clientes y un saldo de cartera de Bs. 8,337,392.



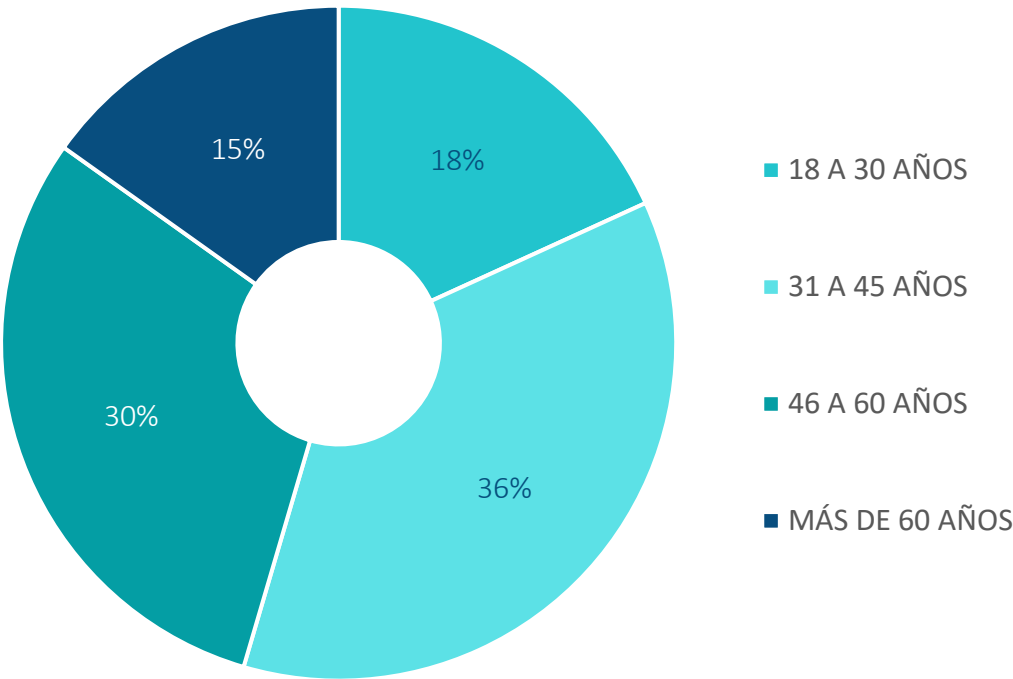
Fuente: Memoria Anual IMPRO IFD 2024

e. Cartera por edad

La segmentación por grupos etarios se detalla a continuación:

- I. De 18 a 30 años: 18% del total, con 580 clientes y una cartera de Bs. 3,151,582
- II. De 31 a 45 años: 36% del total, con 709 clientes y una cartera de Bs. 6,195,321
- III. De 46 a 60 años: 30% del total, con 536 clientes y una cartera de Bs. 5,212,366
- IV. Mayores de 60 años: 15% del total, con 196 clientes y una cartera de Bs. 2,564,143.

CARTERA POR EDAD



Fuente: Memoria Anual IMPRO IFD 2024

3.4.1. Calificación de Riesgo – Gestión 2024

		
IMPRO IFD		
Informe de Calificación de Riesgo con estados financieros al 30 de septiembre 2024		
Fecha de Comité: 15 de enero 2025 - No. 001-2025		
Calificaciones		Significado Calificación del Emisor
Emisor	BB2	Corresponde a Emisores que cuentan con calidad de crédito y el riesgo de incumplimiento tiene una variabilidad frecuente ante posibles cambios en las circunstancias o condiciones económicas.
Deuda de largo plazo moneda local	BB2	
Deuda de corto plazo moneda local	N-3	
Deuda de largo plazo moneda extranjera	BB2	
Deuda de corto plazo moneda extranjera	N-3	
Perspectiva	Estable	

Fuente: Informe de Riesgos IMPRO IFD – Consultora MFR, 2024

a. Gobernabilidad y Administración de Riesgos

IMPRO IFD mantiene una estructura de gobierno corporativo robusta, lo que permite una adecuada orientación estratégica y supervisión de la institución. Los procesos de gobernabilidad están adaptados al tamaño y naturaleza de la institución, y el equipo directivo continúa fortaleciendo sus capacidades. La administración integral de riesgos es apropiada, aunque la participación en el mercado aún es limitada.

b. Suficiencia patrimonial

A diciembre de 2024, la institución presenta niveles sólidos de solvencia patrimonial. El capital regulatorio continúa compuesto enteramente por capital primario, y el Coeficiente de Adecuación Patrimonial mantiene una evolución positiva. La estrategia institucional se enfoca en la reinversión total de excedentes para fortalecer la base patrimonial.

c. Análisis financiero

Durante la gestión 2024, IMPRO IFD registró niveles moderados de rentabilidad, con indicadores que reflejan oportunidades de mejora. La autosuficiencia operacional se mantuvo por debajo del 100%, y aunque el rendimiento de la cartera mejoró levemente, persisten desafíos en la cobertura de costos.

Los ingresos financieros se vieron favorecidos por un ligero incremento en tasas activas, especialmente en productos de banca comunal. Se mantuvieron estables los gastos financieros y provisiones. La eficiencia operativa presentó leves variaciones, con un aumento marginal en los gastos operativos sobre el activo.

En cuanto a la calidad de la cartera, se observó una reducción en la cartera reprogramada y una adecuada cobertura del riesgo. La exposición al riesgo de liquidez fue moderada, con indicadores que mostraron una tendencia decreciente, situándose por debajo del promedio del sector. La exposición al riesgo de tasa de interés fue baja, mientras que la exposición al riesgo cambiario continúa siendo alta, aunque gestionada parcialmente mediante el mecanismo CPVIS II del BCB.

d. Perspectiva

La tendencia institucional al cierre de la gestión 2024 se mantiene estable. Según el análisis realizado, no se anticipan cambios significativos en la calificación institucional en el corto plazo.

3.4.2. Afiliaciones

IMPRO IFD mantiene alianzas estratégicas y participa activamente en diversas organizaciones que comparten su visión de inclusión financiera, desarrollo sostenible y fortalecimiento del sector de microfinanzas en Bolivia y en el ámbito internacional. Estas afiliaciones permiten a la institución acceder a espacios de intercambio de conocimientos, mejores prácticas, asistencia técnica y oportunidades de colaboración que contribuyen al fortalecimiento institucional y a una mejor atención a sus clientes. A continuación, se detallan las principales organizaciones con las que IMPRO IFD mantiene vinculación activa:



finrural
ASOCIACIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE DESARROLLO

Es una organización boliviana que agrupa a Instituciones Financieras

de Desarrollo, reguladas por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI). Su misión es contribuir al desarrollo económico y social del país mediante el fortalecimiento del sistema de microfinanzas con inclusión. FINRURAL promueve políticas públicas favorables, realiza investigaciones sectoriales, organiza espacios de capacitación e impulsa la cooperación entre sus afiliadas para ampliar el acceso a servicios financieros en poblaciones tradicionalmente excluidas.

Es una empresa de inversión solidaria con sede en Francia, comprometida con una economía más justa e inclusiva. SIDI trabaja para brindar acceso a financiamiento a poblaciones en situación de vulnerabilidad, particularmente en



países del Sur Global, mediante el apoyo a instituciones de microfinanzas, cooperativas rurales y organizaciones comunitarias. Su relación con IMPRO IFD refuerza el compromiso mutuo con el desarrollo económico sostenible, equitativo y con enfoque social.



Se trata de una organización boliviana sin fines de lucro, con más de dos décadas de experiencia en la promoción de servicios financieros inclusivos para el desarrollo del sector productivo. Fundación PROFIN

impulsa la innovación financiera, apoya el diseño de productos financieros adecuados para pequeños productores y emprendedores, y promueve el fortalecimiento institucional de las IFDs y cooperativas. La colaboración con esta fundación permite a IMPRO IFD implementar soluciones innovadoras adaptadas a las necesidades reales de sus clientes, con un enfoque de sostenibilidad y eficiencia.



4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

4.1. RSE en la Planificación Estratégica de IMPRO IFD

La Política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aprobada por IMPRO IFD constituye un instrumento clave que consolida la experiencia acumulada en la implementación de prácticas socialmente responsables a lo largo de los últimos años. Esta política cumple dos propósitos fundamentales:

- a. Integración estratégica: Define el marco de actuación para incorporar, de manera coherente y efectiva, las materias fundamentales de la RSE en la estrategia del negocio.
- b. Sistema de gestión: Establece un sistema que garantiza la aplicación transversal, el monitoreo, el mantenimiento, la mejora continua y la sostenibilidad de la RSE a lo largo del tiempo.

Desde su fundación, IMPRO IFD ha asumido un firme compromiso con el desarrollo de sus clientes y de todos los grupos de interés relacionados con su quehacer institucional. En este marco, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), mediante el Reglamento de Responsabilidad Social Empresarial, establece que las instituciones financieras deben alinear sus acciones de RSE con su cultura organizacional, promoviendo una gestión integral que considere los aspectos económicos, sociales y medioambientales.

Si bien IMPRO IFD ha respaldado históricamente a los sectores más vulnerables, fue en el año 2022 cuando se implementó de manera formal el Comité de RSE y Función Social (FS). Este comité es responsable de definir lineamientos que orienten los procesos institucionales en las dimensiones ambiental, social y económica, asegurando la coherencia de las acciones con la misión y visión institucional.

El plan estratégico anual de IMPRO IFD incorpora una serie de iniciativas vinculadas a la RSE, traducidas en objetivos, metas y estrategias que contribuyen al cumplimiento de su misión institucional y a la consolidación de su visión a largo plazo. Estas iniciativas están plenamente integradas en la "Política de RSE", y se apoyan en una estructura orgánica que facilita su

implementación a través de un sistema de gestión sólido y coherente. Además, se ha formalizado el funcionamiento del Comité de RSE y FS con la participación activa de ejecutivos de distintas áreas de la institución. Este comité garantiza una aplicación transversal de la política, basada en el cumplimiento normativo, el monitoreo constante, la mejora continua y la sostenibilidad de las acciones emprendidas.

Como reflejo del compromiso institucional con la transparencia, la rendición de cuentas y la participación activa, se incluye el cuadro de grupos de interés, comunicación y transparencia, que detalla las acciones y mecanismos mediante los cuales IMPRO IFD interactúa con sus Stakeholders, reafirmando así su enfoque hacia una gestión responsable, ética y participativa

4.1.1. Identificación de grupos de interés y canales de comunicación

En concordancia con su compromiso con una gestión socialmente responsable, IMPRO IFD identificó y clasificó a sus grupos de interés, definiendo para cada uno compromisos específicos y canales de comunicación adecuados. Este proceso permite fortalecer los vínculos institucionales y garantizar una interacción constante, transparente y efectiva con los públicos relevantes. A continuación, se presenta la tabla correspondiente

GRUPO DE INTERES	TIPO DE GRUPO DE INTERES	NUESTRO COMPROMISO	CANALES DE COMUNICACIÓN
 ASOCIADOS	Interno	Los asociados esperan que la institución les ofrezca un retorno satisfactorio del capital invertido, además de mantenerlos informados de manera veraz, transparente y periódica sobre los hechos relevantes.	Páginas web institucionales, informes públicos, hechos relevantes, Asamblea General de Asociados, dosieres y notas de prensa.

 DIRECTORES	Interno	Los directores generan lineamientos estratégicos que apoyan el cumplimiento de las metas y procesos establecidos por la institución.	Código de Conducta, contacto directo a nivel de centro, comités de unidades, correos electrónicos.
 COLABORADORES	Interno	Considerados un activo clave para el desarrollo y crecimiento institucional, se garantiza el respeto de sus derechos, un entorno laboral seguro y saludable, formación continua, estabilidad laboral y condiciones justas de empleo.	IMPROSTUDIO, Código de Conducta, contacto directo a nivel de centro, boletines internos.
 CLIENTES	Externo	Base fundamental del negocio, se priorizan relaciones sólidas, honestas y duraderas. Se desarrollan productos de calidad, seguros y accesibles; se promueve el respeto a los derechos del consumidor financiero.	Páginas web, informes públicos, canal de reclamos, encuestas de satisfacción, redes sociales, dosieres, reuniones con clientes, ferias, foros y publicaciones relevantes.

 PROVEEDORES	Externo	Se fortalecen relaciones estables y sostenibles, con estándares de calidad y responsabilidad social, bajo un sistema de gestión que facilita el control de riesgos y el mejoramiento continuo.	Páginas web, informes públicos, contratos.
 COMUNIDAD	Externo	IMPRO IFD impulsa el desarrollo social y económico mediante alianzas con organizaciones, ONG, universidades y programas formativos que promuevan la empleabilidad y una cultura de desarrollo.	Páginas web, informes públicos, canal ético, participación institucional, gabinete de comunicación, redes sociales, eventos, foros, colaboraciones y voluntariado.
 ENTIDADES REGULADORAS	Externo	Se mantiene una relación institucional basada en el cumplimiento normativo, la transparencia fiscal y la contribución al tejido productivo nacional.	Comunicación permanente a nivel local, divisional y corporativo; sitio web institucional.

Durante la planificación estratégica de la gestión 2024, IMPRO IFD definió sus indicadores conforme a la normativa del ente regulador, buscando equilibrar las necesidades institucionales con las expectativas de sus grupos de interés. Este enfoque permitió determinar la materialidad de dichas necesidades en coherencia con el giro del negocio.

La planificación en materia de RSE se articuló junto a las áreas correspondientes, que definieron lineamientos, realizaron el seguimiento y ejecutaron las metas trazadas. Esta

implementación permitió consolidar una cultura institucional de corresponsabilidad, generando mayor eficiencia operativa a través del fortalecimiento de las competencias laborales. Asimismo, se definieron siete dimensiones de trabajo fundamentadas en la norma ISO 26000, las cuales abarcan diversas áreas de implementación y participación institucional.

4.1.2. Dimensiones de trabajo de la RSE

En el marco de la implementación de su sistema de Responsabilidad Social Empresarial, IMPRO IFD definió las siguientes dimensiones de acción, en base a los lineamientos de la norma ISO 26000:

- a. **Gobernanza Organizacional:** La institución alinea su gestión bajo los principios de rendición de cuentas, transparencia y ética, tanto en la toma de decisiones como en sus prácticas internas. Esto incluye estructuras formales e informales, así como normas y valores institucionales.
- b. **Prácticas Laborales:** IMPRO IFD reconoce al capital humano como uno de sus principales pilares, por lo cual impulsa relaciones laborales y contractuales justas, condiciones de trabajo adecuadas, protección social, diálogo constructivo, salud ocupacional y formación continua.
- c. **Medio Ambiente:** Se promueve el desarrollo sostenible a través de estrategias que minimicen el impacto ambiental, entre ellas: la prevención de la contaminación, el uso responsable de los recursos y la adaptación al cambio climático.
- d. **Prácticas Justas de Operación:** La institución promueve un trato ético con todos los actores de su cadena de valor, abordando temas como la prevención de la corrupción, la competencia leal y la promoción de la responsabilidad social entre sus aliados estratégicos.
- e. **Asuntos de Consumidores:** Se fomenta el desarrollo sostenible de los consumidores mediante marketing responsable, educación financiera, resolución de conflictos,

protección de datos y la inclusión de grupos vulnerables en el acceso a servicios financieros.

- f. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad: IMPRO IFD participa activamente en el desarrollo de las comunidades donde opera, impulsando la educación, la cultura y la inversión social mediante alianzas estratégicas.
- g. Derechos Humanos: Se definen políticas orientadas a garantizar la igualdad de oportunidades, prevenir la discriminación y el trabajo infantil, resolver quejas de manera justa, y mitigar impactos adversos relacionados con los derechos fundamentales.



Estas dimensiones reflejan el firme compromiso de IMPRO IFD con una gestión sostenible y responsable, orientada a generar valor para la sociedad y sus grupos de interés, en armonía con los principios éticos y de gobernanza que sustentan su accionar. Con el fin de asegurar una gestión efectiva de la RSE, cada unidad institucional realiza el seguimiento respectivo a

los indicadores definidos. Este seguimiento permite monitorear los avances, identificar desviaciones y aplicar acciones correctivas oportunas.

Finalmente, con el objetivo de realizar una evaluación integral de la gestión de RSE 2024, IMPRO IFD contrató los servicios de la consultora MFR S.R.L., quien llevó a cabo una calificación especializada y presentó recomendaciones de mejora. Estas propuestas serán consideradas en el diseño e implementación del nuevo Plan de RSE 2024–2026.

4.2. Cumplimiento de Objetivos y Política de RSE de IMPRO IFD

Durante la gestión 2024, IMPRO IFD ha llevado a cabo la implementación de su política y objetivos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en conformidad con los principios de la norma ISO 26000, generando impactos positivos en los ámbitos social, ambiental y económico. Este accionar se ha estructurado en torno a siete líneas estratégicas integradas que reflejan el compromiso institucional con el desarrollo sostenible:

- a. **Gobernanza de la organización:** La institución ha consolidado su compromiso con la RSE a través de lineamientos definidos por su Directorio, respaldados por la creación del Comité de RSE, conformado por un miembro del Directorio y la Gerencia General. La Política de RSE, debidamente aprobada, establece los principios y valores que orientan las acciones de IMPRO IFD hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental.
- b. **Derechos Humanos:** IMPRO IFD promueve una cultura organizacional basada en el respeto a los derechos humanos y el desarrollo integral de las personas, enmarcada en su Código de Ética. Se fomenta un entorno laboral de diálogo abierto, transversal y respetuoso. A lo largo de la gestión, no se han registrado denuncias formales por discriminación relacionada con religión, opiniones políticas, condiciones físicas o género, reafirmando el compromiso institucional con la equidad.
- c. **Prácticas laborales:** La institución cumple rigurosamente con las disposiciones laborales, patronales y previsionales aplicables a su personal dependiente y subcontratado. A través de políticas, procedimientos y mecanismos de control

establecidos por el área de Administración, Contabilidad y Recursos Humanos, se garantiza una gestión efectiva del talento humano. Asimismo, se han fortalecido los programas de capacitación continua y evaluación de desempeño, promoviendo la equidad salarial y el desarrollo profesional sin discriminación.

- d. Medio ambiente: En la presente gestión, se ha puesto en marcha un plan de medición del consumo de recursos clave como agua, energía eléctrica y combustibles, con el objetivo de sentar las bases para la futura medición de la huella de carbono. Estas acciones, lideradas por el área administrativa, se complementan con campañas de sensibilización ambiental dirigidas al público interno, promoviendo prácticas sostenibles y el uso responsable de los recursos.
- e. Prácticas justas de operación: IMPRO IFD ha integrado criterios sociales en el desarrollo de productos y servicios financieros, orientados a facilitar el acceso al crédito para personas con limitadas oportunidades económicas. Esta orientación, coherente con su naturaleza como Institución Financiera de Desarrollo, busca fomentar la inclusión financiera y contribuir al fortalecimiento del tejido productivo nacional.
- f. Asuntos de consumidores: La institución apoya a microempresarios y sectores productivos como la manufactura y la actividad agropecuaria, mediante financiamiento adaptado a sus necesidades operativas e inversiones. Se han implementado mecanismos de atención al cliente que garantizan el acceso equitativo a productos y servicios, especialmente para personas con discapacidad y adultos mayores. Además, se ha fortalecido el Programa de Educación Financiera, enfocado en el desarrollo de capacidades de gestión para emprendedores, con el fin de impulsar su crecimiento y sostenibilidad.
- g. Participación activa y desarrollo de la comunidad: IMPRO IFD desarrolla sus actividades considerando el impacto directo en las comunidades donde opera, con el objetivo de contribuir a la mejora de la calidad de vida, la reducción de la pobreza y el desarrollo del país. La ampliación de la cobertura de servicios y la flexibilidad de

acceso a productos financieros han permitido fortalecer la inclusión financiera en sectores tradicionalmente marginados.

Este enfoque integral y articulado en torno a los pilares de la sostenibilidad permite a IMPRO IFD avanzar en el cumplimiento de sus objetivos estratégicos y reafirmar su compromiso con el bienestar de sus colaboradores, clientes y comunidades.

4.3. Resultados de la Gestión de RSE en IMPRO IFD

Durante la gestión 2024, IMPRO IFD ha integrado de manera efectiva la responsabilidad social empresarial (RSE) en sus operaciones cotidianas, reflejando su compromiso institucional con la sostenibilidad y el desarrollo en diversas áreas estratégicas:

- a. Gobierno corporativo: La institución cuenta con lineamientos, políticas y estrategias que incorporan criterios ambientales, sociales y económicos, asegurando una gestión transparente, ética y responsable.
- b. Brecha salarial: IMPRO IFD mantiene su alineación con los regímenes laborales, patronales y previsionales vigentes, lo que permite garantizar condiciones equitativas de trabajo y una estructura salarial justa para todos sus colaboradores.
- c. Presencia en la comunidad: La totalidad de los proveedores de IMPRO IFD son nacionales. La institución aplica políticas de selección orientadas al trato justo, la transparencia y el cumplimiento de pagos oportunos, aspectos que son monitoreados mediante indicadores específicos de gestión.
- d. Trabajo digno y no discriminación: Se promueve un entorno laboral justo, con énfasis en la aprobación de una política de escala salarial basada en estándares normativos, que refuerza condiciones de trabajo dignas y equitativas para todo el personal, sin discriminación.
- e. Capacitación: La institución implementa programas de desarrollo de habilidades y formación continua, orientados a fortalecer la empleabilidad y el desarrollo

profesional del equipo humano. Estas acciones son respaldadas por registros sistemáticos e indicadores que permiten hacer seguimiento a los avances logrados.

- f. Diversidad e igualdad de oportunidades: IMPRO IFD promueve un entorno inclusivo y respetuoso, basado en principios de igualdad de oportunidades. Este compromiso está respaldado por su código de conducta y se refleja en la cultura organizacional de la institución.
- g. Derechos humanos y compromiso social: Se fomenta un clima de diálogo abierto, horizontal y respetuoso en todas las áreas, canalizando inquietudes de manera oportuna y asegurando el cumplimiento de los derechos fundamentales reconocidos por las normativas nacionales e internacionales.
- h. Enfoque social: En su rol como Institución Financiera de Desarrollo, IMPRO IFD diseña políticas y productos financieros orientados a apoyar a sectores tradicionalmente excluidos del sistema financiero formal, contribuyendo así al crecimiento económico y social del país.
- i. Satisfacción del cliente: Se han fortalecido los mecanismos de gestión de quejas y reclamos, garantizando la accesibilidad de los productos y servicios, especialmente para personas con discapacidad, en cumplimiento con la normativa vigente.
- j. Conciencia ambiental: La institución ha establecido lineamientos para la medición de la huella de carbono a partir de la gestión 2024, así como planes específicos para la gestión eficiente del consumo de agua, energía eléctrica y combustibles, promoviendo prácticas sostenibles dentro de la organización.
- k. Cumplimiento normativo: IMPRO IFD dispone de mecanismos rigurosos para asegurar el cumplimiento de la normativa vigente emitida por las entidades reguladoras, previniendo omisiones y garantizando la correcta aplicación de los procedimientos institucionales.

Estas acciones consolidan el compromiso de IMPRO IFD con la RSE, integrando de manera transversal principios éticos, normativos y de sostenibilidad en todas sus operaciones, contribuyendo al desarrollo integral del país y al fortalecimiento de la confianza de sus grupos de interés.

4.4. Implementación de la RSE en la Estructura Organizacional

La estructura organizacional de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en IMPRO IFD ha sido diseñada con estamentos claramente definidos de lineamiento, dirección y ejecución, que permiten orientar adecuadamente las acciones institucionales en esta materia. Esta disposición estructural asegura una gestión efectiva, sistemática y coherente de la RSE dentro de la organización, facilitando la integración de sus principios y valores en todas las áreas operativas, así como en la toma de decisiones estratégicas. El compromiso con la RSE se establece desde el más alto nivel de gobierno institucional, a través del Directorio, que aprueba la Política de RSE y supervisa su cumplimiento. A nivel ejecutivo, la Gerencia General lidera y respalda su implementación, garantizando que los objetivos y lineamientos estratégicos se traduzcan en acciones concretas.



Asimismo, IMPRO IFD cuenta con un Comité de RSE, conformado por miembros del Directorio y la Gerencia General, que actúa como instancia articuladora entre la alta dirección y las áreas operativas. Este comité supervisa el cumplimiento de la política, evalúa resultados y promueve mejoras continuas en materia de responsabilidad social.

La ejecución operativa recae el encargado de RSE y Función Social, que coordina con las distintas unidades organizacionales para implementar programas, acciones y actividades alineadas con los compromisos institucionales. Esta coordinación transversal permite asegurar que los enfoques sociales, ambientales y éticos se integren de manera transversal en la cultura organizacional y en los procesos institucionales. De esta manera, IMPRO IFD consolida una estructura organizacional orientada al cumplimiento de su misión como Institución Financiera de Desarrollo, generando valor sostenible para sus grupos de interés y contribuyendo activamente al desarrollo del país.

4.5. Evaluación del Cumplimiento de Lineamientos de RSE

Con el objetivo de asegurar el alineamiento institucional con los principios de responsabilidad social empresarial, IMPRO IFD realiza anualmente una evaluación exhaustiva del cumplimiento de los lineamientos establecidos por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI). En este marco, se aplica la matriz de indicadores de responsabilidad social empresarial para entidades supervisadas (Anexo 2), la cual constituye una herramienta clave para el seguimiento y monitoreo de los compromisos asumidos en materia social, ambiental, económica y de gobernanza.

Esta matriz permite valorar el grado de avance y la implementación efectiva de acciones vinculadas a los siguientes aspectos estratégicos: gobierno corporativo, brecha salarial, presencia en la comunidad, trabajo digno y no discriminación, capacitación, diversidad e igualdad de oportunidades, derechos humanos y compromiso social, enfoque social, satisfacción del cliente, conciencia ambiental y cumplimiento normativo.

La aplicación de este instrumento fortalece la gestión responsable de IMPRO IFD, facilita la identificación de oportunidades de mejora y permite rendir cuentas de manera transparente a los grupos de interés, consolidando así su compromiso institucional con el desarrollo sostenible y la inclusión financiera.

ANEXO 2: INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ENTIDADES SUPERVISADAS

ENTIDAD: INCUBADORA DE MICRO EMPRESAS PRODUCTIVAS - IMPRO IFD

PERIODO DE LA INFORMACIÓN: GESTIÓN 2024

Cód.	Aspectos	Indicador	Descripción	Expresado en	Valor
1G	Gobierno Corporativo	Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno corporativo con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales	Durante la gestión 2024, se llevó a cabo una capacitación dirigida a los miembros del Directorio sobre la prevención de la Legitimación de Ganancias Ilícitas, Financiamiento del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva. Posteriormente, se aplicó una evaluación mediante un formulario digital para verificar el nivel de comprensión de los participantes.		
1B	Brecha Salarial	Relación entre la remuneración total anual para el individuo mejor pagado de la entidad supervisada respecto a la remuneración promedio anual total de todos los empleados	En la gestión 2024, la remuneración total anual del Gerente General representó un 372% del promedio anual de remuneración de todos los colaboradores de la institución, equivalente a aproximadamente 3,7 veces dicho promedio.	%	372
2B	Brecha Salarial	Relación del porcentaje de aumento en la remuneración total anual para el individuo mejor pagado de la entidad supervisada respecto al porcentaje de incremento promedio en la remuneración total anual para todos los empleados (excluyendo a la persona mejor pagada)	Durante la gestión 2024, el incremento porcentual en la remuneración del individuo mejor pagado de IMPRO IFD fue un 38,98% superior al aumento promedio registrado entre el resto de los colaboradores.	%	38.98
3B	Brecha Salarial	Relación entre el salario mínimo de la entidad supervisada y el salario mínimo nacional	IMPRO IFD estableció su salario mínimo institucional en Bs 2.500,00, equivalente al salario mínimo nacional vigente para la gestión 2024, lo que representa una relación del 100% y evidencia el estricto cumplimiento de la normativa aplicable.	%	100
1P	Presencia en la comunidad	Proporción de gastos en proveedores nacionales en principales áreas de operación		%	100
1T	Trabajo digno y no discriminación	Número de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento	La institución contó con un total de 46 colaboradores a lo largo de la gestión 2024, cuyos datos se encuentran desglosados por grupo etario, género y departamento correspondiente.	Números Enteros	46
2T	Trabajo digno y no discriminación	Tasa de contrataciones de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento		%	48
	Trabajo digno y no discriminación	Rotación media de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento		%	43
3T	Trabajo digno y no discriminación	Porcentaje de contrataciones de personas con discapacidad con relación al total de empleados		%	0
1C	Capacitación	Promedio de horas de capacitación al año, desglosado por categoría de empleado		%	54
2C	Capacitación	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores	IMPRO IFD implementa un programa continuo de capacitación enfocado en el desarrollo de habilidades técnicas y el uso de nuevas tecnologías, con el objetivo de mejorar la empleabilidad del personal y fortalecer su desempeño frente a los desafíos del entorno laboral.	Números Enteros	1
3C	Capacitación	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y desarrollo profesional		%	89
1D	Diversidad e igualdad de oportunidades	Composición de los órganos de gobierno y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Se presenta información detallada sobre los cinco miembros titulares y los suplentes del Directorio de IMPRO IFD, incluyendo datos sobre género, edad, lengua materna, nivel educativo y función desempeñada.	Números Enteros y/o porcentajes	7
2D	Diversidad e igualdad de oportunidades	Relación entre salario mínimo de los hombres con respecto al de las mujeres desglosado por categoría profesional	En el nivel gerencial y subgerencia, el salario mínimo registrado para hombres es de Bs. 2.800,00, y no se cuenta con registro para mujeres, por lo que no es posible calcular la brecha salarial. En el nivel de jefatura, el salario mínimo para hombres es de Bs. 4.381,35 y para mujeres Bs. 5.195,91, representando una brecha del 84%. En el nivel operativo y a nivel general, ambos géneros registran un salario mínimo de Bs. 2.500,00, reflejando una brecha salarial del 100%. Finalmente, el promedio general del salario mínimo para hombres es de Bs. 4.868,22 y para mujeres Bs. 3.722,08, con una brecha del 131%.	%	131
1H	Derechos Humanos y compromiso social	Contribuciones o Aportes a Fines Sociales, Culturales Gremiales y Benéficos (Por programas o proyectos, gasto o inversión sobre las utilidades logradas en la gestión)	IMPRO IFD cuenta con una política institucional de Responsabilidad Social Empresarial y Función Social, gestionada por el Departamento de Desempeño Social. Esta política orienta sus esfuerzos hacia la medición y seguimiento del impacto económico y social en la comunidad, demostrando su compromiso con la sostenibilidad y la transparencia.		
2H	Derechos Humanos y compromiso social	Procedimientos que incluyan aspectos de Derechos Humanos relevantes al negocio	A través de su Manual de Desempeño Social, IMPRO IFD incorpora principios de derechos humanos en sus operaciones, asegurando la medición y gestión del impacto social y económico generado, así como la promoción de una cultura organizacional ética y comprometida.		
3H	Derechos Humanos y compromiso social	Porcentaje de operaciones donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de comunidades locales	El 100% de los créditos otorgados, tanto en zonas urbanas como rurales, son evaluados mediante un sistema de medición de impacto social, garantizando la participación activa de las comunidades beneficiarias.	%	100
1E	Enfoque Social	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocio	La actualización de la Política de Responsabilidad Social Empresarial reafirma el compromiso de IMPRO IFD con el desarrollo sostenible. Esta política prioriza la inclusión financiera de sectores vulnerables, la transparencia, el comportamiento ético y el respeto por los derechos humanos, dentro de un sistema de gestión que busca mejorar continuamente su impacto social.		
2E	Enfoque Social	Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	Los productos y servicios financieros de IMPRO IFD están diseñados para generar un impacto positivo en la sociedad, en cumplimiento de la Ley N° 393. Entre ellos se destacan los microcréditos para inversión productiva y vivienda, enfocados en la inclusión financiera y la reducción de la pobreza y la exclusión económica y social.		
3E	Enfoque Social	Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos	IMPRO IFD establece en sus documentos corporativos los lineamientos que aseguran una oferta responsable de productos financieros, con información clara y accesible para los clientes. La institución prioriza el apoyo a sectores vulnerables, promoviendo oportunidades de autoempleo y mejora en la calidad de vida.		
4E	Enfoque Social	Iniciativas para mejorar la educación financiera según tipo de beneficiario	El programa de educación financiera de IMPRO IFD se ejecuta anualmente mediante módulos didácticos sobre finanzas personales y empresariales, con el fin de mejorar la toma de decisiones económicas de los participantes y contribuir a su bienestar financiero.		

1S	Satisfacción del Cliente	Mecanismos y procedimientos de retención y fidelización de clientes	IMPRO IFD implementa incentivos como los productos "YAPITA" y "AYNI", otorgados a clientes cumplidos, así como beneficios progresivos en banca comunal mediante ciclos de graduación que recompensan el buen comportamiento crediticio.		
2S	Satisfacción del Cliente	Mecanismos para la evaluación de satisfacción de los clientes en cuanto a los servicios financieros y la atención proporcionada	Durante la gestión 2024, se aplicó una encuesta institucional dirigida a clientes y usuarios, con el fin de evaluar su nivel de satisfacción respecto a los productos y servicios ofrecidos.		
3S	Satisfacción del Cliente	Número de reclamos, porcentaje de quejas resueltas y adopción de medidas correctivas	En 2024, IMPRO IFD recibió 23 reclamos y 6 requerimientos en primera instancia, todos resueltos en su totalidad. La institución registra y gestiona los reclamos a través del módulo informático de Punto de Reclamo y archivo físico, cumpliendo con los plazos y normativa establecidos por la ASF.	Números Enteros y Porcentajes	23 y 100%
1A	Conciencia Ambiental	Gestión para el ahorro en cuanto a energía y agua	Se desarrollaron campañas internas de concienciación sobre el uso responsable del agua y la energía, mediante la colocación de materiales visuales en los espacios de trabajo.		
2A	Conciencia Ambiental	Gestión de residuos producto de los servicios y productos que prestan	Actualmente, IMPRO IFD no cuenta con políticas ni procedimientos específicos para la gestión de residuos ni para la optimización del uso de recursos hídricos o eléctricos.		
	Conciencia Ambiental	Desglose de los gastos e inversiones ambientales	No se registraron gastos ni inversiones en proyectos o actividades vinculadas al medio ambiente durante la gestión reportada.		
3A	Conciencia Ambiental	Desglose de productos financieros destinados a fomentar la implementación de tecnologías para preservar el medio ambiente	La institución no dispone actualmente de productos financieros enfocados en la promoción de tecnologías verdes; sin embargo, se encuentra en proceso de planificación para implementar el SARAS (Sistema de Administración para la medición de Riesgos Ambientales y Sociales) en nuevos productos crediticios.		
1N	Cumplimiento Normativo	Monto y número de sanciones pecuniarias pagadas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa	Durante la gestión 2024, se realizaron pagos por cinco sanciones pecuniarias, con un monto total de Bs 3.883. No se registraron sanciones no monetarias en el periodo informado.	Números Enteros y/o porcentajes	5

4.5.1. Resultados de la Evaluación de Cumplimiento de RSE

La evaluación del cumplimiento de IMPRO IFD en relación con los lineamientos de responsabilidad social empresarial (RSE) constituye un componente clave para medir el impacto y la efectividad de sus políticas y prácticas en la comunidad. En esta gestión, la consultora MFR, especializada en la evaluación y calificación de instituciones financieras, ha emitido una valoración integral sobre el desempeño de IMPRO IFD en esta materia. A continuación, se detallan los principales hallazgos de dicha evaluación, destacando los logros alcanzados y las áreas con potencial de mejora, a partir de los pilares establecidos por los lineamientos de RSE:

a. Planificación e implementación

Se evidencia un adecuado compromiso por parte del Directorio y del equipo gerencial con la misión institucional y los objetivos de RSE. Las decisiones estratégicas son tomadas considerando información relacionada con el desempeño social. No obstante, se identifican oportunidades de mejora en la inclusión y seguimiento de indicadores específicos de RSE, así como en la formulación e implementación de una estrategia ambiental integral. Además, la evaluación señala una moderada viabilidad en el crecimiento institucional y niveles limitados de rentabilidad responsable.

b. Resultados de RSE

La institución presenta un adecuado equilibrio de género en su personal, aunque se registró un incremento en la rotación de personal durante la gestión 2024. IMPRO IFD demuestra una apropiada capacidad para diseñar productos adaptados a las necesidades de su público objetivo, gestionando adecuadamente la privacidad de la información y previniendo el sobreendeudamiento. Asimismo, se destacan niveles satisfactorios de transparencia y precios responsables, así como el cumplimiento normativo en sus sistemas de resolución de quejas. La estrategia ambiental se encuentra en una etapa moderada de desarrollo, y persisten espacios de mejora en cuanto a la implementación de planes dirigidos a la comunidad y a otros grupos de interés.

c. Alcance

IMPRO IFD mantiene una cobertura geográfica limitada, con un alcance moderado respecto al benchmarking regional y local. A pesar de ello, muestra un crecimiento adecuado en el número de prestatarios durante 2024, con un enfoque particular hacia áreas rurales y segmentos de mayor vulnerabilidad. El tamaño promedio del crédito otorgado se encuentra alineado con la misión institucional y los objetivos de RSE, garantizando también un alcance efectivo hacia mujeres y la financiación de actividades coherentes con su propósito social.

d. Calidad de los servicios

La institución ofrece una adecuada variedad de productos de crédito y servicios financieros acordes al tamaño de la organización. No obstante, se identifican retrasos en la habilitación de la licencia para ofrecer productos de ahorro. Se cuenta con seguros complementarios que responden a las necesidades de la población meta, sin evidenciarse barreras significativas en el acceso al crédito. La tasa de deserción de clientes mantiene una tendencia estable. Sin embargo, se observa una oferta limitada de servicios no financieros, lo cual representa una oportunidad de fortalecimiento en la atención integral al cliente.

Estos resultados reflejan el compromiso sostenido de IMPRO IFD con la responsabilidad social empresarial, al tiempo que permiten visibilizar áreas estratégicas para su fortalecimiento institucional en el marco de una gestión ética, inclusiva y orientada al desarrollo sostenible.



5. CONCLUSIONES

IMPRO IFD ha asumido la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un compromiso transversal, respaldado tanto por la Alta Gerencia como por el Directorio, integrándola de manera progresiva en su estrategia institucional y en las operaciones cotidianas. En este proceso, la institución ha trabajado en la alineación de sus acciones con los lineamientos normativos y las expectativas definidas por el ente regulador, priorizando una gestión responsable, inclusiva y orientada al desarrollo sostenible.

Los productos y servicios financieros ofrecidos están diseñados con enfoque social, buscando facilitar el acceso al financiamiento para sectores tradicionalmente excluidos, y se ven reforzados por programas de educación financiera que generan un impacto positivo en las comunidades atendidas. Asimismo, la gestión del talento humano se encuentra en conformidad con la normativa vigente, promoviendo prácticas laborales justas y equitativas.

No obstante, el área de RSE y Función Social, al ser de reciente implementación, enfrenta desafíos estructurales y operativos que aún deben ser superados. Entre ellos, se identifican la necesidad de fortalecer los mecanismos de difusión de las actividades desarrolladas, mejorar la sistematización de resultados por áreas específicas y establecer herramientas para la evaluación de riesgos sociales y ambientales en el proceso de otorgación de créditos.

Estos desafíos representan a la vez oportunidades de mejora, y constituyen la base para consolidar una gestión de RSE más especializada, estructurada y con mayor alcance. IMPRO IFD se compromete a continuar fortaleciendo sus prácticas institucionales en esta área, impulsando iniciativas que promuevan el bienestar social, la sostenibilidad y el desarrollo de sus grupos de interés.



6. ANEXOS

6.1. 1G – GOBIERNO CORPORATIVO

Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno corporativo con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.

FORMATO DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS – DIRECTORIO IMPRO IFD - 2024

Evaluación de LGI, FT y FPADM - IMPRO IFD

En cumplimiento al Programa de Capacitación Anual en materia de LGI/FT/FPADM La Unidad de Cumplimiento pone a disposición la presente evaluación.

Nombre y Apellidos

Cargo que desempeña en IMPRO IFD

1. ¿Qué es Legitimación de Ganancias Ilícitas? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Es el proceso de declarar voluntariamente todas las ganancias de actividades legales ante las autoridades fiscales.
- ☐ Es el uso de fondos legítimos para financiar actividades ilícitas.
- ☐ Es el conjunto de operaciones para ocultar el origen ilícito de fondos y hacerlos parecer legales.

2. ¿Cuál de las siguientes opciones NO describe al Financiamiento al Terrorismo? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Involucra recursos de origen ilícito o lícito destinados a financiar actividades terroristas.
- ☐ El apoyo mediante transferencia de fondos a grupos políticos de oposición legítimos.
- ☐ Uso de sistemas financieros para canalizar recursos hacia grupos extremistas.

3. ¿Qué objetivo persigue el Financiamiento de la Proliferación de ADM? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Facilitar la producción y distribución de armas de destrucción masiva para actividades bélicas o terroristas.
- ☐ Garantizar la paz internacional mediante la cooperación entre naciones.
- ☐ Promover el desarrollo económico de regiones estratégicas a través de programas nucleares pacíficos.

4. ¿Cuál es uno de los roles de la Unidad de Investigaciones Financieras? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Fijar estándares internacionales contra la lucha de LGI/GT/FPADM.
- ☐ Regular y emitir normativa para Sujetos Obligados a nivel nacional.
- ☐ Diseñar políticas públicas para la legitimación de información financiera.

FORMATO DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS – DIRECTORIO IMPRO IFD - 2024

5. ¿Cuál es un objetivo clave de las políticas de "Conozca a su Cliente" (KYC)? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Identificar a los clientes y evaluar posibles riesgos relacionados con delitos financieros como legitimación de ganancias ilícitas y financiamiento al terrorismo.
- ☐ Simplificar los procedimientos financieros para clientes frecuentes, reduciendo las verificaciones.
- ☐ Permitir que las instituciones prioricen la confidencialidad sobre el origen de los fondos.

6. ¿A quienes se debe realizar la debida diligencia? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Clientes, Usuarios y Proveedores.
- ☐ Trabajadores, Directores, Accionistas.
- ☐ Todos los anteriores.

7. ¿Cuáles son los tipos de debida diligencia? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Debida diligencia Simplificada, Continua, Intensificada.
- ☐ Debida diligencia Baja, Media, Alta.
- ☐ Debida diligencia Básica, Regular, Reforzada.

8. ¿Qué es una señal de alerta? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Es el registro de una operación general.
- ☐ Es el comportamiento inusual de los clientes.
- ☐ Es el reporte enviado a la UIF.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones NO es una señal de alerta? 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Cancelación anticipada de créditos por importes elevados sin justificación lógica.
- ☐ Prestamos por montos elevados que no son aplicados en el destino declarado.
- ☐ Clientes que no cumplen requisitos para acceder a un financiamiento.

10. Un Activo Virtual depende exclusivamente del Blockchain 10 puntos

Marca solo un óvalo.

- ☐ Verdadero.
- ☐ Falso.

FORMATO DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS – DIRECTORIO IMPRO IFD - 2024

EVALUACIÓN DE 1RA INSTANCIA			
Marca temporal	Puntuación	Nombre y Apellidos	Cargo que desempeña en IMPRO IFD
01-11-2024	90 / 100	Luis Augusto Castañon Clavijo	Presidente del Directorio
01-11-2024	100 / 100	Miguel Fernando Jimenez Medinaceli	Director Suplente
01-11-2024	100 / 100	Gustavo Añez Castedo	Vicepresidente del Directorio
01-11-2024	100 / 100	Neiva Coralia Castañon Aranda de Omoya	Secretaria del Directorio
01-11-2024	100 / 100	Martin Oscar Marcelo Rios Suaznabar	Director Vocal
01-11-2024	80 / 100	Mauricio Barriga Delgado	Director Suplente

Fuente: Reporte de Google Forms

CONTROL DE ASISTENCIA

EXPOSITOR: ALFREDO ADALID ASPIAZU CASTRO

TEMA: Riesgo de LGI, FT y FPADM - Capacitación a Directores, Gerencia y Unidad de Cumplimiento

Fecha: 31/10/2024

Nº	Nombre y Apellidos	Cargo	Firma
1	LUIS AUGUSTO CASTAÑÓN CLAVIJO	PRESIDENTE DEL DIRECTORIO	
2	GUSTAVO ÁÑEZ CASTEDO	VICEPRESIDENTE DEL DIRECTORIO	
3	NEIVA CORALIA CASTAÑÓN ARANDA DE OMOYA	SECRETARIO DEL DIRECTORIO	
4	MARTIN OSCAR MARCELO RIOS SUAZNABAR	DIRECTOR VOCAL	
5	ALFREDO ADALID ASPIAZU CASTRO	DIRECTOR VOCAL	
6	MIQUEL FERNANDO JIMENEZ MEDINACELI	DIRECTOR SUPLENTE	
7	MAURICIO BARRIGA DELGADO	DIRECTOR SUPLENTE	
8	XIMENA LUISA RAMIREZ CASTAÑÓN	FISCALIZADOR INTERNO TITULAR DEL CAPITAL FUNDACIONAL	
9	JENNY SANDRA MENDEZ YARICHINO	FISCALIZADOR INTERNO SUPLENTE DEL CAPITAL FUNDACIONAL	
10	ARIEL FIDEL RADA ILLATARCO	FISCALIZADOR INTERNO TITULAR DEL CAPITAL ORDINARIO	
11	CARLOS ALBERTO MILAN VILLEGAS	FISCALIZADOR INTERNO SUPLENTE DEL CAPITAL ORDINARIO	
12	MARCO ANTONIO SOLIZ CASTRO	GERENTE GENERAL	
13	FERNANDO GUTIÉRREZ ALIAGA	GERENTE DE RIESGOS	
14	NORDAN ENVER ZUBIETA CAZAS	GERENTE DE CREDITOS	
15	HUGO ANTONIO PORTUGAL TARIFA	GERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	
16	WILMER ROLANDO CONDORI POMA	OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	

CONTROL DE ASISTENCIA

EXPOSITOR: WILMER ROLANDO CONDORI POMA

TEMA: Prevención de LGI/FT/FPADM - Operaciones

Fecha: 02/12/2024

Nº	Nombre y Apellidos	Cargo	Firma
1	ANELAIDA FLOR ESPEJO TICONA	CAJERO	
2	KEVIN LEONARDO VALLEJOS RODRIGUEZ	CAJERO	
3	LUIS JAVIER CARRASCO GIL	CAJERO MAYOR	
4	MAYRA NOEM CASA NINA	CAJERO	
5	MIRIAM MONICA MAMANI TORREZ	CAJERO	
6	ROSBERY CLARES TICONA	CAJERO	
7	VISCAFE ADUVIRI SILVA ISELA	CARTERA Y PUNTO DE RECLAMO	
8			
9			

CONTROL DE ASISTENCIA

EXPOSITOR: WILMER ROLANDO CONDORI POMA

TEMA: Prevención de LGI/FT/FPADM

Fecha: 03/12/2024

Nº	Nombre y Apellidos	Cargo	Firma
1	MOLINEDO ROBERTO CARLOS	SURGERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	
2	JIMENEZ VALVERDE DIEGO MARTIN	PUNTO DE ENLACE KIVA	
3	SANCHEZ IBÁÑEZ JUAN	ANALISTA DE ADMINISTRACION DE REDES Y SERVIDORES	
4	CHURQUI SANTANDER ANAHI LIZETH	AUXILIAR CONTABLE	
5	GUTIERREZ PLATA JAVIER PEDRO	AUXILIAR DE ADMINISTRACION	
6	ALIAGA SALAS LUZ CELESTE	ANALISTA DE DESARROLLO E INNOVACION	
7	QUISBERT OCA MARIA DE LOS ANGELES	JEFE ADM CONTABILIDAD Y RHH	
8	VACA GONZALES MELISSA KATHERINE	JEFE DE AUDITORIA INTERNA	
9	CABALLERO GONZALES SERGIO ISAAC ALEX	SUBGERENTE DE BANCA COMUNAL	
10	PAGO GUARACHI ALEX FERNANDO	ANALISTA DE RIESGOS	
11	CONDORI YURA YOVANA	ANALISTA DE RIESGOS	
12	CRUZ FERNANDEZ ERICK FERNANDO	AUDITOR JUNIOR	
13	ZAMBRANA HIZA ANA MIRTHA	ENCARGADO DE O Y M	
14	CALLE ARRATIA KARLA OLIVIA	AUDITOR JUNIOR	
15			
16			

CONTROL DE ASISTENCIA

EXPOSITOR: WILMER ROLANDO CONDORI POMA

TEMA: Prevención de LGI/FT/FPADM - Creditos

Fecha: 03/12/2024

Nº	Nombre y Apellidos	Cargo	Firma
1	APAZA ZAPATA XIMENA SHIRLEY	OFICIAL DE CREDITOS	
2	CRUZ HUANGA HERLAND	OFICIAL DE CREDITOS	
3	FANOLA QUINO FERNANDO	COBRADOR	
4	GUTIERREZ YUPANQUI JOSE LUIS	JEFE DE AGENCIA A.I	
5	LEQUPE QUISPE LIDIA	OFICIAL DE CREDITOS	
6	LIMA MAMANI DARWIN PAULINO	OFICIAL DE CREDITOS	
7	MAMANI SANCHEZ EFRAN GROVER	COBRADOR	
8	MAMANI VELASCO DAVID ISAIAS	OFICIAL DE CREDITOS	
9	PACO HUANGA ARMANDO	OFICIAL DE CREDITOS	
10	PERALTA DALENZ ROBERT MOISES	COBRADOR	
11	QUISPE CHOQUE JANETH	JEFE DE AGENCIA A.I	
12	RALDE QUISBERT ELMER MARCELO	OFICIAL DE CREDITOS	
13	RICHARD ANGEL GARCIA SALAZAR	OFICIAL DE CREDITOS	
14	SAAVEDRA AGUILERA PAMELA	OFICIAL DE CREDITOS	
15	TITO QUISPE NOEMI	OFICIAL DE CREDITOS	
16	VERA CHUQUIMA JESUS DANIEL	OFICIAL DE CREDITOS	
17	VERASTEGUI PACORICONA JUNIOR ALEX	OFICIAL DE CREDITOS	
18	VICENTE MAURICIO ALIAGA CAMPOS	OFICIAL DE CREDITOS	
19	ZENTENO QUISBERT WALDYR MARTIN	JEFE DE AGENCIA A.I	
20	ZUÑIGA ARROYO MARIA ELENA	COBRADOR	



Capacitación Anual de Prevención de LGI, FT y FPADM

UNIDAD DE CUMPLIMIENTO

INTRODUCCIÓN

- Relevancia en el Siglo XX y XXI
- Globalización
- Tecnología y Finanzas
- Seguridad Internacional



ANTECEDENTES

- El Enriquecimiento ilícito desde siglos pasados.
- Origen del lavado de dinero
- Origen del terrorismo
- Origen de la proliferación de armas de destrucción masiva
- GAFI
- UIF




ENTIDADES RELEVANTES





NORMATIVA NACIONAL

- Ley N° 1768 de 18 de marzo de 1997
- Decreto Supremo N° 21681 de 20 de agosto de 2006
- Ley N° 4272 de 27 de julio de 2009
- Ley de 31 de marzo de 2010 N° 994
- Ley N° 178 de 09 de septiembre de 2013
- Ley de 30 de julio de 2012 N° 262
- Ley N° 393 de 21 de agosto de 2013
- Decreto Supremo N° 1553 de 10 de abril de 2013
- Decreto Supremo N° 3838 de 28 de marzo de 2019
- Decreto Supremo N° 4492 de 21 de abril de 2021
- Decreto Supremo N° 4904 de 05 de abril de 2023
- Decreto Supremo N° 4906 de 05 de abril de 2023
- Resolución Administrativa N° 042/2022 de 15 de julio de 2022
- Resolución Administrativa N° 70/2022 de 24 de octubre de 2022, N° 13/2023 de 28 de febrero de 2023, N° 56/2024 de 12 de noviembre de 2024

NORMATIVA INTERNA

- Manual Interno para la Gestión de Riesgos de LGI, FT y FPADM: C compendio de políticas y procedimientos específicos derivados en el instructivo emitido por la UIF.
- Manual del Usuario Lista Especial de Control: Manejo y administración de consultas sobre clientes nuevos que se encuentran registrados en base de datos PEP, LE, PE.
- Reglamento del Comité de Cumplimiento: Políticas y procedimientos del comité de cumplimiento, sus funciones, deberes y obligaciones.
- Guía de señales de alerta de LGI, FT, FPADM: Listado de Señales de Alerta segmentadas por tipo de delito (LGI, FT, FPADM)

RESPONSABILIDADES

- Cumplir con las normativas internas y externas aplicables al control de LGI, FT y FPADM.
- Conocer los riesgos inherentes a sus funciones y actuar de acuerdo con las políticas y procedimientos de IMPRO IFD.
- Reportar actividades sospechosas o inusuales al oficial de cumplimiento vía informe físico o digital.
- Mantener la confidencialidad de las operaciones relacionadas con investigaciones o reportes de operaciones sospechosas.



OBLIGACIONES

Cumplir con la política de aceptación comercial

Validar de la declaración del cliente

Realizar, seguimiento durante la relación comercial

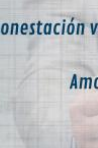


SANCIONES

Amonestación verbal

Amonestación escrita

Destitución



LEGITIMACIÓN DE GANANCIAS ILICITAS



CONCEPTO

Acto de introducir dinero mal habido al sistema económico y financiero, alterando su origen ilícito mediante fuentes aparentemente legítimas



TIPOLOGIA

COLOCACIÓN
Se disimula su origen

TRANSFORMACIÓN
Se difuminan vínculos

INTEGRACIÓN
se mezcla con la economía formal



CONSECUENCIAS

ECONOMICAS
Altera el equilibrio

SOCIALES
Desigualdad y falta de equidad

POLITICAS
Deterioro de autoridad



FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO



CONCEPTO

Acto de apoyar financieramente con fondos lícitos o ilícitos para promover el uso o la amenaza a un determinado grupo social



TIPOLOGIA

RECOLECCIÓN
Donaciones, recaudaciones, ganancias

DISPOSICIÓN
Se canaliza al destinatario

USO
Planificación y ejecución



CONSECUENCIAS

ECONOMICAS
Perdidas y gastos

SOCIALES
Devasta la moral

POLITICAS
Desestabiliza regimenes



FINANCIAMIENTO DE LA PROLIFERACIÓN DE ARMAS DE DESTRUCCION MASIVA



CONTEXTO

GAFI define como financiamiento ilícito cualquier acto que provea fondos o servicios financieros para armas de destrucción masiva y sus materiales relacionados, lo que viola normas internacionales, amenaza la paz y conlleva sanciones de la ONU. Los Estados, como Bolivia, deben identificar y sancionar a los actores involucrados, criminalizar su posesión, congelar activos y restringir su movilidad similar al financiamiento del terrorismo.



Riesgos que exponen a IMPRO IFD en LGI/FT/FPADM



FACTORES DE RIESGO

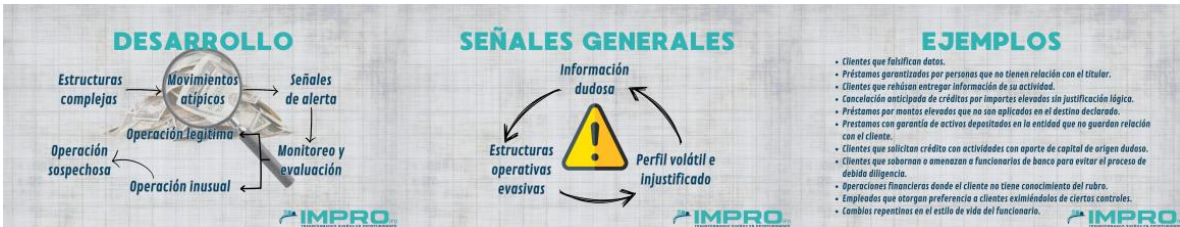
CLIENTE
Características de su perfil y Ubicaciones de alto riesgo de las transacciones que realizan

ZONA GEOGRAFICA
Ubicaciones de alto riesgo del cliente o IMPRO IFD

PRODUCTO O SERVICIO
Características vulnerables

CANAL DE DISTRIBUCIÓN
Medios explotables





CONGELAMIENTO Y DESCONGELAMIENTO

Se entiende como sanción, el cual es emitido por el CSNU, cuando identifica a terroristas, traficantes, piratas, blanqueadores de activos.

A todos los que vulneran DDHH, seguridad y paz internacional

PROCEDIMIENTO

CONGELAMIENTO:

- CSNU incluye, UIF instruye
- EIF verifica coincidencias
- Se aplica y se reporta a UIF
- Juez desestima o ratifica
- Se realiza ROS y remite a UIF

DESCONGELAMIENTO:

- CSNU excluye, UIF instruye
- EIF aplica si corresponde
- Se reporta descongelamiento
- Por homonimia, la UIF instruye levantamiento.

ACTIVOS VIRTUALES

CONTEXTO

- Es un recurso digital con valor económico.
- Aceptado de forma global
- Sistema descentralizado
- Reserva de valor
- Anónimo parcial
- Rastreabilidad complicada
- Riesgo de instrumento ilícito

PROVEEDORES

- Intercambio entre activos virtuales y monedas fiduciarias.
- Intercambio entre una o más formas de activos virtuales
- Custodia y/o administración de activos virtuales o instrumentos que permitan el control sobre activos virtuales
- Participación y provisión de servicios financieros relacionados con la oferta y/o venta de un activo virtual de un emisor.

¡MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

IMPRO CONTENIDO <table><tr><td>INTRODUCCIÓN.....</td><td>1</td></tr><tr><td>ANTECEDENTES.....</td><td>2</td></tr><tr><td>1. ENTIDADES RELEVANTES.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.1. GRUPO DE ACCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.2. UNIDAD DE INVESTIGACIONES FINANCIERAS.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.3. AUTORIDAD DE SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.4. NORMATIVA MONETARIA Y REGULATORIA.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.5. NORMATIVA INTERNA.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.6. RESPONSABILIDADES, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.7. CONCEPTOS, TITULACIONES Y CONSECUENCIAS DE GUPTI/ROD.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.8. LEGISLACIÓN DE GARANTÍA SECTOR.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.9. ESTRUCTURA DE ALISTAR, OPERACIONES FINANCIERAS Y OPERACIONES SUPERVISADAS.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2. CONCEPTO A SU CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.1. TITULACIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.2. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.3. TITULACIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.4. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.5. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.6. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.7. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.8. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.9. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.10. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.11. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.12. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.13. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.14. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.15. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.16. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.17. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.18. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.19. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.20. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.21. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.22. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.23. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.24. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.25. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.26. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.27. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.28. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.29. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.30. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.31. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.32. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.33. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.34. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.35. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.36. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.37. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.38. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.39. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.40. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.41. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.42. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.43. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.44. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.45. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.46. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.47. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.48. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.49. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.50. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.51. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.52. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.53. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.54. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.55. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.56. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.57. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.58. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.59. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.60. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.61. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.62. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.63. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.64. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.65. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.66. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.67. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.68. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.69. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.70. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.71. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.72. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.73. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.74. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.75. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.76. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.77. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.78. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.79. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.80. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.81. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.82. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.83. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.84. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.85. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.86. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.87. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.88. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.89. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.90. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.91. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.92. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.93. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.94. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.95. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.96. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.97. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.98. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.99. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.100. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr></table> IMPRO MATERIAL DE CAPACITACIÓN PARA EL CLIENTE INTERNO	INTRODUCCIÓN.....	1	ANTECEDENTES.....	2	1. ENTIDADES RELEVANTES.....	3	1.1. GRUPO DE ACCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL.....	3	1.2. UNIDAD DE INVESTIGACIONES FINANCIERAS.....	3	1.3. AUTORIDAD DE SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO.....	3	1.4. NORMATIVA MONETARIA Y REGULATORIA.....	3	1.5. NORMATIVA INTERNA.....	3	1.6. RESPONSABILIDADES, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES.....	3	1.7. CONCEPTOS, TITULACIONES Y CONSECUENCIAS DE GUPTI/ROD.....	3	1.8. LEGISLACIÓN DE GARANTÍA SECTOR.....	3	1.9. ESTRUCTURA DE ALISTAR, OPERACIONES FINANCIERAS Y OPERACIONES SUPERVISADAS.....	3	2. CONCEPTO A SU CLIENTE.....	3	2.1. TITULACIÓN DE CLIENTE.....	3	2.2. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.3. TITULACIÓN DE CLIENTE.....	3	2.4. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.5. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.6. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.7. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.8. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.9. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.10. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.11. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.12. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.13. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.14. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.15. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.16. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.17. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.18. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.19. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.20. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.21. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.22. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.23. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.24. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.25. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.26. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.27. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.28. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.29. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.30. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.31. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.32. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.33. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.34. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.35. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.36. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.37. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.38. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.39. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.40. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.41. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.42. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.43. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.44. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.45. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.46. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.47. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.48. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.49. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.50. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.51. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.52. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.53. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.54. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.55. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.56. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.57. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.58. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.59. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.60. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.61. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.62. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.63. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.64. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.65. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.66. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.67. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.68. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.69. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.70. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.71. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.72. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.73. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.74. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.75. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.76. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.77. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.78. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.79. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.80. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.81. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.82. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.83. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.84. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.85. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.86. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.87. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.88. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.89. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.90. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.91. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.92. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.93. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.94. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.95. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.96. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.97. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.98. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.99. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.100. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	IMPRO MATERIAL DE CAPACITACIÓN PARA EL CLIENTE INTERNO - IMPRO FO <table><tr><td>INTRODUCCIÓN.....</td><td>1</td></tr><tr><td>ANTECEDENTES.....</td><td>2</td></tr><tr><td>1. ENTIDADES RELEVANTES.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.1. GRUPO DE ACCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.2. UNIDAD DE INVESTIGACIONES FINANCIERAS.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.3. AUTORIDAD DE SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.4. NORMATIVA MONETARIA Y REGULATORIA.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.5. NORMATIVA INTERNA.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.6. RESPONSABILIDADES, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.7. CONCEPTOS, TITULACIONES Y CONSECUENCIAS DE GUPTI/ROD.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.8. LEGISLACIÓN DE GARANTÍA SECTOR.....</td><td>3</td></tr><tr><td>1.9. ESTRUCTURA DE ALISTAR, OPERACIONES FINANCIERAS Y OPERACIONES SUPERVISADAS.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2. CONCEPTO A SU CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.1. TITULACIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.2. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.3. TITULACIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.4. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.5. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.6. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.7. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.8. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.9. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.10. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.11. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.12. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.13. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.14. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.15. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.16. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.17. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.18. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.19. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.20. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.21. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.22. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.23. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.24. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.25. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.26. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.27. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.28. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.29. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.30. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.31. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.32. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.33. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.34. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.35. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.36. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.37. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.38. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.39. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.40. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.41. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.42. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.43. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.44. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.45. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.46. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.47. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.48. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.49. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.50. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.51. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.52. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.53. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.54. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.55. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.56. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.57. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.58. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.59. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.60. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.61. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.62. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.63. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.64. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.65. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.66. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.67. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.68. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.69. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.70. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.71. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.72. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.73. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.74. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.75. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.76. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.77. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.78. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.79. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.80. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.81. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.82. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.83. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.84. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.85. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.86. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.87. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.88. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.89. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.90. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.91. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.92. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.93. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.94. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.95. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.96. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.97. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.98. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.99. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr><tr><td>2.100. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....</td><td>3</td></tr></table> IMPRO MATERIAL DE CAPACITACIÓN PARA EL CLIENTE INTERNO - IMPRO FO	INTRODUCCIÓN.....	1	ANTECEDENTES.....	2	1. ENTIDADES RELEVANTES.....	3	1.1. GRUPO DE ACCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL.....	3	1.2. UNIDAD DE INVESTIGACIONES FINANCIERAS.....	3	1.3. AUTORIDAD DE SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO.....	3	1.4. NORMATIVA MONETARIA Y REGULATORIA.....	3	1.5. NORMATIVA INTERNA.....	3	1.6. RESPONSABILIDADES, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES.....	3	1.7. CONCEPTOS, TITULACIONES Y CONSECUENCIAS DE GUPTI/ROD.....	3	1.8. LEGISLACIÓN DE GARANTÍA SECTOR.....	3	1.9. ESTRUCTURA DE ALISTAR, OPERACIONES FINANCIERAS Y OPERACIONES SUPERVISADAS.....	3	2. CONCEPTO A SU CLIENTE.....	3	2.1. TITULACIÓN DE CLIENTE.....	3	2.2. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.3. TITULACIÓN DE CLIENTE.....	3	2.4. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.5. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.6. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.7. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.8. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.9. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.10. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.11. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.12. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.13. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.14. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.15. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.16. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.17. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.18. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.19. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.20. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.21. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.22. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.23. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.24. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.25. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.26. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.27. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.28. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.29. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.30. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.31. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.32. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.33. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.34. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.35. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.36. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.37. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.38. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.39. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.40. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.41. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.42. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.43. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.44. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.45. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.46. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.47. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.48. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.49. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.50. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.51. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.52. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.53. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.54. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.55. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.56. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.57. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.58. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.59. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.60. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.61. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.62. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.63. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.64. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.65. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.66. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.67. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.68. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.69. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.70. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.71. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.72. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.73. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.74. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.75. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.76. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.77. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.78. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.79. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.80. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.81. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.82. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.83. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.84. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.85. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.86. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.87. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.88. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.89. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.90. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.91. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.92. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.93. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.94. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.95. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.96. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.97. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.98. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.99. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3	2.100. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3
INTRODUCCIÓN.....	1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
ANTECEDENTES.....	2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1. ENTIDADES RELEVANTES.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.1. GRUPO DE ACCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.2. UNIDAD DE INVESTIGACIONES FINANCIERAS.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.3. AUTORIDAD DE SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.4. NORMATIVA MONETARIA Y REGULATORIA.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.5. NORMATIVA INTERNA.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.6. RESPONSABILIDADES, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.7. CONCEPTOS, TITULACIONES Y CONSECUENCIAS DE GUPTI/ROD.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.8. LEGISLACIÓN DE GARANTÍA SECTOR.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.9. ESTRUCTURA DE ALISTAR, OPERACIONES FINANCIERAS Y OPERACIONES SUPERVISADAS.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2. CONCEPTO A SU CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.1. TITULACIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.2. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.3. TITULACIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.4. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.5. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.6. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.7. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.8. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.9. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.10. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.11. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.12. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.13. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.14. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.15. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.16. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.17. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.18. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.19. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.20. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.21. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.22. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.23. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.24. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.25. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.26. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.27. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.28. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.29. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.30. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.31. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.32. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.33. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.34. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.35. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.36. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.37. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.38. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.39. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.40. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.41. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.42. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.43. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.44. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.45. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.46. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.47. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.48. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.49. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.50. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.51. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.52. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.53. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.54. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.55. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.56. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.57. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.58. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.59. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.60. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.61. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.62. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.63. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.64. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.65. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.66. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.67. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.68. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.69. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.70. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.71. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.72. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.73. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.74. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.75. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.76. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.77. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.78. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.79. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.80. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.81. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.82. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.83. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.84. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.85. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.86. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.87. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.88. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.89. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.90. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.91. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.92. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.93. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.94. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.95. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.96. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.97. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.98. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.99. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.100. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
INTRODUCCIÓN.....	1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
ANTECEDENTES.....	2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1. ENTIDADES RELEVANTES.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.1. GRUPO DE ACCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.2. UNIDAD DE INVESTIGACIONES FINANCIERAS.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.3. AUTORIDAD DE SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.4. NORMATIVA MONETARIA Y REGULATORIA.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.5. NORMATIVA INTERNA.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.6. RESPONSABILIDADES, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.7. CONCEPTOS, TITULACIONES Y CONSECUENCIAS DE GUPTI/ROD.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.8. LEGISLACIÓN DE GARANTÍA SECTOR.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1.9. ESTRUCTURA DE ALISTAR, OPERACIONES FINANCIERAS Y OPERACIONES SUPERVISADAS.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2. CONCEPTO A SU CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.1. TITULACIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.2. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.3. TITULACIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.4. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.5. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.6. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.7. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.8. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.9. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.10. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.11. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.12. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.13. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.14. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.15. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.16. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.17. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.18. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.19. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.20. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.21. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.22. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.23. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.24. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.25. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.26. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.27. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.28. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.29. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.30. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.31. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.32. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.33. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.34. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.35. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.36. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.37. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.38. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.39. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.40. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.41. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.42. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.43. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.44. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.45. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.46. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.47. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.48. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.49. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.50. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.51. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.52. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.53. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.54. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.55. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.56. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.57. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.58. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.59. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.60. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.61. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.62. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.63. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.64. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.65. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.66. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.67. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.68. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.69. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.70. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.71. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.72. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.73. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.74. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.75. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.76. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.77. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.78. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.79. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.80. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.81. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.82. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.83. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.84. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.85. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.86. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.87. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.88. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.89. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.90. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.91. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.92. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.93. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.94. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.95. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.96. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.97. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.98. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.99. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
2.100. CONSTRUCCIÓN DE CLIENTE.....	3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				

53

6.2. 1B – BRECHA SALARIAL

Relación entre la remuneración total anual para el individuo mejor pagado de la entidad supervisada respecto a la remuneración promedio anual total de todos los empleados.

CARGO	TOTAL GANADO 2024
GERENTE GENERAL	16.447,93
GERENTE DE RIESGOS	11.999,26
SUBGERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	9.027,69
PUNTO DE ENLACE KIVA	5.069,59
ANALISTA DE ADMINISTRACION DE REDES Y SERVIDORES	4.421,82
AUXILIAR CONTABLE	5.247,08
OFICIAL DE CREDITOS	4.856,59
CAJERO MAYOR	4.381,35
OFICIAL DE CREDITOS	3.987,68
COBRADOR	7.871,41
OFICIAL DE CREDITOS	3.366,75
CAJERO	3.475,00
JEFE DE AGENCIA ai	3.831,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.385,75
AUXILIAR DE ADMINISTRACION	3.325,00
ANALISTA DE DESARROLLO E INNOVACION	3.825,00
JEFE ADM CONTABILIDAD Y RRHH	5.195,91
CAJERO	3.025,00
CAJERO	3.025,00
JEFE DE AUDITORIA INTERNA	7.675,00
SUBGERENTE DE BANCA COMUNAL	6.385,00
COBRADOR	5.375,00
OFICIAL DE CREDITOS	2.888,27
OFICIAL DE CREDITOS	2.923,00
CAJERO	3.025,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.375,00
GERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	9.270,00
ANALISTA DE RIESGOS	2.500,00
ANALISTA DE RIESGOS	2.500,00
AUDITOR JUNIOR	2.678,00
OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
JEFE DE AGENCIA ai	3.000,00
GERENTE DE CREDITOS	6.180,00
COBRADOR	3.639,37
OFICIAL DE CREDITOS	2.524,00
ENCARGADO DE OY M	2.800,00
JEFE DE AGENCIA ai	3.000,00
CAJERO	2.650,00
AUDITOR JUNIOR	3.000,00
CARTERA Y PUNTO DE RECLAMO	2.500,00
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	2.800,00
COBRADOR	3.055,00
OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
COBRADOR	2.800,00
REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL DEL MEJOR PAGADO	16.447,93
REMUNERACIÓN PROMEDIO ANUAL TOTAL DE LOS EMPLEADOS	4.419,73
RELACIÓN %	372%

6.3. 2B – BRECHA SALARIAL

Relación del porcentaje de aumento en la remuneración total anual para el individuo mejor pagado de la entidad supervisada respecto al porcentaje de incremento promedio en la remuneración total anual para todos los empleados (excluyendo a la persona mejor pagada).

N°	TOTAL GANADO 2023	TOTAL GANADO 2024
1	15.167,89	16.447,93
2	10.609,00	11.999,26
3	9.000,00	9.270,00
4	8.008,99	9.027,69
5	6.289,02	7.871,41
6	5.834,95	7.675,00
7	5.834,95	6.385,00
8	5.665,00	6.180,00
9	4.243,60	5.375,00
10	4.120,96	5.247,08
11	3.670,71	5.195,91
12	3.492,06	5.069,59
13	3.307,14	4.856,59
14	3.259,25	4.421,82
15	3.201,05	4.381,35
16	3.090,00	3.987,68
17	2.910,28	3.831,00
18	2.678,00	3.825,00
19	2.600,00	3.639,37
20	2.560,85	3.475,00
21	2.560,85	3.385,75
22	2.560,85	3.375,00
23	2.467,72	3.366,75
24	2.467,72	3.325,00
25	2.440,07	3.055,00
26	2.440,07	3.025,00
27	2.362,00	3.025,00
28	2.362,00	3.025,00
29	2.362,00	3.000,00
30	2.362,00	3.000,00
31	2.362,00	3.000,00
32	2.362,00	3.000,00
33	2.362,00	3.000,00
34	2.362,00	2.923,00
35	2.362,00	2.888,27
36	2.362,00	2.800,00
37	2.362,00	2.800,00
38	2.362,00	2.800,00
39	2.362,00	2.678,00
40	2.362,00	2.650,00
41	2.362,00	2.524,00
42	2.362,00	2.500,00
43	2.362,00	2.500,00
44	2.362,00	2.500,00
45	2.362,00	2.500,00
46	2.362,00	2.500,00
TOTAL	165.358,98	203.307,45
TOTAL SIN TOMAR EN CUENTA AL MEJOR PAGADO	150.191,09	186.859,52

	A	B	DIFERENCIA (B-A)	% AUMENTO
REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL DEL MEJOR PAGADO	15.167,89	16.447,93	1.280,04	8,44
REMUNERACIÓN PROMEDIO ANUAL TOTAL DE LOS EMPLEADOS (SIN TOMAR EN CUENTA EL MEJOR PAGADO)	3.413,43	4.152,43	739,00	21,65
RELACIÓN				38,98

6.4. 3B – BRECHA SALARIAL

Relación entre el salario mínimo de la entidad supervisada y el salario mínimo nacional.

CARGO	TOTAL GANADO 2024
GERENTE GENERAL	16.447,93
GERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	11.999,26
GERENTE DE RIESGOS	9.270,00
JEFE DE AUDITORIA INTERNA	9.027,69
SUBGERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	7.871,41
GERENTE DE CREDITOS	7.675,00
SUBGERENTE DE BANCA COMUNAL	6.385,00
JEFE ADM CONTABILIDAD Y RRHH	6.180,00
PUNTO DE ENLACE KIVA	5.375,00
COBRADOR	5.247,08
ANALISTA DE ADMINISTRACION DE REDES Y SERVIDORES	5.195,91
CAJERO MAYOR	5.069,59
AUXILIAR CONTABLE	4.856,59
ANALISTA DE DESARROLLO E INNOVACION	4.421,82
AUDITOR JUNIOR	4.381,35
OFICIAL DE CREDITOS	3.987,68
JEFE DE AGENCIA ai	3.831,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.825,00
COBRADOR	3.639,37
JEFE DE AGENCIA ai	3.475,00
JEFE DE AGENCIA ai	3.385,75
OFICIAL DE CREDITOS	3.375,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.366,75
ENCARGADO DE OY M	3.325,00
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	3.055,00
COBRADOR	3.025,00
COBRADOR	3.025,00
AUDITOR JUNIOR	3.025,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
COBRADOR	3.000,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
CAJERO	2.923,00
CAJERO	2.888,27
ANALISTA DE RIESGOS	2.800,00
CAJERO	2.800,00
CAJERO	2.800,00
OFICIAL DE CREDITOS	2.678,00
CARTERA Y PUNTO DE RECLAMO	2.650,00
AUXILIAR DE ADMINISTRACION	2.524,00
ANALISTA DE RIESGOS	2.500,00
OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
CAJERO	2.500,00
OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
SALARIO MÍNIMO NACIONAL	2.500,00
SALIO MÍNIMO IMPRO IFD	2.500,00
RELACIÓN %	100

6.5. 1P – PRESENCIA EN LA COMUNIDAD

Proporción de gastos en proveedores nacionales en principales áreas de operación.

CUENTAS	PROVEEDOR	DETALLE	MONTO
4.5.2.99.102	NACIONAL	SERVICIO DE PAGINA WEB	280,00
4.5.2.99.103	NACIONAL	SERVICIO DE BIC.INFOCRED- INFOCENTER	16.792,50
4.5.2.99.107	NACIONAL	SERVICIO DE TRANS.DE DATOS FIBRA OPTICA	31.597,33
4.5.2.99.113	NACIONAL	SERVICIO DE TRANSPORTE	5.991,09
4.5.2.99.118	NACIONAL	SERVICIO DE MONITOREO GPS	4.176,00
4.5.2.99.124	NACIONAL	SERVICIO DE ANALISIS DE VULNERABILIDAD TECNICAS	8.000,00
4.5.2.99.125	NACIONAL	SERVICIO DE DATOS PEP	8.068,35
4.5.2.99.126	NACIONAL	OTROS SERVICIOS CONTRATADOS	16.686,43
4.5.9.01.101	NACIONAL	GASTOS NOTARIALES Y JUDICIALES	11.481,19
4.5.9.02.102	NACIONAL	ALQUILER OFICINA EL ALTO	26.616,00
4.5.9.02.103	NACIONAL	ALQUILER OF. ACHACACHI	12.857,16
4.5.9.02.104	NACIONAL	ALQUILER PUNTO DE ATENCION HUAJCHILLA	18.392,83
4.5.9.02.105	NACIONAL	ALQUILER OFICINA MIRAFLORES	20.880,00
4.5.9.02.109	NACIONAL	ALQUILER CAJA DE SEGURIDAD	1.551,00
4.5.9.02.110	NACIONAL	ALQUILER DE GARAJE	7.202,39
4.5.9.03.101	NACIONAL	ENERGIA ELECTRICA OF.CENTRAL	29.897,00
4.5.9.03.102	NACIONAL	ENERGIA ELECTRICA OF. EL ALTO	4.888,10
4.5.9.03.103	NACIONAL	ENERGIA ELECTRICA OF.ACHACACHI	1.453,80
4.5.9.03.104	NACIONAL	ENERGIA ELECTRICA MIRAFLORES	1.645,20
4.5.9.03.110	NACIONAL	AGUA OF.CENTRAL	2.115,30
4.5.9.03.111	NACIONAL	AGUA OFICINA EL ALTO	312,90
4.5.9.03.112	NACIONAL	ENERGIA ELECTRICA PALOMAR-HUAJCHILLA	1.427,90
4.5.9.03.114	NACIONAL	AGUA OFICINA HUAJCHILLA	323,00
4.5.9.03.120	NACIONAL	CALEFACCION Y GAS	89,80
4.5.9.04.101	NACIONAL	PAPELERIA, UTILES Y MATER.DE SERV.	98.949,04
4.5.9.06.101	NACIONAL	PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	4.405,20
4.5.9.99.101	NACIONAL	DIVERSOS	90.068,52
TOTAL BOLIVIANOS			426.148,03
TOTAL DÓLARES			61.228,17

6.6. 1T – TRABAJO DIGNO Y NO DISCRIMINACIÓN

Número de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento.

DEPARTAMENTO		EDAD (AÑOS)			Total
		< 34	34-54	>54	
Beni	M				0%
	F				0%
Chuquisaca	M				0%
	F				0%
Cochabamba	M				0%
	F				0%
La Paz	M	20%	28%	13%	61%
	F	28%	7%	4%	39%
Oruro	M				0%
	F				0%
Pando	M				0%
	F				0%
Potosí	M				0%
	F				0%
Santa Cruz	M				0%
	F				0%
Tarija	M				0%
	F				0%
TOTAL		48%	35%	17%	100%

PERSONAL A DICIEMBRE 2024	46	100
hombres > 34	9	20
mujeres > 34	13	28
hombres 34-54	13	28
mujeres 34-54	3	7
hombres < 54	6	13
mujeres <54	2	4

6.7. 2T – TRABAJO DIGNO Y NO DISCRIMINACIÓN

Tasa de contrataciones de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento.

/ Rotación media de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento.

DEPARTAMENTO		CONTRATACIÓN EDAD (AÑOS)			Total
		< 34	34-54	>54	
Beni	M				0%
	F				0%
Chuquisaca	M				0%
	F				0%
Cochabamba	M				0%
	F				0%
La Paz	M	32%	27%	5%	64%
	F	18%	18%	0%	36%
Oruro	M				0%
	F				0%
Pando	M				0%
	F				0%
Potosí	M				0%
	F				0%
Santa Cruz	M				0%
	F				0%
Tarija	M				0%
	F				0%
TOTAL		50%	45%	5%	100%

CONTRATACIÓN 2024	22	100
hombres >34	7	32
mujeres >34	4	18
hombres 34-54	6	27
mujeres 34-54	4	18
hombres < 54	1	5
mujeres <54	0	0

		ROTACIÓN EDAD (AÑOS)			
DEPARTAMENTO		< 34	34-54	>54	Total
Beni	M				0%
	F				0%
Chuquisaca	M				0%
	F				0%
Cochabamba	M				0%
	F				0%
La Paz	M	25%	20%	0%	45%
	F	20%	35%	0%	55%
Oruro	M				0%
	F				0%
Pando	M				0%
	F				0%
Potosí	M				0%
	F				0%
Santa Cruz	M				0%
	F				0%
Tarija	M				0%
	F				0%
TOTAL		45%	55%	0%	100%

ROTACIÓN 2024	20	100
hombres >34	5	25
mujeres >34	4	20
hombres 34-54	4	20
mujeres 34-54	7	35
hombres < 54	0	0
mujeres <54	0	0

6.8. 3T – TRABAJO DIGNO Y NO DISCRIMINACIÓN

Porcentaje de contrataciones de personas con discapacidad con relación al total de empleados.

Nº	CATEGORÍA	EDAD	SEXO	CARGO	TOTAL GANADO 2024
1	EJECUTIVO	59	M	GERENTE GENERAL	16.447,93
2	EJECUTIVO	47	M	GERENTE DE RIESGOS	11.999,26
3	EJECUTIVO	56	M	SUBGERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	9.027,69
4	OPERATIVO	42	M	PUNTO DE ENLACE KIVA	5.069,59
5	OPERATIVO	44	M	ANALISTA DE ADMINISTRACION DE REDES Y SERVIDORES	4.421,82
6	OPERATIVO	33	F	AUXILIAR CONTABLE	5.247,08
7	OPERATIVO	37	M	OFICIAL DE CREDITOS	4.856,59
8	MANDO MEDIO	62	M	CAJERO MAYOR	4.381,35
9	OPERATIVO	28	F	OFICIAL DE CREDITOS	3.987,68
10	OPERATIVO	49	M	COBRADOR	7.871,41
11	OPERATIVO	48	M	OFICIAL DE CREDITOS	3.366,75
12	OPERATIVO	30	F	CAJERO	3.475,00
13	OPERATIVO	33	F	JEFE DE AGENCIA ai	3.831,00
14	OPERATIVO	32	F	OFICIAL DE CREDITOS	3.385,75
15	OPERATIVO	55	M	AUXILIAR DE ADMINISTRACION	3.325,00
16	OPERATIVO	27	F	ANALISTA DE DESARROLLO E INNOVACION	3.825,00
17	MANDO MEDIO	56	F	JEFE ADM CONTABILIDAD Y RRHH	5.195,91
18	OPERATIVO	34	F	CAJERO	3.025,00
19	OPERATIVO	27	M	CAJERO	3.025,00
20	MANDO MEDIO	27	F	JEFE DE AUDITORIA INTERNA	7.675,00
21	EJECUTIVO	49	M	SUBGERENTE DE BANCA COMUNAL	6.385,00
22	OPERATIVO	65	F	COBRADOR	5.375,00
23	OPERATIVO	31	M	OFICIAL DE CREDITOS	2.888,27
24	OPERATIVO	43	M	OFICIAL DE CREDITOS	2.923,00
25	OPERATIVO	30	F	CAJERO	3.025,00
26	OPERATIVO	53	M	OFICIAL DE CREDITOS	3.375,00
27	EJECUTIVO	57	M	GERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	9.270,00
28	OPERATIVO	33	M	ANALISTA DE RIESGOS	2.500,00
29	OPERATIVO	28	F	ANALISTA DE RIESGOS	2.500,00
30	OPERATIVO	31	M	AUDITOR JUNIOR	2.678,00
31	OPERATIVO	31	F	OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
32	OPERATIVO	29	F	OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
33	OPERATIVO	23	M	OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
34	OPERATIVO	40	M	JEFE DE AGENCIA ai	3.000,00
35	EJECUTIVO	54	M	GERENTE DE CREDITOS	6.180,00
36	OPERATIVO	36	M	COBRADOR	3.639,37
37	OPERATIVO	29	M	OFICIAL DE CREDITOS	2.524,00
38	OPERATIVO	26	F	ENCARGADO DE OY M	2.800,00
39	OPERATIVO	37	M	JEFE DE AGENCIA ai	3.000,00
40	OPERATIVO	35	F	CAJERO	2.650,00
41	OPERATIVO	27	F	AUDITOR JUNIOR	3.000,00
42	OPERATIVO	37	F	CARTERA Y PUNTO DE RECLAMO	2.500,00
43	EJECUTIVO	33	M	OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	2.800,00
44	OPERATIVO	28	M	COBRADOR	3.055,00
45	OPERATIVO	30	M	OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
46	OPERATIVO	55	M	COBRADOR	2.800,00

6.9. 1C – CAPACITACIÓN

Promedio de horas de capacitación al año, desglosado por categoría de empleado.

CATEGORÍA	GÉNERO	NOMBRE Y APELLIDO	CARGO	HORAS DE CAPACITACIÓN PROMEDIO
EJECUTIVO	M	ZUBIETA CAZAS NORDAN ENVER	GERENTE DE CREDITOS	54
EJECUTIVO	M	GUTIERREZ ALIAGA FERNANDO SAMUEL	GERENTE DE RIESGOS	54
EJECUTIVO	M	PORTUGAL TARIFA HUGO ANTONIO	GERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	54
EJECUTIVO	M	SOLIZ CASTRO MARCO ANTONIO	GERENTE GENERAL	54
EJECUTIVO	M	CABALLERO GONZALES SERGIO ISAAC ALEX	SUBGERENTE DE BANCA COMUNAL	54
EJECUTIVO	M	MOLLINEDO ROBERTO CARLOS	SUBGERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	54
MANDO MEDIO	M	CARRASCO GIL LUIS JAVIER	CAJERO MAYOR	54
MANDO MEDIO	F	QUISBERT OCXA MARIA DE LOS ANGELES	JEFE ADM CONTABILIDAD Y RRHH	54
MANDO MEDIO	F	VACA GONZALES MELISSA KATHERINE	JEFE DE AUDITORIA INTERNA	54
OPERATIVO	M	CONDORI POMA WILMER ROLANDO	OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	54
OPERATIVO	M	SANCHEZ IBAÑEZ JUAN	ANALISTA DE ADMINISTRACION DE REDES Y SERVIDORES	54
OPERATIVO	F	ALIAGA SALAS LUZ CELESTE	ANALISTA DE DESARROLLO E INNOVACION	54
OPERATIVO	F	CONDORI YUJRA YOVANA	ANALISTA DE RIESGOS	54
OPERATIVO	M	PACO GUARACHI ALEX FERNANDO	ANALISTA DE RIESGOS	54
OPERATIVO	F	CALLE ARRATIA KARLA OLIVIA	AUDITOR JUNIOR	54
OPERATIVO	M	CRUZ FERNANDEZ ERICK FERNANDO	AUDITOR JUNIOR	54
OPERATIVO	F	CHURQUI SANTANDER ANAHI LIZETH	AUXILIAR CONTABLE	54
OPERATIVO	M	GUTIERREZ PLATA JAVIER PEDRO	AUXILIAR DE ADMINISTRACION	54
OPERATIVO	F	CASA NINA MAYRA NOEMI	CAJERO	54
OPERATIVO	F	CLARES TICONA ROSMERY	CAJERO	54
OPERATIVO	F	ESPEJO TICONA ANELAIDA FLOR	CAJERO	54
OPERATIVO	F	MAMANI TORREZ MIRIAM MONICA	CAJERO	54
OPERATIVO	M	VALLEJOS RODRIGUEZ KEVIN LEONARDO	CAJERO	54
OPERATIVO	F	VISCAFE ADUVIRI SILVIA ISELA	CARTERA Y PUNTO DE RECLAMO	54
OPERATIVO	F	ZUÑIGA ARROYO MARIA ELENA	COBRADOR	54
OPERATIVO	M	FANOLA QUINO FERNANDO	COBRADOR	54
OPERATIVO	M	MAMANI SANCHEZ EFRAIN GROVER	COBRADOR	54
OPERATIVO	M	PERALTA DALENZ ROBERT MOISES	COBRADOR	54
OPERATIVO	M	RIVERO APAZA JHONY	COBRADOR	54
OPERATIVO	F	ZAMBRANA HIZA ANA MIRTHA	ENCARGADO DE OY M	54
OPERATIVO	M	GARCIA SALAZAR RICHARD ANGEL	JEFE DE AGENCIA ai	54
OPERATIVO	M	GUTIERREZ YUPANQUI JOSE LUIS	JEFE DE AGENCIA ai	54
OPERATIVO	F	QUISPE CHOQUE JANETH	JEFE DE AGENCIA ai	54
OPERATIVO	M	ALIAGA CAMPOS VICENTE MAURICIO	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	F	TITO QUISPE NOEMI	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	M	VERA CHUQUIMIA JESUS DANIEL	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	M	VERASTEGUI PACORICONA JUNIOR ALEX	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	F	LEQUIPE QUISPE LIDIA	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	M	PACO HUANCA ARMANDO	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	M	RALDE QUISBERT ELMER MARCELO	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	F	SAAVEDRA AGUILERA PAMELA	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	F	APAZA ZAPATA XIMENA SHIRLEY	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	M	CRUZ HUANCA HERLAND	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	M	LIMA MAMANI DARWIN PAULINO	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	M	MAMANI VELASCO DAVID ISAIAS	OFICIAL DE CREDITOS	54
OPERATIVO	M	JIMENEZ VALVERDE DIEGO MARTIN	PUNTO DE ENLACE KIVA	54

6.10. 2C – CAPACITACIÓN

Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores.

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	CARGO	ÁREA	CATEGORÍA
1	SOLIZ CASTRO MARCO ANTONIO	GERENTE GENERAL	GERENCIA	EJECUTIVO
2	GUTIERREZ ALIAGA FERNANDO SAMUEL	GERENTE DE RIESGOS	RIESGOS	EJECUTIVO
3	MOLLINADO ROBERTO CARLOS	SUBGERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	TECNOLOGIA	EJECUTIVO
4	JIMENEZ VALVERDE DIEGO MARTIN	PUNTO DE ENLACE KIVA	CREDITOS	OPERATIVO
5	SANCHEZ IBAÑEZ JUAN	ANALISTA DE ADMINISTRACION DE REDES Y SERVIDORES	TECNOLOGIA	OPERATIVO
6	CHURQUI SANTANDER ANAHI LIZETH	AUXILIAR CONTABLE	CONTABILIDAD	OPERATIVO
7	LIMA MAMANI DARWIN PAULINO	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
8	CARRASCO GIL LUIS JAVIER	CAJERO MAYOR	CAJAS	MANDO MEDIO
9	SAAVEDRA AGUILERA PAMELA	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
10	PERALTA DALENZ ROBERT MOISES	COBRADOR	COBRANZAS	OPERATIVO
11	CRUZ HUANCA HERLAND	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
12	CLARES TICONA ROSMERY	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
13	QUISPE CHOQUE JANETH	JEFE DE AGENCIA ai	CREDITOS	OPERATIVO
14	APAZA ZAPATA XIMENA SHIRLEY	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
15	GUTIERREZ PLATA JAVIER PEDRO	AUXILIAR DE ADMINISTRACION	ADMINISTRACION	OPERATIVO
16	ALIAGA SALAS LUZ CELESTE	ANALISTA DE DESARROLLO E INNOVACION	TECNOLOGIA	OPERATIVO
17	QUISBERT OCKA MARIA DE LOS ANGELES	JEFE ADM CONTABILIDAD Y RRHH	ADMINISTRACION Y RRHH	MANDO MEDIO
18	MAMANI TORREZ MIRIAM MONICA	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
19	VALLEJOS RODRIGUEZ KEVIN LEONARDO	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
20	VACA GONZALES MELISSA KATHERINE	JEFE DE AUDITORIA INTERNA	AUDITORIA	MANDO MEDIO
21	CABALLERO GONZALES SERGIO ISAAC ALEX	SUBGERENTE DE BANCA COMUNAL	BANCA COMUNAL	EJECUTIVO
22	ZUÑIGA ARROYO MARIA ELENA	COBRADOR	COBRANZAS	OPERATIVO
23	MAMANI VELASCO DAVID ISAIAS	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
24	PACO HUANCA ARMANDO	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
25	CASA NINA MAYRA NOEMI	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
26	ALIAGA CAMPOS VICENTE MAURICIO	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
27	PORTUGAL TARIFA HUGO ANTONIO	GERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	TECNOLOGIA	EJECUTIVO
28	PACO GUARACHI ALEX FERNANDO	ANALISTA DE RIESGOS	RIESGOS	OPERATIVO
29	CONDORI YUJRA YOVANA	ANALISTA DE RIESGOS	RIESGOS	OPERATIVO
30	CRUZ FERNANDEZ ERICK FERNANDO	AUDITOR JUNIOR	AUDITORIA	OPERATIVO
31	TITO QUISPE NOEMI	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
32	LEQUIPE QUISPE LIDIA	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
33	VERA CHUQUIMIA JESUS DANIEL	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
34	GUTIERREZ YUPANQUI JOSE LUIS	JEFE DE AGENCIA ai	CREDITOS	OPERATIVO
35	ZUBIETA CAZAS NORDAN ENVER	GERENTE DE CREDITOS	CREDITOS	EJECUTIVO
36	FANOLA QUINO FERNANDO	COBRADOR	CREDITOS	OPERATIVO
37	RALDE QUISBERT ELMER MARCELO	OFICIAL DE CREDITOS	BANCA COMUNAL	OPERATIVO
38	ZAMBRANA HIZA ANA MIRTHA	ENCARGADO DE O Y M	O Y M	OPERATIVO
39	GARCIA SALAZAR RICHARD ANGEL	JEFE DE AGENCIA ai	CREDITOS	OPERATIVO
40	ESPEJO TICONA ANELAIDA FLOR	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
41	CALLE ARRATIA KARLA OLIVIA	AUDITOR JUNIOR	AUDITORIA	OPERATIVO
42	VISCAFE ADUVIRI SILVIA ISELA	CARTERA Y PUNTO DE RECLAMO	CARTERA	OPERATIVO
43	CONDORI POMA WILMER ROLANDO	OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	CUMPLIMIENTO	EJECUTIVO
44	MAMANI SANCHEZ EFRAIN GROVER	COBRADOR	COBRANZAS	OPERATIVO
45	VERASTEGUI PACORICONA JUNIOR ALEX	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
46	RIVERO APAZA JHONY	COBRADOR	CREDITOS	OPERATIVO

PLAN DE CAPACITACIÓN 2024						
N°	PROGRAMA/CURSO/TALLER	ÁREA	TEMÁTICA	DURACIÓN	DESTINATARIOS	OBJETIVO DEL PROGRAMA
1	RIESGO DE CREDITO	RIESGOS	Directrices genéricas que rigen el área de gestión de riesgos, conocimiento de herramientas metodológicas, clasificación, priorización y tratamiento de riesgos.	—	Todo el Personal	Ampliación de conocimientos sobre riesgos para un buen desempeño en sus funciones.
2	RIESGO DE LIQUIDEZ	RIESGOS	Directrices genéricas que rigen el área de gestión de riesgos, conocimiento de herramientas metodológicas, clasificación, priorización y tratamiento de riesgos.	—	Todo el personal	Ampliación de conocimientos sobre riesgos para un buen desempeño en sus funciones.
3	RIESGO DE MERCADO	RIESGOS	Directrices genéricas que rigen el área de gestión de riesgos, conocimiento de herramientas metodológicas, clasificación, priorización y tratamiento de riesgos.	—	Gerencia de Riesgos y Analistas	Ampliación de conocimientos sobre riesgos para un buen desempeño en sus funciones.
4	RIESGO OPERATIVO	RIESGOS	Directrices genéricas que rigen el área de gestión de riesgos, conocimiento de herramientas metodológicas, clasificación, priorización y tratamiento de riesgos.	—	Gerencia de Riesgos y Analistas	Ampliación de conocimientos sobre riesgos para un buen desempeño en sus funciones.
5	GESTION INTEGRAL DE RIESGOS	RIESGOS	Presentación de las directrices genéricas que rigen el área de gestión de riesgos.	—	Todo el Personal	Ampliación de conocimientos sobre riesgos para un buen desempeño en sus funciones.
6	RIESGOS FINANCIEROS	RIESGOS	Presentación de las directrices genéricas que rigen el área de gestión de riesgos.	—	Todo el Personal	Ampliación de conocimientos sobre riesgos para un buen desempeño en sus funciones.
7	Curso	AUDITORIA	Prevención LGI	—	Personal de área	Proveer conocimientos y desarrollar habilidades al personal de la Unidad de Auditoría Interna.
8	Curso	AUDITORIA	Riesgo Legal	—	Personal de área	Proveer conocimientos y desarrollar habilidades al personal de la Unidad de Auditoría Interna.
9	PREVENCIÓN LGI	CUMPLIMIENTO	Sistemas de señales de alerta de LGI, FT y PPADM	—	Personal de área	Fortalecer al personal del área en temáticas específicas, con el fin de educar esta herramienta a los procesos institucionales.
10	BALANCE SOCIAL	RSE	Educación, financiera, Punto de reclamo, código de ética y conducta, cuidado del medio ambiente, ley contra la violencia y el racismo, derechos y obligaciones del personal, igualdad de género.	—	todo el personal por áreas	Proveer conocimientos y desarrollar habilidades al personal.
11		TESORERIA-CAJAS	Detección billetes falsos	por definir	Personal de área	Reforzar las técnicas de detección de billetes falsos.
12		TESORERIA-CAJAS	atención al cliente	por definir	Personal de área	reforzar la calidad de atención a los clientes de IMPRO IFD
13	ATENCIÓN A PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES	CREDITOS- TESORERIA CAJAS	atención al cliente	por definir	Personal de área	prestar una mejor atención a los clientes con discapacidad auditiva
14	ATENCIÓN CON CALIDAD Y CALOREZ	CREDITOSBANCA COMUNAL	Trato al cliente interno y externo con empatía	3 horas	Todo al personal	Fortalecer habilidades blandas.
15	CAPACITACIÓN DE CAPACITADORES	BANCA COMUNAL	Técnicas de capacitación y manejo de grupos	3 horas	Oficiales de Crédito	Fortalecer capacidades de liderazgo y capacitación
16	IDIOMA NATIVO	CREDITOS- TESORERIA CAJAS	Conocimiento básico de idiomas nativos	por definir	Personal de área	brindar una mejor atención a clientes que solo hablan un idioma nativo
17	ATENCIÓN PREFERENTE A PERSONAS ADULTAS MAYORES	CREDITOS- TESORERIA CAJAS	atención al cliente	por definir	Personal de área	prestar una mejor atención a los clientes de la tercera edad
18	LENGUAJE DE SEÑAS	CREDITOS- TESORERIA CAJAS	atención al cliente	por definir	Personal de área	prestar una mejor atención a los clientes con discapacidad auditiva


María de los Angeles Quintero
 JEFE ADM. RR.HH.
 IMPRO - IFD


Mario A. Ruiz Quintana
 GERENTE GENERAL
 IMPRO - IFD

6.11. 3C – CAPACITACIÓN

Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y desarrollo profesional.

INFORME

A: MARCO SOLIZ
GERENTE GENERAL

DE: VIVIAN NARDA GUTIERREZ ARANIBAR
JEFA DE ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD Y RECURSOS HUMANOS

REF: EVALUACIÓN REGULAR DE DESEMPEÑO 2024

El presente informe tiene como objetivo dar a conocer los resultados obtenidos a partir del proceso de evaluación de desempeño correspondiente a la gestión 2024, en el marco de las políticas institucionales de gestión del talento humano de IMPRO IFD.

1. Personal al cierre de la gestión 2024

A continuación, se presenta la tabla con la información detallada del personal activo al cierre de la gestión 2024. Dicha información incluye la agencia de trabajo, el área de asignación, la fecha de ingreso, el nombre completo y el cargo correspondiente de cada colaborador.

NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	SEDA	DESTINO
1. SOLÍS CASTRO MARCO ANTONIO	GERENTE GENERAL	GERENCIA	EJECUTIVO
2. GUTIERREZ ALFARO FERNANDO SANTIAGO	GERENTE DE RECURSOS	RECURSOS	EJECUTIVO
3. MOLINERO ROBERTO CASTO	SUBGERENTE DE TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN	TECNOLOGÍA	EJECUTIVO
4. JIMÉNEZ VALDEZ OSCAR MARTÍN	PLANTA DE ENLACE ENVA	TECNOLOGÍA	OPERATIVO
SANCHEZ BAREZ JUAN	ADMINISTRADOR DE REDES Y SERVIDORES	TECNOLOGÍA	OPERATIVO
6. GARCÍA SANTANDER ANAÍL LIZETH	AUXILIAR CONTABLE	CONTABILIDAD	OPERATIVO
7. LINIA MAMANI DARWIN PABLO	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
8. CARRASCO GIL LUIS JAVIER	CAJERO MAIOR	CAJAS	MANDE MEDIO
9. SANDOVAL AGUILERA PAMELA	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
10. PERALTA SALAZAR ROBERTO ANDRÉS	COBROCAN	COBROCAN	OPERATIVO
11. ORTIZ HERNANDEZ HIRSHAD	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
12. CLARES TUCUNA ROSEMARY	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
13. GUERRA DIOGUE JARLETH	JEFE DE AGENCIA #	CREDITOS	OPERATIVO
14. APARIZA LARITA KENIAH SILEY	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
15. GUERRERO PLATA JAVIER PEDRO	AUXILIAR DE ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRACIÓN	OPERATIVO
16. ALFARO SILES LUIS CESAR	ANALISTA DE DESARROLLO DE INNOVACION	TECNOLOGÍA	OPERATIVO
17. GUERRERO OLIVERA MARIA DE LOS ANGELES	JEFE ASES CONTABILIDAD E INH	ADMINISTRACIÓN E INH	MANDE MEDIO
18. MAMANI TORRES MIRIAM MONICA	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
19. VALDEZ RODRIGUEZ NEIVA LEONARDO	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
20. GARCÍA GONZÁLEZ MELISSA KATHERINE	JEFE DE AGENCIA INTERNA	AUDITORIA	OPERATIVO
21. CABELLO GONZÁLEZ WENDY ISABEL ALEX	SUBGERENTE DE BANCA CORRAL	BANCA CORRAL	EJECUTIVO
22. JURASSA ARRIAS MARIA ELENA	COBROCAN	COBROCAN	OPERATIVO
23. MAMANI VELASCO DAVID JUAN	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO

24	PACIO RIANZA ARMANDO	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
25	CASA MINA MAYRA NOEMI	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
26	ALGUISA CAMPOS VICENTE MAURICIO	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
27	PORTUGAL TARRA HUGO NAUICIO	GERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	TECNOLOGIA	ECUATIVO
28	PACIO GUARACHI ALEX FERNANDO	ANALISTA DE RIESGOS	RIESGOS	OPERATIVO
29	CONDORI YUJRA YOLIANA	ANALISTA DE RIESGOS	RIESGOS	OPERATIVO
30	CRUZ FERNANDEZ ERICK FERNANDO	AUDITOR JUNIOR	AUDITORIA	OPERATIVO
31	YITO GUELOS NOEMI	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
32	LEQUAPE GUEPE LIDIA	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
33	MERA CROQUINHA JESUS DANIEL	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
34	GUTIERREZ YUPANQUI JESUS LEWIS	JEFE DE AGENCIA A	CREDITOS	OPERATIVO
35	ZUMETA CASO NORMAN IVAN	GERENTE DE CREDITOS	CREDITOS	ECUATIVO
36	PANOLA GILIO FERNANDO	COMISIONADO	CREDITOS	OPERATIVO
37	PALEZ JESUS HENRI MARCELLO	OFICIAL DE CREDITOS	BANCA CREDITAL	OPERATIVO
38	DE LA ROSA JUAN GUSTAVO	ENCARGADO DE JEFE	OTR	OPERATIVO
39	SANCIA GALARZA RICARDO ANGEL	JEFE DE RIESGOS A	RIESGOS	OPERATIVO
40	ESPINO YOLINA ANDREA FLORE	CAJERO	CAJAS	OPERATIVO
41	CRUZ ABRAHAM KARA LIDIA	AUDITOR JUNIOR	AUDITORIA	OPERATIVO
42	MESIAS AGUIRRE YOLFA LIDIA	CARTEERA Y PUNTO DE VOUCHER	CARTERA	OPERATIVO
43	CONDORI POMA WILMER ROLANDO	OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	CUMPLIMIENTO	ECUATIVO
44	MAMANI SANCHEZ EDVAN GROVER	COMISIONADO	COMISIONADO	OPERATIVO
45	VENATECUI PACHOCUNA LINDOR ALEX	OFICIAL DE CREDITOS	CREDITOS	OPERATIVO
46	RODRIGO APAZA HONEY	COMISIONADO	CREDITOS	OPERATIVO

2. Herramientas de evaluación

Para el proceso de evaluación de desempeño de la gestión 2024 se utilizaron herramientas que permitieron valorar de forma integral el aporte de cada funcionario. Estas incluyeron:

- Datos generales del colaborador,
- Nivel de desarrollo de competencias,
- Cumplimiento de metas individuales establecidas,
- Participación en procesos de capacitación institucional.

Estas herramientas fueron diseñadas para proporcionar una medición objetiva y estandarizada del desempeño individual, en concordancia con los objetivos estratégicos de la institución.

[illegible][illegible]

	% de Ponderación	Puntaje Obtenido	RESULTADO PONDERADO	INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	
RESULTADO DE CAPACIDAD DE GESTIÓN	40%	0,0	0,0	NIVELES	PUNTAJES
RESULTADO DE CUMPLIMIENTO DE RESULTADOS	60%	0,0	0,0	EXCELENTE	91 - 100
RESULTADO DE LA EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN	0%	0,0	0,0	BUENO	75 - 90
TOTAL PUNTOS OBTENIDOS	100%	0,0	0,0	SUFICIENTE	66 - 74
DESCUENTO POR INCUMPLIMIENTO DE ANTECEDENTES LABORALES			1,0	EN OBSERVACION	0 - 59
EVALUACION FINAL			1,0		

CALIFICACION OBTENIDA	No existen datos
-----------------------	------------------

3. Conclusiones

Del total de 46 funcionarios activos al cierre de la gestión 2024, se logró aplicar la evaluación de desempeño a 41 de ellos. Los cinco casos restantes corresponden a funcionarios que finalizaron su relación laboral antes de la ejecución del proceso de evaluación programado para enero de 2025.

La salida anticipada de estos colaboradores impidió su participación en la evaluación, lo que explica la cobertura parcial. No obstante, el alto porcentaje alcanzado demuestra el compromiso institucional con la evaluación continua del personal y con el fortalecimiento de una cultura organizacional basada en la mejora del desempeño.

Los resultados obtenidos permiten contar con una visión clara y estratégica del rendimiento individual y colectivo del equipo de trabajo, proporcionando insumos valiosos para la toma de decisiones en la gestión del talento humano.

En cuanto tengo bien informa.

Atentamente,


Karla Gutiérrez Araníbar
JEFE DE ADM., CONTRIBUCIÓN Y RR.HH.
IMPRO - IFD

6.12. 1D – DIVERSIDAD E IGUALDAD DE LAS OPORTUNIDADES

Composición de los órganos de gobierno y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.

COMPOSICION DEL DIRECTORIO							
N°	NOMBRE Y APELLIDO	CARGO	SEXO	EDAD	PERTENENCIA	NIVEL	LENGUA
1	Luis Agosto Castañon Clavijo	PRESIDENTE DEL DIRECTORIO	M	72	N/A	TECNICO	AYMARA
2	Gustavo Añez Castedo	VICEPRESIDENTE DEL DIRECTORIO	M	38	N/A	LICENCIADO EN FINANZAS	ESPAÑOL
3	Mauricio Barriga Delgado	SECRETARIO DEL DIRECTORIO	M	55	N/A	POSTGRADO	ESPAÑOL
4	Martin Oscar Marcelo Rios Suaznabar	DIRECTOR VOCAL	M	58	N/A	MAESTRIA	ESPAÑOL
5	Alfredo Adalid Aspiazu Castro	DIRECTOR VOCAL	M	49	N/A	MAESTRIA EN FINANZAS	ESPAÑOL
6	Ariel Fidel Rada Illatarco	FISCALIZADOR INTERNO TITULAR DE CAPITAL FUNDACIONAL	M	58	N/A	MAESTRIA EN FINANZAS	ESPAÑOL
7	Jenny Sandra Mendez Yarichino	FISCALIZADOR INTERNO TITULAR DE CAPITAL ORDINARIO	F	48	N/A	CONTADOR PUBLICO	ESPAÑOL

6.13. 2D – DIVERSIDAD E IGUALDAD DE LAS OPORTUNIDADES

Relación entre salario mínimo de los hombres con respecto al de las mujeres desglosado por categoría profesional.

CATEGORÍA	EDAD	SEXO	CARGO	TOTAL GANADO 2024
OPERATIVO	28	F	ANALISTA DE RIESGOS	2.500,00
OPERATIVO	31	F	OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
OPERATIVO	37	F	CARTERA Y PUNTO DE RECLAMO	2.500,00
OPERATIVO	35	F	CAJERO	2.650,00
OPERATIVO	26	F	ENCARGADO DE OY M	2.800,00
OPERATIVO	29	F	OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
OPERATIVO	27	F	AUDITOR JUNIOR	3.000,00
OPERATIVO	34	F	CAJERO	3.025,00
OPERATIVO	30	F	CAJERO	3.025,00
OPERATIVO	32	F	OFICIAL DE CREDITOS	3.385,75
OPERATIVO	30	F	CAJERO	3.475,00
OPERATIVO	27	F	ANALISTA DE DESARROLLO E INNOVACION	3.825,00
OPERATIVO	33	F	JEFE DE AGENCIA ai	3.831,00
OPERATIVO	28	F	OFICIAL DE CREDITOS	3.987,68
MANDO MEDIO	56	F	JEFE ADM CONTABILIDAD Y RRHH	5.195,91
OPERATIVO	33	F	AUXILIAR CONTABLE	5.247,08
OPERATIVO	65	F	COBRADOR	5.375,00
MANDO MEDIO	27	F	JEFE DE AUDITORIA INTERNA	7.675,00
OPERATIVO	33	M	ANALISTA DE RIESGOS	2.500,00
OPERATIVO	30	M	OFICIAL DE CREDITOS	2.500,00
OPERATIVO	29	M	OFICIAL DE CREDITOS	2.524,00
OPERATIVO	31	M	AUDITOR JUNIOR	2.678,00
EJECUTIVO	33	M	OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	2.800,00
OPERATIVO	55	M	COBRADOR	2.800,00
OPERATIVO	31	M	OFICIAL DE CREDITOS	2.888,27
OPERATIVO	43	M	OFICIAL DE CREDITOS	2.923,00
OPERATIVO	23	M	OFICIAL DE CREDITOS	3.000,00
OPERATIVO	40	M	JEFE DE AGENCIA ai	3.000,00
OPERATIVO	37	M	JEFE DE AGENCIA ai	3.000,00
OPERATIVO	27	M	CAJERO	3.025,00
OPERATIVO	28	M	COBRADOR	3.055,00
OPERATIVO	55	M	AUXILIAR DE ADMINISTRACION	3.325,00
OPERATIVO	48	M	OFICIAL DE CREDITOS	3.366,75
OPERATIVO	53	M	OFICIAL DE CREDITOS	3.375,00
OPERATIVO	36	M	COBRADOR	3.639,37
MANDO MEDIO	62	M	CAJERO MAYOR	4.381,35
OPERATIVO	44	M	ANALISTA DE ADMINISTRACION DE REDES Y SERVIDORES	4.421,82
OPERATIVO	37	M	OFICIAL DE CREDITOS	4.856,59
OPERATIVO	42	M	PUNTO DE ENLACE KIVA	5.069,59
EJECUTIVO	54	M	GERENTE DE CREDITOS	6.180,00
EJECUTIVO	49	M	SUBGERENTE DE BANCA COMUNAL	6.385,00
OPERATIVO	49	M	COBRADOR	7.871,41
EJECUTIVO	56	M	SUBGERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	9.027,69
EJECUTIVO	57	M	GERENTE DE TECNOLOGIA E INFORMACION	9.270,00
EJECUTIVO	47	M	GERENTE DE RIESGOS	11.999,26
EJECUTIVO	59	M	GERENTE GENERAL	16.447,93
SALARIO MÍNIMO HOMBRES NIVEL GERENCIAL Y SUBGERENCIAL				2.800,00
SALARIO MÍNIMO MUJERES NIVEL GERENCIAL Y SUBGERENCIAL				-
BRECHA SALARIAL %				-
SALARIO MÍNIMO HOMBRES NIVEL JEFATURA				4.381,35
SALARIO MÍNIMO MUJERES NIVEL JEFATURA				5.195,91
BRECHA SALARIAL %				84
SALARIO MÍNIMO HOMBRES NIVEL OPERATIVO				2.500,00
SALARIO MÍNIMO MUJERES NIVEL OPERATIVO				2.500,00
BRECHA SALARIAL %				100
SALARIO MÍNIMO HOMBRES GENERAL				2.500,00
SALARIO MÍNIMO MUJERES GENERAL				2.500,00
BRECHA SALARIAL %				100
PROMEDIO SALARIO MÍNIMO HOMBRES				4.868,22
PROMEDIO SALARIO MÍNIMO MUJERES				3.722,08
BRECHA SALARIAL %				131

6.14. 1H – DERECHOS HUMANOS Y COMPROMISO SOCIAL

Contribuciones o Aportes a Fines Sociales, Culturales Gremiales y Benéficos.



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

HISTORIAL DE REVISIONES

Versión	Fecha	Modificación
OK	Diciembre del 2024	Revisado.
OK	Diciembre del 2023	Revisado.
OK	Diciembre del 2022	Revisado.
OK	Diciembre del 2021	Revisado.
OK	Diciembre del 2020	Revisado.
OK	Diciembre del 2018	Revisado, Actualización.
OK	Septiembre del 2017	Actualización de cargos.
OK	Gestión del 2014	Actualización.



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

Índice

1. INTRODUCCIÓN	2
2. MISIÓN INSTITUCIONAL	2
3. VISIÓN INSTITUCIONAL	2
4. ANTECEDENTES	2
4.1. Antecedentes legales	2
4.2. Antecedentes históricos institucionales	3
5. EL DESARROLLO	3
5.1. El Desarrollo como concepto	4
5.2. Tipos de Desarrollo	4
6. DESEMPEÑO SOCIAL	6
6.1. Concepto de Bienestar Social	6
6.2. Concepto de Justicia social	6
7. IMPACTO SOCIAL Y EVALUACIÓN DE IMPACTOS	8
7.1. Impacto	8
7.2. Enfoque	9
8. POBLACIÓN OBJETIVO Y ALCANCE DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTOS	10
9. BALANCE SOCIAL	10
9.1. Los servicios de calidad de IMPRO-ED	10

Página 1

Página 1



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN

IMPRO-ED requiere cumplir con el objetivo de promover la Medición y Monitoreo del Desempeño Social, como una "cultura institucional", que permita verificar el cumplimiento de su misión social respecto a su mandato institucional para apoyar la lucha por erradicar la pobreza y la exclusión y promover el desarrollo humano y la inclusión social.

El objetivo específico subyacente es crear y fomentar la capacidad necesaria para promover la medición y monitoreo del desempeño social en la prestación de servicios financieros mediante la creación e implementación del área de Desempeño e Impacto Social, y el trabajo del (a) encargado (a) debe estar orientado a este objetivo.

Consideramos que es importante pero no decir imprescindible, evitar que la promoción de la cultura del desempeño social se instrumentalice, caga en la trampa de la mercantilización, a fin de resguardar su esencia que permita asegurar el cumplimiento del mandato social de los microfinanceros respecto a la erradicación de la pobreza, la inclusión, promoción del desarrollo humano y la inclusión social.

2. MISIÓN INSTITUCIONAL

IMPRO es una institución sin fines de lucro, que brinda servicios transparentes y efectivos a la comunidad, generando oportunidades de mejor calidad de vida a las personas más necesitadas y sin acceso a servicios financieros, mediante el desarrollo de programas de microcréditos de fomento, vivienda y ruro.

3. VISIÓN INSTITUCIONAL

Sea una Institución Financiera de Desarrollo importante, fortalecida con personal altamente calificado, comprometido e identificado, y reconocido por la sociedad por sus productos y servicios microfinancieros innovadores, amplios y de calidad en áreas urbanas, periurbanas y rurales.

4. ANTECEDENTES

4.1. Antecedentes legales

La promulgación de la Ley de Servicios Financieros Nº 393 de 21 de agosto de 2013, que en el Capítulo VII, Sección IV, artículo 123, establece la obligatoriedad de presentación anual de un Balance Social "en el que se registren información y análisis detallado sobre la operatividad realizada para cumplir con la función social de contribuir a los objetivos de desarrollo económico y social del país".

Página 2



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

Por su parte la Circular RM/ 263/2014 y la RESOLUCIÓN EX/2014 de 9 de SEPTIEMBRE de 2014, señalan en la sección 6 artículo 3º que "Los servicios financieros deben cumplir la función social de contribuir al logro de los objetivos del desarrollo integral para el vivir bien, eliminar la pobreza y la exclusión social y económica de la población".

4.2. Antecedentes históricos institucionales

IMPRO-ED viene trabajando en la construcción de su sector específico dedicado al Desempeño Social desde el año 1998, habiendo trabajado su trabajo en un 3er informe incorporado en la Memoria Institucional denominada "22 años de servicio", en el año 2004. A partir de esa gestión, IMPRO-ED ha incluido en sus memorias e informes anuales un capítulo dedicado al Desempeño Social.

IMPRO es una Institución Financiera de Desarrollo (IFD) sin fines de lucro, especializada en la prestación de servicios FINANCIEROS, con Programas de microcrédito en áreas urbanas, periurbanas y rurales de Bolivia.

La población meta de IMPRO-ED está constituida por personas de escasos recursos que no han tenido la oportunidad de desarrollar los ingresos necesarios para competir en el mercado laboral del sector formal.

IMPRO-ED orienta sus acciones al segmento de la población que se encuentran en condiciones de pobreza o exclusión, tiene acceso limitado a servicios financieros y carece de habilidades y experiencia en la administración de negocios y/o emprendimientos que desarrollan.

IMPRO-ED está entre las instituciones pioneras en la ejecución de estudios de evaluación de impacto y ha institucionalizado la utilización de este tipo de investigación con la finalidad de profundizar y actualizar su conocimiento sobre la incidencia de sus operaciones en sus clientes y sus familias, así como para efectuar ajustes operativos y estratégicos que permitan mejorar continuamente este impacto.

5. EL DESARROLLO

Marco Conceptual de Análisis: IMPRO es una IFD, y las Instituciones Financieras de Desarrollo (IFD), son instituciones definidas para trabajar en el área del desarrollo, cuyo objetivo principal es comprender mejor concepto y sus alcances, para luego aplicar el mismo en nuestros trabajos cotidianos.

5.1. El desarrollo como concepto

Se entiende como desarrollo, la mejora de una sociedad en la cual las necesidades de los grupos y/o individuos se satisficen mediante la utilización racional, de los recursos y los sistemas naturales. Los bienes y servicios se encuentran al alcance de la sociedad. Esto implica una mejor

Página 3



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

Integración social y económica dentro de las sociedades, y con ello se disminuirá la existencia de grupos viviendo en condiciones de marginalidad.

El Desarrollo legal:

Participación social activa es la capacidad del individuo y de las instituciones sociales a garantizar que las aspiraciones de poder, sean instancias de intermediación entre los sujetos y actores en la toma de decisiones.

El desarrollo en general es básicamente un proceso de vida que permite contar con alternativas u opciones de selección para las personas. (ONU - Informe Anual de Desarrollo Humano de 1990)

Condición de acceso a los servicios sociales Sistemas de educación, y satisfacción de las necesidades de sobrevivencia en términos de alimento, vivienda, vestido, salud, servicios básicos y seguridad. Las aspiraciones de las personas pueden ser muchas, pero fundamentalmente se refieren a tres:

- la búsqueda de conocimientos;
- la posibilidad de tener una vida prolongada y saludable;
- tener acceso a los recursos que permitan un aceptable nivel de vida.

5.2. Tipos de Desarrollo

Desarrollo Humano

Es el proceso por el que una sociedad mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos.

El concepto de desarrollo humano es un concepto pariente a la noción de desarrollo económico, aunque el primero es más amplio, pues considera aspectos relativos a la economía y los ingresos e integra aspectos como la calidad de vida, bienestar material y social y libertad respecto en los artículos 9º y 22 y siguientes de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948.

Objetivos principales del Desarrollo Humano

- Eradicar la pobreza extrema y el hambre.
- Lograr la máxima prima universal.
- Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
- Reducir la mortalidad infantil.
- Mejorar la salud materna.
- Garantizar el sustento del medio ambiente.

Página 4



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

Desarrollo Económico

La capacidad de países o regiones para crear riqueza y a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.

El proceso de desarrollo económico supone ajustes legales e institucionales que son hechos para dar incentivos, para fomentar innovaciones e inversiones con el propósito de crear un eficiente sistema de producción y un sistema de distribución para los bienes y los servicios.

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchos miedos desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como que de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o los patrones de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento.

Y este crecimiento requiere una medición para establecer que tan lejos o tan cerca estamos del desarrollo.

Desarrollo Social

El concepto de Desarrollo Social refiere al desarrollo tanto del capital humano como del capital social de una sociedad.

El poder acceder a un empleo digno y bien remunerado, el acceso a una vivienda digna en la cual se pueda vivir con la familia y protección de los riesgos que supondrá la vida en la calle, la posibilidad de educar a nuestros hijos para que el día de mañana puedan gozar de mejores oportunidades laborales y también poder contar con una atención sanitaria adecuada que pueda fortalecer a subsecuentes de algunas enfermedades, resultar ser algunos de los factores prioritarios, básicos, que permitan difundir del fin último que es el bienestar y además son condiciones un equis para haber de desarrollo social de una sociedad.

Desarrollo Social es un proceso de mejoramiento de la calidad de vida de una sociedad. Una comunidad tiene una alta calidad de vida cuando sus habitantes, dentro de un marco de paz, libertad, justicia, democracia, tolerancia, equidad, igualdad y solidaridad, tienen amplias posibilidades de satisfacción de sus necesidades y también de poder desplegar sus potencialidades y valores con vistas a conseguir mejorar su vida, en cuanto a realización personal y en la que a la realización de la sociedad en su conjunto requiera.

Página 5



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

Por Bienestar Social se designa al conjunto de factores o elementos que participan a la hora de determinar la calidad de vida de una persona y que en definitiva cuentan con también las que generaría a estas, como y mantener una existencia tranquila, sin privaciones y con un estado de satisfacción.

6. DESEMPEÑO SOCIAL

El Desempeño Social se entiende como resultado a una contribución al Bienestar y Justicia Social

1) Concepto de Bienestar Social

Todas aquellas cosas que inciden de manera positiva para que una familia, una comunidad puedan alcanzar el objetivo de tener una buena calidad de vida. Un empleo digno, en el cual se respete la integridad de la cultura, el trabajo, el respeto y el valor que se otorga, recursos económicos para poder satisfacer las necesidades básicas como ser: de educación, vivienda, salud, y entretenimiento, son las principales cuestiones que nos hablan del bienestar y no en el que vive una persona, una sociedad.

El Producto Interior Bruto (PIB) de una Nación será el que asociado con el nivel de distribución de la riqueza al cual haya llegado dicha sociedad, el que no dirá si hay o no bienestar, porque un alto PIB con una mala distribución en materia de riqueza, provocará que el bienestar este ausente en la sociedad, pero si por el contrario, el PIB no es significativo y la concentración de la riqueza en unos pocos es la que manda, entonces, no podremos hablar de bienestar en la sociedad en cuestión.

Pero también y su sublevarse de la estrictamente económica, hay otras formas para determinar el bienestar de una comunidad: la esperanza de vida al nacer, la tasa de alfabetización, la cantidad de libros que se publican al año, el número de personas que pueden acceder a la educación, la disponibilidad que existen de acceder a servicios financieros como instrumento generador de empleo.

2) Concepto de Justicia Social

El concepto de justicia social es un concepto que surgió como consecuencia de la necesidad de lograr un reparto equitativo de los bienes sociales, porque en una sociedad en la que prima la justicia social, los derechos humanos de los individuos que habitan en ella, son respetados y los ciudadanos desahogados cuentan con oportunidades de desarrollo.

La justicia social consiste en el compromiso de parte del Estado para compensar una desigualdad que surge en el mercado y en otros ámbitos de la sociedad. Las autoridades pertinentes son las que deben garantizar y promover algunas condiciones para que en este examen prima la justicia social y sea un hecho. Como por ejemplo todos los ciudadanos tengan la misma posibilidad de desarrollarse económicamente, es decir, que no existan pocas redistribuciones y muchos pobres.

Página 6



DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

Bajo estos conceptos, definimos los objetivos del (a) encargad(a) Desempeño Social de IMPRO-ED:

- Generar resultados del impacto de los servicios que realiza IMPRO-ED, en base a herramientas tanto cuantitativas como cualitativas de investigación.
- Examinar el impacto tanto de los servicios financieros como de los servicios no financieros de IMPRO-ED
- A través del análisis de la información relevada, responder las siguientes preguntas de investigación y análisis:

¿Cuáles son los indicadores más importantes de los servicios financieros de IMPRO-ED en la Unidad Económica y en la Unidad Familiar de sus clientes?

El crédito ¿Permite desarrollar las actividades de los Clientes? ¿Genera más ingresos o incrementa? ¿mejora sus condiciones de Vida y Hábitat? ¿Incrementa los ingresos de la Unidad Económica y la Unidad Familiar?

Fidelidad ¿Nos refleja la relación entre la antigüedad del cliente de IMPRO-ED y sus Niveles de inversión, ahorro e ingresos en términos de análisis crediticio?

Impacto ¿Refleja el cambio en las percepciones sobre los clientes en función a las edades, nivel de pobreza y el grado de educación de la misma?

Para medir estos resultados, el (a) encargado (a) Desempeño e Impacto Social de IMPRO-ED debe considerar lo siguiente:

3) La unidad económica del cliente

El comportamiento de la unidad económica del cliente del sector microfinanciero, se midió en base al concepto de la existencia de un fin y de medios fundamentales para alcanzar dicho fin.

El fin de una unidad económica es maximizar sus ingresos netos, entendido como la ganancia económica resultante de la diferencia entre ingresos por ventas o costo de la actividad económica y los medios para alcanzar este fin son:

1. el capital,
2. el empleo o mano de obra y
3. el conocimiento empírico.

Página 7

DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

Los servicios de las instituciones microfinancieras son una parte de los distintos factores que van a condicionar a la maximización del ingreso neto de las unidades económicas de sus clientes. Los servicios de crédito generan una incidencia financiera sobre el capital y el empleo.

2) La unidad familiar del cliente

Al igual que en el anterior caso, el comportamiento de la unidad familiar del cliente, se modela en base al concepto de la existencia de un fin y los medios fundamentales para alcanzar dicho fin.

El fin de una unidad familiar es maximizar el bienestar de los miembros del hogar, no solo en términos económicos sino también en términos de las capacidades y logros individuales, y los medios para alcanzar este fin son:

- Mejorar los ingresos familiares, incluyendo ahorros,
- Acceso a la salud,
- Acceso a la educación,
- Mejora de las condiciones de vivienda

Los servicios de las instituciones microfinancieras deben evaluar su impacto como una parte de los factores que contribuyen a la maximización del bienestar de la unidad familiar de sus clientes.

7. IMPACTO SOCIAL Y EVALUACIÓN DE IMPACTOS

7.1. Impacto

Los impactos se definen como los cambios que contribuyen a generar una modificación sobre la situación económica y el bienestar social de los núcleos familiares.

Dentro de los recientes enfoques del desempeño social, el impacto es uno de los resultados que IMPRO IFD en modo social espera generar a nivel de sus clientes, junto con la satisfacción de las necesidades de los clientes.

El impacto junto a otros resultados a nivel de clientes, es incidido por las estrategias e intervenciones que la institución aplica en alineamiento con su misión social y su concepción de desarrollo.

Valora si se generan factores positivos de cambio en las condiciones socio-económicas de los clientes, en cuanto a la generación de empleo, promoción de capital social, creación de capital y patrimonio.

El impacto referido de una IFD no es un factor único y aislado en la realidad de las poblaciones con las cuales se trabaja y que de manera integral es muy difícil establecer en qué medida la acción de una

Página 9

DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

Institución genera determinadas condiciones positivas o negativas en los clientes. También se ha establecido que, a través de pequeños de crédito, los principales impactos son:

Existen instituciones que tratan de separar los "efectos" que se han podido producir en las actividades económicas de los clientes, aspecto más fácil de medir (ingresos, aumento de producción, etc.) de los que hacen a la calidad de vida de las familias "impacto", que son más difíciles de establecer.

Los impactos principales que IMPRO IFD busca en el orden económico y social son los siguientes:



Diversificación de las actividades económicas. Se pretende tener un alto potencial para dinamizar la actividad económica de los clientes, pequeñas unidades económicas urbanas y/o rurales, con el propósito de incrementar los volúmenes de producción y/o de ventas, situación que puede promover un incremento de los ingresos y rentabilidad de las microempresas y de las familias involucradas en las mismas. Se asume que el incremento de las actividades económicas, en estos establecimientos, tendrá efectos positivos dentro de sus entornos con otros sectores, como es el caso de proveedores de materias primas, insumos y la cadena de distribución de productos finales.

7.2. Empleo.

Se apunta a consolidar los fuentes de empleo existentes en el sector y mejorar el desarrollo de la calidad de los mismos. Y crear nuevas fuentes de empleo como consecuencia del propio desarrollo de las microempresas.

Lugar un aliado a la pobreza. Se contribuye siempre a ayudar a resolver el problema de ingresos en las unidades económicas atendidas, considerando que esto a partir de ello se podrán alcanzar impactos que modifiquen las condiciones de pobreza de las familias que trabajan al interior de estas unidades económicas.

Página 9

DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

8. POBLACIÓN OBJETIVO Y ALCANCE DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTOS.

Los ámbitos sobre los que se evalúa el impacto son:

- La unidad económica del cliente, que comprende el conjunto de emprendimientos económicos en los que está involucrado el/a cliente, ya sea por cuenta propia o como parte de una actividad familiar o asociada.
- La unidad familiar del cliente, que comprende al hogar o familia nuclear del cliente.
- El cliente como individuo, a nivel de su desarrollo personal y social.
- Sobre estos tres ámbitos, se indagó las incidencias tanto de los servicios financieros como de servicios de desarrollo que ofrece IMPRO IFD.
- Servicios financieros: Aquellos a los que acceden los clientes de la institución bajo los modelos de crédito individual.
- A través de servicios de desarrollo integral: desarrollo humano, desarrollo económico y desarrollo social, agregamos otros servicios diferenciados considerando las temáticas de educación y salud y mejorar del hábitat.

9. BALANCE SOCIAL

El art 133 de la Ley de Servicios Financieros establece la obligatoriedad de presentar el Balance Social en el cual se debe registrar la información y análisis detallado sobre la operación para cumplir la función social de los servicios financieros.

Del mismo, el mismo artículo en su párrafo 2 señala los aspectos principales a considerar para este Balance Social:

- Apoyos financieros a prioridades productivas generadoras de empleo
- Financiamiento a micro y pequeñas empresas urbanas y rurales, artesanales y organizaciones comunitarias
- Provisión de servicios financieros a la población de menores ingresos
- Atención a zonas geográficas más pobres especialmente rurales
- Financiamiento a emprendimiento o innovaciones vinculadas a la actividad productiva
- Otros que reglamente la ASF y que sirvan para evaluar el grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros.

9.1. Los servicios de crédito de IMPRO IFD

Facilita fondos para resolver las necesidades financieras básicas del cliente:

- 1) El financiamiento de actividades económicas por cuenta propia

Página 10

DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

2) El financiamiento de gastos que no pueden ser cubiertos con el ingreso de las actividades, debido a su patón inevitable o porque precisa un monto considerablemente mayor.

Al apoyar el financiamiento de estas necesidades, los servicios financieros pueden tener:

- Incidencias financieras sobre los ingresos del hogar, incluyendo efectos sobre los ahorros del hogar.
- Incidencias financieras sobre la educación, la salud y las condiciones de vivienda del hogar y equidad de género.

De esta manera los servicios financieros inciden sobre los medios para medir el bienestar del hogar y, a través de ellos, sobre el fin mismo.

Página 11

DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

PROCESOS			
Procesos: Beneficiarios por Institución			
Institución		Actividad	
Institución 1	Actividad 1	Actividad 1	Actividad 1
	Actividad 2	Actividad 2	Actividad 2
	Actividad 3	Actividad 3	Actividad 3
	Actividad 4	Actividad 4	Actividad 4
	Actividad 5	Actividad 5	Actividad 5
Institución 2	Actividad 1	Actividad 1	Actividad 1
	Actividad 2	Actividad 2	Actividad 2
	Actividad 3	Actividad 3	Actividad 3
	Actividad 4	Actividad 4	Actividad 4
	Actividad 5	Actividad 5	Actividad 5
Institución 3	Actividad 1	Actividad 1	Actividad 1
	Actividad 2	Actividad 2	Actividad 2
	Actividad 3	Actividad 3	Actividad 3
	Actividad 4	Actividad 4	Actividad 4
	Actividad 5	Actividad 5	Actividad 5

Página 12

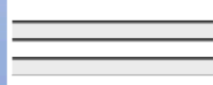
DEPARTAMENTO DE DESEMPEÑO E IMPACTO SOCIAL

IMPACTO SOCIAL			
Impacto Social			
Institución		Actividad	
Institución 1	Actividad 1	Actividad 1	Actividad 1
	Actividad 2	Actividad 2	Actividad 2
	Actividad 3	Actividad 3	Actividad 3
	Actividad 4	Actividad 4	Actividad 4
	Actividad 5	Actividad 5	Actividad 5
Institución 2	Actividad 1	Actividad 1	Actividad 1
	Actividad 2	Actividad 2	Actividad 2
	Actividad 3	Actividad 3	Actividad 3
	Actividad 4	Actividad 4	Actividad 4
	Actividad 5	Actividad 5	Actividad 5
Institución 3	Actividad 1	Actividad 1	Actividad 1
	Actividad 2	Actividad 2	Actividad 2
	Actividad 3	Actividad 3	Actividad 3
	Actividad 4	Actividad 4	Actividad 4
	Actividad 5	Actividad 5	Actividad 5

Página 13



POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL



POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL

HISTORIAL DE REVISIONES

Versión	Fecha	Modificación
01	Diciembre del 2024	Revisado.
02	Diciembre del 2023	Revisado.
03	Diciembre del 2022	Nuevo.

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL

Índice

1. Finalidad	3
2. Marco normativo	3
3. Objetivos	3
4. Definición de Términos	3
5. Principios	5
6. Buenas de la política	6
7. Anexos	6

	POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL
---	--

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y FUNCIÓN SOCIAL
1. Finalidad Contar con un marco normativo que oriente los planes, los programas y las acciones al ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Función Social (FS) de la IMPRO IFD, en concordancia con su misión, visión y cultura organizacional, y que en su redacción contribuyan al desarrollo sostenible de las localidades donde está presente.
2. Marco normativo - RD 2000 - Objetivos de Desarrollo Sostenible - Ley 393 de Servicios Financieros - Resolución de Normas para Servicios Financieros - Plan de Desarrollo Económico y Social 2021 - 2025 - Ley General N° 233 para Personas con Discapacidad - Ley N° 245 contra el Racismo y toda Forma de Discriminación - Ley N° 246, Ley Integral para Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia - Ley N° 633, Ley de los derechos de las mujeres y los usuarios de los consumidores y los consumidores - Ley No. 365, Ley general de las personas adultas mayores - Ley N° 1333 Ley de Medio Ambiente - Plan Estratégico Institucional - Código de comercio - Código de ética - Código de gobierno corporativo
3. Objetivos 3.1. Objetivo General Establecer lineamientos que consoliden una cultura organizacional orientada a la Responsabilidad Social Empresarial y la Función Social como eje transversal en la cadena de valor de IMPRO IFD.
3.2. Objetivos Específicos - Generar valor social sostenible para los distintos grupos de interés. - Promover y mejorar los riesgos económicos sociales y ambientales de IMPRO IFD.
La implementación de la presente política se realiza de conformidad con la normativa legal aplicable a IMPRO IFD, y en el caso de duda corresponde a la Gerencia General resolverlos.
4. Definición de Términos - Balance social: Documento en el que se registra información y análisis detallado sobre los aspectos medidos para cumplir la función social de los servicios financieros. - Buen gobierno corporativo: conjunto de principios rectores orientados a promover buenas prácticas de gestión, acceso a la información, transparencia y tratamiento

	POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL
---	--

5. Bases de la política Responsabilidad Social Empresarial: Es la forma de gestión de la entidad supervisada orientada a actuar en beneficio de sus partes interesadas en cuanto a sus expectativas económicas, sociales y medio ambientales, contribuyendo al desarrollo sostenible en el mundo del giro de negocio y actividades que realiza la propia entidad. La gestión de la RSE debe estar relacionada con la cultura organizacional de la entidad supervisada y orientada hacia una gestión socialmente responsable, que incorpore aspectos económicos, sociales y medioambientales. IMPRO IFD debe identificar, medir, monitorear, controlar, mitigar y comunicar los riesgos que pueden emerger de la gestión de RSE. En este sentido, la gestión de RSE al menos debe considerar los siguientes etapas: a. Compromisos; b. Identificación; c. Planificación; d. Implementación; e. Control; f. Revisión y mejora IMPRO IFD desarrollará e implementará un sistema de información que le permita generar reportes efectivos, comprensivos y oportunos para gestionar de manera eficiente la RSE y de esta manera cumplir con los lineamientos de RSE y con la presentación del Informe de RSE. Función Social: Define una política financiera orientada a transformar el sistema financiero con una acumulación de recursos de equidad, una provisión de la demanda de sectores excluidos del acceso a servicios financieros y un fomento a la creación de entidades financieras no bancarias con fines de inversión socialmente productiva. El objetivo del mismo es lograr de los objetivos de desarrollo integral del país, así como a disminuir los niveles de pobreza y exclusión económica y social. Además, la Ley N° 393 señala que el cumplimiento de la función social debe medirse y registrarse en un balance social que las entidades financieras presentarán a AFI, de forma periódica. Algunos aspectos vinculados al cumplimiento de la función social están asociados a la asignación de recursos que enfocan la atención a prioridades productivas de los sectores estratégicos de la economía, generadores de empleo y residentes, así como que permitan una mayor democratización del crédito. Incluyen también una mayor densidad de la red de puntos de atención y un mayor acceso y uso de los servicios financieros, particularmente en áreas rurales y urbano-marginales. La atención a nuevos emprendimientos productivos y los innovaciones financieras a ser desarrolladas por las entidades financieras, constituyen también señales de cumplimiento de la función social de los servicios financieros.
7. Alcance El contenido de la presente política es de aplicación integral de la institución, Directorio, Gerencia General y a todos los trabajadores del Banco, independientemente de su nivel jerárquico y su régimen laboral, englobando además a sus diversos grupos de interés.

	POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL
---	--

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL
relativas a los accionistas y grupos internos de la empresa. Asimismo, establece los mecanismos entre el directorio, los accionistas, la gerencia y demás grupos de interés de la institución (Stakeholders) además de las reglas que permitan tomar decisiones que aseguren valor a los accionistas y el desarrollo sostenible de la empresa. Código de ética: conjunto de principios, normas y lineamientos que establecen los valores institucionales, derechos y prohibiciones morales que rigen para todos los miembros de la institución, como son directivos, funcionarios, trabajadores, proveedores y practicantes del Banco de la Nación. Conducta empresarial responsable: concepto propuesto por la OCDE y por el que se entiende que los empresarios deben velar a su vez frente a los impactos negativos sobre las personas, el planeta y la sociedad, contribuyendo al mismo tiempo, al desarrollo sostenible. Desarrollo sostenible: implica la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Diversidad: alude a la multiplicidad, la coexistencia y la interacción de diferentes personas, culturas y sociedades, y a su coexistencia enmarcada en la valoración y respeto de las diferencias. Esfuerzo: suma de la fuerza que aplica principios de la ecología y la economía que genera alternativas para el uso eficiente de los recursos, buscando optimizar los procesos productivos y la provisión de servicios, además de asegurar su sostenibilidad. Función social de los servicios financieros: Contribución de los servicios financieros al logro de los objetivos de desarrollo integral para el país, así como para la eliminación de la pobreza y la exclusión social y económica de la población. Grupos de interés: conjunto de personas naturales o jurídicas que pueden verse significativamente afectadas, sea positiva o negativamente, por el desarrollo de las actividades de una organización. Para efectos de la presente política, se perciben como grupos de interés de IMPRO IFD, los siguientes: a. Accionistas; b. Funcionarios; c. Proveedores; d. Comanditarios de las que opera; e. Medio ambiente; f. Entidades reguladoras; h. Directivos y ejecutivos; Inclusión: enfoque que responde propositivamente a la diversidad de las personas, entendida no como un problema sino una oportunidad para el cumplimiento de la sociedad. La inclusión pasa por el reconocimiento de la existencia de barreras que limitan el acceso pleno de derechos y oportunidades para las personas, sin distinción de raza, color, sexo, idioma, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición, así como por el compromiso institucional de reducir estas limitaciones. Institución del Balance Social: Instrumento que brinda información para evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la entidad de intermediación financiera afines a la función social de los servicios financieros que establece la Ley.

	POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL
---	--

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y FUNCIÓN SOCIAL
- Interrelacionamiento con los grupos de interés: espacio de diálogo entre la institución y los grupos de interés, con el propósito de alinear su comportamiento transparente y positivo, orientado a la búsqueda de soluciones en respuesta a las necesidades de estos grupos y en coherencia con los objetivos institucionales. - Materialidad: entendido en dos dimensiones: (i) los efectos de la organización - sean positivos o negativos al desarrollo sostenible (ii) el impacto de estos contribuyentes en sus grupos de interés, en determinado tiempo y espacio. - Objetivos estratégicos: Descripción del propósito a ser alcanzado, que en medio a través de indicadores y sus correspondientes metas, los cuales se establecen de acuerdo al periodo del plan estratégico. - Plan estratégico: Documento formal, que establece para un periodo de tiempo determinado, los objetivos, indicadores de su cumplimiento, fuentes de riesgo y principales líneas de acción alineadas con la misión y visión de la entidad supervisada, considerando todas las áreas de la estructura. - Reporte de sostenibilidad: memoria social donde se informa a los grupos de interés los impactos relevantes en materia económica, social y ambiental, a través de indicadores relevantes y comprensibles. - Responsabilidad social: sistema ético de gestión mediante el cual la organización se responsabiliza de los impactos que sus decisiones y actividades generan en sus grupos de interés, más allá de los términos y obligaciones legales. - Servicios financieros: Servicios diversos que protegen los entornos supervisados, con el objeto de satisfacer las necesidades de los consumidores financieros. - Valor social: significa crear y potenciar las capacidades de las personas para mejorar sus condiciones. Implica además proporcionar entornos favorables para generar prosperidad y riqueza, fortaleciendo el tejido social. - Transparencia: consiste en la incorporación de un tema específico, en la visión y prácticas de distintos áreas de la organización, incorporándose de manera permanente en sus criterios de toma de decisiones.
5. Principios IMPRO IFD tiene, como uno de sus objetivos, desarrollar una manera diferente de hacer finanzas, a través de un modelo de negocio que ayude a generar accesibilidad en la adquisición de créditos, misma que está guiada a principios éticos, en el cumplimiento de la legalidad, en los buenos prácticas y en la creación de valor a largo plazo para todos los grupos de interés. La política de RSE y FS se alinea con el Código de Conducta de IMPRO IFD, en el que se establecen pautas de comportamiento conformes con los valores de IMPRO IFD. Los principios institucionales que rigen la política de RSE y FS son: ✓ Vinculación al servicio actual gracias de apoyo al cliente ✓ Compromiso, identificación y dedicación ✓ Integridad, honestidad y transparencia ✓ Trabajo en equipo, sinergia y diversidad ✓ Innovación, creatividad, siempre progresando.

6.15. 2H – DERECHOS HUMANOS Y COMPROMISO SOCIAL

Procedimientos que incluyan aspectos de Derechos Humanos relevantes al negocio.



MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

HISTORIAL DE REVISIONES

Versión	Fecha	Modificación
OK	Diciembre del 2024	Revisado.
OK	Diciembre del 2023	Revisado.
OK	Diciembre del 2022	Revisado.
OK	Diciembre del 2021	Revisado.
OK	Diciembre del 2020	Revisado.
OK	Diciembre del 2018	Revisado, Actualización.
OK	Septiembre del 2017	Actualización de cargos.
OK	Gestión del 2015	Actualización.

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....4
2. RESPONSABILIDAD.....4
3. CONSIDERACIONES GENERALES.....4
- 3.1. Actores de gobierno.....4
4. ANTECEDENTES LEGALES.....5
5. PRINCIPALES DEFINICIONES.....5
6. TÉRMINOS UTILIZADOS.....6
7. PROCESOS.....6
- 7.1. Definición de Variables consideradas dentro del modelo de Impacto Social.....6
- 7.2. Recolección de Información.....7
- 7.3. Calificación Social.....8
- 7.4. Identificación Geográfica.....10
8. BALANCE E INFORME DE DESEMPEÑO SOCIAL.....10
- 8.1. Características generales del balance e informe de desempeño social.....10
- 8.2. CONTENIDO DEL BALANCE E INFORME DE DESEMPEÑO SOCIAL.....10
- a) Clientes.....10
- a1) Personas de la tercera edad beneficiadas con su crédito.....11
- a2) Clientes antiguos que han incrementado el monto en créditos solicitados en los últimos 7 años.....11
- a3) Análisis de riesgo.....11
- a4) Análisis de riesgo.....11
- a5) Niveles de crédito/capital otorgados en el periodo.....11
- a6) Niveles de crédito/capital otorgados en el periodo.....11
- a7) Nivel de pobreza.....11
- a8) Nivel de pobreza.....11
- a9) Niveles de crédito otorgados en general.....12
- a10) Niveles de crédito otorgados en general.....12
- a11) Seguro social.....12
- a12) Seguro médico.....12
- a13) Nivel de educación.....13
- a14) Hogares que han asistido a nivel de instrucción con la línea de crédito educación.....13
- a15) Hogares que han asistido a nivel de instrucción con la línea de crédito educación.....13
- a16) Condiciones de la vivienda.....13
- a17) Condiciones de la vivienda.....14
- a18) Hogares que han asistido a habitar con crédito de servicios básicos ampliación y refacción construcción.....14
- a19) Hogares que han asistido a habitar con crédito de servicios básicos, ampliación y refacción construcción.....14
- a20) Acceso a servicios básicos de los clientes.....14

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

9. DESEMPEÑO SOCIAL Y PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES.....15
10. DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO.....19
11. BALANCE SOCIAL.....25
- 11.1. Indicadores para medir el Balance Social.....25

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN
- Las políticas de Desempeño Social se establecen sobre los principios que IMPRO IFD desarrolla en sus programas de Microfinanzas Sociales.
2. RESPONSABILIDAD
- La gestión del Desempeño Social de IMPRO IFD es responsabilidad del Directorio, de Gerencia General, Subgerente de Crédito, Responsable del área de Desempeño Social, Oficiales de Crédito y Unidades de Control.
- Es responsabilidad de Gerencia General realizar la actualización periódica del manual de Desempeño Social, políticas y procedimientos para consideración y aprobación del Directorio.
3. CONSIDERACIONES GENERALES
- 3.1. Ámbito de aplicación
- Las disposiciones contenidas en el presente manual de Desempeño Social son de obligatoria aplicación para todos los Directores y Funcionarios de IMPRO IFD.
- La Política de créditos de IMPRO IFD dice textualmente:
- "Evaluación Social:
- a) Todo crédito otorgado por IMPRO IFD debe llevar un análisis de situación Social del Cliente y su evolución en el tiempo. Ningún crédito debe otorgarse sin el análisis de Evaluación Social en el cual no podrá ser aprobado.
- b) La evaluación social será realizada con base en la información de la condición social del cliente cargado en el sistema SIMPRO por el Oficial de Crédito que visita al cliente y evalúa las condiciones sociales del mismo.
- El responsable de Comité de Pre-Aprobación de Crédito debe verificar en campo que, la información registrada en el sistema SIMPRO por el Oficial de Crédito, corresponde a la información relevada en el formulario de Evaluación Social. Dicha verificación se realizará mediante una selección aleatoria de clientes.
- c) El sistema de Evaluación Social en el SIMPRO, permite otorgar una calificación cualitativa del Cliente considerando mínimamente las siguientes variables de su condición social:

Nivel de pobreza, nivel de educación:

Características de vivienda en cuanto a propiedad o arrenda, servicios básicos y condiciones de habitad. La calificación tiene rangos o niveles de menor a mayor, las calificaciones sociales más bajas comprendidas en el rango social de 1 a 3 establecen que el potencial cliente necesita un tratamiento especial en cuanto a las condiciones de créditos, siempre y cuando el análisis de la capacidad y voluntad de pago sean válidos. Los

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

rango por encima del tercer nivel son clientes con mayores niveles de calidad de vida que no ameritan un tratamiento especial o flexibilización de condiciones.

Parámetros de excepción, son los siguientes:

Tasa de interés: La tasa de interés aplicable al crédito podrá disminuir hasta 4 puntos porcentuales calculado sobre la tasa anual del tarifario del tipo y producto de crédito que corresponde. La disminución será gradual considerando el nivel de calificación social de 1 a 3.

Plazo: Ampliación del plazo por encima del determinado en función a la capacidad de pago.

Garantía: A solo forma o prendaria.

4. ANTECEDENTES LEGALES
- La Ley de Servicios Financieros Nº 393 de 21 de agosto de 2013, Capítulo VII, Sección IV, artículo 113, establece la obligatoriedad de presentación anual de un balance Social "en el que se registre información y análisis detallado sobre la operatividad realizada para cumplir con la función social de contribuir a los objetivos de desarrollo económico y social del país".
- La Circular ASP/263/2014 y la RESOLUCIÓN 684/2014 de 9 de SEPTIEMBRE de 2014, señalan en la sección 6, artículo 1º, que "Los servicios financieros deben cumplir la función social de contribuir al logro de los objetivos del desarrollo integral para el vivir bien, eliminar la pobreza y la exclusión social y económica de la población".
5. PRINCIPALES DEFINICIONES
- Para el Desempeño Social, el Directorio de IMPRO IFD ha definido los siguientes términos que no deben ser considerados como limitativos en su aplicación:
- Desempeño Social:** Se entiende como una contribución al Bienestar y Justicia Social.
- Impacto:** Los impactos se definen como los cambios que generan los servicios de una institución micro financiera contribuyendo a mejorar sobre la situación económica y el bienestar social de sus clientes.
6. TÉRMINOS UTILIZADOS
- Índice de pobreza:** Según su ingreso por cápita, a nivel nacional Clientes no pobres. Personas que, tienen un ingreso familiar mayor a \$us 2 (Dos dólares americanos) diarios por persona.
- Clientes pobres:** Personas que, según los datos de la encuesta, tienen un ingreso familiar menor a \$us 2 (Dos dólares americanos) diarios por persona.
- Empleos:** Para el análisis del empleo generado por la unidad económica del cliente, se consideran dos grupos:
- Dependencia:**
 - 1. empleado fijo

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

1. Ejemplo variable fijo cuenta propia.
- Rango de Edad considerando la edad promedio.
- Condiciones de Vida:
 - Grado de Educación: asistencia a una escuela o colegio, instituto, universidad.
- Número de Dependientes, según nivel de pobreza, los pobres tienen, en promedio, 5.52 personas en sus hogares y Seguros Social y Médico, considerando el acceso a éstos seguros.
- Mejora del Hábitat
 - Consideraciones sobre la vivienda del cliente, su propiedad, los servicios básicos y la calidad de los mismos.
- Patrimonio
 - En la perspectiva que el índice de pobreza puede sufrir sesgos de acuerdo al lugar de origen del cliente y/o a su actividad.
7. PROCESOS
- 7.1. Definición de Variables consideradas dentro del modelo de Impacto Social
- A nivel de la unidad económica:
 1. La intensidad y Permanencia,
 2. El tipo de empleo
- A nivel de la unidad familiar:
 1. El ingreso
 2. El financiamiento de mejoras de vivienda
 3. El financiamiento de la salud
 4. El financiamiento de la educación
 5. El grado de bienestar percibido
- Basado en estas consideraciones, IMPRO IFD toma 5 Indicadores de Evaluación Social en la elaboración del Balance Social:
 - a) Índice de Pobreza
 - Variables:
 - Alta
 - Media
 - Baja
 - b) Empleo
 - Variables:
 - Rango de edad

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

1. Ejemplo variable fijo cuenta propia.
- Rango de Edad considerando la edad promedio.
- Condiciones de Vida:
 - Grado de Educación: asistencia a una escuela o colegio, instituto, universidad.
- Número de Dependientes, según nivel de pobreza, los pobres tienen, en promedio, 5.52 personas en sus hogares y Seguros Social y Médico, considerando el acceso a éstos seguros.
- Mejora del Hábitat
 - Consideraciones sobre la vivienda del cliente, su propiedad, los servicios básicos y la calidad de los mismos.
- Patrimonio
 - En la perspectiva que el índice de pobreza puede sufrir sesgos de acuerdo al lugar de origen del cliente y/o a su actividad.
7. PROCESOS
- 7.1. Definición de Variables consideradas dentro del modelo de Impacto Social
- A nivel de la unidad económica:
 1. La intensidad y Permanencia,
 2. El tipo de empleo
- A nivel de la unidad familiar:
 1. El ingreso
 2. El financiamiento de mejoras de vivienda
 3. El financiamiento de la salud
 4. El financiamiento de la educación
 5. El grado de bienestar percibido
- Basado en estas consideraciones, IMPRO IFD toma 5 Indicadores de Evaluación Social en la elaboración del Balance Social:
 - a) Índice de Pobreza
 - Variables:
 - Alta
 - Media
 - Baja
 - b) Empleo
 - Variables:
 - Rango de edad

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

EVALUACIÓN DE IMPACTO SOCIAL
Formulario para el análisis de situación de variables sociales.

1. Datos Personales

Apellidos: _____ Nombres: _____

Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino

Edad: _____

Estado Civil: ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Viudo ☐ Divorciado

Profesión: _____

2. Datos de la Unidad Económica

Actividad principal: _____

Actividad secundaria: _____

3. Datos de la Unidad Familiar

Número de hijos: _____

4. Datos de la Unidad Social

5. Datos de la Unidad Económica

6. Datos de la Unidad Familiar

7. Datos de la Unidad Social

8. Datos de la Unidad Económica

9. Datos de la Unidad Familiar

10. Datos de la Unidad Social

11. Datos de la Unidad Económica

12. Datos de la Unidad Familiar

13. Datos de la Unidad Social

14. Datos de la Unidad Económica

15. Datos de la Unidad Familiar

16. Datos de la Unidad Social

17. Datos de la Unidad Económica

18. Datos de la Unidad Familiar

19. Datos de la Unidad Social

20. Datos de la Unidad Económica

21. Datos de la Unidad Familiar

22. Datos de la Unidad Social

23. Datos de la Unidad Económica

24. Datos de la Unidad Familiar

25. Datos de la Unidad Social

26. Datos de la Unidad Económica

27. Datos de la Unidad Familiar

28. Datos de la Unidad Social

29. Datos de la Unidad Económica

30. Datos de la Unidad Familiar

31. Datos de la Unidad Social

32. Datos de la Unidad Económica

33. Datos de la Unidad Familiar

34. Datos de la Unidad Social

35. Datos de la Unidad Económica

36. Datos de la Unidad Familiar

37. Datos de la Unidad Social

38. Datos de la Unidad Económica

39. Datos de la Unidad Familiar

40. Datos de la Unidad Social

41. Datos de la Unidad Económica

42. Datos de la Unidad Familiar

43. Datos de la Unidad Social

44. Datos de la Unidad Económica

45. Datos de la Unidad Familiar

46. Datos de la Unidad Social

47. Datos de la Unidad Económica

48. Datos de la Unidad Familiar

49. Datos de la Unidad Social

50. Datos de la Unidad Económica

51. Datos de la Unidad Familiar

52. Datos de la Unidad Social

53. Datos de la Unidad Económica

54. Datos de la Unidad Familiar

55. Datos de la Unidad Social

56. Datos de la Unidad Económica

57. Datos de la Unidad Familiar

58. Datos de la Unidad Social

59. Datos de la Unidad Económica

60. Datos de la Unidad Familiar

61. Datos de la Unidad Social

62. Datos de la Unidad Económica

63. Datos de la Unidad Familiar

64. Datos de la Unidad Social

65. Datos de la Unidad Económica

66. Datos de la Unidad Familiar

67. Datos de la Unidad Social

68. Datos de la Unidad Económica

69. Datos de la Unidad Familiar

70. Datos de la Unidad Social

71. Datos de la Unidad Económica

72. Datos de la Unidad Familiar

73. Datos de la Unidad Social

74. Datos de la Unidad Económica

75. Datos de la Unidad Familiar

76. Datos de la Unidad Social

77. Datos de la Unidad Económica

78. Datos de la Unidad Familiar

79. Datos de la Unidad Social

80. Datos de la Unidad Económica

81. Datos de la Unidad Familiar

82. Datos de la Unidad Social

83. Datos de la Unidad Económica

84. Datos de la Unidad Familiar

85. Datos de la Unidad Social

86. Datos de la Unidad Económica

87. Datos de la Unidad Familiar

88. Datos de la Unidad Social

89. Datos de la Unidad Económica

90. Datos de la Unidad Familiar

91. Datos de la Unidad Social

92. Datos de la Unidad Económica

93. Datos de la Unidad Familiar

94. Datos de la Unidad Social

95. Datos de la Unidad Económica

96. Datos de la Unidad Familiar

97. Datos de la Unidad Social

98. Datos de la Unidad Económica

99. Datos de la Unidad Familiar

100. Datos de la Unidad Social

73

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

El sistema SIMPRO considera las siguientes variables para otorgar Calificación Social a los clientes de nuestra institución:

Se toman en cuenta las siguientes variables con calificación de 1 a 10:

1) Índice de pobreza.

Alta	0
Media	5
Baja	10

2) Características de la vivienda.

Anticético	5
Otros	5
Propia	10

3) Servicios básicos.

Ninguno	0
Luz	2
Agua	4
Luz y agua	6
Luz, agua y alcantarillado	8
Luz, agua, alcantarillado y teléfono	10

4) Nivel de educación.

Ninguno	0
Primaria	2
Secundaria	4
T. Medio	6
T. Superior	8
Universitaria	10

5) Condiciones de hábitat de la vivienda

Adobe	0
Ladrillo	5
Fino	10

CLASIFICACIÓN SOCIAL

RESULTADOS	Calificación
0 a 10	Calificación 1
10 a 20	Calificación 2
20 a 30	Calificación 3
30 a 40	Calificación 4
40 a 50	Calificación 5

Página 9

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Corresponde al Departamento de Desempeño e Impacto Social el estudio y modificación de este procedimiento de Calificación Social de manera periódica.

7.1. Identificación Geográfica

IMPRO IPD es una institución sin fines de lucro, especializada en servicios financieros con programas de microcréditos principalmente en áreas urbanas, zonas urbanas y rurales de Bolivia. Nuestra presencia en esta área junto a nuestro labor en el campo, ha permitido identificar las zonas periféricas que son barrios ligeros donde no hay indicios de salubridad, habita la gente más pobre de la urbe, presenta mayor inseguridad urbana y las líneas de transporte son escasas, así como las zonas rurales más pobres donde desmarcamos nuestro trabajo.

8. BALANCE E INFORME DE DESEMPEÑO SOCIAL

Entendemos como Balance e Informe de Desempeño Social, al mecanismo para rendir cuentas de los impactos de la actuación en el área social comprometida con los objetivos estratégicos de mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, expresada de forma cuantitativa. Este hecho incorporado a la Evaluación Continua, nos permite beneficiar a todos quienes confían en IMPRO IPD, con la disminución de la tasa de morosidad, la ampliación del plazo y la flexibilización en las garantías señaladas en la política de créditos de la institución.

IMPRO IPD aplica el sistema de medición PPI (*) como base, complementado por su propia herramienta desarrollada en el sistema SIMPRO.

(*) PPI (Progress Out of Poverty Index) = "Indicador del avance, fuera de la pobreza"

8.1. Características generales del balance e informe de desempeño social

Este documento es una recopilación e interpretación de datos elaborado por el encargado del área de Desempeño Social en colaboración con el Departamento de Tecnología. Se consideran para su elaboración:

- 1) Periodicidad: trimestral, semestral y anual
- 2) Medio de publicación: memoria anual, Informe de Desempeño Social, página web, medio electrónico (documento en formato Word)

8.2. CONTENIDO DEL BALANCE E INFORME DE DESEMPEÑO SOCIAL

a) Género:	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
HOMBRES			
MUJERES			
TOTAL			

Página 10

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

b) Personas de la tercera edad beneficiadas con un crédito:

Vamos	
Mujeres	

c) Clientes amigos que han incrementado el monto en créditos solicitados en los últimos 5 años:

Vamos	
Mujeres	

d) moneda nacional:

Vamos	
Mujeres	

e) moneda extranjera:

Vamos	
Mujeres	

f) Número de créditos yapsas otorgados en el periodo:

Vamos	
Mujeres	

g) Número de créditos yapsas otorgados en el periodo:

Vamos	
Mujeres	

h) Nivel de pobreza:

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
ALTA			
MEDIA			
BAJA			
TOTAL			

h2) Nivel de pobreza:

Mujeres pobres o vulnerables	
------------------------------	--

Página 11

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

h2) Número de madres beneficiadas con un préstamo durante el periodo:

Solteras	
Separadas	
VUIDA	

Los incisos h1 y h2 justifican el apoyo de IMPRO IPD al género femenino en cuanto a otorgar créditos sobre todo a mujeres separadas, pero a cargo o en custodia de los hijos y sin ninguna contribución financiera por parte de la ex pareja. La obtención de este dato viene a través del formulario de Evaluación de Impacto Social que debería modificarse en la parte "estado civil" para listar las opciones de:

a) Soltera b) separada c) viuda

i) Número de créditos otorgados en general:

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
LA PAZ			
EL ALTO			
RURAL			
TOTAL			

j) Seguro social:

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
SI			
NO			
TOTAL			

k) Seguro Médico:

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
SI			
NO			

Página 12

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Total

i) Nivel de educación

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
NINGUNO			
PRIMARIA			
SECUNDARIA			
T. MEDIO			
T. SUPERIOR			
UNIVERSITARIA			
TOTAL			

m) Hombres que han mejorado su nivel de instrucción con la línea de crédito educación:

Clientes	
----------	--

n) Mujeres que han mejorado su nivel de instrucción con la línea de crédito educación:

Clientes	
----------	--

El Departamento de Tecnología debe proporcionar información sobre los clientes que han solicitado y obtenido crédito para educación en la penúltima gestión.

Los puntos "M" y "N" sirven para constatar un aporte o apoyo de IMPRO IPD a la educación escolar y superior de los habitantes de Bolivia.

o) Características de la vivienda:

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
PROPIA			
ALQUILER			
ANTICRÉTICO			
OTROS			
TOTAL			

Página 13

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

p) Condiciones de la vivienda:

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
ADORE			
LADRILLO			
LA FINO			
TOTAL			

q) Hombres que han mejorado su hábitat con crédito de servicios básicos ampliación y refacción construcción:

Clientes	
----------	--

r) Mujeres que han mejorado su hábitat con crédito de servicios básicos, ampliación y refacción construcción:

Clientes	
----------	--

El Departamento de Tecnología debe considerar a clientes que han solicitado crédito para este rubro más de una vez en los últimos 3 años. Se toma en cuenta al titular del crédito para identificar la variable.

s) Acceso a servicios básicos de los clientes

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
NINGUNO			
LUZ Y AGUA			
LUZ, AGUA Y ALCANTARILLADO			
TOTAL			

Página 14

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

13) Resultados del Programa de Mejora del Hábitat

	Antepénultima Gestión	Pénultima Gestión	Variación %
S. BASICOS			
REFACCION			
CONSTRUCCION			
ANTICRÉTICO			
TOTAL			

Todos los datos sobre número de créditos solicitados por gestión deben ser proporcionados por el Departamento de Tecnología.

9. DESEMPEÑO SOCIAL Y PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES

A fin de complementar los datos del sistema SIMPRO en el último trimestre de cada gestión se efectúa una encuesta en las oficinas de la Paz y El Alto para conocer la evaluación de nuestros clientes. La muestra resultante debe tener validez tanto cuantitativa como cualitativa.

Se ha diseñado el siguiente modelo de encuesta:

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Cuestionario para clientes.

Desempeño Social

Satisfacción del cliente

A fin de mejorar nuestros servicios, nos interesa conocer su opinión sobre los siguientes puntos:

1) SEXO (encerrar en círculo)

M F

2) ¿Es usted cliente antiguo de IMPRO IPD?

SI NO

3) ¿Ha tenido problemas legales con IMPRO IPD?

SI NO

4) ¿Usted cree que nuestras prácticas de cobranza son adecuadas?

SI NO

En caso de responder "NO" por favor explique por qué:

5) ¿Está usted satisfecho con el crédito que ha solicitado? ¿Se ajusta a sus necesidades?

SI NO

En caso de responder "NO" por favor explique por qué:

Página 15

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

6) Con respecto a la atención que recibe de nuestros empleados (oficial de crédito, cobrador, cajero, etc.), usted considera que es:

a) Excelente b) Muy Buena c) Buena d) Regular e) Mala f) Pésima

¿Tiene usted alguna sugerencia en este punto? ¿Alguna queja?

7) ¿Usted considera que nuestro personal está altamente capacitado?

SI NO

En caso de responder "NO" por favor explique por qué:

Los resultados de esta encuesta se sintetizan en los siguientes cuadros:

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Semana	Número encuestas x semana	Número varones	Número Mujeres	Cantidad encuesta sin género

La casilla "encuesta sin género" se refiere a gente que no quiso o se olvidó de identificarse por sexo. Dicha información no es relevante para el Balance Social que sintetiza la información más importante.

Semana	Problemas Legales (It)	Problemas Legales (St)	No sabe, No responde

Semana	Problemas Cobranza (It)	Problemas Cobranza (St)	No sabe, No responde

Semana	Satisfacción crédito (It)	Satisfacción crédito (St)	No sabe, No responde

Semana	Atención Muy Buena	Atención Buena	Atención Regular	No sabe, No responde

Página 18

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

10. DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO

Teniendo en cuenta que nuestra visión pretende contar con personal altamente calificado, comprometido e identificado, el desempeño social interno es la ejecución, evaluación y reporte de los talleres de capacitación al personal. Igualmente, el encargado de Recursos Humanos diseña y aplica una encuesta anual dirigida al personal de la institución, con el fin de incorporar mejoras para los empleados. En este acápite, el balance, informe o auditoría de Desempeño Social concluye con un cuadro de Servicios Sociales ofrecidos al Personal.

A continuación, se presenta el modelo de encuesta diseñada por el encargado de Recursos Humanos

Cuestionario para personal de IMPRO Desempeño Social

SEXO (encerrar en círculo)

Masculino Femenino

A fin de mejorar el desempeño interno, es importante conocer su opinión sobre los siguientes puntos. Recuerde que esta encuesta es anónima y no afecta de ninguna manera su puesto en nuestra institución.

1) ¿Cómo se siente trabajando en IMPRO IFD?

a) Muy insatisfecho b) Insatisfecho c) Satisfecho d) Muy satisfecho

2) ¿Está motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?

Si No

3) ¿Las compensaciones salariales que percibe están adecuadas al cargo que desempeña?

a) Muy insatisfecho b) Insatisfecho c) Satisfecho d) Muy satisfecho

4) ¿Las responsabilidades de su cargo están claramente establecidas?

Página 19

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Si No

En caso de responder "NO" por favor explique por qué:

5) ¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de IMPRO IFD?

Si No

6) ¿Los insumos que le proporciona IMPRO IFD (computadora, material de escritorio, etc.) le son suficientes?

Si No

7) ¿Los espacios físicos de IMPRO IFD son adecuados para que Ud. Desarrolle su trabajo cómodamente?

Si No

8) ¿Puede realizar su trabajo de forma segura?

Si No

En caso de responder "NO" por favor explique por qué:

9) ¿Ha recibido información de como usted desempeña su trabajo?

Si No

10) ¿Las cargas de trabajo están bien distribuidas?

Página 20

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Si No

11) ¿Usted cree que en IMPRO IFD le brindan suficientes oportunidades para capacitarse con cursos, talleres, seminarios, carreras, etc?

Si No

En caso de responder "NO" por favor sugiera como podemos mejorar este punto:

12) ¿Usted cree que IMPRO IFD le brinda suficiente colaboración cuando tiene una enfermedad u otra emergencia por la que necesita una licencia o un permiso?

Si No

13) ¿Usted conoce la misión y visión de IMPRO IFD?

Si No

14) ¿Usted está de acuerdo con la labor social que se realiza en IMPRO IFD con respecto al tipo de cliente que servimos y sus necesidades?

Si No

Por favor, sea de manera afirmativa o negativa, justifique su respuesta

15) ¿Usted conoce el reglamento interno de IMPRO IFD?

Si No

¿Tiene usted alguna sugerencia en este punto? ¿Alguna observación?

Página 21

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

16) ¿Usted cree que en IMPRO IFD se da las condiciones para que usted tenga iniciativa y sea participativo?

Si No

17) ¿IMPRO IFD le proporciona oportunidades de desarrollo profesional?

Si No

18) ¿Cómo califica el clima de trabajo en IMPRO IFD?

a) Muy Bueno b) Bueno c) Regular d) Malo e) Pésimo

Comentarios

Los resultados de esta encuesta se sintetizan en los siguientes cuadros:

Factores Motivacionales	
Factor	Resultado
Logro:	
Reconocimiento:	
Progreso:	
El trabajo mismo:	

Página 22

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Possibilidad de Desarrollo y responsabilidad	

Factores higiénicos	
Género:	
Factor	Resultado
Política de la organización	
Relaciones con los compañeros	
Salario	
Seguridad en el empleo	
Condiciones de trabajo y Posición social	

Igualmente, la información para el cuadro de servicios sociales ofrecidos al personal proviene de un sistema informático propio administrado por el encargado de Recursos Humanos. A continuación, se presenta el modelo del cuadro

Página 23

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Servicios Sociales ofrecidos al personal

Oportunidades de Capacitación	Si
Aperturas a las AFPs	
Protección de Salud	
Remuneración igual para hombres y mujeres con habilidades equivalentes	
Conducta, ética e inclusión social	
Políticas para apoyar al personal femenino expresadas en un Reglamento interno de estabilidad laboral	
Políticas de igualdad de oportunidad	
	Total
Número total de empleados	
Número total de empleadas mujeres	
Número total de empleados permanentes al final del periodo	
Número total de empleados permanentes al inicio del periodo	
Número total de empleados permanentes nuevos durante el periodo	
Número total de empleados permanentes que dejaron la institución en el periodo	
Número total de empleadas permanentes mujeres al inicio del periodo	
Número total de empleadas permanentes mujeres al final del periodo	
Número total de empleadas permanentes mujeres nuevas durante el periodo	
Número total de empleadas permanentes mujeres en empleados de nivel ejecutivo y gerencia al final del periodo	
Número total de empleados de nivel ejecutivo y gerencia al final del periodo	
Número total de empleadas permanentes mujeres en empleados de nivel medio al final del periodo	
Número total de empleados de nivel medio al final del periodo	
Número total de empleadas permanentes mujeres en empleados de nivel operativo al final del periodo	
Número total de empleados de nivel operativo al final del periodo	
Número total de empleadas permanentes mujeres en empleados de nivel administrativo al final del periodo	

Página 24

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Número total de empleados de nivel administrativo al final del periodo	
Número total de empleadas permanentes capacitadas durante el periodo	
Número total de empleados permanente capacitados durante el periodo	

11. BALANCE SOCIAL

Se trata de un cuadro que sintetiza la información recopilada, una consulta general de los aspectos más importantes del Informe de Desempeño Social

11.1. Instructivo para llenar el Balance Social

Verter toda la información recopilada por el Departamento de Sistemas de IMPRO IFD en el formato definido a ese efecto. El Balance Social se presenta de forma anual.

Página 25

MANUAL DE DESEMPEÑO SOCIAL

Página 26

6.16. 3H – DERECHOS HUMANOS Y COMPROMISO SOCIAL

Porcentaje de operaciones donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de comunidades locales.

MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE BANCA COMUNAL

7.2. Anexo 2: Evaluación de impacto socioeconómico


EVALUACIÓN DE IMPACTO SOCIOECONÓMICO
 Formulario para obtención de información de variables sociales

A

1. Datos Personales

Ap. Paterno : _____ Ap. Materno : _____ Nombres : _____
 Estado Civil : _____ Sexo : M F Nº C.I. : _____
 T. Nacimiento : _____ Edad : _____ Ciudad : _____
 Nº Miembros en familia : _____ Nº Hijos : _____ Provincia : _____
 Nº Celular : _____ Actividad : _____ Dirección : _____
 Seguro Médico : SI NO Peso : _____ Altura : _____ Domicilio : _____

2. Nivel de educación (Marque con una X)

Ninguno ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Téc. Medio ☐ Téc. Superior ☐ Licenciatura ☐

3. Vivienda y hábitat (Ponga el monto y Marque con una X)

Características de la vivienda	Condiciones de hábitat de la vivienda	Acabado de pisos
Propia ☐	Nº Habitaciones ☐	Tierra, ladrillo u otro ☐
Alquilada ☐	Adobe ☐	Madera, cemento, machimbre, alfonbra ☐
Cuota mes \$:	Acabado Piso ☐	Mozzico, parquet, baldosa ☐
Andarónico ☐	Ladrillo ☐	
Monto contrato \$:	Doméstico ☐	
Monto contrato \$us:	Ciudad ☐	
	Ganado ☐	

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA (Ponga los montos en Bs. CÍCLULO MENSUAL) Esta información no es válida para el análisis de riesgo crediticio

BALANCE					
ACTIVO	CÍCULO	CÍCULO	PASIVO	CÍCULO	CÍCULO
EFFECTIVO Y BANCOS			DEUDA 1		
MUEBLES Y ENFERES			DEUDA 2		
INVENTARIO			DEUDA 3		
OTROS			DEUDA 4		
TOTAL ACTIVO			TOTAL PASIVO		
TOTAL ACTIVO = _____ (-) TOTAL PASIVO = _____ = PATRIMONIO = _____					

ESTADO DE RESULTADOS					
INGRESOS	CÍCULO	CÍCULO	GASTOS	CÍCULO	CÍCULO
INGRESO 1			ALIMENTOS		
INGRESO 2			TRANSPORTE		
INGRESO 3			EDUCACIÓN		
INGRESO 4			VIVIENDA Y/O SERVICIOS BÁSICOS		
INGRESO 5			CRÉDITOS		
TOTAL INGRESOS			TOTAL GASTOS		
TOTAL INGRESOS = _____ (-) TOTAL GASTOS = _____ = RESULTADO = _____					
AHORRO CÍCULO = _____			AHORRO CÍCULO = _____		

7.33. Anexo 33: Evaluación Impacto Social - Kiva



Evaluación de impacto social
 Formulario para la obtención de información para variables sociales



##

##

1 Datos personales y de actividad (deudor principal) y (Conyugue)			
Nombre y Apellidos (Carnet de Identidad)		Sexo	0 HOMBRE 0 MUJER
		Estado Civil	0 0
Nombre y Apellidos Conyugue (Carnet de Identidad)		Sexo	0 HOMBRE 0 MUJER
		Estado Civil	0 0
N° de hijos		N° de miembros mayores de 14	
0		0	
¿Usted tiene alguna discapacidad o vive con una Persona con discapacidad? (Si la respuesta es SI explique cual)			
SI NO			
Datos financieros			
Actividad laboral		Aver de cobro	
Primera vez que accede a un Crédito		#(DN/0) #(DIV/0)	
Préstamos en Otras RF		Saldo Deudor en Otras RF	
N° de Préstamos en IMPRO		Saldo Deudor en IMPRO	
N° Ctas de ahorro (Cantidad)		Entidad donde tiene la cuenta	
0		0	
¿Para qué usará el préstamo cual es su destino específico? (Explique o describa ampliamente)			
0			
¿Qué tipos de beneficios espera obtener con el préstamo? Favor dar información detallada, O a que aspira llegar mas adelante?			
¿Cuántos empleados o subordinados tiene a su cargo?			
0			
¿Cuántos años de experiencia en su actividad?			
0			
¿Sus hijos colaboran para mejorar la situación económica de la familia?			
0			
Si su pareja tiene empleo u otra actividad ¿Explique cual es o que se dedica?			
0			
¿A que tipo de riesgos se expone en su ocupación actual? (Explique claramente)			
2 Educación			
Educación del deudor (máximo nivel finalizado)		Educación del conyugue (máximo nivel finalizado)	
Ninguna	PRIMARIA	Ninguna	Primaria
TEC/MEDIO	TEC SUPERIOR	Tec Medio	Tec Superior
Maestría	Doctorado	Maestría	Doctorado
N° de miembros del hogar entre 4 a 17 años que asisten regularmente a la escuela		N° de miembros del hogar entre 4 a 17 años que han reprobado el último año escolar	
0		0	
3 Vivienda, tierra y servicio básicos			
Su vivienda es		Cedida por servicios	
PROPIA	ALQUILER	NINGUNA	
FAMILIAR		Otra	
Su Construcción es:			
Quienes son los dueños			
ADOCSE			
Acabado de pisos		Muebles, baldosa, cerámica	
Tijera, Ladrillo, cemento, baldosa de cerámica u otra			
Machimbra, parquet, a florera o tapete			
¿Cuántas personas habitan en su hogar de manera permanente?		0	
¿Con cuántas HABITACIONES cuenta su hogar?		0	
Respecto a servicios básicos y entretén que usted cuenta (marcar todos los que tenga)			
AGUA potable mediante cañería		AL CANTAR LADO de el hogar	
Conexión a internet por WIFI contratado		LUZ (electricidad)	
Equipo de sonido		Cable / Básico (solo llamadas)	
Cocina			
Refrigerador			
TELEFONO con Wasap			
Telenovelas			
Para cocinar utiliza (elegir una)		Electricidad	
Gas natural, gas parafina		Kerosene, leña gasol/bosta o taquia	
4 Características laborales y de la actividad productiva			
Actualmente usted cuenta con un seguro de vida o de bienes (entre el SOAT y el seguro de desgravamen)		SI	NO
Actualmente cuenta con un mercado seguro para su producción/servicio para su actividad principal?			
Cuenta con caminos/carreteras que mínimamente le permitan trasladar su producción, mercancías o servicios?			
Con cuáles de los siguientes servicios cuenta actualmente en su actividad:		SI	NO
Servicios de capacitación y aprendizaje			
Servicios de luz y agua en la actividad			
¿Actualmente realiza ventas por Internet? (Facebook, WhatsApp u otros)			
[NOLO PARA PRODUCTORES AGROPECUARIOS] La tierra que actualmente trabaja es:			
Propia con título ejecutorado		Propia con título en trámite	
Alquilada/arrendado/en perdo		Cedida por servicios	
Otra:		Prestada por parientes o vecinos	
		Terrenos Agrícolas cuentan con Riego	
5 Características laborales o de la actividad productiva y nivel de ingresos			
Dependiente		Independiente	
Algun miembro es empleado u obrero		SI	NO
Cta / Seguro Médico PUEBLO		SI	NO
Utilidad Bruta Según Evaluación			

6.17. 1E – ENFOQUE SOCIAL

Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocio.



HISTORIAL DE REVISIONES

Version	Fecha	Modificación
01	Diciembre del 2024	Revisado.
01	Diciembre del 2023	Revisado.
01	Diciembre del 2022	Nuevo.



Índice

1. Finalidad	3
2. Marco normativo	3
3. Objetivos	3
4. Definición de Términos	3
5. Principios	5
6. Bases de la política	6
7. Anexos	6



POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y FUNCIÓN SOCIAL

1. Finalidad
 Contar con un marco normativo que oriente los planes, los programas y las acciones al ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Función Social (FS) de la IMPRO IFD, en consonancia con su misión, visión y cultura organizacional, y que en su realización contribuyan al desarrollo sostenible de las localidades donde está presente.

2. Marco normativo
 - RSE 20080
 - Objetivos de Desarrollo Sostenible
 - Ley 933 de Servicios Financieros
 - Resolución de Normas para Servicios Financieros
 - Plan de Desarrollo Económico y Social (2011 - 2015)
 - Ley General N° 221 para Personas con Discapacidad
 - Ley N° 245 contra el Racismo y toda Forma de Discriminación
 - Ley N° 246, Ley Integral para Combatir a la Malaria una Vida Libre de Violencia
 - Ley N° 453, Ley de los derechos de los usuarios y los usuarios y los consumidores y los consumidores
 - Ley N° 305, Ley general de las personas adultas mayores
 - Ley N° 1333 Ley de Medio Ambiente
 - Plan Estratégico Institucional
 - Código de conducta
 - Código de ética
 - Código de gobierno corporativo

3. Objetivos
3.1. Objetivo General
 Establecer lineamientos que consoliden una cultura organizacional orientada a la Responsabilidad Social Empresarial y la Función Social como eje transversal en la calidad de valor de IMPRO IFD.

3.2. Objetivos Específicos
 - Generar valor social sostenible para los distintos grupos de interés.
 - Promover y mitigar los riesgos socioambientales y ambientales de IMPRO IFD.
 La interpretación de la presente política se realiza de conformidad con la normativa legal aplicable a IMPRO IFD, y en caso de duda corresponde a la Gerencia General resolutoria.

4. Definición de Términos
 - **Balance social:** Documento en el que se registra información y análisis detallado sobre el acciones realizadas para cumplir la misión social de las entidades financieras.
 - **Buen gobierno corporativo:** conjunto de principios rectores orientados a promover buenas prácticas de gestión, acceso a la información, transparencia y sostenibilidad.



aplicativas a las actividades y grupos internos de la empresa. Asimismo, establece las relaciones entre el directorio, los accionistas, la gerencia y demás grupos de interés de la institución (Stakeholders), además de la reglas que permitan tomar decisiones que agreguen valor y estimulen el desarrollo sostenible de la empresa.

Código de ética: conjunto de principios, normas y lineamientos que establecen los valores institucionales, derechos, deberes y prohibiciones morales que rigen para todos los miembros de la institución, como son: directores, funcionarios, trabajadores, proveedores y practicantes del Banco de la Nación.

Condiciones laborales: conjunto de condiciones que rigen para el personal de la institución, en el plano de la sociedad, contribuyendo al mismo tiempo, al desarrollo sostenible.

Desarrollo sostenible: implica la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de la generación futura para satisfacer sus propias necesidades.

Diversidad: alude a la multiplicidad, la convivencia y la interacción de diferentes personas, culturas y sociedades, y a su coexistencia armoniosa en la valoración y respeto de las diferencias.

Eficiencia: tema de la ciencia que aplica principios de la ecología y la economía que generan alternativas para el uso eficiente de los recursos, buscando optimizar los procesos productivos y la prestación de servicios, además de asegurar su sostenibilidad.

Función social de las entidades financieras: Contribución de los servicios financieros al logro de los objetivos de desarrollo integral para el bien común, así como para la atención de la pobreza y la exclusión social y económica de la población.

Grupos de interés: conjunto de personas naturales (o jurídicas que pueden verse significativamente afectadas, sea positiva o negativamente, por el desarrollo de las actividades de una organización. Para efectos de la presente política, se precisa como grupos de interés de IMPRO IFD, los siguientes:
 a. Clientes/usuarios,
 b. Funcionarios,
 c. proveedores,
 d. comunidades en las que opera,
 e. medio ambiente,
 f. entidades reguladoras,
 g. Directores y accionistas.

Inclusión: enfoque que respalda propiamente a la diversidad de las personas, entendida no como un problema, sino una oportunidad para el mejoramiento de la sociedad. La inclusión pasa por el reconocimiento de la existencia de barreras que limitan el ejercicio pleno de derechos y oportunidades para las personas, en términos de raza, color, sexo, idioma, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición, así como por el compromiso institucional de reducir estas limitaciones.

Indicadores del Balance Social: Factores que brindan información para evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la entidad de intermediación financiera afines a la función social de los servicios financieros que establece la Ley.



Involucramiento con los grupos de interés: espacio de diálogo entre la institución y sus grupos de interés, con el propósito de elevar un relacionamiento transparente y positivo, orientado a la búsqueda de soluciones en respuesta a las necesidades de estos grupos y en coherencia con los objetivos institucionales.

Materialidad: es entendida en dos dimensiones: (i) los efectos de la organización – sean positivos o negativos – al desarrollo sostenible y (ii) el impacto de estas contribuciones en sus grupos de interés, en desarrollo integral y equidad.

Objetivos estratégicos: Descripción del propósito a ser alcanzado, que es medido a través de indicadores y sus correspondientes metas, los cuales se establecen de acuerdo al periodo del plan estratégico.

Plan estratégico: Documento formal, que establece para un periodo de tiempo determinado, los objetivos, indicadores de su cumplimiento, cuánto al riesgo y principios líneas de acción alineados con la misión y visión de la entidad supervisada, considerando todos los ámbitos de la institución.

Reporte de sostenibilidad: herramienta social donde se informa a los grupos de interés los impactos relevantes en materia económica, social y ambiental, a través de indicadores relevantes y comprensibles.

Responsabilidad social: sistema ético de gestión mediante el cual la organización se responsabiliza de los impactos que sus decisiones y actividades generan en sus grupos de interés, más allá de los normados y obligaciones legales.

Servicios financieros: Servicios diversos que prestan las entidades supervisadas, con el objeto de satisfacer las necesidades de los consumidores financieros.

Valor social: significa crear y potenciar las capacidades de las personas para mejorar sus condiciones, implica además propiciar entornos favorables para generar prosperidad y riqueza, fortaleciendo el tejido social.

Transparencia: consiste en la incorporación de un tema específico, en la visión y práctica de distintas áreas de la organización, incorporándose de manera permanente en sus criterios de toma de decisiones.

5. Principios
 IMPRO IFD tiene, como uno de sus objetivos, desarrollar una manera diferente de hacer Finanzas, a través de un modelo de negocio que apoya a generar accesibilidad en la adquisición de créditos, mismos que esta asociada a principios éticos, en el cumplimiento de la legalidad, en las buenas prácticas y en la creación de valor a largo plazo para todos los grupos de interés.

La política de RSE y FS se alinea con el Código de Conducta de IMPRO IFD, así como se establecen bases de comportamiento, conformes con los valores de IMPRO IFD, los principios institucionales que rigen a la política de RSE y FS son:

- ✓ Visión de generar actual general de apoyo al cliente
- ✓ Compromiso: identificación y dedicación.
- ✓ Integridad: honestidad y transparencia.
- ✓ Trabajo en equipo: trabajo y diversidad.
- ✓ Innovación: creatividad, romper paradigmas.



6. Bases de la política

Responsabilidad Social Empresarial: Es la forma de gestión de la entidad supervisada orientada a actuar en beneficio de sus partes interesadas en cuanto a sus expectativas económicas, sociales y medio ambientales, construyendo el desarrollo sostenible en el marco del giro de negocio y actividades que realiza la propia entidad. La gestión de la RSE debe estar relacionada con la cultura organizacional de la entidad supervisada y orientada hacia una gestión socioambiental responsable, que incorpore aspectos económicos, sociales y medioambientales.

IMPRO IFD debe identificar, medir, monitorear, controlar, mitigar y comunicar los riesgos que podrían emerger de la gestión de RSE. En este sentido, la gestión de RSE al menos debe considerar los siguientes etapas:

- Comprensión;
- Identificación;
- Planificación;
- Implementación;
- Control;
- Revisión y mejora.

IMPRO IFD desarrollará e implementará un sistema de información que le permita generar reportes efectivos, comprensivos y oportunos para gestionar de manera eficiente la RSE, de esta manera cumplir con los lineamientos de RSE con la presentación del balance de RSE.

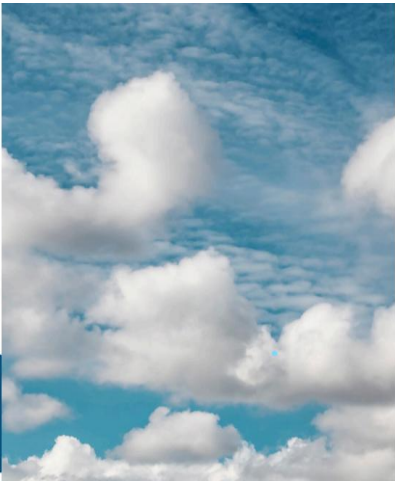
Función Social: Dedicar una política financiera orientada a transformar el sistema financiero con una atención de criterios de equidad, una priorización de la demanda de sectores excluidos del acceso a servicios financieros y en fomento a la creación de entidades financieras no bancarias con fines de inversión socialmente productivos. El objetivo del mismo es lograr de los objetivos de desarrollo integral del país, así como a disminuir los niveles de pobreza y exclusión económica y social.

Asimismo, la Ley N° 303 señala que el cumplimiento de la función social debe medirse y registrarse en un balance social que las entidades financieras presentarán a RSE, de forma periódica. Algunos aspectos vinculados al cumplimiento de la función social están asociados a la asignación de recursos que enfoca la atención a prioridades productivas de los sectores estratégicos de la economía, generadoras de empleo y desarrollo, así como que permitan una mayor democratización del crédito, incluyen también una mayor identidad de la red de puntos de atención y un mayor acceso a uso de los servicios financieros, particularmente en áreas rurales y urbano-marginales. La atención a nuevos emprendimientos productivos y las innovaciones financieras a ser desarrolladas por las entidades financieras, conllevan también esfuerzos de cumplimiento de la función social de los servicios financieros.

7. Anexos
 El contenido de la presente política es de aplicación integral de la institución: Directorio, Gerencia General y a todos los trabajadores del Banco, independientemente de su nivel jerárquico y su régimen laboral, englobando además a sus diversos grupos de interés.

6.18. 2E – ENFOQUE SOCIAL

Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.



INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL IMPRO IFD

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. OBJETIVOS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS	6
2.1. Facilitar el acceso universal a todos los servicios	6
2.2. Proporcionar servicios financieros con atención de calidad y calidad	7
2.3. Asegurar la continuidad de los servicios ofrecidos	7
2.4. Optimizar tiempos y costos en la entrega de los servicios financieros	8
2.5. Promover el uso eficiente y seguro de los servicios financieros	8
3. PRODUCTOS	10
3.1. Microcréditos	10
3.2. Microcrédito Agropecuario	11
3.3. Crédito Banca Comunal	13
3.4. Crédito Inquilinato de Vivienda	15
3.5. Crédito de Vivienda Debidamente Garantizado	17
3.6. Crédito de Consumo	19
4. SERVICIOS	22
4.1. Cobros de bonos estatales	22
4.2. Pago de servicios	23
5. PUNTO DE ATENCIÓN	26

2



INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL IMPRO IFD

1. INTRODUCCIÓN

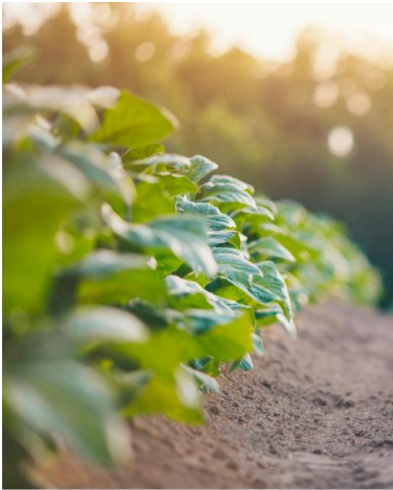
El Estado Plurinacional de Bolivia, en su compromiso con la construcción de un modelo de desarrollo económico integral y con la administración soberana de los recursos naturales en favor de una economía productiva, ha establecido políticas públicas orientadas a transformar el sistema financiero nacional. Estas políticas priorizan la atención a sectores históricamente excluidos, promoviendo su inclusión mediante servicios financieros accesibles, oportunos y adecuados.

La Ley N° 393 de Servicios Financieros establece con claridad que los servicios financieros deben cumplir una función social, la cual resulta esencial para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo integral del país, con énfasis en la reducción de la pobreza y la exclusión económica y social. Este enfoque implica que la función social no debe ser entendida como un requisito accesorio, sino como un componente estructural y transversal a la gestión de las entidades financieras, integrándose en su cultura organizacional, estrategia institucional, políticas internas y valores fundamentales.

Este marco normativo brinda a las instituciones financieras la posibilidad de actuar como agentes clave para el cambio social, no solo a través de su oferta crediticia, sino también mediante servicios y acciones que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los consumidores financieros, en especial de aquellos que pertenecen a poblaciones en situación de vulnerabilidad.

En ese contexto, IMPRO IFD, en cumplimiento con las disposiciones de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), ha desarrollado e implementado lineamientos y procesos orientados a fortalecer su función social. El presente informe tiene por objeto exponer los productos y servicios financieros ofrecidos hasta el 31 de diciembre de 2024, detallando su contribución al desarrollo económico y social, así como su impacto en la inclusión financiera y el bienestar de sus clientes y comunidades atendidas.

4



INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL IMPRO IFD

2. OBJETIVOS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Los servicios financieros en Bolivia, conforme a lo establecido por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), deben orientarse al cumplimiento de una función social integral. En este sentido, la Resolución de Normas para Servicios Financieros (Bare Decimo, Título I, Capítulo I, Sección II) establece los objetivos que guían la oferta de productos y servicios financieros en el país. A continuación, se detallan dichos objetivos y su relación con la gestión institucional de IMPRO IFD:

2.1. Promover el desarrollo integral para el vivir bien

Los servicios financieros deben contribuir activamente al desarrollo integral de la sociedad, facilitando el acceso a microcréditos destinados tanto a inversiones productivas como a mejoras en condiciones de vivienda. Esta función busca no solo el crecimiento económico, sino también el bienestar social, apoyando iniciativas que fortalezcan las capacidades productivas de la población y contribuyan a la reducción de la pobreza. En línea con estos objetivos, IMPRO IFD ha diseñado productos financieros que no solo permiten el acceso a capital, sino que también están orientados a mejorar la calidad de vida de sus clientes, especialmente aquellos en situación de vulnerabilidad.



2.2. Facilitar el acceso universal a todos los servicios

Con el objetivo de garantizar que todos los ciudadanos accedan a los servicios financieros en condiciones de equidad, IMPRO IFD trabaja de forma continua para eliminar barreras estructurales y operativas. La institución implementa estrategias de cobertura amplia y accesible, incluyendo la adecuación de sus puntos de atención para personas con discapacidad, adultos mayores y otros grupos vulnerables. Este enfoque responde a las

6

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL IMPRO IFD

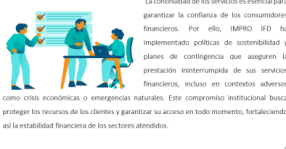
disposiciones legales y refuerza el compromiso institucional con la inclusión financiera como motor de cohesión social y desarrollo local.

2.3. Proporcionar servicios financieros con atención de calidad y calidad

La atención al cliente es uno de los pilares fundamentales en la gestión de IMPRO IFD. La institución se enfoca en brindar un servicio eficiente, seguro y, sobre todo, humano. Este compromiso implica un trato respetuoso, empático y personalizado en cada interacción. Del mismo modo, se promueve el diseño de productos financieros que respondan a las necesidades específicas de diferentes grupos de clientes, asegurando un servicio inclusivo y adaptado a sus circunstancias particulares.

2.4. Asegurar la continuidad de los servicios ofrecidos

La continuidad de los servicios es esencial para garantizar la confianza de los consumidores financieros. Por ello, IMPRO IFD ha implementado políticas de sostenibilidad y planes de contingencia que aseguran la prestación ininterrumpida de sus servicios financieros, incluso en contextos adversos como crisis económicas o emergencias naturales. Este compromiso institucional busca proteger los recursos de los clientes y garantizar su acceso en todo momento, fortaleciendo así la estabilidad financiera de los sectores atendidos.



7

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL IMPRO IFD

2.5. Optimizar tiempos y costos en la entrega de los servicios financieros

Con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa, IMPRO IFD se encuentra en un proceso constante de revisión y mejora de sus procedimientos internos. Se llevan a cabo diagnósticos periódicos que permiten identificar oportunidades de mejora, establecer metas de eficiencia y optimizar los tiempos de respuesta. Al reducir costos y agilizar los procesos, la institución ofrece servicios financieros más competitivos, accesibles y alineados con las expectativas de sus clientes.



2.6. Promover el uso eficiente y seguro de los servicios financieros

La educación financiera es un componente esencial de la función social. IMPRO IFD no solo se compromete a ofrecer productos y servicios claros, sino también a capacitar a sus clientes para que puedan utilizarlos de manera eficiente y segura. A través de actividades educativas y materiales informativos, la institución busca empoderar a los consumidores financieros, fomentando una cultura de uso responsable, consciente y beneficioso de los servicios financieros.



8



INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL



como la obtención de productos de origen animal, incluyendo actividades avícolas, apícolas y cunícolas. Este producto también contempla la comercialización y los servicios conexos, siempre que sean realizados por el mismo productor, y está orientado a cubrir necesidades de financiamiento en las etapas

de producción, transformación, comercialización y adquisición de activos productivos, promoviendo un desarrollo sostenible de las operaciones agropecuarias.

Este producto responde a múltiples objetivos de Función Social establecidos por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), especialmente al promover la producción nacional en áreas rurales y al fortalecer económicamente a los productores agropecuarios y pesqueros. IMPRO IFD ha estructurado este microcrédito con condiciones adaptables, como plazos flexibles y garantías adecuadas a la naturaleza estacional de las actividades agropecuarias, permitiendo una mayor efectividad y accesibilidad para los clientes del sector.

En coherencia con los principios de calidad y calidez en la atención, IMPRO IFD ha continuado implementando procesos formativos para su personal, garantizando una atención profesional, empática y orientada a las necesidades del productor rural. Además, se han mantenido reuniones constantes de las políticas institucionales que rigen este producto, asegurando su continuidad operativa y mejorando la eficiencia en los procesos de otorgación, lo cual ha permitido optimizar los tiempos y costos en su entrega.

Como parte de su compromiso con la educación financiera, IMPRO IFD ha reforzado sus programas informativos, capacitando a los clientes sobre el uso seguro y eficiente de los servicios financieros. Esta estrategia busca empoderar a los productores rurales y contribuir



12

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL

asegurando que el crédito otorgado contribuya efectivamente a la mejora de las condiciones económicas y sociales de los clientes.

IMPRO IFD continúa adecuando sus instalaciones y procesos operativos para garantizar el acceso universal a todos sus servicios. La capacitación constante de su personal y la implementación de estándares de accesibilidad permiten brindar una atención inclusiva y equitativa, en cumplimiento con la normativa vigente y con los principios institucionales de responsabilidad social.

3.4. Crédito Hipotecario de Vivienda

En el periodo correspondiente al año 2024, IMPRO IFD ha continuado fortaleciendo su producto de Crédito Hipotecario de Vivienda, orientado a personas naturales, ya sean asalariadas o con actividad independiente, con el fin de facilitar el acceso a financiamiento destinado a la adquisición de inmuebles para vivienda bajo la modalidad de arrendatario. Este crédito también cubre la mejora progresiva, la construcción de vivienda, la adquisición de terrenos, así como la compra de casas, departamentos o condominios, beneficiando particularmente a familias en zonas rurales donde el acceso a soluciones habitacionales es más limitado.

Este producto responde a los objetivos de Función Social definidos por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), al contribuir al desarrollo integral de la población a través de mejores condiciones habitacionales. El acceso a una vivienda digna incide directamente en la calidad de vida de los beneficiarios, apoyando tanto su estabilidad familiar como su bienestar económico y social. IMPRO IFD prioriza una atención con calidad y calidez, por lo que mantiene programas permanentes de capacitación para su personal, orientados a garantizar un acompañamiento



15

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL

3. PRODUCTOS

Durante la gestión 2024, IMPRO IFD reafirmó su compromiso con la inclusión financiera y el desarrollo socioeconómico en Bolivia a través de una oferta diversificada de productos y servicios financieros. Estos han sido diseñados para atender las necesidades específicas de sectores que tradicionalmente han enfrentado barreras para acceder a servicios financieros convencionales. En cumplimiento con la normativa vigente de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), la institución ha consolidado una propuesta que no solo responde a criterios de eficiencia y calidad, sino que también prioriza la equidad, la accesibilidad y la función social, fomentando un entorno financiero más justo e inclusivo.

A continuación, se detallan los principales productos financieros ofrecidos por IMPRO IFD, haciendo énfasis en su aporte al desarrollo integral y a la mejora de las condiciones de vida de la población boliviana.

3.1. Microcrédito

IMPRO IFD ofrece un producto financiero dirigido a personas naturales y jurídicas, destinado a financiar actividades económicas de pequeña y mediana escala. Este microcrédito se estructura tomando como fuente principal de pago los ingresos generados por las actividades productivas financieras, con el objetivo de fortalecer la economía local y promover el crecimiento de las unidades económicas que forman parte de la producción nacional.

En el transcurso del año 2024, este producto continuó alineándose con los objetivos



10

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL

a su sostenibilidad financiera, al tiempo que se avanza en la inclusión de personas en situación de pobreza extrema y moderada mediante mecanismos de evaluación de impacto social que aseguren la pertinencia del financiamiento otorgado.



3.3. Crédito Banca Comunal

A lo largo de la gestión 2024, IMPRO IFD reafirmó su compromiso con la inclusión financiera mediante el fortalecimiento del producto de Crédito Banca Comunal, orientado a grupos organizados de personas, principalmente mujeres emprendedoras, que enfrentan limitaciones para acceder al crédito tradicional debido a la falta de cumplimiento de los requisitos establecidos por la banca convencional. Este crédito se sustenta en la garantía solidaria mancomunada e indivisible entre los miembros del grupo, permitiendo un acceso colectivo al financiamiento para emprendimientos y actividades económicas que promueven el desarrollo local.

Este producto responde de forma integral a los objetivos de la Función Social establecidos por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), al fomentar el desarrollo integral y el "bien vivir" de los beneficiarios. El Crédito Banca Comunal permite a



13

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL

profesional y empático durante todo el proceso de evaluación, aprobación y gestión del crédito. Esta atención personalizada refuerza la confianza del cliente y promueve una experiencia financiera positiva.

En ese mismo sentido, para asegurar la continuidad de los servicios financieros ofrecidos, la institución implementa procesos de revisión periódica de sus políticas y procedimientos, con el objetivo de mantener actualizados sus productos y adaptarlos a las necesidades cambiantes del mercado y de los clientes. Esta evaluación continua garantiza que el producto hipotecario sea entregado de forma oportuna, adecuada y con los estándares requeridos por la normativa vigente.

En términos de eficiencia operativa, IMPRO IFD realiza diagnósticos constantes que permiten identificar oportunidades de mejora en los tiempos de atención y en los costos asociados a la entrega del producto, asegurando una gestión ágil y eficaz. Esta optimización beneficia tanto a los clientes como a la institución, al mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la competitividad institucional. De manera complementaria, IMPRO IFD desarrolla acciones educativas orientadas a fortalecer las capacidades financieras de los clientes, mediante la promoción del uso eficiente y seguro de los servicios financieros. Estos programas de educación financiera promueven una gestión responsable del crédito hipotecario, fomentan la cultura del ahorro y reducen el riesgo de sobreindeudamiento, lo que contribuye al bienestar de las familias y a la sostenibilidad del producto.



16

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL

establecidos en la normativa de Función Social de ASFI. En particular, contribuyó al desarrollo integral de los sectores atendidos mediante el acceso a financiamiento inclusivo y adaptado a sus realidades. Asimismo, IMPRO IFD mantuvo su compromiso de brindar servicios financieros con atención de calidad y calidez, fortaleciendo las capacidades del personal mediante procesos formativos continuos que garanticen un trato respetuoso, eficiente y humano.

La sostenibilidad y continuidad del microcrédito estuvieron respaldadas por la revisión constante de políticas internas, con el propósito de asegurar una atención oportuna y adecuada. En cuanto a la eficiencia operativa, se realizaron diagnósticos periódicos que permitieron optimizar los tiempos y costos en la entrega del producto, generando una experiencia más satisfactoria para el cliente. IMPRO IFD también reforzó sus acciones de educación financiera, brindando información clara y accesible sobre el uso eficiente y seguro del microcrédito. Esta estrategia tuvo como finalidad empoderar a los clientes en la toma de decisiones responsables sobre sus finanzas y facilitar el acceso al crédito a personas en situación de pobreza extrema y moderada.

En el marco de la accesibilidad universal, se adecuaron los puntos de atención de IMPRO IFD para cumplir con los lineamientos regulatorios y atender de forma inclusiva a los diferentes segmentos de la población, asegurando que todos los ciudadanos puedan acceder a este servicio sin restricciones físicas, sociales o económicas.

3.2. Microcrédito Agropecuario

Correspondiente a la gestión 2024, IMPRO IFD consolidó su compromiso con el desarrollo del sector rural a través del microcrédito agropecuario, un producto financiero diseñado para apoyar actividades relacionadas con la siembra, la producción agropecuaria y ganadera, así



11

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL

personas con ingresos limitados acceder a capital que impulsa sus iniciativas empresariales, contribuyendo así al crecimiento económico familiar y comunitario, y fortaleciendo el tejido productivo de los sectores más vulnerables.



IMPRO IFD mantiene su enfoque en brindar servicios financieros con atención de calidad y calidez. Para ello, se han implementado programas permanentes de formación y actualización para el personal, orientados a garantizar una atención empática, eficaz y adaptada a las necesidades del cliente. Esta atención personalizada fortalece la relación entre la institución y sus usuarios, promoviendo la confianza y la fidelización.

En cuanto a la continuidad de sus servicios, IMPRO IFD ha desarrollado mecanismos de seguimiento y mejora continua de sus políticas y procedimientos, lo que ha permitido optimizar los tiempos de atención, reducir costos operativos y garantizar que el producto se mantenga vigente y adaptado a las dinámicas económicas del entorno. Estas acciones contribuyen a una mayor eficiencia en la entrega de los servicios financieros.

Como parte de su estrategia de educación financiera, la institución ha fortalecido los espacios de formación para clientes del programa Banca Comunal, con el fin de promover el uso seguro y eficiente de los servicios financieros. Estos espacios buscan empoderar a los beneficiarios, mejorar sus capacidades de gestión financiera y fomentar una cultura de ahorro y planificación, lo cual impacta positivamente en la sostenibilidad de sus iniciativas económicas. Además, se realiza un análisis de impacto social por cada grupo beneficiado,



14

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL

La institución garantiza el acceso universal a sus servicios mediante la adecuación de sus puntos de atención, infraestructura y canales digitales. La capacitación permanente del personal en aspectos de inclusión y accesibilidad asegura una atención equitativa para todos los usuarios, en concordancia con los lineamientos de la entidad reguladora y el compromiso social de IMPRO IFD.

3.5. Crédito de Vivienda Debidamente Garantizado

Durante la gestión 2024, IMPRO IFD continuó impulsando el producto de Crédito de Vivienda Debidamente Garantizado, dirigido a personas naturales, tanto asalariadas como no asalariadas (actividad independiente), con el propósito de financiar la adquisición de inmuebles destinados a vivienda mediante el sistema de arrendatario. Este crédito contempla una variedad de garantías aceptadas por la institución para respaldar el financiamiento, ampliando así las posibilidades de acceso al crédito para diferentes segmentos de la población.

Este producto permite financiar la mejora gradual o construcción de vivienda, adaptación de terrenos, así como la compra de casas, departamentos o condominios, brindando una solución habitacional efectiva, especialmente en zonas rurales donde las opciones de acceso a vivienda son limitadas. El crédito de vivienda debidamente garantizado responde a los lineamientos de Función Social establecidos por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), al fomentar el acceso equitativo a servicios financieros destinados a mejorar la calidad de vida de los beneficiarios. En este marco, IMPRO IFD se



17

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL **IMPRO** IFD



compromete a ofrecer una atención con calidad y calidez, apoyada en programas formativos constantes dirigidos a su personal, lo que asegura una atención profesional, empática y eficiente durante todo el proceso crediticio.

Con el fin de garantizar la continuidad y efectividad de los productos ofrecidos, la institución realiza revisiones periódicas de sus políticas y procedimientos internos, adecuándolos de forma práctica a las condiciones del entorno y a las necesidades de sus clientes. Esta práctica permite que el producto se mantenga vigente, accesible y alineado con los objetivos estratégicos de inclusión financiera y desarrollo social.

En complemento, IMPRO IFD trabaja en la mejora continua de sus procesos operativos mediante evaluaciones y mediciones constantes de los tiempos y costos involucrados en la atención al cliente. Esta gestión busca optimizar los recursos institucionales y garantizar una experiencia ágil y eficiente para los usuarios del servicio. En cumplimiento de su compromiso con la educación financiera, la institución desarrolla programas dirigidos a informar y capacitar a sus clientes sobre el uso responsable de los servicios financieros. Este componente educativo permite fortalecer la capacidad de gestión financiera de los usuarios, promoviendo prácticas sostenibles de administración de recursos que contribuyen a la reducción de la pobreza y a una mayor inclusión financiera.



18

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL **IMPRO** IFD

IMPRO IFD garantiza el acceso universal a este producto a través de la adecuación de su infraestructura, canales de atención y procesos internos. Estas acciones, acompañadas de la formación permanente del personal, aseguran una atención inclusiva y equitativa para todos los usuarios, en concordancia con las disposiciones de la autoridad reguladora y los principios institucionales de equidad, inclusión y desarrollo social.

3.6. Crédito de Consumo



A lo largo de la gestión 2024, IMPRO IFD continuó promoviendo el Crédito de Consumo como una herramienta financiera destinada a atender las diversas necesidades individuales o familiares de sus clientes. Este producto consiste en un monto de libre disponibilidad que puede ser utilizado para la adquisición de bienes, el pago de servicios, emergencias, viajes, compra de materiales insumos o para el negocio, entre otros, sin que la institución imponga restricciones sobre su uso.

En el marco de la Función Social, este producto permite brindar apoyo financiero flexible y oportuno a los clientes, particularmente en situaciones donde no es posible acceder a otros tipos de crédito por limitaciones del gasto o por limitaciones en cuanto a garantías. Con ello, IMPRO IFD contribuye a la mejora de la calidad de vida y al bienestar económico de la población, especialmente en sectores con menor acceso al sistema financiero tradicional.

La institución asegura que la atención brindada en la otorgación de este producto se realice con calidad y calidez, mediante un enfoque centrado en el cliente. Para lograrlo, desarrolla procesos formativos permanentes dirigidos a su personal, fortaleciendo sus capacidades para brindar un servicio empático, eficiente y adaptado a las necesidades específicas de cada usuario.

19

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL **IMPRO** IFD



Cabe señalar además que, IMPRO IFD lleva a cabo revisiones periódicas de sus políticas y procedimientos internos para garantizar la continuidad y adecuación del producto a las condiciones del entorno y a las necesidades cambiantes de sus clientes. Este enfoque permite mantener la pertinencia del crédito de consumo como una alternativa viable y eficaz para quienes requieren financiamiento inmediato sin trámites complejos. En línea con su compromiso de mejora continua, la institución implementa mecanismos de evaluación de tiempos y costos en la entrega de sus servicios, optimizando sus procesos operativos para ofrecer una experiencia ágil, efectiva y de alta calidad a los usuarios.

Como parte de su compromiso con la educación financiera, IMPRO IFD desarrolla programas orientados a capacitar a los clientes sobre el uso eficiente y seguro de los productos financieros. Esta estrategia busca empoderar a los usuarios en la toma de decisiones informadas, promoviendo una gestión responsable de sus recursos económicos. En complemento, la institución garantiza el acceso universal al crédito de consumo mediante la adecuación de sus instalaciones y la formación continua de su personal. Estas acciones aseguran que todos los clientes, independientemente de su situación socioeconómica, reciban atención equitativa y profesional, conforme a los estándares establecidos por la entidad reguladora y los principios institucionales de inclusión, responsabilidad y desarrollo.



20



INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL **IMPRO** IFD

4. SERVICIOS

Los servicios ofrecidos por IMPRO IFD constituyen un pilar esencial dentro de su compromiso con el desarrollo económico y social de sus beneficiarios. Más allá de los productos financieros tradicionales, la institución brinda una amplia gama de servicios auxiliares diseñados para responder a las diversas necesidades de sus clientes, fortaleciendo así la inclusión financiera y el bienestar de la población. Este conjunto de servicios refleja el rol activo que desempeña IMPRO IFD como facilitador de soluciones que impactan positivamente en la calidad de vida de los usuarios, con un enfoque centrado en la accesibilidad, eficiencia y responsabilidad social.

4.1. Cobro de bonos estatales

IMPRO IFD brinda el servicio de cobro de bonos estatales como una herramienta clave para facilitar el acceso a beneficios sociales fundamentales. A través de este servicio, se gestionan pagos de programas como el Bono Juancito Pinto, la Renta Dignidad y el Bono Juana Arobur, los cuales están dirigidos a apoyar a sectores vulnerables de la población, incluyendo estudiantes, adultos mayores y mujeres gestantes, con el objetivo de reducir la pobreza extrema y promover la inclusión social.

Desde una perspectiva de Función Social, IMPRO IFD asegura la continuidad y eficacia de este servicio mediante la revisión periódica de sus políticas internas. Estos procesos de evaluación garantizan que la entrega de los beneficios se realice de manera eficiente, oportuna y sin interrupciones, favoreciendo el acceso oportuno a los recursos por parte de los beneficiarios. La institución también implementa acciones orientadas a la optimización de tiempos y costos en la gestión de estos servicios. A través de mediciones periódicas de procesos y mejora continua, se busca garantizar una atención ágil, efectiva y centrada en el usuario.

22

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL **IMPRO** IFD

Además, IMPRO IFD facilita el acceso universal al servicio de cobro de bonos adecuando sus instalaciones de acuerdo con los requisitos establecidos por la entidad reguladora. Esto permite que todas las personas, independientemente de su condición, puedan realizar sus trámites con facilidad. Paralelamente, se realiza una capacitación constante al personal involucrado, asegurando una atención empática, profesional y adaptada a las necesidades de quienes acceden a estos beneficios sociales.

4.2. Pago de servicios

El servicio de pago de servicios que ofrece IMPRO IFD amplía su portafolio de atención al cliente mediante la habilitación de puntos de pago en sus agencias. Estos incluyen la gestión de servicios básicos y auxiliares como TIGO (Multiservicio), SEUP, EPSAS, SMO, VAMBA y SOAT. La provisión de estos servicios en espacios seguros y accesibles permite a los usuarios cumplir con sus obligaciones y cubrir sus necesidades de manera eficiente y confiable.



En sus agencias, IMPRO IFD asegura condiciones adecuadas de infraestructura y atención, priorizando la seguridad y accesibilidad para todos los usuarios, con especial atención a personas con discapacidad, mujeres gestantes, adultos mayores y personas con niños pequeños. Esta política refuerza el compromiso institucional con la equidad y la inclusión, promoviendo entornos acogedores y adaptados a las características de cada cliente. Desde la Función Social, IMPRO IFD garantiza la continuidad y efectividad del servicio a través de revisiones internas sistemáticas. Dichos procesos permiten evaluar y mejorar continuamente la entrega de los servicios financieros auxiliares, asegurando que estos se mantengan actualizados, pertinentes y adecuados a las necesidades del público.

23

INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL **IMPRO** IFD

De igual manera, la institución se compromete a optimizar los tiempos y costos relacionados con la gestión de estos servicios. Mediante el análisis y evaluación de procesos, se impulsa la eficiencia operativa y la mejora del servicio, en beneficio de los clientes y de la sostenibilidad institucional. Sumado a lo anterior, IMPRO IFD refuerza su compromiso con el acceso universal a los servicios mediante el cumplimiento estricto de las normas regulatorias, la implementación de infraestructuras inclusivas y la capacitación continua de su personal. Estas acciones permiten garantizar una atención profesional, oportuna y de calidad para todos los usuarios que acceden a estos servicios auxiliares en cualquiera de sus puntos de atención.

24



INFORME SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ORIENTADOS A LA FUNCIÓN SOCIAL **IMPRO** IFD

5. PUNTO DE ATENCIÓN



OFICINAS

La Paz

Oficina Central: Calle Manuel Eguita Nº 1741 Zona Tembladerni
Teléfonos: 2484616 – 2483081 – 2481500 – 76555796
E-mail: impro@improifd.org.bo
Web: www.improifd.org.bo
Oficina Multiservicio: Av. Germán Busch Nº1211 Zona Miraflores
Teléfono: 78998298 – 70166129

El Alto

Oficina Río Seco: Calle Puerto Alonso Nº 4015 Zona Bradi
Teléfonos: 2864246 – 70166013
E-mail: elalto@improifd.org.bo

Oficinas Rurales

Localidad: Chapala: Carretera principal Río Abajo, Casa Nº 24
Teléfono: 67734354 - 69298069
Localidad: Achacachi: Calle Yanacocha Nº 117
Teléfono: 70166272 - 78978602
LA PAZ - BOLIVIA

26

6.19. 3E – ENFOQUE SOCIAL

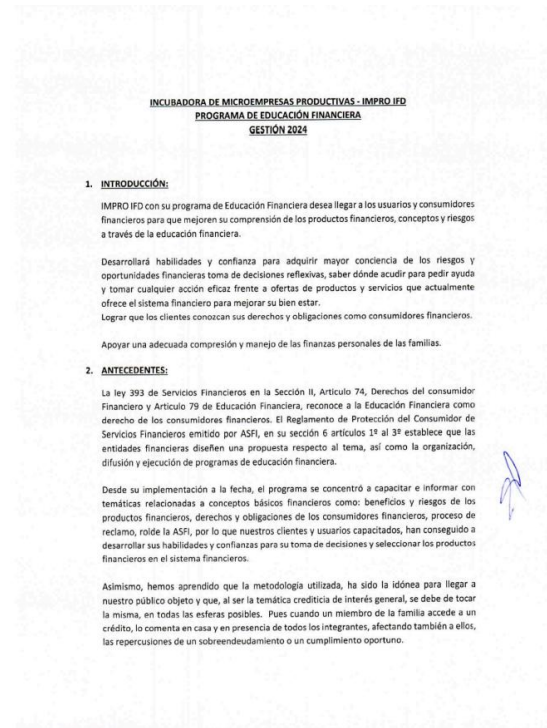
Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos.

N°	ÁREA	DOCUMENTO	DETALLE
1	CRÉDITO INDIVIDUAL	04-01-GC-CI-M-2024-V2 – <i>Manual de Procesos y Procedimientos de Crédito Individual</i> 04-01-GC-CI-M-2024-01 – <i>Manual de Procedimiento de Refinanciamiento y Reprogramación</i>	Ambos manuales establecen lineamientos alineados con las políticas de crédito de IMPRO IFD, orientados a que los oficiales de crédito brinden una atención adecuada y cordial a clientes actuales y potenciales. Se contempla la entrega de material informativo (trípticos), recolección de datos, evaluación de viabilidad, carga de información al sistema, verificación de consistencia y visitas aleatorias. En casos de discapacidad visual o auditiva, se debe contar con una persona de confianza. El objetivo es mejorar la calidad de vida del cliente y ampliar la base de usuarios.
2	CRÉDITO INDIVIDUAL	3.3 – <i>Reglamento de Tasas de Interés</i>	El reglamento promueve la transparencia institucional mediante lineamientos para la información y cálculo de tasas de interés y comisiones. Define prohibiciones, regula el cálculo de tasas efectivas, dispone la publicación de tasas nominales y de la Tasa de Referencia (TRe), y establece procedimientos relacionados con líneas de crédito y reportes periódicos para los clientes.
3	BANCA COMUNAL	4.2 – <i>Manual de Procedimiento de Banca Comunal</i>	El manual define las directrices para la provisión de servicios financieros bajo la metodología de Banca Comunal, abarcando

			desde la promoción hasta la recuperación del crédito. También delimita roles y responsabilidades del personal y establece normas para preservar la confidencialidad de la información. Su finalidad es asegurar una operación eficiente, ordenada y transparente en beneficio de los grupos asociados y de la institución.
4	CAJAS (COBRO DE SERVICIOS)	05-07-GFO-T-P-2025-V1 – <i>Políticas para la Atención en Cajas</i> 05-07-GFO-T-R-2025-V1 – <i>Reglamento de Trato Preferente a Personas Adultas Mayores</i>	Ambos documentos orientan la atención en cajas, promoviendo una atención eficiente, respetuosa y prioritaria, en especial hacia personas adultas mayores. Se establecen principios, procedimientos y criterios para asegurar un trato adecuado, con énfasis en la inclusión, el respeto y la calidad del servicio.
5	CAJAS (PAGO DE BONOS)	05-07-GFO-T-P-2025-V1 – <i>Políticas para la Atención en Cajas</i> 05-07-GFO-T-R-2025-V1 – <i>Reglamento de Trato Preferente a Personas Adultas Mayores</i>	Estos documentos aplican también al pago de bonos, asegurando que el personal de cajas brinde atención eficiente, accesible y con trato preferente a personas adultas mayores. Se busca garantizar una experiencia digna y segura para los beneficiarios, a través de procedimientos estandarizados y principios de respeto e inclusión.

6.20. 4E – ENFOQUE SOCIAL

Iniciativas para mejorar la educación financiera según tipo de beneficiario.



- 2.1. **METAS ALCANZADAS:** Durante la gestión 2023 a través de la tecnología de Banca Comunal se logró capacitar a más de 900 personas y con FIMIRURAL se logró capacitar a 100 personas.
- 2.2. **APRENDIZAJES OBTENIDOS:** Durante la última gestión el personal asignado a capacitaciones y nuestros clientes tuvimos que aprender a manejar plataformas digitales y adecuar el temario a las mismas.

3. OBJETO ESTRATÉGICOS:

El Programa de Educación Financiera IMPRO IFD tiene como objetivo el contribuir a mejorar la cultura financiera de sus clientes, usuarios y población en general, mejorando la educación financiera de las personas, particularmente los jóvenes, ya que las carencias en este ámbito pueden conducir a las personas a adoptar decisiones erróneas sobre su economía personal, con el consiguiente riesgo de pérdidas patrimoniales, endeudamiento excesivo hasta la exclusión financiera.

Con el objetivo de que los consumidores financieros conozcan sus derechos y obligaciones en el ámbito financiero el alcance, efecto de los productos y servicios ofertados y les permita tomar decisiones y defender sus derechos de tal manera que facilite su participación social, activa y responsable.

Daremos hincapié a los siguientes puntos:

- Educación sobre los beneficios y riesgos que representan la contratación de servicios financieros
- Educación sobre los derechos de los consumidores financieros y mecanismos de reclamo en primera y segunda instancia
- Informar sobre el Sistema Financiero, el rol de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero y el carácter de la normativa
- Cumplimiento a los objetivos establecidos en el Artículo 79 de la Ley N° 393 De Servicios Financieros.

4. SUBPROGRAMA DE EDUCACION

4.1 CAPACITACION EN BANCA COMUNAL

Este proyecto prevé capacitaciones Modulares según la siguiente estructura:

CICLO 1 BANCA COMUNAL

MODULO 1 - PRIMERA SESION DE PAGO SISTEMA FINANCIERO

1. QUE ES EL SISTEMA FINANCIERO?
2. QUE ES UNA ENTIDAD DE INTERMEDIACION FINANCIERA?
3. QUE ES IMPRO IFD?
4. CUAL ES LA FUNCION DE LAS COMPAÑIAS DE SEGUROS?
5. CUAL ES EL ROL DE LA ASFI?
6. APLICACION DEL TEST 1

MODULO 2 - SEGUNDA SESION DE PAGO EL CREDITO

1. QUE ES UN CREDITO?
2. LO QUE DEBEMOS SABER ANTES DE PEDIR UN CREDITO?
3. CONSEJOS A TOMAR EN CUENTA ANTES DE PEDIR UN CREDITO
4. OBLIGACIONES Y COMPROMISOS AL ACCEDER A UN CREDITO
5. TIPO DE INTERES EN LOS CREDITOS
6. QUE SIGNIFICA TENER UNA CULTURA DE PAGO?
7. ALCANCE DEL CONTRATO

MODULO 3 - TERCERA SESION DE PAGO EL SEGURO

1. QUE ES UN SEGURO?
2. PARA QUE SIRVE UN SEGURO?
3. TIPOS DE SEGUROS
4. DESCRIPCION DE LOS TERMINOS BASICOS DE UN SEGURO
5. APLICACION DEL TEST 3

MODULO 4 - CUARTA SESION DE PAGO BURO DE INFORMACION

1. QUE ES Y COMO FUNCIONA EL BURO DE INFORMACION?
2. QUE ES Y CUALES SON LAS FUENTES DEL REPORTE DE INFORMACION CREDITICIA?
3. PORQUE ES IMPORTANTE EL BURO DE INFORMACION?
4. DESCRIPCION DE LOS TERMINOS BASICOS DE UN SEGURO
5. APLICACION DEL TEST 4

MODULO 5 - QUINTA SESION DE PAGO
DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

1. CUALES SON LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR FINANCIERO ?
2. CUALES SON LAS OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR FINANCIERO ?
3. QUE ES EL PUNTO DE RECLAMO ?
4. COMO PUEDES HACER UN RECLAMO ?
5. APLICACIÓN DEL TEST

MODULO 6 - SEXTA SESION DE PAGO
CUIDEMOS EL AGUA FUENTE DE VIDA Y SALUD

1. QUE ES EL AGUA ?
2. PORQUE ES IMPORTANTE EL AGUA ?
3. DE DONDE PROVIENE EL AGUA ?
4. PARA QUE USAMOS EL AGUA ?
5. COMO SE CONTAMINA EL AGUA ?
6. COMO TRATAR EL AGUA PARA CONSUMO HUMANO ?
7. QUE ES UN CLIENTE CON PLENO Y OPORTUNO CUMPLIMIENTO DE PAGO Y SUS BENEFICIOS.
8. APLICACIÓN DEL TEST 6

MODULO 7 - (CONSUMIDORES FINANCIEROS)

1. RESULTADOS ALCANZADOS POR LA RSE.
2. RECLAMOS EN PRIMERA, SEGUNDA INSTANCIA Y SUS MECANISMOS.
3. TIEMPO DE ESPERA EN ATENCIÓN EN CAJAS.
4. QUE ES UN CLIENTE CON PLENO Y OPORTUNO CUMPLIMIENTO DE PAGO Y SUS BENEFICIOS.
5. OTRA TEMATICA ESPECIFICA REQUERIDA POR EL GRUPO DE BENEFICIARIOS O INSTRUIDA POR ASFI.

MODULO 8 - (BANCA DIGITAL)

1. BANCA DIGITAL.
2. QUE SON LAS TRANSACCIONES QR.
3. USO DE TARJETAS DE DEBITO Y CAJEROS AUTOMATICOS.
4. USO CORRECTO DEL TOKEN.
(APLICACIÓN EN EL AREA RURAL Y MUJERES)

4.1.1 CAPACITACION AL PERSONAL Con la finalidad de que repliquen lo aprendido a los consumidores financieros de Entidad según la siguiente estructura:

MODULO 1 - MECANISMOS DE RECLAMO (TODO EL PERSONAL)

1. PUNTO DE RECLAMO - FUNCIONES Y DEBERES
2. DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO
3. PORTAL WEB DE RECLAMOS

MODULO 2 - TIPOS DE CREDITOS (PERSONAL DE ATENCION AL CLIENTE)

1. EMPRESARIAL (CAPITAL DE OPERACIONES - INVERSIONES)
2. PYME (CAPITAL DE OPERACIONES - INVERSIONES)
3. MICROCREDITO
4. CONSUMO
5. VIVIENDA DE INTERES SOCIAL
6. OTRO CREDITOS

MODULO 3 - FORMAS DE AHORRO

1. QUE ES EL AHORRO
2. PORQUE ES IMPORTANTE AHORRAR

MODULO 4 - REPOGRAMACION Y REFINANCIAMIENTO DE CREDITOS

MODULO 5 - COBRO DE INTERESES EN PERIODO DE GRACIA

MODULO 6 - CODIGO DE CONDUCTA (TODO EL PERSONAL)

MODULO 7 - BANCA DIGITAL

4.2 PÚBLICO OBJETO

El público objetivo son los clientes de banca comunal, crédito individual, personal y/o usuarios de IMPRO IFD.

4.3 METODOLOGIA

Se utilizará la siguiente metodología:

1. Plataforma Digital
2. Trabajo en sitio con el público objetivo
3. Aula Móvil
4. Colaboración técnica para el buen manejo de negocios
5. Aprendizaje cooperativo
6. Formación de Clientes
7. Capacitación continua al personal

Su aplicación será efectiva según la predisposición de los participantes y las condiciones de salud.

4.4 CRONOGRAMA

El cronograma empieza el día 03 de enero de 2024 y concluye el 31 de diciembre de 2023, la evolución de los módulos estará en función al cierre de cada ciclo y sus respectivas evaluaciones.

5. SUBPROGRAMA DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN (ANEXO 6):

La difusión estará a cargo de nuestros oficiales crédito en la charla de inducción comercial donde mencionaran el temario establecido, condiciones y cronograma.

También se utilizarán redes sociales, página web y sistema de circuito cerrado en nuestras instalaciones.

Los encargados de área realizarán las capacitaciones al personal.



La Paz, 10 de abril de 2024
ABFVDFC/R 02622/2024

Señor
Marco Antonio Soliz Castro
GERENTE GENERAL
IMPRO - INSTITUCIÓN FINANCIERA DE DESARROLLO
Presente.

REF: TRÁMITE N° T-3069280859
NO OBJECIÓN AL PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA - GESTIÓN 2024

Señor Gerente:

Noe referimos a su carta IMPRO - IFD/GG/198/2024, adjunto a la cual remite el Programa de Educación Financiera - Gestión 2024, mismo que incluye las complementaciones requeridas por esta Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), al respecto, efectuado el análisis de la documentación recibida y en el marco de lo dispuesto en el Parágrafo 1, Artículo 79 de la Ley N° 393 de Servicios Financieros y el Artículo 5° de la Sección 6 del Reglamento de Protección del Consumidor de Servicios Financieros, contenido en el Capítulo I, Título I, Libro 4° de la Recopilación de Normas para Servicios Financieros, el cual establece la obligación y responsabilidad de las entidades financieras de diseñar, organizar y ejecutar programas formalizados de educación financiera para los consumidores de servicios financieros, ASFI comunica la no objeción al citado Programa de Educación Financiera presentado por la Entidad a su cargo.

Sin otro particular, saludamos a usted atentamente.

Carlos Raúl González Solari
JEFE DE EDUCACIÓN FINANCIERA A.L.
INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO
Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero
ABFVDFC/R 02622/2024



María Victoria Vargas
DIRECTORA DE LA DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO A.L.
Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero

"2023 AÑO DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA"
La Póliza Cédula de Crédito Hipotecario (Cédula de Crédito Hipotecario) es un instrumento financiero que permite al prestatario obtener un préstamo para la adquisición o construcción de un inmueble, el cual es garantizado por el inmueble mismo. Este tipo de crédito se caracteriza por su largo plazo y por el hecho de que el valor del inmueble garantiza el préstamo. El prestatario debe cumplir con las condiciones establecidas en la póliza, como el pago de cuotas periódicas y el mantenimiento del inmueble. En caso de incumplimiento, el acreedor tiene derecho a ejecutar la garantía hipotecaria. Este tipo de crédito es comúnmente utilizado por familias para adquirir su vivienda propia o por empresas para financiar proyectos de construcción. La Póliza Cédula de Crédito Hipotecario es un instrumento financiero clave en el sistema de crédito hipotecario, ya que proporciona seguridad tanto al prestatario como al acreedor. El prestatario obtiene un préstamo a largo plazo con tasas de interés generalmente bajas, mientras que el acreedor asegura su inversión mediante la garantía hipotecaria. Este tipo de crédito es fundamental para el desarrollo del sector inmobiliario y para la mejora de las condiciones de vida de la población.

6.21. 1S – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Mecanismos y procedimientos de retención y fidelización de clientes.

POLÍTICAS DE BANCA COMUNAL

5.4.12. Condiciones del crédito

Las condiciones del Crédito se encuentran definidas de la siguiente manera:

- a) Plazos: para todos los ciclos. Pudiendo pedir excepciones en los plazos para algunas operaciones autorizadas por Gerencia General.

MÍNIMO	MÁXIMO
6 meses (32 semanas)	12 meses (48 semanas)

- b) Frecuencia de Pago: cada 30 días. (Montos en bolivianos por ciclo de asociada(o))

CICLOS	DESDE	HASTA
1er	1.500	3.000
2do	3.001	6.000
3er	6.001	9.000
4to en adelante	9.001	12.000

- c) La forma de pago se realiza en reunión de pago en efectivo y/o en depósito bancario a requerimiento de la Banca Comunal.

- d) Tasa de Interés corriente y moratoria:

- La tasa de interés y las condiciones aplicable a las operaciones de Crédito será definida mediante Tarifario, el cual será aprobado por la Gerencia General y por Directorio.
- No se cobrará tasa de interés penal/moratoria dispuesta por el DS 530 del 02 de junio de 2010, que modifica el tercer párrafo del Artículo 2 del Decreto

POLÍTICA DE CRÉDITOS

específica constituida, garantías y opinión sobre el grado de recuperabilidad.

En ambos casos se deberá contar con la documentación siguiente:

- Informe del abogado a cargo de la causa sobre la situación y estado del cobro judicial acompañando copias, testimonios, edictos, providencias, resoluciones, sentencias y cualquier otro documento de las actuaciones que evidencie no haberse logrado embargo de bienes ni retención de fondos o valores, o que los obtenidos han resultado insuficientes para recuperar totalmente el crédito.
- Informe del Oficial de Créditos sobre la situación del deudor, conteniendo saldos de capital e intereses adeudados, previsión específica constituida, garantías y opinión sobre el grado de recuperabilidad.
- Declaración jurada del Fiscalizador Interno referente a que los créditos a castigar no son vinculados a la propiedad, dirección, gestión o control de IMPRO IFD.
- Acta de sesión del Directorio donde conste haber tomado conocimiento del castigo del crédito y haberlo autorizado si corresponde.
- Los informes y documentos mencionados deberán archivers en las respectivas carpetas de crédito.

Este proceso establece una estructura de autorización, documentación, y evaluación detallada que permite el adecuado control y gestión del castigo de créditos, asegurando que cada caso sea atendido con transparencia y cumpliendo las políticas internas de IMPRO IFD para la recuperación de acreencias.

5.23. Crédito Yapita y Ayni

5.23.1. Objetivo

Ofrecer un crédito de consumo que pueda colaborar a mejorar su estatus familiar.

5.23.2. Alcance

80

POLÍTICA DE CRÉDITOS

En Yapita y Ayni los oficiales de crédito deberán presentar un informe de crédito adjunto en la carpeta y autorizado por el nivel correspondiente. seguimiento del cliente de la capacidad de pago y del destino del crédito original.

Considerando la información de los reportes del Buró de Información de Crédito (INFOCENTER) y de la Central de Información Crediticia (CIC) y CPOP de la ASFI, se procederá a evaluar las solicitudes de los créditos Ayni o Yapita, dicha evaluación se deberá adjuntar en la carpeta del cliente.

En base a la nueva evaluación se pueden dar las siguientes situaciones:

- Si con el nuevo superávit estimado el cliente puede cumplir la cuota del crédito vigente más la cuota del crédito Yapita o Ayni, se desembolsa el crédito Yapita o Ayni como nueva operación.
- Si con el nuevo superávit estimado el cliente solo cumple la cuota del crédito vigente y parte de la cuota del crédito Yapita o Ayni se debe realizar una operación de refinanciamiento consolidando el crédito vigente más el crédito Yapita o Ayni de manera de establecer una cuota de amortización del crédito consolidado acorde con su capacidad de pago. Para este fin debe cumplirse con lo establecido en la política de crédito de que el cliente cuando menos haya amortizado el 30% del plan de pagos del crédito vigente.

Este proceso garantiza una evaluación exhaustiva y responsable de las solicitudes de los créditos Yapita y Ayni, asegurando que se ajusten a la capacidad de pago del cliente y que las decisiones se basen en información actualizada, promoviendo una gestión de créditos alineada con las políticas de IMPRO IFD.

5.23.6. Desembolso del crédito

Por la naturaleza de las operaciones de Yapita y Ayni, No se requiere en el desembolso de reconocimiento de firmas. Se debe actualizar las centrales al momento de desembolso si así amerita según la información de actualización enviada a la institución, en caso de haber

82

POLÍTICA DE CRÉDITOS

Solo para clientes con excelente comportamiento de pago dentro de IMPRO IFD.

5.23.3. Definición

YAPITA y AYNi, se Define como un premio para aquellos clientes que han cumplido correctamente sus obligaciones con IMPRO IFD, mismos que son potencialmente habilitados para beneficiarse con estos dos productos, siempre que no hayan conluido una nueva obligación. Estos créditos serán aprobados a sola firma.

5.23.4. Condiciones del crédito

Clientes con buen comportamiento de pago en su crédito original. Hasta la fecha de solicitar este préstamo Yapita y Ayni.

Para la presente operación, A la fecha de evaluación, todo crédito Yapita y Ayni deberá ser consultado al Buró de Información (BI), de Crédito Central de Información Crediticia (CIC), SEGIP, PEP, CIC (histórico) y CPOP de la ASFI. Y debe ser archivada en medio magnético a disposición de la Unidad de Riesgos, Auditoría Interna, Auditoría Externa, ASFI.

Si el crédito original participo el conyugue, para esta operación solo firma el titular, pero es obligación del oficial consultar del conyugue al Buró de Información (BI) y a la Central de Información Crediticia (CIC) y CPOP de la ASFI. Archivada en la carpeta y sujeta a análisis en la evaluación.

Para la no participación del conyugue el o la titular debe firmar una declaración preimpresa en la actualización de la declaración donde mencione que su conyugue tiene conocimiento de esta operación de crédito.

5.23.5. Proceso de evaluación

Se procederá a evaluar las solicitudes de los créditos Yapita y Ayni, dicha evaluación deberá de actualizar los pasivos y los gastos, considerando el análisis del crédito original. Así mismo adjuntar en la carpeta del cliente, según el instrumento para este tipo de operaciones.

81

POLÍTICA DE CRÉDITOS

nuevas operaciones de crédito en el sistema el cliente no será beneficiado con la operación de crédito Yapita y Ayni. En todo caso podrá sujetarse al punto 28.5 inciso b. de la presente política.

5.23.7. Seguimiento

Por la naturaleza de esta operación de crédito, el destino y plazo no amerita seguimiento. Los casos excepcionales, deben ser necesariamente consultados y aprobados única y exclusivamente por Gerencia General. Queda prohibido aprobar y desembolsar créditos Yapita y Ayni con destino a la amortización de cuotas de créditos vencidos.

5.24. Transitorias

Dando cumplimiento a la CIRCULAR ASFV/669/2021 de fecha 14-01-2021 Tratamiento de Refinanciamiento y/o Reprogramación de créditos con cuotas diferidas con Periodo de Gracia y a la Circular ASFI /DNP/CC-13514/2022 Tratamiento de Reprogramación de operaciones de crédito a prestatarios, IMPRO IFD elabora el Manual de Procesos y Procedimientos de Refinanciamiento y/o Reprogramación de Créditos que fueron beneficiados con el diferimiento de sus cuotas.

Así también, cumpliendo con la CIRCULAR ASFI/DNP/CC-13514/2022 de fecha 11-11-2022 Tratamiento de Reprogramación de operaciones de crédito a prestatarios, se implementa la misma cumpliendo con lo estipulado y bajo los términos enmarcado en la presente, la cual estipula, que se deberá atender y analizar las solicitudes de reprogramación de aquellos prestatarios de sectores que hubiesen sido afectado en su actividad económica por la coyuntura actual acaecida en el país, evaluándolos de manera individual en función a una valoración de la situación y afectación particular de cada caso, considerando su nueva capacidad de pago y sus perspectivas futuras del nivel de ingresos percibidos.

Para el cumplimiento emitido por el Ente Regulador serán adecuadas las normativas referentes a las reprogramaciones.

6. PROHIBICIONES

83

6.22. 2S – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Mecanismos para la evaluación de satisfacción de los clientes en cuanto a los servicios financieros y la atención proporcionada.

IMPRO IFD
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
GESTIÓN 2024

SEXO (F) (M)

1. ¿Cuánto tiempo lleva como cliente de IMPRO IFD?

a.

N°	Pregunta	Bueno	Regular	Malo
2	¿Cuál es su nivel de satisfacción general con los servicios financieros ofrecidos por nuestra institución ?			
3	¿Cómo calificaría la transparencia en la información brindada por nuestra institución financiera?			
4	¿Qué tan efectivos cree que son los servicios financieros que ofrecemos para mejorar la calidad de vida de las personas más necesitadas y sin acceso a servicios financieros?			
5	¿Cómo calificaría la atención recibida por nuestro personal de servicio al cliente?			
6	Por favor califique la comodidad y accesibilidad de las instalaciones de IMPRO IFD.			

7	Por favor califique el trato del personal de IMPRO IFD.			
8	Por favor califique la seguridad de IMPRO IFD.			

N°	Pregunta	Sí	No
9	¿Recomendaría nuestro servicio financiero a otras personas?		
10	¿Considera que IMPRO IFD contribuyó a una mejora en su calidad de vida?		
11	¿El tono del personal de IMPRO IFD le hace sentir confianza para realizar toda clase de consulta?		
12	¿IMPRO IFD contribuye al desarrollo de su ciudad, localidad o comunidad?		
13	¿IMPRO IFD le orienta adecuadamente cuando no conoce algún servicio ?		
14	Durante el último año, ¿presentó algún reclamo en IMPRO IFD?		

15. En caso de contestar "Sí" a la pregunta 14, por favor, indique la causa de su reclamo.

a.

16. ¿Qué zona / barrio / calle de La Paz sugiere usted para que IMPRO IFD apertura?

a.


IMPRO
 INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES Y ESTADÍSTICAS

Resultado encuestas 2024

SEXO		
Hombres	Mujeres	Total
85	105	190
45%	55%	100%

NIVEL DE SATISFACCIÓN				
HOMBRES				
BUENO	REGULAR	MALO	NO SABE / NO RESPONDE	
18	15	2	1	
MUJERES				
BUENO	REGULAR	MALO	NO SABE / NO RESPONDE	
24	24	1	1	
TOTAL				
BUENO	REGULAR	MALO	NO SABE / NO RESPONDE	
42	39	3	2	
22%	22%	2%	1%	

TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN				
HOMBRES				
BUENO	REGULAR	MALO	NO SABE / NO RESPONDE	
18	15	2	1	
MUJERES				
BUENO	REGULAR	MALO	NO SABE / NO RESPONDE	
24	24	1	1	
TOTAL				
BUENO	REGULAR	MALO	NO SABE / NO RESPONDE	
42	39	3	2	
22%	22%	2%	1%	

EFFECTIVIDAD DE LOS SERVICIOS <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				
CALIFICACIÓN DE ATENCIÓN DEL PERSONAL <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				
RECOMENDACIÓN DE NUESTROS SERVICIOS A OTRAS PERSONAS <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				

COMODIDAD Y ACCESIBILIDAD DE NUESTRAS INSTALACIONES <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				
PRESENTACIÓN DE RECLAMOS <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				
CALIFICACIÓN DE LA SEGURIDAD EN IMPRO IFD <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				

¿CONSIDERA QUE IMPRO IFD HA MEJORADO SU CALIDAD DE VIDA? <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				
¿EL TONO DE NUESTRO PERSONAL LE HACE SENTIR CONFIANZA PARA HACER CONSULTAS? <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				
¿IMPRO IFD CONTRIBUYE AL DESARROLLO DE SU COMUNIDAD? <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				

CALIFICACIÓN DEL TRATO DEL PERSONAL DE IMPRO IFD <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				
¿IMPRO IFD LE ORIENTA ADECUADAMENTE CUANDO NO CONOCE UN SERVICIO? <table> <tr> <th>HOMBRES</th><th>REGULAR</th><th>BUENO</th><th>NO SABE / NO RESPONDE</th></tr> <tr> <td>18</td><td>15</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr> <th>MUJERES</th><td>24</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <th>TOTAL</th><td>42</td><td>3</td><td>2</td></tr> <tr> <td>22%</td><td>2%</td><td>1%</td><td>1%</td></tr> </table>				HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE	18	15	2	1	MUJERES	24	1	1	TOTAL	42	3	2	22%	2%	1%	1%
HOMBRES	REGULAR	BUENO	NO SABE / NO RESPONDE																				
18	15	2	1																				
MUJERES	24	1	1																				
TOTAL	42	3	2																				
22%	2%	1%	1%																				

6.23. 3S – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Número de reclamos, porcentaje de quejas resueltas y adopción de medidas correctivas.

INFORME PUNTO DE RECLAMO
NºRPD - 076/96/00/2023

La Paz, 23 de marzo de 2023.

a) **Reclamante:** Sra. Genta
Dr. (Sra.) Julia Viviana Aducci

GERENTE GENERAL
ENCARGADA DEL PUNTO DE RECLAMO

RDP - INFORME ANÁLISIS DE GESTIÓN DEL PUNTO DE RECLAMO - GESTIÓN 2023

En cumplimiento a la Resolución de Normas para Servicios Financieros, Libro IV, Título I, Capítulo I, Sección II y en particular 2, inciso i), se da a conocer la información del Punto de Reclamos (PR) correspondiente a la gestión 2023.

1) **Resumen estadístico de los reclamos atendidos en la gestión 2023, de acuerdo a la tipificación de reclamos establecidos en el Módulo Informático Punto de Reclamos y con las observaciones cualitativas que la entidad superadora considere necesarias durante:**

- Durante la gestión 2023, se han dado respuesta a **PRIMERA INSTANCIA**, los cuales fueron atendidos de acuerdo a la siguiente normativa ADP según el siguiente cuadro que describe la tipología y su porcentaje.

Tipo de Reclamo	Primer Instancia	Segunda Instancia	Tercera Instancia	Cuarta Instancia	Total	%
Atendidos	18	1	0	0	19	100%
No Atendidos	0	0	0	0	0	0%
Total	18	1	0	0	19	100%

[*] En la tipología "OTROS" se consideran lo siguientes:

- Reclamos de personas que no son clientes o usuarios de nuestra entidad financiera;
- Participación general de la población que fueron atendidos y solucionados los reclamos en primera instancia;
- Reclamos en Crédito Inicial por una participación del 39%, Colateralismo por una participación de 30%, Banca Comunal con una participación del 13%. Otros representando el 12% de participación.

[illegible][illegible]

03/07/2017	22/07/2017	REGLAS LÍNEAS AEREA BOLIVIA	0000001	04/08/2017	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas. Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.
03/08/2017	20/08/2017	LA PAZ - LIMA - LA PAZ	0000002	04/09/2017	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas. Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.
03/09/2017	22/09/2017	REGLAS BOLIVIA LINEA AEREA	0000003	04/10/2017	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas. Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.
03/10/2017	02/11/2017	REGLAS LINEA AEREA BOLIVIA	0000004	03/12/2017	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas. Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.
03/12/2017	04/01/2018	REGLAS LINEA AEREA BOLIVIA	0000005	03/02/2018	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas. Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.
03/03/2018	04/03/2018	REGLAS LINEA AEREA BOLIVIA	0000006	03/04/2018	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas. Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.
03/05/2018	04/05/2018	REGLAS LINEA AEREA BOLIVIA	0000007	03/06/2018	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas. Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.
03/07/2018	04/07/2018	REGLAS LINEA AEREA BOLIVIA	0000008	03/08/2018	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas. Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.

• A continuación, se detalla los 6 requerimientos registrados con su respectiva solución:

FORMULARIO UNICO DE REQUERIMIENTOS

FECHA RECEPCION	FECHA DE RESOLUCION	NOMBRE Y APELLIDOS	REQUERIMIENTO	FECHA DE RESOLUCION	DETALLE DEL REQUERIMIENTO	DETALLE DE RESOLUCION
05/07/2017	05/07/2017	JOSE MARIA GARCIA GARCIA	REQUERIMIENTO	07/07/2017	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.	Se informa a los pasajeros de la compañía aérea que, debido a un cambio de horario, el vuelo 3000 de la línea aérea Boliviana, que sale de La Paz a las 18:00 horas, se retrasa a las 19:00 horas.

[illegible]

• **IMPROVIO** (con el Politécnico de Puerto de Asunción deliberadamente aprobados por Dirección de Control de Calidad) ha mejorado la satisfacción y la confianza vigentes de ASISA.

• **IMPROVIO** (con todos los departamentos) ha mejorado el desempeño del Puerto de Asunción debido a los clientes y usuarios, cumpliendo la "Guía de Aplicación Técnica para Identificación del Punto de Contacto de los Entendidos Familiares", y el cual el cliente puede acceder fácilmente a presentar sus reclamos.

• Se ha designado un personal por persona, el cual se encuentra debidamente capacitado para presentar automáticamente este servicio, cuando solicitan en el departamento de Educación Financiera el cliente de la terminal de Puerto de Asunción.

Para aquellos clientes que se encuentran en desacuerdo con la respuesta emitida por **IMPROVIO**, el personal designado del RH, informa al cliente que podrá acudir ante la Deliberación del Consejo de Administración de ASISA a presentar su reclamo en segunda instancia, el cual se forma automáticamente a la hora solicitada y se reclamo ya sea favorable para la institución o para el cliente.

CONCLUSIONES:

- Durante la gestión 2016 se tuvo 23 reclamos de Primera Instancia, 6 requerimientos los cuales fueron solucionados al 100 %
- Durante la gestión 2016 se tuvo 3 reclamos de Segunda Instancia.
- Cabe mencionar que a partir de la implementación de la Sistema de Fomento y el Resto de inicio de generanciales ASISA, los reclamos son registrados y categorizados al sistema Modalidad-Indicadores de Puerto de Asunción, como también existen un archivo físico a disposición de los clientes y usuarios.
- Asimismo, con los avances de la implementación de la versión 2.0.0 de acuerdo a la política normativa ASISA.
- Asimismo, se va a contar la capacitación y observación de nuestros clientes ya que esto puede resultar en mejoras a nuestra institución.

Es todo en cuanto informo para su respectiva evaluación.

Atentamente,


María del Socorro López
Gerente General
IMPROVIO - 2016

CL/2016

6.24. 1A – CONCIENCIA AMBIENTAL

Gestión para el ahorro en cuanto a energía y agua.



6.25. 2A – CONCIENCIA AMBIENTAL

Gestión de residuos producto de los servicios y productos que prestan. / Desglose de los gastos e inversiones ambientales.

- Actualmente, IMPRO IFD no cuenta con políticas ni procedimientos específicos para la gestión de residuos ni para la optimización del uso de recursos hídricos o eléctricos.
- No se registraron gastos ni inversiones en proyectos o actividades vinculadas al medio ambiente durante la gestión 2024.

6.26. 3A – CONCIENCIA AMBIENTAL

Desglose de productos financieros destinados a fomentar la implementación de tecnologías para preservar el medio ambiente.

- La institución no dispone actualmente de productos financieros enfocados en la promoción de tecnologías verdes; sin embargo, se encuentra en proceso de planificación para implementar el SARAS (Sistema de Administración para la medición de Riesgos Ambientales y Sociales) en nuevos productos crediticios.

6.27. 1N – CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Monto y número de sanciones pecuniarias pagadas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa.

[illegible]

		   	
NIT: 10201-40300 Comprobante de Transferencia a Terceros o Otros Bancos Número operación: 80002764681 Fecha: 10/08/2024 Código seguridad: 03060485987 Hora: 14:20:55			
Tarjetas:	BOLTA30		
Dati:	Cuenta corriente y cuales 30730		
Cuenta origin:	007010210 (Ca-Caja Corrientes)		
Número:	80002		
Cuenta destino:	AUTORIZACIÓN DE PAGAMENTO DEL SISTEMA FINANCIERO - MULTAS - Banco Unión		
Nombre:	AUTORIZACIÓN DE SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO - MULTAS		
Monto transferido:	BOLTA30		
Concepto:	1.000.000.000		
Apellido de la beneficiaria:	COPIA DE AUTORIZACIÓN PARA CANCELAR LA MUESTRA DE ALIMENTOS		
Motivo de la transacción:	ASFI-MULTA 31.08.2024 1345		

La Pto. S de septiembre de 2024
CARTA CIRCULAR/ASFI/DEPCC-1043/2024

Sujetos
ENTIDADES DE INTERMEDIANCIÓN FINANCIERA Y EMPRESAS DE SERVICIOS FINANCIEROS COMPLEMENTARIOS
Presente.

REF: TRAMITE N° 1-90371859 PRESIDENTE INCUMPLIMIENTO EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN PERIÓDICA CON CORTE AL 31/08/2024

Señores,

En el marco de lo dispuesto en el Reglamento del Régimen de Sanciones Administrativas de la Ley N° 303 de Sanación Financiera, aprobado con Decreto Supremo N° 4785 el 12 de junio del 2022, el Reglamento para el Envío de Información Interiores en las Calificaciones N° 10, respectivamente, del Título 2, artículo 2º de la Resolución de la Unidad de Supervisión Financiera (USF) N° 001-2024, se le informa que por incumplimiento de las entidades sujetas a la presente, se otorgó el presunto incumplimiento de las entidades sujetas al envío de información periódica.

Al respecto, tomando en cuenta lo establecido por los Artículos 4º y 5º, Sección 2 del Reglamento de Aplicación de Multas por Retraso en el Envío de Información, en el punto número de cinco (5) tales fallas administrativas de recibir la presente, dentro del control del observancia a jurisdicción mediante nota formal en medio físico, impreso o en formato electrónico (formato digitalizado), a través de la Ventanilla Única, conforme lo establecido por el Reglamento para la Entidad de Correspondencia, contenido en el Capítulo II, Título 5, Libro IV de la RDSF.

Debido las participaciones u observaciones, estas debían ser comunicadas utilizando el Formulario de Evaluación y Asesoría de Presunta Incumplimiento al cual se encuentra disponible para su descarga en la dirección URL:

[https://www.asfi.gob.bo/informacion/interior/interior.aspx?ID=1043&IDC=1043](#)

En caso de presentar la respuesta en forma física, la entidad debe adjuntar en forma impresa el cuadro formulario y el correspondiente pago, si corresponde.

Asimismo, cuando la entidad respondiere en formato electrónico mediante digitalmente, deberá adjuntar el archivo actualizado contenido el citado formulario y, si corresponde, copia de cumplimiento de pago en formato PDF.

Frente a ello, en caso de haber sido recibida el pago por las previsiones aseguradoras, los importes reportados en la Unidad del Fomento de Multas (UFM), y devueltos en moneda nacional en la cuenta corriente abierta en el área de cobros financieros, deben ser cancelados utilizando el valor de la UFV vigente a la fecha de pago publicada por el Fondo Central de Bolivia.

Atentamente,


Rafael Ángel Rodríguez
Presidente de la Unidad de Supervisión Financiera



cc: Se le indica
RECIBIDO Presidencia Banco Unión

Fig. 1 de 2

ASFI
AUTORIDAD SECTORIAL DE FISCALIDAD INTERNA

DETALLE DE PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN PERIÓDICA

Entidad: IMPRO 070

Presuntos incumplimientos en LRFV

Reporte	Fuente	Fecha Inicio	Fecha Fin	Fecha Contabilización (*)	Fecha Recaudación (*)	Días Retraso	Reporte (RPTV)
DET000077 - Sucu C/da	IMP000077	2024/01/01	2024/01/01	2024/01/01	2024/01/01	0	0
Total (RPTV)							00

(*) Fecha de emisión o cancelación del cupón de pago.
(*) Fecha de emisión o cancelación del cupón de pago.
(*) Fecha de emisión o cancelación del cupón de pago.

TABLA DE LA UNIDAD DE FOMENTO DE VIVIENDA

Impugnación de cupón de pago

10 de Septiembre de 2024 al 10 de Septiembre de 2024

10 de Septiembre de 2024 al 10 de Septiembre de 2024

FECHA	VALOR EN LA LRFV
11 de Septiembre de 2024	2,527,000
12 de Septiembre de 2024	2,526,000
13 de Septiembre de 2024	2,526,000
14 de Septiembre de 2024	2,526,000
15 de Septiembre de 2024	2,527,744
16 de Septiembre de 2024	2,527,744
17 de Septiembre de 2024	2,526,000
18 de Septiembre de 2024	2,526,000
19 de Septiembre de 2024	2,526,000
20 de Septiembre de 2024	2,526,000
21 de Septiembre de 2024	2,526,000
22 de Septiembre de 2024	2,526,000
23 de Septiembre de 2024	2,526,000
24 de Septiembre de 2024	2,526,000
25 de Septiembre de 2024	2,526,000
26 de Septiembre de 2024	2,526,000
27 de Septiembre de 2024	2,526,000
28 de Septiembre de 2024	2,526,000
29 de Septiembre de 2024	2,526,000
30 de Septiembre de 2024	2,526,000
1 de Octubre de 2024	2,526,000
2 de Octubre de 2024	2,526,000
3 de Octubre de 2024	2,526,000
4 de Octubre de 2024	2,526,000
5 de Octubre de 2024	2,526,000
6 de Octubre de 2024	2,526,000
7 de Octubre de 2024	2,526,000
8 de Octubre de 2024	2,526,000
9 de Octubre de 2024	2,526,000
10 de Octubre de 2024	2,526,000

BANCO CENTRAL DE BOLIVIA

AGENCIA DE POLÍTICA ECONÓMICA

SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y DE DESARROLLO EN LA BANCA CENTRAL

Letra Chupa

Entidad el:

Fernando Gutiérrez <fgutierrez@prologbo.gov.bo>

Fecha:

Lunes, 10 de septiembre de 2024 17:27

Para:

mailto:bell@prologbo.gov.bo

Asunto:

Miguel Antonio Sola Sola: "Letra Chupa" <mailto:bell@prologbo.gov.bo>
[Re: TRAMITE # 1-30037859.24 - PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN CON CORTE AL 31/08/2024]
[Re: TRAMITE # 1-30037859.199. PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS AL 31/08/2024]

Detalles adjuntos:

Señores

ASFI

Presente:

RE: [Re: TRAMITE # 1-30037859.199]

Re: - PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN CON CORTE AL 31/08/2024

Desde cumplimiento a su nota (Corte: Carta Circular ASFI/DFIPEC-130432024 de fecha 05 de septiembre de 2024), hemos hecho el archivo que contiene los siguientes formularios (debidamente llenados):

- FORMULARIO DE EVALUACIÓN DE PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN.
- FORMULARIO DE ACTIVACIONES POR PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN.

En otra particular, adjunto a usted:

Fernando Gutiérrez Alférez

Correo de Remite

Oficina Correo

IMP000070

Tel: 04430400 - 348416 - 348300

Celular: +591 67482212

Correo: bell@prologbo.gov.bo

Web: www.prologbo.gov.bo

La Paz, Bolivia

Adjunto:

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

ASFI
22 MAR 2024
La Paz, 22 de Marzo de 2024
IMPRO - 090/04/0001/2024

Señora:
Lic. Ivette Espinosa Viquez
DIRECTORA GENERAL EJECUTIVA A.L.
AUTORIDAD DE SUPERVISON DEL SISTEMA FINANCIERO - ASFI
Presente:

REF: TRÁMITE N° T-190729093
PRELUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN CON CORTE AL 29/02/2024.

Señor Director:
Por medio del presente correo electrónico se le notifica la Carta Circular ASFI/009/CC-3635/2024 de fecha 14 de marzo de 2024, referente a presuntos incumplimientos en el envío de información con corte a 31/03/2024, haciendo llegar la siguiente documentación:

- Se adjunta el comprobante de transferencia N° 0020479904 de fecha 23/03/2024 del Banco BISA S.A. abonado a la cuenta corriente N° 1-4078932 (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero - Multas del Banco Unión S.A., la suma de \$804,28 (ochocientos Cuarenta y Seis 28/100 Bolivianos), por concepto de seis multas por incumplimiento en envío de información periódica.

De esta forma damos cumplimiento a lo determinado por su Autoridad, adjuntando los formularios respectivos al correo multas@asfi.org.bo.

Sin otro particular, saludamos a usted.

Atentamente,

Yvonne Candori Vajra
Analista de Riesgo
Asesoría de Riesgo

Adjunto a este correo electrónico se adjunta el comprobante de pago en formato PDF.

Formulario de Evaluación de Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información
Formulario de Justificación por Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información

Formulario de Evaluación de Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información
Formulario de Justificación por Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información

banco bifa
MOT-1000140002

Comprobante de Transferencia a Terceros u Otros Bancos

Forma de pago: TRANSFERENCIA
Código de pago: 0001-00000000
Fecha: 2024/03/24
Hora: 15:07:23

Transferencia: \$804,28
De: Multas del Banco Unión S.A.
Cuenta origen: 30780-0013 (Bic Cta. Corriente)
Cuenta destino: IMPRO
Código de destino: AUTOSUPERVISON DEL SISTEMA FINANCIERO - MULTAS Banco Unión
Número: AUTOSUPERVISON DEL SISTEMA FINANCIERO - MULTAS
Monto transferido: \$804,28
Cuenta destino: 0001-00000000
Código de destino: AUTOSUPERVISON DEL SISTEMA FINANCIERO - MULTAS Banco Unión
Nota de la transferencia: ASFI, MULTA AL 29.02.2024-0000

La Paz, 14 de marzo de 2024
CARTA CIRCULAR ASFI/009/CC-3635/2024

Señores:
ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA Y
EMPRESAS DE SERVICIOS FINANCIEROS COMPLEMENTARIOS
Presente

REF: TRÁMITE N° T-190729093
PRELUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN PERIÓDICA CON CORTE AL 29/02/2024

Señores:
En el marco de lo dispuesto en el Reglamento del Régimen de Sanciones Administrativas de la Ley N° 339 de Servicio Financiero, ajustado con Decreto Supremo N° 4755 de 13 de julio de 2022, el Reglamento para el Envío de Información, así como por el Reglamento de Sanciones de Multas por Incumplimiento en el Envío de Información, previstos en los Capítulos II y IV, respectivamente, del Título II, Libro 9° de la Recopilación de Normas para el Servicio Financiero (RNSF), se adjunta a la presente, el detalle de presuntos incumplimientos de las entidades sujetas a la presente, en el envío de información periódica.

Al respecto, tomando en cuenta lo establecido por los Artículos 4° y 9°, Sección 2 del Reglamento de Sanciones de Multas por Incumplimiento en el Envío de Información, en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles administrativos de recibida la presente, deben comunicarse sus observaciones o justificaciones mediante nota formal en medio impreso o en formato electrónico firmado digitalmente, a través de la Ventanilla Virtual, conforme al establecido por el Reglamento para el Envío de Información, contenido en el Capítulo I, Título I, Libro 9° de la RNSF.

Señores las justificaciones u observaciones, estas deben ser comunicadas utilizando el "Formulario de Evaluación y Justificación de Presuntos Incumplimientos" el cual se encuentra disponible para su descarga en la dirección: www.asfi.org.bo

Adjunto a este correo electrónico se adjunta el comprobante de pago en formato PDF.

Formulario de Evaluación de Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información
Formulario de Justificación por Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información

ASFI
DETALLE DE PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN PERIÓDICA

Entidad: IMPRO IFD

Presuntos Incumplimientos en UPV

Reporte	Fecha Corte a Devolver	Fecha Recepción	Días Retraso	Monto (UPV)
ASFI - Información general de Presuntos Incumplimientos	29/02/2024	29/02/2024	0	0
ASFI - ASFI - Información general de Presuntos Incumplimientos	29/02/2024	29/02/2024	0	0
ASFI - ASFI - Información general de Presuntos Incumplimientos	29/02/2024	29/02/2024	0	0
Total (UPV)				0

Se adjunta el comprobante de pago en formato PDF.

Formulario de Evaluación de Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información
Formulario de Justificación por Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información

Señores:
ASFI
Presente:

REF: TRÁMITE N° T-190729093
PRELUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN CON CORTE AL 29/02/2024

Señores:
En el marco de lo dispuesto en el Reglamento del Régimen de Sanciones Administrativas de la Ley N° 339 de Servicio Financiero, ajustado con Decreto Supremo N° 4755 de 13 de julio de 2022, el Reglamento para el Envío de Información, así como por el Reglamento de Sanciones de Multas por Incumplimiento en el Envío de Información, previstos en los Capítulos II y IV, respectivamente, del Título II, Libro 9° de la Recopilación de Normas para el Servicio Financiero (RNSF), se adjunta a la presente, el detalle de presuntos incumplimientos de las entidades sujetas a la presente, en el envío de información periódica.

Al respecto, tomando en cuenta lo establecido por los Artículos 4° y 9°, Sección 2 del Reglamento de Sanciones de Multas por Incumplimiento en el Envío de Información, en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles administrativos de recibida la presente, deben comunicarse sus observaciones o justificaciones mediante nota formal en medio impreso o en formato electrónico firmado digitalmente, a través de la Ventanilla Virtual, conforme al establecido por el Reglamento para el Envío de Información, contenido en el Capítulo I, Título I, Libro 9° de la RNSF.

Señores las justificaciones u observaciones, estas deben ser comunicadas utilizando el "Formulario de Evaluación y Justificación de Presuntos Incumplimientos" el cual se encuentra disponible para su descarga en la dirección: www.asfi.org.bo

Adjunto a este correo electrónico se adjunta el comprobante de pago en formato PDF.

Formulario de Evaluación de Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información
Formulario de Justificación por Presuntos Incumplimientos en el Envío de Información



ASFI
28 JUL 2024
12:17

La Paz, 25 de Julio de 2024
IMPRO - IMPRO/0461/2024

Página 1/1

Señora
Lic. Irene Espinosa Vasquez
DIRECTORA GENERAL EJECUTIVA a.i.
AUTORIDAD DE SUPERVISION DEL SISTEMA FINANCIERO – ASFI
Presente.

REF.: TRANSITO Nº T-190734303

RE: PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN CON CORTE AL 30/06/2024.

Señor Director:

Por envío la presente damos la siguiente a su rollo Cto. Carta Circular/ASFI/049/ICC-10538/2024 de fecha 18 de Julio de 2024, referente a presuntos incumplimientos en el envío de información con corte a 30/06/2024, haciendo llegar la siguiente documentación:

- Se adjunta el cumplimiento de transferencia Nº 19311313403 del fecha 25/07/2024 del Banco BISA S.A. abonada a la cuenta corriente Nº 1-4578353 (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – Multas) del Banco Unión S.A., la suma de Bs 163,36 (Ciento Sesenta y Tres 96/100 Bolivianos), por concepto de seis multas por incumplimiento en envío de información periódica.

De esta forma damos cumplimiento a lo determinado por su Autoridad, adjuntando los formularios respectivos al correo multas@asfi.org.bo.

Sin otro particular, saludamos a usted.

Atentamente.



Mario A. Bola Castro
GERENTE GENERAL ASFI

ASFI-A-1740
El Asesor/a de Confidencialidad

Carta Circular y Carta ASFI/049/ICC-10538/2024
Documentación Adjunta: Cto. IMPRO/0461/2024

Del análisis realizado en cuanto a los presuntos incumplimientos constatados mediante el documento citado en la línea precedente, la entidad declara que:

1. Se adjunta el cumplimiento de transferencia Nº 19311313403 del fecha 25/07/2024 del Banco BISA S.A. abonada a la cuenta corriente Nº 1-4578353 (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – Multas) del Banco Unión S.A., la suma de Bs 163,36 (Ciento Sesenta y Tres 96/100 Bolivianos), por concepto de seis multas por incumplimiento en envío de información periódica.

En consecuencia, en el marco de lo establecido en el Artículo 7° del Reglamento de Ejecución de las Medidas de Multas por Retraso en el Envío de Información:

1. Se adjunta el cumplimiento de transferencia Nº 19311313403 del fecha 25/07/2024 del Banco BISA S.A. abonada a la cuenta corriente Nº 1-4578353 (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – Multas) del Banco Unión S.A., la suma de Bs 163,36 (Ciento Sesenta y Tres 96/100 Bolivianos).

por un total de Bs 163,36 (Ciento Sesenta y Tres 96/100 Bolivianos).

En consecuencia de lo cual se adjunta:

El cumplimiento Nº 19311313403 del pago de transferencia realizada (a) el 25 de Julio de 2024 en la suma antes mencionada a la cuenta corriente Nº 1-4578353 del Banco Unión S.A. a la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – Multas.

FORMULARIO DE EVALUACIÓN DE PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN.

Identificación Presunta Incumplimiento	Tipos	Presunta Multa	Presunta Multa	Presunta Multa	Presunta Multa
		Presunta Multa	Presunta Multa	Presunta Multa	Presunta Multa
000001 INCUMPLIMIENTO EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN	Presunta Multa	04/06/2024 (16:40)	04/06/2024 (16:40)	04/06/2024 (16:40)	04/06/2024 (16:40)

		
Comprobante de Transferencia a Terceros u Otros Bancos		
Número operado: 0037181463 Código requerido: 0404552356	Fecha: 20/07/2024 Hora: 10:54:18	
Transferencia: \$x/153,38		
Envío: Cuentas sujeta y mes 20/10/		
Cuenta origen: 20/07/2019 (De/Cta Corriente)		
Número: BMBIO		
Código destino: AUTORIDAD DE SUPERVISION DEL SISTEMA FINANCIERO - MLTAS - Banco Union		
Número: AUTORIDAD DE SUPERVISION DEL SISTEMA FINANCIERO - MLTAS		
Estado: BFA/000		
Cuota: \$350(venta)		
Detalle de la comisión: Cálculo de comisión según tarifa vigente en su otro débito al mes		
Importe de la transacción: ASFI MLTA 30/06/2024 Cta1058		

 REPÚBLICA DE BOLIVIA	 BOLIVIA	 ASFI	 ASFI
La Paz, 18 de julio de 2024 CANT. CIRCULAR/ANSP/DESPIC-1938/2024			
Señores ENTIDADES DE INTERMEDIOCIÓN FINANCIERA Y EMPRESAS DE SERVICIOS FINANCIEROS COMPLEMENTARIOS Presente			
REF: TRAMITE N° 17907434583 PREVISTO POR EL MARCO N° 1 EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN PERIÓDICA CON CORTE AL 30/06/2024			
Señores: En el marco de lo dispuesto en el Reglamento del Régimen de Sanciones Administrativas de la Ley N° 303 de Sanciones Administrativas, aprobado por Decreto Supremo N° 4751 de 13 de julio de 2022, el Reglamento para el Emisión de Información, así como por el Reglamento de Aplicación de Multas por Incumplimiento de Información, se le informa que el presente documento, en virtud de lo dispuesto en el artículo 17 del Libro 2° de la Recopilación de Normas para Servicios Financieros (RNPF), se adjunta a la presente, el detalle de procedimiento y cumplimiento de las unidades administrativas en el envío de información periódica. Al respecto, teniendo en cuenta lo establecido por las Artificas 4° y 2° Sección 2° del Reglamento de Aplicación de Multas por Incumplimiento en el Emisión de Información, en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles administrativos de recibida la presente, debe proporcionar sus observaciones y justificaciones mediante correo formal en el medio electrónico o en formato electrónico firmado digitalmente, a través de la "ventanilla virtual" conforme lo establecido por el Reglamento del Emisión de Información, contenido en el Capítulo I, Título II Libro 2° de la RNPF. Según las justificaciones u observaciones, estas deben ser comunicadas utilizando el "Formulario de Observación y Justificación de Presuntas Incumplimientos" al cual se encuentra disponible para su descarga en la dirección URL: https://www.asfi.gob.bo/informacion/FORMULARIO%20COMUNICACION%20OBSERVACIONES%20INCUMPLIMIENTOS%20INFORMACION%20PERIODICA%20JULIO%202024, la cual se puede acceder con el código QR adjunto.			
 Copia para el archivo	 2°	 Pág. 1 de 1	 Pág. 1 de 1
"2024 AÑO DE LA AVERTENCIA HACIA EL INCUMPLIMIENTO"			
 Dr. Luis Enrique Viqueza Director General Oficina General de Asesoría Jurídica del Poder Judicial			
"2024 AÑO DE LA AVERTENCIA HACIA EL INCUMPLIMIENTO"			


ASFI
 AUTORIDAD SECURITARIA
 FINANCIERA

DETALLE DE PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN PERIÓDICA

Entidad: **INTECO SFD**

Presuntos incumplimientos en UFI*

Reporte	Fecha CDP a Reportar	Fecha Plazo	Fecha de Recepción (2)	Fecha de Recepción (3)	Última Recepción	Importe (UFI)
0001-0001 Integral Suave	01/01/2019	01/01/2014 (1)		06/01/2019	N/A	00
Total (UFI):						00

(*) Aplicaciones o reportes recibidos por ASFI.

(1) Cuando se recibe el informe antes del día 01 del mes siguiente al mes, al que se refiere el informe.

(2) Cuando se recibe el informe antes del día 01 del mes siguiente al mes, al que se refiere el informe.

(3) Si no se presenta el informe.

5,113,123
200.000.000
06-16,5,24

Fecha y Hora: 2019/01/01 08:00

Pág. 1/1

[illegible]

gsp@improfd.org.bo

De: Enviado el
Para: CC:
Asunto:

Datos adjuntos:

gsp@improfd.org.bo
viernes, 26 de julio de 2024 5:07
"gsp@improfd.org.bo": "Llani Churpa"; "guiberte@improfd.org.bo"
RE: "TRAMITE N° 1-1907343331 - IM- PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVIO DE INFORMACION CON CORTIL AL INSD/DECI AL INSD/DECI"
TRAMITE N° 1-1907343333 PRES. INCUMPLIMIENTOS AL 30/06/2024.xlsx

Sofones
ASFI
Presenta-

RE: IM-TRAMITE N° 1-1907343331
IM-PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVIO DE INFORMACION CON CORTIL AL 30/06/2024

Realizo cumplimiento a nota Cita Correo Circular ASD/DECI 1038/2024 de fecha 18 de Julio 2024, haciendo llegar al actuario que contiene los siguientes formularios debidamente llenados

- FORMULARIO DE EVALUACIÓN DE PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVIO DE INFORMACIÓN,
- FORMULARIO DE JUSTIFICACIONES POR PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVIO DE INFORMACIÓN.

Sin otro particular, saludos a ustedes.

Atentamente,

Fernando Gutiérrez Aliaga
Correa de Rengas
Oficina Correo
INSD/DECI
TEL: 2480181 - 2486168 - 2481308
Celular: +591 85588222
e-mail: Gutierrezaliaga@improfd.org.bo
Web: www.asfipoli.org.bo
P. Cel. - Bolivia



banco bifa
NIT: 1020149020

[illegible]

FORMULARIO DE JUSTIFICACIONES POR PRESENTACION TARDIA EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN

Lizeth Churqui

La Paz, 19 de febrero de 2024
CARTA CIRCULAR/ASE/DEP/CC-2150/2024

[images/INT_FINANCIERA/DOCS/Manuales_Aplicativos/SCion/JustificacionEF.xlsx](#), a la que puede accederse con el



ASFI
AUTORIDAD DE SUPERVISIÓN
DEL SISTEMA FINANCIERO

de Documentos

[illegible]

bano

bia

MT-1308140002

Comprobante de Transferencia a Terceros u Otros Bancos

Número operación:

982121333

Código seguridad:

989097226

Fecha:

22/09/2024

Hora:

18:59:48

Transferencia:

Bu1.638.33

Sin:

Un mil sesientos treinta y ocho 330/100

Cuenta origen:

071001019 (Caja-Camara)

Motivo:

IMPRO

Cuenta destino:

AUTORIZADO DE SUPERVISON DEL SISTEMA FINANCIERO - MULTAS - Banco Inter

Moneda:

AUTORIZADO DE SUPERVISION DEL SISTEMA FINANCIERO - MULTAS

Monto transferencia:

Bu1.638.33

Cobertura:

0.00(Varia)

Firma de la comite:

Córeo de seguridad según vigente en un solo día al mes

Activo de la transacción:

MBT BIA TA 31-07-2024 11716

De:

Fernando Gutierrez

Envío de:

Fernando Gutierrez f.gut@proffils.gov.bo
Jueves, 22 de agosto de 2024 16:36
mailto:f.gut@gob.bo

CC:

"Mauricio Antonio Sola Castro"; "Liam Churruarín"; "valentin@improffils.gov.bo"

Asunto:

IM-TRÁMITES N° TI-1903358747 IM - PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN CON CORTE AL 31/07/2024.

Datos adjuntos:

TRAMITE MT-TI-1903358747 PRES. INCUMPLIMIENTOS AL 31.07.2024.xlsx

Señores ASFI

Presente.-

RIT.: TRAMITE MT-TI-1903358747
IM – PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN CON CORTE AL 31/07/2024.

Dirigido cumplimentado a su nota Cte. Carta Circular/ASFU/FOPUC/317N/2024 de fecha 13 de agosto de 2024, hacemos llegar el archivo que contiene los siguientes documentos debidamente firmados:

- FORMULARIO DE EVALUACIÓN DE PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN.
- FORMULARIO DE JUSTIFICACIONES POR PRESUNTOS INCUMPLIMIENTOS EN EL ENVÍO DE INFORMACIÓN.

Sin otro particular, saludamos a todos.

Fernando Gutierrez Aliaga

(Firma de Kleopas)

Oficina Central

IMPROM IFTD

Tel.: 2481501 – 2486166 – 2481100

Celular: +591 45388222

Correo: f.gutierrez@arg.bo

Web: www.improffils.gov.bo

L a Paz – Bolivia

Subcomisión de Microempresas Productivas

Instituto Plurinacional de Desarrollo

Nota de Confidencialidad: IMPROM IFTD desea informar que nunca solicita datos personales mediante cualquier enviado por correo electrónico. En caso de recibir un mensaje con estas características, le instamos a que desconfíe del correo y/o enlace que reporte información sobre la situación o tratamiento solicitado. Tanto los archivos adjuntos como este correo son de carácter confidencial y están destinados exclusivamente al o los destinatarios mencionados. Por lo tanto, cualquier reproducción electrónica o física debe limitarse estrictamente a fines institucionales. Si ha recibido este mensaje por error, le recordamos que el uso no autorizado de la información está prohibido; por ende, le solicitamos que se comunique de inmediato con el remitente y proceda a eliminar el correo correspondiente.



7. PUNTO DE ATENCIÓN



OFICINAS

La Paz

Oficina Central: Calle Manuel Ergueta N° 1741 Zona Tembladerani

Teléfonos: 2484616 – 2483081 – 2481500 - 76555796

E- mail: impro@improifd.org.bo

Web: www.improifd.org.bo

Oficina Miraflores: Av. German Busch N°1211 Zona Miraflores

Teléfonos: 78998298 – 70166129

El Alto

Oficina Rio Seco: Calle Puerto Alonzo N° 4015 Zona Brasil

Teléfonos: 2864246 - 70166013

E- mail: ielalto@improifd.org.bo

Oficinas Rurales

Localidad Huajchilla: Carretera principal Rio Abajo, Casa N° 24

Teléfono: 67734354 - 69709809

Localidad Achacachi: Calle Yanacocha N° 117

Teléfono: 70166272 - 78978602

LA PAZ - BOLIVIA