



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL
GESTIÓN 2018

SEMBRAR SARTAWI IFD
www.sembrarsartawi.org

Contenido	Pág.
INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 2018	3
ALCANCE DEL INFORME DE RSE	3
Contexto Normativo	3
Determinación del Grupo de Interés.....	4
Cliente Externo	4
Cliente interno.....	4
Inversores	4
Autoridades	4
INCORPORACIÓN DE LA RSE EN LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	4
LA DESCRIPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y DE LA POLÍTICA DE RSE	6
Gestión del Talento Humano	6
Ecoeficiencia.....	6
Servicios Integrales.....	6
Enfoque de género	7
RESULTADO DE LA IMPLEMENTACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA GESTIÓN DE RSE	7
Gestión de Talento Humano	7
Cultura Organizacional	7
Ecoeficiencia.....	8
Servicios Integrales.....	10
Asistencia Técnica Agropecuaria	10
Acceso a Mercados.....	12
Educación Financiera.....	13
Servicios de Salud Preventiva.....	14
Enfoque de Género	16
Cliente Interno.....	16
Cliente Externo	17
IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN DE RSE DENTRO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	19
DESCRIPCIÓN DE LA EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO CON RELACIÓN A LOS LINEAMIENTOS DE RSE	19
Rendición de Cuentas.....	19
Transparencia	20
Comportamiento Ético	21

Código de Ética	21
Normativa Laboral Interna	21
Respeto a los intereses de las partes interesadas.....	21
Respeto a las leyes	21
Respeto a los derechos humanos.....	21
Relación con los Compañeros de trabajo y la Oficina	21
Relación con los Clientes	22
Calificación de Desempeño RSE	22

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 2018

ALCANCE DEL INFORME DE RSE

El presente informe de Responsabilidad Social Empresarial se enmarca en la normativa 428/2016 para las entidades de intermediación financieras exigida por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI). Los resultados muestran lo ejecutado en la gestión 2018.

Contexto Normativo

Se elabora el presente informe de acuerdo con lo establecido en el Anexo 2, Capítulo II, Título I, Libro 10° de la RNSF. El contenido del Informe de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que elabore la entidad supervisada debe al menos contemplar los siguientes puntos:

- 1) Descripción de la incorporación de RSE en la planificación estratégica de la entidad.
- 2) Descripción del cumplimiento de los objetivos y de la política de responsabilidad social empresarial de la entidad.
- 3) Resultado de la implementación y mantenimiento de la gestión de responsabilidad social empresarial de la entidad
- 4) Forma en que la entidad supervisada dentro de su estructura organizacional ha implementado la gestión de la responsabilidad social empresarial.
- 5) Descripción de la evaluación del cumplimiento de la entidad con relación a los lineamientos de responsabilidad social empresarial.

Por otro lado, Sembrar Sartawi trabaja en base a los lineamientos establecidos en el Artículo 1°, Sección 2, Capítulo II, Título I, Libro 10° de la RNSF. La entidad supervisada debe observar al menos los siguientes lineamientos sobre RSE:

Lineamientos de la RSE					
Rendición de cuentas ante la sociedad en general	Transparencia	Componente ético	Respeto a los intereses de las partes interesadas	Cumplimiento de las leyes y normas	Respeto a los derechos humanos

Determinación del Grupo de Interés

Los grupos de interés determinados fueron los siguientes:

Grupo de interés	Características	Necesidades e intereses
Cliente Externo	Sembrar Sartawi tiene como clientela meta principalmente a la población rural con capacidad de generación de excedentes ligada primordialmente a cadenas agropecuarias, sin embargo, también se tiene clientela de las áreas urbana y periurbana de 7 de los 9 departamentos de Bolivia (excluyendo Pando y Beni).	Por norma se debe cumplir con los criterios del reglamento de protección al consumidor financiero, sin embargo, es preciso ir más allá, puesto que el cliente tiene interés en recibir Educación Financiera, Educación ambiental, Asistencia Técnica y otro tipo de Servicios Integrales ligados a la creación de buenas prácticas en el productor, que puedan a su vez repercutir en mejor desempeño de sus actividades económicas y por ende en mejor calidad de vida.
Cliente interno	Los funcionarios de la institución conocen y se comprometen con la misión social de la institución, y es a partir de ésta que desarrollan las tareas propias de su cargo.	Además de buscar incentivos a su trabajo, los funcionarios tienen necesidad de capacitación y formación constante, adecuadas a los cambios de contexto y a los requerimientos del sector.
Inversores	Sembrar Sartawi trabaja con una serie de financiadores (Fundaciones, Fondos, ONGs y Bancos) en función a los programas de asistencia técnica no reembolsable que éstos ofrecen, en relación con los objetivos sociales y lineamientos de la institución.	Los inversores necesitan ver reportes, informes o documentos informativos que reflejen de manera oportuna el impacto de la institución en mejora de la calidad de vida de sus clientes, en la sociedad y en el medio ambiente.
Autoridades	La Autoridad de Supervisión de Servicios Financieros (ASFI) es la principal y más cercana autoridad que cuenta con normativa y reglamentación que debe ser cumplida y exige además informes y documentos de respaldo de los mismos.	Es preciso cumplir con los requisitos que exige la autoridad, así como los informes y la documentación de respaldo.

INCORPORACIÓN DE LA RSE EN LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

El Plan Estratégico Institucional (2016-2018) define 4 ámbitos de análisis definidos mediante una descripción del contexto y un análisis participativo de las capacidades internas. Los ámbitos de análisis definidos por la Gerencia de Sembrar Sartawi son:

- Negocios (que velan por el crecimiento, control del riesgo, sostenibilidad y rentabilidad),
- Clientela (que analizan la satisfacción del cliente y el nicho de mercado),
- Procesos Internos (que incluye todo aquello que genera eficiencia y calidad en la oferta institucional) y
- Cultura Organizacional (que se refiere al trato de los recursos humanos y aquellas variables que diferencian a la organización).

Adicionalmente, a partir de lo establecido por la Norma 428/2016, el ámbito de Cultura Organizacional incluye desde mayo de 2017, un objetivo estratégico específico al enfoque de Función Social, con la inclusión de sus respectivos indicadores de cumplimiento.

El ámbito de Cultura Organizacional tiene asignados objetivos estratégicos e indicadores de cumplimiento que se orientan en responder a las necesidades e intereses de los Grupos de interés definidos, como se muestra en el cuadro a continuación:

AMBITO	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	RESULTADO OBTENIDO 2018	RESPONDE A LOS INTERESES DE:
CULTURA ORGANIZACIONAL	Fortalecer la gestión de recursos humanos mediante la adecuada contratación, retención, capacitación permanente, evaluación de conocimientos y desempeño del personal	Tasa anual de rotación de personal	35%	Cliente Interno
		Número de ciclos de capacitación en temas comerciales	32	Cliente Interno
		Número de ciclos de capacitación en temas administrativos - operativos	61	Cliente Interno
		Número de ciclos de capacitación en temas de cultura organizacional	1	Cliente Interno
	Fortalecer la aplicación del enfoque integral en la Organización mediante la búsqueda de empresas, asociaciones, ONG, con las que realizar convenios y alianzas estratégicas para su articulación.	Porcentaje de Clientes atendidos bajo la metodología integral (crédito agropecuario)	14%	Cliente Externo
		Porcentaje de reclamos atendidos = Número de reclamos atendidos/Número de reclamos registrados	100%	Cliente Externo
	Incorporar el enfoque de Función Social (definido por la ASFI) a las actividades de la institución	Porcentaje de capacitaciones que incluyen temas de calidad y calidez = Capacitaciones internas que incluyen calidad y calidez/Total Capacitaciones internas	50%	Cliente Externo
		Cumplimiento de metas del Programa de Educación Financiera presentado a la ASFI según canales de implementación = Metas realizadas/ Metas planificadas	100%	Cliente Externo
		Porcentaje de Cobertura de atención financiera Rural = Total de agencias rurales/Total de agencias	40%	Cliente Externo
		Atención financiera en zonas de menor densidad poblacional = Total Cartera en Agencias Rurales / Total Cartera	48%	Cliente Externo
		Servicios de pagos en el área rural = Número de Operaciones servicios financieros auxiliares por gestión ejecutados / Servicios Financieros Auxiliares planificados en la gestión	96%	Cliente Externo

En el ámbito de Procesos Internos se incluye a todas las variables, y especialmente procesos que permiten generar mayor eficiencia y calidad hacia los clientes, así como los retos de la regulación financiera:

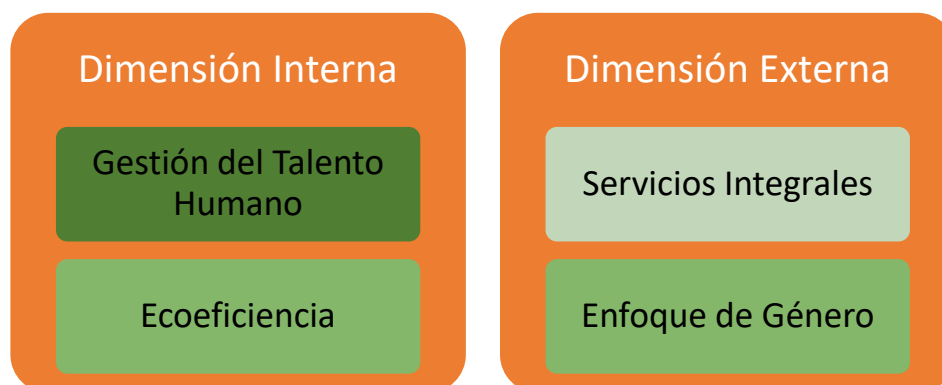
- Regulación.
- Nivel tecnológico, estandarización de procesos, control interno, generación y cumplimiento de manuales.
- Comunicación interna.

En el ámbito de Cultura Organizacional se analizaron las variables que forman parte de la cultura organizacional, dividido en tres aspectos:

- Recursos Humanos;
- Gestión de desempeño social y medio ambiental;
- Enfoque Integral de Atención al mercado agropecuario.

LA DESCRIPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y DE LA POLÍTICA DE RSE

Para cumplir con los objetivos de RSE, se han definido 4 ejes estratégicos para la dimensión interna (cliente interno) y la dimensión externa (cliente externo, financiadores y autoridades):



Gestión del Talento Humano

La Gestión de Talento Humano tiene como objetivo principal apoyar al logro de los objetivos institucionales apoyándose en la visión, misión y valores, por medio de respuestas eficientes a los cambios experimentados en el mundo laboral y en la sociedad en general. Dentro de este eje se encuentran las capacitaciones constantes, promociones y toda actividad o gestión que repercuta en la mejora de las condiciones de trabajo y clima laboral de nuestro recurso humano.

Ecoeficiencia

Este eje se refiere al componente de conciencia ambiental interno de la institución. Se constituye en el medio más adecuado para medir el desempeño ambiental y productivo de una institución. 2 elementos principales para su aplicación: 1) La adopción de un cambio en la cultura empresarial 2) El establecimiento de técnicas adecuadas para promover dichos cambios.

Servicios Integrales

Estos servicios están diseñados para promover el desarrollo integral en las áreas donde se encuentran nuestros Puntos de Atención Financiera (PAF), que benefician directamente a nuestros consumidores financieros e indirectamente a toda la comunidad. A través de nuestros productos financieros ligados a servicios complementarios, se ha logrado convocar a otros actores locales (Gobiernos Municipales, Empresas y Proveedores) para poder impulsar al pequeño productor, mediante la organización y puesta en marcha de diferentes actividades relacionadas con el fortalecimiento de sus conocimientos agropecuarios, el cuidado ambiental y la importancia de la salud.

Enfoque de género

Este enfoque está dirigido tanto para el cliente externo, como el cliente interno de la institución. Sembrar Sartawi promueve la equidad de género, permitiendo las mismas condiciones para hombres y mujeres, fomentando su desarrollo y estableciendo mecanismos que contribuyan al trato justo y equitativo.

Para poder medir estos 4 ejes estratégicos, Sembrar Sartawi ha desarrollado dos softwares propios que monitorean los indicadores relacionados a la gestión social y medioambiental de la institución.

- GEMA (Sistema de Gestión Medio Ambiental)
- MEDIS (Sistema de Medición de Desempeño e Impacto Social)

Durante la gestión 2018, se hicieron mejoras a estos sistemas, incorporando la interfaz de inteligencia de negocios y big data Tableau en el cálculo de los indicadores y la emisión de reportes.

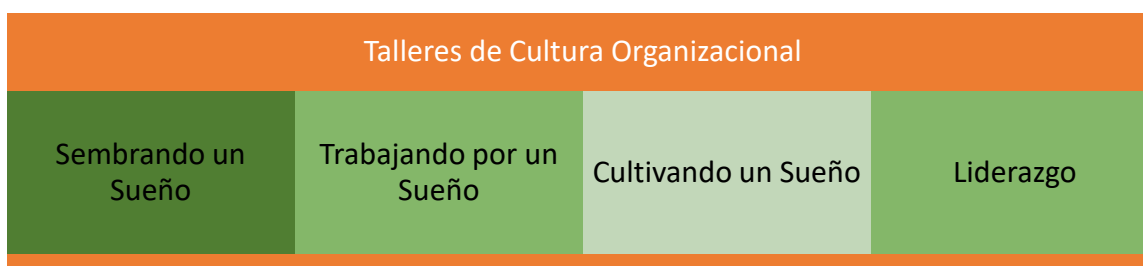
RESULTADO DE LA IMPLEMENTACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA GESTIÓN DE RSE

Gestión de Talento Humano

Cultura Organizacional

Sembrar Sartawi IFD, basa su gestión estratégica de Recursos Humanos en los valores de nuestra Cultura Organizacional, mismos que se inculcan y vivencian todos los días en la ejecución de nuestras labores cotidianas como miembros de la Institución.

Para la transmisión efectiva de nuestra Cultura Organizacional y la implementación de nuestro enfoque integral como Institución, se cuenta con 4 talleres de Cultura Organizacional:



Los objetivos de nuestros talleres de Cultura Organizacional son:

- Transmitir el sentido de la Misión y Visión Institucional y que al conocerlas podamos trabajar juntos para cumplirlas.
- Encontrar en los valores de Sembrar Sartawi IFD la representación de nuestros propios valores.
- La satisfacción de nuestros clientes internos al fortalecer el trabajo en equipo como el elemento primordial para la consecución de los objetivos institucionales.
- Romper Paradigmas para la mejora continua en nuestras operaciones.
- Cimentar el liderazgo positivo, basado en el trabajo en equipo.

Durante la Gestión 2018, se llevó a cabo 1 taller de Cultura Organizacional, en la ciudad de La Paz. La capacitación contó con la participación de 25 empleados, los cuales vinieron de diferentes agencias del departamento y personal de oficina nacional. Del total de participantes, 14 fue personal femenino (56%).

Durante la gestión 2018 se impartieron en promedio 34 horas de capacitación por empleado como promedio, en 72 módulos de capacitación impartidos bajo tres modalidades; virtual y presencial interna y externa; considerando los siguientes temas:

- Normativa Laboral y Ética
- Normativa crediticia
- Seguridad de la Información
- Riesgos
- Comercial: Ventas, CAEDEC, Cobranzas, 6Cs del Crédito, Conocimiento del Cliente
- Operaciones: Cajas, Giros y Remesas
- Punto de Reclamo y Consumidor Financiero
- Administración
- Prevención
- Otros: Tableau, software GIRAS, Redes Sociales

Ecoeficiencia

La visión central de la Ecoeficiencia se puede resumir en “producir más con menos”, utilizando menos recursos en el proceso productivo, reduciendo la generación de residuos y desechos, y atenuando la contaminación.



A partir de agosto de 2016, Sembrar Sartawi IFD implementa el **Plan Nacional de Ecoeficiencia** cuyo objetivo es favorecer el uso racional de los recursos y la minimización de energía, tanto en la gestión como en la administración de la actividad institucional. La coordinación y seguimiento a la implementación del Plan está a cargo de personal de la Oficina Nacional, quienes reportan el seguimiento ante los ejecutivos y directorio de la Institución.

Como resultado de la implementación del Plan de Ecoeficiencia, durante la gestión 2018 el gasto en los 4 rubros descritos fue de Bs. 162 mil menos que el de la gestión 2017, lo que equivale a un 7.34% menos. Asimismo, el gasto promedio por funcionario se redujo en 1.5%. El mayor gasto promedio por funcionario se da en las agencias de Santa Cruz, debido al consumo de energía para los aparatos de aire acondicionado. Lo importante de este resultado es que la tendencia de gasto es a la baja, es decir, se continúa reduciendo el consumo de estos recursos mediante un uso más eficiente de los mismos.

Gráficos 1: GEMA Ecoeficiencia: Total Gasto Anual y Mensual en Servicios Públicos, Papelería y Combustible

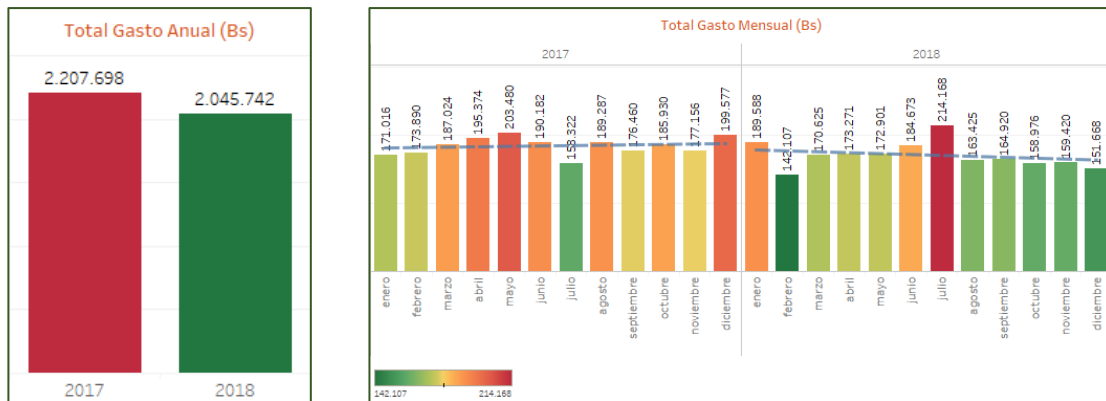
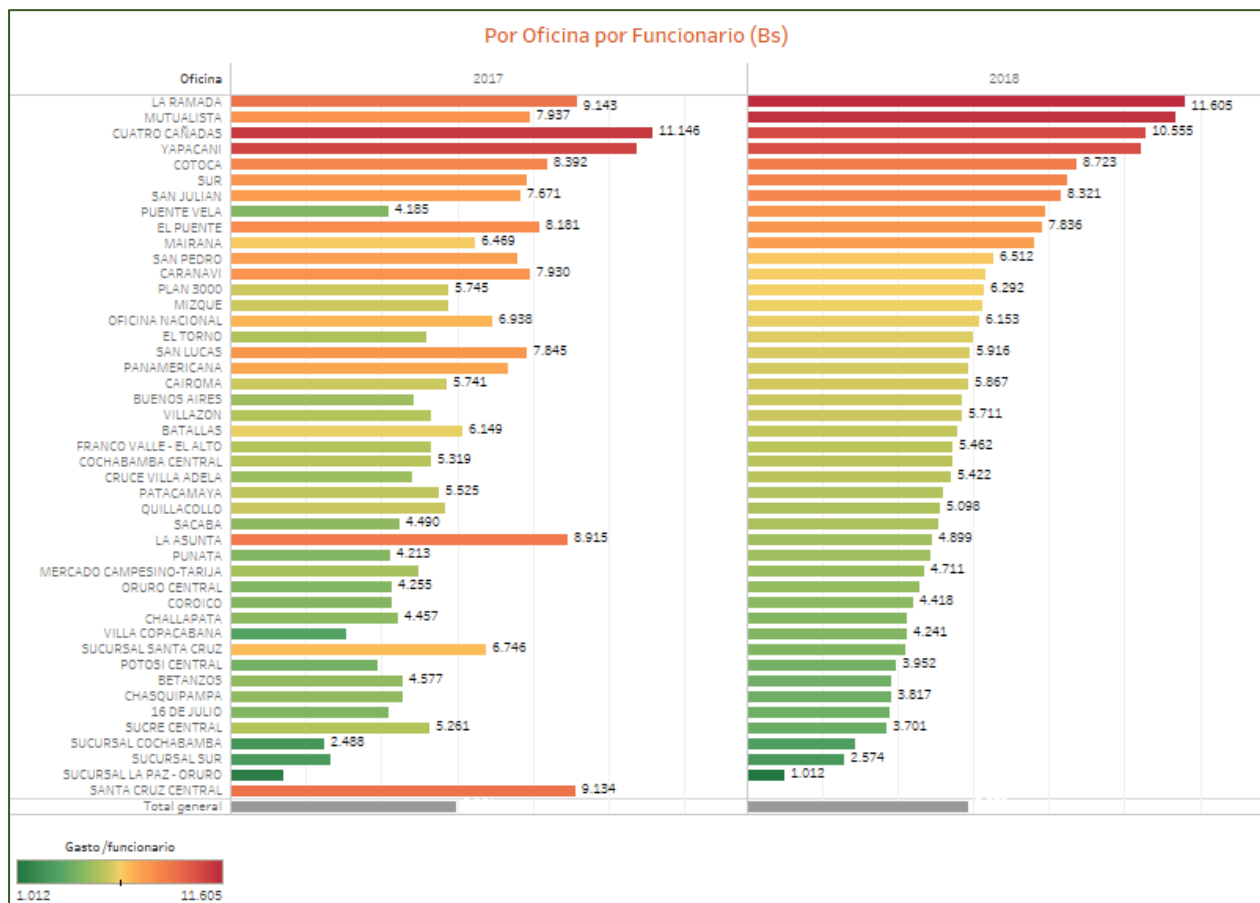
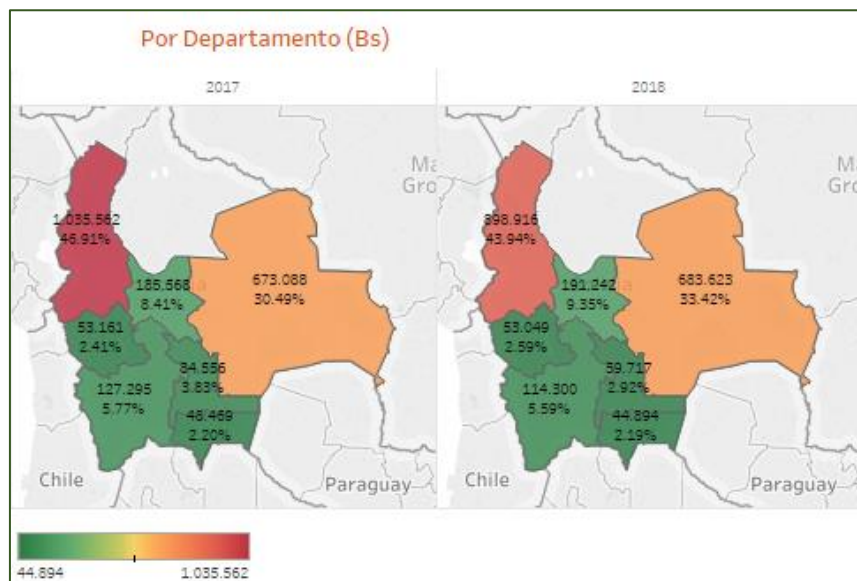


Gráfico 2 Gasto por Funcionario por Agencia



Asimismo, el gasto por departamento, a excepción de Cochabamba y Santa Cruz, se redujo en la gestión 2018 en comparación con la 2017. Los departamentos que tienen mayor consumo son La Paz y Santa Cruz, dado que tienen la mayor proporción de cartera.

Gráfico 3 Gastos Por Departamento



A partir de estos resultados, se continuará trabajando en la concientización de nuestro personal para consolidar una cultura de ahorro energético, que permita a la institución contribuir al cuidado del medioambiente, así como reducir el gasto en estos servicios e insumos.

Servicios Integrales

En el ánimo de mejorar las condiciones de vida de las áreas de influencia donde se encuentran nuestras Agencias, Sembrar Sartawi IFD transfiere a los clientes a título oneroso sus servicios de:

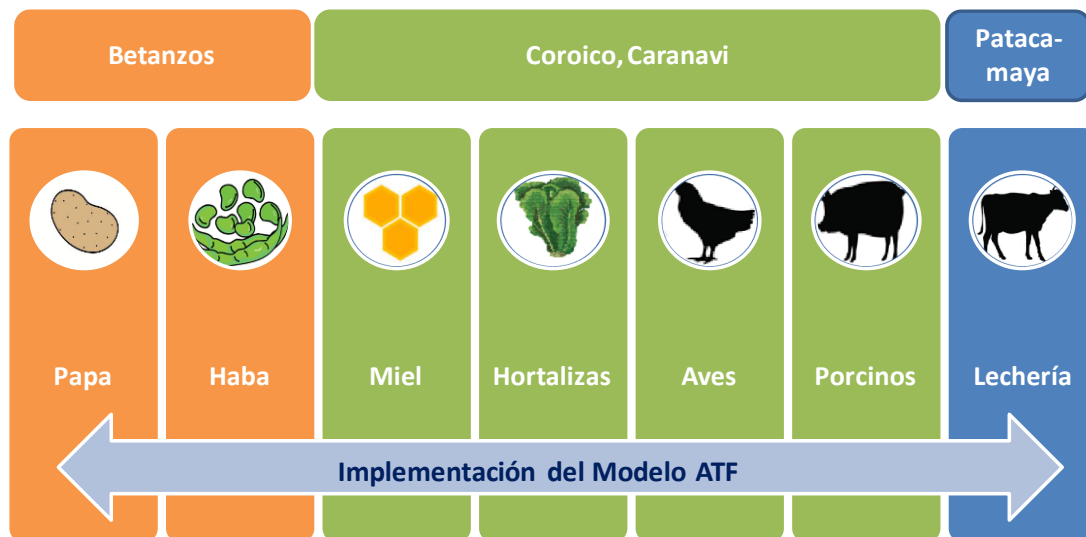
- Asistencia Técnica Agropecuaria.
- Educación Ambiental.
- Educación Financiera.
- Servicios de salud preventiva.

Asistencia Técnica Agropecuaria

Las actividades de la Asistencia Técnica se inscriben dentro de nuestro modelo de negocio denominado “Triángulo Virtuoso”, que busca desarrollar de manera sostenible aspectos fundamentalmente económicos, ambientales y sociales en el área de intervención. Los servicios de Asistencia Técnica y Acceso a Mercados al productor le permiten expandir su producción y/o aumentar su productividad, a fin de generar más utilidades al interior de cada unidad productiva familiar, haciendo uso de las Buenas Prácticas Agrícolas y Pecuarias, que respetan al Medio Ambiente y les permite adaptarse al Cambio Climático.

La metodología desarrollada permite atender a los pequeños productores en 7 cadenas productivas en 3 sucursales; Patacamaya, Coroico, Betanzos. Este enfoque, contribuyó sustancialmente para ayudar a superar algunos de los desafíos que enfrentan estos clientes, como la baja productividad, la comercialización deficiente, la exclusión del conocimiento y la falta de acceso a nuevas tecnologías agropecuarias.

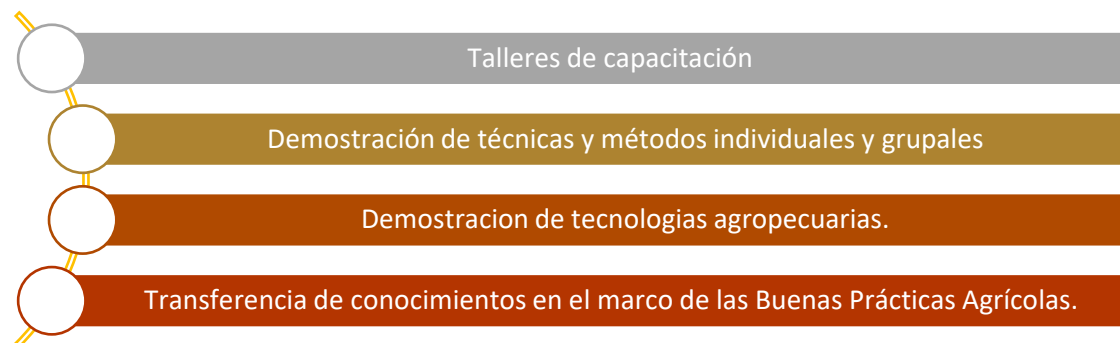
Gráfico 4 Modelo de Asistencia Técnica en Cadenas Productivas Priorizadas



Durante la gestión 2018 se impartieron 2,358 Asistencias Técnicas. Se cuenta con 512 clientes vigentes dentro de la cartera al cierre de diciembre 2018 representando un 8% de la cartera agropecuaria y 3.05% de la cartera total. Los temas impartidos en cada cadena fueron los siguientes:

- Producción de leche cruda de vaca (sanidad animal, forraje, buenas prácticas en la producción de leche).
- Producción de Papa (Labores culturales, manejo de parcela y el buen uso de fitosanitarios).
- Producción de Haba (Labores culturales, manejo de parcela y el buen uso de fitosanitarios).
- Producción Apícola (Manejo del apiario, buenas prácticas en la producción de miel, formación de promotores).
- Producción de Cítricos (Cultivo de frutas cítricas)
- Producción de Café (Trasplante, cultivo, cosecha y venta del producto, campañas de fumigación y control de plagas)

Las actividades complementarias que hacen a la Asistencia Técnica agropecuaria son las siguientes:

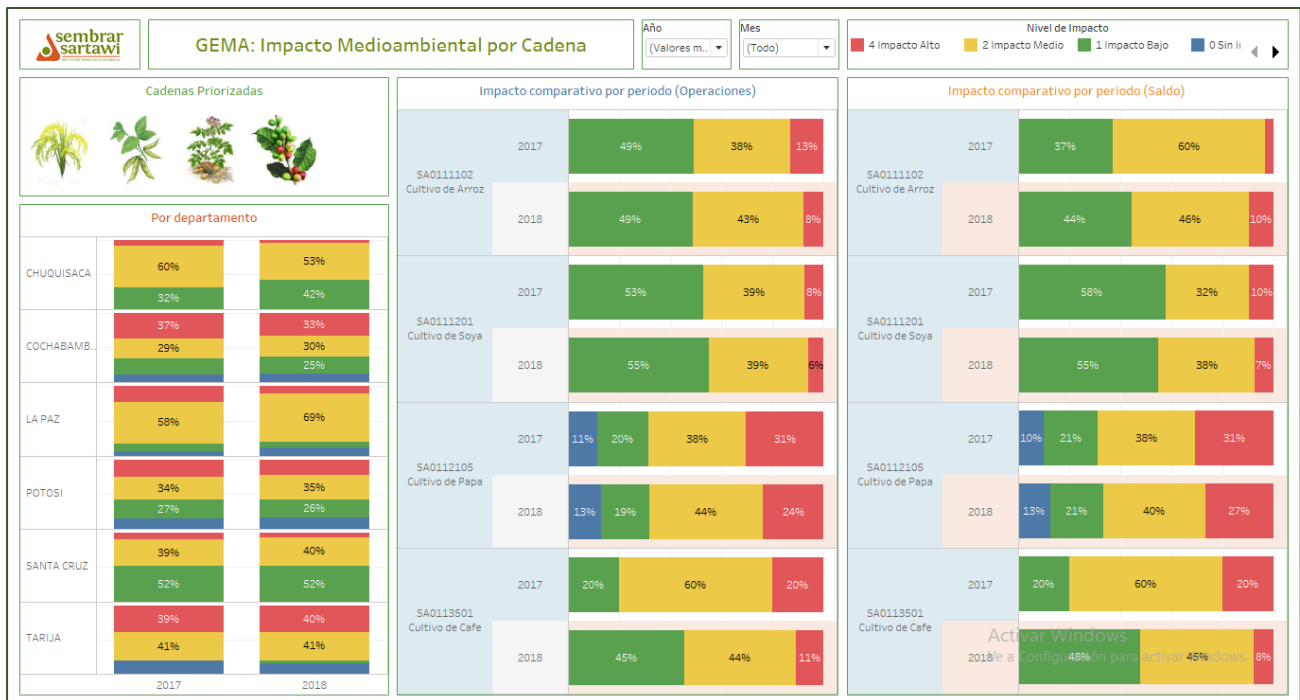


Para complementar los servicios de asistencia técnica, Sembrar Sartawi desarrolla diferentes insumos comunicacionales que permita difundir material de educación agrícola y pecuaria a través de diferentes medios de comunicación, tales como videos técnicos agropecuarios, material impreso y material radial.

Asimismo, se ha implementado un sistema de información semanal de precios mayoristas de los principales productos agropecuarios en la zona de influencia de la agencia, así como información climática que es transmitida mediante pantallas en las agencias, el sistema se denomina Agroinfonet.

Como parte de la asistencia técnica y el servicio integral que reciben nuestros clientes, también se incluye la gestión medioambiental y las buenas prácticas de cultivo, de forma que nuestros clientes causen el menor impacto negativo posible a los factores del medioambiente – aire, agua, suelos, flora y fauna, sociedad – en el desarrollo de sus actividades. Mediante un sistema de semáforo, Sembrar Sartawi monitorea el nivel de impacto medioambiental que causan nuestros clientes, con el objetivo de que, a medida que operan con nosotros, vayan disminuyendo el impacto negativo, pasando de rojo (alto impacto negativo) a amarillo (impacto medio) a verde (bajo impacto). En la gráfica a continuación se puede observar la evolución de cuatro cadenas priorizadas (café, papa, soya y arroz) por departamento, por cadena en saldo y número de operaciones.

Gráfico 5 Impacto Medioambiental por Cadena Productiva, 2017 y 2018



Acceso a Mercados

En la gestión 2018, en la coordinación con FONALDIN, se trabajó en la “Formación de Promotores” dentro de las cadenas productivas de apicultura y caficultura, en la agencia de Coroico. El objetivo de esta actividad fue formar productores nutriendolos de conocimientos científicos con el fin de apoyar su producción agrícola y reconociendo mediante un certificado de competencias otorgado por el Ministerio de Educación.

Asimismo, se mantuvieron vigentes durante la gestión 2018, los convenios de Acceso a Mercados, según el siguiente detalle:

CONVENIO	N. CLIENTES
ASPROLPA	35
DELIZIA	48
CORAZON DEL BOSQUE	64
TOTAL GENERAL	147

Estos convenios permiten a nuestros clientes, acceder a mercados de precios justos, además de recibir asistencia técnica y capacitación para mejorar su productividad y calidad de producto, también tienen la posibilidad de exportar su producción a Francia, como el caso de los caficultores bajo el convenio con Corazón de Bosque

Educación Financiera

En la gestión 2018, nuestro componente de Educación Financiera tuvo importantes avances en materia de capacitación y educación dirigida al cliente o consumidor financiero de nuestra institución, a continuación, un resumen de las actividades y resultados en este ámbito:

Temáticas del Proyecto	Actividad Según tipo de Beneficiario	Objetivo al que contribuye	Meta establecida por ASFI (20% de los clientes de la gestión 2017)	Metas alcanzadas	Medios o Soportes de capacitación	Instrumento de Verificación
Educación Financiera BC INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	Talleres de capacitación dirigidos a clientes de Banca Comunal	Que el cliente se capacite sobre “las características principales de los servicios de intermediación financiera, usos y aplicaciones, beneficios y riesgos según corresponda”. (Artículo 3, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4°, inciso a – Numeral 1).	5.900 clientes.	9.919 clientes.	1.- Rotafolio de Educación Financiera 2.- Rotafolio de Tecnología Crediticia de Banca Comunal.	Listas y actas de capacitación
Educación Financiera BC INTERMEDIACIÓN FINANCIERA TECNOLOGÍA BANCA COMUNAL		Que el cliente se capacite sobre “las características principales de los servicios de intermediación financiera, usos y aplicaciones, beneficios y riesgos según corresponda”. (Artículo 3, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4°, inciso a – Numeral 1).				
Educación Financiera BC INTERMEDIACIÓN FINANCIERA TECNOLOGÍA		Que el cliente se capacite sobre “las características principales de los servicios financieros complementarios, usos y aplicaciones, beneficios				

BANCA COMUNAL		y riesgos según corresponda". (Artículo 3, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4°, inciso a – Numeral 2).				
Educación Financiera BC DERECHOS DEL CONSUMIDOR FINANCIERO Y MECANISMOS DE RECLAMO		Que el cliente se capacite sobre "Los derechos de los consumidores financieros". (Artículo 3, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4°, inciso a – Numeral 3). Que el cliente se capacite sobre "Los mecanismos de reclamo en primera y segunda instancia". (Artículo 3, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4°, inciso a – Numeral 4).				
Educación Financiera BC GARANTÍAS NO CONVENCIONALES		Que el cliente se capacite sobre "Garantías no convencionales" de acuerdo a instructivo de la ASFI				
Educación Financiera para todos "DERECHOS Y OBLIGACIONES ASOCIADOS A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS"	Envío de servicio de Mensajería y emisión de videos en circuito para clientes con Crédito Individual y al público en general.	Que los clientes y las personas se informen sobre: "Los derechos y obligaciones asociados a los diferentes productos y servicios". (Artículo 3, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4°, Numeral 1).	Clientes de crédito individual y público en general.	Clientes de crédito individual y público en general	Plataforma para el envío de mensajes Tigo, Viva y Entel Administrado por FINRURAL y Módulo AGROINFONET	Informes de Gestión 2018
Educación Financiera para todos "LA AUTORIDAD DE SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO"		Que los clientes y las personas se informen sobre: "El Sistema Financiero, El Rol de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero". (Artículo 3, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4°, Numeral 2).				
Educación Financiera para todos "LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA BENEFICIOS Y RIESGOS"		Que el cliente se capacite sobre "las características principales de los servicios de intermediación financiera, usos y aplicaciones, beneficios y riesgos según corresponda". (Artículo 3, Sección 6, Capítulo I, Título I, Libro 4°, Numeral 1).				

Servicios de Salud Preventiva

Desde la gestión 2017 se vienen desarrollando estrategias que responden a objetivos generales y específicos de la propuesta en salud "CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO INTEGRAL DE CLIENTES, DESDE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO SOCIAL EN SEMBRAR SARTAWI IFD". Se cuenta con la fortaleza del conocimiento de las necesidades y realidades de la población, información obtenida de gestiones anteriores.

En la gestión 2018 las acciones se enfocaron en Prevención de las Enfermedades y la Promoción de la Salud, dando continuidad a nuestra contribución para mejorar las condiciones de salud y de vida, prestando el

servicio de salud gratuito en beneficio de clientes externos e internos y sus familiares de zonas periurbanas, urbanas y rurales de la Sucursal Santa Cruz. Este enfoque está alineado a Políticas públicas nacionales y organismos internacionales en salud, como la Organización Mundial de la Salud (OMS) como nuestro aporte a la meta de reducir las tasas de morbilidad prematura por enfermedades que se pueden prevenir y la oportunidad de salvar vidas, como está fijado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Las principales acciones desarrolladas en la gestión 2018 son:

- ✓ la educación sanitaria o capacitaciones,
- ✓ asistencia médica primaria (materno infantil y de salud sexual y reproductiva) y
- ✓ la promoción de la salud con las campañas de salud para promover la educación, información y detección temprana de las enfermedades.

Nuestro servicio de salud cuenta con un consultorio médico equipado básicamente en la atención primaria de la salud, registrado y con licencia de funcionamiento vigente emitido por el Servicio Departamental de Salud del Departamento de Santa Cruz, SEDES. Está ubicado en la Agencia de la zona Plan 3000 de la ciudad de Santa Cruz de la sierra – Bolivia. El servicio es gratuito y beneficia a clientes y sus familiares de las 12 Agencias del área urbana y rural de la sucursal Santa Cruz. La implementación de las estrategias es liderada por un profesional médico de amplia experiencia en desarrollo comunitario, salud integral, género e interculturalidad.

Los resultados obtenidos al 31 de diciembre gestión 2018 son los siguientes:

- ✓ 2.525 clientes con atención médica.
- ✓ 1.551 clientes capacitados.
- ✓ 612 clientes participantes de campañas de salud.



Ilustración 1:: Cliente integrante de la Banca Comunal Los Amigos, de la Agencia Sur, beneficiado con la atención médica gratuita en el consultorio médico sucursal Santa Cruz “Detección temprana de la Diabetes II”

De las 2,525 atenciones médicas gratuitas, la distribución por tipo de cliente atendido es la siguiente:

- ✓ 197 atenciones médicas a clientes de Crédito Individual, 8% del total de atenciones,
- ✓ 1.920 atenciones médicas a clientes de Banca Comunal, 76% del total de atenciones,
- ✓ 408 atenciones médicas a nuestros clientes financieros o particulares, 16% del total de atenciones.

En la tabla a continuación se muestra el detalle de atenciones por Género donde el 78% son Mujeres, y por edad, donde hay un componente importante de menores de 18 años, que son los beneficiarios de clientes (hijo/as principalmente).

<i>Detalle de Atenciones por Género y Edad</i>	Clientes Atendidos	% de Atención
Género		
<i>Femenino</i>	1,964	78%
<i>Masculino</i>	561	22%
<i>Total</i>	2,525	100%
Edad		
<i>Menores de 18 años</i>	339	13%
<i>Igual o Mayores de 18 años</i>	2,186	87%
<i>Total</i>	2,525	100%



Ilustración 2: Visita a zona Satélite Norte, Banca Comunal “Las Puntuales”, clientes de la Agencia La Ramada, beneficiadas con la consulta médica gratuita” Toma de la Presión Arterial”.

La finalidad de la realización de este servicio es concientizar al público en general sobre temas de Salud que se encuentran vigentes y son de interés por su alta recurrencia. Para este efecto el personal encargado realiza contacto con entidades que fomenten la salud preventiva (farmacéuticas, casas comerciales entre otros) en procura de que la campaña sea mucho más completa.

Enfoque de Género

Cliente Interno

A diciembre 2018, la entidad cuenta con 341 empleados. Se evidencia un adecuado balance de género, con el 43% de personal femenino, aunque limitado a nivel gerencial donde no existen mujeres. En la composición del Directorio se mantiene la participación femenina, con un 38%.

PERSONAL	dic-14	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18
Personal total	232	252	373	379	341
Personal femenino	36%	35%	41%	39%	43%
Personal femenino en la gerencia	0%	0%	0%	0%	0%
Miembros femeninos en Directorio	29%	29%	43%	38%	38%

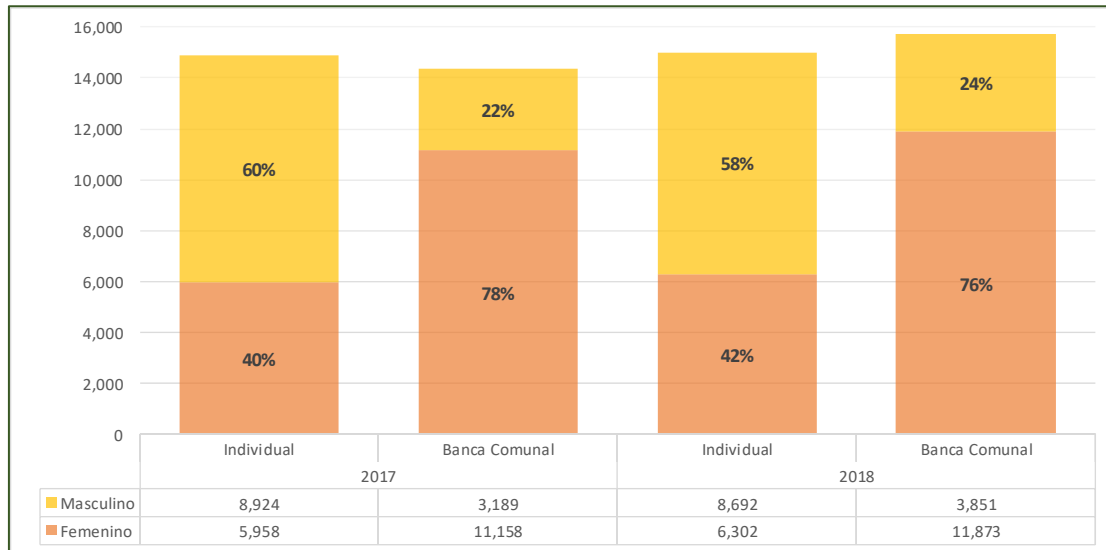
La composición del personal de Sartawi por género y grupo etario, por departamento, es la siguiente:

Personal por Grupos de Edad (dic-2018)					
Departamento	Sexo	<34	34 - 54	>54	Total general
CHUQUISACA	M	1.15%	1.15%		2.30%
	F	0.86%	0.57%		1.44%
COCHABAMBA	M	2.87%	3.45%		6.32%
	F	3.74%	1.15%		4.89%
LA PAZ	M	11.49%	14.37%	3.16%	29.02%
	F	12.07%	7.47%	0.29%	19.83%
ORURO	M		0.57%		0.57%
	F	0.29%	0.86%		1.15%
POTOSI	M	1.72%	3.16%	0.57%	5.46%
	F	3.74%	1.15%		4.89%
SANTA CRUZ	M	8.05%	3.74%	0.29%	12.07%
	F	6.61%	2.87%		9.48%
TARIJA	M	0.86%	0.57%		1.44%
	F	0.86%	0.29%		1.15%
Total general	M	26.15%	27.01%	4.02%	57.18%
	F	28.16%	14.37%	0.29%	42.82%
	Total	54.31%	41.38%	4.31%	100.00%

Cliente Externo

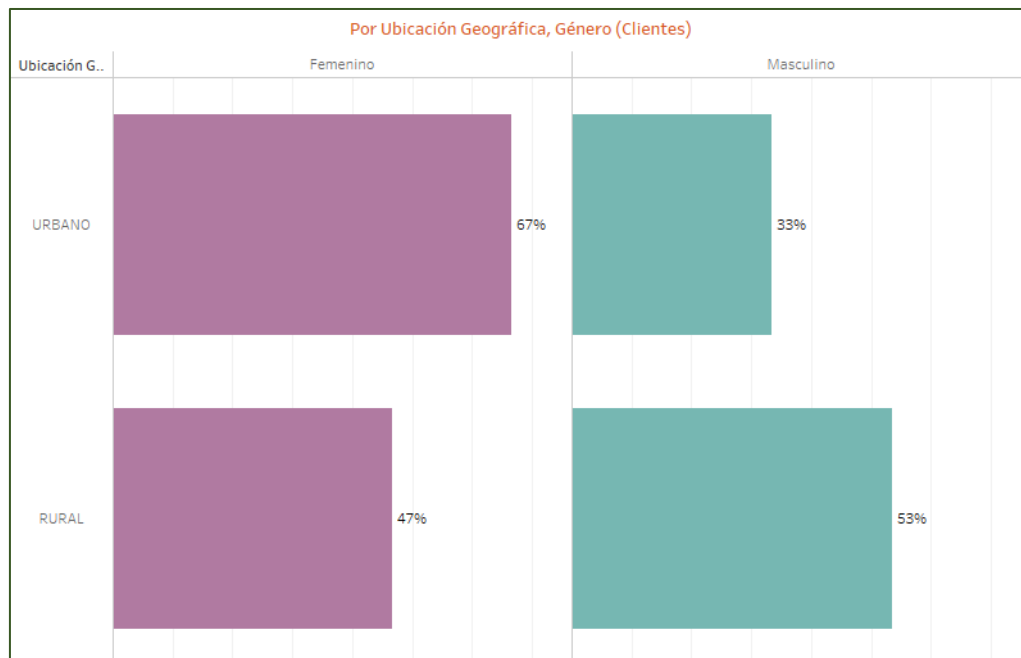
La institución cuenta con el 59% de su cartera de clientes compuesta por mujeres. Según la metodología de crédito, el 42% de la cartera de Crédito Individual es femenino mientras que en Banca Comunal este indicador sube a 76%

Gráfico 6 Composición de la Cartera de Clientes por Género y Metodología de Crédito, 2017 y 2018



Es importante apreciar que la participación de la mujer, 67%, en el área urbana es mayor que la del hombre, 33%; esto se explica debido a que el crédito que obtienen las mujeres por las distintas modalidades de crédito esta indexada principalmente al comercio, caso contrario ocurre en las áreas rurales donde el crédito esta indexado principalmente a las labores productivas de la agricultura y la ganadería como se lo puede observar en el siguiente gráfico, dando una composición de 47% mujeres y 53% hombres.

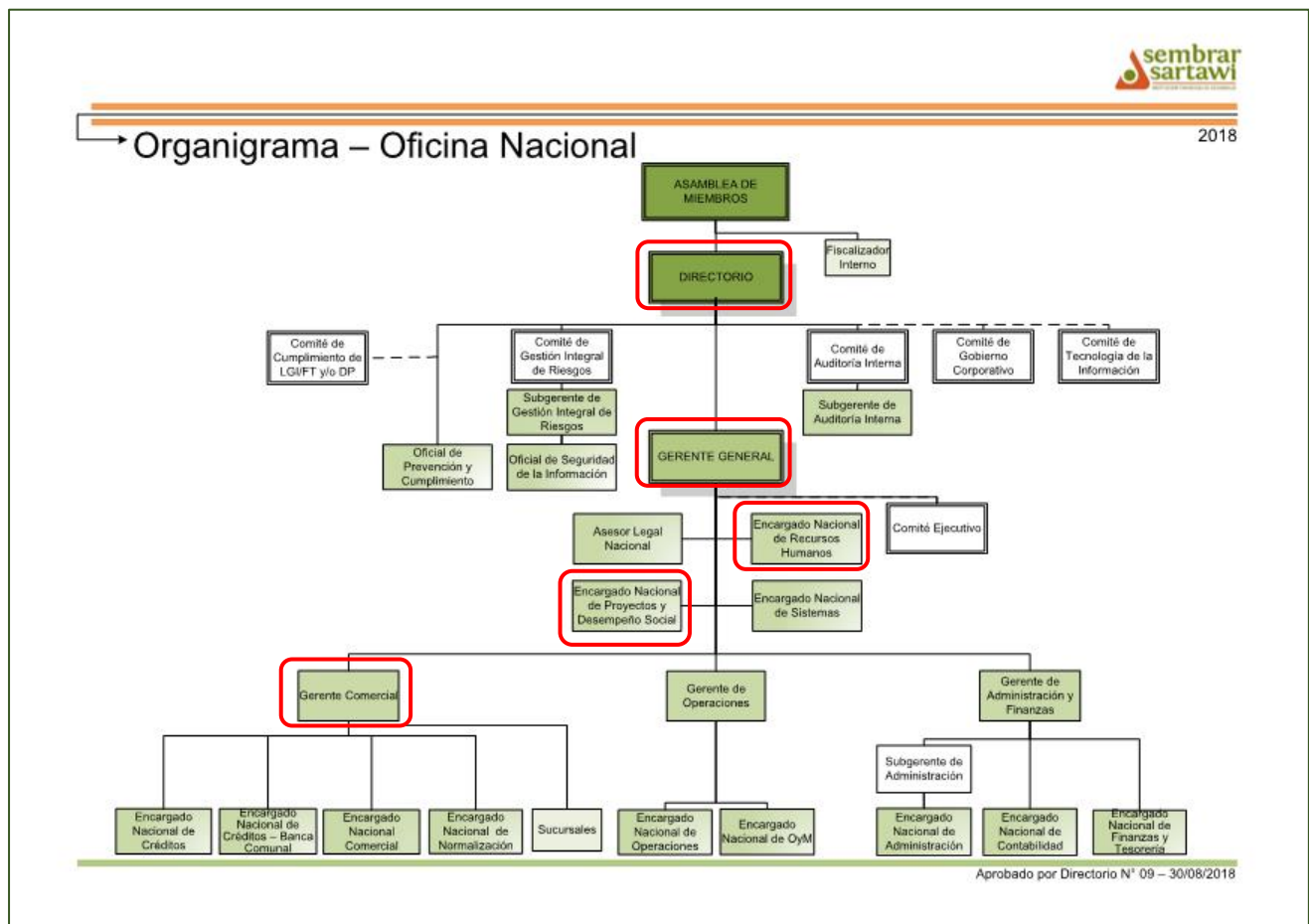
Gráfico 7 Composición de la Cartera de Clientes por Ubicación Geográfica y Género 2018



IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN DE RSE DENTRO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El Diseño Organizacional que adopta Sembrar Sartawi, ha permitido consolidar estructuras orgánicas basadas en la evolución del negocio y la continuidad de los servicios financieros con enfoque integral.

Es así como, desde la Asamblea, pasando por el Directorio, la Gerencia General, se han definido áreas que están involucradas con la gestión de RSE en función a los 4 ejes estratégicos definidos. Sin embargo, el área responsable de reportar, medir y monitorear la gestión de RSE en la institución es el área de Proyectos y Desempeño Social.



Áreas involucradas con la gestión de RSE

DESCRIPCIÓN DE LA EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO CON RELACIÓN A LOS LINEAMIENTOS DE RSE

Rendición de Cuentas

La rendición de cuentas a la sociedad en general, por los impactos que se dan en la sociedad, la economía y el medio ambiente se lleva a cabo a través de la publicación de los siguientes documentos:

- Estados de Resultados
- Memoria Institucional Anual
- Informe Anual de RSE

Transparencia

Sembrar Sartawi, es una institución sin fines de lucro cuyo objetivo es otorgar financiamiento al micro pequeño empresario que no tiene acceso a créditos bancarios preferentemente a los sectores agropecuarios contando con una diversificación de la concentración de riesgo de cartera, mediante créditos con tasas de interés convenientes del área rural y urbano a nivel nacional.

VISIÓN

- Ser la institución líder en servicios financieros integrales productivos con énfasis en el área rural, cobertura nacional y referente internacional por nuestra contribución al desarrollo agropecuario

MISION

- Prestar servicios financieros con un enfoque integral y con equidad de género, especialmente a la población rural con capacidad de generación de excedentes, ligada a complejos productivos principalmente agropecuarios, y así contribuir a mejorar su calidad de vida.

Los valores son aquellos que son puestos en práctica, para orientar mejor, compartir emociones, motivaciones e ideales, principalmente con el mercado objetivo, tanto en forma íntima personal como grupal. Por ello los valores que se incorporan a la institución son:

VALORES

- **Responsabilidad.** Sembrar Sartawi respeta los derechos de su cliente interno y reconoce sus diferencias. En la búsqueda de una reciprocidad mutua, espera de ellos puntualidad y capacidad para asumir las consecuencias de sus actos, en función al cumplimiento de sus obligaciones y en estricto apego a la normativa vigente.
- **Compromiso.** Sembrar Sartawi está involucrada con la inclusión y el desarrollo de su población meta. Para ello cuenta con personal comprometido y leal, que forma parte de un equipo que cree en lo que hace y hace más de lo que se le pide.
- **Honestidad y Transparencia.** Sembrar Sartawi obra con la verdad y vela por la conducta ética de su personal y la presentación de información veraz, clara y coherente hacia sus clientes externos, assembleístas, financiadores y público en general.
- **Innovación.** Sembrar Sartawi considera vital el desarrollo permanente y oportuno de productos y servicios con creatividad y tecnología de punta para el aprendizaje e integración.
- **Calidad y Eficiencia.** Sembrar Sartawi y su personal buscan dar un servicio de calidad a sus clientes externos, optimizando los costos institucionales para ser una institución más competitiva.
- **Equidad de género.** Sembrar Sartawi y su personal, promueven la equidad de género, permitiendo las mismas condiciones para hombres y mujeres, fomentando su desarrollo y estableciendo mecanismos que contribuyan al trato justo y equitativo.

Comportamiento Ético

Código de Ética

El Código de ética tiene como propósito ayudar a crear la atmósfera de trabajo y el patrón de acciones interpersonales necesarios para alcanzar los altos niveles de ética que esperan de Sembrar Sartawi y de sus empleados en el cumplimiento de la misión y visión de la Organización. Esto se lleva a cabo mediante la determinación de un conjunto de Valores y una Guía de Conducta para situaciones específicas.

Normativa Laboral Interna

De acuerdo con las disposiciones legales emitidas, toda Organización debe contar con una normativa interna que regule las relaciones del empleador con sus trabajadores, adecuando las normas generales de orden legal vigente en el país a las características y peculiaridades de la Organización.

Respeto a los intereses de las partes interesadas

Habiendo identificado a las partes interesadas, Sembrar Sartawi se compromete a respetar sus características, necesidades e intereses mencionados en el presente documento, velando además por el desarrollo sostenible y el respeto a la naturaleza.

Respeto a las leyes

Sembrar Sartawi es una institución en proceso de regulación por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) y cumple con toda la normativa vigente.

Respeto a los derechos humanos

Sembrar Sartawi respeta y promueve los derechos humanos establecidos en la Constitución Política del Estado, así como en la Carta Universal de los Derechos Humanos reconociendo su importancia y su universalidad.

En el Código de Ética de Sembrar Sartawi se establece los siguientes puntos con referencia los Derechos Humanos:

Relación con los Compañeros de trabajo y la Oficina

- La relación con los compañeros de trabajo, y otras personas con las que interrelacionen en su desempeño laboral, deberá efectuarse en el marco del respeto, cortesía y sin ningún tipo de discriminación en cuanto a raza, género, religión, edad o cualquier consideración subjetiva. La Fundación no admitirá conductas que impliquen arbitrariedad, extralimitación y discrecionalidad.
- Es deber del funcionario actuar con honestidad y sinceridad hacia sus compañeros.
- Cada funcionario debe abstenerse de tratos impertinentes, irrespetuosos o altaneros, y no atropellar bajo ningún concepto los derechos de sus compañeros de trabajo.
- No corresponderá utilizar la posición jerárquica para solicitar favores o la realización de tareas para provecho personal.
- Conducirse de manera cortés mostrando disponibilidad para ayudar a sus compañeros de oficina, en labores y actividades propias de Sembrar Sartawi.

Relación con los Clientes

El cliente es el usuario del producto o servicios sobre el cual el funcionario trabaja, por lo tanto, se obligarán:

- A atender oportunamente las sugerencias, peticiones, quejas y reclamos de los clientes, cumpliendo altos estándares de calidad en el servicio.
- Administrar y utilizar la información personal de los clientes exclusivamente para la prestación de servicios.
- Proporcionar a los clientes un trato cordial y respetuoso, sea cual fuere el estado anímico del cliente, velando siempre por la calidad en el servicio.
- Mantener información oportuna, completa y veraz sobre toda gestión delegada por los clientes.
- No obtener ningún beneficio personal de los servicios que ofrece Sembrar Sartawi, lo que implica no realizar algún tipo de cobro no reconocido por la misma.

Calificación de Desempeño RSE

La empresa calificadora MicroFinanza Rating realizó una evaluación sobre el Desempeño de Responsabilidad Social Empresarial de Sembrar Sartawi. A continuación, se muestra el Certificado RSE otorgado por la empresa calificadora para la gestión 2018.

