

Informe de Calificación Social

A Diciembre 2017

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ABIERTA
LA MERCED LTDA.



Calificación: **3,2 / 5**

Tendencia: ➡ Estable

1	2	3	4	5	COMPONENTE
					3,3 EQUILIBRIO FINANCIERO
					3,3 GESTIÓN SOCIAL
					3,1 RESPONSABILIDAD SOCIAL

PRINCIPALES INDICADORES

▪ VB-Crédito	Si	▪ Número Asociados	50.605
Productivo		Hombres	27.662
▪ EP-Créditos a	Si	Mujeres	22.568
Personas con bajos		Personas Jurídicas	375
ingresos		▪ Total Personal	129
▪ EESE-Acciones	Si	Mujeres	62
contra la exclusión		Hombres	67
social y económica		▪ Con capacidades	diferentes 0
▪ PAF	16 (5 urbanos y	▪ Capacitación	
	11 rurales)	Mujeres	46
	Santa Cruz de la	Hombres	46
	Sierra y Riberalta	▪ Personal	
▪ Activo:	46,06 mill. \$us	Promocionado	1
▪ Prestatarios:	2.927 personas	Rotado	0
▪ Pobreza	21,3%	Crecimiento	4,03%
(NBI)/Santa Cruz		▪ Actividad	Si
▪ Servicios básicos	Si	Pro-ambiental	

CONTENIDO DEL INFORME CALIFICACIÓN DESEMPEÑO RSE

- Principales conclusiones
- Entorno socioeconómico
- Equilibrio financiero
- Gestión social y compromiso con la sociedad
- RSE con grupos de interés y respeto a los DDHH y medio ambiente

METODOLOGÍA UTILIZADA:

- Reglamento RSE de ASFI
- Indicadores RSE ETHOS
- Reglamento de Función Social
- Estándares SPTF
- Global Reporting Initiative-GRI
- Lineamientos Smart Campaign

Principales conclusiones

Entorno estable con políticas de enfoque social: En Bolivia se dieron mejoras en indicadores de pobreza y desigualdad y con base en la LSF-393 se generaron políticas de inclusión financiera definidas a nivel regulatorio para las entidades del sistema financiero. La Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta La Merced Ltda. opera en un entorno muy competitivo con entidades más grandes en las mismas áreas de influencia. Su entorno geográfico se centra principalmente en Santa Cruz de la Sierra, la más grande y poblada de Bolivia, considerada el centro económico e industrial del eje de desarrollo económico de Bolivia. Según el indicador de NBI el departamento tiene un nivel de pobreza del 21,3%.

Perfil financiero: Principalmente enfocado en actividades de micro escala y personas, tiene operaciones en el sector productivo, aunque no tiene límites definidos por ley para el efecto. Tiene presencia con su oficina central en la ciudad de Santa Cruz y cuatro agencias urbanas y opera con 10 agencias en el área rural de Santa Cruz y una agencia en el Beni. Mantiene un perfil financiero relativamente sano, presenta indicadores de solvencia (CAP 11,82%) bajo respecto a sus pares, pero por encima del regulatorio, calidad de activos y eficiencia similar a sus pares y rentabilidad un tanto mayor a sus pares. El mercado cruceño es altamente competitivo y enfrenta entidades con mayor tamaño y gama de servicios, por lo que requiere fortalecer sus estrategias de diferenciación competitiva para afrontar la coyuntura.

Función social: Las cooperativas tienden desde su origen hacia la función social, por el enfoque solidario y de ayuda mutua con el que fueron concebidas se alinean, en sus principios, con los objetivos de la función social definida por la LSF-393, de forma que su actuación busca superar los factores de pobreza a través de la educación para la práctica del ahorro y crédito de sus socios y atienden a sectores de bajos ingresos a medianos, en forma inclusiva. Es relevante la práctica democrática bajo el principio de un socio un voto, independientemente del monto de aporte en el capital, diferenciándose de las sociedades comerciales que tienen fines solo de lucro. Adicionalmente, materializan su compromiso social constituyendo fondos para la educación, previsión social y apoyo a la colectividad, de acuerdo con la Ley de Cooperativas Nro.356.

Compromiso social: La misión o servicio fundamental que presta la Cooperativa a su comunidad expresa el servicio de la Cooperativa a su comunidad brindando seguridad para los ahorros y, mediante el crédito, apoyar a los socios en su crecimiento económico y personal; manteniendo un entorno social, ambiental y económico en equilibrio respecto a la mejora del nivel de vida.

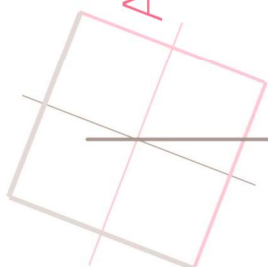
La visión considera los aspectos de orden económico y los de orden social; plantea un retador propósito que es contribuir al éxito de sus principales grupos de interés (socios, clientes, funcionarios y la comunidad), considera también según su plan de RSE al Ente Regulador como un grupo de interés. Entre estos últimos están los referidos a contribuir al éxito de sus grupos de interés (socios, clientes, funcionarios y la comunidad) e incluye al Ente Regulador como un grupo de interés. Los valores y principios existen en documentos formalizados.

Responsabilidad hacia empleados basada en lineamientos legales: Cuentan con el "Canal Abierto" que permite a los empleados transmitir quejas y/o sugerencias de forma confidencial. Promueve un ambiente de NO discriminación. Los Boletines mensuales de RSE incluyen orientaciones y recomendaciones para mantener la salud laboral. Se promueve la capacitación al personal, con el principal objetivo de mejorar la calidad de atención con calidez.

Cumplimiento básico de responsabilidad con clientes: Enfoca sus esfuerzos para llegar a familias de ingresos medios, permiten el acceso a todos indiscriminadamente, de manera equitativa y con amplia cobertura. Llegan a poblaciones desfavorecidas y con baja densidad poblacional como son Samaipata y Pailón. Promueve la inclusión a través de infraestructura adecuada y personal capacitado para brindar atención con calidad y calidez. El personal tiene un trato cordial y respetuoso hacia el socio. Cumple la normativa básica sobre protección y comunicación al cliente.



Entorno Socioeconómico y Equilibrio Financiero



1. Entorno Socio Económico

1.1 Entorno económico

El Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia registró una variación positiva de 4,20%, durante el período enero-diciembre del año 2017 con relación a enero-diciembre de 2016, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Cabe resaltar, que el 2017 el PIB creció a menor tasa que la gestión pasada (4,95%).

Las actividades económicas que destacaron por su crecimiento en dicho período fueron: Agricultura, Pecuaria, Silvicultura, Caza y Pesca: 7,60%; Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones: 5,21% y Comercio: 5,09%. Por otro lado, la única actividad que registró variación negativa fue Extracción de Minas y Canteras: -0,61%.

Las actividades que presentaron mayor incidencia en el crecimiento del PIB fueron la Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca: 0,89%, Establecimientos Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios Prestados a las Empresas: 0,60% y las Industrias Manufactureras: 0,54%. La actividad que registró incidencia negativa fue Extracción de Minas y Canteras: -0,07%.

Por Tipo de Gasto, el crecimiento de los distintos componentes del PIB registró los siguientes resultados: Gasto de Consumo Final de la Administración Pública: 4,94%; Gasto de Consumo Final de los Hogares (ISFLSH): 4,73%; y la Formación Bruta de Capital Fijo: 11,77%. El componente de Exportaciones de Bienes y Servicios registró variación negativa: -4,97%.

El aumento del crédito interno se ha canalizado principalmente hacia los sectores financiero, industrial y de construcción, de acuerdo con las disposiciones de la Ley de Servicios Financieros, que promueve el financiamiento al sector productivo y a la vivienda de interés social. El BCB ha reafirmado su compromiso de mantener el régimen cambiario de paridad móvil, justificado por el propósito de anclar las expectativas inflacionarias y fomentar la bolivianización del sector financiero, que en junio llegó al 96,3% de la cartera. No obstante, el tipo de cambio real efectivo ha seguido apreciándose.

Durante el 2017, el tipo de cambio oficial se mantuvo estable, lo que contribuyó a mantener baja la tasa de inflación (2,71%).

1.2 Entorno operativo

Santa Cruz de la Sierra

El municipio de Santa Cruz de la Sierra cuenta con 1.664.663 habitantes, de los cuales el 50.4% son mujeres y 49.6% son hombres (proyecciones de población para el año 2017 en base al Censo de Población de 2012), es el 1er municipio más poblado del país, se estima que para el año 2020 su población llegará a 1.722.480 personas.

Según datos del Censo de Población y Vivienda del año 2012, Santa Cruz de la Sierra cuenta con 409.299 viviendas, de las que 94.0% disponen de agua por cañería de red, 98.4% tienen servicio de energía eléctrica y 53.1% cuentan con desagüe del servicio sanitario hacia el alcantarillado, el tamaño medio del hogar es de 4,01 hab. y la densidad poblacional alcanza a 1.223 hab./km². El

grado de pobreza (como medida de Necesidades Básicas Insatisfechas NBI) de acuerdo al mismo censo es de 21,3%.

Santa Cruz de la Sierra cuenta con servicios de telefonía fija y tiene acceso a servicios de telefonía móvil e internet. Es una de las principales ciudades capitales del país.

De acuerdo al Censo Agropecuario de 2013, en Santa Cruz de la Sierra se contabilizaron 2.344 Unidades de Producción Agropecuaria (UPA) y una superficie de producción agrícola de 18.455 hectáreas, mientras que 24.949 hectáreas son utilizadas para la ganadería.

El cultivo del sorgo constituye la más importante en términos de hectáreas cultivadas, en 2013 llegó a 6.344 Has., seguido del cultivo de soya: 6.251 Ha., de caña de azúcar: 1.514 Ha. y de maíz: 971 Ha. por otra parte, el cultivo con mayor rendimiento durante la campaña de verano de 2013, fue la caña de azúcar con 22.560 kilogramos por hectárea, seguido de la yuca con 3.566 kilogramos por hectárea, el sorgo con 1.751, la soya con 1.522 Kg/Ha. y la chía con 1.482 Kg/Ha.

La producción pecuaria en el municipio de Santa Cruz de la Sierra establece la producción de aves de granja como principal actividad ganadera, que al momento del Censo Agropecuario 2013 alcanzó a 3.2 millones de cabezas; seguida en importancia por la ganadería de bovinos con 54.151 cabezas y la ganadería de porcinos con 23.120 cabezas.

El potencial productivo del municipio de Santa Cruz de la Sierra es amplio, aunque está centrado en la industria de los productos alimenticios resultantes de la agroindustria, el procesamiento de la carne y productos cárnicos, y el procesamiento de productos alimenticios derivados de las oleaginosas, aceites vegetales, y otros productos diversos, también forma parte de su potencial las actividades del Turismo, los Restaurantes y Hoteles, y los Servicios de Transporte.

En el municipio de Santa Cruz de la Sierra operan 17 Bancos, 8 Fondos Financieros Privados, 6 Instituciones Financieras de Desarrollo, 1 Entidad Financiera de Vivienda y 7 Cooperativas de Ahorro y Crédito, conformando un total de 523 Puntos de Atención Financiera (PAF). En general, de acuerdo a la ASFI, el grado de bancarización de Santa Cruz de la Sierra es “alto”.

2. Entorno Regulatorio y Sectorial

2.1 Entorno Normativo

El nuevo marco regulatorio genera una mayor participación estatal en la intermediación y una mayor regulación para el sistema. En ese marco el sistema financiero, durante los últimos cinco años, está realizando ajustes de sus operaciones a la función social que, según la Ley de Servicios Financieros del 21 de agosto de 2013, se han reglamentado para un mejor enfoque en los propósitos de impulsar el crédito al sector productivo mediante asignaciones mínimas de cartera (que no aplica a las Cooperativas de Ahorro y Crédito) con límites a las tasas de interés e igualmente para el sector de vivienda social; además de definir indicadores para orientar el accionar de las entidades a eliminar la pobreza y la exclusión social y económica.

Las entidades financieras también tuvieron un cambio en la regulación impositiva que desde el año 2012 creó la Alícuota Adicional del Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas - AA-IUE Financiero con 12.5%, a las entidades financieras que excedan el trece por ciento (13%) del Coeficiente de Rentabilidad respecto del patrimonio neto y que en marzo del 2017 se modifica el Artículo 51 de la Ley de Impuestos, señalando que cuando el coeficiente de rentabilidad respecto del patrimonio de las entidades de intermediación financiera, reguladas por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero - ASFI, exceda el seis por ciento (6%), las utilidades netas imponibles de estas entidades estarán gravadas con una alícuota adicional al Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas del veinticinco por ciento (25%).

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito, organizativamente, se rigen por la Ley de Cooperativas del 2013 la que mantiene el carácter social de estas entidades bajo los principios solidarios y de ayuda mutua del cooperativismo.

En ese sentido, CME ha formulado la modificación de sus estatutos para enmarcarse en los lineamientos de la nueva Ley de Servicios Financieros y la Ley de Cooperativas, el cual se encuentra aprobado por ASFI.

2.2 Entorno Sector Financiero

El análisis del sistema financiero boliviano durante el 2017 según el informe del Banco Central de Bolivia, muestra un comportamiento estable bajo un contexto de crecimiento moderado de la economía mundial y regional, siendo destacable la parcial recuperación de los precios internacionales de las materias primas.

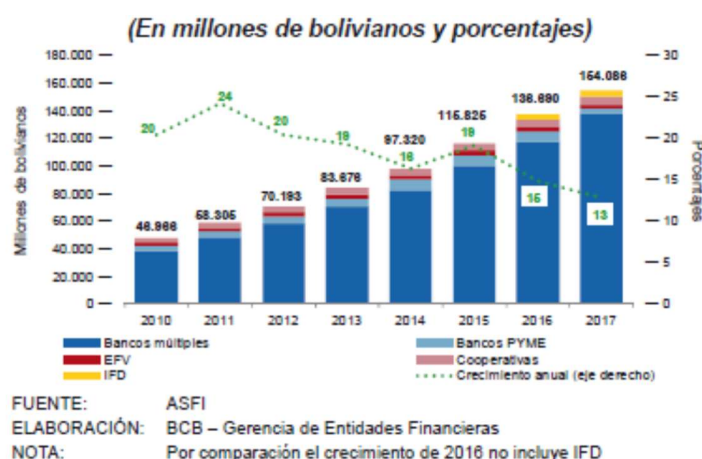
En la gestión 2017, el activo del Sistema de Intermediación Financiera ascendió a Bs 224.657 millones representando un incremento de 12% en un año, superior a 2016 que fue de 8%. Los depósitos tuvieron un incremento del 10,4% alcanzando Bs 170.150 millones. Los préstamos otorgados ascendieron a Bs 153.497 millones con un crecimiento durante la gestión de Bs 16.999 millones equivalentes al 12,5%.

En relación con la solvencia del sistema de intermediación financiera se observa un Coeficiente de Adecuación Patrimonial (CAP) del 13,1% mayor que la norma; la rentabilidad promedio sobre patrimonio fue del 12,3%, aspecto que permitió un moderado incremento patrimonial en el sistema.

Las tasas pasivas de interés en moneda nacional tuvieron cierta elevación durante la gestión y cerraron con 3,13% para depósitos a plazo fijo y con 1,15% para caja de ahorros, según información del BCB. El incremento de las tasas facilitó la liquidez necesaria a las entidades de intermediación financiera.

Las tasas activas de interés en moneda nacional que, en el marco de la Ley de Servicios Financieros, tuvieron límites de regulación para favorecer al sector productivo y de vivienda, registraron niveles similares a los años anteriores, cerrando la tasa promedio en 9,76%.

La evolución de la Cartera Bruta resultante para fin de la gestión 2017 por tipo de entidad financiera se muestra en el siguiente gráfico expuesto en el informe de estabilidad financiera citado.



Considerando las tasas topes para créditos productivos la cartera de créditos productiva tuvo un incremento y participación del microcrédito, crédito empresarial y Pyme, en ese orden y en segundo orden la cartera de vivienda

La calidad de la cartera muestra morosidad baja del sistema de intermediación financiera y fue de 1,7% levemente superior a diciembre de 2016 que fue de 1,6%, cuenta con provisiones específicas que sobrepasan la totalidad de la cartera en mora alcanzando aproximadamente el 169%.

Los indicadores globales de profundización y cobertura del sistema de intermediación financiera se exponen en el siguiente cuadro tomado del informe de estabilidad financiera del BCB.

Profundización (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Depósitos / PIB	44	44	47	49	53	64	66	66
Créditos/PIB	34	35	37	39	43	50	58	59

(en miles)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Número de Ctas. Depósitos	4.952	5.630	6.330	7.140	7.848	8.669	9.452	10.295
Número de Prestatarios	860	964	1.117	1.268	1.294	1.304	1.334	1.371

PUNTOS DE ATENCIÓN FINANCIERA								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sucursales, Agencias, Cajeros y Otros	2.668	3.220	3.625	4.109	4.568	4.954	5.695	6.024

Fuente: INE - ASFI.

Elaboración: BCB - Gerencia de Entidades Financieras.

La profundización financiera en relación con las captaciones se ha mantenido respecto a la gestión anterior y en relación a los créditos sube solo en un punto, a diferencia de gestiones pasadas que era mayor. El número de cuentas de depósito creció en 9% y el número de prestatarios creció en 2,7%.

2.3 Entorno Sistema de Cooperativas

En relación con el tamaño del Sistema de Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (CAC) respecto al total de entidades de intermediación financiera al 31 de diciembre de 2017, puede dimensionarse según las cifras siguientes:

- Los activos totales del Sistema sumaron Bs 224.657 millones de los que las CAC representan el 3,6% con Bs 8.097 millones.
- Respecto a los depósitos del público que alcanzaron a Bs 162.652 millones, las CAC representan el 3,7%, en estas entidades los depósitos se concentran principalmente en caja de ahorros (78,1%) y DPF (59,5%).
- La cartera de créditos del sistema de intermediación financiera sumó Bs 152.061 millones, correspondiendo el 4% a las CAC. La mora de la cartera del sistema de intermediación financiera alcanzó a Bs 2.611 millones y representó el 1,7% de la cartera total. El índice de mora alcanzó a 2,5% en las CAC.
- El Coeficiente de Adecuación Patrimonial alcanzó a 18,7% en las CAC mayor que del sistema de intermediación financiera; de las utilidades totales del Sistema que alcanzaron a Bs 2.202 millones al 31 de diciembre de 2017 (inferior a la registrada en la gestión 2016, Bs 2.245 millones) corresponden Bs 40 millones (1,8%) a las CAC y representan un ROA y ROE de 0,5% y 4% respectivamente en el Sistema de Cooperativas. Este aspecto es de relevancia principalmente porque la capitalización de utilidades es la principal fuente de fortalecimiento patrimonial en las Cooperativas, además de los aportes de certificados de participación que anualmente deben hacer los socios.

En el mercado nacional se tienen un total de 6.024 puntos de atención financiera (PAF) de los cuales el 5,4% que equivalen a 322 corresponden a las CAC.

El sector cooperativas presenta una tendencia de participación de mercado decreciente, en un entorno altamente competitivo que, debiendo cumplir metas de cartera, llegan hasta las cooperativas a comprar cartera de créditos y en algunos casos contratan hasta a oficiales de crédito de las CAC quienes suelen llevar a sus clientes a la nueva fuente de trabajo.

Las cooperativas no tienen metas regulatorias pero su alcance local les genera limitaciones de tamaño y poca diversificación de ingresos.

En ese contexto las cooperativas compiten especialmente con la diferenciación en sus servicios, ya que los bancos y otras entidades de mayor tamaño y cobertura ingresan a sus mismos segmentos de mercado con presiones vía tasas de interés.

En general, según las cifras anotadas, la calidad de los activos mejora siguiendo la tendencia del sistema y cuentan con una cobertura de provisiones y garantías razonable, lo que refleja su perfil conservador.

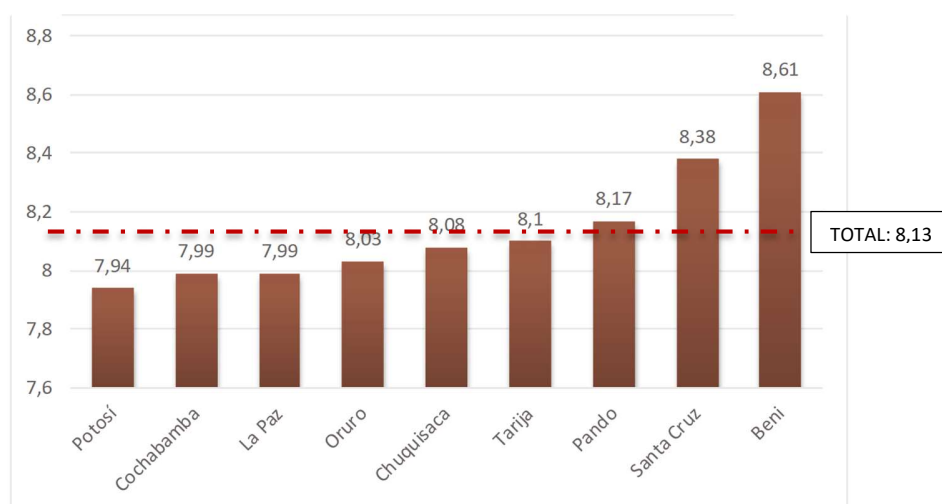
Conviene destacar que por la naturaleza jurídica de las cooperativas no tienen fines de lucro, no obstante, una vez bajo la regulación mejoran sus criterios de gestión orientándose a la sostenibilidad en el mercado competitivo.

2.4 Entorno sobre inclusión financiera

La inclusión financiera es una prioridad de política nacional, como se destaca en la Constitución Boliviana de 2009 y en la Ley de Servicios Financieros (LSF) de 2013. Para el efecto, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) establece directrices para que las entidades de intermediación financiera cumplan con la función social, entre ellas el establecer puntos de atención financiera (PAF) en el país, los que al 2017 son un total de 6.024 PAF, habiéndose incrementado en relación al 2016, cuando contaban un total de 5.695 PAF.

Asimismo, la LSF establece que los servicios financieros tienen que ser accesibles y ser brindados con calidad, calidez, continuidad, eficiencia y seguridad, al respecto la ASFI en su Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros (ENSF) orientada a determinar el nivel de satisfacción de los consumidores financieros muestra que en una escala que va del 0 al 10, el Índice de Satisfacción 2016 fue de 7,45 y el Índice de Satisfacción 2017 es de 8,13. Explica que la variable que mayor incidencia tiene es la calidad y calidez (62%), seguida del beneficio (20%) y el acceso (18%).

Según la ENSF las personas que calificaron mejor a los servicios a nivel nacional fueron las mujeres con 8,20, respecto a los hombres que le asignaron 8,05. La calificación obtenida en cada departamento del país se muestra en el gráfico siguiente:



Fuente: ASFI.

Santa Cruz, está en segundo lugar respecto al índice de satisfacción.

La ley divide al sistema financiero en 10 tipos de entidades de los sectores público y privado, agregando nuevas clasificaciones para las entidades de crédito privadas que otorgan financiamiento a zonas rurales y para viviendas de interés social. Los techos de tasa para créditos productivos y de vivienda social se aprecian en el recuadro. La Ley de Servicios Financieros incluye disposiciones muy positivas, como la incorporación de normas previas sobre nuevas

tecnologías, la inclusión de disposiciones que hacen mucho hincapié en la protección del consumidor, el marco general de un fondo de seguro de depósitos y la creación de una Junta de Estabilidad Financiera para coordinar los esfuerzos de las distintas entidades.

Si bien la inclusión financiera implicaría niveles adicionales de riesgo especialmente por el lado del crédito, es importante destacar que se tiene un buen mecanismo para el control del riesgo de sobreendeudamiento a través de la información contenida en la central de riesgo de Bolivia, la que se ve complementada con información adicional provista por los Burós de Información.

Tasas de Interés para Créditos

Tipo de Crédito	Tasa
Micro Empresa	11.5%
Pequeña Empresa	7.0%
Mediana Empresa	6.0%
Gran Empresa	6.0%
Vivienda Social	5.5% a 6.5%

Fuente: ASFI.

3. Perfil de la Entidad

3.1 Perfil general de la entidad

La Cooperativa fue creada el 22 de Octubre de 1961 por iniciativa del sacerdote jesuita José Vidal (+) y del Dr. Adalberto Terceros Banzer (+), para promover el ahorro y crédito, convirtiéndose el 23 de septiembre de 1970 como Cooperativa de Fines Múltiples, desarrollando desde entonces las citadas actividades. Con el paso del tiempo pasó a adecuarse en la categoría de Ahorro y Crédito de carácter comunal; obteniendo la denominación de Cooperativa de Ahorro y Crédito Cerrada de Carácter Comunal “La Merced” Ltda. Finalmente el 1º de diciembre de 2010, luego de haber cumplido los requisitos exigidos por ASFI, paso a aprobarse la nueva razón social “Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta La Merced Ltda.”

Cuenta con una red de agencias compuesta por una oficina central y 15 agencias ubicadas en la zona urbana y rural de Santa Cruz, además de una oficina en Riberalta, Beni.

Cooperativa La Merced

Agencia	Departamento	Localidad	Tipo	Nivel de Bancarización
Oficina Central	Santa Cruz	Santa Cruz de la Sierra	Urbana	A
Agencia 1	Santa Cruz	Santa Cruz de la Sierra	Urbana	A
Agencia 2	Santa Cruz	Santa Cruz de la Sierra	Urbana	A
Agencia 3	Santa Cruz	Santa Cruz de la Sierra	Urbana	A
Agencia 4	Santa Cruz	Santa Cruz de la Sierra	Urbana	A
Agencia 5	Santa Cruz	Concepcion	Rural	M
Agencia 6	Santa Cruz	Cotoca	Rural	M
Agencia 7	Santa Cruz	Guarayos	Rural	M
Agencia 8	Santa Cruz	Mineros	Rural	M
Agencia 9	Santa Cruz	Montero	Rural	M
Agencia 10	Santa Cruz	Pailon	Rural	B
Agencia 11	Santa Cruz	Samaipata	Rural	M
Agencia 12	Santa Cruz	San Ignacio De Velasco	Rural	B
Agencia 13	Santa Cruz	San Javier	Rural	A
Agencia 14	Santa Cruz	Yapacani	Rural	M
Agencia 15	Beni	Riberalta	Rural	M

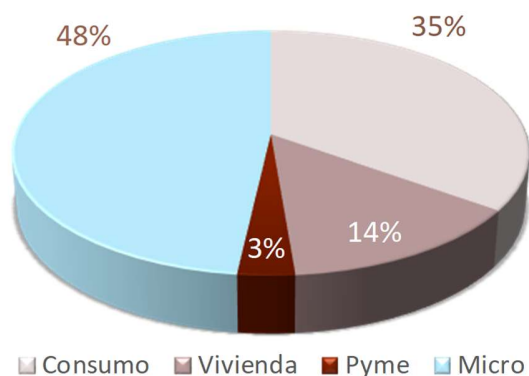
Fuente: ASFI

Ofrece captación de recursos (cuentas de ahorro y DPF) en bolivianos y dólares y el otorgamiento de créditos, principalmente enfocados en microcrédito a comercio y servicios. Adicionalmente, ofrece servicios financieros de giros y transferencias, compraventa de moneda extranjera, y cobranzas, además de otorgarles a sus clientes capacitación sin costo adicionales para usar estos servicios.

3.2 Perfil financiero de la entidad

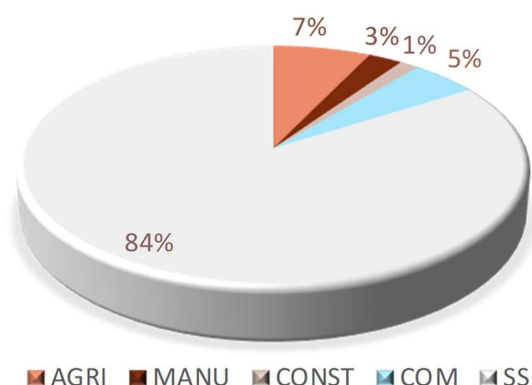
Presenta un ajustado nivel de patrimonio con relación a sus pares, siendo esta una de sus principales debilidades dadas sus limitaciones para capitalizarse debido a su condición de Cooperativa. Su patrimonio se compone casi íntegramente de capital primario.

CME: Cartera por Tipo del Crédito



Fuente: ASFI, Sistema Financiero. Elaboración: AR-LAT.

CME Cartera por Destino de Crédito



Fuente: ASFI, Sistema Financiero. Elaboración: AR-LAT.

CME presenta un muy bajo crecimiento en su actividad crediticia, con tendencia descendente, en línea con el mercado de cooperativas. Sus resultados son influidos por una coyuntura de bajas tasas de interés y mucha competencia de otras cooperativas y de bancos más grandes.

Gracias a su importante red de agencias, genera ingresos no financieros importantes, lo que la distingue de la mayoría de sus pares y fortalece su diversificación de ingresos. Genera utilidades muy bajas.

La mayor parte de sus colocaciones se concentran en microcréditos y en créditos a personas.

Al 31 de diciembre de 2017, el 48% de su cartera está en microcrédito, el 35% en créditos de consumo, 14% en vivienda y el 3% en PYME.

Por destino de crédito, son las actividades de servicios las que aglutinan la mayor parte de sus operaciones.

Al 31 de diciembre de 2017, el 84% de cartera está en servicios, el 7% en agricultura, ganadería, caza y pesca, 5% en comunicación, manufactura 3%, 1% en construcción.

El nivel de capital de las cooperativas depende de los certificados de aportación que anualmente deben constituir sus socios en montos menores (entre Bs20 a Bs100) aspecto que dificulta un rápido proceso de capitalización y, por otra parte, las utilidades de cada gestión son un factor fundamental para el crecimiento patrimonial.

CME mantiene un CAP a diciembre de 2017 del 11,82% bastante menor respecto al promedio del sistema que es de 18,66% al 2017, aunque superior al mínimo regulatorio.

INDICADORES	Descripción	CME	Sistema Coop.	Sistema Banca (mult).
Solvencia	Patrimonio/Activo	9,16%	13,36%	7,12%
Liquidez	Disponib.+Inv.Temp./Oblig.a Corto Plazo	104,68%	77,04%	66,34
Mora	Cartera Vencida Total+Ejecución Total /Cartera	2,58%	2,47%	1,64%
	Cartera Vigente Total/Cartera	97,42%	97,53%	98,36%
Rentabilidad	ROE	6,03%	4,03%	14,50%
	ROA	0,52%	0,52%	0,97%
Eficiencia	Gastos de Administración/(Activo+Contingente)	7,66%	7,06%	3,00%
Composición pasivo	Caja de Ahorros/Total captaciones	16,74%	35,75%	31,09%
	DPF/Total Captaciones	76,37%	58,57%	42,70%

Fuente: Información financiera ASFI.

La Cooperativa cuenta con una solvencia aceptable, superior al sistema bancario y por debajo del sistema cooperativo.

Su cartera tiene un índice de mora levemente superior a pares del sistema cooperativo y bancario, aspecto a cuidar, dado un entorno de alta competencia.

Cuenta con un nivel elevado de liquidez, superior a sus similares en el sistema cooperativo y sistema bancario, disponibilidades que deben ser aplicadas productivamente. La Cooperativa se fondea principalmente mediante depósitos a plazo fijo y en menor proporción de cuentas en caja de ahorros.

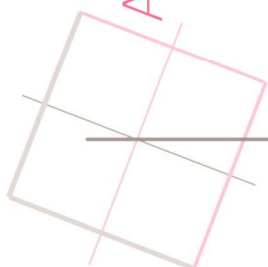
En cuanto a rentabilidad posee un nivel ligeramente superior al sistema cooperativo, pero bastante inferior comparado con el sistema bancario, principalmente por el tamaño y modelo de negocio. Su indicador de eficiencia es similar al de sus pares en el sistema cooperativo, aunque muy por encima del sistema bancario.

Tomando en cuenta las áreas de análisis del perfil financiero de CME, respecto a sus pares, se generan las siguientes conclusiones:

AMBIENTE	•Entorno económico estable aunque con desaceleración. •Entorno normativo exigente direccionado a la función social, aunque las CAC ya tienen legalmente naturaleza eminentemente social por mandato de la Ley específica de Cooperativas.
LIQUIDEZ	•Niveles de liquidez elevados, fondeo principal por DPF. •Control de descalces de plazos.
POTENCIAL DE RETORNO	•Rentabilidad mejor al de sus pares. •Ingresos poco diversificados. •Costo de fondeo mayor.
ACTIVOS	•Cartera en mora que debe controlarse. •Crecimiento bajo.
CAPITAL	•Niveles ajustados de capital dentro la norma.
ADMINISTRACIÓN	•Nivel de eficiencia debe ajustarse al de sus pares. Cumple los lineamientos regulatorios.



Gestión Social y Compromiso con la Sociedad



4. Compromiso Social

4.1 Misión y Visión

La Cooperativa “La Merced” ha elaborado un nuevo plan 2018-2022, para el presente informe se evalúa el plan estratégico formulado para el periodo que culmina el 2017. Este plan, conforme a la normativa de función social (Art. 4to LSF) emitida mediante Circular ASFI 428/2016 en octubre del 2016, considera los objetivos señalados y en la gestión 2018 son reportados como parte de un informe de Balance Social establecido por la Autoridad de Supervisión.

El departamento de Santa Cruz es el más competitivo en términos comerciales a nivel nacional y la entidad ha formulado su plan estratégico para un periodo amplio de cinco años. Considerando la dinamicidad de dicho mercado cruceño y las tendencias de cambio en las variables macro nacionales y de la región, es recomendable efectuar un seguimiento y evaluación a profundidad al final del 2019 con el objeto de asegurar y, en su caso, facilitar el proceso de ajustes que sean convenientes para el logro eficiente de los objetivos.

El compromiso de la cooperativa se expresa en la misión y visión siguientes:

Misión: “Ofrecer a nuestros socios calidad en servicios financieros otorgándoles seguridad en sus ahorros y apoyando su crecimiento económico y personal mediante el financiamiento de sus necesidades en condiciones favorables, con el fin de mejorar su nivel de vida y convivir con armonía con el entorno social, ambiental y económico, comprometidos con nuestros socios, clientes, funcionarios y el ente regulador que nos supervisa.”

La misión expresa el servicio de la Cooperativa a su comunidad brindando seguridad para los ahorros y, mediante el crédito, apoyar a los socios en su crecimiento económico y personal; manteniendo un entorno social, ambiental y económico en equilibrio respecto a la mejora del nivel de vida.

Visión: “Ser una cooperativa sólida en constante crecimiento, socialmente responsable, transparente y confiable, brindando servicios financieros para contribuir al éxito de sus socios, clientes, funcionarios y la comunidad.”

La visión planteada contiene elementos medibles en el tiempo, considera los aspectos de orden económico y los de orden social; plantea un retador propósito que es contribuir al éxito de sus principales grupos de interés (socios, clientes, funcionarios y la comunidad), considera también según su plan de RSE al Ente Regulador como un grupo de interés.

La formulación de la planificación es participativa en los niveles jerárquicos superiores, cada gerencia prepara con su respectivo personal los planteamientos e ideas convenientes para proponerlos como parte del plan. Es recomendable se formalicen las dinámicas que les permita recoger ideas para la innovación de productos y servicios conforme exige la norma.

El seguimiento y control es mensual mediante informes brindados por cada gerencia y la Subgerencia General emite un informe con periodicidad bimestral acerca de la ejecución del plan.

Está a cargo del Jefe de Marketing, RSE y Educación Financiera el seguimiento y apoyo al cumplimiento de las acciones previstas en el área social bajo un Objetivo Estratégico específico para el efecto (de un total de ocho).

Debe destacarse que la entidad presta sus servicios en 8 localidades del área rural de un total de 15 puntos de atención financiera.

4.2 Valores

La entidad mantiene los valores que constituyen el credo de la entidad y están explícitos en el Código de Ética aprobado en la gestión 2016 y se exponen, junto a los principios cooperativos, en el recuadro siguiente:

VALORES DEL CÓDIGO DE ETICA	PRINCIPIOS COOPERATIVOS DEL CODIGO G.C.
a. Honestidad. b. Verdad c. Equidad d. Transparencia e. Responsabilidad f. Integridad g. Respeto: a las personas, grupos de interés y medio ambiente.	a. Asociación Voluntaria y Abierta. b. Gestión Democrática c. Participación Económica de sus Integrantes. d. Autonomía e Independencia. e. Educación, Capacitación e Información. f. Integración Solidaria Entre Cooperativas. g. Interés por la Colectividad.

El tratamiento de las faltas y/o denuncias de carácter ético son administradas por el el Tribunal de Honor conforme a su reglamento.

La misión, visión y valores se difunden al público a través de las memorias anuales, boletines mensuales y están expuestas en la sala de atención al público y en la página web.

Los eventos de capacitación y formación se concentran en los temas financieros y el rol del supervisor de la ASFI y dos veces al año se efectúan reuniones generales con todo el personal de la cooperativa donde se efectúan discursos y mensajes relacionados con los valores y principios cooperativos de la entidad.

Aún no se hace partícipes en forma directa a los grupos de interés para las modificaciones y/o sugerencias de cambio, sin embargo, la entidad tiene un buzón de sugerencias mediante el cual recoge mensualmente la opinión de los consumidores financieros.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto al compromiso con los valores sociales, a través de su misión, visión y valores el siguiente nivel:

5	Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario. La misión y visión están orientadas al área económica, de mercado y explicita aspectos de responsabilidad social empresarial relacionados con su entorno específico.
4	La organización posee un código de conducta en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes / comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable. La misión y visión están orientadas al área económica, de mercado y explicita aspectos de responsabilidad social empresarial relacionados con su entorno específico.
3	Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de una persona o área responsable. La misión y visión están orientadas al área económica, de mercado y algunos aspectos de responsabilidad social empresarial.
2	Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas. La misión y visión están orientadas al área económica y de mercado.
1	No han considerado compromisos de carácter social y/o declaraciones que hagan referencia a aspectos de orden social.

5. Gobierno Corporativo



5.1 Respeto a disposiciones y prácticas de gobierno de la entidad

Conforme a la normativa en vigencia la entidad cuenta con el Código de Gobierno Corporativo, el Reglamento Interno de Gobierno Corporativo y el Código de Ética, los que deben facilitar un tratamiento armónico de los asuntos relacionados con la gobernabilidad de la entidad, para el efecto, fueron adecuados para su aplicación en la gestión 2017.

Participación y Composición

La práctica eleccionaria de la cooperativa responde a un modelo democrático de gobierno, en el cual se sobrepone la participación social de sus socios al valor monetario de capital con que cuenten, bajo el principio cooperativista de un socio un voto y definido por su normativa estatutaria y la Ley de Cooperativas.

En la gestión 2017 se contaron un total de 22.568 socias mujeres y 27.662 socios hombres habilitados para votar, número total mayor en 3,64% respecto al 2016.

El Código de Gobierno Corporativo define los roles y responsabilidades de los órganos de poder a fin de evitar injerencias. La estructura organizativa contempla al Consejo de Administración para la gestión estratégica y a la Alta Gerencia para la ejecución de planes. El control independiente lo ejerce el Consejo de Vigilancia, mediante el apoyo operativo de la unidad de auditoría interna.

Los consejos han realizado su informe anual y asimismo los directores salientes, se reúnen al menos dos veces al mes (principio de mes y a las dos semanas). Los directores que dejan el mandato entregan un informe de actividades, el mismo que se presenta a la asamblea y sirve para evaluarlos.

El equipo del Consejo de Administración está compuesto 9 miembros, tres Ingenieros uno de los cuales es el Presidente, el equipo además cuenta con un Administrador de empresas, un Arquitecto, un Abogado y dos bachilleres.

Por su parte el Consejo de Vigilancia cuenta con 5 miembros, un Contador General como presidente, una Comunicadora Social, dos auditores financieros y un bachiller.

En el nivel superior se encuentran los dos consejos de Vigilancia y de Administración, según explican claramente en el informe de gobierno corporativo, el relacionamiento interno de los consejos es adecuado y respetan sus respectivos roles. Es recomendable destacar la institución del Tribunal de Honor y su función por encima de los comités. Cuentan con los siguientes Comités; de Gobierno Corporativo, Comité de Gestión Integral de Riesgos, de Tecnología de la Información y de Seguridad Física y adicionalmente a lo exigidos por norma tienen el Comité Directivo de Crédito, Comité Ejecutivo de Crédito, Comité de Cumplimiento y Riesgo UIF, Comité de Mora y Comité de Marketing, Responsabilidad Social Empresarial y Educación Financiera.

El Comité Electoral y de Nominaciones, tiene funcionamiento ad hoc bajo un reglamento específico y es el que garantiza el cumplimiento de los requisitos exigidos a los postulantes para la realización del evento anual de elecciones democráticas.

La alta gerencia se halla compuesta por personal profesional, dos auditores financieros de los que uno es el Gerente General, otro el Gerente de Operaciones dos administradores de empresas que son Gerente de Crédito y Gerente de Captaciones, y un abogado ejerce como Subgerente General. Además, tienen un abogado como Jefe del Departamento Legal y seis subgerencias a cargo de personal profesional. Entre todos tienen experiencia profesional promedio de 23 años y en cargos de la entidad financiera de 5 años.

Transparencia

La cooperativa publica sus estados financieros en medios de prensa semestralmente, distribuye en su memoria anual informes de sus órganos de gobierno, esta información incluye el dictamen del Auditor Externo como opinión independiente. También efectúa reportes periódicos conforme a normativa a la ASFI, autoridad que publica la misma a través de medios informáticos en su página web.

Por otra parte, cuando recibe visitas de inspección de la ASFI (no las recibió en la gestión 2017), también cuenta con los informes correspondientes, los que incluyen una matriz de observaciones que entrega la autoridad, con la que proceden a formular un plan de mejora de los aspectos observados. Regularmente reciben comunicaciones basada en la normativa de la autoridad producto de la supervisión de gabinete.

La entidad ha elaborado el informe de gobernabilidad requerido por norma y el informe de Responsabilidad Social Empresarial, ambos han sido publicados en la Memoria anual para conocimiento de la asamblea de socios y su respectiva aprobación.

El informe de gobernabilidad no reporta ningún conflicto a nivel de los órganos de gobierno durante la gestión.

La cooperativa cuenta con las políticas establecidas por norma de la ASFI y durante la gestión se han efectuado ajustes de actualización a las mismos.

En general los órganos de gobierno cuentan con la información y espacios necesarios para su adecuado desenvolvimiento y toma de decisiones.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a disposiciones y prácticas de buen gobierno corporativo el siguiente nivel:

5	Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejos y alta gerencia) incorpora criterios de orden socio ambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de las partes interesadas en asuntos que las involucren, siguiendo una línea democrática desde la elección de sus autoridades.
4	Además de eso, tiene políticas explícitas para promover el tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, bajo un sistema democrático, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente.
3	El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas (sg. ASFI) y mecanismos formales que aseguran la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en los estados de cuentas y otras informaciones.
2	Además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los estados financieros son auditados por auditoría externa independiente.
1	No se tratan aspectos de gobernabilidad, aunque se presenten conflictos en la entidad.

5.2 Diálogo e Involucramiento con los Grupos de Interés (Stakeholders)

Conforme a su diagnóstico interno y sus políticas de RSE, la cooperativa ha identificado a los siguientes grupos de interés:

- Socios
- Clientes
- Funcionarios
- Ente Regulador
- Comunidad

Remarca que su actuación debe estar en sintonía con la dimensión de conservación ambiental.

Como parte de la comunidad la entidad considera a la Competencia que también es un grupo de interés al cual hace seguimiento, especialmente en un mercado altamente competitivo como es el cruceño, donde están las cooperativas de ahorro y crédito más grandes del país y la banca en su totalidad, puesto que su posicionamiento depende del accionar competitivo del mercado. Las gerencias pertinentes desarrollan sondeos de los productos y servicios que la competencia desarrolla y reconocen cierta desventaja en banca por internet.

El relacionamiento con las autoridades del sector se lleva conforme a disposiciones legales. La Cooperativa opera como una institución abierta y regulada por la ASFI autoridad con la que cumple en cuanto a requerimientos de información y orientaciones sociales emitidas por norma; de esa forma su relacionamiento es formal, continuo y frecuente.

En la gestión analizada no tuvieron situaciones observables con otras autoridades nacionales, departamentales y locales; se mantiene pendiente la solución de la cuota regulatoria adicional impuesta a los socios por la AFCCOP (Bs0,50ctv) en instancias de autoridades reguladoras.

El relacionamiento con los socios y clientes se efectúa a través de la plataforma de servicios, en el curso de las operaciones de captación, de colocación y prestación de servicios; también se realiza por medios impresos (boletines, panfletos, etc.), de la radio y mediante publicaciones en las pantallas de espera en sala y en la página web, en esta última incluso pueden verse documentos como la memoria, estados financieros, publicidad y otras ofertas.

Conforme a norma cuentan con el mecanismo denominado “Punto de Reclamo”, para responder a las quejas por los servicios u operaciones, formulario que también se halla a disposición pública en su página web.

La relación con los colaboradores está enmarcada en las disposiciones legales laborales y con orientación al respeto a los derechos humanos. En forma continua se hacen conocer dichas disposiciones a través de sus boletines mensuales, además de incluir orientaciones y recomendaciones para mantener la salud laboral. También se remarcen en dichas publicaciones aspectos principales de la ley integral 348 que orienta acerca de una vida libre de violencia a las mujeres y la ley 045 Ley contra el racismo y toda forma de discriminación.

En relación con los proveedores la Cooperativa trabaja solamente con empresas jurídicas o naturales nacionales, no cuenta con un registro actualizado del total de sus proveedores y volumen de compras al 2017. Los contratos con proveedores se hallan cubiertos por cláusulas de confidencialidad según sea el tipo de servicio adquirido. Aún no se incorpora en los contratos como parte de la relación con el proveedor, que éste cumpla con criterios de responsabilidad social empresarial (por ejemplo, evite daños a la comunidad o medio ambiente, en cuyo caso será causal de rescisión del contrato).

La cooperativa dispone como parte del Código de Ética que no podrán recibir/entregar obsequios de o a los proveedores, respectivamente, para lograr beneficios fuera de los términos.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a diálogo e Involucramiento con los Grupos de Interés el siguiente nivel:

- 5 Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a los grupos de interés en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prever, minimizar o eliminar los impactos socio ambientales negativos que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.
- 4 Además de priorizar el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para “interiorizar los impactos socio ambientales” negativos ocasionados por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.

3	Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todos los grupos de interés por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucramiento de los grupos de interés para remediar impactos socio ambientales ocasionados por sus actividades por medio de equipos preparados para adoptar planes de contingencia necesarios.
2	Está consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio y conoce los dilemas específicos y atributos de sus grupos de interés (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas), aún no estableció canales formales de diálogo para mantener esas relaciones.
1	No se han tratado estos asuntos de manera que se formalicen conforme a normativa de la ASFI.

5.3 Informes y gestión del Control Interno

En lo organizacional, la gestión de las actividades de RSE aprobadas por el Consejo de Administración, depende del Gerente General, el Subgerente General, la Gerencia de Captaciones y finalmente la “Jefatura de Marketing, RSE y Educación Financiera”.

Cuentan con un Comité de Marketing, RSE y Educación Financiera, compuesto por el Gerente General, el Subgerente General, el Gerente de Operaciones, el Gerente de Captaciones, el Gerente de Crédito y el Jefe de Marketing, RSE y Educación Financiera. Ello demuestra el enfoque transversal que le han otorgado al accionar mediante un plan de actividades de RSE, acerca de las cuales se realizan informes acerca de su cumplimiento y se publican frecuentemente, en sus boletines, aspectos de la filosofía y actividades desarrolladas, además del informe que tiene periodicidad anual.

La entidad cuenta con indicadores sociales de acuerdo con los requerimientos normativos de la norma de RSE de la ASFI, y ha elaborado la información correspondiente a los indicadores de Función Social que deben ser reportados hasta fin de junio de 2018. El jefe responsable debe hacer seguimiento a la elaboración de los indicadores sociales, además de apoyar en la elaboración de informes anuales sobre el tema habiéndose incluido para tareas de apoyo a una persona adicional en la jefatura.

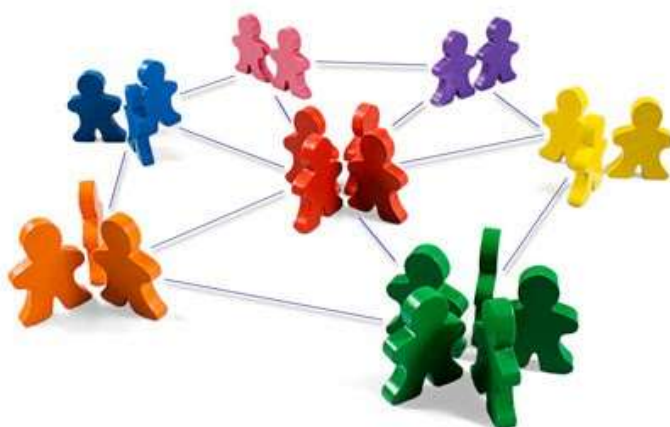
La entidad realizó un autodiagnóstico de RSE sobre la base de criterios especialmente cualitativos, concluyendo que deben mejorar el nivel de cumplimiento de lo planificado en cuanto a conciliar la vida laboral con la personal y lograr mayor participación e iniciativa de los funcionarios en temas de RSE.

Como parte de los informes y mecanismos de control, la entidad realizó la evaluación del desempeño social por la gestión 2016 con la empresa AnálisisReal Latinoamérica S.R.L. que presenta una calificación de 2,8 sobre 5 con tendencia a mejorar.

El Consejo de Administración y el Comité de RSE una vez que conocieron el informe de Calificación de Desempeño Social de la gestión 2016, efectuaron las recomendaciones para mejorar desempeño futuro encargando las tareas pertinentes al Jefe de área.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a Informes y gestión del Control Interno el siguiente nivel:

5	Se planifica con base en los indicadores/datos/informaciones de desempeño de los aspectos relacionados con los aspectos sociales; la información es compartida con las partes interesadas, con el fin de que las mismas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles y se alimenta con dicha información actualizada el balance social de la empresa. Estas actividades son objeto de auditorías anuales dentro del plan de la unidad respectiva.
4	Cuenta con indicadores/datos/informaciones de desempeño para monitoreo de los aspectos relacionados con los aspectos sociales, los que son utilizados en la toma de decisiones para el mejoramiento de las relaciones con los distintos grupos de interés. Estas actividades son objeto de auditorías a requerimiento del Consejo de Vigilancia dentro el plan de la unidad respectiva.
3	A lo anterior se adiciona que se han efectuado reportes iniciales con la información disponible en la entidad. No se realizan ejercicios de auditoría a las actividades RSE.
2	Está consciente de la importancia de incorporar indicadores/datos/informaciones de desempeño para monitoreo de lo relacionado con los aspectos sociales, con el fin de que las mismas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes interesadas. No se realizan ejercicios de auditoría a las actividades RSE.
1	No se han tratado asuntos relacionados con la necesidad de hacer seguimiento y control de metas de orden social. No se realizan ejercicios de auditoría a las actividades RSE.



Responsabilidad Social con Grupos de Interés Y respeto a los DDHH y Medio Ambiente

6. Empleados



La Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta La Merced Ltda., cuenta con Política de reclutamiento, selección, inducción, capacitación, promoción, rotación y remoción del personal ejecutivo y demás funcionarios; Reglamento Interno de Personal; Política de Retribución; Política de Perfil de Cargos; Código de Ética, Código de Conducta y Código de Gobierno Corporativo, de manera conjunta establecen el marco de relacionamiento entre los trabajadores y la Cooperativa y el marco en el que se desarrollan los procesos de reclutamiento, selección, compensación y desarrollo de los trabajadores. Estas políticas incluyen valores organizacionales y estándares de conducta profesional que se espera de todo el personal tanto con el personal, clientes, socios y medio ambiente. El Código de Ética establece los valores, principios y normas de conducta que deben guiar las acciones de los Consejeros, Funcionarios y Socios de la Cooperativa.

6.1 Respeto y Participación con el Personal

Respecto a la conformación de grupos de trabajadores dentro de la Cooperativa y al involucramiento de los empleados en la gestión de la Cooperativa, durante el 2017 no se ha conformado ninguna asociación de trabajadores. Sin embargo, el Reglamento Interno de Trabajo de la Cooperativa tiene un Capítulo específico “De la Organización Sindical”, que permite la agrupación de los trabajadores, en este mismo acápite, se establece que en caso que hubiera algún Sindicato prohíbe las reuniones en horarios de trabajo.

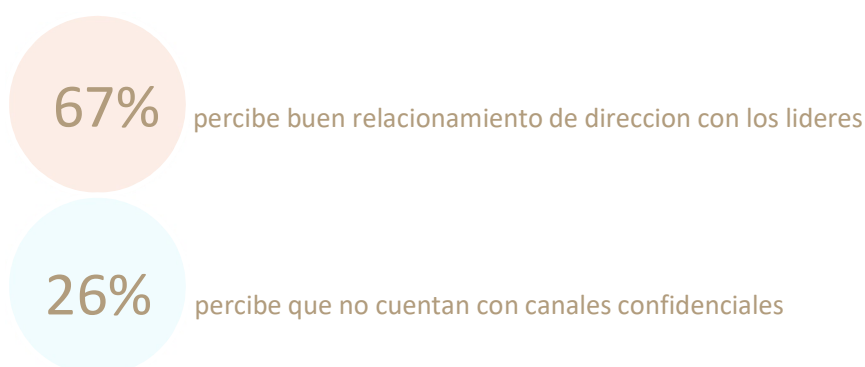
La entidad cumple con todos los beneficios legales que corresponden a los empleados y otorga, como parte de su imagen corporativa, uniformes a los empleados.

Por otra parte, como se mencionó más arriba en la elaboración de la Planificación Estratégica se involucra la participación desde mandos medios hacia arriba, adicionalmente, trimestralmente realizan Comités de RSE en las diferentes áreas de la Cooperativa, esto con el objeto de involucrar a todos los funcionarios y darle más dinámica a la gestión de RSE, para que tengan la oportunidad de transmitir ideas o resultados de acciones a implementar o implementadas.

Respecto a actividades de confraternización entre los trabajadores, de acuerdo a la información relevada en las entrevistas, durante el 2017 participaron en campeonatos de fútbol para ambos sexos, y como todos los años se realizó el agasajo por el día del trabajador.

En cuanto a mecanismos formales para transmitir quejas y/o sugerencias de los empleados tienen un “Canal Abierto” que permite que todos los funcionarios puedan comunicarse en forma confidencial con Recursos Humanos y transmitir sugerencias, quejas, reclamos, ideas, opiniones, etc.

De acuerdo a la encuesta realizada al personal, a diferencia del 2016, el 67% del personal encuestado percibe que la Dirección mantiene un buen relacionamiento y un diálogo transparente con los líderes de área (2016: 51%). El 19% percibe que esta relación es parcial y el 3,4% que no existe, 10,6% no responde.



En la encuesta realizada al personal, se observa también que el 26% de los trabajadores perciben que NO cuentan con canales de comunicación confidenciales para hacer conocer hechos que podrían afectar la dignidad de los funcionarios (2016:24%). El 22% consideran que esto es parcial, y el 52% consideran que si cuentan con los canales.

La Cooperativa tiene un Boletín mensual "SOMOS LA MERCED", para informar a todos los funcionarios sobre temas diversos y novedades dentro de la Cooperativa.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a respeto y participación del personal el siguiente nivel:

- 5 Tiene un canal de comunicación consolidado con los sindicatos u otras asociaciones de empleados, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos, que afecten a los trabajadores, para subsidiar las discusiones. Los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.

4	Provee informaciones sobre las condiciones de trabajo, y se reúne periódicamente con los sindicatos u otras asociaciones de empleados para oír sugerencias y negociar reivindicaciones. Tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico-financieras con sus empleados, con el objetivo de prepararlos para que ayuden al comité de gestión o en las decisiones estratégicas, presentando informaciones importantes para la gestión de riesgos y oportunidades.
3	No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo. Pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras. Cuenta con mecanismos para recibir posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los funcionarios.
2	No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales u otras asociaciones de empleados. Pone a disposición informaciones sobre la empresa (historial, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales aliados, clientes etc.) y capacita (en la admisión, en programas de integración, entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.
1	No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales u otras asociaciones de empleados ni comparte información de la entidad con los empleados

6.2 Respeto al Individuo

6.2.1 Valoración de la Diversidad

La Cooperativa incluye la prohibición a cualquier tipo de discriminación en sus políticas. Dentro de su Código de Ética, entre los principios está: dar trato justo y equitativo a los socios/clientes internos y externos, respetando a las personas como seres humanos por sobre todas las cosas y hechos. Uno de los pilares fundamentales de la cultura organizacional de la Cooperativa, es el principio del respeto a las personas.

El Código de ética considera conducta inapropiada si el clima institucional se ve afectado por un trato discriminatorio hacia socios/clientes internos y externos, por prejuicios de raza, color, creencia religiosa, política, cultura, sexo, edad, nacionalidad, defecto físico o cualquier otro fundamento.

La Política de RSE, entre otras establece que se debe practicar en todo momento el respeto a la diversidad étnica y pluricultural, realizando sus actividades con un enfoque de servicios que considere la gran variedad de culturas, lenguas y costumbres que componen y rigen en el territorio nacional.

La Cooperativa cuenta con un Tribunal de Honor, para que el personal, socios o Directivos puedan hacer sus reclamos o sugerencias.

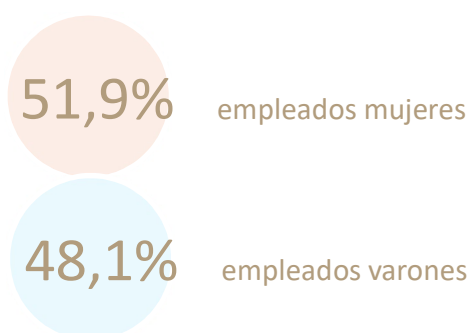
Por tanto, las políticas de la Cooperativa enuncian acciones para evitar que los funcionarios sean discriminados por su sexo, edad, género, raza, religión, discapacidad, ideología política, etc.

De acuerdo con la encuesta realizada al personal de la Cooperativa el 88% responde que no se observaron actos de personas que sean discriminadas por su edad, género, raza, religión, discapacidad, ideología política, etc. (2016:80%). El 5,2% responde que, si se observaron y el 5% parcialmente, 1,8% no responde.

En sus políticas la Cooperativa hace referencia explícita al acoso sexual y no al acoso moral, ideológico y de cualquier otro tipo. El Código de Ética considera como conducta inapropiada cuando en el ambiente laboral se ejerza acoso sexual por parte de cualquier funcionario (a) o jerarquía en contra de sus compañeros de trabajo.

La Cooperativa promueve un ambiente de no discriminación, y a través de sus políticas se declara contraria a comportamientos discriminatorios y al acoso sexual.

De acuerdo con la información proporcionada por la Cooperativa, el 51,9% del personal de la Cooperativa es mujer y el 48,1% hombre. Por otra parte, las horas promedio semanales trabajadas al año por hombres son de 44 y mujeres son de 44 horas. Todos los trabajadores de la cooperativa son permanentes y cuentan con beneficios sociales. En la Cooperativa no trabajan menores de edad.



La Cooperativa no cuenta con un programa específico de contratación de personas con discapacidad, sin embargo, en su Política de RSE promueve el respeto a las personas con discapacidad en el marco de lo establecido en la Ley General para Personas con Discapacidad. De acuerdo a información proporcionada por la Cooperativa el 2017 no trabajaron personas con capacidades diferentes.

En su Boletín Informativo mensual, entre otras hace referencia la Ley contra el Racismo y toda forma de discriminación, y la Ley Integral 348 que garantiza a las mujeres una vida libre de violencia.

Cooperativa La Merced

	2016	2017
Total de personal	124	129
Total de personal permanente	124	129
Total de personal a contrato	0	0
Nuevos (altas) personal en el período	38	31
Bajas personal en el período	53	34
Horas Trabajadas por Mujeres (promedio semanal)	44,0	44,0
Horas Trabajadas por Hombres (promedio semanal)	44,0	44,0
Total menores de edad Trabajadores	0	0
Total Trabajadores con Beneficios Sociales	124	129
Mujeres Trabajadoras con Beneficios Sociales	68	62
Horas de Capacitación promedio por Trabajador		
Alta Gerencia	6	4
Mandos Medios	20	15
Niveles Operativos	55	35
Tasa de Rotación de Personal anual	3,31%	2,2%
Mujeres	1,70%	0,9%
Hombres	1,60%	1,4%
Calificación Promedio de Evaluación de Desempeño		
Mujeres	75%	n.d.
Hombres	75%	n.d.

Fuente: Cooperativa La Merced

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a Valoración de la Diversidad el siguiente nivel:

5	Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja.
4	Realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.
3	Promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias negativas, regulando los procesos de selección, admisión y promoción y movilidad interna, orientando sobre el encaminamiento de posibles denuncias.
2	Cumple la legislación relacionada a la discriminación y se declara contra comportamientos discriminatorios que no promuevan igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, proveedores y comunidad de entorno.
1	No considera la discriminación del personal como relevante.

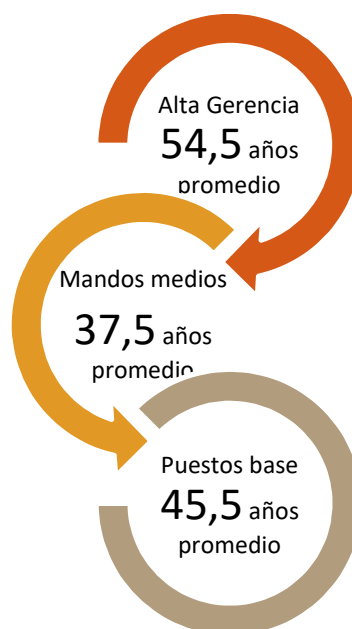
6.2.2 Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

La promoción de equidad de género de manera explícita no se observa en ninguna de sus políticas ni reglamentos. El Código de Ética y el Código de Gobierno Corporativo promueven el trato igualitario a todo nivel.

Respecto a la conformación del Directorio de la Cooperativa, el Consejo de Vigilancia está conformado por tres socios, de los cuales dos son mujeres y uno es hombre, el Presidente es el Cr. Alexander Procchio Sosa, Secretaria la Lic. Teresa Tórres Busch y Vocal la Sra. Mirian Yolanda Libera Cortéz; en cuanto al Consejo de Administración está conformado por siete socios, seis hombres y 1 mujer, el Presidente del Consejo es el Ing. Marcelo El Hage Justiniano.

En cuanto al personal de la Cooperativa, la distribución por sexo se muestra en los siguientes cuadros, donde se evidencia que en general hay una participación equilibrada de hombres y mujeres, el 2015 a nivel de la Gerencia se observa 14 hombres y 10 mujeres, en mandos medios 15 hombres y 10 mujeres, y a niveles operativos 51 son mujeres y 36 hombres. El año 2016, se observa una situación muy parecida, a nivel de la Gerencia hay 11 mujeres y 13 hombres, en mandos medios 13 hombres y 8 mujeres y en niveles operativos 43 mujeres y 36 hombres. El 2017, a nivel de Gerencia hay 14 hombres y 12 mujeres, a nivel de mandos medios 15 hombres y 10 mujeres, y en niveles operativos 38 hombres y 40 mujeres.

El 2017, la media de la edad para personal de la Alta Gerencia es de 54,5 años, para mandos medios 37,5 años y para puestos de base 45,5 años.



De acuerdo a información proporcionada por la Cooperativa el 2017, hubo 1 trabajador hombre promocionado. En cuanto a trabajadores desvinculados de 34, 13 son mujeres y 21 hombres.

CME: Cuadro de Personal

2016	N° Trabajadores		Rango Edad	
	Hombres	Mujeres	Min	Max
Directivos	7	3	39	82
Alta Gerencia	13	11	31	74
Mandos medios	13	8	23	55
Niveles Operativos	36	43	18	70
2017	N° Trabajadores		Rango Edad	
	Hombres	Mujeres	Min	Max
Directivos	7	3	39	84
Alta Gerencia	14	12	33	76
Mandos medios	15	10	25	50
Niveles Operativos	38	40	19	72

Fuente: Información proporcionada por CME.

Si bien la Cooperativa no realiza campañas internas de concientización para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer, en su Boletín de RSE mensual hace referencia a la Ley Integral 348 que garantiza a las mujeres una vida libre de violencia. No define metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para la promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas. Sin embargo, de acuerdo a la información proporcionada en la práctica se observa que si promueve la equidad de género.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a Compromiso con la promoción de la equidad de género el siguiente nivel:

- 5 Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring específicos para mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos en la empresa, se esfuerza para que la actitud de promover la equidad de género se replique en toda su cadena productiva e invierte en programas de valoración de la mujer.
- 4 Asume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de las personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa.
- 3 Realiza sondeo interno periódico para evaluar sus procesos, políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad de género. Utiliza esa información para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación etc.

² Sigue la legislación del país que prohíbe la discriminación en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.

¹ No considera relevante la equidad de género dentro de la entidad.

6.3 Trabajo Decente

6.3.1 Política de Remuneración, beneficios y carrera

La escala salarial de la Cooperativa se define por categorías y niveles. Cuenta con una Política de Retribución, cuyo objetivo es retribuir a los funcionarios por el trabajo realizado, busca remunerar a cada empleado de acuerdo con el valor del cargo que ocupa, recompensarlo adecuadamente por su desempeño y dedicación, atraer y retener a los mejores candidatos para los cargos, mantener equilibrio entre los intereses financieros de la organización y los del empleado. También establece que la política de retribuciones deberá ser equitativa y justa, así como competitiva externamente.

En base a información de la Cooperativa se observa, que entre el 2016 y 2017 no hubo una variación significativa en la distribución de los salarios de todo el personal de la Cooperativa. De acuerdo a información proporcionada en las entrevistas, en la gestión, se ha ido incluyendo personal joven que entre otras ayuda a incrementar las colocaciones. De esa forma la institución estaría formando a nuevos profesionales. A nivel de los puestos operativos también se da opciones a mejorar de puestos y nivel.

La relación entre la remuneración total anual para el individuo mejor pagado de la Cooperativa respecto a la remuneración promedio anual total de todos los empleados es de 4.6. La relación entre el salario mínimo de la entidad supervisada y el salario mínimo nacional es de 1, es decir, el salario mínimo de la institución es igual que el salario mínimo nacional.

En cuanto a los incentivos al personal, la Política de Créditos establece que se cancelará incentivos a los Ejecutivos Comerciales y Jefes de Agencia por la colocación de créditos mensuales, dichas comisiones estarán sujetas a lo establecido en el Reglamento de Comisiones. Adicionalmente, en el Boletín Informativo mensual hay una sección en la cual se exponen y felicitan a los funcionarios con los tres primeros lugares en Captaciones y Colocaciones de créditos. Por otra parte, tienen comisiones sobre captaciones de nuevos Depósitos a Plazo Fijo en boliviano.

Adicionalmente, se tiene la prima es anual, en caso que la Cooperativa logre excedentes.

Considerando que las entidades de intermediación financiera tienen normado crear productos o servicios de calidad para los respectivos segmentos que atienden, se hace necesario fomentar a los colaboradores con incentivos que les motive a innovar en sus respectivas áreas de trabajo dentro de la entidad.

De acuerdo a las entrevistas, se percibe que el clima laboral es bueno, sin embargo, a veces se ve afectado por rotaciones de personal por incumplimiento de objetivos. Según normativa se hace rotar al personal que atiende al público al menos dos veces al año. Es importante resaltar también que los Boletines de RSE, a través de los distintos temas que presentan, por ejemplo,

mostrando los beneficios de trabajar en equipo, motivan al personal a lograr un mejor clima laboral. Es conveniente se realicen estudios de Clima Laboral.

De acuerdo a la encuesta realizada al personal a diferencia del 2016 el 64% percibe que se promueve un adecuado clima laboral y de relación armónica dentro de la Cooperativa. (2016: el 47%).

Respecto a las comunicaciones internas entregados al personal, todas son casos de llamadas de atención a funcionarios, durante el 2016 y el 2017 no se entregaron comunicaciones internas de felicitación por el buen desempeño. De acuerdo a información proporcionada por la institución el 2017, a nivel de la Alta Gerencia no se entregaron comunicaciones internas, a nivel de Mandos Medios, se entregaron 52, y a Nivel Operativo se entregaron 73 comunicaciones internas.

CME: Comunicaciones internas entregadas al Personal

2016	2017			2016		
	Alta Gerencia	Mandos Medios	Niveles Operativos	Alta Gerencia	Mandos Medios	Niveles Operativos
Llamada de Atención	0	52	73	1	80	130
Felicitación	0	0	0	0	0	0
Otros: instructivos por diferentes motivos, entrega de manuales,	0	0	0	0	0	0

Fuente: Información proporcionada por la Cooperativa LA MERCED

De acuerdo a la encuesta realizada al personal de la cooperativa, de la misma forma que el 2016 solamente el 48% percibe que la Cooperativa ofrece estabilidad laboral a sus trabajadores. El 36% percibe que esto es parcial y el 16% percibe que no ofrece.

La Cooperativa, una vez al año realiza evaluaciones de desempeño del personal, estas evaluaciones se utilizan para retroalimentar y de esa forma mejorar el desempeño.

48%

percibe estabilidad laboral

60%

percibe que se promueve capacitación en atención al cliente

Respecto a la rotación del personal, de acuerdo con la información proporcionada por la Cooperativa, se observa que la rotación el 2017 disminuye, de acuerdo a la información proporcionada por la Cooperativa la tasa de rotación el 2015 era de 2,56% y subió a 3,31% en 2016, y el 2017 baja hasta 2,23%. Por género, la tasa de rotación para las mujeres el 2015 era de 1,37% y subió hasta 1,70% en 2016, y el 2017 baja hasta 0,85%; respecto a los hombres la tasa de rotación el 2015 era de 1,20% y subió hasta 1,60% el 2016 y el 2017 baja hasta 1,38%.

Durante el 2017, se dieron promociones en forma constante especialmente de cajeros.

Respecto a la capacitación al personal en trato al cliente, en la encuesta que se realizó al personal se observa que el 60% de los empleados encuestados percibe que la cooperativa promueve la capacitación continua a los empleados de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del cliente financiero, para el 28% esta acción es parcial, y para el 12% la cooperativa no la promueve.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a política de remuneración, beneficios y carrera el siguiente nivel:

5	Trata a los empleados como socios, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.
4	Valora competencias potenciales, estimulando a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional y teniendo en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de carrera con base en las nuevas habilidades.
3	Estimula a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según políticas y teniendo en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.
2	Respeta y busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos o impuestos por el gobierno.
1	No mejora niveles salariales, excepto si es por disposiciones legales, no considera la capacitación del personal como relevante.

6.3.2 Cuidados de la Salud y Condiciones Laborales

En cuanto a las acciones que toma la Cooperativa para asegurar buenas condiciones de trabajo y buena salud de sus empleados, a pesar de no contar con un Comité de Higiene y Seguridad Laboral cumple con exigencias legales.

El Reglamento Interno, entre los deberes de la Cooperativa establece, que se debe proporcionar un ambiente de trabajo salubre, cumpliendo las normas de seguridad industrial vigentes, con dotación oportuna de los medios de protección para los casos de peligro. Por otra parte, la Cooperativa tiene un botiquín de primeros auxilios con los medicamentos indispensables para auxiliar a las personas que sufran accidentes o ataques imprevistos, hasta que sean trasladadas a los centros médicos.

El 2017 tenían un seguro médico privado que estaba cubierto en 50% por la cooperativa. Por otra parte, la Caja Bancaria realiza un control médico de salud anual. Además, cuentan con programas de Salud Preventiva para los funcionarios.

Para el 59% de los empleados encuestados la cooperativa capacita en salud y seguridad laboral a los trabajadores (2016: 45%), el 22% parcialmente y el 14% percibe que no. El 5% no responde.

En cuanto a un adecuado balance entre la vida laboral y familiar de los trabajadores, igual que el 2016 solamente para el 28% de los encuestados si promueve un adecuado balance entre la vida laboral y familiar, 17% considera que no y 55% parcialmente.

Todos los funcionarios a tiempo de su contratación son afiliados a las cajas de salud y se realizan los aportes que las disposiciones legales sociales exigen.

En cuanto a facilidades y beneficios adicionales a los establecidos por ley, para los casos de embarazo y maternidad, en la cooperativa se da cumplimiento a lo establecido por Ley.

En las reuniones mensuales, entre otras, se tocan temas relacionados con el buen relacionamiento (por ejemplo, uso de celulares).

De lo anterior se concluye, que la Cooperativa cumple con las obligaciones legales en cuanto a seguridad y salud laboral.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a Cuidados de la salud y condiciones laborales el siguiente nivel:

5	Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, los incluye en la planificación estratégica y los divulga ampliamente.
4	Desarrolla campañas regulares de concienciación e investiga el nivel de satisfacción de los empleados en relación al tema, evidenciando áreas críticas en forma preventiva.
3	Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares promedio en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.
2	Cumple las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar niveles de bienestar en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.
1	Se limita al cumplimiento mínimo de las exigencias normativas vigentes.

6.3.3 Compromiso con el Desarrollo Profesional

Durante el 2017, todos los funcionarios han sido capacitados a través de cursos, seminarios y conferencias con el objetivo principal de mantenerlos actualizados para poder cumplir de forma eficiente con sus funciones y de esta forma mejorar de forma continua sus procesos y la calidad de atención a los socios y clientes. El 2017 se realizaron 37 capacitaciones internas y 9 externas. En promedio a nivel de la Alta Gerencia tuvieron 4 horas de capacitación, a nivel de los Mandos Medios 15 horas de capacitación y a niveles operativos 35 horas de capacitación en promedio.

De acuerdo al Programa de Capacitación ejecutado se capacitó en la normativa vigente, canje y fraccionamiento de material monetario, registro de información del sistema de registro del mercado integrado, productos ofrecidos por la Cooperativa, normativa de ASFI aplicada al área de Operaciones, gestión integral de riesgo de liquidez, responsabilidad social empresarial, política conozca a su cliente, cartera de crédito, seguro colectivo, control de tipos de cambio, gestión de riesgo de liquidez, actualización de información del cliente Formulario PCC-01, seguridad de la información, cajero automático, límites legales, posición cambiaria y gestión por tipo de cambio, sistema de captura de información periódica, gestión de riesgo de mercado, gestión de riesgo operacional, atención al cliente, revisión y evaluación de control y prevención de lavado de dinero, gestión de riesgo crediticio, seguridad física, marco normativo (ley 170, ley 262) - operación inusual y operación sospechosa - conceptos generales, captaciones, área legal, decreto supremo 910 - procedimiento para clientes que requieren autorización - listas PEP, punto de reclamo.

Se capacita al personal en temas que tienen que ver con atención al cliente y otros dos veces al año. La capacitación entre otras, busca mejorar la calidad de atención con calidez considerando la atención preferente a personas con discapacidad, mujeres en etapa de gestación, personas con bebés y niños hasta la edad parvularia, así como personas adultas mayores.

Se hicieron conversaciones y charlas sobre valores y cooperativismo con Consejeros y se hace encuentros dos o tres veces al año con todos los funcionarios, esto de acuerdo al programa anual de capacitación.

La Misión, Visión y Valores están expuestos en los Boletines mensuales de RSE.

En el reclutamiento se hace una verificación de antecedentes, sin embargo, no se hacen pruebas técnicas o psicotécnicas para la contratación. El reclutamiento se realiza sin prejuicios. Verifican los dos últimos trabajos.

Por otra parte, para el 64% de los trabajadores encuestados el Código de Ética ha sido difundido a todo el personal mediante talleres o reuniones para explicar su contenido.

Para el 55% del personal encuestado, la Cooperativa los capacita en propósitos y formas para conservar y mejorar el medio ambiente.

El siguiente cuadro muestra, la distribución del gasto de personal de la Cooperativa, como se

Cooperativa La Merced

GASTOS DE PERSONAL	Bs.	%
Remuneraciones a directores y síndicos	372.398	2,8%
Sueldos, salarios y bonos	8.583.147	65,3%
Horas extras	0	0,0%
Asignaciones fallas de caja	0	0,0%
Viáticos	146.008	1,1%
Aguinaldo y primas	1.266.088	9,6%
Compensación vacaciones	180.614	1,4%
Asignaciones familiares	216.050	1,6%
Indemnizaciones por antigüedad	775.124	5,9%
Incentivos	0	0,0%
Desahucio	98.170	0,7%
Personal contratado	0	0,0%
Honorarios a profesionales y técnicos	0	0,0%
Otras retribuciones	0	0,0%
Aportes por cargas sociales	1.474.609	11,2%
Intereses y recargos por cargas sociales	0	0,0%
Refrigerios	25.243	0,2%
Uniformes	0	0,0%
Capacitación	16.010	0,1%
Depreciación y desvalorización de bienes para	0	0,0%
Otros servicios al personal	0	0,0%

Fuente: Cooperativa La Merced

observa que la mayor concentración del gasto esta en sueldos y salarios y bonos, que representan el 65,3% de los gastos de personal, las remuneraciones a directores y síndicos alcanzan al 2,8% del gasto de personal; los aportes por cargas sociales representan el 11,2%.

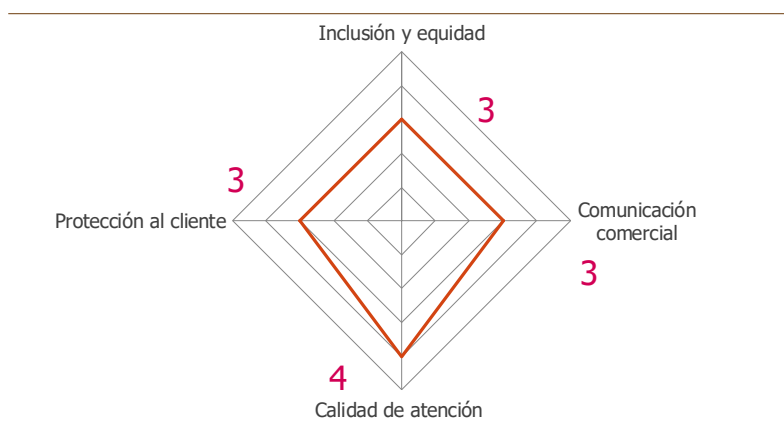
En este cuadro se puede observar que la capacitación tiene una participación marginal en el gasto de personal (0,1%), menor que el 2016 (0.3%).

Sin embargo, gran parte de las horas de capacitación ya son brindadas por el personal de la institución, por lo que los gastos han ido reduciéndose.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a compromiso con el desarrollo profesional el siguiente nivel:

- 5 Promueve capacitación productiva a todo nivel, conforme a un proceso sistemático de detección de necesidades de mejora en la prestación de servicios, consultando tanto a empleados como a clientes, reflejándose esta capacitación en el incremento del valor para el cliente.
- 4 Promueve la capacitación continua y productiva, con base en la detección de necesidades en el proceso de evaluación de desempeño, desarrollando metodologías apropiadas a los distintos niveles de la organización que fomentan el trabajo de equipo por encima del individual exigiendo niveles de excelencia.
- 3 Mantiene actividades de capacitación productiva y fomenta/premia los esfuerzos particulares del personal por la mejora de sus conocimientos calificados en niveles destacables.
- 2 Promueve actividades de entrenamiento puntuales, con el foco centrado en el desempeño de tareas específicas e individuales, exigiendo niveles de aprobación/participación.
- 1 La capacitación se realiza en cumplimiento a la normativa vigente.

7. Clientes



La Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta La Merced Ltda., nace con un rol eminentemente social, tiene dos objetivos principales: otorgar créditos cumpliendo un fin social, para elevar el nivel y la calidad de vida de sus socios y captar recursos en cuentas de ahorro y depósitos a plazo fijo ofreciendo calidad, seguridad.

El segmento meta para la colocación de créditos es el microcrédito y el crédito de consumo. Los servicios están orientados a la clase media baja, de manera que permiten el acceso a todos indiscriminadamente, de manera equitativa y con amplia cobertura. La provisión de servicios está orientada a poblaciones desfavorecidas o con baja densidad poblacional como Samaipata, y Pailón. Los productos y servicios que prestan están de acuerdo a la actividad, ubicación geográfica y recursos tecnológicos con los que cuenta cada región.

La Cooperativa opera en los departamentos de Santa Cruz y Beni, cuenta con 7 agencias urbanas y 8 rurales.

Promueve la inclusión y el acceso a productos y servicios financieros a través de infraestructura adecuada y personal capacitado para brindar atención con calidad y calidez a personas discapacitadas, personas adultas mayores y otros de acuerdo a disposiciones legales normativas vigentes.

La institución tiene una política de priorización de la cartera al sector productivo. Evitan operaciones que estén reñidas con la moral y/u observables desde el punto de vista ético.

Como se puede ver en el siguiente cuadro, de acuerdo a información proporcionada por la Cooperativa entre el 2016 y el 2017, el total de asociados activos y pasivos de la Cooperativa aumentó en 2,44%, las mujeres socias aumentaron en 2,75% y los hombres en 2,22%. Respecto al número de asociados con operaciones de crédito se observa un incremento de 0,24%. El 2016 la Cooperativa tiene 32,906 socios activos y el 2017 34,103, incrementándose los socios activos en 3,64% los socios activos.

Cooperativa La Merced

INFORMACIÓN DE ASOCIADOS	2016	2017
Total de Asociados/as	49.401	50.605
Mujeres Asociadas	21.963	22.568
Varones Asociados	27.060	27.662
Personas Jurídicas Asociados	378	375
Altas Asociados/as	1.317	1.441
Altas Asociadas Mujeres	632	722
Altas Asociados Varones	685	718
Altas Asociados Personas Jurídicas	0	1
Asociados/as con operaciones de crédito	2.920	2.927
Valor de Certificados de Aportación exigido a nuevos Asociados/as	120	120

Fuente: Cooperativa La Merced

7.1 Prácticas de Inclusión y Equidad con Clientes

Entre el 2016 y 2017, la cartera de créditos de la Cooperativa disminuye en 0,45% y las captaciones disminuyen en 2,64%.

De acuerdo a información proporcionada por la Cooperativa el 2017, el 55,2% de sus operaciones son urbanas y el 44,8% rurales, el 2016 el 73,2% de las operaciones de crédito eran urbanas y el 26,8% rurales. Por tipo de crédito, el 2017 el 42,4% de sus operaciones PYME son urbanas y el 57,6% rurales, el 42,0% de las operaciones de microcrédito están en el área rural y el 58,0% en el área urbana. En cuanto a los créditos de consumo, el 47,1% está en el área rural y el 52,9% en el área urbana. Respecto a Vivienda 37,4% está en el área rural y 62,6% en el área urbana. El crédito de vivienda social, el 100% es del área urbana.

CME Número de Prestatarios por Tipo de Crédito

TIPO DE CRÉDITO	2017			2016		
	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural
PYME	33	14	19	59	35	24
Microcrédito	910	528	382	1.018	633	385
Consumo	1.753	928	825	1.809	1.447	362
Vivienda	227	142	85	289	208	81
Vivienda Social	4	4	0	4	4	0
TOTAL	2.927	1.616	1.311	3.179	2.327	852

CME Porcentaje de Prestatarios por Tipo de Crédito

TIPO DE CRÉDITO	2017			2016		
	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural
PYME	100,0	42,4	57,6	100,0	59,3	40,7
Microcrédito	100,0	58,0	42,0	100,0	62,2	37,8
Consumo	100,0	52,9	47,1	100,0	80,0	20,0
Vivienda	100,0	62,6	37,4	100,0	72,0	28,0
Vivienda Social	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0
TOTAL	100,0	55,2	44,8	100,0	73,2	26,8

Fuente: Cooperativa La Merced

Entre el 2016 y 2017, el número de prestatarios en el área urbana ha disminuido en 30,6% y en el área rural se incrementa en 53,9%. Por tipo de crédito, los prestatarios PYME en el área urbana disminuyen en 60% y en el área rural en 20,8%; en microcrédito en el área urbana disminuyen en 16,6% y en el área rural en 0,8%; en crédito de consumo en el área urbana disminuyen en 35,9% y en el área rural se incrementan en 127,9%; en crédito de vivienda en el área urbana disminuyen en 31,7% y en el área rural se incrementan en 4,9%.

En cuanto a género se observa que el 2017, el 55,8% de los prestatarios son hombres y el 44,2% mujeres.



Entre el 2016 y el 2017 el número de mujeres prestatarias de la Cooperativa disminuye en 4,8%, y el número de prestatarios hombres disminuye en un 10,3%. A pesar de esa disminución la cooperativa sigue realizando esfuerzos para llegar a grupos vulnerables de la población como son las mujeres y el área rural.

CME Número de Prestatarios por Tipo de Crédito

TIPO DE CRÉDITO	2017			2016		
	Total	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre
PYME	33	13	20	59	19	40
Microcrédito	910	420	490	1.018	448	570
Consumo	1.753	744	1.009	1.809	757	1.052
Vivienda	227	114	113	289	131	158
Vivienda Social	4	2	2	4	3	1
TOTAL	2.927	1.293	1.634	3.179	1.358	1.821

CME Porcentaje de Prestatarios por Tipo de Crédito

TIPO DE CRÉDITO	2017			2016		
	Total	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre
PYME	100,0	39,4	60,6	100,0	32,2	67,8
Microcrédito	100,0	46,2	53,8	100,0	44,0	56,0
Consumo	100,0	42,4	57,6	100,0	41,8	58,2
Vivienda	100,0	50,2	49,8	100,0	45,3	54,7
Vivienda Social	100,0	50,0	50,0	100,0	75,0	25,0
TOTAL	100,0	44,2	55,8	100,0	42,7	57,3

Fuente: Cooperativa La Merced

Por tipo de crédito, se observa un comportamiento similar, en todos los casos los hombres tienen una mayor participación, menos en Vivienda Social que tienen una participación igual.

Entre el 2016 y el 2017, el número de prestatarios hombres en PYME disminuye en 50%, y mujeres en 31,6%; en Microcrédito los hombres disminuyen en 14% y las mujeres en 6,3%; en consumo los hombres se reducen en 4,1% y las mujeres 1,7%; en crédito de vivienda los hombres disminuyen en 28,5% y las mujeres en 13%.

Por otra parte, la Cooperativa cuenta con productos crediticios que han sido diseñados para sectores que no son atendidos por otras entidades. Tienen los siguientes créditos: Negocio, Crecer, Vivienda, Consumo, Productivo, Reorganizadora de Deudas, Línea La Merced, Mini Microcrédito, Mi consumo asalariado, Crédito Magisterio y sector Salud estatal Agencia Riberalta, Crédito descuento por Planilla Agencia Riberalta.

En cuanto a las captaciones, durante la Gestión 2017, al igual que en créditos la mayoría de las operaciones de servicios de captación están en el área urbana (72,6%) y el 27,4% en el área rural.

CME : Número de personas o ahorristas

	2017			2016		
	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural
Caja de Ahorro	20.619	14.931	5.688	20.241	14.536	5.705
Depósito a Plazo	812	627	185	817	649	168
TOTAL	21.431	15.558	5.873	21.058	15.185	5.873

CME : Porcentaje de personas o ahorristas

	2017			2016		
	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural
Caja de Ahorro	100,0	72,4	27,6	100,0	71,8	28,2
Depósito a Plazo	100,0	77,2	22,8	100,0	79,4	20,6
TOTAL	100,0	72,6	27,4	100,0	72,1	27,9

Fuente: Cooperativa La Merced

Por género que se observa que el 53,5% de las operaciones de captación las tienen los hombres y 46,5% mujeres. En cajas de ahorro el 53,9% es de hombres y el 46,1% de mujeres, en depósitos a plazo el 57,6% son mujeres y el 42,4% hombres.

CME : Número de personas o ahorristas

	2017			2016		
	Total	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre
Caja de Ahorro	20.619	9.499	11.120	20.241	9.253	10.988
Depósito a Plazo	812	468	344	817	462	355
TOTAL	21.431	9.967	11.464	21.058	9.715	11.343

CME : Porcentaje de personas o ahorristas

	2017			2016		
	Total	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre
Caja de Ahorro	100,0	46,1	53,9	100,0	45,7	54,3
Depósito a Plazo	100,0	57,6	42,4	100,0	56,5	43,5
TOTAL	100,0	46,5	53,5	100,0	46,1	53,9

Fuente: Cooperativa La Merced

Adicionalmente la Cooperativa presta servicio de pagos de Telefonía Celular (ENTEL, VIVA, TIGO), Proveedores de Internet (AXS, EntelNet, COTAS), TV Cable (Tigo Star, COTAS cable), Energía Eléctrica, Agua Potable (SAGUAPAC, COSSAJA, COOSIV), Servicios Funerarios (Las Misiones, Memorial Park), Cobranza de Productos de Belleza (Ebel, Yambal, Natura), Pago de Sueldos, Pago de Créditos, Cobranza de otros Servicios.

A partir del 2017, después de que se tuvo conocimiento de la Normativa con respecto al Balance Social y sus indicadores, la Cooperativa hace seguimiento a los indicadores de carácter social requeridos por la norma.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a prácticas de inclusión y equidad con clientes el siguiente nivel:

5	La entidad realiza importantes esfuerzos para llegar a grupos vulnerable (área rural, grupos de bajos ingresos, Mujeres, etc.) y cuenta con un sistema de monitoreo del cumplimiento de sus metas establecidas en su Plan Estratégico.
4	La entidad realiza importantes esfuerzos para llegar a grupos vulnerable (área rural, grupos de bajos ingresos, Mujeres, etc.).
3	La entidad realiza esfuerzos para llegar a grupos vulnerable (área rural, grupos de bajos ingresos, Mujeres, etc.)
2	La entidad procura tener prácticas de inclusión y equidad con clientes.
1	Nunca han tratado este asunto antes.

7.2 Política de comunicación comercial

Las normas de relaciones y de trato con los socios y clientes están explicitadas en el Código de Ética, y en el Código de Gobierno Corporativo.

La Cooperativa actualiza siempre que sea necesario el material de comunicación destinado a clientes (bípticos, trípticos, material publicitario, etc.). La información de los diferentes servicios y productos que ofrece la Cooperativa está a disposición de los socios en la página Web institucional, así como impresa en las diferentes plataformas de servicio.

Utilizan herramientas y medios publicitarios para informar a los consumidores financieros respecto a cómo utilizar con eficiencia y seguridad los servicios financieros, para ello realizan Educación Financiera, cuentan con cuñas radiales, banners, volantes y mensajes en circuito cerrado, medios masivos como página web, Facebook, Whatsapp.

La Misión y Visión se encuentran publicadas en la memoria institucional, así como en la página web para divulgación a socios, clientes, usuarios y público en general.

Aprovechan los contratos de publicidad con radios, para publicar cuñas radiales con información de RSE y reflexiones importantes para tomar conciencia de la importancia de ser Socialmente Responsables y cuidar del medio ambiente. Cuentan con volantes, como material promocional

impreso con el objetivo de distribuir masivamente y transmitir información educativa de Responsabilidad Social.

Respecto a la información de precios, el tarifario incluye tasas de interés activas y pasivas está expuesto en las agencias y en la página web de la Cooperativa.

Es conveniente fortalecer la política formal relacionada con la publicidad que evite colocar a los niños, adolescentes, representantes de minorías étnicas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo.

De acuerdo a la encuesta realizada a los clientes y socios de la Cooperativa de la misma forma que el 2016 el 53% conoce cuáles son sus derechos y obligaciones.

Por otra parte, el 75% de los encuestados, percibe que el personal de la Cooperativa está disponible para explicar aspectos del contrato que no entiende (2016:70%).

En la encuesta también se observa que solamente el 54% de los clientes encuestados conoce las principales características o condiciones de los productos y/o servicios de la Cooperativa (2016: 56%), el 25% conoce parcialmente.

De acuerdo a la encuesta a los clientes, para el 68% de los encuestados, el material publicitario (folletería, anuncios, etc.) son claros y entendibles, para el 20% parcialmente entendibles y para el 9% restante no se entienden. 3% no responde.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a la política de comunicación comercial el siguiente nivel:

5	Crea una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación. Promueve la mejora continua de su atención
4	Su comunicación posibilita la creación de valores positivos en la sociedad en defensa del consumidor financiero. Registra las manifestaciones y resuelve rápidamente las demandas con procesos que incluyen la búsqueda de las causas de los problemas para perfeccionar la calidad de los productos y servicios.
3	Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios y de defensa del consumidor financiero. Proporciona fácil acceso del cliente. Registra y comunica internamente sus manifestaciones, resolviendo rápidamente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados.
2	Actúa de acuerdo a la legislación de defensa del consumidor financiero. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros. Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, con el foco centrado en la información y en la solución de demandas individuales.
1	Se restringe al cumplimiento de los requerimientos mínimos de las disposiciones legales y su comunicación tiene un enfoque meramente comercial utilitario.

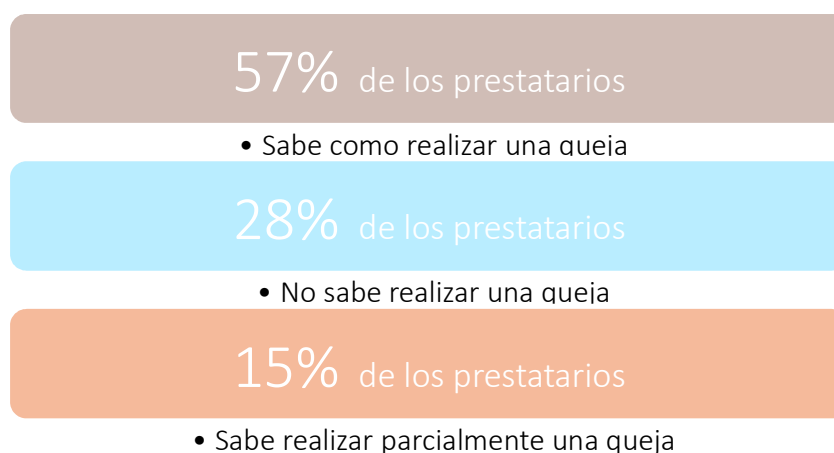
7.3 Calidad de atención

La Cooperativa cumple con la normativa referida al Punto de Reclamo, que se constituye un importante instrumento de medición de calidad y de mejora en la atención a los Consumidores Financieros.

A través del Punto de Reclamo, la Cooperativa cuenta con información sistematizada de los reclamos recibidos, su respuesta y el tiempo de la respuesta. Con la información registrada en el Punto de Reclamo se elabora un informe. En la página web, también se tiene la opción de ingresar algún reclamo. Cuenta con un responsable en cada una de sus oficinas, es responsable de recibir, registrar, responder y dar seguimiento a todos los reclamos; es el encargado de brindar respuesta justificada en un plazo que no exceda los cinco días hábiles a partir de la fecha de recepción del mismo.

Durante el 2017, se recibieron 5 reclamos, menos que la gestión anterior (10), de los cuales los 5 estaban asociados a faltas producidas por recursos humanos, tecnológicos u otros. Todos los reclamos fueron resueltos en primera instancia.

La encuesta realizada a los socios muestra que solamente el 57% de los socios sabe cómo realizar una queja o reclamos en la Cooperativa, mientras que el 28% responde que no sabe, y 15% parcialmente.



Además, cuentan con un Buzón de Sugerencias, que está a disposición de todo el público en general en la que se permiten registrar quejas, sugerencias, ideas, dudas, etc. procurando una mejora continua para la satisfacción de todos los socios y clientes.

En cuanto al entrenamiento del personal de atención al cliente para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor financiero, se capacita al personal con temas que tienen que ver con atención al cliente y otros dos veces al año.

La Cooperativa tiene el CLUB “Familia La Merced”, a través del cual mantiene convenios con aproximadamente 80 establecimientos comerciales para beneficiar a todos sus socios con descuentos en productos y servicios que apoyan a su economía familiar.

Todos los años la Cooperativa realiza Encuestas de Satisfacción de Clientes, esto los ayuda a evaluar e identificar oficinas en las que sea necesario realizar algún cambio para elevar el nivel de satisfacción de los socios y usuarios.

En Yapacaní se hicieron rifas para incrementar depósitos.

En uno de los Boletines de RSE se hace referencia a la fidelización de los clientes y sus beneficios para la institución, hace énfasis en que la atención con calidad y calidez, ayudan a fidelizar clientes.

Por otra parte, la infraestructura es adecuada y el personal está capacitado para atender a personas con discapacidad, personas adultas mayores y otros de acuerdo a disposiciones legales vigentes.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a calidad de atención el siguiente nivel:

5	Promueve la mejora continua en la atención al cliente, priorizando el diálogo y el compromiso con todos los grupos de interés en el proceso.
4	Posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas de los problemas y la utilización de esa información para perfeccionar la calidad de los productos y servicios
3	Proporciona al cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente los reclamos y las demandas, orientándolos sobre los procedimientos adoptados
2	Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, centrado en la información y en la solución de reclamos o quejas individuales
1	El servicio de atención es deficiente y genera continuos reprocesos, el número de quejas por fallas en la atención es creciente.

7.4 Protección al cliente

Para prevenir el sobreendeudamiento de los clientes, la Cooperativa cuenta con la Política de Crédito, que define los procedimientos que el personal debe seguir para la otorgación del crédito, la Cooperativa realiza un adecuado análisis de la capacidad de pago de sus clientes antes de aprobar un crédito. Durante el proceso crediticio, se verifica la información del cliente en la CIC de la ASFI y en al menos un Buró de Información esto lo complementa con una evaluación de campo a los clientes. Además, cuenta con políticas y procedimientos para la Gestión de Riesgo de Crédito.

La Política de Créditos entre otras establece, límites máximos y mínimos de exposición en función a sectores, mercados, productos, garantías, etc.

El personal gerencial supervisa periódicamente el riesgo de sobreendeudamiento. Se hace un monitoreo mensual con participación de todos los ejecutivos.

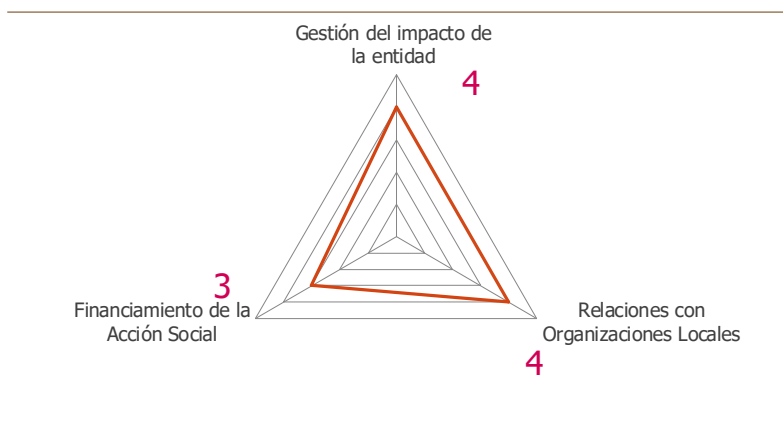
En cuanto a transparencia, la Cooperativa transmite información en forma clara, suficiente, oportuna, de manera que los clientes puedan entenderla para tomar decisiones informados, tiene como premisa informar sobre las condiciones financieras de los productos a sus clientes.

Durante el 2017 desarrollaron los siguientes Programas de Educación Financiera: “El valor de tus ahorros”, “Capacitación sobre Economía de Mercado”, “La Merced te ayuda a Detectar los Billetes Falsos”, “La Merced te enseña cómo atender a personas con discapacidad”, “La Merced te enseña sobre productos y servicios, usos y aplicaciones, beneficios y riesgos, derechos de los consumidores financieros y mecanismos de reclamo en primera y segunda instancia”. Adicionalmente, realizan educación financiera a través de difusión de información: a través de cuñas radiales hicieron: "Educación Financiera junto a tu Cooperativa", “La importancia del ahorro”, “Rol de la ASFI”; también cuentan Educación Financiera Virtual, reciben consultas del público en general y les responden vía correo electrónico, página Web y Fanpage de la red social Facebook; Información en Filas Virtuales, emiten información sobre la importancia del Ahorro, cuidados de la seguridad financiera en el uso de la tarjeta de débito y otros diversos; “La Cooperativa Te Informa”, se ponen a disposición en las agencias folletos, volantes informativos y se exhiben permanentemente banners que permiten transmitir conceptos y servicios financieros al público en general.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a protección al cliente el siguiente nivel:

5	La entidad promueve la mejora continua de la Protección al Cliente y cuenta con un Defensor para atención de los casos en función de los derechos del Consumidor Financiero.
4	La entidad cuenta con Políticas y Procedimientos que incluyen buenas prácticas de Protección al Cliente, más allá de lo establecido por la Normativa vigente.
3	La entidad cuenta con Políticas y procedimientos que incluyen buenas prácticas de Protección al Cliente
2	La entidad cumple mínimamente con la normativa respecto a las buenas prácticas de Protección al Cliente
1	No considera aspectos de protección al cliente dentro de su normativa o declaración de valores.

8. Comunidad



Siguiendo el plan de RSE elaborado por la cooperativa, también desarrolló las actividades de apoyo a la comunidad. El medio más frecuente de acercamiento y apoyo a la comunidad que utiliza la entidad es mediante cursos de educación financiera, los que tienen alcance hasta el área rural donde desarrolla sus operaciones, los que son de alta utilidad para dichos sectores.

Con llegada a colegios para incentivar a los niños el valor del ahorro, a prestatarios para que conozcan herramientas básicas contables y nociones generales acordes con la actual coyuntura económica del país.

Una práctica interesante es la de realizar comités de RSE en las diferentes áreas y agencias en trimestralmente, de esta forma involucran progresivamente a los funcionarios y se tiene la oportunidad de recibir ideas de acciones a llevar a cabo.

La entidad aún no tiene un detalle cuantitativo de la aplicación de los fondos por programas y proyectos de acción social ejecutados el 2017, aspecto que se sugiere registrar separadamente en la gestión 2018.

8.1 Gestión del impacto de la entidad en la comunidad de su área de influencia

La Cooperativa ha mejorado su enfoque y compromiso práctico de responsabilidad social, la aplicación de los indicadores de función social definidos por normativa les posibilita un mejor análisis y enfoque respecto a lo que pretenden lograr como impacto. Sin embargo, aún no cuentan con las herramientas necesarias para poder medir el impacto que están generando en su área de influencia.

Un ejemplo importante del uso de su imagen corporativa en beneficio de sus socios y colaboradores es el Club "Familia La Merced", mediante el cual a través de descuentos en compras y servicios de un número creciente de empresas (previo acuerdo con los respectivos dueños o líderes de esas empresas privadas), se generan ahorros para los socios lo que indirectamente contribuye a mejorar la calidad de vida personal y familiar.

Cuentan con un Seguro denominado VIDMER, que para casos extremos en que el socio no cuente con el respectivo recurso económico para sepelio, reciben un apoyo por Bs7.000.- (prima de Bs35 anual).

También en el aspecto de la SALUD cuentan con un convenio con Cooperativa ALMED que permite atención médica en diversas especialidades a precios muy económicos y al alcance de muchas personas y familias que puedan requerirlo.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta el siguiente nivel:

5	Además de poseer una política formal de relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus impactos.
4	Posee una política formal de anticiparse a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra a líderes de la comunidad en la resolución de los problemas.
3	Conoce sus impactos en la comunidad, posee proceso estructurado para registrar reclamos y promueve acciones para cubrir demandas de orden social o ambiental.
2	Procura tomar medidas reparadoras en respuesta a reclamos y requerimientos de la comunidad.
1	Nunca han tratado este asunto antes.

8.2 Relaciones con organizaciones locales

Como se anotó precedentemente tiene más de 80 convenios con empresas locales de distintos rubros para lograr descuentos en compras para beneficio de sus socios en el largo plazo, es decir que no son promociones. Entregan material reciclable en forma periódica a una organización local (AFANIC), la que destina los recursos generados a los niños del hospital oncológico.

No tienen filiación a algún organismo técnico gremial que les permita generar posiciones comunes frente a los desafíos que enfrenta el cooperativismo.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta el siguiente nivel:

5	Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar políticas públicas, estableciendo alianzas y participando de diversas redes para maximizar su contribución con el desarrollo local.
4	Participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados.
3	Apoya a varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas

- | | |
|---|--|
| 2 | Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a eventuales pedidos de apoyo. |
| 1 | Nunca han tratado este asunto antes. |

8.3 Financiamiento de la Acción Social

La Cooperativa por norma estatutaria y conforme a la filosofía cooperativista destina el 5% de sus utilidades al Fondo de Previsión Social y Apoyo al Bienestar Social, al respecto cuenta con un reglamento específico para su uso.

Un caso relevante constituye el convenio con el Seguro VIDMER que cubre por Bs7.000 los gastos de sepelio, a un precio simbólico de una prima de Bs35.- anual. Este es un ejemplo de generación de planes de financiamiento conjunto y de mutuo interés social con otras organizaciones del medio. Las negociaciones de estos descuentos no tienen beneficio económico directo para la entidad, por lo que el tiempo dedicado al efecto puede considerarse como un extra a las labores de los funcionarios encargados.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a compromiso con comunidad el siguiente nivel:

- | | |
|---|--|
| 5 | Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales, e intercede ante otros organismos, públicos o privados, para concretar |
| 4 | Además de apoyo material, posee una política por la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros). |
| 3 | Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos. |
| 2 | Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios. |
| 1 | Nunca han tratado este asunto antes. |

9. Medio Ambiente

9.1 Compromiso con aspectos del medio ambiente

De acuerdo con su Código de Ética, determinan la obligación de cuidar, proteger, preservar al Medio Ambiente, minimizando el impacto negativo que pudiera sufrir el entorno natural que incluye el aire, agua, suelo, subsuelo, recursos naturales renovables y no renovables, flora, fauna, personas y sus interrelaciones, promoviendo actividades con temas de capacitación y concientización de sus empleados en relación a los aspectos que puedan generar un impacto en el Medio Ambiente, como gestión de residuos sólidos, campaña de concientización de consumo de energía y agua, etc.

La entidad considera que no produce niveles de residuos contaminantes preocupantes o que afecten a su entorno aspecto que en el estricto sentido de producción de contaminantes dentro el rubro de servicios que realiza la cooperativa, es evidente, comparando con el sector de la industria, por ejemplo.

Ambiente Interno

Es parte de sus prácticas, tener basureros para clasificar por tipo de residuos y practican actividades de Reciclaje, Reutilización y Reducción (3R) especialmente con el insumo de mayor consumo que es el papel.

La entidad está desarrollando labores de control de energía eléctrica, uso de agua y ahorro de papel, mediante mensajes murales al interior de sus oficinas.

En general se observa en sus ambientes de oficina central ambientes apropiados libres de cajonería o equipos en pasillos y oficinas, considerando aspectos como la iluminación, ventilación, vías de acceso y comunicación, también adecuadas (solo un área de plantas ornamentales en planta baja).

Para la gestión 2017 aún no se han generado medios de reporte y cuantificación del insumo físico de materiales de oficina.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a la minimización de Entradas y Salidas de Insumos (en cuanto corresponda a una EIF) el siguiente nivel:

5	Está cerca de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo su sistema de servicios y productos (en cuanto corresponda a una EIF)
4	Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, adopta un proceso para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.
3	Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma entidad o por terceros).
2	Busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas/materiales e implantar procesos de destino adecuado de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.

-
- 1 Nunca han tratado acerca de medidas de reducción de energía, agua, productos tóxicos y materias primas/materiales en relación con la mejora del ambiente.
-

Ambiente Externo

En la gestión 2017 no ha participado en campañas o en comités/consejos zonales, locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con la comunidad o instancias de gobierno. Es recomendable que consideren la Ley del Medioambiente Nº 1333 u otras disposiciones específicas para la región y evaluar su potencial contribución.

No cuenta con políticas específicas relacionadas con la preservación de la biodiversidad y/o con el uso de materiales e insumos provenientes de explotación ilegal de recursos naturales; aunque por la calidad de operaciones de servicios que realiza no está directamente relacionada con estos aspectos, es necesario considerar que dichas políticas podrían ser extensibles a los prestatarios que trabajan en distintos rubros de la economía.

No se cuenta con un presupuesto definido para invertir en aspectos de conservación del medio ambiente.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a su compromiso con aspectos del medio ambiente el siguiente nivel:

-
- 5 Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) teniendo en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la sustentabilidad ambiental.
 - 4 Trata la cuestión ambiental como un tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.
 - 3 Además de eso, prioriza políticas preventivas y posee un área o comité responsable del medio ambiente que trata este asunto bajo criterios sistematizados y de gestión del medio ambiente
 - 2 Cumple con los parámetros y requisitos generales exigidos por la legislación nacional, desarrolla acciones básicas de mejora ambiental.
 - 1 No practican ningún tipo de actividad orientada a la conservación del medio ambiente.
-

9.2 Educación y Concientización Ambiental

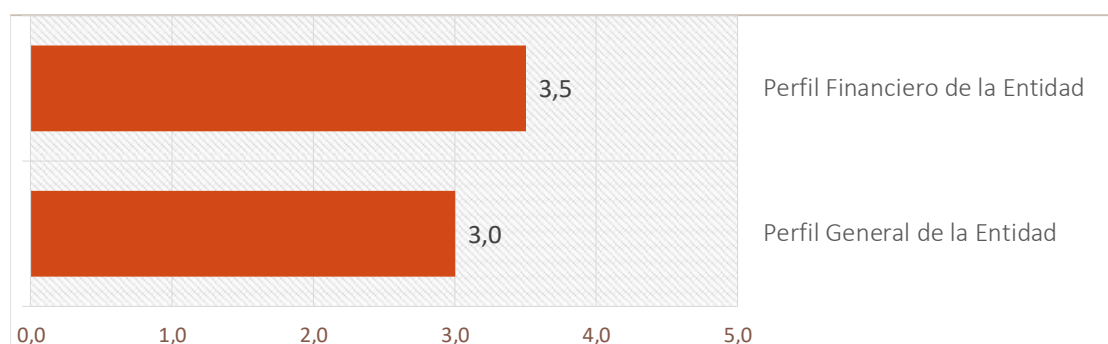
Respecto a las acciones de capacitación en aspectos relacionados con el mantenimiento del medio ambiente interno o externo, la entidad cumple con los requerimientos normativos del Ministerio de Trabajo relacionado con los ambientes de trabajo.

De acuerdo con los antecedentes descritos la cooperativa presenta en cuanto a aspectos de Educación y Concientización Ambiental el siguiente nivel:

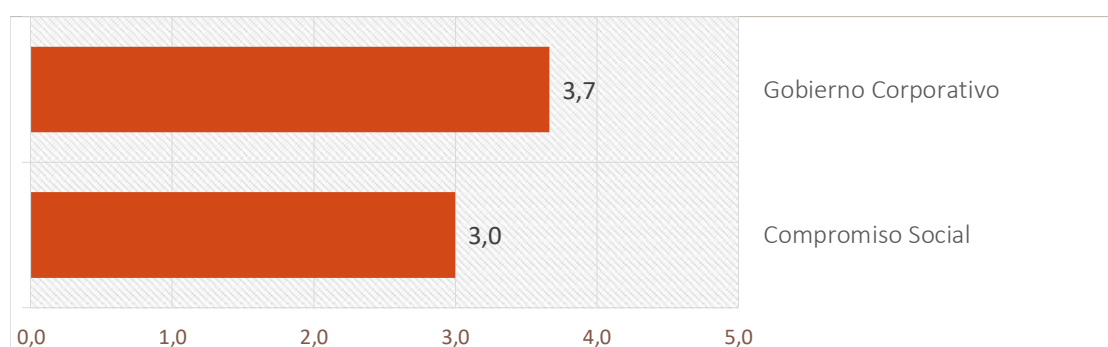
5	Además de desarrollar campañas, la entidad apoya o participa de proyectos educativos en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa.
4	Además de campañas internas, desarrolla campañas de concientización y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la entidad. Internamente desarrolla periódicamente campañas de reducción del consumo de agua y de energía.
3	Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental enfocadas en el público interno, poniendo a su disposición informaciones y promoviendo discusiones acerca del consumo consciente (p.e. de insumos madereros/forestales, plásticos, etc.).
2	Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de la presión externa (como exigencias del gobierno –laborales/ambientales, crisis de suministro, etc.) orientándose en los 3R. (Reducir, Reutilizar y Reciclar).
1	No realiza ningún tipo de actividad programada o no, orientada a la conservación del medio ambiente.

ANEXO 1 -CALIFICACIONES

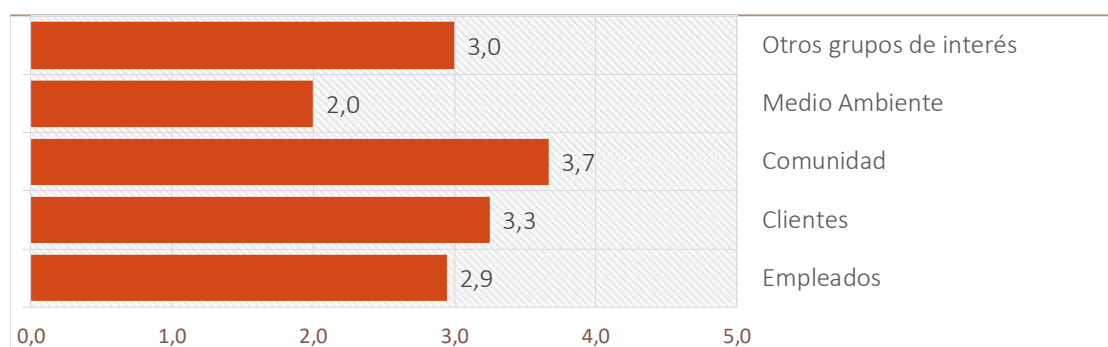
Equilibrio financiero:



Gestión social:



Responsabilidad social empresarial:



ANEXO 2

CIRCULAR 365/2015 - ANEXO 2
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ABIERTA “LA MERCED” LTDA.

Aspectos	Indicador	Descripción	Expresado	Valor
Gobierno Corporativo	1.G. Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno corporativo con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales	En el marco del programa de la cooperativa denominado "Educación Financiera junto a tu Cooperativa", se impartieron capacitaciones a socios y público conforme a los temas normativos (Derechos y Obligaciones de Socios, Rol de la ASFI, etc.)		
Brecha Salarial	1.B. 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	4,6 veces		
	2.B. 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)	-2,0 veces (el salario total del individuo mejor pagado disminuye en 6,0% entre el 2016 y 2017, y la remuneración anual de todos los empleados excluyendo al más alto se incrementa en 3.01% entre el 2016 y 2017)		
	3.B. Relación entre el salario mínimo de la entidad supervisada y el salario mínimo nacional	1,0 veces (el salario mínimo de la Cooperativa es bs 2.000 igual al salario mínimo nacional)		
Presencia en la comunidad	1.P. Proporción de gastos en proveedores nacionales en principales áreas de operación	La Cooperativa tiene contratos con varios proveedores de servicios y productos que en su totalidad son nacionales.		
Trabajo digno y no discriminación	1.T. Número de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento <u>Grupo etario</u> 18 a 30 años 31 a 60 años <u>Género</u> H= Hombres M= Mujeres <u>Departamento</u> Alta Gerencia Mandos Medios Niveles Operativos	Alta Gerencia: 26; H: 14, M: 12 31 a 60 años: 24; 60 a +: 2 Mandos Medios: 25 H: 15, M: 10 18 a 30: 4 31 a 60: 21 Niveles Operativos: 78 H: 38, M: 40 18 a 30: 38; 31 a 60: 36; 60 a +: 4		

	2.T.Tasa de contrataciones de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento	Contratados: 31 H:20, M:11; Rango de Edad: 18 a 30: 14 H: 7, M: 7 31 a 60:17 H: 13, M: 4
	3.T.Rotación media de empleados desglosados por grupo etario, género y departamento	Rotación de Personal: 34 H: 21 M:13 Rango de Edad 18 a 30: 15 H: 6, M: 9 31 a 60:19 H: 15, M: 4
	4.T.Porcentaje de contrataciones de personas con discapacidad con relación al total de empleados	0%
Capacitación	1.C.Promedio de horas de capacitación al año, desglosado por categoría de Empleado	Alta Gerencia: 4 horas H: 4 horas, M: 4 horas Mandos Medios: 15 horas H: 15 horas, M: 15 horas Niveles Operativos: 35 horas H: 35 horas, M: 35 horas
	2.C.Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores	Durante el 2017, todos los funcionarios han sido capacitados a través de cursos, seminarios y conferencias. De acuerdo al Programa de Capacitación ejecutado se capacitó en la normativa vigente, canje y fraccionamiento de material monetario, registro de información del sistema de registro del mercado integrado, productos ofrecidos por la Cooperativa, normativa de ASFI aplicada al área de Operaciones, gestión integral de riesgo de liquidez, responsabilidad social empresarial, política conozca a su cliente, cartera de crédito, seguro colectivo, control de tipos de cambio, gestión de riesgo de liquidez, actualización de información del cliente Formulario PCC-01, seguridad de la información, cajero automático, límites legales, posición cambiaria y gestión por tipo de cambio, sistema de captura de información periódica, gestión de riesgo de mercado, gestión de riesgo operacional, atención al cliente, revisión y evaluación de control y prevención de lavado de dinero, gestión de riesgo crediticio, seguridad física, marco normativo (ley 170, ley 262) - operación inusual y operación sospechosa - conceptos generales, captaciones, área legal, decreto supremo 910 - procedimiento para clientes que requieren autorización - listas PEP, punto de reclamo. Se capacita al personal en temas que tienen que ver con atención al cliente y otros dos veces al año.
	3.C.Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y desarrollo profesional	El 2017 no se hicieron Evaluaciones de desempeño al personal.

Diversidad e igualdad de oportunidades	1.D.Composición de los órganos de gobierno y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Directivos: 10 H: 7 M: 3 Rango de Edad: 31 a 60: 7 60 a más: 3
	2.D.Relación entre salario mínimo de los hombres con respecto al de las mujeres desglosado por categoría profesional	Alta Gerencia: 1,43 Mandos Medios: 1,41 Niveles Operativos: 0,97
Derechos Humanos y compromiso social	1.H.Contribuciones o Aportes a Fines Sociales, Culturales Gremiales y Benéficos (Por programas o proyectos, gasto o inversión sobre las utilidades logradas en la gestión)	La Cooperativa por norma estatutaria y conforme a la filosofía cooperativista destina el 5% de sus utilidades al Fondo de Previsión Social y Apoyo al Bienestar Social, al respecto cuenta con un reglamento específico para su uso. Asimismo destina el 5% de sus utilidades al fondo de educación. La entidad aún no tiene un detalle cuantitativo de la aplicación de los fondos por programas y proyectos de acción social ejecutados el 2017.
	2.H.Procedimientos que incluyan aspectos de Derechos Humanos relevantes al Negocio	Orientados en los principios de solidaridad y ayuda mutua, se creó el plan club "Familia La Merced", para transmitir beneficios de descuentos en compras y servicios de un número creciente de empresas a todos los socios, con esto contribuir a una mejor calidad de vida y apoyarlos en su economía familiar. También se cuenta con un Seguro de sepelio que en casos extremos en que el socio no cuente con el respectivo recurso económico reciben un apoyo por Bs7.000.- (prima de Bs35 anual). También en el aspecto de la salud cuentan con un convenio con Cooperativa ALMED que permite atención médica en diversas especialidades a precios muy económicos.
	3.H.Porcentaje de operaciones donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de comunidades locales	Si bien la Cooperativa cuenta con operaciones que apoyan al desarrollo, aún no se tienen registros y evaluaciones de impacto al respecto.
Enfoque Social	1.E.Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocio	Se cuenta con una práctica de entrega de material de reciclaje en forma permanente a una organización social local, esta entidad está especializada en el tratamiento de dicho material y destina los recursos generados a los niños del hospital oncológico.

	2.E.Productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	Se efectuó la campaña “Mi Primer Ahorro” mediante visita a los colegios para incentivar a los niños acerca del valor del ahorro. Las Cajas de ahorro, por el monto mínimo de apertura que es de Bs170.- facilita la inclusión de personas de bajos ingresos. Se ha suscrito el servicio de cobranza de gas, luz, agua, etc. para facilitar a nuestros socios y clientes (especialmente de zonas alejadas). Se tiene una condición crediticia que permite prestar desde US\$ 500 con ingresos iguales al salario mínimo nacional, orientado a personas de bajos ingresos.
	3.E.Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y Productos	Se cuenta con: Política para el diseño de nuevos productos y servicios dispuesta por norma de gobierno corporativo. Política de Créditos y Política de captaciones
	4.E.Iniciativas para mejorar la educación financiera según tipo de beneficiario	Durante el 2017 desarrollaron los siguientes Programas de Educación Financiera: “El valor de tus ahorros”, “Capacitación sobre Economía de Mercado”, “La Merced te ayuda a Detectar los Billetes Falsos”, “La Merced te enseña cómo atender a personas con discapacidad”, “La Merced te enseña sobre productos y servicios, usos y aplicaciones, beneficios y riesgos, derechos de los consumidores financieros y mecanismos de reclamo en primera y segunda instancia”. Adicionalmente, realizan educación financiera a través de difusión de información: a través de cuñas radiales hicieron: "Educación Financiera junto a tu Cooperativa", “La importancia del ahorro”, “Rol de la ASFI”; también cuentan Educación Financiera Virtual, reciben consultas del público en general y les responden vía correo electrónico, página Web y Fan Page de la red social Facebook; Información en Filas Virtuales, emiten información sobre la importancia del Ahorro, cuidados de la seguridad financiera en el uso de la tarjeta de débito y otros diversos; “La Cooperativa Te Informa”, se ponen a disposición en las agencias folletos, volantes informativos y se exhiben permanentemente banners que permiten transmitir conceptos y servicios financieros al público en general.
Satisfacción del Cliente	1.S.Mecanismos y procedimientos de retención y fidelización de clientes	En los eventos de educación financiera se hace referencia a los beneficios de ser socios de la cooperativa diferenciándola del negocio bancario. En uno de los Boletines de RSE se hace referencia a la fidelización de los clientes y sus beneficios para la institución, hace énfasis en que la atención con calidad y calidez, ayudan a fidelizar clientes.
	2.S.Mecanismos para la evaluación de satisfacción de los clientes en cuanto a los servicios financieros y la atención proporcionada	El 2017 se realizó una encuesta de satisfacción del cliente. esto los ayuda a evaluar e identificar oficinas en las que sea necesario realizar algún cambio para elevar el nivel de satisfacción de los socios y usuarios.

	3.S.Número de reclamos, porcentaje de quejas resueltas y adopción de medidas correctivas	% de reclamos resueltos: 100%.
Conciencia Ambiental	1.A.Gestión para el ahorro en cuanto a energía y agua	-Se mantiene la campaña de racionamiento de energía eléctrica a partir de las 18:00. -Se ha designado a un responsable de apoyar a la gestión de RSE por área para el control de apagado de equipos y aparatos eléctricos al dejar las oficinas (o el último en salir) -Se han establecido horarios de trabajo para el cierre de oficinas y disminución del consumo nocturno de hrs.8:00 hasta hrs.18:30. -Administración hace seguimiento del consumo de agua, energía, gas, carburantes en forma mensual y comunica los excesos. -Se han pegado mensajes en los murales de la entidad con mensajes para la Concientización sobre el ahorro de agua, electricidad y papel. -Permanentemente se distribuyen, panfletos con recomendaciones para racionar agua papel y electricidad.
	2.A.Gestión de residuos producto de los servicios y productos que prestan	-El personal aplica racionamiento y reciclado en el uso de papel. -Se han Implementado contenedores para el separado de basura por material reciclable.
	3.A.Desglose de los gastos e inversiones ambientales	Aun no se tiene cuantificados los gastos incurridos o los ahorros generados por las actividades citadas en 2.A..
	4.A.Desglose de productos financieros destinados a fomentar la implementación de tecnologías para preservar el medio ambiente	La entidad aún no cuenta con productos financieros específicos.
Cumplimiento Normativo	1.N.Monto y número de sanciones pecuniarias pagadas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa	Monetarias: -Se tuvieron multas por retrasos de información equivalentes a Bs48.441,07.-

ANEXO 3 - ESTADÍSTICAS SOCIALES - SANTA CRUZ DE LA SIERRA

POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN GRUPOS DE EDAD			
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	1.454.539	721.661	732.878
0-3	122.365	62.524	59.841
4-5	57.409	29.527	27.882
6-19	415.406	208.254	207.152
20-39	524.059	258.530	265.529
40-59	244.161	120.367	123.794
60-más	91.139	42.459	48.680
Población de 18 años y más (población en edad de votar)	928.301	454.953	473.348
Población femenina de 15-49 años en edad fértil	424.030		
Población en viviendas particulares	1.421.286	701.218	720.068
Población en viviendas colectivas	30.854	18.758	12.106
Población sin vivienda en tránsito	2.061	1.413	648
Población sin vivienda que vive en la calle	328	272	56
Población empadronada inscrita en el Registro Cívico	1.422.975	705.535	717.440
Población empadronada que tiene Cédula de Identidad	1.143.358	561.872	581.486
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 4 AÑOS O MÁS DE EDAD POR SEXO, SEGÚN IDIOMA EN EL QUE APRENDIÓ A HABLAR(1)			
Idioma	Total	Hombres	Mujeres
Total	1.328.481	657.241	671.240
Castellano	1.169.741	580.018	589.723
Quechua	78.266	35.576	42.690
Aymara	20.155	10.385	9.770
Guaraní	7.326	3.708	3.618
Otros idiomas oficiales	3.743	2.166	1.577
Idiomas extranjeros	17.250	9.132	8.118
Otras declaraciones	345	164	181
No habla	1.987	1.058	929
Sin especificar	29.668	15.034	14.634
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 6 A 19 AÑOS POR SEXO, SEGÚN ASISTENCIA ESCOLAR(1)			
Asistencia escolar	Total	Hombres	Mujeres
Total	415.005	208.057	206.948
Asiste	355.767	178.027	177.740
No asiste	54.750	27.837	26.913
Sin especificar	4.488	2.193	2.295

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

LUGAR DONDE ACUDE LA POBLACIÓN CUANDO TIENE PROBLEMAS DE SALUD			
Salud	Total	Hombres	Mujeres
Caja de Salud (CNS, COSSMIL, u otras)	327.970	163.622	164.348
Seguro de salud privado	191.686	95.618	96.068
Establecimientos de salud público	842.275	408.976	433.299
Establecimientos de salud privado	324.768	157.564	167.204
Médico tradicional	143.583	69.115	74.468
Soluciones caseras	481.218	232.589	248.629
La farmacia o se automedica	670.308	335.438	334.870
POBLACIÓN EMPADRONADA, POR SEXO, SEGÚN LUGAR DE NACIMIENTO Y RESIDENCIA HABITUAL			
Lugar de nacimiento	Total	Hombres	Mujeres
Total	1.454.539	721.661	732.878
Aquí	1.049.338	522.017	527.321
En otro lugar del país	371.816	181.513	190.303
En el exterior	33.385	18.131	15.254
Lugar de residencia habitual	Total	Hombres	Mujeres
Total	1.454.539	721.661	732.878
Aquí	1.438.349	713.076	725.273
En otro lugar del país	12.296	6.597	5.699
En el exterior	3.894	1.988	1.905
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 10 AÑOS O MÁS DE EDAD, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA Y CATEGORÍA OCUPACIONAL(1)			
Actividad económica	Total	Hombres	Mujeres
Total	693.643	400.621	293.022
Agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura	16.439	13.429	3.010
Minería e Hidrocarburos	6.725	5.246	1.479
Industria manufacturera	80.088	54.239	25.849
Electricidad, gas, agua y desechos	2.506	1.976	530
Construcción	69.100	66.814	2.285
Comercio, transporte y almacenes	212.988	122.869	90.119
Otros servicios	221.852	89.407	132.445
Sin especificar	21.390	11.320	10.070
Descripciones incompletas	62.555	35.321	27.234
Categoría ocupacional	Total	Hombres	Mujeres
Total	693.643	400.621	293.022
Obrero/a o empleado/a	342.546	215.108	127.438
Trabajadora/or del hogar	18.025	419	17.605
Trabajadora/or por cuenta propia	231.609	130.551	101.058
Empleadora/or o socio/a	23.384	14.683	8.701
Trabajadora/or familiar o aprendiz sin remuneración	15.794	7.827	7.967
Cooperativa de producción/servicios	2.890	1.683	1.207
Sin especificar	59.395	30.350	29.045

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

VIVIENDA	
Viviendas	Total
Total	395.373
Número de viviendas particulares	388.996
Número de viviendas colectivas	6.377
Viviendas ocupadas con personas presentes	362.877
Disponibilidad de energía eléctrica	
Total	362.877
Tiene	358.621
No tiene	4.256
Combustible o energía más utilizado para cocinar	
Total	362.877
Gas en garrafa	320.411
Gas domiciliario (por cañería)	23.740
Leña	4.580
Otros (electricidad, energía solar, guano, bosta o taquia y otro)	1.972
No cocina	12.174
Procedencia del agua que utilizan en la vivienda	
Total	362.877
Cañería de red	341.040
Pileta pública	18.095
Carro repartidor (aguatero)	267
Pozo o noria	3.189
Lluvia, río, vertiente, acequia	175
Otro (lago, laguna, curichi)	111

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Desague del servicio sanitario	
Total	350.256
Al alcantarillado	192.554
A una cámara séptica	75.177
A un pozo ciego	81.766
A la calle	725
A la quebrada, río	8
A un lago, laguna, curichi	26
Eliminación de la basura	
Total	362.877
La depositan en basurero público o contenedor	53.060
Servicio público de recolección (carro basurero)	285.096
La botan a un terreno baldío o en la calle	2.892
La botan al río	169
La queman	17.870
La entierran	2.994
Otra forma	796
Tecnologías de información y comunicación	
Total	252.231
Radio	323.902
Televisor	140.893
Computadora	84.869
Servicio de Internet	310.352
Servicio de Telefonía fija o celular	

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

POBLACIÓN POR CONDICIÓN DE NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS (Nuevo)

Condición de necesidades básicas insatisfechas		Población	Distribución Porcentual
POBLACIÓN TOTAL (Objeto de estudio)(2)		1.409.131	100,0
NO POBRE	NBS	549.909	39,0
	Umbral	559.637	39,7
POBRE	Moderada	286.754	20,3
	Indigente	12.755	0,9
	Marginal	76	0,0
Porcentaje de Población Pobre		21,3	

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística - Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas