



Keeping clients first
in microfinance

Propuesta para el Programa de Certificación con respecto a los Principios de Protección al Cliente, noviembre de 2011

Antecedentes

Nadie argumenta en contra de la importancia de la protección al cliente. Efectivamente, el hecho de que las instituciones financieras (FI – financial institutions) deban funcionar de una manera responsable con respecto a sus clientes es un principio tan universal que algunas veces se da por sentado. Los problemas recientes que la prensa ha resaltado, así como las evaluaciones de las prácticas de las instituciones de protección al cliente hechas por evaluadores, inversionistas y the Smart Campaign, muestran que todavía hay mucho trabajo por realizar para asegurar que todas las instituciones de microfinanzas (MFI – Microfinance Institutions) estén actuando en forma responsable. La comunidad de microfinanzas se ha unido alrededor de un conjunto de [Principios de Protección al Cliente](#) (CPP – Client Protection Principles), que son apoyados ampliamente por proveedores de servicios financieros, fundadores, inversionistas, organizaciones de apoyo e individuos.¹ Con el fin de proporcionar la seguridad de que se implementen los CPP, se acepta que la autoevaluación no es suficiente. Se necesita un proceso de certificación por terceros.

Desde junio de 2010, the Smart Campaign ha estado trabajando con la industria de las microfinanzas (a través de un grupo de trabajo de más de 30 expertos que representan a diversos grupos interesados)² para desarrollar un Programa de Certificación para la Protección al Cliente. El Programa de Certificación permitirá a las FI de todo el mundo demostrar su adhesión a los principales CPP de la Campaña, tal como fueron verificados por terceros. Las instituciones financieras que han cumplido con estándares adecuados de protección al cliente serán presentadas públicamente.

Existen ya varias metodologías para evaluar las Prácticas de Protección al Cliente (evaluaciones de protección al cliente, evaluaciones de protección al cliente llevadas a cabo por evaluadores sociales, interventores sociales y los procesos de diligencia debida de los inversionistas sociales). Se contempla que el proceso de certificación se desarrollará basándose en metodologías existentes, pero que también estará disponible como un producto autónomo para las instituciones financieras que no deseen comprometerse a una evaluación.

¹ Hasta el 24 de octubre de 2011, la Campaña tenía 2,323 endosos de 120 países de 5 continentes, incluyendo 714 instituciones financieras, 133 fondos de inversiones y donantes, 114 redes, 158 organizaciones de apoyo y 1,204 individuos.

² Consultar el Apéndice 1 para obtener una lista completa de miembros.

El Grupo de Trabajo para la Certificación ha progresado mucho durante el año pasado en la identificación de los pilares principales del programa y los indicadores que constituirán la base de la certificación. El grupo de trabajo acordó que la certificación necesita reconocer los logros verdaderos en la protección al cliente y proporcionar incentivos para que las instituciones financieras mejoren sus prácticas. El grupo de trabajo reconoce que necesita de la atención y del compromiso significativo para lograr el rendimiento adecuado de protección al cliente. El hecho de que una institución financiera ejerza prácticas responsables no debe de ser dado por hecho, sino más bien considerado como un verdadero logro.

La certificación de observancia a los CPP también exige de algún grado de validación por parte del cliente a través de medios de verificación como grupos de enfoque o encuestas. El proceso de certificación también reconoce e incorpora este elemento importante.

El Programa de Certificación está todavía en desarrollo, y muchos de sus parámetros necesitan validarse a través de la retroalimentación de la industria, de octubre a finales de enero de 2012. La fase de pruebas correrá paralela, comenzando en noviembre de 2011, con un enfoque en el crédito, los ahorros y el seguro de vida para garantizar el pago de una deuda. Durante Q1 2012, se realizarán las pruebas de campo. Se espera lanzar el Programa de Certificación piloto durante la primera mitad de 2012.

A medida que se desarrolla el proceso de certificación, es importante reconocer que como resultado de la revisión reciente de los CPP, un número de áreas están todavía en una etapa de formación. La revisión reciente adaptó los Principios para tratar el amplio rango de servicios financieros, mientras que la versión original se enfocó en el crédito. También se añadió una cláusula importante de antidiscriminación. Ya que las metodologías de evaluación disponibles para desarrollar la certificación se desarrollaron alrededor de la versión original, serán el centro de la certificación desde el comienzo. Se trabajará más para desarrollar métodos para la evaluación: diseño y entrega adecuados del producto, seguro (con la excepción del seguro de vida para garantizar el pago de una deuda, que ya está incluido), pagos, banca corresponsal y la incorporación de la noción de antidiscriminación. Mientras que el Programa de Certificación se enfocará primero en el crédito, los ahorros y el seguro de vida para garantizar el pago de una deuda, se desarrollarán estándares e indicadores para estas nuevas áreas en 2012, que se incorporarán en el Programa de Certificación en 2013, para que refleje la gama completa de productos financieros comprendidos en los nuevos principios.

¡El Grupo de Trabajo de Certificación de the Smart Campaign necesita sus comentarios!

Esperamos recibir comentarios de todos los grupos de interés de la industria acerca de la propuesta del programa con el fin de confirmar hipótesis, perfeccionar el proceso y llevar a cabo pruebas piloto de los estándares adecuados en cuanto a la protección del cliente. Para compartir sus preguntas y/o comentarios favor mandar un correo electrónico a comments@smartcampaign.org. Estaremos aceptando sus comentarios hasta el final de febrero de 2012.

Preguntas más frecuentes (FAQ) sobre la Certificación para la Protección al Cliente

¿Qué significa estar certificado para la protección al cliente?

Una institución financiera que está certificada por seguir los Principios de Protección al Cliente toma el cuidado necesario para asegurarse de que los productos, así como los servicios que ofrece a sus clientes cumplan adecuadamente la idea y el significado de cada CPP.

1. Diseña productos tomando en cuenta las características de los clientes, sin la intención de perjudicarlos. (Diseño y entrega adecuados del producto)
2. Previene el riesgo del sobreendeudamiento revisando la capacidad de pago del cliente y proporcionando incentivos al personal basados en la calidad de la cartera y no solamente en el crecimiento. (Prevención del sobreendeudamiento)
3. Transmite información clara, suficiente y a tiempo (especialmente sobre precios, términos y condiciones de los productos) de manera que los clientes puedan entender y tomar decisiones informadas. (Transparencia)
4. Fija precios, términos y condiciones razonables para los clientes y a la vez permite su propia sostenibilidad. (Fijación de precios en forma responsable)
5. Tiene muy poca probabilidad de experimentar violaciones a los derechos de los clientes. (Tratamiento justo y respetuoso de los clientes, ética del personal y antidiscriminación)
6. Tanto el personal como los clientes saben cómo se recolectarán y usarán los datos de los clientes. Los datos de los clientes se protegen por lo menos cumpliendo los requisitos mínimos del país (o poderes regionales cuando la política del país no esté disponible). (Privacidad de datos de los clientes)
7. Los clientes tienen a su disposición información clara sobre cómo presentar quejas, y la organización tiene un sistema efectivo y adecuado para resolverlas sin demoras. (Mecanismos para la resolución de quejas)

Es importante observar que, mientras que la certificación para la protección al cliente indica una probabilidad baja de que las instituciones financieras estén perjudicando a sus clientes, no puede ser una “garantía” porque ninguna institución puede garantizar que todo su personal satisfaga los estándares propuestos el 100% de las veces. Por lo tanto, la certificación quiere decir que la institución está tomando lo que el grupo de trabajo considera (basándose en la investigación práctica y la experiencia) que son los pasos adecuados para asegurar que las violaciones a los Principios sean inusuales.

¿Por qué certificar?

Los fundamentos principales para el programa de Certificación para la Protección al Cliente son:

- Permitir que las instituciones financieras mundiales demuestren su adhesión a los CPP principales de la Campaña tal como lo verificaron los evaluadores externos
- Destacar públicamente a aquellas instituciones financieras que satisfagan estándares adecuados con respecto a la protección al cliente
- Incentivar o mejorar la implementación de los CPP.

¿Cuándo se lanzará el programa de certificación?

En octubre de 2011, the Smart Campaign participó en un período de comentarios públicos para recibir retroalimentación de la industria, refinar su programa de certificación y comprobar la validez de la aplicación de los estándares en el área.

Desde ahora hasta mediados de 2012, los estándares de protección al cliente serán puestos a prueba en el campo, con una proyección de lanzamiento del Programa Piloto de Certificación para junio de 2012. Se espera entonces que el programa esté en su fase piloto por un año, y que sea lanzado oficialmente en junio de 2013.

Tabla 1. Cronograma para la certificación

Octubre - Fin de Enero 2012	Período de comentarios abierto al público: seminarios Web abiertos para preguntas y respuestas en: <ul style="list-style-type: none"> • Español - 25 de octubre • Inglés - 26 de octubre • Francés - 7 de noviembre
Noviembre 2011 - Junio 2012	Período de prueba para indicadores y evaluaciones comparativas
Junio 2012 - Junio 2013	Lanzamiento del año piloto del Programa de Protección al Cliente con agencias de microfinanzas calificadoras, especializadas y habilitadas.
Junio 2013 - en adelante	Revisiones a la metodología con base en el aprendizaje del período piloto. Expansión de la cobertura a una gama amplia de productos financieros. Concesión de permisos a otras organizaciones de certificación.

¿Quiénes van a certificar?

El Programa de Certificación será dirigido por agencias de microfinanzas calificadoras, especializadas y habilitadas que darán licencias basándose en la evaluación de su metodología de certificación.³ Se seleccionaron agencias de microfinanzas calificadoras especializadas para los programas piloto dada su experiencia profunda en evaluaciones de protección al cliente y su participación en el subcomité del Grupo de Trabajo para la Certificación que desarrolló los estándares.

The Smart Campaign, además, está vislumbrando que otras organizaciones que satisfagan su criterio de certificación cumplirán los requisitos para convertirse en agencias certificadoras. Se expresaron algunas preocupaciones sobre el hecho de que las asociaciones locales se conviertan en agencias certificadoras debido a posibles problemas de conflicto de interés. Las asociaciones locales tienen un papel crítico en preparar a las FI para las certificaciones, y proporcionar la ayuda técnica que se necesite para mejorar las prácticas de protección al cliente.

³ Posibles organizaciones incluyen Planet Rating, MicroFinanza Rating, M-CRIL y MicroRate.

¿Serán los resultados de la certificación privados?

Los resultados de las certificaciones realizadas durante el período de prueba para calibrar los indicadores y los estándares de comparación serán confidenciales. Una vez que el Programa Piloto de Certificación para la Protección al Cliente se lance a mediados de 2012, se harán públicos los resultados de la certificación para las instituciones financieras que pasen la certificación. Las instituciones financieras que no pasen la certificación compartirán los resultados a su discreción. Esto es para mantener la intención del programa de certificación de incentivar las prácticas mejoradas.

¿Cuánto costará la certificación?

Con el fin de reducir los costos para las FI, la certificación estará disponible no solamente como un producto independiente para las instituciones financieras, sino también como un producto que puede ser añadido como un módulo a una evaluación financiera o social. Esto es debido a que la mayor parte del trabajo preliminar requerido para examinar las prácticas de protección al cliente de una FI se hacen durante la evaluación. Se vislumbra que la certificación puede relacionarse a un número de productos existentes de evaluación para reducir los costos generales para la institución financiera. En la Tabla 2 se presenta una descripción breve de tales productos.

Tabla 2. Productos disponibles

Evaluación financiera	Evaluación externa e independiente del perfil de riesgo financiero y el rendimiento de una MFI
Evaluación social	Evaluación externa e independiente de la capacidad de la MFI de poner su misión social en práctica y alcanzar metas sociales
Evaluación social – con encuesta	Evaluación externa e independiente de la capacidad de la MFI de poner su misión social en práctica y alcanzar metas sociales. Se llevará a cabo verificación adicional a través de las encuestas a nivel de cliente

La Tabla 3 muestra la probable división por costos dependiendo de si la certificación se lleva a cabo ligada a otros productos existentes o en forma autónoma. El grupo de trabajo está comprometido a disminuir el costo todo lo posible para hacer de la certificación un proceso de precio razonable a una gama amplia de instituciones financieras. La fase piloto permitirá hacer pruebas a diferentes métodos para reunir la información necesaria (incluyendo retroalimentación del cliente) al precio más bajo, para que la certificación permanezca como un proceso importante. The Smart Campaign no especificará precios, dejando a las organizaciones certificadoras libres para fijar precios a su criterio. Los siguientes precios se basan en datos pasados y conversaciones con las agencias evaluadoras, pero no son ofertas firmes.

Tabla 3. Costo calculado de la certificación (año piloto)*

	Precios de la certificación en la fase piloto
Individualmente	~\$US 15,000
Con calificación financiera	~ \$US 7,500
Con calificación social	~ \$US 5,000

Con calificación social, con encuesta al cliente	~ \$US 3,500
---	--------------

* Nota: Los precios no incluyen los costos de viaje. La gama amplia refleja el hecho de que estos son cálculos de todas las agencias de calificación combinadas y de the Smart Campaign. Los precios variarán por región y por proveedor, y con base a los resultados de la fase piloto.

Hay seis elementos principales que dirigirán el rango de costos para las certificaciones:

- 1) Nivel de preparación de las instituciones financieras para estar certificadas (disponibilidad de documentos, participación en el proceso de planificación, nivel de receptividad)
- 2) Tamaño y complejidad de la institución financiera
- 3) Honorarios de los certificadores
- 4) Costos de viaje
- 5) Precios en USD vs. EUR
- 6) Inclusión de grupos de enfoque o encuestas de clientes. La retroalimentación de los clientes en forma de grupos de enfoque o encuestas es un prerrequisito para la certificación. Los costos dependerán del tamaño de la muestra, y si se eligen grupos de enfoque o encuestas.

Vislumbramos que las asociaciones de microfinanzas nacionales y regionales, a través de su trabajo en la protección al cliente, jugarán un papel clave en ayudar a las FI miembros a prepararse para la certificación, y por consiguiente, reducir los costos generales requeridos.

¿Quiénes cumplen los requisitos para obtener la certificación para la protección al cliente?

Las FI de minoristas que proporcionan servicios a los segmentos más bajos del mercado y/o poblaciones financieramente excluidas cumplen los requisitos para la certificación de protección al cliente. Esto incluye instituciones de cualquier forma legal: bancos, compañías financieras, las ONG, cooperativas de crédito, etc.

¿Qué sucede cuando se certifica a una institución financiera?

Las FI certificadas recibirán un informe corto destacando los resultados clave de la certificación y ejemplos de cómo han cumplido con los estándares adecuados de protección al cliente. Tendrán el derecho a usar la etiqueta de Certificación de los Principios de Protección al Cliente, que indica el año en que se obtuvo la certificación. Una versión breve del informe estará disponible en el sitio Web del certificador, y el nombre de la institución certificada aparecerá el sitio Web de the Smart Campaign. El proceso de certificación no considera una certificación de Principio por Principio. Más bien, la certificación exige que se cumpla con los estándares adecuados con respecto a *todos* los principios. En los Apéndices 2 al 8 se presentan los estándares.

¿Qué sucede cuando una institución financiera no pasa la certificación?

Las instituciones financieras que no cumplen con uno o varios de los estándares de protección al cliente recibirán un informe sobre el estado de su certificación que identifica las áreas donde

hay debilidades, y tendrán de 6 a 12 meses para aplicar medidas correctivas para mejorar sus prácticas y permitirles obtener la certificación en total cumplimiento. El informe será confidencial y las FI podrán compartir los resultados a su discreción.

¿Cómo se usará la información sobre la certificación?

- **Las instituciones financieras** usarán los resultados de la certificación para comercializar su organización como una institución a favor del cliente frente a sus clientes, fundadores, reguladores y el público en general. También usarán la herramienta de certificación para dedicarse a la mejora continua de prácticas más allá de los estándares adecuados hacia estándares altos emergentes por cada CPP.
- **Los inversionistas y donantes** usarán los resultados de la certificación para dar informes sobre sus decisiones de financiamiento (es decir, enfocarse en las FI que ya hayan pasado la certificación de CPP o, por el contrario, enfocarse en las que todavía no tienen la certificación para proporcionarles el apoyo que necesitan para lograr su objetivo). Los inversionistas usarán los resultados de la certificación con la diligencia debida, y pedirán la certificación durante un tiempo razonable antes o después de la inversión.
- **Los proveedores de ayuda técnica** usarán los resultados de la certificación para centrarse en las instituciones financieras que necesitan ayuda para poner en práctica los CPP.
- **Las organizaciones que monitorean y las agencias de evaluación de protección al cliente y las agencias de calificación** pondrán al día sus metodologías para reflejar los estándares definidos para el programa de certificación, proporcionando una base unificada de cómo medir la protección al cliente.

Otros resultados deseados de la certificación

Los indicadores de certificación pueden servir como documento modelo que describa claramente los estándares adecuados con respecto a la protección al cliente. Se espera que informen sobre el trabajo de otros grupos interesados, como los esfuerzos de los reguladores para entender mejor y tratar problemas de protección al cliente de los proveedores de servicios de microfinanzas. Una visión a largo plazo es que la certificación pueda desarrollarse hasta convertirse en una herramienta que los clientes puedan usar al elegir a sus proveedores.

¿Con cuánta frecuencia se necesitará realizar la certificación?

Con el transcurso del tiempo, las prácticas de protección al cliente de las FI probablemente mejorarán. Sin embargo, hay muchos casos en los que los proveedores adoptan prácticas nuevas o características del producto que ponen en riesgo al cliente. También, proveedores nuevos pueden ingresar al mercado con el objetivo de alcanzar un gran crecimiento y participación en el mercado a cualquier costo. Por lo tanto, la certificación debe realizarse constantemente. Nuestra propuesta es que la certificación sea válida por dos años, después de los cuales se debe obtener una nueva certificación por la institución financiera.

¿Quién certificará a las instituciones financieras para la protección al cliente?

La certificación se realizará por organizaciones autorizadas por the Smart Campaign. De 2012 hasta mediados de 2013, se otorgarán licencias a los miembros del Subcomité Técnico del Grupo de Trabajo de la Certificación. Después de 2013, se otorgarán licencias a otros, siempre y cuando reúnan los requisitos para ser titular de una licencia.

¿Cómo se evaluará el cumplimiento de los estándares adecuados?

A través del programa, las FI solicitarán la certificación. Un certificador (del grupo de certificadores acreditados por the Smart Campaign) verificará si la FI reúne los estándares de protección al cliente. Los estándares adecuados⁴ serán evaluados a través de una revisión agilizada de documentos y un proceso de diligencia debida en el sitio que incluirá retroalimentación del personal y de los clientes. A través de este proceso de dos pasos, los certificadores juzgarán si la FI cumple con los estándares adecuados para garantizar una evaluación en el sitio. Las instituciones financieras necesitan solicitar la certificación y se les pedirá que compartan documentos clave con el equipo de certificación. Cuando se presente la solicitud, la FI pagará una cuota a los certificadores por la revisión de documentos. Se programará el trabajo de campo solamente si la FI presentó toda la información requerida y es receptiva a las preguntas de los certificadores. Si se identifican brechas grandes durante el proceso de revisión de documentos, se dará retroalimentación a las FI para que puedan mejorar antes de que se programe la visita de campo y aumenten sus oportunidades de cumplir con los estándares para la certificación.

Los elementos clave de la metodología de la certificación son los siguientes:

- Hay **cinco categorías importantes** que el proceso de certificación examinará: dirección, políticas y procedimientos, incentivos al personal y capacitación del personal, cumplimiento y resultados. En los Apéndices 2 al 8 se presenta el contenido detallado del proceso de certificación, incluyendo los estándares adecuados.
- **Se ha observado el indicador clave.** A pesar de que todos los indicadores tienen el mismo peso y necesitan cumplirse para certificar a la FI, los indicadores clave representan a aquellos que son especialmente importantes y para los que las pruebas de cumplimiento se revisarán en detalle.
- Se proporciona una nota breve sobre el **contexto**. El contexto reconoce toda circunstancia especial que pueda requerir un análisis más a fondo, como en países donde hay un riesgo más alto de sobreendeudamiento. La nota de contexto también

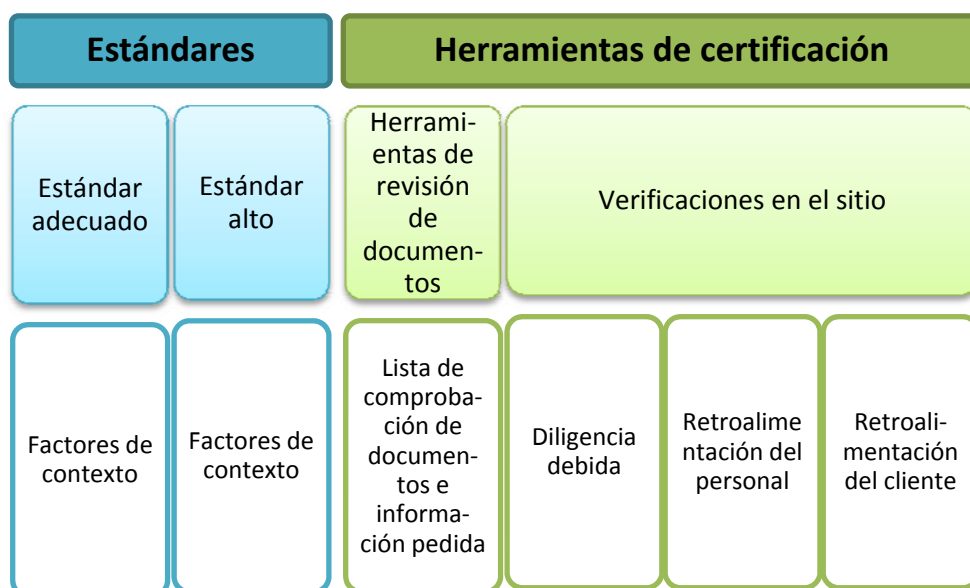
⁴ Ir a los Apéndices 2 al 8 para obtener una lista completa de los estándares propuestos, por Principio. Los principios se actualizaron en julio de 2011. La metodología de evaluación de Smart Campaign será actualizada en el futuro para reflejar los nuevos Principios. Para obtener más información, hacer un clic [aquí](#).

considera la infraestructura financiera disponible, como la calidad de los burós de crédito o el ambiente regulatorio.

- Los **estándares adecuados** para la certificación están enumerados por indicador. La FI debe de cumplir con todos los estándares para obtener la certificación. También se enumeran los **estándares altos**, como base para diferenciar entre lo mínimo que se necesita para la certificación y las prácticas sólidas.
- Una **revisión de documentos** y una **revisión en el sitio** son las herramientas principales en el proceso de certificación de dos pasos. El Apéndice 2 proporciona información sobre lo que cada revisión implica, como la revisión de documentos, entrevistas con el personal de la institución financiera, grupos de enfoque con clientes y agentes de préstamo y el muestro de expedientes de los clientes.
- La **verificación del cliente** es un paso importante en el proceso de certificación. Esta se lleva a cabo muy frecuentemente a través de grupos de enfoque, del muestro de los expedientes del cliente, de la revisión de contratos y libretas de banco, etc. Se observan grupos de enfoque específicos y preguntas para entrevistas.
- El proceso de certificación es **un trabajo en curso**. La comprobación de la validez perfeccionará muchos de los indicadores cuantitativos que actualmente se basan en experiencias previas de grupos de trabajo con calificaciones financieras y sociales, auditorías sociales y evaluaciones de los CPP. Los indicadores cuantitativos se basan en los [indicadores](#) desarrollados por the Smart Campaign para evaluar el rendimiento de las FI en la protección al cliente, pero que todavía no han sido sometidos a prueba dentro del proceso de certificación. El primer Principio —diseño y entrega adecuados del producto— en la actualidad se centra en productos de crédito; se ampliará para incluir ahorros, seguro y pagos, a la luz de los [nuevos Principios de Protección al Cliente y la guía correspondiente](#) actualizada por la Campaña en julio de 2011.



Indicador



Apéndice 1 – Miembros del Grupo de Trabajo para la Certificación

Instituciones financieras	
Socio, Bosnia & Herzegovina	Senad Sinanovic
FMMB, Colombia	Juan Manuel Grau
Ujjivan, India	Samit Ghosh
Redes internacionales	
Banco Mundial de la Mujer (WWB - Women's World Banking)	Miguel Arvelo
Banco Mundial de la Mujer (WWB - Women's World Banking)	Celina Kawas
Asociaciones	
Servicios de Desarrollo ACCESS	Radhika Agashe
Asociaciones de Instituciones de Microfinanzas (AMFIU - Association of Microfinance Institutions of Uganda)	David Baguma
Centro de Microfinanzas (MFC - Microfinance Center)	Ewa Bankowska
Red de Microfinanzas de Pakistán (PMN - Pakistan Microfinance Network)	Aban Haq
SEEP	Cara Forster*
SEEP	Tricia Gates* (ahora con Banyan Global)
SEEP	Jenny Morgan*
Agencias calificadoras	
M-CRIL	Alok Misra*
EDA/ M-CRIL	Frances Sinha
Microfinanza Rating	Lucia Spaggiari*
Microfinanza Rating	Micol Guarneri* (now with Microfinanza Srl)
PlanetRating	Emmanuelle Javoy*
MicroRate	Sebastien von Stauffenberg*
MicroRate	Rebecca Waskey*
Moodys	Jody Rasch
Inversionistas	
Argidius Foundation	Dr. Koenraad Verhagen
Global Social Investment Funds, Deutsche Bank USA	Asad Mahmood*
INCOFIN	David Dewez
Kiva	JD Bergeron
Hivos	Pieter Bas Schrieken
Consultores independientes	
Consultora para the Smart Campaign	Heather Clark*
Consultora para Campaign	Leah Nedderman
Organizaciones de apoyo	
CERISE	Cecile Lapenu
CGAP	Kate McKee*
MF Transparency	Alexandra Fiorillo*
MIX	Micol Pistelli*
MIX	Blaine Stephens – Observer
SPTF Network Group	Sharon D'Onofrio – Observer (now with SEEP)
SPTF Network Group	Laura Foose*

Center for Financial Inclusion at ACCION International	Elisabeth Rhyne*
Smart Campaign	Isabelle Barrès*
Smart Campaign	Charlotte Connors
Smart Campaign	Sergio Guzman*

*Indica individuos que participan en el Subcomité Técnico del Grupo de Trabajo.

Principio de protección al cliente: diseño y entrega adecuados del producto⁵

La certificación con respecto a este Principio significa: la institución financiera diseña productos tomando en consideración las características de los clientes con la intención de proporcionarles ventajas sin perjudicarlos.

RESULTADOS	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> Adaptar las conversaciones de los grupos de enfoque al perfil del cliente, a los temas culturalmente delicados y a la probabilidad del sobreendeudamiento en el contexto local. 	
Indicador: la institución financiera ofrece productos de préstamo o productos flexibles que se centran en negocios diferentes y necesidades familiares de <i>segmentos diversos de la población meta</i> .	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Variedad aceptable de productos de préstamo diseñados para adecuarse a las necesidades del negocio principal y las necesidades familiares de la población meta. El programa de pago (período de gracia, frecuencia y términos del pago) está adecuado a la actividad del negocio y el flujo de efectivo en el hogar. El tamaño del préstamo coincide con las necesidades financieras principales del cliente meta. Se permite el prepago y no está sujeto a multas excesivas o cargos injustificados por intereses después de un período mínimo. 	<ul style="list-style-type: none"> Buena variedad de productos de préstamo, diseñados para adecuarse a las necesidades de la población meta en diferentes circunstancias. La institución financiera desalienta en forma activa usos específicos de préstamos para los cuales los productos no han sido adecuados. Los clientes están al tanto de la gama de productos que se ofrecen y de sus características. La demanda de análisis se lleva a cabo a través de encuestas de mercado y análisis de la retroalimentación de los clientes.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Revise el manual de crédito y de otros documentos que explican los productos presentados y la población meta. Revise el estudio de mercado y los documentos sobre las necesidades de la demanda, los productos nuevos / cambios a productos actuales. Análisis de datos de MIS sobre la base de clientes de acuerdo a las características del préstamo (plazos, frecuencia de pagos, período de gracia, garantía, etc.). <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entreviste al gerente de operaciones / mercadeo. Muestra de expedientes de préstamo (revisarlos con los encargados de préstamos). Conversaciones de los grupos de enfoque con los encargados de préstamos. Entreviste al gerente de la sucursal; entreviste al personal del departamento de auditoría; entreviste a las personas que desarrollan productos nuevos. 	<ul style="list-style-type: none"> Conversación con el grupo de enfoque: explicación del cliente de la elección del producto; conocimiento del cliente de la gama de productos disponibles. <ul style="list-style-type: none"> Ejemplos de preguntas: 1/ ¿Qué productos están disponibles? 2/ ¿Qué fue lo que el personal de campo le explicó sobre los productos disponibles? 3/ ¿Quién escogió los tipos de productos que compró? 4/ El personal de campo, ¿tomó en cuenta a su familia y la situación de su negocio al analizar su solicitud de préstamo? ¿Cómo lo hizo? 5/ ¿Cómo usó usted el préstamo? 6/ ¿Recibió usted visitas del personal de campo después del desembolso del préstamo? ¿Qué le preguntó el personal? (si el préstamo fue usado para un propósito diferente del producto para el que se obtuvo el préstamo) 7/ ¿Hizo el personal de campo algún comentario sobre la manera como usó usted el préstamo? 8/ ¿Está su préstamo respaldado por una garantía? ¿Cómo se compara el valor de la garantía con la cantidad del préstamo? 9/ ¿Es posible prepagar el préstamo? ¿Cómo funciona esto?

⁵ Esta sección está en proceso de desarrollo ya que se refiere a un nuevo Principio, actualizado en julio de 2011 por la Campaña. La Campaña continuará trabajando en la orientación y los indicadores para reflejar los cambios a los principios implementados en julio.

Principio de protección al cliente: prevención del sobreendeudamiento

La certificación con respecto a este Principio significa: la institución financiera previene el riesgo del sobreendeudamiento verificando la capacidad del cliente de pagar y proporcionar incentivos basándose en la calidad de la cartera.

DIRECCIÓN	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> Se requieren esfuerzos mayores cuando el riesgo es más alto en un contexto dado; la junta y la administración deben tener información importante del nivel de mercado. Considerar los estándares adecuados con respecto a la Junta de Directores, si la propiedad es privada y la Junta es, en la práctica, un centro real de toma de decisiones. 	
Indicador: la administración y la Junta de Directores están al tanto del riesgo de sobreendeudamiento y lo monitorean con regularidad.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> La administración demuestra estar al tanto del riesgo y de la importancia del sobreendeudamiento del cliente y de los factores principales de riesgo, incluyendo el contexto (aproximadamente el % de préstamos múltiples, etc.), políticas, destrezas del personal, esquema de incentivos y meta de productividad. La información del sobreendeudamiento del cliente se transmite a la administración a través de la retroalimentación del personal de campo; informes periódicos sobre PAR y revisión y cancelación de deudas por parte de la administración. La Junta de Directores muestra preocupación con respecto al riesgo del sobreendeudamiento del cliente (ver Contexto). La calidad razonable de la cartera se mantiene a través del tiempo: riesgo total (=PAR30 + anulación la deuda) <12% por >18 meses. <p><i>Nota:</i> asegurarse de que los indicadores de calidad de la cartera consideren el riesgo total, incluyendo la cartera reestructurada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> La administración adopta una definición clara del sobreendeudamiento del cliente. El nivel de sobreendeudamiento del prestatario se monitorea periódicamente a través de encuestas, auditorías o retroalimentación formal del personal de campo, gerentes de sucursales o burós de crédito, por lo menos anualmente. A nivel administrativo se trata y estudia informes específicos de gestión y auditoría sobre el sobreendeudamiento. Existe evidencia de cambios hechos en el diseño del producto y políticas de crédito / procedimientos basados en el riesgo de información del sobreendeudamiento del cliente. Los datos del Buró de Crédito se analizan también a nivel agregado para informar sobre las decisiones de mezcla del producto y expansión geográfica, apuntando a poblaciones específicas con múltiples niveles controlables de préstamos. La calidad razonable de la cartera se mantiene a través del tiempo: riesgo total (=PAR30 + anulación de la deuda) <10% por >18 meses.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos: revisión de informes de gestión y auditoría; revisión de documentos incluyendo información de sobreendeudamiento y cambios hechos a los productos.</p> <p>Revisión en el sitio: entrevistas con el personal directivo superior y con el nivel administrativo medio, con el personal de campo y de auditoría; revisión de expedientes de préstamos; revisión de las actas informales de varias reuniones de la Junta.</p>	<p>Para las cooperativas, pregunte a los clientes sobre su participación en la Asamblea General.</p>

POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS	
<p>Indicador clave: el proceso de aprobación del préstamo requiere de la evaluación de la capacidad de pago del prestatario y de su accesibilidad financiera. La aprobación del préstamo no se basa solamente en garantías (ya sean garantías de pares, cosignatarios o avales) como sustituto de un buen análisis de la capacidad.</p>	
<p>Contexto</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Se requieren más pautas prudentes (p.ej., flujo de efectivo antes del préstamo, situación moderada / pesimista) cuando el riesgo del contexto es mayor. El número de préstamos adicionales que se consideren razonables depende del contexto y de la calidad de la evaluación de la capacidad de pago. 	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Se hallan disponibles metodologías adecuadas para recolectar información y evaluar la capacidad de pago del cliente (por lo menos en el caso de préstamos individuales). Los formularios de análisis de flujo de efectivo y el análisis realizado en la práctica consideran los gastos del negocio y de la familia así como responsabilidades provenientes de otras fuentes. En los hogares con flujos de efectivo estacionales (p.ej., agricultura) se realiza un análisis del flujo de efectivo que cubra el período completo del préstamo. No se aprueban préstamos si la capacidad de pago es débil, independientemente de la garantía. Se realiza un análisis de la capacidad de pago en cada ciclo del préstamo, o por lo menos una vez al año, incluso si se ha simplificado los aspectos secundarios al momento de renovar el préstamo. Está dentro de los límites prudentes un pago temprano seguido de una renovación. El análisis se basa en una visita al cliente (realizada por el especialista en préstamos o delegada a los miembros del grupo/pueblo). Si se delega el análisis, se le proporciona al cliente la guía, capacitación y herramientas adecuadas (p.ej., práctica efectiva). En metodologías de grupo, los sistemas aseguran la autoelección prudente de los miembros. La capacitación por los especialistas en préstamos en cuanto a la evaluación de la capacidad de pago es adecuada. Los especialistas en préstamos de menor antigüedad reciben tutoría adecuada para la actividades de campo por parte del personal con más experiencia. Los supervisores capacitan a los especialistas en préstamos para mantener una calidad aceptable en el análisis de la capacidad de pago. Para los préstamos de grupo que no son evaluados por la FI individualmente: la FI capacita a miembros de grupo en cómo seleccionar a miembros basándose en su capacidad crediticia, como el conocimiento del hogar, credibilidad, honestidad y reputación para cumplir con compromisos. Grupos y miembros del banco del pueblo toman conciencia acerca de que ellos deberían estar al tanto de los negocios de otros miembros. 	<ul style="list-style-type: none"> El análisis sigue las pautas prudentes (p.ej., flujo de efectivo antes del préstamo, situación moderada / pesimista). Pautas conservadoras proceden en casos de fuentes de ingreso volátiles (p.ej., remesas de dinero) y préstamos de riesgo alto (empresa incipiente, consumo, cantidades altas de préstamos para segmentos más vulnerables). El nivel de endeudamiento del cliente incluye a todos los miembros del hogar así como los préstamos directos e indirectos de los clientes (como garante). La política establece los límites indirectos de endeudamiento para los garantes. Los mecanismos de supervisión jerárquicos están en funcionamiento para verificar que el especialista en préstamos visite al cliente para analizar su capacidad de pago. Los mecanismos de comprobación verifican la consistencia en la información. Los mecanismos de supervisión verifican la calidad del análisis de capacidad de pago realizado por el grupo. La aprobación del préstamo y las cantidades están a un nivel adecuado de toma de decisiones descentralizadas. En las metodologías de grupo se monitorea el incumplimiento interno. Los miembros del grupo reciben capacitación de la FI en cómo evaluar la capacidad de pago del grupo.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisión de la política de crédito y de los procedimientos, y de otras pautas escritas, incluyendo la política sobre la renovación temprana. Revisión y análisis cuidadoso de la metodología para la evaluación de la capacidad de pago y el flujo de efectivo. Revisión de la capacitación y de los materiales de guía proporcionados a los clientes por la FI si el análisis se delega al grupo o al banco del pueblo. <p>Revisión en el sitio:</p>	<p>Preguntas para los grupos de enfoque:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Recibió usted la cantidad que pidió (más o menos)? ¿Por qué? ¿Recibió usted una visita del especialista en préstamos / líder del grupo como parte del análisis del préstamo? ¿Qué le preguntó el especialista en préstamos / líder del grupo? ¿Recibió usted visitas del personal de campo después del desembolso del préstamo? ¿Qué le preguntó el personal

<p>Entrevista con el gerente de crédito / de operaciones; entrevistas y grupos de enfoque con especialistas en préstamos y sus supervisores / gerentes de las sucursales (examinar una muestra de los expedientes de los clientes para ver si se considera la garantía como la característica principal para determinar la cantidad del préstamo, la práctica de renovación del préstamo, etc.); entrevistas con gerentes de riesgo y auditores internos; participar en un comité de crédito, si fuera posible, para observar las pautas usadas y las deliberaciones; observar el proceso de toma de decisiones dentro de un grupo o banco del pueblo para la aprobación del préstamo y las cantidades, y determinar cuán bien el grupo entiende e implementa la guía de la FI.</p>	<p>de campo?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el proceso para recibir un préstamo subsecuente? • El programa de pago, ¿encaja con su flujo de efectivo? • En caso de que se delegue el análisis al grupo o al banco del pueblo: ¿recibieron los representantes guía y capacitación sobre cómo realizar el análisis de la capacidad de pago?
<p>Indicador: las políticas de aprobación de crédito proporcionan guía explícita respecto a los límites de endeudamiento del prestatario y niveles aceptables de deuda de otras fuentes.</p>	
<p>Contexto</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • El límite mínimo de la capacidad de pago depende del contexto: calidad de información disponible (buró de crédito), ciclo macroeconómico y otros factores. • El apalancamiento máximo puede depender del tamaño del negocio, de los factores de crecimiento y de otros factores de contexto, como el nivel de penetración financiera. 	
<p>Estándar adecuado</p>	<p>Estándar alto</p>
<ul style="list-style-type: none"> • La política de crédito u otros materiales escritos de guía incluyen la proporción de la capacidad de pago mínima, razonable y clara: por partes / ingreso disponible <70%, contabilidad para un margen de error / inexactitud. • La política de límite de la deuda se ha diseminado adecuadamente entre el personal y se usa uniformemente en la práctica, considerando el crecimiento y el cambio de personal. • Si en el contexto hay probabilidad de préstamos múltiples, existe un política formal de endeudamiento cruzado. • Se permite la consolidación de deudas solamente bajo circunstancias específicas y con un nivel más alto requerido de aprobación y con sistemas de monitoreo específicos después del desembolso. 	<ul style="list-style-type: none"> • La política de crédito incluye la proporción de endeudamiento máximo, razonable y claro, p.ej., deuda / patrimonio neto <2 para el préstamo garantizado y el ingreso disponible / en partes. El endeudamiento máximo permitido es menor si los sistemas de intercambio de información no son totalmente efectivos (p.ej., el buró de crédito no está disponible). El límite se ajusta con el tiempo de acuerdo a la exposición al riesgo del segmento. • Para las instituciones financieras con una evaluación débil de capacidad de pago, no está disponible la consolidación de deudas. • Los miembros del grupo están capacitados para identificar el probable flujo de efectivo para apoyar el pago del préstamo.
<p>Revisión</p>	<p>Verificación del cliente</p>
<p>Revisión de documentos: revisión de la política de crédito y de los procedimientos, y de otras pautas escritas.</p> <p>Revisión en sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista con el gerente de crédito / gerente de operaciones; entrevistas y grupos de enfoque con especialistas en préstamos y sus supervisores (examinando una muestra de los expedientes de los clientes, ¿cómo se determinó la cantidad del préstamo? etc.); entrevistas con gerentes de crédito y auditores internos. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Les explicó el especialista en préstamos por qué la cantidad del préstamo es diferente de la cantidad solicitada? • Pregunte a los clientes qué tipo de revisión se lleva a cabo, p.ej., visitas al hogar, visitas al negocio, entrevistas para desarrollar el perfil de flujo de efectivo, ¿le pidieron recomendaciones? • Pregunte si se sigue el mismo proceso para la renovación del préstamo o qué diferencias existen.

<p>Indicador: de estar disponible, la institución financiera revisa en el registro de crédito o buró de crédito para obtener los niveles de deuda actuales y el historial de pago. De no estar disponible, la FI mantiene y revisa los registros internos y consulta con los competidores.</p>	
<p>Estándar adecuado</p>	<p>Estándar alto</p>
<p><i>Cuando el buró de crédito está disponible:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Las políticas incluyen consultas claras con el buró de crédito y la situación del cliente se revisa sistemáticamente durante cada ciclo de préstamo, antes del desembolso. La institución financiera sistemáticamente le informa al buró de crédito acerca de sus clientes. <p><i>Cuando el buró de crédito no está disponible o no es confiable:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> La práctica común para las instituciones financieras es intercambiar datos informales con los competidores en concordancia con las limitaciones legales. Para los prestamistas en grupo: los líderes de grupo y los miembros de grupo están capacitados o tienen orientación sobre el posible riesgo al grupo de los préstamos múltiples a los miembros. Los miembros del grupo reciben la información del buró de crédito o revisiones del crédito hechas a otros miembros. 	<p><i>Cuando el buró de crédito está disponible:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> La FI usa el buró de crédito para evaluar el nivel del sobreendeudamiento del cliente. Los sistemas de supervisión están funcionando para asegurar que el buró de crédito se use en forma efectiva para informar acerca del análisis de crédito y las decisiones. El buró de crédito lleva a cabo una revisión en forma regular de toda la base de datos para identificar: el nivel de endeudamiento cruzado; los posible patrones de los clientes que toman prestado de otras fuentes justo después de aceptar un préstamo de una FI. Los datos del buró de crédito también se analizan a un nivel agregado para informar de las decisiones tomadas sobre una mezcla de productos, expansión geográfica y dirigirse a poblaciones específicas con niveles controlables de préstamos múltiples. <p><i>Cuando el buró de crédito no está disponible o no es confiable:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Se pone a prueba el nivel de superposición entre la clientela de la FI y otras FI por lo menos cada año a través de la verificación de base de datos (todas las FI proporcionan la base de datos de sus clientes a terceros que calculan la tasa de clientela compartida y proporcionan la información a todos los actores).
<p>Revisión</p>	<p>Verificación del cliente</p>
<p>Revisión de documentos: revisión de la política de crédito y procedimientos, y de otras pautas.</p> <p>Revisión en el sitio: entrevistas con el gerente de operaciones, gerentes de sucursales, especialistas en préstamos, para corroborar si se ha verificado con el buró de crédito la situación actual del cliente antes de aprobar el préstamo; entrevistas con el personal involucrado en el proceso de reportar al buró de crédito; revisión de una muestra de los expedientes del préstamo. Entrevistas con líderes de grupo para evaluar la atención del liderazgo del grupo en el historial de pago, posibles préstamos múltiples y conocimiento de la existencia de información del buró de crédito.</p>	<p>¿Sabe usted que la FI consulta con el buró de crédito acerca de usted?</p>
<p>Indicador: el departamento de auditoría interna y/o controles internos verifica el cumplimiento con las políticas y sistemas para prevenir el riesgo de sobreendeudamiento del cliente.</p>	
<p>Estándar adecuado</p>	<p>Estándar alto</p>
<ul style="list-style-type: none"> La auditoría incluye la verificación del cumplimiento de las políticas de: capacidad de pago del cliente y exposición de la deuda, uso del buró de crédito, existencia de préstamos múltiples, acuerdos de reestructuración / refinanciamiento y otras prácticas que pudieran aumentar el sobreendeudamiento del cliente. Visitas a auditores de por lo menos el 2% de la clientela total por año. Las visitas de los clientes se usan para verificar el cumplimiento con las políticas y mitigar el 	<ul style="list-style-type: none"> Están funcionando los sistemas efectivos de seguimiento para la implementación de las recomendaciones de auditoría. Los auditores investigan casos donde el riesgo es mayor relacionado con el esquema de incentivos y metas de productividad. Las auditorías generan datos sobre el sobreendeudamiento cruzado del cliente (con precisión razonable).

<p>riesgo del sobreendeudamiento del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Las auditorías verifican que los miembros del hogar y los préstamos directos e indirectos de los clientes (como garantes) reúna los requisitos y las políticas de crédito.
<p>Revisión</p>	<p>Verificación del cliente</p>
<p>Revisión de documentos: cuestionario e informes de la auditoría; manual de la auditoría. Revisión en el sitio: entrevista con el auditor interno (incluyendo una revisión de la metodología de muestreo de la auditoría), evidencia de las medidas tomadas como resultado de incumplir con las políticas para mitigar el riesgo del sobreendeudamiento del cliente, conversaciones con el grupo de enfoque y con el especialista en préstamos.</p>	<p>Preguntas para los grupos de enfoque de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Recibió usted una visita de algún miembro del personal de la institución financiera que no sea su especialista en préstamos? ¿Qué le preguntaron?
<p>INCENTIVOS PARA EL PERSONAL Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL</p>	
<p>Indicador clave: las metas de productividad y los sistemas de incentivos valoran la calidad de la cartera por lo menos tan altamente como los otros factores, como el desembolso o el crecimiento del cliente. El crecimiento se recompensa solamente si la calidad de la cartera es alta.</p>	
<p>Estándar adecuado</p>	<p>Estándar alto</p>
<ul style="list-style-type: none"> Las metas de productividad y los esquemas de incentivos son razonables comparados con los puntos de referencia de la industria (parámetros y proporción de la remuneración fija / variable). El pago de incentivos no excede el 100% del ingreso fijo. Ninguna de las metas solas o los componentes de los incentivos tienen parámetros “excesivos”⁶ y no se fomenta la competencia entre los especialistas en préstamos. Los incentivos están estructurados para recompensar la calidad de la cartera, por lo menos tanto como recompensa el crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Las metas y el esquema de incentivos están diferenciados entre el personal y ajustados de acuerdo al potencial del mercado, la infraestructura y otros factores. Las metas de productividad y los parámetros de esquema de incentivos se revisan periódicamente de acuerdo a las condiciones cambiantes del mercado. Los incentivos no se dan a menos que PAR esté bajo control.
<p>Revisión</p>	<p>Verificación del cliente</p>
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisión de esquemas de incentivos al personal y metas de productividad a diferentes niveles de la organización; revisión del salario base (escala salarial) comparándolo al incentivo promedio y al salario mínimo. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entrevista con especialistas en préstamos, funcionarios de recuperación, gerentes de sucursales y gerentes de crédito. Conversaciones con el grupo de enfoque y con el especialista en préstamos. 	<p>Preguntas para los grupos de enfoque de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo se acercó usted a / la institución financiera lo buscó? ¿Cómo decidió recibir un préstamo? ¿Cómo es el proceso de solicitar un préstamo? ¿Sintió usted presión para aceptar el préstamo?

⁶ El término “excesivo” no está todavía claro.

Principio de protección al cliente: transparencia⁷

La certificación con respecto a este Principio significa: la institución financiera transmite información clara, suficiente y oportuna (especialmente con respecto a precios, términos y condiciones de productos) de manera que los clientes puedan entender para poder tomar decisiones informadas.

INCENTIVOS AL PERSONAL Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	
Indicador: el personal está capacitado para comunicarse en forma efectiva con todos los clientes. Se comunican de tal manera que los clientes puedan entender los términos del contrato, sus derechos y sus obligaciones. Las técnicas de comunicación tratan las limitaciones de la alfabetización (p.ej., leer contratos en voz alta, materiales disponibles en idiomas locales).	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Las destrezas de comunicación están de alguna manera incorporadas en la capacitación de todo el personal que trata directamente con clientes. Los especialistas en préstamos están capacitados en la comunicación eficaz (el personal de primera línea está capacitado para comunicarse con diferentes grupos de clientes, de diferentes segmentos de mercado, y que tienen diferentes destrezas y niveles de entendimiento (quizás los idiomas), de manera que ayudarán a los clientes a tomar decisiones informadas sobre la compra de un producto. Las comunicaciones escritas y verbales se hacen en los idiomas locales. La práctica estándar incluye leer contratos en voz alta en el caso de analfabetismo del cliente. Los especialistas en préstamos están capacitados para ayudar a los clientes a tomar decisiones informadas sobre el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Se usa un lenguaje claro para comunicar el precio y los términos a los clientes. Un sistema formal está funcionando con respecto a cómo los clientes reciben información, especialmente en el caso de los analfabetos. La FI capacita y evalúa a los clientes en cuanto a su entendimiento de los términos y precios del producto, sus derechos y obligaciones.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Revise manuales del personal o materiales de capacitación para ver si el personal está capacitado en comunicaciones. ¿Es una unidad separada de capacitación? ¿Está escrito o está en el sitio? ¿Qué técnicas se usan para comunicar los términos al cliente? Revise materiales publicitarios para verificar el uso del lenguaje común y de dialectos locales. <p>Revisión en sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entreviste al Director de Recursos Humanos o a la persona a cargo de la capacitación para tener una idea sobre esta persona; entreviste al especialista en préstamos para preguntarle cómo entienden los clientes el proceso que están empezando. Esta entrevista determina si los especialistas en préstamos recibieron capacitación en cómo comunicarse o si se trata de un caso aislado. Pregunte a los especialistas en préstamos si recibieron capacitación y cómo, en la práctica, su capacitación ayuda a los clientes a tomar decisiones informadas sobre el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> La interrupción de la comunicación generalmente ocurre entre el especialista en préstamos y el cliente: la entrevista con los clientes puede revelar la efectividad de la capacitación del especialista en préstamos para producir el nivel deseado de entendimiento por parte del cliente. Advierta los resultados de la capacitación observando cómo los especialistas en préstamos se comportan en el campo. Pregunte a los clientes si entendieron los términos del producto antes del préstamo, de la apertura de una cuenta, de enviar un pago, etc.

⁷ Nota para los revisores: los Principios de Transparencia y los indicadores son un poco más tolerantes que los otros. Están bienvenidas las recomendaciones para hacerlos más estrictos.

CUMPLIMIENTO	
Indicador: la institución financiera sigue las leyes de veracidad en préstamos y la APR (Activity Product Ratio – Tasa Porcentual Anual) requerida o la fórmula para calcular la tasa de interés efectiva. En ausencia de requisitos para toda la industria, se proporciona información que muestra la cantidad total que el cliente paga por el producto. ⁸	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> • Debe de cumplir con las leyes de Veracidad en Préstamos y con las regulaciones locales, con respecto a todos los productos ofrecidos. • Independientemente de la regulaciones locales, la FI proporciona información de los clientes que muestra la cantidad total que el cliente paga por el producto. 	<p>La FI está fijando un estándar para la transparencia que está más allá de lo esperado en su mercado.</p>
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los materiales publicitarios, ¿contienen tasas de interés o cálculos de ejemplo que muestren el capital y el interés? • ¿Se indica la APR en el contrato? <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Tienen los clientes libretas de ahorros o tablas de amortización que muestren el total del precio del préstamo? 	<p>Si las leyes exigen la presentación de información, verifique el cumplimiento de este requisito a través de entrevistas a los clientes.</p>

⁸ MFTransparency ha ofrecido conectar las bases de datos de países con respecto a la regulación, específicamente la regulación de Veracidad en Préstamos, a certificadores y calificadoros.

RESULTADOS	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> • Los cálculos para la APR (Activity Product Ratio – Tasa Porcentual Anual) y EIR (Effective Interest Rate – Tasa de Interés Efectivo) difieren por país. • Los requerimientos regulatorios pueden ser diferentes en países distintos. • La comunicación de balances sin interés o en decline que muestran intención / posición de la institución financiera es contextual. 	
Indicador clave: los precios, términos y condiciones de todos los productos financieros se comunican en su totalidad al cliente antes de la transacción, incluyendo los cargos por interés, primas de seguros, balances mínimos, todos los honorarios, multas, productos relacionados, honorarios de terceros, y si aquellos pueden variar con el transcurso del tiempo. Se proporciona información que muestre la cantidad total que el cliente paga por el producto.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> • La documentación del préstamo incluye toda la información sobre plazos, cargos y cobros; precios relacionados, términos, condiciones, ahorros forzados, primas de seguros (crédito, vida) y multas por pagos tardíos. • Se proporciona información que muestra la cantidad total que el cliente paga por el producto. • La FI evita usar mecanismos de precios que crean confusión con respecto a los costos totales (varias comisiones), el uso de garantía en efectivo (ahorros obligatorios), tarifas únicas de interés; el uso de la palabra “mensual” para identificar un “período de cuatro semanas”, etc. • La documentación del préstamo, incluyendo una tabla de amortización, se le entrega al cliente para que se la lleve a casa (tanto a los clientes en grupo como a los clientes individuales). • Los contratos del préstamo muestran un programa de amortización que separa el capital, el interés y las tarifas; define la cantidad, el número y las fechas de vencimiento de los plazos para los pagos e incluye las tarifas y condiciones para el pago temprano, pagos tardíos e incumplimientos. • Los contratos usan un lenguaje común; sin letra menuda (metafórica o literalmente). • Los clientes deben recibir copia impresa de la información al comienzo del proceso del préstamo y copia del contrato firmado con todos los términos y condiciones: el contrato no contiene espacios vacíos, debe de estar completamente llenado. • Al momento de la venta, se le comunica al prestatario las prácticas de cobro de deudas. • La FI participa en el proyecto <i>MF Transparency</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los términos generales se anuncian en el dominio público. • Se proporciona información que muestra la cantidad total que paga el cliente por el producto de manera comparable a otros. El cálculo incluye todos los costos, en especial los seguros obligatorios o los ahorros obligatorios; y todos los impuestos obligatorios. • Se proporciona una página clara de resumen de los hechos si no está disponible un contrato en lenguaje común o el contrato necesariamente legal se considera muy técnico para los clientes. • Cada uno de los clientes de la banca del pueblo recibe un contrato. • La documentación del préstamo comunica la APR / la EIR. Los clientes necesitan poder ver y comparar la APR / la EIR de una manera estandarizada anualmente que permita comparaciones de Costo Total. • La FI no solamente cumple con las pautas pero se asegura de que el cliente las haya entendido. • La FI tiene una puntuación de por lo menos 75 en el Índice de Transparencia de MF.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revise por adelantado la documentación del préstamo para verificar: tarifas, ahorros forzados, primas de seguros y comunicación de balances sin interés o en decline. Si todas las FI enumeran sin intereses, entonces eso debe ser tomado en cuenta. • Documentos por revisar: 1) contrato; 2) programa de amortización incluyendo los ahorros si no están en el contrato: ambos al comienzo y al final del término del préstamo; 3) otra documentación del préstamo. <p>Revisión en el sitio: (para el estándar adecuado):</p>	<p>Para revisar lo adecuado no se necesitan entrevistas al cliente. La revisión de la documentación del gravamen del préstamo es medio suficiente para verificar al cliente.</p> <p>Para el estándar alto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entreviste a clientes para ver si entienden precios, términos y condiciones.

<ul style="list-style-type: none">• Verifique la precisión de lo que se le ha citado al cliente: el certificador revisa la precisión del precio citado al cliente. ¿Son los precios exactos a lo que el cliente paga finalmente?• Revise los informes MIS con la documentación del cliente para verificar la exactitud.	
--	--

Indicador: canales múltiples para presentar información clara y precisa sobre el producto, como folletos, sesiones de orientación, reuniones, colocación de información en la sucursal, en los sitios Web, etc.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Se han empleado por lo menos dos canales diferentes de comunicación: escrito y verbal, siendo este último un requisito mínimo. 	<ul style="list-style-type: none"> Los anuncios se exhiben en forma clara, en lugares públicos o donde el público tenga acceso, como en una pared de la sucursal. Se usan más de dos formas de comunicación escrita / verbal. Se proporciona capacitación para la educación financiera con respecto a los derechos y responsabilidades de los clientes.
Revisión	Verificación del cliente
Revisión en el sitio (para el estándar alto): <ul style="list-style-type: none"> Busque esfuerzos más allá del contrato de préstamo y el programa de pago, como la TV en las sucursales, folletos, sitios Web, materiales en idiomas locales, etc. 	NA
Indicador: se proporciona a los clientes tiempo adecuado para revisar los términos y condiciones del producto y tener la oportunidad de formular preguntas y recibir información antes de firmar contratos.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Las condiciones del préstamos se comunican por adelantado. La información debe de estar accesible antes de firmar. Alguien está disponible para responder preguntas. Existe un período de reflexión, p.ej., el cliente puede llevarse información al hogar y pensar acerca de ella o consultar con su familia, y los mismos términos están vigentes al día siguiente. 	<ul style="list-style-type: none"> No existe la firma forzada a las condiciones garantizadas. Se proporciona información sobre educación financiera a los clientes, incluso si no formulan preguntas.
Revisión	Verificación del cliente
Revisión en el sitio: <ul style="list-style-type: none"> Revise la política de la FI sobre accesibilidad de información al cliente antes de vender el producto. Pregunte al personal de la sucursal y a los clientes cuánto tiempo tienen para revisar el contrato / los términos del préstamo antes de firmar. Verifique que los LO sean perceptivos de la “dinámica de grupo” para prevenir la posibilidad de forzar a los miembros del grupo a decidir demasiado rápido bajo presión del grupo (y verifique que los supervisores monitoreen eso también). 	<ul style="list-style-type: none"> Pregunte a los clientes si se sintieron apurados durante el proceso de toma de decisiones sobre si debían o no sacar un préstamo (por los especialistas en préstamos o por los miembros de grupo en el caso de préstamos en grupo).
Indicador: los clientes reciben con regularidad información clara y precisa sobre sus cuentas (p.ej., estados de cuenta, recibos y consultas de saldos).	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> La prueba de pago es obligatoria. La FI proporciona a los clientes estados de cuenta actualizados, a pedido. Información precisa de la cuenta de ahorros está disponible a los prestatarios, para darles opciones de usar / acceder a los ahorros al final del ciclo. 	La institución financiera proporciona con regularidad estados de cuenta actualizados.
Revisión	Verificación del cliente
Verifique en el campo o en la sucursal si se dan recibos a los clientes al momento de recolectar el pago.	NA

Principio de protección al cliente: fijación de precios responsable

La certificación con respecto a este Principio significa: la institución fija los precios, términos y condiciones que los clientes pueden costear permitiendo, al mismo tiempo, la sostenibilidad de la institución financiera.

RESULTADOS	
<p>Indicador clave: los precios están orientados al mercado y son competitivos dentro del contexto del país, y no están subvencionados. Cualquier producto que contribuya >25% de la cartera necesita evaluarse (se debe tomar en consideración la APR & la EIR).</p>	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> Los requisitos del gobierno, p.ej., tope de tasa de interés, requisitos para emitir préstamos subvencionados por el gobierno. La FI no debe de ser sancionada por cumplir con los requerimientos legales. En varios países, toda la fijación de precios está desequilibrada. Una comparación significativa puede hallarse en países vecinos con contextos similares. 	
Estándar adecuado	Estándar alto
<p>Productos de crédito:</p> <ul style="list-style-type: none"> Los precios de los préstamos no se desvían de manera significativa del grupo de pares.⁹ Una desviación aceptable es de +/-10%. Si la vida crediticia y / o los ahorros reglamentarios son obligatorios, se toman en cuenta en el cálculo de la EIR. Las multas por prepago, tarifas por cierre de cuentas, tarifas por transacciones u otras multas no son excesivas; p.ej., no impedirían que un cliente se cambiara a otro proveedor, y no acumulan, sin justificación, la deuda. La multa por prepago debe de ser proporcionada al costo del cierre de la cuenta, y generalmente no debe exceder la cantidad del interés del término restante del préstamo, más los costos operativos por cierre de la cuenta. Las tarifas de tramitación deben de estar en línea con los pares (se puede verificar a través de la EIR). <p>Productos de ahorro:</p> <ul style="list-style-type: none"> Los rendimientos de los depósitos no están por debajo del rendimiento promedio que los bancos ofrecen para productos comparables. Las tasas de depósito no están por debajo de las tasas de los bancos del sector formal. Políticas bien presentada con respecto a las tasas de interés, incluyendo la posibilidad de la inflación: las tasas no son diferentes basadas en tratamiento preferencial para los tenedores de cuentas, sino en los términos y las cantidades de los productos. <p>Productos de seguro:</p> <ul style="list-style-type: none"> El crédito de seguro de vida no está cotizado para proporcionar ganancias encubiertas a la institución financiera, y la cobertura de seguro no es excesiva. La diferencia entre las primas recolectadas y pagadas a la compañía de seguros no excede el cálculo de costos razonables para administrar el producto (p.ej., duplicar la prima transferida). En caso del seguro interno, no debe ser más costoso que el ofrecido por el sector formal. 	<p>Productos de crédito:</p> <ul style="list-style-type: none"> Los precios de los préstamos están a la par con los precios de los pares, comparativamente. Se permite el cierre de cuenta sin cargar el interés por el término total del préstamo. Las tarifas para el procesamiento de préstamos son las mismas o menores que la de los pares. <p>Productos de ahorro:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las tasas son comparables con las del grupo de pares (+/-10%) y no son menores que las tasas del sector formal. El interés se calcula basándose en el balance diario. <p>Productos de seguro:</p> <ul style="list-style-type: none"> Solamente la prima de seguro transmitida a la compañía de seguros o la prima actuarial (de uso interno) cargada al cliente; la institución financiera absorbe los costos operativos.

⁹ Los pares se definen como las FI en el mismo país de tamaño similar y mercado meta (por la definición de MIX Market). Se necesitan por lo menos cinco FI para constituir un grupo de pares. En el caso de que no haya grupo de pares en el país, se usará el grupo de pares regional. La guía para la selección de grupo de pares se refinará basándose en la fase de pruebas para los indicadores.

<p>Revisión</p> <p>Productos de crédito: Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si el seguro de vida para garantizar el crédito está vigente, necesita un análisis especial • El cálculo de la APR o EIR basado en los documentos de política de tasas de interés (incluyendo todas las tarifas), en todos los términos y condiciones del producto, realizado por producto para productos importantes que contribuyen a >25% de la cartera. • Estándar de comparación contra tasas del grupo de pares comparable, p.ej., en MIX o MFT. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verifique la práctica existente observando una muestra: tarjetas de crédito para clientes y programas de pago. <p>Productos de ahorro: Revisión de documentos: Revise los documentos de política. Revisión en el sitio: Verifique los expedientes del cliente.</p> <p>Productos de seguro: Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cálculo de las utilidades basado en los documentos de política (incluyendo tarifas esperadas). Por producto para los productos principales. • Estándar de comparación contra tasa del grupo de pares comparable, p.ej., instituciones financieras y bancos formales. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verifique la práctica existente observando una muestra de los expedientes del cliente. 	<p>Verificación del cliente</p> <p>Productos de crédito:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verifique las tarjetas de crédito para ver que las tasas cargadas sean las mismas que las indicadas en la política. • Solicite retroalimentación del cliente sobre si las tasas de interés y las tarifas son razonables y competitivas. (Para interpretar esta información, se debe de tomar en cuenta las tasas existentes). • Pregunte si se han cargado tarifas excesivas que desalienten el cambio. <p>Productos de ahorro:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La libreta de ahorros del cliente debe de mostrar claramente el balance de ahorros e intereses, en forma separada para depósitos voluntarios y obligatorios. Las tasas de la libreta de ahorros deben de ser las mismas que aquellas especificadas en la política.
<p>Indicador: la institución gana una tasa de utilidad para apoyar las operaciones y el crecimiento <i>que no se desvía, en forma significativa, del grupo de pares.</i></p>	
<p>Contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dificultad en establecer un estándar de comparación importante, dados los factores como las diferencias de costo urbanas / rurales, la antigüedad de la institución y la variación en el campo de aplicación de las tasas (p.ej., se puede manipular ROA). Para continuar, se ha sugerido que para cada base en el país (o región si no están disponibles datos del país) se deben usar estándares de comparación. 	
<p>Estándar adecuado</p> <ul style="list-style-type: none"> • No se desvía, en forma significativa, del grupo de pares. • Al considerar las diferentes etapas de una institución financiera (crecer para madurar), se sugiere un rango más alto de + 50%.¹⁰ 	<p>Estándar alto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Política organizativa bien definida en cuanto a rentabilidad y márgenes aprobados por la Junta. • Los límites aceptables para los niveles de ganancias estarán ligados a lo decidido para los Estándares Universales definidos por SPTF.
<p>Revisión</p> <p>Revisión de documentos: Revise ROA durante los últimos tres años; revise el rendimiento de la cartera y las tasas de gastos operativos. Revisión en el sitio: Revise los métodos de contabilidad para calcular las tasas de interés, efectivo /</p>	<p>Verificación del cliente</p> <p>NA</p>

¹⁰ Nota para los revisores: se ha reconocido que esta tasa (+50%) puede ser más alta. Necesitaremos observar una variedad de empresas creadas recientemente y encontrar un promedio o un rango basado en experiencia.

acumulación, disposiciones y puntos similares.	
--	--

RESULTADOS	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> La política nacional ordenó que el uso de las ganancias realizadas por las instituciones financieras no deberían de tomarse en cuenta. 	
Indicador: uso de ganancias. La institución financiera invierte una porción de sus ganancias para aumentar el valor para los clientes, como la disminución de las tasas de interés o la adición o mejora de productos y servicios.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Todos los productos son costeables para los clientes. Las ganancias que los accionistas esperan son razonables (proporcione el rango). La Junta de Directores considera cómo la FI puede añadir valor para los clientes. Un % de la cartera se dedica a productos relativamente más riesgosos que sin embargo son muy valorados (como la vivienda y la agricultura). 	Asignación de ganancias a áreas que agregan valor para los clientes, como: <ul style="list-style-type: none"> Servicios no financieros Reducir las tasas de interés con aumento en rentabilidad y escala Se desarrollan productos nuevos en línea con las necesidades de los clientes Otras iniciativas que la FI pueda haber desarrollado.
Revisión	Verificación del cliente
Revisión en el sitio: <ul style="list-style-type: none"> Converse con el personal directivo superior y observe los estados financieros detallados y la política de tasa de interés. Un tema que debe de tenerse en cuenta en el caso de servicios no financieros es que no están impulsados por los donantes; pregunte al personal directivo superior o a la junta cómo la FI agrega valor para los clientes; las actas informales de la Junta, el plan estratégico o el plan de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> Interacción de los clientes para ver si los servicios no financieros y los nuevos productos satisfacen sus necesidades.

Principio de protección al cliente: tratamiento justo y respetuoso a los clientes

La certificación con respecto a este Principio significa: la probabilidad de que la FI o su personal violen los derechos del cliente es bastante baja. El derecho del cliente se entiende como el derecho a ser tratado con dignidad y respeto, el derecho a un tratamiento justo y antidiscriminatorio.

<p>DIRECCIÓN: la cultura empresarial de la organización valora y recompensa los estándares altos de comportamiento ético y servicio al cliente.</p>	
<p>Indicador: un código escrito de ética del negocio detalla los valores institucionales y los estándares de conducta profesional que se espera de todo el personal. La Junta ha revisado y aprobado el Código de Ética.</p>	
<p>Estándar adecuado</p>	<p>Estándar alto</p>
<p>El Código de Ética existe y ha sido aprobado por la Junta. La institución financiera tiene una política de antidiscriminación y discapacidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hay un Comité de Ética a nivel de la Junta, o un miembro de la Junta a cargo de temas relacionados al Código de Ética. El comité está a cargo de manejar los casos de mala conducta, y de investigar casos de divulgación de información. Se han definido procedimientos para lidiar con estos tipos de casos (divulgación de información y mala conducta), que aseguran una investigación eficiente y justa. • El Código de Ética se revisa cada tres años y se actualiza para reflejar cambios a normas sociales o internacionales en cuanto a la ética o discapacidad. • El personal tiene la oportunidad de ofrecer modificaciones o cambios al Código de Ética y presentarlos a la Junta para su consideración.
<p>Revisión</p>	<p>Verificación del cliente</p>
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revise las actas informales de la Junta que aprueban el Código de Ética. • Revise el Código de Ética y otras políticas que tratan la antidiscriminación. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Converse sobre el Código de Ética con la Junta para ver si ha sido tratado a profundidad a nivel de la Junta. • Converse sobre los principios y las consecuencias posibles que guían o que desearían guiar la investigación en caso de un (supuesto) mal comportamiento. 	<p>NA</p>

POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> En países donde los sistemas legales son muy débiles y no protegen los derechos de las instituciones adecuadamente, estas frecuentemente usan prácticas que se consideran inadecuadas o están muy cerca de ser ilegales. Se debe recolectar una lista mínima de prácticas “internacionalmente inaceptables, que garanticen que siempre se respeten los derechos del cliente, pero que también tomen en consideración las preocupaciones de las FI que están en ambientes problemáticos. Puede ser aceptable centrarse en grupos a los que anteriormente discriminó, como mujeres o grupos indígenas. 	
<p>Indicador clave: se espera que todo el personal cumpla con los estándares de conducta profesional, y especialmente las prácticas aceptables e inaceptables de cobro de deuda, que están claramente presentadas en el Código de Ética, el libro de normas para el personal y el manual de cobro de deudas.</p>	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Las políticas de crédito o manual de cobro, o cualquier otro documento que se distribuye a todo el personal (incluyendo el personal externo) involucrado en el cobro, describe: <ul style="list-style-type: none"> los pasos precisos estándares que se deben seguir en caso de incumplimiento o demora en el pago por parte de un prestatario. las acciones que no se deben tomar o los comportamientos que se consideran que violan los derechos del prestatario. En el caso de préstamos en grupo, los procedimientos también describen las acciones que se espera que los miembros de grupo tomen así como las que están prohibidos de tomar. Los siguientes comportamientos están siempre prohibidos, y el personal firma un documento por el cual se compromete a no tenerlos: usar lenguaje abusivo; usar la fuerza física; limitar la libertad física; gritarle al cliente; ingresar al hogar del cliente cuando no ha sido invitado; humillar públicamente al cliente; violar el derecho a la privacidad del cliente; discriminar basándose en la etnicidad, género, orientación sexual, creencia religiosa, opinión política o discapacidad; participar en corrupción, soborno, hurto; participar en hostigamiento sexual o moral. Se les informa a los clientes sobre los aspectos principales del Código de Conducta a través de carteles, o durante las sesiones de desembolso, si la mayoría de clientes son analfabetos. Se informa a los clientes acerca de su derecho a quejarse y cómo presentar una queja. 	<ul style="list-style-type: none"> Las pautas de cobro describen estrategias diferenciadas que se deben de usar en caso de incapacidad para hacer los pagos o falta de deseos de pagar. El nivel de cumplimiento de estas pautas: <ul style="list-style-type: none"> es puesto a prueba por auditores internos a través de visitas a un grupo de clientes que deben representar entre el 1% y el 2% de la clientela total cada año, y en 5% de los casos donde el riesgo de prácticas abusivas es alto (clientes que pagan tarde, clientes de especialistas en préstamos que tienen un PAR extremadamente bajo, etc.). es apoyado por la existencia de un mecanismo formal de quejas. La prueba de cumplimiento por terceros independientes, como auditores externos o encuestas al cliente, es un punto favorable. La existencia de un miembro del personal a cargo de educar a otros miembros del personal acerca de la antidiscriminación, y a cargo de contactar a grupos específicamente discriminados de la población es un punto favorable. Accesibilidad de servicios a personas con discapacidades (personal que se puede comunicar con lenguaje a señas, documentos disponibles en Braille, instalaciones accesibles para personas con problemas de movilidad) es un punto favorable. Se proporciona capacitación de sensibilidad para el personal para trabajar con personas discapacitadas, tanto con compañeros de trabajo como con clientes.

Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revise las políticas de crédito, el manual de cobro y otros documentos que contengan listas de prácticas de cobro aceptables e inaceptables. • Revise el Código de Ética. • Datos con respecto a la satisfacción del cliente en cuanto al cobro, servicio al cliente y comportamiento del personal. • Revise los informes de las auditorías internas y el manual de auditorías internas para verificar cómo se monitorean los procedimientos de cumplimiento con la ética y el cobro. • Datos sobre la frecuencia de quejas relacionadas al cobro o al comportamiento del personal. • Datos sobre el número de clientes visitados por el personal “no operativo” (las personas que no están involucradas en el proceso de crédito, como los funcionarios de monitoreo, encuestadores de satisfacción al cliente, etc.). • Verifique el cumplimiento del país con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidades y el cumplimiento de la FI. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entreviste al gerente a cargo de los cobros (posiblemente el gerente de crédito / gerente de operaciones, etc.). • Entreviste al auditor interno. • Entreviste al gerente de la sucursal. • Entreviste a los especialistas en préstamos para verificar su nivel de conocimiento de las políticas de cobro, límites que no se deben de traspasar y el Código de Ética en general. Las entrevistas deben de hacerse individualmente o en un grupo de enfoque. El certificador debe de llevar a cabo entrevistas con por lo menos 10 especialistas en préstamos de dos sucursales diferentes. • Verifique la información del Código de Ética proporcionado a los clientes (asista a la sesión de desembolso o consulte los documentos en las sucursales). • Converse sobre los términos que se les dio a los contratistas externos y los estándares que deben de seguir. 	<p>Ya que los problemas de pago son un tema muy delicado y difícil de tratar abiertamente, los certificadores organizarán grupos de enfoque de clientes y les pedirán que describan las consecuencias de pagos tardíos, tanto con la institución evaluada como con el mercado, y les pedirán que comparen prácticas entre instituciones diferentes. (Si el 30% de las respuestas son negativas, las instituciones fracasan con respecto a este indicador).</p> <p>Grupos de enfoque del cliente: Se les preguntará a los clientes si recuerdan haber recibido información sobre los comportamientos que los especialistas en préstamos u otros miembros del personal no deben de tener, y el tipo de recurso que tienen en caso de que esto sucediera.</p>

<p>Indicador: las normas del personal incluyen disposiciones específicas en lo que se considera comportamiento aceptable / inaceptable. Las disposiciones describen amonestaciones y acciones que pueden dar como resultado la terminación del empleo. Se informa al personal sobre las sanciones por incumplimiento del Código de Ética / políticas de cobro, se sancionan los incumplimientos y se lleva a cabo suficiente monitoreo de las prácticas (por el departamento de operaciones, auditorías internas) para proporcionar educación o sanciones cuando sean necesarias.</p>	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Los procedimientos describen las sanciones que se impondrán en caso de incumplimiento de las normas sobre las prácticas de cobro o del Código de Ética (hostigamiento, discriminación, hurto, corrupción, sobornos, etc.). El personal ha sido capacitado sobre estos procedimientos. Se han sancionado, de acuerdo con las normas fijadas, los casos de mal comportamiento identificados por la administración, la auditoría interna o gracias a un mecanismo eficiente de denuncias. 	<ul style="list-style-type: none"> En el caso de una mala conducta, se informa al personal de los casos y de las sanciones que se tomaron, y se organizan sesiones de diálogo para que el personal pueda formular preguntas cuando esto haya sucedido. Los informantes están protegidos de posibles consecuencias negativas; los informantes maliciosos son sancionados.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lista de sanciones en caso de incumplimiento de las prácticas adecuadas de cobro / Código de Ética. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Examine informes de auditorías internas para identificar casos de mal comportamiento y revise los expedientes de HR para buscar posibles sanciones. Examine los casos de denuncias y busque en los expedientes de HR cómo lidiaron con ellas Grupo de enfoque de especialistas en préstamos: ¿saben ellos las sanciones que podrían aplicarse?, ¿recuerdan ellos casos en los que se han aplicado sanciones?, ¿saben cómo se deben de comportar? Entreviste al personal de Auditoría Interna para preguntarles cómo verifican el cumplimiento del Código de Ética o cómo detectan la corrupción y los malos tratos a los clientes y las medidas de acción que se están tomando. Converse sobre los casos con los empleados que han sido sancionados durante los últimos tres años, con detalles sobre las razones y los procedimientos. 	<p>NA</p>

Indicador: la institución tiene dos políticas de crédito: 1) una política que describe compromisos aceptables de garantía, incluyendo el rechazo a garantías que privarán a los prestatarios de su capacidad básica de sobrevivencia; ofreciendo una explicación del papel de los garantes. Esta política garantiza que los clientes reciban un precio justo por cualquier bien confiscado; y 2) una política que funciona en forma activa en cuanto a las soluciones para reprogramar préstamos / anulando la deuda en casos excepcionales para los clientes que tengan la “buena voluntad” de pagarla, pero no la capacidad de hacerlo.

Contexto

La aceptación de la confiscación de la garantía sin una acción legal previa varía en forma significativa dependiendo del país; lo mínimo debería ser que no se confisquen bienes sin autorización legal previa o el consentimiento del cliente.

Estándar adecuado	Estándar alto
-------------------	---------------

1. Garantía aceptable

- Si corresponde, las políticas de crédito indican una **lista de bienes que no se pueden aceptar como garantía**, o que no se pueden confiscar en caso de incumplimiento, porque **privarían a los prestatarios de su capacidad básica de sobrevivencia** (incluyendo bienes de la empresa).
- Si corresponde, hay pautas claras sobre cómo se registra y valora la garantía, y el valor de la garantía requerida no representa más del **200%** del valor del préstamo.
- Hay procedimientos que aseguran que **la confiscación de la garantía respeta los derechos de los clientes**. Estos principios también se explican a los grupos de clientes:
 - A menos que se autorice a través de una orden judicial, la confiscación de la garantía sucede solamente después de recibir el consentimiento del cliente.
 - La garantía no puede venderse al personal de la institución financiera o a sus familiares, ni a terceros involucrados en el proceso de confiscación.
 - Si el valor de la garantía es mayor que la deuda, la cantidad restante se devuelve al cliente.
 - Las tarifas relacionadas con la venta de la garantía se explican claramente al cliente antes de realizar la venta, están dentro de los rangos normales comparados con sus pares, y la diferencia entre el valor del bien y el balance pendiente es razonable.

2. Reprogramación

Existen procedimientos específicos, incluyendo cómo ejecutar la garantía, para tratar con clientes que **tengan la "buena voluntad" de pagar, pero que no tienen capacidad de hacerlo**: 1) los procedimientos enumeran casos de tribulación específica de los clientes bajo los cuales se les puede otorgar **reprogramación o refinanciamiento** (fallecimiento de un familiar, desastre natural que causa la destrucción de un bien o herramienta de producción, enfermedad, etc.); 2) la reprogramación o el refinanciamiento también se pueden tomar en consideración si los clientes han demostrado un buen historial de pago y piden una reprogramación debido a problemas con el negocio o problemas personales; 3/ el supervisor debe de autorizar la reprogramación.

1. Garantía aceptable

- La institución nunca ha confiscado garantía alguna o **el historial de la ejecución de garantía** muestra el buen cumplimiento con las normas establecidas, con respecto al tipo de garantía confiscada y el proceso de ejecución.
- Las prácticas posibles de **confiscación de la garantía** dentro de grupos se monitorean y **se tratan** con regularidad en **reuniones de grupo**.
- Los procedimientos aseguran que los clientes reciban **precios justos** por sus bienes. También se explican los principios a los clientes en grupo. Se hacen **esfuerzos razonables para publicar** la venta para llegar a posibles compradores; y los mecanismos de **fijación transparente de precios** existen a través de subastas o investigación del precio de mercado, si hay un mercado.
- Los procedimientos relacionados a la ejecución de la garantía se llevan a cabo por personal especializado o se subcontrata a terceros que hayan sido aprobados por la institución cumpliendo con los principios de protección al cliente.
- En el caso de que la garantía se mantenga en las **instalaciones de la institución financiera**, existen procedimientos para asegurar su **seguridad**, y los bienes están **debidamente asegurados** contra el hurto o la destrucción.

2. Reprogramación

- Se aplican políticas de reprogramación de manera **consistente y justa** en todas las FI.
- Incluso en casos de reprogramación, el pago a plazos está diseñado de tal manera que los clientes **siempre reembolsan una porción del capital** con cada pago para gradualmente reducir su deuda.

Revisión	Verificación del cliente
<p>Garantía aceptable</p> <p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sección del manual de crédito que describe los requisitos de garantía y los procedimientos relacionados con la confiscación legal y transparente, y la venta de la garantía. Datos de la cantidad de casos de confiscación de garantía + ingresos derivados de la confiscación. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Grupo de enfoque de los especialistas en crédito para tratar requisitos de la garantía y procedimientos de ejecución, y revisar la coherencia del proceso con el manual de crédito. Revise una muestra de los expedientes de crédito para verificar el tipo de garantía que se tomó y verificar que no incluya "bienes esenciales" (p.ej., 50 expedientes). Enumeración de casos de confiscación de garantía con la índole y los precios de venta, cantidad que el cliente debe y cargos de tarifas. Visita a la "habitación de almacenaje de garantías" para verificar el tipo de garantía y las condiciones de almacenamiento. <p>2. Reprogramación</p> <p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Políticas de reprogramación. Datos de número y cantidad de préstamos pendientes que se reprograman anualmente. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Durante la conversación con el especialista en préstamos, los miembros de la Junta o el gerente de crédito verifique la política actual sobre reprogramación, práctica actual y cualquier ejemplo de casos extremos. 	<p>Grupos de enfoque al cliente con preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué ha escuchado usted o experimentado en relación a las prácticas de confiscación o de la institución financiera o del mercado en general? ¿Y con respecto a la confiscación de la garantía, personalmente, en la institución o en el mercado?

INCENTIVOS PARA EL PERSONAL Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	
<p>Indicador: el sistema de incentivos está diseñado de manera que no ponga al especialista en préstamos en un “conflicto de interés” con los clientes, al momento del cobro, y que recompense el comportamiento ético. Los gerentes y supervisores revisan el comportamiento ético, la conducta profesional y la calidad de interacción con los clientes como parte de las evaluaciones de rendimiento del personal.</p>	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Los esquemas de incentivos para los especialistas en préstamos evitan poner al personal en una situación de “conflicto de interés” con los clientes al momento del cobro: el impacto de los niveles PAR en el nivel de la bonificación es gradual. No se endosa la tolerancia cero para PAR. El sueldo básico de un especialista en préstamos debe ser el sueldo mínimo. Los incentivos que representan más del 100% del sueldo básico desencadenan verificaciones adicionales. Los esquemas de incentivos no se basan en demoras cortas (menos de cinco días). Los incentivos del personal, y especialmente de aquellos en contacto directo con los clientes, recompensan el comportamiento ético y el servicio al cliente. El alineamiento del personal con los valores empresariales y la ética empresarial se revisa y trata durante la evaluación anual. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluaciones anuales y / o esquema de incentivos incluyen retroalimentación de pares, resultados de auditorías internas o encuestas de satisfacción del cliente. Auditoría interna sobre las muestras de clientes / préstamos con el fin de controlar riesgos específicos relacionados con los esquemas de incentivos, p.ej., el último cobro hecho antes de fin de mes para que el especialista en préstamos obtenga un puntaje que lo pondría en riesgo de no obtener una bonificación.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Descripción del esquema de incentivos y políticas / metas de PAR. Lista de las categorías de salarios basados en incentivos de HR. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Verifique que la compensación y el incentivo no estén diseñados de manera que pudieran poner a los especialistas en préstamos en conflicto de interés; pregunte a los miembros del personal cómo se les proporciona (o no) incentivos para tener buen comportamiento ético o proporcionar buen servicio al cliente. Busque menciones a los sistemas que puedan haber sido diseñados por la administración. Pregunte a la administración qué medidas se toman para fomentar el comportamiento ético dentro del personal o una cultura de buen servicio al cliente. Converse sobre el salario mínimo dentro del país y el % de sueldo básico que los especialistas en préstamos pueden ganar como ingreso variable. 	<p>NA</p>

Indicador: se contrata y capacita al personal alineado con el Código de Ética; el personal de cobranza, en especial, recibe capacitación en prácticas aceptables de cobro de deudas y procedimientos de recuperación de préstamos. Se espera que los cobros internos y de terceros sigan las mismas prácticas. Préstamos en grupo: los clientes reciben sesiones para tomar conciencia sobre el concepto de préstamos de solidaridad, la necesidad de cubrir a los coprestatarios en caso de pagos tardíos Y con respecto a la capacidad de pago, que no se debe exceder.

Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> • Los procedimientos de contratación incluyen una investigación de antecedentes del personal que se enfoca en identificar posibles instancias de mala conducta. • La contratación del personal ocurre sin prejuicios basados en etnicidad, género, discapacidad, afiliación política, orientación sexual, entre otros. • La capacitación inicial incluye una revisión del Código de Ética y una conversación con el personal nuevo sobre las situaciones donde el cumplimiento del código puede ser un reto. • Las prácticas de cobro están cubiertas durante la capacitación inicial de todo el personal involucrado en el cobro (especialistas en préstamos, personal de cobro y gerentes de sucursales). • El personal está informado de las posibles sanciones en caso de un incumplimiento del código. • Se le proporciona la misma capacitación al personal de cobro de terceros en caso de que subcontrate el cobro. • La supervisión de especialistas en préstamos: se considera la ética en las evaluaciones de rendimiento, estructuras de incentivos, tutorías, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se verifica el cumplimiento de las investigaciones de antecedentes a través de auditorías internas. • Los empleados tienen que pasar, con regularidad, una prueba del Código de Conducta y/o participar en un curso de capacitación de repaso del Código de Conducta, que incluye ilustraciones concretas de lo que hay que hacer y de lo que hay que evitar presentadas en el Código de Conducta. • La capacitación proporcionada al personal con respecto a las prácticas de cobro se lleva a cabo por lo menos una vez al año e incluye estrategias específicas para tratar cobros difíciles y estudios de casos de la vida real durante los cuales el personal puede compartir sus experiencias y dudas sobre la manera correcta de lidiar con casos especialmente difíciles. • Se recomienda la contratación y la cobertura de Recursos Humanos a las personas con discapacidades y a las minorías.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revise la plantilla para la investigación de antecedentes. • Revise el manual de capacitación. • Revise los materiales de orientación o folletos de instrucción sobre el Código de Conducta. • Revise las pruebas del Código de Conducta y del porcentaje de aprobados. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas o grupos de enfoque con especialistas en préstamos que verifiquen la calidad y utilidad de la capacitación para ayudar a tratar los casos difíciles. • Entrevistas con HR sobre la clases ofrecidas de capacitación del personal y cualquier dificultad encontrada. 	<p>NA</p>

Principio de protección al cliente: privacidad de la información del cliente

La certificación con respecto a este Principio significa: tanto el personal como los clientes saben cómo se recolectará y usará la información del cliente. La información del cliente está protegida, cumpliendo por lo menos con los requisitos mínimos del país (o con los poderes regionales cuando la política del país no está disponible).

POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> Determinar cuáles son las regulaciones de información de privacidad del país, si es que existen tales regulaciones. 	
Indicador: una política escrita de privacidad rige las reuniones, procesamiento, uso y distribución de la información del cliente.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Existe una política. La política cubre al personal actual y a aquellos que salen de la organización, y la fuga de información. La institución financiera está al tanto de la regulación local con respecto a la privacidad de la información del cliente y compilación de información. El Libro de Normas para el Personal y el Código de Conducta sanciona el mal uso y la apropiación indebida de la información del cliente. 	<p>La política existe, y es explícita sobre el uso y almacenamiento de la información, y se ha transmitido bien a los empleados (a través de la capacitación) y a los clientes (durante el proceso de recolección de datos).</p> <ul style="list-style-type: none"> Hay distintos niveles de acceso al personal para la información confidencial del cliente y su uso. Hay sanciones por exponer o revelar la información del cliente a terceros sin el consentimiento previo del cliente.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos (estándar adecuado):</p> <ul style="list-style-type: none"> Recolecte y revise la política escrita, lea el Libro de Normas para el Personal o el Código de Conducta y vea si está incluido este tema. <p>Revisión de documentos (estándar alto):</p> <ul style="list-style-type: none"> Investigue la regulación de la política de privacidad de la información del país para el sector financiero, si es que existe. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Si no existe una política, saltéela. Si existe una política, formule preguntas al personal sobre ella (en el indicador siguiente). 	<p>NA</p>

INCENTIVOS PARA EL PERSONAL Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	
Indicador: la capacitación del personal y los sistemas tecnológicos son adecuados para asegurar que la información del cliente esté segura.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> • Los sistemas seguros IT, entre otros sistemas, están funcionando y el personal ha sido capacitado para proteger la confidencialidad, seguridad, precisión e integridad de la información personal y financiera del cliente. • Los sistemas que están en funcionamiento tienen diferentes métodos de protección con contraseñas que se cambian periódicamente, con diferentes niveles de acceso de acuerdo a la posición del personal para acceder a la información. • Los lugares de reuniones de grupos garantizan que las conversaciones entre los miembros del grupo puedan permanecer privadas. Esto ocurre ya sea que los lugares hayan sido seleccionados por la FI o por miembros del grupo, con la guía de la FI. • Los líderes de los grupos están capacitados para resguardar información de los miembros del grupo, especialmente los balances de las cuentas de ahorros, los datos de desembolsos del préstamo e información sobre problemas de pago. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si la institución tiene la mayor parte de sus expedientes en formato digital, los sistemas IT tienen tecnología moderna antivirus / firewall; realice copias de seguridad a diario de la información del cliente, almacenada en casa y / o en una ubicación segura. Si se almacenan los expedientes en formato físico, la institución guarda los expedientes del cliente en una ubicación segura, dentro de la sucursal o de la oficina principal que tenga 1) acceso restringido solamente a personas seleccionadas; 2) se mantenga en una instalación segura de incendio o robo. • La FI no permite: 1) que el personal haga fotocopias o se lleve los expedientes del cliente a casa, 2) que el personal use unidades USB en las computadoras del trabajo, o 3) permitir a personas no autorizadas acceder a estaciones de trabajo o espacios de almacenaje de información.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pida el manual de capacitación (vea si esta práctica se menciona / incluye). • Pida información acerca del sistema IT de la institución financiera y sus parámetros. <p>Revisión en el sitio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pregunte al personal cómo la información del cliente está segura y si ellos perciben alguna debilidad en las prácticas y en el sistema IT para proteger la información del cliente. • Verifique con el departamento IT las políticas que rigen el uso de la información, los acuerdos con los burós de crédito y con terceros. • Pídale al personal que describa la capacitación que recibió sobre este punto. • Pregunte al gerente IT cuán segura es la base de datos o MIS. • Pregunte al personal qué tipo de información se comparte con agentes externos, como compañías de seguros y agencias de cobro. • Pregunte al especialista en préstamos cómo se guardan los expedientes de los clientes y cómo se salvaguarda la información. • Para los prestamistas de grupos, pregunte a los líderes del grupo cómo se han orientado para proteger y salvaguardar la información de los miembros del grupo, incluyendo los balances de las cuentas de ahorros y la fecha cuando se desembolsó el préstamo en efectivo, y si se les ha guiado para elegir la ubicación de las reuniones, o si sienten o no cómodos con el lugar que la FI ha elegido para que las reuniones se lleven a cabo. 	<p>Vea si la información sobre la confidencialidad está incluida en contratos o documentos de préstamo, y si el personal habla sobre esto durante el desembolso.</p>

RESULTADOS	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación de seguridad del país? Los países donde hay riesgos significativos de secuestro / lavado de dinero / robo de identidad pueden tener protecciones especiales que otros países no tienen. 	
Indicador clave: conocimiento del cliente: los clientes saben cómo se usará internamente su información, y cuando sea el caso, cuándo se compartirá externamente.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Existe una política que está incluida en el manual de capacitación sobre cómo hablarles a los clientes sobre este tema. La organización incluye información sobre cómo los datos del cliente están seguros, así como si / cuando se distribuyen / cuándo se distribuyen / reportes a los burós de crédito en comunicación con el cliente, durante cualquier recolección de datos / proceso de solicitud de servicios financieros, O, durante cualquier orientación o sesión educativa realizada con los clientes. La FI incluye una cláusula de privacidad de información en los contratos, además de información del buró de crédito. La cláusula de privacidad está escrita en lenguaje simple y no oculta en el texto legal o contrato. La cláusula privada sobresale y no está en letras pequeñas. 	<p>Es personal explica cómo los datos se usarán y pide permiso para usarlos.</p> <ul style="list-style-type: none"> La organización capacita a los clientes en cómo salvaguardar su información, tener acceso a códigos o números PIN, según convenga para los servicios financieros que están solicitando. Durante el proceso de llenar la solicitud para el préstamo, un miembro del personal les explica a los clientes que compartirán su información con un buró de crédito (cuando sea necesario). El personal explica a los clientes los beneficios de que el informe que se envíe al buró de crédito sea positivo y también los riesgos asociados con los informes negativos. La FI proporciona información escrita sobre cómo / por qué los datos del cliente son recolectados y usados. Las FI tienen videos o materiales educativos sobre cómo los clientes pueden salvaguardar su información y los datos de privacidad / seguridad para salvaguardarla. Los clientes firman un documento separado del contrato que se llama acuerdo de privacidad donde se explican los formularios de consentimiento, notificaciones y burós de crédito; el personal explica los acuerdos de privacidad a los clientes.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos: contratos de préstamos, materiales educativos o promocionales, incluyendo aquellos para los líderes de grupo; se presentan los formularios y la documentación para la aprobación del cliente.</p> <p>Revisión en el sitio: revise el proceso de desembolso del préstamo para ver cómo se explican los datos de privacidad del cliente. (Igual para los grupos).</p>	<p>Pregunte a los clientes si saben cómo se usará su información, y como se les comunicó este dato.</p>
Indicador: el permiso del cliente se pide, en forma adecuada, para la distribución necesaria de información del cliente.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Se necesita el consentimiento escrito del cliente para el uso de información o fotografías en anuncios publicitarios, material de mercadeo y otra información pública. Se les pide a los clientes que den su consentimiento escrito para compartir su información personal con el público, incluyendo burós de crédito, agentes de seguros, compañías de cobro y otros. Antes del desembolso del préstamo, los miembros del personal leen la parte del contrato que trata sobre la privacidad al cliente y obtienen su aprobación para 	<ul style="list-style-type: none"> Los clientes firman renuncias separadas para los materiales de publicidad (videos, fotografías o entrevistas) que la institución financiera pueda usar en el futuro.

<p>usar y enviar su información a los burós de crédito (cuando sea necesario).</p>	
<p>Revisión</p>	<p>Verificación del cliente</p>
<p>Revisión de documentos: formularios y documentación para la aprobación del cliente; contratos de préstamo. Revisión en el sitio: revise el proceso de desembolso del préstamo para ver cómo se explican los datos de privacidad del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pregunte a los clientes si saben lo que son las funciones del buró de crédito (cuando sea el caso: no todos los países tienen burós de crédito; no todas las instituciones financieras se reportan con ellos incluso cuando existen). • Vea si la información sobre confidencialidad está incluida en los contratos o documentos de préstamo, y si el personal habla sobre esto durante el desembolso.

Principio de protección al cliente: mecanismos para la resolución de quejas

La certificación con respecto a este Principio significa: información clara está disponible a los clientes sobre cómo presentar una queja, y la organización tienen un sistema adecuado y efectivo que funciona para resolver quejas sin demora.

INCENTIVOS PARA EL PERSONAL Y CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	
Indicador: el personal está capacitado para informar a los clientes de la oportunidad de formular una queja, así como la manera de tratar las quejas y derivarlas a la persona adecuada para su investigación y resolución.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> La FI tiene un manual de capacitación que incluye políticas sobre: 1) cómo informar a los clientes sobre el mecanismo de quejas, y 2) cómo manejar las quejas. El personal está capacitado para informar a los clientes sobre: 1) su derecho a quejarse, y 2) cómo presentar una queja (oralmente o por escrito). 	<ul style="list-style-type: none"> La iniciación de la capacitación del personal dedicado incluye una sesión de cómo funciona el mecanismo de quejas, el papel del especialista en préstamos en el proceso y cómo manejar las quejas en forma adecuada hasta que se resuelvan completamente.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos: manual de capacitación del personal; política o manual para tratar con las quejas; si no hay documentos disponibles, se le pediría a la institución financiera que proporcione una descripción de cómo está capacitado el personal para: 1) informar al cliente sobre el mecanismo de quejas, y 2) tramitar las quejas.</p> <p>Revisión en el sitio: pregunte al personal la frecuencia con que se realizan las capacitaciones; pregunte a HR qué se cubre durante la capacitación.</p>	NA
RESULTADOS	
Indicador clave: un mecanismo efectivo para tratar las quejas del cliente está en funcionamiento.	
Contexto	
<ul style="list-style-type: none"> Hay algunos ámbitos donde las personas no se quejan directamente con la institución; ellos se quejan con los vecinos. En algunas culturas no se presenta información crítica por escrito, pero se le comunica a alguien si se les pregunta directamente. Sería importante saber cómo se quejan las personas y lo que es adecuado culturalmente. 	
Estándar adecuado	Estándar alto
<p>“Mecanismo eficaz en funcionamiento”:</p> <ul style="list-style-type: none"> La FI ha asignado a alguien para que se encargue de las quejas; y las quejas se derivan a la persona adecuada para su resolución, por lo menos a tiempo parcial. El mecanismo se usa en forma activa por los clientes. (Por lo general, las cajas de sugerencias por sí solas no son adecuadas). Los clientes reciben una respuesta sin demora a sus problemas, dentro del mes de la presentación de la queja. 	<ul style="list-style-type: none"> La FI tiene múltiples canales disponibles para llegar a diferentes clientes (centro de llamadas, personal de servicio al cliente, personal de primera línea y líderes de grupos). La FI tiene personal dedicado, responsable de la resolución de quejas. La MFI lleva la cuenta del número y tipo de quejas recibidas mensualmente y anualmente.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos: política de quejas; revisión de descripciones de trabajo para el personal involucrado en la resolución de quejas.</p> <p>Revisión en el sitio: pregunte quién se “dedica” a recibir y tramitar quejas (gerentes de sucursales, especialistas en préstamos). ¿Cómo pueden los miembros de grupos entregar sus quejas directamente al personal adecuado de la FI? Pregunte cómo se comercializa el mecanismo de quejas (p.ej., avisos como “díganos cómo estamos haciendo nuestro trabajo”); observe el material de comunicación y el acceso al</p>	<ul style="list-style-type: none"> Evalúe si el canal es adecuado para los clientes (se les da un número para llamar, pero no tienen teléfonos celulares; hay cajas de sugerencias cuando los clientes no saben escribir, etc.). ¿Ha deseado presentar, alguna vez, una queja? Pero no lo hizo, ¿por qué? ¿Ha presentado alguna vez una queja? Si fue así, ¿cómo se

<p>personal de servicio al cliente. Revise el registro de quejas y resultados / efectos; revise el uso de la verificación del registro de quejas y soluciones por parte de los clientes. Si no hay documentos disponibles, se le pediría a la institución financiera que proporcione una descripción de: 1) quiénes están involucrados en el proceso, y 2) cómo resolvieron las quejas (idealmente con ejemplos de quejas y resultados / resoluciones).</p>	<p>resolvió?</p>
---	------------------

Indicador: los clientes están informados de su derecho a quejarse y saben cómo presentar una queja a la persona adecuada.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> El personal informa a los clientes (explica verbalmente además de por escrito o anunciándolo en una pared de la sucursal) sobre su derecho a quejarse y cómo hacerlo. 	<ul style="list-style-type: none"> Los clientes entienden cómo presentar quejas a la persona adecuada (o dónde pueden encontrar esa información si no lo saben de la fuente original).
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión de documentos: política de resolución de quejas, incluyendo cómo se comercializa el mecanismo de quejas; los materiales de comunicación y la accesibilidad al personal de servicio al cliente.</p> <p>Revisión en el sitio: pida a los especialistas en préstamos que describan los mensajes que transmiten a los clientes durante la publicidad y el desembolso; observe el proceso de desembolso de préstamos y observe cómo / si es que está incluido; observe los carteles sobre el mecanismo de quejas y los derechos del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Si el muestreo de clientes se ha hecho, pregunte acerca de esta área, y si alguien ha tenido alguna vez una queja. Si fue así, ¿cómo fue manejada? Cuánto tiempo tomó en resolverse, cuán satisfechos están con la resolución, cuánto tiempo tomó hallar a la persona adecuada.
Indicador: las quejas de los clientes deben ser tomadas con seriedad, investigadas completamente y resueltas sin demora y sin prejuicios.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> Auditorías internas u otros sistemas de monitoreo verifican que las quejas se resuelvan satisfactoriamente. 	<ul style="list-style-type: none"> Las FI toman en consideración las quejas de los clientes, que se resuelven adecuadamente. Los asuntos graves se manejan rápidamente (despidos / sanción del comportamiento del personal deshonesto, poco ético); los asuntos menos graves que requieren de una solución a largo plazo (cambio de productos, ubicación de nuevas sucursales, etc.) no necesitan ser resueltos tan rápidamente para obtener un puntaje “adecuado”.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión en el sitio: auditor de entrevistas; envío de informes de muestras de auditoría a la Junta; preguntar a la gerencia superior cómo resuelven las quejas de los clientes.</p>	NA
Indicador: la información sobre las quejas se usa para mejorar las operaciones / productos / comunicaciones de la organización.	
Estándar adecuado	Estándar alto
<ul style="list-style-type: none"> La información se usa para corregir errores, omisiones y actividades que puedan perjudicar al cliente. (La meta mínima es asegurar que las quejas relacionadas a los CPP tengan prioridad para asegurar que no se perjudique en absoluto a los clientes). 	<ul style="list-style-type: none"> La información sobre quejas se usa para guiar mejoras operativas relacionadas a las interacciones de la institución financiera con sus clientes, incluyendo la revisión y la mejora tanto de productos como de servicios. Se lleva la cuenta, se analiza y se usa productivamente la información sobre las quejas para hacer más exitosas las operaciones / productos futuros.
Revisión	Verificación del cliente
<p>Revisión en el sitio (para el estándar adecuado):</p> <ul style="list-style-type: none"> Las auditorías internas u otros sistemas de monitoreo verifican que las quejas se resuelvan satisfactoriamente. Entreviste al auditor; envíe muestras de informes de auditorías a la Junta que trata la resolución de quejas. Pregunte a la gerencia de operaciones si alguna vez han cambiado productos o servicios debido a la información de las quejas; pregunte al gerente del departamento a cargo de la base de datos si alguna vez han usado información de las quejas para corregir los perfiles de los clientes. 	NA

Revisión en el sitio (para el estándar alto): entreviste al auditor; verifique si se mantiene un registro de llamadas que muestre la frecuencia y tipo de quejas; pregunte al personal involucrado en el desarrollo de productos si usan este tipo de información; pregunte al personal que lleva a cabo o analiza las encuestas de satisfacción del cliente sobre las acciones de seguimiento tomadas basándose en sus datos.