

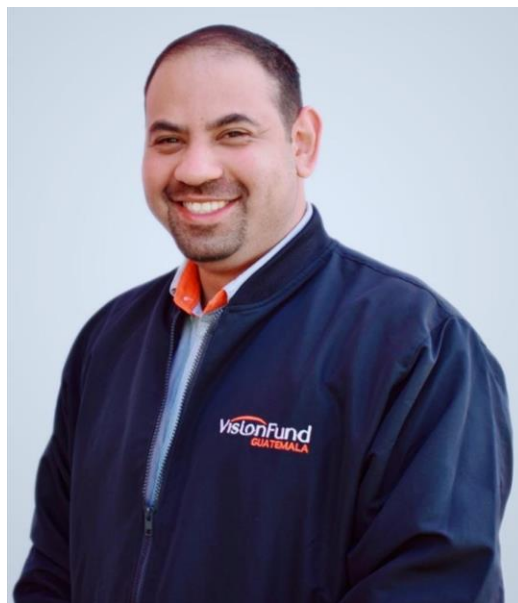
# EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

PAPEL DE LA GOBERNANZA

SERIE DE IMPLEMENTACIÓN: SEMINARIO WEB 4



# Nuestros expositores





## Orichel Caminero

- Consultora Senior y Co-Fundadora de Achieve Consulting Group
- Coach Ejecutivo, Consultora y Capacitadora
- 15+ años de experiencia en finanzas inclusivas
- Auditora Social Certificada por CERISE
- Evaluadora de Protección al Cliente
- Consultora Senior en Evaluación y Desarrollo de Gobernanza para el BID y COSUDE



@orichelcaminero

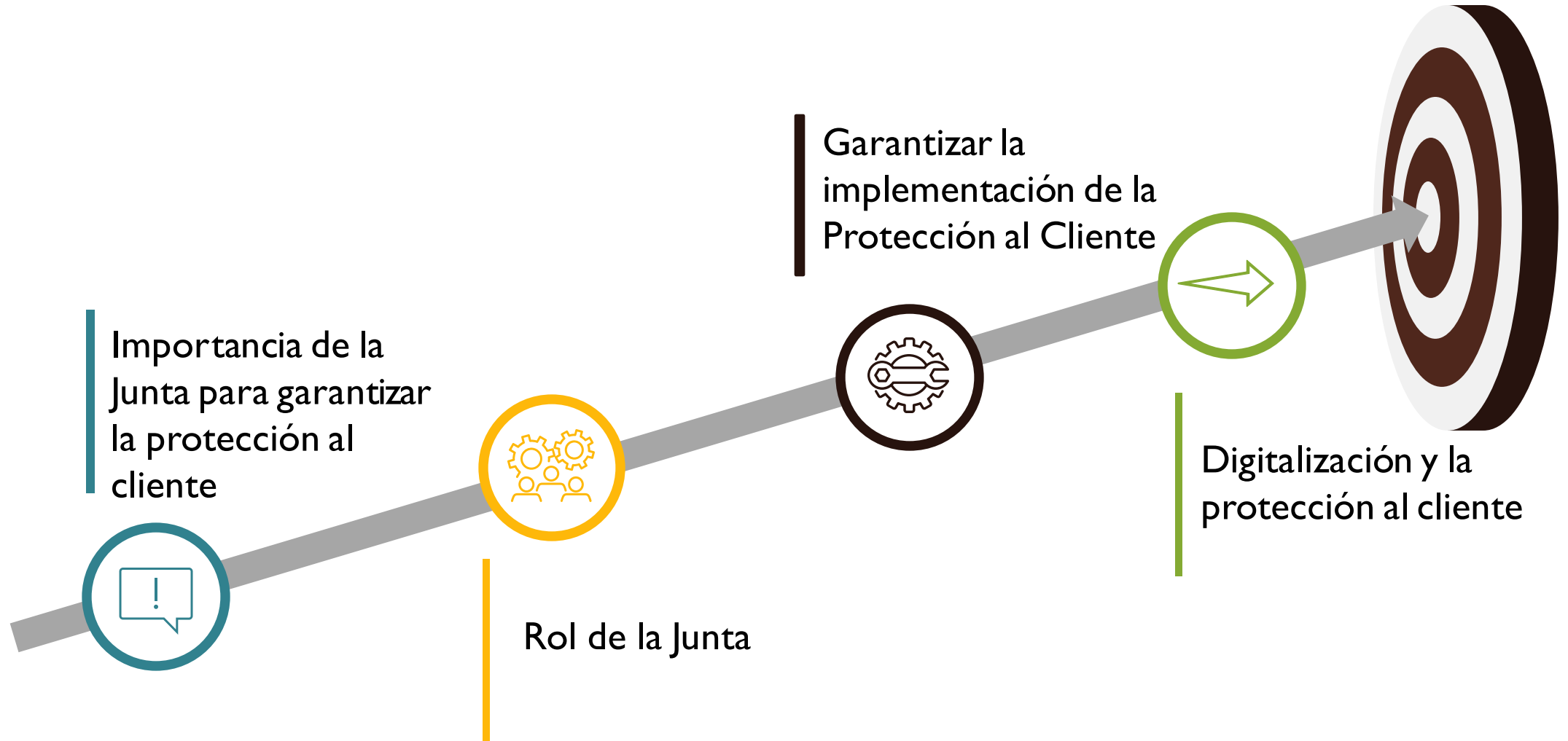
# EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

## PAPEL DE LA GOBERNANZA

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL PAPEL DE LA GOBERNANZA?



# Nuestras metas de hoy



# La Protección al Cliente (PC) comienza desde arriba



Las prácticas efectivas de PC dependen mucho de los sistemas de gobierno y gestión en la institución.

El directorio y la gerencia son fundamentales para garantizar una PC eficaz en una institución de finanzas inclusivas.

Establecen y supervisan los objetivos. También marcan la pauta para la cultura de la institución.

¿Estás logrando los objetivos de venta?

clientes = ventas



¿Cree que el producto es apropiado para nuestros clientes?

¿El producto satisface las necesidades del cliente?



Es importante hacer preguntas sobre ventas y operaciones, pero las conversaciones con el personal de la sucursal a menudo son solo sobre riesgo y objetivos de ventas. Necesitamos incorporar conversaciones sobre necesidades e impacto de clientes.

# ¿Por qué la junta debe centrarse en la Protección al Cliente?

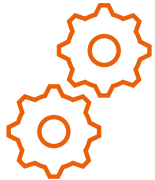


- El enfoque de las revisiones y discusiones de la junta y la gerencia tiende a estar en las métricas financieras, con una ausencia de lo que significan los resultados para los productos y procesos a nivel de cliente.
- El sobreendeudamiento, las ventas agresivas, los topes de las tasas de interés y el refinanciamiento de alto riesgo son áreas de preocupación común en muchos mercados.
- El aumento de la digitalización y la presencia del COVID han creado desafíos relacionados con productos y procesos (p.ej. baja alfabetización digital, transparencia del crédito digital, diligencia debida del cliente). Estos riesgos a nivel del consumidor pueden afectar el desempeño financiero de una institución.
- Los riesgos políticos que emanan de los riesgos a nivel del consumidor exigen que la junta revise las prácticas de PC en la institución.
- Muchos inversionistas buscan comprender cómo las IMFs implementan y monitorean las prácticas de protección al cliente. Esto a menudo está relacionado con el acceso a fondos internacionales. 7

# ¿Cuál es entonces el papel de la junta en la Protección al Cliente?



**Asegurar que las iniciativas de PC están actualizadas y cómo éstas se relacionan con la gestión de riesgos.**



**Asegurar la implementación de PC en la institución, haciendo que la gerencia rinda cuentas sobre la protección al cliente.**

**La junta se apoya en periódicamente recibir**



**Informes a la Junta sobre PC**





# EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

PAPEL DE LA GOBERNANZA

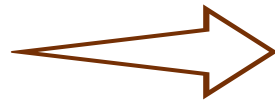
ROL DE LA JUNTA



# Antes de desarrollar la capacidad en la junta...



## ...crear aceptación



Es importante lograr la aceptación de los principios de PC a nivel de la junta, ya que deben monitorear su implementación.

### Fortalece el desempeño financiero

- **Por ejemplo, CPP 1:**  
Productos y procesos apropiados.
- La segmentación adecuada de los clientes es clave: puede ayudar a generar nuevos negocios

### Vinculado con la gestión de riesgos

- **Por ejemplo, CPP 2:**  
Prevención del sobreendeudamiento
- Los sistemas adecuados de evaluación de la capacidad de pago son una estrategia vital de mitigación de riesgos

### Interés de los inversionistas sociales

- Los inversionistas sociales se preocupan por la PC
- No solo quieren una frase dicha por un cliente o una foto de un cliente sonriente
- Quieren evidencia de la implementación de la práctica de PC en el día a día

### Enfoque del regulador en la PC

- Los reguladores están cada vez más preocupados por la PC.
- Muchas instituciones no destacan la PC como un área de trabajo prioritaria.



## Garantizar que la junta está actualizada sobre las iniciativas de PC



- Muchos miembros de la junta no estarán al tanto de los esfuerzos nacionales e internacionales para apoyar las prácticas de PC.  
(por ejemplo, el lanzamiento del Camino para la Protección al Cliente en 2021 y la transición de Smart Campaign a SPTF+Cerise)
- Las juntas no necesitan entender todos los detalles de cada iniciativa complementaria. Deben saber que PC es un fenómeno global y que existen comunidades de práctica dedicadas a ayudar a los proveedores de servicios financieros a mejorar y demostrar sus prácticas de PC.
- La junta debe entender su papel en la PC. La junta tiene 4 roles clave:
  - Establecer/aprobar la estrategia de Protección al Cliente de la institución,
  - Revisar los informes de Protección al Cliente para verificar el progreso y la implementación,
  - Pedir cuentas a la gerencia y
  - Tomar decisiones estratégicas sobre diversos aspectos de la Protección al Cliente.

# EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

PAPEL DE LA GOBERNANZA

ASEGURAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AL CLIENTE



## Comience con estas 7 preguntas: ¿Pueden los miembros de la junta responderlas?



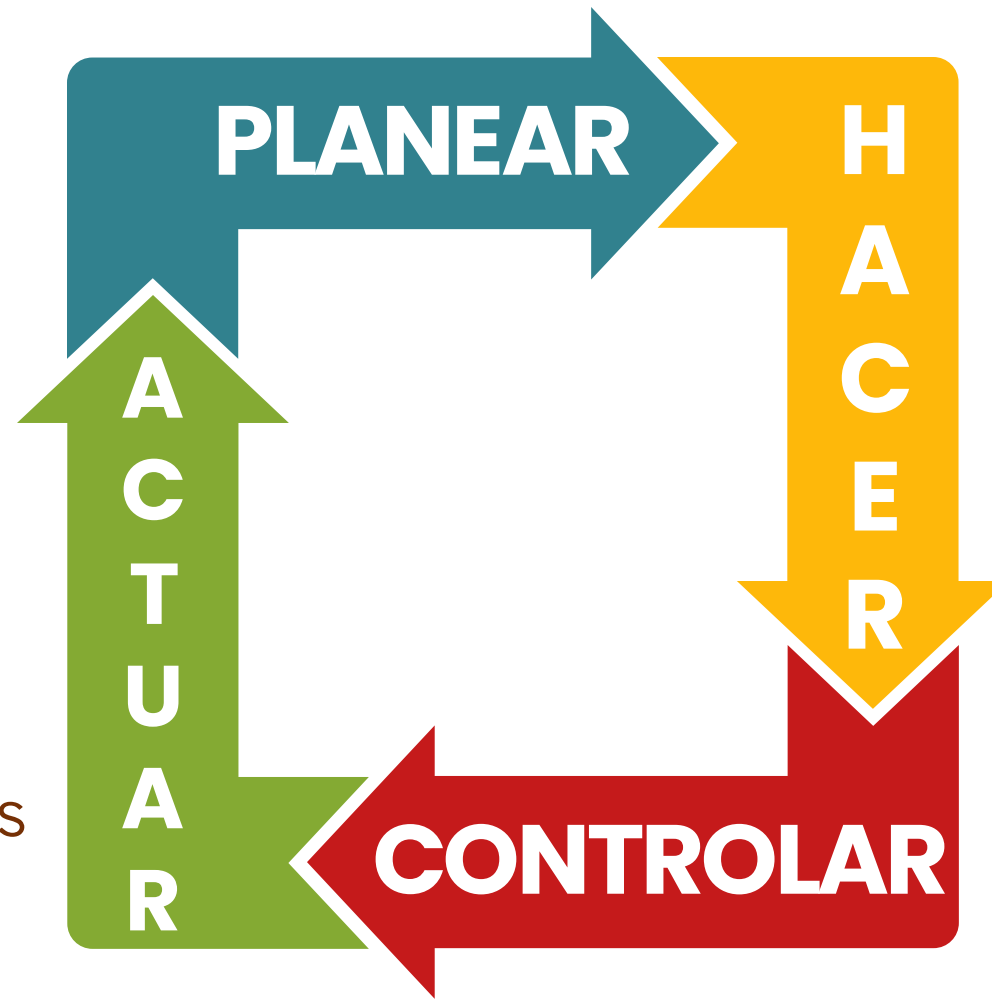
- ¿Tenemos **políticas o prácticas diseñadas para proteger a los clientes?**
- ¿Tomamos **medidas para asegurar la Protección al Cliente?**
- ¿Comunicamos los **términos y condiciones de los productos**, así como los **derechos y responsabilidades** de los clientes, de una manera que aún los clientes analfabetos puedan entender y recordar?
- ¿Tenemos una **política de apoyo a los clientes que se enfrentan a dificultades de pago** debido a factores fuera de su control?
- ¿Tenemos una **política para ayudar a evitar y monitorear el sobreendeudamiento?**
- ¿Nuestra institución tiene implementados **mecanismos para procesar la retroalimentación y las quejas de los clientes?**
- ¿ **Los clientes conocen la tasa de interés** que están pagando por sus préstamos?

# Un enfoque sistemático para la gobernanza eficaz de la Protección al Cliente



- Gobernanza
- Estrategia
- Políticas y mecanismos

- Revisión de gestión
- Medidas correctivas
- Mejora continua



- Implementación
- La formación del personal
- Información del cliente
- Cultura institucional

- Control Interno / Auditoría
- Sugerencias / Quejas de los clientes
- Gestión de riesgos

# La junta pide cuentas a la gerencia por el logro de las metas de PC



**Comienza con los siguientes datos: proporcionados por la gerencia a la junta;  
frecuencia mínima: anual**

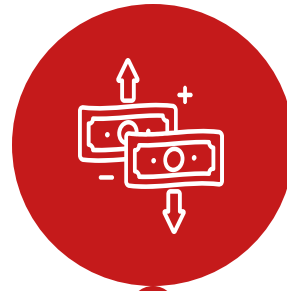
**Riesgo de  
Sobreendeudamiento  
en clientes**



**Satisfacción del  
cliente**



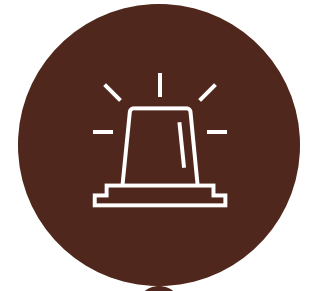
**Precios  
responsables**



**Privacidad de  
datos**



**Fraude y  
corrupción**



**Es importante tener en cuenta la  
frecuencia de los informes**

**Junta toma  
acción correctiva**

**Analizar por género, producto,  
geografía**

# La junta cuenta con el apoyo de...



## Gerencia

Evalúa los riesgos y proporciona posibles soluciones.

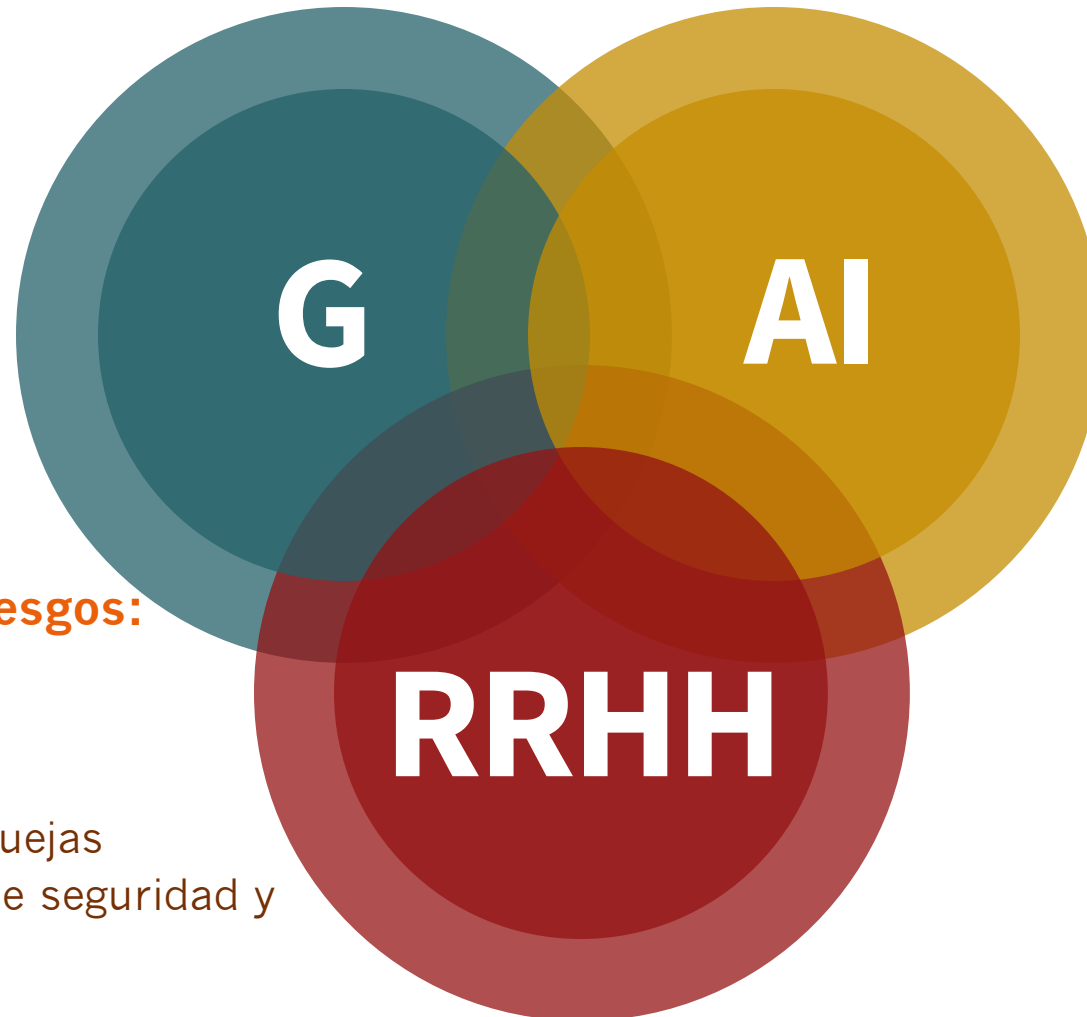


## Auditoría interna

Realiza comprobaciones y asesora sobre los controles.

## Recursos humanos

Apoya la implementación



## Análisis de los siguientes riesgos:

- Sobreendeudamiento
- Trato injusto
- Falta de transparencia
- Clientes insatisfechos y quejas
- Informes sobre brechas de seguridad y privacidad de datos
- Fraude y corrupción



# Controles de Auditoría Interna

La auditoría interna y/o la gestión de riesgos integran los siguientes criterios en las actividades regulares de monitoreo.

La auditoría interna debe hacer preguntas relacionadas con la **Protección al Cliente** durante las visitas a los clientes.

Transparencia con los clientes

Embargo de garantías y prácticas apropiadas de cobranzas

Manejo de quejas, incluida la revisión de una muestra de casos.

Capacidad de pago del cliente, análisis de aprobación de préstamos, prevención de ventas agresivas

Cumplimiento del código de conducta; prevención del fraude y la corrupción

Uso indebido de datos de los clientes



**Asegura que todos los empleados estén capacitados en protección al cliente (y objetivos sociales)**

**Capacita a los empleados en materia de protección al cliente, de acuerdo con sus roles y responsabilidades. La formación cubre como mínimo los siguientes temas:**

- Análisis de la capacidad de pago y el proceso de aprobación de crédito
- Cómo evitar técnicas de venta agresivas, incluido cómo respetar el derecho de los clientes a rechazar productos
- Cómo explicar precios, términos y condiciones a los clientes y cómo verificar su comprensión
- Prácticas de cobro de deudas y procedimientos de recuperación de préstamos
- Políticas de confidencialidad e intercambio de datos y riesgos de fraude, incluidos fraudes comunes, identificación de fraudes e informes de fraudes
- Cómo funciona el mecanismo de quejas, cómo resolver quejas contra proveedores externos y cómo tratar a los clientes con respeto durante el proceso de resolución de sus quejas.

La junta debe preguntar si la capacitación del personal cubre estas áreas.

# Recopilación de datos y presentación de informes al directorio: preguntas clave



¿ESTAMOS PREVENIENDO EL SOBREENDEUDAMIENTO DE LOS CLIENTES?

¿NOS COMUNICAMOS CON TRANSPARENCIA CON NUESTROS CLIENTES?

¿NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS TIENEN UN PRECIO RESPONSABLE?

¿ESTAMOS TRATANDO A LOS CLIENTES CON JUSTICIA Y RESPETO?

¿MANTENEMOS LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS DE NUESTROS CLIENTES?

¿ESTAMOS RESPONDIENDO A LAS QUEJAS DE LOS CLIENTES?



## ¿ESTAMOS PREVENIENDO EL SOBREENDEUDAMIENTO DE LOS CLIENTES?

Informes PAR / CER (por tipo de cliente, tipo de producto, tendencias en el tiempo)



Castigos, cancelaciones anticipadas, préstamos refinanciados y reprogramados



Productividad de los oficiales de crédito



Endeudamiento múltiple y tasas de penetración



Incentivos pagados al personal de campo (por nuevos clientes, crecimiento de la cartera)



Informes de auditoría de las visitas a los clientes (evaluación de la capacidad de pago)



## ¿NOS COMUNICAMOS CON TRANSPARENCIA CON NUESTROS CLIENTES?



Informes de auditoría y de las visitas a los clientes



Resultados de encuestas de satisfacción/ entrevistas/grupos focales



Quejas / preguntas de los clientes sobre los términos y condiciones del producto

## ¿NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS TIENEN UN PRECIO RESPONSABLE?

- Tasas de interés efectivas anualizadas para todos los productos
- Tasas de interés efectivas anualizadas para productos clave comparadas con competidores cercanos
- Ratios de eficiencia, versus meta y con tendencias
- Ratios de eficiencia comparativos con pares
- Ratios de autosuficiencia operativa
- Ratios de rentabilidad, versus meta (ROE, ROA)
- Índice de gastos de provisión (para pérdidas de préstamos)
- Porcentaje de ingresos financieros por comisiones, penalizaciones por pago anticipado y evolución de estos porcentajes
- Reclamos de seguros (para comparar el costo del seguro para los clientes con los reclamos reales)

## ¿ESTAMOS TRATANDO A LOS CLIENTES CON JUSTICIA Y RESPETO?

1.

Resultados de encuestas de satisfacción del cliente/entrevistas/grupos focales

2.

Informes de auditoría de las visitas de los clientes

3.

Informes sobre embargos de garantías, incluso después de cuántos días se incauta la garantía vencida

4.

Análisis de las quejas de los clientes relacionadas al comportamiento del personal.

5.

Salarios del personal de campo desglosados en % fijo y variable

6.

Análisis de deserción de empleados / entrevistas de salida

7.

Encuestas de satisfacción de empleados

8.

Informes sobre medidas disciplinarias contra empleados

## ¿MANTENEMOS LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS DE NUESTROS CLIENTES?

Si aplica, informes sobre cambios en los derechos de acceso de los usuarios.

Resultados de encuestas de satisfacción del cliente/entrevistas /grupos focales

Informes sobre la seguridad del sistema, según los informes de auditoría de TI

Informes de auditoría de las visitas a los clientes

# ¿ESTAMOS RESPONDIENDO A LAS QUEJAS DE LOS CLIENTES?



Registro de quejas de clientes (de todos los canales)

Resultados de encuestas de satisfacción del cliente/entrevistas/grupos focales



Informes analizando tendencias en las quejas registradas

Informes de auditoría de las visitas a los clientes, con las quejas que tienen los clientes y si las quejas de los clientes se resolvieron satisfactoriamente





## Tipos de informe para la junta



Una herramienta está lista y disponible para la evaluación y la presentación de informes a la Junta ...

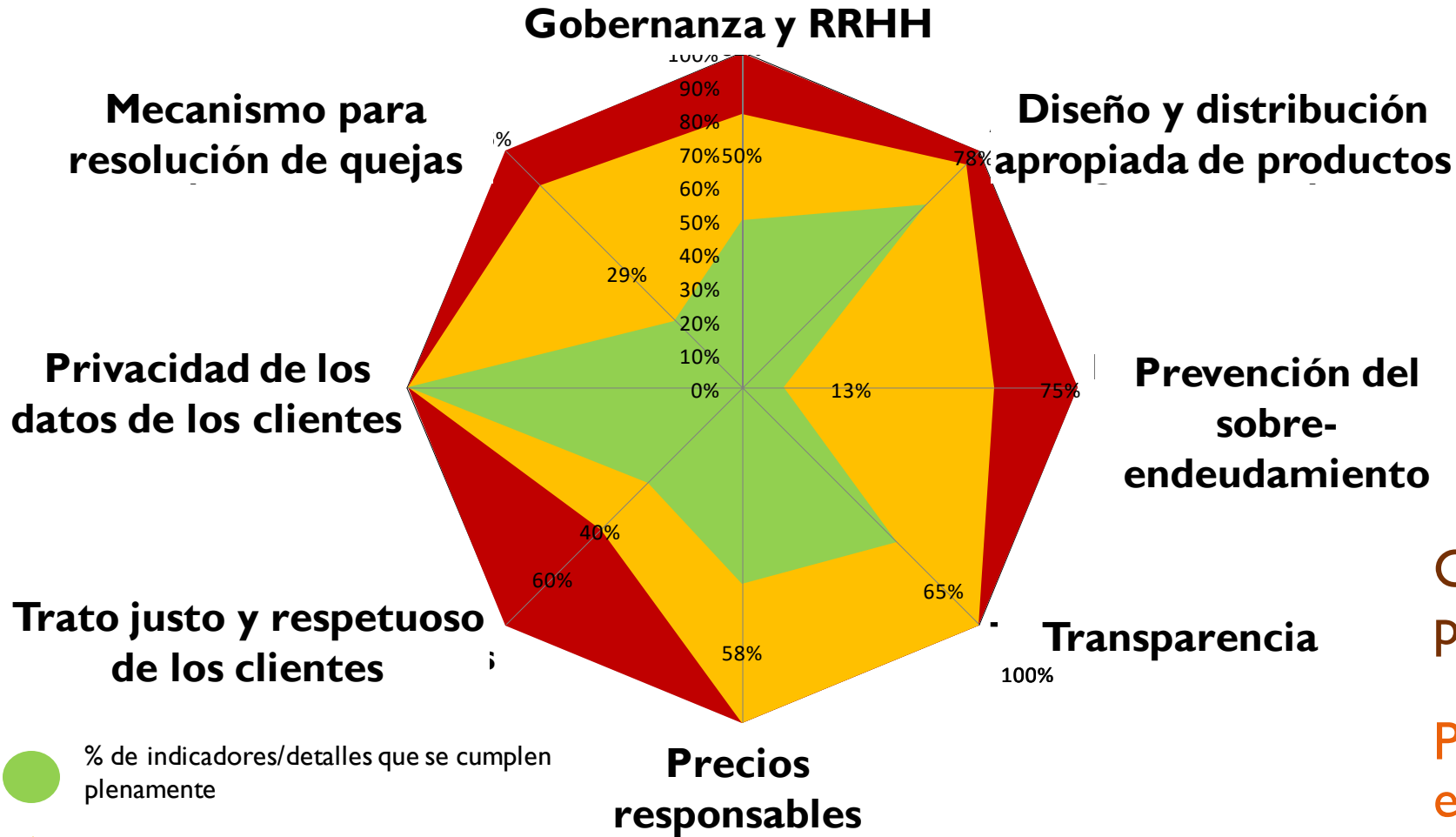
 **cerise + SPTF** han desarrollado una herramienta



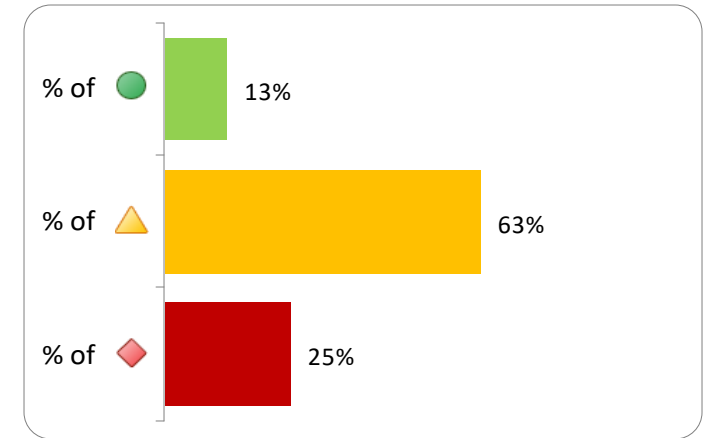
### **Herramienta de Autoevaluación de Protección al Cliente (PC SAT)**

<https://sptf.info/proteccion-cliente/los-estándares-de-protección-al-cliente-y-la-herramienta-de-autoevaluación>

# Herramienta de Autoevaluación de Protección al Cliente (PC SAT)



## Prevención del sobreendeudamiento



Con base en estos datos, la Junta puede hacer más preguntas:

Por ejemplo: ¿qué indicadores están en rojo? ¿Cuál es la acción que puede cambiar las practicas en el rojo por verde?

# EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

PAPEL DE LA GOBERNANZA

DIGITALIZACIÓN Y LA PROTECCIÓN AL CLIENTE



# Protección del cliente en los Servicios Financieros Digitales (SFD): un ejemplo (I/II)

## Mecanismo de Quejas

El Manual de Protección al Cliente tiene un estándar, tres prácticas esenciales y múltiples indicadores para evaluar las quejas de los clientes

### 7: Estándar

El proveedor recibe y resuelve las quejas de los clientes.

#### 7.E.1: Práctica esencial

El proveedor dispone de un mecanismo de denuncias de fácil acceso para los clientes y adaptado a sus necesidades.

#### 4.E.2: Práctica esencial

El proveedor resuelve las quejas de manera eficiente.

#### 4.E.3: Práctica esencial

El proveedor utiliza la información de las quejas para gestionar las operaciones y mejorar la calidad de los productos y servicios.

**7.E.1.1:** Los clientes tienen una manera de presentar quejas a personas que no sean ni su oficial de crédito/oficial de producto ni el supervisor de esa persona.

**7.E.1.2:** El proveedor dispone de al menos dos canales de denuncia gratuitos y accesibles para los clientes.

**7.E.1.3:** El proveedor informa a los clientes cómo presentar una queja.

**7.E.2.1:** La política de quejas del proveedor identifica los niveles de gravedad y requiere que las quejas graves se eleven de inmediato a la gerencia superior.

**7.E.2.3:** El proveedor resuelve las quejas de los clientes rápidamente.

**7.E.3.2:** La gerencia revisa los informes de quejas y los indicadores clave de desempeño (ej., tiempo promedio para resolver, porcentaje resuelto) y toma medidas correctivas para resolver los problemas sistemáticos que generan las quejas.

# Protección al cliente en los SFD: un ejemplo (II/II)



## Mecanismo de Quejas

### Estándares adicionales en el contexto de los Servicios Financieros Digitales (SFD)



DIGITAL

La institución financiera debe ayudar a los clientes que tengan una queja, incluso cuando se trata de un problema que solo la organización tercera puede solucionar.

Capacite a los empleados de servicio al cliente sobre cómo responder a los clientes que quejan sobre los servicios ofrecidos por un tercero. La respuesta no puede ser pasiva, como "llamar al número de teléfono X para comunicarse con el servicio de quejas del tercero", debe ser activa para ayudar al cliente a lograr la resolución.

### Protección del cliente en los Servicios Financieros Digitales (SFD): un ejemplo (II/II)

#### Mecanismo de Quejas

El Manual de Protección al Cliente tiene un estándar, tres prácticas esenciales y múltiples indicadores para evaluar las quejas de los clientes

#### 7: Estándar

El proveedor recibe y resuelve las quejas de los clientes.

#### 7.E.1: Práctica esencial

El proveedor dispone de un mecanismo de denuncias de fácil acceso para los clientes y adaptado a sus necesidades.

#### 4.E.2: Práctica esencial

El proveedor resuelve las quejas de manera eficiente.

#### 4.E.3: Práctica esencial

El proveedor utiliza la información de las quejas para gestionar las operaciones y mejorar la calidad de los productos y servicios.

7.E.1.1: Los clientes tienen una manera de presentar quejas a personas que no sean ni su oficial de crédito/oficial de producto ni el supervisor de esa persona.

7.E.1.2: El proveedor dispone de al menos dos canales de denuncia gratuitos y accesibles para los clientes.

7.E.1.3: El proveedor informa a los clientes cómo presentar una queja.

7.E.2.1: La política de quejas del proveedor identifica los niveles de gravedad y requiere que las quejas graves se eleven de inmediato a la gerencia superior.

7.E.2.3: El proveedor resuelve las quejas de los clientes rápidamente.

7.E.3.2: La gerencia revisa los informes de quejas y los indicadores clave de desempeño (ej., tiempo promedio para resolver, porcentaje resuelto) y toma medidas correctivas para resolver los problemas sistemáticos que generan las quejas.

26

Anime a sus clientes a acudir a usted con quejas sobre los terceros.

Capacite a los empleados de servicio al cliente sobre cómo funciona el mecanismo de quejas de los terceros.

Capacite a los agentes sobre cómo responder a las quejas. [OJO: Algunos clientes prefieren quejarse con los agentes.]

Equipar el mecanismo de denuncias para el registro de denuncias por parte de los agentes.

Al comienzo de una alianza, establezca quién será su punto de contacto dentro de la organización asociada, para ayudarlo a resolver las quejas de sus propios clientes, pero que están relacionadas con los servicios proporcionados por el tercero.

# Importancia de la gobernanza en los Servicios Financieros Digitales SFD



La regulación es una palanca defectuosa para cambiar el comportamiento con respecto a los SFD en el sector de la inclusión financiera: la tecnología evoluciona más rápido que la regulación. La regulación sigue a la innovación.



“Los primeros autos no tenían cinturones de seguridad.”

Las fuentes de influencia más inmediatas son los inversionistas y la junta directiva.

Para que se implementen estándares responsables de SFD, tenemos que desarrollar un compromiso con la autorregulación.



“Es necesario poner personas en la gerencia y la junta que tengan en cuenta los intereses de los clientes y se identifiquen con ellos de alguna manera.”

## Como comenzar a construir la práctica de protección al cliente en los SFD (I/II)



La junta debe permitir la experimentación y gestionar los riesgos relacionados con el diseño de productos nuevos. Por ej.: Apartar un porcentaje de dinero como capital de riesgo y no sujetarlo a los mismos estándares de riesgo.

Designe un comité del directorio que supervise la gestión de riesgos relacionados con la innovación y las actividades digitales.

Comparta informes sobre la función del algoritmo con la alta gerencia, el departamento de crédito, el equipo de gestión de riesgos y la junta directiva. Discuta los resultados e identifique posibles sesgos.

Aumente la conciencia de la junta sobre temas de ciberseguridad.

Clarifique el rol de la junta directiva y las responsabilidades de gestión relacionadas con la seguridad de los datos de los clientes

## Como comenzar a construir la práctica de protección al cliente en SFD (II/II)



Informe a la junta (mínimo trimestralmente) sobre actividades de seguridad de datos. Por ejemplo: Intentos de hackeo, medidas tomadas para fortalecer la ciberseguridad, nuevas brechas o riesgos identificados.

La junta debe revisar la estrategia de precios para los SFD

“La mejor práctica debería ser que los precios no sean uniformes en todos los ámbitos. Deberían estar calibrados para el nivel de riesgo de cada persona.”

Evalúe las habilidades digitales de los segmentos objetivo: Solicite más datos sobre las habilidades digitales de sus segmentos objetivo.







VisionFund  
GUATEMALA

World Vision

# Principios de protección al cliente - Gobernanza y Alta Gerencia

FY22



## Esperanza y gozo en Dios

“Que el Dios de la esperanza los llene de toda alegría y paz a ustedes que creen en él, para que rebosen de esperanza por el poder del Espíritu Santo” - Romanos 15:13



**Luis Jose Almendares**

CEO, VisionFund Guatemala S.A

# VisionFund GUATEMALA







# Preparemos el Terreno

# ¿QUE HEMOS HECHO EN VISIONFUND GUATEMALA?

## Paso #1: Contratacion de persona de Desempeño Social

- Certificacion de Auditor Interno Social
- Certificacion de Experiencia al cliente
- Conocimiento de Design Thinking

## Paso #2: Creacion de un comite de Desempeño Social

- Balance Score Card Impacto Social
- Persona especializada en GDS
- Creacion del manual del comite de desempeño social
- Alineacion de los objetivos estrategicos a la parte social
- Definicion de los indicadores sociales

# QUE HEMOS HECHO EN VISIONFUND GUATEMALA?

## 1. Análisis del riesgo de sobreendeudamiento de los clientes

- Implementación de Pre-Calificador
- TransUnion (Credivision)
- Cambio en la estructura

## 2. Análisis de clientes insatisfechos: tasas de inactividad y abandono de los clientes, resultados de las encuestas de salida y quejas de los clientes

- Call Center.
- Entrevista de salida.
- Implementación de sistema de Quejas.
- Encuestas Externa 60DB.

## 3. Tasas de interés y evaluación sobre si son responsables con respeto a los clientes

- Evaluaciones del mercado
- Grupos focales



#### **4. Informes sobre los sistemas que tiene la institución para el manejo de privacidad y seguridad de los datos, en especial sobre fallas o incumplimientos.**

- Información en la nube
- Utilización de Firewall Meraki
- Auditoria temáticas

#### **5. Informes sobre cualquier fraude o corrupción, incluyendo extorsión y soborno**

- Área de Créditos
- Fortalecimiento en área de control
- Visitas pos-desembolso
- Sistema Anti-Fraude

La institución capacita a los empleados en protección al cliente, de acuerdo con sus roles y responsabilidades. La formación cubre, como mínimo, los siguientes temas:



# Resultados de capacitaciones a clientes

## 1. Programa de Visita con Propósito

- 38% de clientes capacitados en consejos de ahorro
- 22% de clientes capacitados en como hacer crecer su negocio



**Recuerda registrar tu VCP**



Visionfundgt.com.gt:9091

**Tu eres parte del Impacto Social - VFG**

# Implementacion de Credi-Agil



# Mirando al Futuro



# PROXIMOS PASOS VISIONFUND GUATEMALA

- Implementación de *Dashboard* con indicadores sociales
- Incorporación del sistema de quejas a través de mensajes y evaluaciones de servicio al cliente
- Definición del plan de capacitación anual de clientes

The image features a group of children in silhouette, jumping and celebrating joyfully against a warm, golden sunset sky. The children are in various dynamic poses, with arms raised and legs bent, conveying a sense of happiness and movement. The background shows the silhouettes of trees and a horizon line, suggesting an outdoor setting. The overall mood is one of gratitude and positivity.

# GRACIAS





# Claudia Moreno



**Claudia Moreno** es la Subdirectora Ejecutiva de la Fundación ESPOIR.

## **Educación:**

- Master en Microfinanzas y Desarrollo Social de la Universidad de Alcalá.
- Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico
- Especialización en Banca y Finanzas.
- Certificado de Experto en Administración de Riesgos de Frankfurt School

## **Experiencia:**

- 17 años de experiencia en la industria de las microfinanzas
- Representante de las ONGs en la Red Financiera de Desarrollo.
- Fue Miembro del Consejo Directivo de La Red LADER “Red Latinoamericana para La Justicia de Género y El Derecho al Desarrollo Económico”.
- Miembro del Directorio de INAFI Internacional “International Network of Alternative Financial Institutions”
- Representando a Latino América. Miembro del Consejo Directivo De INAFI-LA “Red Alternativa Internacional de Instituciones Financieras de América Latina”

FUNDACION  
**espoir**

¡Nuestro crédito marca la diferencia!

*¡está contigo!*



FUNDACION  
**espoir**

*¡Nuestro crédito marca la diferencia!*

**Garantizar el compromiso y la  
implementación efectiva de la  
protección al cliente: el papel de  
la gobernanza**

1800 ESPOIR  
377647 [www.espoir.org.ec](http://www.espoir.org.ec)

      099 423 4795

## ¿QUIÉNES SOMOS?

Fundación para el Desarrollo Integral ESPOIR es una organización privada, especializada en el otorgamiento de microcrédito con educación, con personería jurídica desde el 6 de febrero de 1992, regulada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, la Secretaría de Economía Popular y Solidaria, las leyes pertinentes y sus propios estatutos.

Hace tres décadas inició sus labores asumiendo la continuación del Programa de Generación de Ingresos y Bancos Comunes de Salud iniciado por The People-To- People Health Foundation Inc. Project Hope.

En la actualidad ha sido reconocida como entidad de apoyo de la economía popular y solidaria y trabaja para promover la inclusión financiera en el país, así como impulsar el desarrollo económico y social de los microempresarios ecuatorianos, principalmente mujeres.





Además de los valores corporativos y las prácticas de buen gobierno corporativo, Fundación ESPOIR se rige por los siguientes principios:

- Protección de los derechos de los socios, colaboradores y clientes de la fundación.
- Tratamiento equitativo para todos los socios, empleados y clientes.
- Colaboración activa con el sector de la economía popular y solidaria para la generación de riqueza, creación de empleos y mejoramiento de la calidad de vida de los clientes.
- Transparencia en la revelación de información, incluyendo la situación financiera, su desempeño y administración.
- Protección al cliente garantizando un trato respetuoso, cordial e igualitario; precios justos; información clara y transparente; mecanismos para la resolución de quejas; y evitando su sobreendeudamiento.

## HECHOS RELEVANTES DEL 2021



- Participación virtual en la Cumbre Mundial del Medio Ambiente para presentar el producto de crédito Ecomicro e incentivar la creación de productos financieros verdes por parte de otras instituciones financieras.
- Pioneros en el Ecuador en contar con un producto de Agua y Saneamiento
- Proyecto Ecomicro



- Entrega de 25.000 ejemplares del segundo tomo del libro 'Educa Espoir', que recoge el material educativo producido desde el inicio de la pandemia.
- Contratación de 10 módulos de educación financiera para los clientes a través de la plataforma Taltura (aprendizaje electrónico).
- Firma de un convenio con el programa "Emprender para Crecer" para que los clientes accedan a cursos virtuales gratuitos y aprendan nuevas habilidades y destrezas para potenciar sus negocios.
- Campañas de salud en conjunto con Solca Manabí para la prevención del cáncer de cuello uterino /Dictado 46.000 charlas



- 'Premio Violeta', categoría oro, entregado por el Gobierno Nacional por cumplir con los tres ejes de buenas prácticas empresariales: sostener el empleo femenino; promover la igualdad de derechos de hombres y mujeres en el empleo; y, prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres.



## FUNDACIÓN ESPOIR EN CIFRAS

El año 2021 estuvo marcado aún por las secuelas de la pandemia y, como consecuencia, la lenta reactivación económica de los clientes; sin embargo, Fundación ESPOIR logró cerrar el año con excedentes y con indicadores de mora y riesgo por debajo de la media del sistema financiero del país.

INDICADORES FINANCIEROS	DIC. 31, 2020	DIC. 31, 2021
Número de prestatarias activas	46.204	47.025
Número de préstamos activos	49.949	51.822
Cartera vigente total	\$ 57.801.688,75	\$ 62.355.968,29
Cartera en riesgo mayor a un 1 día*	9,54%	7,99%
Cartera en riesgo mayor 30 días*	5,56%	6,30%
Índice anual de cartera castigada	1,14%	0,66%
Número de créditos desembolsados	82.608	80.033
Valor créditos desembolsados	\$ 98.681.398,14	\$ 95.891.876,11
Saldo promedio por prestatario	\$ 1.251,01	\$ 1.203
Sostenibilidad Operativa	131,34%	131,13%
Sostenibilidad Financiera	103,36%	101,92%
ROA	0,92%	0,52%
ROE	3,92%	2,14%

\*Incluye reestructuraciones y refinanciamientos.

FUNDACION  
**espoir**

¡Nuestro crédito marca la diferencia!

*¡está contigo!*

FUNDACION  
**espoir**

¡Nuestro crédito marca la diferencia!

Aporta y contribuye en 10 de los 17

 **OBJETIVOS** DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Fijados por las Naciones Unidas para la agenda del 2030



 1800 ESPOIR 377647  [www.espoir.org.ec](http://www.espoir.org.ec)

      099 423 4795

Nos complace comunicar  
que dentro del colectivo ONG,  
Fundación para el Desarrollo Espoir  
es acreedora al

## Certificado de Reconocimiento a la **Inclusión Financiera 2022**

*Con mención en:*

### **Educación financiera**

Mayor alcance entre  
los miembros de la RFD

### **Atención a población en situación de pobreza y ruralidad**

Mayor alcance entre  
los miembros de la RFD

### **Reducción de la brecha de género**

Mayor alcance entre  
los miembros de la RFD

### **Protección de grupos vulnerables**

Atención a Jóvenes y migrantes



Otorgado por: RFD -

Red de Instituciones Financieras de Desarrollo



1800 ESPOIR  
377647



www.espoir.org.ec



099 423 4795



FUNDACION  
**espoir**

¡Nuestro crédito marca la diferencia!

*¡está contigo!*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra  
Agencia Suiza para el Desarrollo  
y la Cooperación COSUDE

**BIM**  
Asset Management

**GIF**

GOBERNANZA  
E INCLUSIÓN FINANCIERA

Se otorga el presente certificado a:

**“Fundación Espoir”**

Por haber culminado exitosamente el proceso de acompañamiento GIF y haber logrado mejoras en su calidad de gobernanza de 22 puntos a 62 puntos, en 11 meses efectivos de trabajo, en junio de 2021.

Juan Carlos Sánchez Valda  
Director

VÁLIDO HASTA JUNIO 2023



1800 ESPOIR  
377647

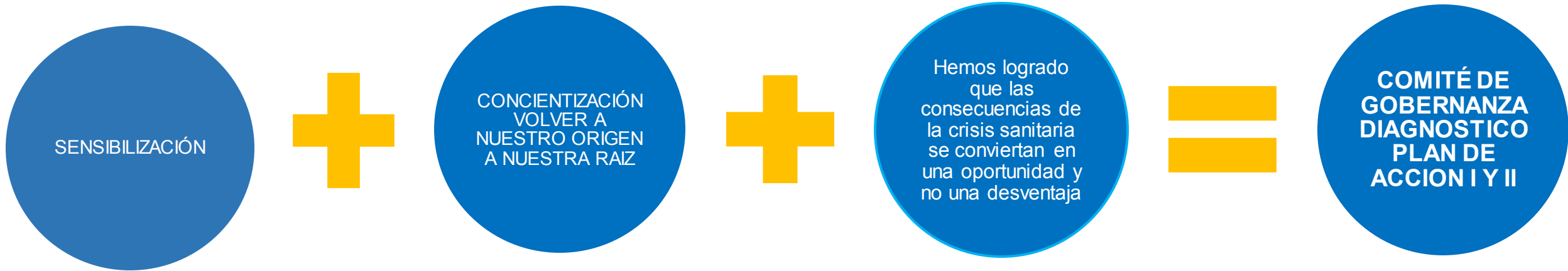


www.espoir.org.ec



099 423 4795

Hemos logrado que las consecuencias de la crisis sanitaria se conviertan en una oportunidad y no una desventaja.



**MFR**

## CERTIFICACIÓN DE PROTECCIÓN AL CLIENTE

El Comité de Certificación de MFR decidió asignar a

# Fundación para el Desarrollo Integral **ESPOIR, Ecuador**

El nivel de cumplimiento: **ORO**



El nivel ORO es la más alta distinción y significa que la institución certificada cumple con los lineamientos más rigurosos de protección al cliente definidos en los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social.

Milán, Agosto 2022

Aldo Moauro  
Director Ejecutivo

Joris Crisà  
Presidente del Comité de Certificación de MFR

EN CASO DE NO HABER CAMBIOS MATERIALES, EL CERTIFICADO TIENE UNA VIGENCIA DE 36 MESES A PARTIR DE LA EMISIÓN DEL CERTIFICADO



1800 ESPOIR  
377647



www.espoir.org.ec



099 423 4795

## Largo CAMINO por recorrer y parte de un proceso de aprendizaje que nunca termina

- Constante aprendizaje de buenas practicas en la industria. Necesidad de espacios para este intercambio
- Sistematizar
- Resilientes "No es el más fuerte de las especies el que sobrevive, tampoco es el más inteligente el que sobrevive. Es aquel que es más adaptable al cambio".
- Evaluar, monitorear
- Visibilizar el progreso y los logros

# Factores fundamentales para sostener al personal en procesos que conlleven cambios:

- LA GOBERNANZA Y LA ALTA GERENCIA ESTÁN COMPROMETIDAS CON LA PROTECCIÓN AL CLIENTE, Y LOS SISTEMAS DE RRHH APOYAN SU APLICACIÓN. **VERDADERO COMPROMISO Y CONCIENCIA / HERRAMIENTA SPI4**
- LA JUNTA DIRECTIVA TOMA DECISIONES ESTRATÉGICAS CON BASE EN LOS DATOS SOCIALES Y FINANCIEROS.
- LA ALTA GERENCIA TOMA DECISIONES ESTRATÉGICAS EN BASE A LOS DATOS SOCIALES Y FINANCIEROS.
- LA INSTITUCIÓN CAPACITA A TODOS LOS EMPLEADOS SOBRE SUS OBJETIVOS SOCIALES Y LA PROTECCIÓN AL CLIENTE. / **Identificar en prácticas diarias de los funcionarios los principios de Protección al Cliente**

## ESTÁNDARES UNIVERSALES

93%





INVERSIÓN NO UN GASTO

TRANSVERSAL E INTEGRAL

GENERAS FIDELIDAD Y  
SENTIDO DE PERTENENCIA  
CON EL CLIENTE Y EL  
PERSONAL

NUNCA HAY MOMENTO  
PERFECTO PARA REALIZAR  
CAMBIOS

El rol de las instituciones de microfinanzas es generar estrategias para acelerar el proceso de recuperación económica y social tras de la crisis de la pandemia, cuyo impacto ha sido mayor en los segmentos más pobres y en especial en las mujeres. Esas estrategias deben estar íntimamente ligadas donde la PROTECCION AL CLIENTE sea un EJE TRANSVERSAL y la GOBERNANZA UN PILAR donde pueda sostener la Misión y la sostenibilidad institucional.



FUNDACION  
**espoir**

¡Nuestro crédito marca la diferencia!

*¡está contigo!*

# GRACIAS

<https://www.linkedin.com/in/claudia-moreno-9592a0215/>

<https://www.espoir.org.ec/>



1800 ESPOIR  
377647



www.espoir.org.ec



099 423 4795





# ¡Mantente conectado!

¿Te gustaría recibir las notificaciones de próximos eventos, herramientas y recursos nuevos? Suscríbete a nuestro boletín en [www.sptf.info](http://www.sptf.info)!



JOIN OUR MAILING LIST



[About Us](#) | [Universal Standards for SEPM](#) | [Client Protection](#) | [Membership](#) | [Working Groups](#) | [TA Funding](#) | [Training Center](#)

# ¡Nuevos estándares universales lanzados en marzo del 2022!

Descargue los estándares más recientes:

<https://sptf.info/universal-standards-for-spm/universal-standards>

