

Estándares para los Servicios Financieros Digitales (SFD)

Resultados de la prueba piloto

Expositores:

Oricel Caminero (Achieve Consulting Group) Eddy Álvarez (Genesis Empresarial, Guatemala) Alan Muñoz (Banco FIHOGAR, R. Dominicana) José Luis Limachi (Banco Popular, Honduras

Anfitriona:

Cara S. Forster (CERISE+SPTF)

18 de enero de 2024

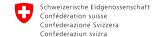
















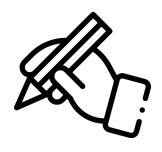
Preliminares







LA GRABACIÓN Y LA PRESENTACIÓN DE HOY SE ENVIARÁ A TODOS AQUELLOS REGISTRADOS EN EL WEBINAR



POR FAVOR, ESCRIBA EN EL CHAT SU NOMBRE, LA ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECE Y SU PAÍS



Agenda



Resultados de la prueba piloto de los Estándares para los SFD (25 minutos)

Revisión: proceso de desarrollo y contenido de los Estándares para los

Generalidades de los participantes del piloto Retroalimentación de los participantes del piloto

ह्या Ejemplos de la implementación en el campo (50 minutos)

Gestión de algoritmos (Génesis Empresarial, Guatemala) Gestión de agentes corresponsales (Banco Fihogar, Rep. Dominicana) Alianzas (Banco Popular)



Debate sobre las preguntas clave – oradores y audiencia (10 minutos)



Conclusión



Al final de esta sesión, usted conocerá ...

- ... cómo CERISE+SPTF desarrolló los Estándares para los SFD y cuál es su alcance,
- ... quiénes participaron en la prueba piloto de los Estándares para los SFD,
- ... qué retroalimentación proporcionaron las IF sobre los Estándares para los SFD,
- ... cuáles áreas están propensas a tener prácticas más fuertes o más débiles,
- ... las preguntas claves que CERISE+SPTF sigue debatiendo y debe resolver antes de finalizar los Estándares para los SFD.



Agradecimientos Especiales



Nombre: Amelia GREENBERG **Organización**: CERISE+SPTF

Puesto: Sub-Directora

Email: ameliagreenberg@sptfnetwork.org



Nombre: Cara FORSTER
Organización: CERISE+SPTF

Puesto: Directora América Latina y El Caribe

Email: caraforster@sptfnetwork.org



Nombre: Diana SUMMERLIN **Organización**: CERISE+SPTF

Puesto: Coordinadora Administrativa **Email**: dianasummerlin@sptfnetwork.org



Presentación de los expositores



Conozca a los expositores



Nombre: Oricel CAMINERO

Organización: Achieve Consulting Group

Puesto: Consultora Externa y

Coordinadora Pilotos SFD América Latina

Email: ocaminero@achievedr.com



Nombre: Alan MUNOZ

Organización: Banco Fihogar, R. Dominicana

Puesto: Vicepresidente Ejecutivo **Email**: amunoz@fihogar.com



Nombre: Eddy ALVÁREZ

Organización: Génesis Empresarial,

Guatemala

Puesto: Gerente Corporativo de

innovación y analítica

Email: ealvarez@genesisempresarial.com



Nombre: José Luis LIMACHI

Organización: Banco Popular, Honduras

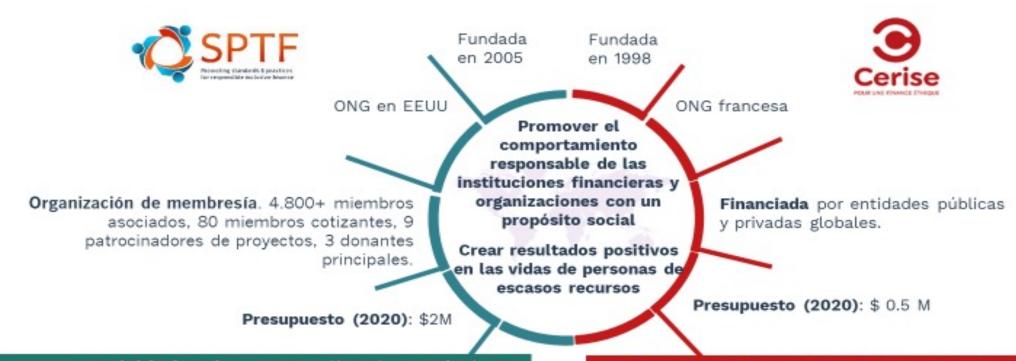
Puesto: Gerente de Tecnología e Innovación

Email: jlimachi@bancopopular.hn



Quiénes somos

SPTF + CERISE: dos entidades con un propósito común



Actividades claves: actualizar los estándares, gestionar los fondos para la implementación de los estándares, organizar conferencias para promover dialogo entre los actores de interés del sector, diseminar el conocimiento.

Actividades claves: desarrollar herramientas de auditoría social, investigación y publicar en práctica óptima en finanzas responsables construir capacidad local para auditorías sociales en todo el mundo.



Qué hacemos



Fijar estándares

Estándares universales, grupos de trabajo

(1

(2)



Promover estándares

Webinarios, capacitaciones, centro de recursos

Evaluar prácticas

SPI Online



4



Asistencia técnica, cofinanciamiento, capacitaciones, centro de recursos, Red de Profesionales en GDSA



Resultados y comparaciones de SPI Online y el Camino a la Protección del Cliente

Informes y







Demostrar prácticas

Calificaciones
sociales,
certificación en
Protección al
Cliente, estudios
de caso, compartir
datos



Estándares Universales de Gestión de Desempeño Social y Ambiental (GDSA)



Estándares Universales para la GDSA



- Prácticas gerenciales para las instituciones financieras (IF).
- Fueron publicados por primera vez en el 2012; se han actualizado periódicamente. La versión más reciente se publicó en el 2022.
- Son un manual amplio que reúne las lecciones aprendidas alrededor del mundo en un solo recurso.
- Gratuitos.
- Herramienta que permite la evaluación y la mejora.



Para qué crear los estándares

- Clarificar cuáles son las buenas prácticas.
- Mejorar la transparencia.
- Fomentar las buenas prácticas para crecer.
- Proponer soluciones concretas a los riesgos observados.
- Permitir a los interesados distinguir entre proveedores comprometidos con crear valor para los clientes versus aquellos enfocados únicamente en las ganancias.
- Facilitar alianzas con proveedores responsables.



Introducción a los Estándares para los Servicios Financieros Digitales ("Estándares SFD")



Los canales digitales tienen potencial para hacer el bien, pero también para hacer daño (1 de 6)

autorizados

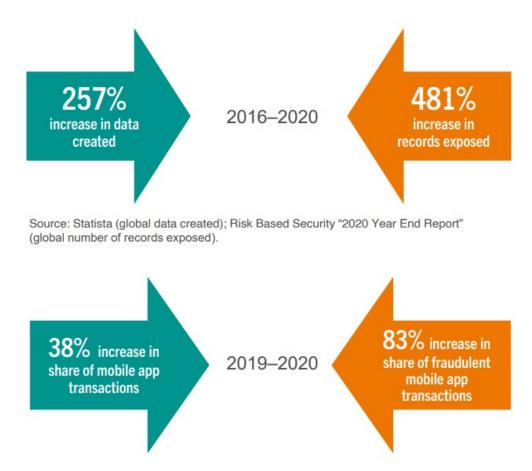
Un estudio de investigación realizado por CGAP identificó 66 riesgos para los consumidores de SFD, agrupados en:

- Cuatro (4) categorías de riesgos generales: fraude, uso indebido de datos, falta de transparencia y mecanismos de reparación inadecuados.
- Dos (2) categorías de riesgos transversales: problemas con los agentes y tiempo de inactividad de la red.

Fuente: "THE EVOLUTION OF THE NATURE AND SCALE OF DFS CONSUMER RISKS" - CGAP (Feb 2022)

Fraude Mal	l uso de los Falta d datos transpare		Riesgos relacionados con el agente	Tiempo de inactividad de la red
fraude por apropiación de cuenta Fraude interno (p.ej., acceso no autorizado a la información del cliente, tarifas no autorizadas) Fraude por identidad sintética Fraude de tarjeta (p.ej. fraude de tarjeta presente, tarjeta falsificada). Fraude de aplicación móvil / espionaje del teléfono inteligente Inversión digital sin licencia / esquema piramidal o Ponzi Fraude de ingeniería social (p.ej., phishing, suplantación de identidad) Estafa de medios sociales (p.ej., Facebook, Twitter, etc.)	sgo del algoritmo ctica desleal (p.ej ta de producto propiado, mercadeo esivo / venta zada, prácticas de mor abusivas como rgonzar socialmente) rusión a la privacidad na de decisiones co clara ración de datos (+ igo cibernético plificado); insentimiento no ormado filamiento inexacto y a de integridad de datos cto Matthew sgo de asignación de ponsabilidad i SFD no vaguardan los datos sonales del cliente pliente no vaguarda sus datos sonales se divulgan las cticas de manejo de os	quejas poco claro (p.ej, rcadeo rcadeo ces de como la l) sa fas cluyendo lgación a oductos cadas/ ulgadas nejo de das complejo ccesiva de las rentes se fente	Pocas agentes mujeres Normas sociales Menos agentes rurales Fraude/cargos de más /margen de tarifas / tarifas no autorizadas Acceso al PIN del cliente (robo / comprometido) Mala resolución de disputas por parte de agentes Conciencia limitada del producto Manipulación de los clientes Trato injusto de los clientes I trato injusto de los clientes / discriminación sobre la base del estado social Liquides insuficiente de los agentes, I oque puede llevar a separación de transacciones o pagos en conjunto Agentes no capacitados o no monitoreados	Ataques de negación de distribución del servicio (DDS) Infraestructura inadecuada de los SFD Actualización del sistema sin pruebas suficientes Apagones Recuperación ante desastres y planes de continuidad del negocio inadecuados Comportamiento riesgoso del consumidor (p.ej. deja efectivo, PIN o teléfono con otros) Transacciones incompletas e interrumpidas / fondos inaccesibles No hay mensaje de confirmación – puede llevar a transacciones duplicadas Queja no resuelta (p.ej. Agente/institución financiera no revisa el estado de la transacción o no se conecta con los SFD)

Los canales digitales tienen potencial para hacer el bien, pero también para hacer daño (2 de 6)



En los últimos años, se ha producido un enorme aumento en la cantidad de datos creados (+257%) y del número de registros de datos expuestos (+481%).

De igual manera, el porcentaje de transacciones fraudulentas a través de aplicaciones móviles ha aumentado en un 83%.

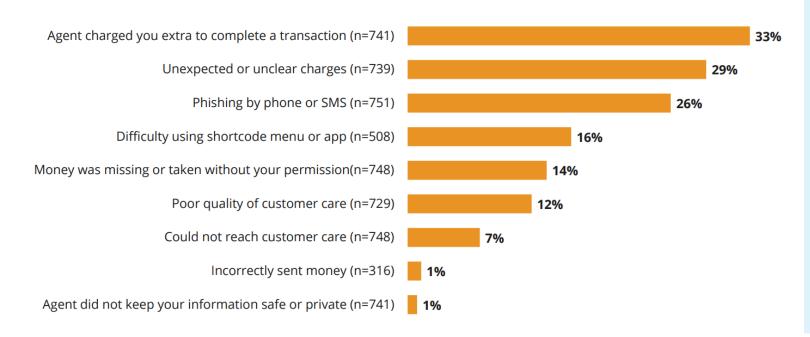
Source: Outseer Fraud and Payments Report, Q1 2018 and Q2 2021.



Los canales digitales tienen potencial para hacer el bien, pero también para hacer daño (3 de 6)

Challenges experienced using DFS

Which challenges are most common for consumers



Una investigación de IPA en Nigeria identificó un gran número de retos para los consumidores. Los tres (3) principales son:

- Agentes que cobran tarifas adicionales.
- Cargos inesperados o poco claros.
- Suplantación de identidad por teléfono o SMS.

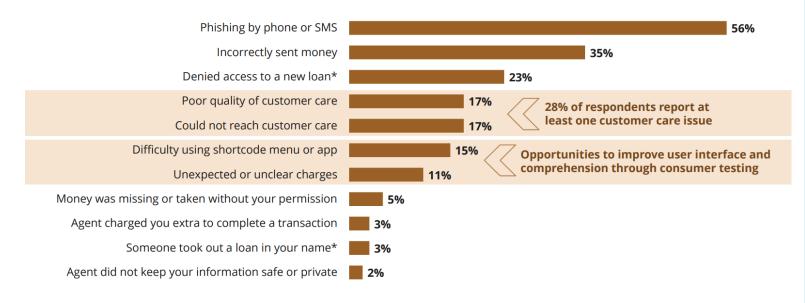


Los canales digitales tienen potencial para hacer el bien, pero también para hacer daño (4 de 6)

Challenges experienced using DFS

Which challenges are most common for consumers

Percent of respondents, reporting consumer protection challenges:



Una investigación de IPA en <u>Kenia</u> detectó un gran número de <u>retos</u> para los consumidores. Los tres (3) principales son:

- Suplantación de identidad por teléfono o SMS.
- Envío incorrecto de dinero.
- Negación de acceso a un nuevo préstamo.



Los canales digitales tienen potencial para hacer el bien, pero también para hacer daño (5 de 6)

- "[A]lgunas mujeres trabajadoras también observan desafíos en relación con la propiedad de los teléfonos móviles y las cuentas bancarias, pues los comparten con sus familiares".
- "Desde la perspectiva de las trabajadoras que ya reciben pagos de sueldo de manera digital, <u>un tercio de las participantes</u> en las discusiones de los grupos focales <u>prefiere que se les pague en efectivo</u> debido a los costos.

Reportan <u>cargos altos por retiros</u> y <u>tarifas elevadas</u> solo para mantener sus cuentas activas. La falta de transparencia en relación con estas tarifas y las deducciones arbitrarias hacen surgir preguntas de confianza. Las participantes también estaban preocupadas por el fraude al operar sus cuentas digitales, tales como las solicitudes de suplantación o phishing, y la liquidez limitada de los agentes de dinero móviles, quienes quizás no tengan el efectivo para que puedan retirar sus sueldos el día de pago".



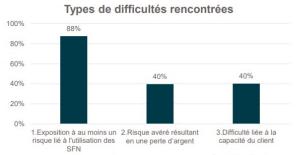
Los canales digitales tienen potencial para hacer el bien, pero también para hacer daño (5 de 6)

Résumé Exécutif

Risques SF

Difficultés⁽¹⁾ rencontrées dans l'utilisation des SFN

Si la quasi-totalité des utilisateurs ont rencontré au moins une difficulté, 88% ont été exposés à au moins un risque lié à l'utilisation des SFN et 40% ont effectivement perdu de l'argent. 40% ont rencontré des difficultés en lien avec leurs capacités limitées.



- Reçu une arnaque ou un message frauduleux
- Non informé du coût du service
- Réseau médiocre
- Pas eu de reçu
- Difficultés dans la compréhension de l'offre
- Perdu de l'argent suite à une souscription ou à une réponse à un message frauduleux
- Paye plus que prevu
 Perdu de l'argent suite à une transaction pas déroulée comme prévu
- Paiement débité mais pas reçu par le fournisseur

- moins un risq cité, avec 61%)
- Difficultés à naviguer dans le menu
- Envoyé de l'argent en se trompant sur le numéro du destinataire

Les difficultés liées à l'utilisation de SFN peuvent être classées en 3 catégories : (i) exposition à un risque lié à l'utilisation des SFN (l'utilisateur a déjà rencontré au moins une difficulté qui a mis à risque son bon déroulement), (i) Perte d'argent suite à un risque avéré, et (iii) les difficultés liées aux capacités des utilisateurs eux-mêmes (ici se trouvent uniquement les deux difficultés les plus directement imputables aux utilisateurs).

Une très grande proportion d'utilisateurs de SFN (88%) a été exposée à au moins un risque lié à l'utilisation des SFN (le réseau médiocre est le plus cité, avec 61%).

40% ont estimé avoir perdu de l'argent, soit en réagissant à un message frauduleux, soit en payant plus que prévu ou encore suite à un dysfonctionnement au moment de la transaction.

40% ont été mis en difficulté en lien avec leurs capacités : difficulté à naviguer dans le menu ou erreur sur le numéro du destinataire.

Il n'y a pas de différences significatives entre les femmes et les hommes au niveau des 3 catégories. En zone rurale, l'exposition est plus faible dans les 3 catégories par rapport aux zones urbaines, probablement car ils sont plus souvent destinataires qu'émetteurs des transferts d'argent et utilisent moins les autres services, avec une exposition plus faible au risque.

"El 88% [de los usuarios] ha estado expuesto al menos a un riesgo vinculado con el uso de los servicios financieros digitales y, de hecho, el 40% ha perdido dinero."







El proceso de la prueba piloto

- 2020-21: varias discusiones con el Centro de Inclusión Financiera, incluyendo su contribución sobre los Estándares para Créditos Digitales
- 2021: revisión de documentos: investigaciones, lineamientos, principios, estudios de caso
- Sep 2021 Jun 2022: entrevistas con expertos, diversidad de actores y regiones
- Feb-Sep 2022: reuniones del Grupo de Trabajo de SFD, virtuales y en persona
- Oct 2022 Mar 2023: ajustes sobre la base de los insumos proporcionados por el grupo de trabajo
- Abr 2023: publicación de la versión preliminar de los Estándares para los SFD; desarrollo de la herramienta de evaluación
- 2023Q2-Q4: pruebas piloto
 - Requisito mínimo: no solo digitalización de los servicios de apoyo, sino del producto que se entrega al cliente; ofrecido al menos por dos años
 - <u>Criterios de selección</u>: diversidad de modelos, disposición de participar, fondos disponibles



~50 expertos entrevistados

Organization	Country
4G Capital	Kenya
Accion	USA
ADA	Luxembourg
Advans Myanmar	Myanmar
Amarante Consulting	Nicaragua
Anh Chi Em (ACE)	Vietnam
APFI	Burkina Faso
Banque Al Ibdaa	Mauritania
BRAC Tanzania	Tanzania
CAURIE	Senegal
Center for Financial Inclusion (CFI)	USA
CGAP	USA
Consultant (formerly a rater)	Italy
Consultant (worked on digital credit standards)	USA
Consultant (formerly of Mastercard Foundation)	USA
Consultant (formerly of Tala)	USA
Consultant (most recently with UNCDF)	UK / India

Organization	Country	<u>Organization</u>	Country
Consultant (formerly of the Lux House of Microfin.)	Luxembourg	Juakali	Kenya
COOPEC-SIFA	Togo	M-CRIL	India
Credicampo	El Salvador	MFR	Kenya
DAI (formerly at FINCA Forward)	USA	Microplan Financial Services	Zimbabwe
DID	Canada	MicroSave Consulting (MSC)	Kenya
EA Associates	USA	ModusBOX	Thailand
ENCOT	Uganda	Oikocredit	Netherlands
Financial Health Network	USA	REDCAMIF	Nicaragua
Finanzas Inclusivas y Gobernanza (FIG)	Ecuador	RENACA	Benin
FINCA Impact Finance	USA	SAC	Panama
FUSAI	El Salvador	SUMA Financiera	Panama
Gates Foundation	USA	Suricate Solutions	Senegal
Griffith University	Australia	Triodos	Netherlands
GSMA	United Kingdom	UNCDF	Belgium
Hermandad de Honduras	Honduras	USAID	USA
Infinity Microfinance Bank	Nigeria	USAID	USA
IPA	USA	Women's World Banking	USA



Si usted es un proveedor de SFD, ¿debe usar solamente los Estándares para los SFD o el conjunto completo de los Estándares Universales?

• <u>Use ambos</u>. Los Estándares para los SFD complementan los Estándares Universales, no los reemplazan.

"Hemos leído auditorías realizadas por organizaciones sobre el desempeño social. Creemos que esos problemas siguen siendo críticos, independientemente de la manera en que se entregan los productos" – un proveedor de SFD



Ejemplo de cómo los Estándares SFD complementan los Estándares Universales GDSA

Mecanismo de Quejas

El manual de Estándares Universales tiene un estándar, tres prácticas esenciales y muchos indicadores sobre quejas de clientes. Todos aún aplican.

4.E: Estándar

La institución financiera recibe y resuelve las quejas de los clientes.

4.E.1: Práctica Esencial

La institución financiera posee un mecanismo de quejas fácilmente accesible para los clientes y adaptado a sus necesidades.

4.E.2: Práctica Esencial

La institución financiera resuelve quejas eficientemente.

4.E.3: Práctica Esencial

La institución financiera utiliza información de las quejas para gestionar sus operaciones y mejorar la calidad de productos y servicios. **4.E.1.2:** La institución financiera tiene al menos dos canales de quejas que son gratuitos y accesibles para los clientes.

4.E.1.3: La institución financiera informa a los clientes cómo presentar una queja, tanto a la institución como al socio.

4.E.2.1: La política de quejas de la institución financiera identifica los niveles de gravedad y exige que las quejas graves sean escaladas inmediatamente a la gerencia superior.

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

4.E.3.2: La gerencia revisa los informes de quejas por segmento de clientes, por sucursal y por agente, y toma medidas correctivas según sea necesario. Frecuencia mínima trimestral.



Ejemplo, continuación

Mecanismo De Quejas: Estándares adicionales para el contexto SFD:



El PSF debe ayudar a los clientes que tienen una queja incluso cuando se relaciona con un problema que solo la <u>organización</u> <u>asociada</u> puede solucionar.

Entrenar a los empleados de servicio al cliente sobre cómo responder a los clientes que expresan quejas relacionadas con los servicios ofrecidos por un socio. La respuesta no puede ser pasiva, como llame al número de teléfono X para comunicarse con el servicio de quejas de la Organización Socia, sino que debe ser activa para ayudar al cliente a lograr una resolución.

Anima a tus clientes a que vengan a ti con quejas sobre los socios.

Mecanismo de Quejas

El manual de Estándares Universales tiene un estándar, tres prácticas esenciales y muchos indicadores sobre quejas de clientes. Todos aún aplican.

4.E: Estándar

La institución financiera recibe y resuelve las quejas de los clientes.

4.E.1: Práctica Esencial

La institución financiera posee un mecanismo de quejas fácilmente accesible para los clientes y adaptado a sus necesidades.

4.E.2: Práctica Esencial La institución financiera resuelve quejas

La institución financiera resuelve quejas eficientemente.

4.E.3: Práctica Esencial

La institución financiera utiliza información de las quejas para gestionar sus operaciones y mejorar la calidad de productos y servicios. **4.E.1.2**: La institución financiera tiene al menos dos canales de quejas que son gratuitos y accesibles para los clientes.

4.E.1.3: La institución financiera informa a los clientes cómo presentar una queja, tanto a la institución como al socio.

4.E.2.1: La política de quejas de la institución financiera identifica los niveles de gravedad y exige que las quejas graves sean escaladas inmediatamente a la gerencia superior.

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

4.E.3.2: La gerencia revisa los informes de quejas por segmento de clientes, por sucursal y por agente, y toma medidas correctivas según sea necesario. Frecuencia mínima trimestral. Entrenar a los empleados de servicio al cliente en cómo funciona el mecanismo de quejas de su socio.

Entrenar a los agentes en cómo responder a las quejas.

Equipar el mecanismo de quejas para <u>registrar</u> quejas por agentes.

Al comienzo de una alianza, establezca quién será su <u>punto de contacto</u> dentro de la organización asociada, para ayudarle a resolver quejas de sus propios clientes, pero que estén relacionadas con los servicios proporcionados por el socio.

Resumen de los <u>nuevos</u> Estándares SFD <u>solamente</u>

151 nuevos elementos.

- Detalles: 93
- Indicadores: 50
- Prácticas esenciales: 7
- Estándar: 1
 - El proveedor gestiona a los agentes de una manera que apoya la oferta responsable de servicios financieros.

Te m a	Conteo
Diseño de Productos	10
Prevención del Sobreendeudamiento	9
Transparencia	7
Trato justo y responsable	2
Privacidad de los Datos	8
Manejo de Quejas	10
Mitigación del Fraude	15
Ciberseguridad	15
Algoritmos	7
Gestión de Agentes	47
Socios	16
Resultados	4
Gestión Responsable del Personal	1
Total	151

Descargue los Estándares SFD y siga la prueba piloto en la página del grupo de trabajo Servicios Financieros Digitales (Digital Financial Services): https://cerise-sptf.org/digital-financial-services/



Resultados de las pruebas piloto



Iniciada, en proceso Completada 1 ACI FDA 1. Amartha 2 ACORDE 2. Arthimpact Digital Loans 3 Africred 3. JUMO 4 Banco Fihogar 4. KoinP2P 5 Fanikawa Tanzania 5. IDEPRO 6. Genesis 6 FIGEC 7 FINCA Uganda 7. Pan African Savings & 8 FUCEC Loan 9 Humo 10 Letshego 11 | O| C 12 Lulalend 13 MLF Zambia 14 Platinum Kenya 15 Premier Uganda 16 Platinum Tanzania 17 Premier Kenya 18 Platinum Uganda 19 RFMU-CI 20 VERDE 21 VIRI 22 WING

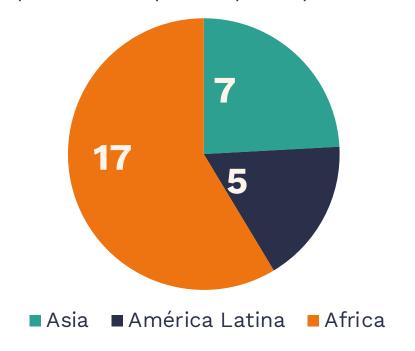
29 IF participantes 22 evaluaciones completadas a la fecha



Panorama general de los participantes en la prueba piloto

Geografía

Participantes de la prueba piloto por continente



Número de clientes

• Min: 1,700

Mediana: 89,200

Máx: 7,200,000

Estado de la digitalización

- 24% puramente digital
- 76% iniciaron con servicios en persona y han agregado lo digital

Tipos de productos: préstamos, ahorros, pagos, remesas, cajeros automáticos, banca móvil, banca por internet



En general, los participantes de la prueba piloto encontraron que los Estándares para los SFD son <u>pertinentes</u> y <u>útiles</u>

- "La lista completa de preguntas es bastante amplia y nos ayuda a recibir retroalimentación sobre el <u>nivel de preparación</u> de nuestro proceso de digitalización".
- "Esta herramienta es realmente beneficiosa. A medida que reviso este documento, me doy cuenta de que <u>están bien avanzados</u>. Es como que estuviéramos escuchando a escondidas".
- "Estamos en una etapa temprana. En muchos indicadores, nuestra calificación actual es 'no' o 'parcialmente'. Nuestra calificación general refleja el estado actual de las cosas, no donde creemos que deberíamos estar. En el período siguiente, quizás responderemos con 'sí'. Esta herramienta nos brinda un mejor panorama de dónde estarán las cosas eventualmente".
- "Al revisar el documento, nada saltó a la vista que creyera innecesario. Algunos indicadores necesitan adaptarse a nuestro contexto, pero en términos generales, tenía mucho sentido".



Puntuaciones generales

•Máx: 95%

•Min: 15%

Promedio: 61%

Nota: Considere estas puntuaciones cuidadosamente. Diferentes evaluadores aplicaron diferentes enfoques y hubo cierta confusión acerca del significado de algunos indicadores.



		¿Elemento
Número	Texto	puntuado?
3.A.2	La institución financiera utiliza datos para identificar patrones de	no
	comportamiento financiero por segmento de clientes.	(esta es una PE)
	La institución financiera asigna un identificador único (código) a cada	
nuevo	identificación del cliente.	puntuado
	Los algoritmos de la institución financiera funcionan según la definición de	no
nuevo	justicia de la institución.	(esta es una PE)
		no
nuevo	La institución financiera analiza la justicia del algoritmo continuamente.	(este es un
	La institución financiera monitorea el desempeño de los préstamos ciegos.	indic.)
nuevo		
	[F9]	puntuado
nuevo	El contrato entre la institución financiera y el socio incluye lo siguiente, como	no (este es un
	mínimo:	indic.)
nuevo	- términos, condiciones, precios y tarifas;	puntuado
4.0.1	La institución financiera mantiene la seguridad y la confidencialidad de los	no
4.D.1	datos de los clientes.	(esta es una PE)
	La institución financiera mantiene archivos físicos y electrónicos en un sistema	no
4.D.1.2	seguro.	(este es un
	La institución financiera tiene bitácoras de todas las transacciones y	indic.)
nuevo	actividades de los usuarios.	
	La institución financiera brinda a los agentes documentación completa y	puntuado
nuevo	capacitación para comprender sus roles y responsabilidades.	no (esta es una PE)
	- саразнаван рама осториями се сториями се	no
nuevo	La institución financiera comunica a los agentes los términos de su contrato:	(este es un
		indic.)
nuevo	Remuneración base y estructura de incentivos	puntuado
nuevo	Roles y responsabilidades	puntuado
		no
nuevo	La institución financiera capacita a los agentes en sus roles y responsabilidades.	(este es un
nuevo	La capacitación cubre los procesos y servicios financieros de la institución.	indic.)
nuevo	La institución financiera brinda capacitaciones actualizadas, como mínimo,	puntuado
nuevo	con cada lanzamiento de producto nuevo o cambio a los procesos internos	
	relacionado con los agentes.	
	retacionado con tos agentes.	puntuado

Puntuaciones más altas:

8 elementos en los cuales al menos el 95% de los participantes de la prueba piloto tuvieron puntuación "sí"



Número	Texto	¿Elemento puntuado?
nuevo	El contrato entre la institución financiera y el socio incluye lo siguiente, como mínimo:	no (este es un indic.)
nuevo	- Cómo implementa el socio las prácticas de protección al cliente en las siguientes áreas como mínimo: (1) Al recibir y resolver las quejas (incluyendo el período de tiempo para hacerlo); (2) Al proteger los derechos que tienen los clientes a un trato respetuoso durante el proceso de cobranza del préstamo; (3) Al proteger a los clientes del fraude; (4) Al mantener la privacidad y seguridad de los datos de los clientes; y (5) Al dar a conocer los precios, términos y condiciones de manera transparente;	puntuado
4.A.2.2	La institución financiera define los niveles de desempeño que desencadenan monitoreo	no
nuevo	interno adicional y respuesta en las siguientes áreas: - Estrés sobre los clientes	(este es un indic.)
4.D.2	La institución financiera informa a los clientes sobre sus derechos en relación al uso y privacidad de sus datos.	no (esta es una PE)
nuevo	La institución financiera notifica a los clientes sobre su "derechos a la portabilidad de datos" y su "derecho al olvido", así como la manera en que pueden ejercerlos. [F14, F15]	puntuado
nuevo	La institución financiera investiga si los clientes han tenido quejas no reportadas, mediante la realización de las siguientes actividades, como mínimo: Frecuencia mínima: anual.	no (este es un indic.)
nuevo	Analizar las quejas según las características socioeconómicas para ver si ciertos segmentos de clientes están sub o sobrerrepresentados entre los clientes que presentan quejas.	puntuado
nuevo	Encuestar a una muestra representativa de todos los clientes para preguntar si tienen quejas que no hayan presentado.	puntuado
nuevo	Durante el proceso de reclutamiento y contratación de agentes, la institución financiera evalúa el compromiso de cada candidato con el logro de los objetivos de la institución de servir a sus clientes objetivo y crear beneficios los mismos	no (esta es una PE)
nuevo	La institución financiera evalúa la motivación de cada candidato a agente con lograr las metas centradas en el cliente de la institución.	puntuado
nuevo	La institución financiera capacita a los agentes en la protección al cliente y repite la capacitación de manera anual, como mínimo. La capacitación cubre al menos los siguientes temas:	no (este es un indic.)
nuevo	Cómo enseñar a los clientes a mantener seguros sus datos	puntuado
nuevo	La institución financiera monitorea, evalúa y brinda incentivos a los agentes sobre la base de criterios relacionados al desempeño financiero y al logro de las metas centradas en el cliente.	no (esta es una PE)
nuevo	Las evaluaciones del desempeño y los incentivos a los agentes incluyen criterios relacionados con la protección al cliente o criterios relacionados al logro de las metas centradas en el cliente.	puntuado

Puntuaciones más bajas:

8 elementos en los que al menos el 85% de los participantes de la prueba piloto NO TUVIERON puntuación "sí".



Se encontraron áreas comunes de confusión (1 de 2): Definiciones que no estaban claras

- ¿Qué queremos decir con <u>"estrés" del cliente</u>—estrés de la deuda o estrés por no tener seguridad financiera u otra cosa?
- Cuándo dicen <u>24 horas</u>, ¿quieren decir horas hábiles u horas totales?
- ¿Qué haría un <u>agente</u> para "contribuir a las metas centradas en el cliente que tiene la institución"?
- ¿Quieren decir <u>los "datos mínimos"</u> el requisito regulatorio mínimo (PLAFT) o el mínimo que se necesita para tomar una decisión acerca de la oferta un producto? ¿En el último de los casos, ¿acaso el mínimo que necesita no es una decisión subjetiva?
- ¿Qué significa requerir "tres confirmaciones de interés" antes de aprobar un préstamo?
- ¿El "canal gratuito" para hablar con alguien incluye llegar a una sucursal o agencia?
- ¿Qué es <u>la "justicia" del algoritmo</u>?



Se encontraron áreas comunes de confusión (2 de 2): Diversos tipos de agentes y socios

Agentes:

- Nuestros agentes pueden no recibir efectivo y solo pueden actuar como agentes cuando [el cliente] tiene un préstamo activo con nosotros. Ayudan a los clientes con recargas móviles y pagos de facturas.
- Nuestros agentes solo se ocupan de las ventas.
- Nuestros "agentes" son tiendas que les informan a los consumidores sobre la posibilidad de solicitar un crédito con nosotros y pueden ayudarles a llenar la solicitud.
- Nuestros agentes aceptan efectivo para los pagos de créditos y aceptan depósitos, pero no trabajan con retiros y quizás no desembolsen préstamos.

Socios:

- Somos la institución financiera, pero estamos tratando de prestar a los clientes de una gran detallista. Al final, somos más como socios.
- Cuando nos aliamos con un ORM (operador de red móvil), son tan grandes y nosotros tan pequeños, es casi como que fuéramos su cliente.
- Usamos una red de agentes operada por alguien más. Así que trabajamos con agentes, pero ¿son ellos nuestros socios?

"Consideren cómo adaptar estos estándares a diferentes modelos. Existen diversos tipos de modelos, incluso dentro de mi propio país" – participante de la prueba piloto



Pero, cierta confusión o duda, en particular en relación con los indicadores relacionados a algoritmos, agentes y socios

- [Sobre la capacitación de agentes] "Visitamos a los agentes y los capacitamos al visitarlos, pero <u>no podemos visitarlos a todos</u>...No capacitamos a los agentes sobre cómo manejar las quejas de los clientes. La regulación no permite que los agentes den seguimiento a las quejas de los clientes porque no son considerados parte de la institución en sí, sino un socio. Sin embargo, eso no impide que los clientes presenten una queja con el agente".
- [Sobre el sesgo del algoritmo] "Nuestro algoritmo no se basa en <u>ningún sesgo</u> para incluir o excluir. Se encuentra en el aprendizaje automático en sí (machine learning). Preguntamos al área de analítica de datos cuáles factores ocasionan la falta de pago".
- [Sobre la justicia del algoritmo] "La manera en que este indicador está definido es bastante <u>ambigua</u>. ¿Qué significa justicia? ¿Qué documentación desean ver que pudiera confirmar que la institución financiera es justa?"
- [Sobre cómo asegurar que los socios tengan buena protección del cliente] "Por supuesto que enfrentamos desafíos para obtener información, especialmente cuando tratamos con un socio y nuestra institución es vista como un jugador más pequeño. Representa un desafío hacerlos que proporcionen toda la información que necesitamos para sentirnos cómodos. Al final, uno sigue su intuición".

"En el caso de ORM (Operadores de Redes Móbiles), gran parte de la protección del cliente en términos de seguridad de los datos se trasladó de ellos hacia nosotros. No creo que hubieran escuchado por un segundo nada que fuera de nosotros hacia ellos".

Ejemplos de implementación

Sesgo del algoritmo

Discusión a profundidad





MICROFINANZAS DIGITALES INCLUSIVAS

ANIVERSARIO Modelos de Analítica y Predicción de Datos

Gerencia Analítica e Innovación

Guatemala, 18 de enero 2024



Creemos en ti

SOMOS FAMILIA

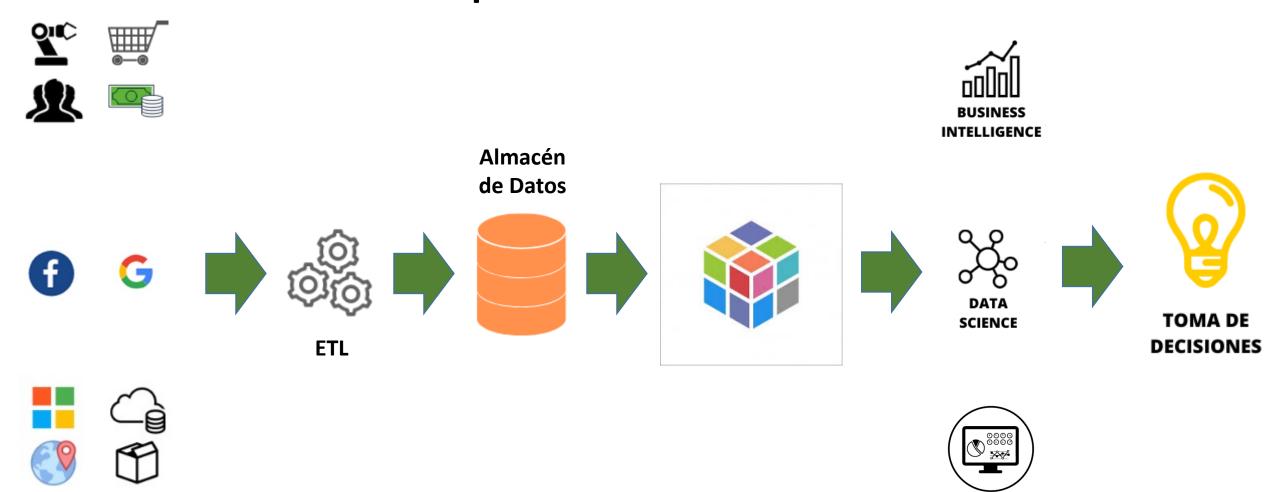
AGENDA

- 1. Arquitectura de Analítica
- 2. Metodología de Ciencia de Datos
- 3. Tipos de Analítica
- 4. Modelos de Ciencia de Datos
- 5. Herramientas de Ciencia de Datos
- 6. Casos de Éxito





Arquitectura de Analítica

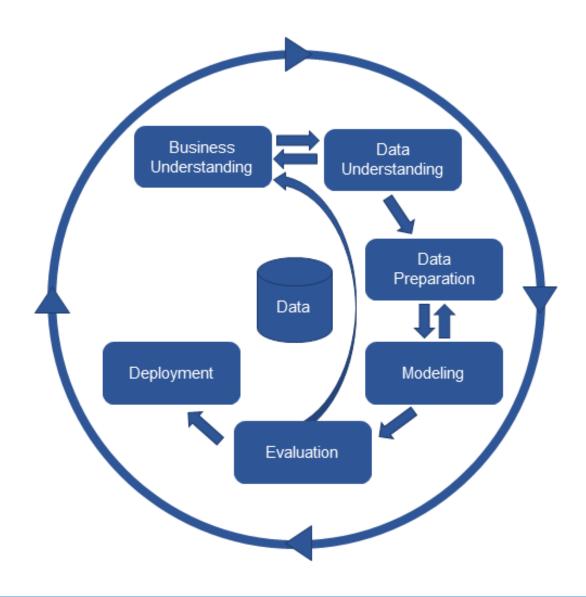




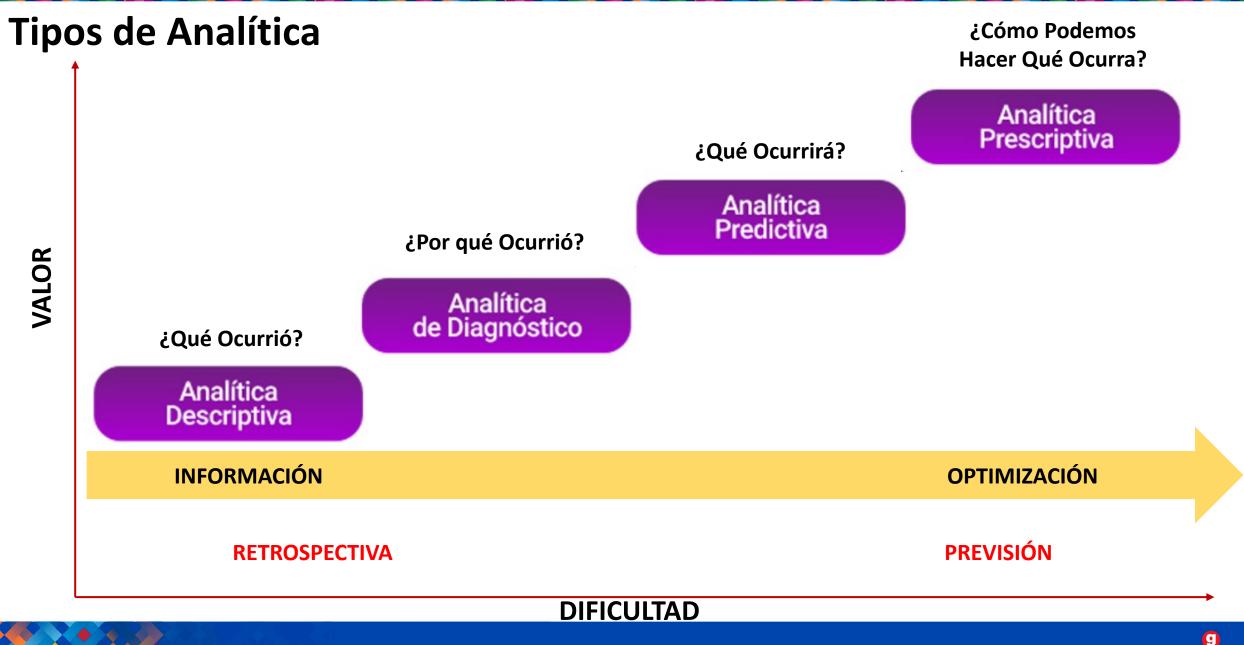
La Metodología: Modelo CRISP-

Uso del tierno por fase:

- Business Understanding (5-15 %)
- Data Understanding (5-10%)
- Data Preparation (50-60%)
- Modeling (5-15%)
- Evaluation (5-10%)
- Deployment (10-15%)









Modelos de Ciencia de Datos

Se construyen modelos para encontrar patrones y tomar decisiones fundamentadas.

- Predicción de mora para créditos digitales
- Predicción de aceptación de campañas comerciales
- Segmentación de clientes para cobranza
- Predicción de deserción de clientes





Herramientas de Ciencia de Datos



Se desarrolla el análisis con potentes herramientas: Orange Data Mining, RapidMiner, Rstudio y Python para análisis avanzado y desarrollo de modelos personalizados Estas herramientas y librerías han mejorado la capacidad para transformar datos en información valiosa para la toma de decisiones estratégicas, basadas en capacidad del negocio y comportamiento de pago.

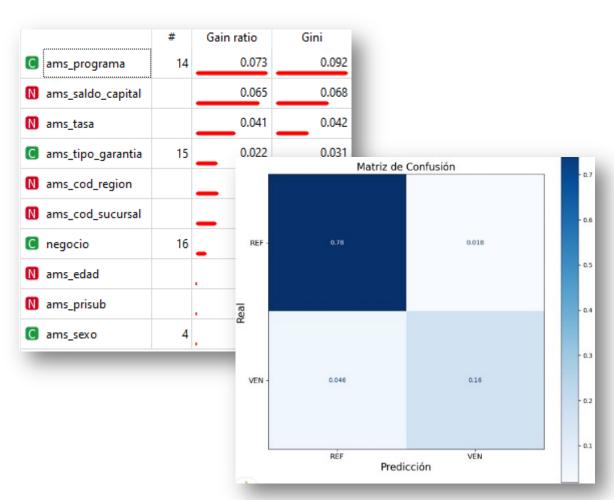


Casos de Éxito

Predicción de aceptación de Campañas Comerciales

Se desarrolló un modelo de probabilidad de aceptación de productos, aumentando 4 veces la colocación y la retención de clientes, a partir de la construcción del modelo.

El modelo permite mejorar el desarrollo financiero y social de los clientes, acelerando su desarrollo en un 50% (reducción de pobreza)





Casos de Éxito

Predicción de Mora

Con este modelo se identifica a los clientes con mayor probabilidad de caer en mora, basado en su comportamiento de pagos y data disponible.

Se logra ayudar al cliente evitando el sobreendeudamiento, protegiendo su récord crediticio en el Sistema Financiero.



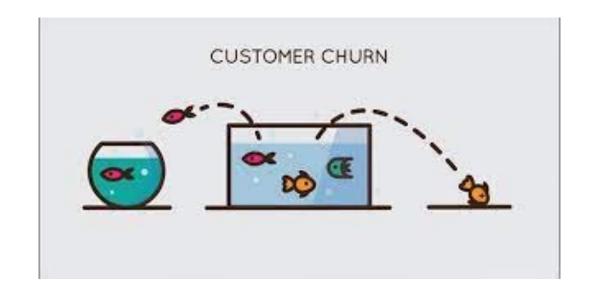


Casos de éxito

Deserción de Clientes

Modelo que predice la probabilidad de que un cliente se retire de la Fundación.

Permite crear productos especiales a los clientes para retenerlos, y así ayudarlos a seguir creciendo en su "Ruta del Desarrollo" sin que sea interrumpida (acelerando avance).









SOMOS FAMILIA



- **C** PBX: 2383-9000
 - Línea gratuita: 180-181-27337
- 8ª Calle 7-11 Zona 9 Ciudad de Guatemala, C. A. 01009.
 - Distrito Financiero
- www.genesisempresarial.org





















SC-CER692793







Ejemplos de implementación

Gestión de agentes corresponsales

Discusión a profundidad



Gestión de agentes



- Fundado en 1977
- Dedicado a créditos personales (financiamiento de vehículos) y pymes, operando en República Dominicana
- ~ 45K clientes de préstamos y depósitos
- Balance de cartera de créditos ~ USD 40,000,000
- 8 sucursales y 173 empleados
- ~700 puntos de pago y ~300 subagentes bancarios





Tipos de servicios:

- Pago de préstamos
- Depósitos
- Retiros

Regulación local:

- Regulación actual y en proceso
- Diferencias entre subagentes bancarios y otros canales alternos





Estructura Administrativa:

- Gerencia interna de canales alternos:
 - Gestión de subagentes y capacitación en productos del banco
 - Determinación de ubicaciones y selección de candidatos
 - Seguimiento aprobación regulatoria
 - Coordinación con subagentes para capacitación y punto de contacto
- Administración tercerizada de subagentes:
 - Identificación y debida diligencia de candidatos
 - Gestión de tecnología de POS e interconexión con el core del banco
 - Soporte técnico continuo
 - Gestión legal de contratación
 - Capacitación técnica y PLAFT





Selección de agentes:

- Ubicación geográfica en base a ubicación de sucursales y clientes
- Estructura y capacidad de abarcar todos los servicios
- Capacidad de servir de soporte a desarrollo de productos particulares
- Posibilidad de ampliar servicios a través de agentes preferenciales

Capacitación:

- Capacitación en PLAFT y gestión técnica
- Capacitación en productos y servicios del banco





Monitoreo:

- Seguimiento de operaciones realizadas y su correcta aplicación
- Seguimiento a errores y agentes limitados para ofrecer servicios
- Visitas periódicas presenciales
- Canal dedicado de WhatsApp

Ventas cruzadas:

- Oportunidad de identificar necesidades de clientes a través de agentes preferenciales
- Oferta de servicios ampliados





Retos:

- Gestionar adecuadamente las quejas presentadas por clients.
- Capacitación continua en todos los colaboradores de los agentes.
- Identificar de manera temprana limitaciones de liquidez que puedan afectar los servicios.
- Mantener un contacto directo con los clientes que utilizan canales alternos.
- Ofertar alternativas de contacto directo para gestión de servicios y resolución de conflictos.



Texto	% Si
La institución financiera capacita a los agentes en la protección al cliente y repite la capacitación de manera anual, como mínimo. La capacitación cubre al menos los siguientes temas:	no puntuado
Cómo evitar técnicas de ventas agresivas, incluyendo cómo respetar el derecho del cliente a rechazar los productos Cómo explicar los precios, los términos y condiciones a los clientes	18%
y cómo verificar la comprensión del cliente	27%
Cómo funciona el mecanismo de quejas, cómo resolver las quejas contra los socios y cómo tratar a los clientes respetuosamente durante el proceso	
	18%
Políticas de confidencialidad y de intercambio de datos, así como riesgos de fraude, incluyendo los fraudes comunes, identificación	
del fraude y reporte del fraude	75%
Cómo funciona el ciclo de vida completo del mecanismo de presentación de quejas, tanto para las quejas presentadas contra la institución financiera como para las quejas presentadas contra los socios, y cómo tratar a los clientes respetuosamente durante el	
proceso [F16]	25%
Cómo enseñar a los clientes a mantener seguros sus datos	9%
Cómo capacitar a los clientes que tienen alfabetización digital	
limitada en el uso de los productos digitales	17%
Cómo monitorear el sobreendeudamiento y el estrés en los clientes	18%

Detalles sobre la capacitación de agentes. Porcentaje de la puntuación "Sí"



Pregunta clave (2 de 5) Gestión de agentes corresponsables

Encuesta 2:

¿Deberían los Estándares de los SFD abordar el riesgo de que los agentes no cumplan con los estándares adecuados para proteger a los clientes al interactuar con ellos?

- Sí
- No
- No estoy seguro

¿Debe aconsejarse o requerirse a las instituciones que recopilen datos sobre las preguntas y quejas de las que hablan los clientes con los agentes?

- Hacer que esto sea una recomendación, pero no un requisito. La información podría ser útil pero no es necesaria para la protección del cliente.
- Hacer que esto sea un requerimiento. La información es necesaria para la protección del cliente.
- No recomendar ni requerir esto.
- No estoy seguro

¿Cuál de las siguientes áreas de gestión considera fundamental para la gestión responsable de los agentes? (Seleccione todas las que se apliquen)

- Capacitar a los agentes en protección al cliente
- Visitas / supervisión en persona
- Diseño de estructuras de incentivos que no fomente las ventas agresivas
- Mecanismo de quejas gratuito
- Contactar a los clientes para preguntarles sobre sus experiencias
- Ninguno de los anteriores
- No estoy seguro



Ejemplos de implementación

Alianzas y asociaciones

Discusión a profundidad



Banco Popular Especialistas en Microfinanzas





15 Años de Trayectoria

641 Colaboradores

40 Oficinas a Nivel Nacional

10,124 Puntos de Atención

201 Mil Clientes

57% 43%

Mujeres

Hombres

PRODUCTOS DE CRÉDITOS:

Microcrédito

Consumo

PYME

Vivienda

Agropecuario

PRODUCTOS DE AHORRO:

- Cuenta de Ahorro
- Depósito a Plazo Fijo
- Cuenta de Cheques

PRODUCTOS Y SERVICIOS:

- Tarjeta de Débito / ATM / POS
- ◆ Banca en Línea Popular Web
- Remesas
- ♦ Seguros Seguro Médico
- Pago de Servicios
 Públicos/Privados

→ Seguro de Remesas

→ Seguro de Vida

→ Popular Móvil

Modelo Digital







Cliente Externo

- Popular en Línea (App y Web)
- Token
- Tarjeta de Débito
- Agentes Corresponsales Propios
- QR- Billetera Electrónica
- ACH Indirecto (Pago de tarjeta y préstamo)
- Onboarding para Crédito
- Cuenta de Ahorro Digital
- Chatbot





Ruta Digital

2022

-Desarrollos inhouse

-Enfoque en el cliente





-Capacitación -Implementación en PRD "<u>Dia D"</u>

-Pruebas Generales

2024

Core Bancario

5

6



Necesidades

Transformación Digital

Ética Operativa

Mejorar Time to Market para nuevos productos

Minimizar Riesgos

Mayores Requisitos Regulatorios

Eliminar Procesos Manuales

Procesos

Selección y Aprobación

Core Bancario

Demos Proveedores

Coordinación Términos de Referencia

Respuestas **Proveedores**

Relevamiento TO-BE

Selección Equipo de Trabajo

Relevamiento AS-IS



Revisión y

Aprobación

Gerencial



Lecciones aprendidas



El proceso de cambio en la institución debe iniciar con el proyecto, para evitar la resiliencia en la institución.

Seleccionar al mejor Core Bancario es una decisión estratégica compleja. Llevar a cabo una planificación detallada de los pasos a realizar y su secuencia

Generar una cultura que ayude a identificar riesgos

Tener como objetivo de minimizar riesgos.

Preparar a la organización al cambio.

Alianzas y Terceros



Soluciones Terceros

- CORE BANCARIO
- integración con un hub de servicios (TENGO)
- EEH
- UMAG
- Tarjeta de Débito
- TIGO





Transformación Digital

Soluciones In House

- Banca Electrónica, Banca Móvil, Agentes Corresponsales.
- ACH Participantes Indirectos
- Transferencias QR
- TOKEN
- Onboarding

SOLUCIONES DE TERCEROS

- Tiempo de Implementación
- Recurso
- Mantenimiento

SOLUCIONES IN HOUSE

- Control de Código Fuente
- Personalización
- Centralización de Servicios
- 4. Mantenimiento
- 5. No dependencia de terceros



Camino Digital Clientes



- Acompañamiento telefónico al descargar App móvil y web
- Tutoriales uso de Tarjeta de débito
- Tutoriales uso de App móvil y web
 - Asesoría telefónica a consultas de servicios digitales
 - Chatbot de autogestión para clientes





CONTÁCTANOS

- jlimachi@bancopopular.hn
- www.bancopopular.hn
- Tegucigalpa, Col. Castaño Sur

















Indicadores sobre alianzas con puntuaciones más bajas de "Sí"

Texto	% Si
La institución financiera colecta retroalimentación relacionada a las experiencias de los clientes por parte de los socios.	36%
[Al seleccionar socios, la institución financiera] pregunta al socio potencial Cómo ha abordado casos de daños específicos a clientes que hayan surgido.	30%
El contrato entre la institución financiera y el socio incluye lo siguiente, como mínimo: - Criterios de evaluación del desempeño;	22%
- Cómo implementa el socio las prácticas de protección al cliente	11%
La institución financiera informa a los clientes, verbalmente o por escrito, sobre las conductas prohibidas que se encuentran en los códigos de conducta de sus socios. - La institución financiera exhibe la información sobre las conductas prohibidas, incluyendo el derecho que tienen los clientes de rechazar las ventas agresivas, en ubicaciones visibles para los clientes, tanto en lugares físicos como en canales digitales.	19%
Si la institución financiera trabaja con socios que tienen acceso a los datos del cliente, los contratos de la institución financiera especifican cuando la sociedad finaliza: los pasos que el socio tomará para salvaguardar los datos mientras los mantiene todavía, así como cuáles datos eliminará y cuándo.	46%
En el contrato con un socio, la institución financiera y su socio definen un período de tiempo razonable en el que el socio resolverá las quejas de los clientes, acordando diferentes demoras por tipo de queja.	30%
La institución financiera capacita a los agentes en cómo funciona el mecanismo de quejas, incluyendo cómo resolver las quejas contra los socios.	18%

Pregunta clave (3 de 5)

Asociaciones o alianzas

Encuesta 3:

¿Deben los Estándares para los SFD abordar el riesgo de que los socios de una institución no tengan prácticas adecuadas de protección del cliente y, por lo tanto, puedan dañar a los clientes de la institución?

- Sí
- No
- No estoy seguro

¿Alguno de los socios con los que ha trabajado ha dejado de implementar estándares de protección del cliente adecuados al trabajar con sus clientes?

- Sí
- No
- No estoy seguro
- No se aplica

¿El discutir los estándares de protección del cliente antes de firmar un contrato con el socio aumenta la posibilidad de que la alianza sea beneficiosa y no dañina a los clientes?

- Sí
- No
- Depende del tipo de alianza; a veces sí y a veces no
- No estoy seguro



Pregunta clave (4 de 5)

Simplicidad – ayuda con la transparencia, pero ¿existe una definición universal de lo que es simple?

Encuesta 4:

¿Deberían CERISE+SPTF agregar un indicador a los Estándares para los SFD que requiera que los términos / condiciones / tarifas sean simples o sencillos?

- Sí
- No
- No estoy seguro

Si tuviera que escribir una definición universal de lo que representan los términos / condiciones / tarifas simples o sencillas, ¿cuál sería?

Respuesta libre



Pregunta clave (5 de 5)

Extensión de la herramienta

Encuesta 5:

¿Debe CERISE+SPTF acortar los Estándares para los SFD? [Nota: Es posible mantener todos los indicadores, pero calificarlos con diferentes ponderaciones, por ejemplo, designando algunos como "nivel de ingreso" y otros como "avanzados"]

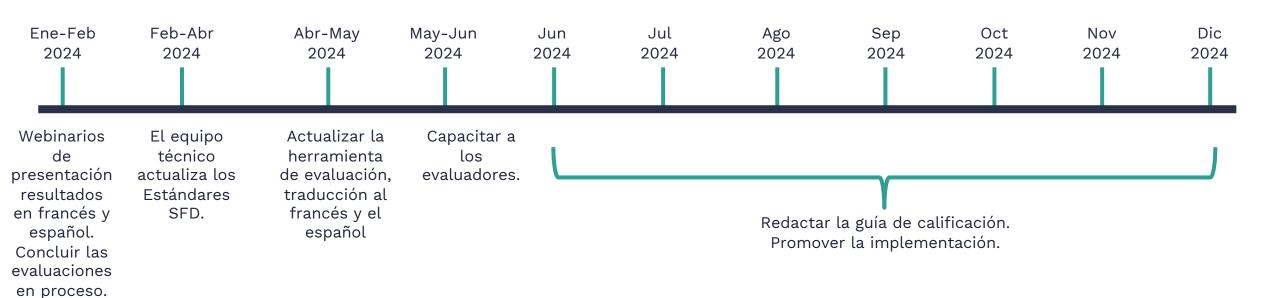
- Mantener todos los indicadores – priorizo el tener una herramienta amplia
- Acortar la herramienta es una carga usar una herramienta que es así de larga
- No estoy seguro

Si recomienda acortar la herramienta ¿qué opción recomendaría?

- No recomiendo acortar la herramienta
- Designar qué indicadores son fundamentales para no dañar a los clientes y mantener solo esos, eliminando los que se centran más en crear valor o aumentar el beneficio.
- Eliminar los indicadores que una gran mayoría de las IF de la prueba piloto ya parecen estar cumpliendo.
- Eliminar los indicadores que una gran mayoría de las IF de la prueba piloto no están cumpliendo todavía.
- No incluir indicadores sobre gestión de agentes porque los modelos son demasiado diversos para que existan prácticas universales en esta área
- No incluir indicadores sobre alianzas o asociaciones porque los modelos son demasiado diversos para que existan prácticas universales en esta área
- Otro (por favor, contacte a CERISE+SPTF para compartir sus ideas)
- No estoy seguro



Cronograma para el 2024





Inmensas gracias a los donantes que están apoyando en el desarrollo de los Estándares SFD



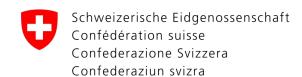














¡Gracias!













