



Keeping clients first
in microfinance

Principios de Protección al Cliente

Webinar

Octubre 2019

www.smartcampaign.org



Presentadores



Keeping clients first
in microfinance

Ana Ruth Medina es Gerente de la Campaña Smart para América Latina y el Caribe. Ella apoya los esfuerzos de las instituciones financieras en la reforma de sus políticas y prácticas para servir mejor a sus clientes. Tiene más de 11 años de experiencia en Acción Internacional



Tomás Rodríguez consultor independiente en temas de Desempeño Social y Ambiental. Ha sido el Coordinador del Programa de Gestión de Desempeño Social de REDCAMIF. Es evaluador líder de la Campaña Smart.

The Smart Campaign...

- ...representa un esfuerzo global de toda la industria.
- ...tiene un comité directivo internacional.
- ...colabora con el Equipo de trabajo de desempeño social (SPTF), con los informes sociales de MIX Market, las agencias de calificación, *MF Transparency*, entre otros.
- ...tiene su sede en el Centro para la Inclusión Financiera -CFI- de Accion International.

¿Por qué ahora?

Ahora es un momento crítico para enfocarse en la protección al cliente, por diferentes motivos:

- Exigencias de rendición de cuentas y transparencia.
- Crisis de microfinanzas en varios países.
- Atención negativa de los medios con respecto al impacto.
- Preocupación del público y del gobierno por las tasas de interés elevadas.
- **Crecimiento veloz, competencia mayor y nuevos actores.**

Protección al cliente: 3 pilares

FINANZAS RESPONSABLES



**Regulación para
protección al
cliente y
supervisión**

**Educación y
capacidad
financiera**

**Estándares y
códigos de
conducta para la
industria**

Línea de tiempo



SMART MILESTONES 10 Years of the Smart Campaign



Nuestro Impacto (Julio 2019)



Objetivos de *the Smart Campaign*

1. Participación a nivel de política y promoción con entidades reguladoras usando el Marco del Modelo de ley.
2. Desarrollar capacidades en torno a los estándares Smart 2.0 y seguir actualizando y mejorando los estándares de manera que reflejen los modelos de negocios en evolución y las tendencias de la industria.
3. Implementar estrategias regionales: África, LAC, MENA, Asia.
4. Empoderar y hacer participar directamente a los clientes (p.ej., desarrollar una agenda de investigación y aprendizaje para el trabajo de «Voces de los clientes»).
5. Construir un mercado para la Certificación Smart.

Nuestros socios:



The MasterCard
Foundation



Asian Development Bank



ACCION



SMALL INDUSTRIES DEVELOPMENT BANK OF INDIA



Deutsche Bank



Principios de protección al cliente

1. Diseño y distribución apropiada de productos
2. Prevención del sobreendeudamiento
3. Transparencia
4. Precios responsables
5. Trato justo y respetuoso de los clientes
6. Privacidad de los datos de los clientes
7. Mecanismos para resolución de quejas



Keeping clients first
in microfinance

Diseño y distribución apropiada de productos

Principio en la práctica

Los proveedores prestan una atención adecuada al diseño de productos, a los canales de distribución **y a la selección de socios**, de modo de no causar daño a los clientes.

Para el diseño de los productos y canales de distribución, **y para la elección de los socios**, se tienen en cuenta las características de los clientes.

Tenga en cuenta:

Los productos y servicios apropiados no sólo ofrecen acceso a los clientes, sino también generan valor para ellos.

PPC N.º 1: Estándares de atención

La IF ofrece productos y servicios adaptados a las necesidades de los clientes

- ✓ Política para ofrecer productos / servicios adecuados
- ✓ Reembolso flexible
- ✓ Política de garantía justa
- ✓ Personal capacitado
- ✓ Controles para terceros
- ✓ Proceso transparente - Seguro

La IF monitorea la idoneidad de los productos, servicios y canales de distribución

- ✓ Retroalimentación de los clientes
- ✓ Analizar uso de productos
- ✓ Monitorear la **liquidez del agente / la disponibilidad de la red**

PPC N.º 1: Estándares de atención

Se implementa una política y un proceso documentado para prevenir las técnicas de venta agresivas y la firma forzada de contratos.

- ✓ Definir ventas agresivas
- ✓ Capacitar para proteger los derechos de los clientes
- ✓ Los terceros están capacitados
- ✓ Personal/tercero para monitoreo
- ✓ Incentivos equilibrados
- ✓ Técnicas de mercadeo



Keeping clients first
in microfinance

Prevención del sobreendeudamiento



Principio en la práctica

El sobreendeudamiento se evita en el diseño de productos a través de criterios de elegibilidad cuidadosamente definidos y rigurosamente evaluados y mediante la definición de umbrales de deuda limitados. Debería haber fundamento para el establecimiento de objetivos y los esquemas de incentivos, y la gerencia superior debería monitorear y responder a temas relacionados con la calidad de la cartera.

PPC N.º 2: Estándares de atención adecuada

Política y proceso bien documentado para las aprobaciones de préstamos sobre la base de información y criterios apropiados

- ✓ Definir deuda máxima y usar análisis de flujo de fondos
- ✓ La aprobación NO depende de garantías y cobertura de seguro
- ✓ El análisis de la capacidad de reembolso se hace en cada oportunidad y para cada miembro del grupo
- ✓ El proceso de toma de decisiones de crédito incluye por lo menos 1 empleado que no sea de campo
- ✓ Política de apaciguamiento entre 2 préstamos y definición de condiciones de pago anticipado
- ✓ Controles internos sólidos para suscripciones
- ✓ TODOS están capacitados en el proceso de crédito

Se utiliza información de informes de crédito

- ✓ Informe a buró de crédito y verificación del mismo
- ✓ Si no hay buró de crédito: intercambio de datos con los competidores

PPC N.º 2: Estándares de atención adecuada

La gerencia superior y la junta directiva monitorean y responden a un riesgo mayor de sobreendeudamiento

- ✓ La calidad de la cartera se monitorea en forma regular
- ✓ Monitoreo de préstamos reestructurados y reprogramados
- ✓ La junta directiva revisa los niveles de sobreendeudamiento y la calidad de la cartera
- ✓ En mercados calientes, políticas de mitigación de riesgos
- ✓ Definir niveles de PAR que desencadenan medidas adicionales

Se mantiene la calidad sólida de la cartera

- ✓ El total de riesgo crediticio por trimestre es $< 10\%$
- ✓ Si $>10\%$ se toman medidas correctivas

Se incentiva al personal a aprobar préstamos de calidad

- ✓ Política y proceso para determinar objetivos de venta
- ✓ Objetivos de productividad razonables
- ✓ Incentivos: equilibrados y revisados anualmente
- ✓ 50% del salario total es fijo y como mínimo es un salario mínimo vital



Keeping clients first
in microfinance

Transparencia

Los beneficiarios de la capacitación que asisten a no menos de 6 horas y no más de 20 horas de instrucción por el presente están obligados a compensar a la institución capacitadora una tarifa equivalente a \$100 por día de capacitación, excepto los días en los que el beneficiario no asistió a más del 75% del tiempo de instrucción.

Transparencia

El principio en la práctica:

Los proveedores deberán transmitir información clara, suficiente y oportuna de un modo y en un idioma que los clientes puedan entender y que les permita tomar decisiones informadas.

Tenga en cuenta:

La transparencia es una condición previa de muchos de los otros principios: en primer lugar, los precios responsables.

PPC N.º 3: Estándares de atención

Se implementa una política y un proceso documentado para exigir transparencia en los términos, las condiciones y los precios de los productos.

adecuada

- ✓ Ofrecen al cliente todos los **documentos con hechos clave**
- ✓ Los contratos de préstamo incluyen información clave sobre proceso de crédito, derechos del cliente
- ✓ Los clientes reciben información sobre **proceso, términos y condiciones** de ahorro
- ✓ Los clientes asegurados reciben **información** en el momento de la inscripción
- ✓ Educación del cliente sobre productos
- ✓ Se brinda información sobre transacción de pago
- ✓ Las tarifas cobradas por terceros se divulgan a los clientes

PPC N.º 3: Estándares de atención adecuada

La IF se comunica con los clientes en un momento adecuado y a través de canales apropiados.

- ✓ **Proceso de comunicación** documentado
- ✓ **Tiempo adecuado** para revisar los contratos
- ✓ Copia firmada del contrato - préstamo, pagos
- ✓ Certificado detallado de cobertura de seguro
- ✓ Renovación - cliente notificado
- ✓ Crédito y ahorros – en forma oral y escrita
- ✓ **Información regular/a demanda** de saldos de cuentas – precisa y clara

PPC N.º 3: Estándares de atención adecuada

La IF adopta las medidas necesarias para garantizar que el cliente entienda y para apoyar las decisiones que éste tome.

- ✓ **Revelar precios públicamente** - Sucursal/agente
- ✓ Material de mercadeo coherente
- ✓ **Participar** en iniciativas de transparencia, si las hay
- ✓ **Personal capacitado** para explicar al cliente y verificar su comprensión
- ✓ Usar idioma local – en forma oral y escrita
- ✓ **Control interno para verificar** las políticas/el proceso



Keeping clients first
in microfinance

Precios responsables



Precios responsables

El principio en la práctica:

Los precios, los términos y las condiciones se establecen de una manera **asequible para los clientes y sostenible para la institución financiera.**

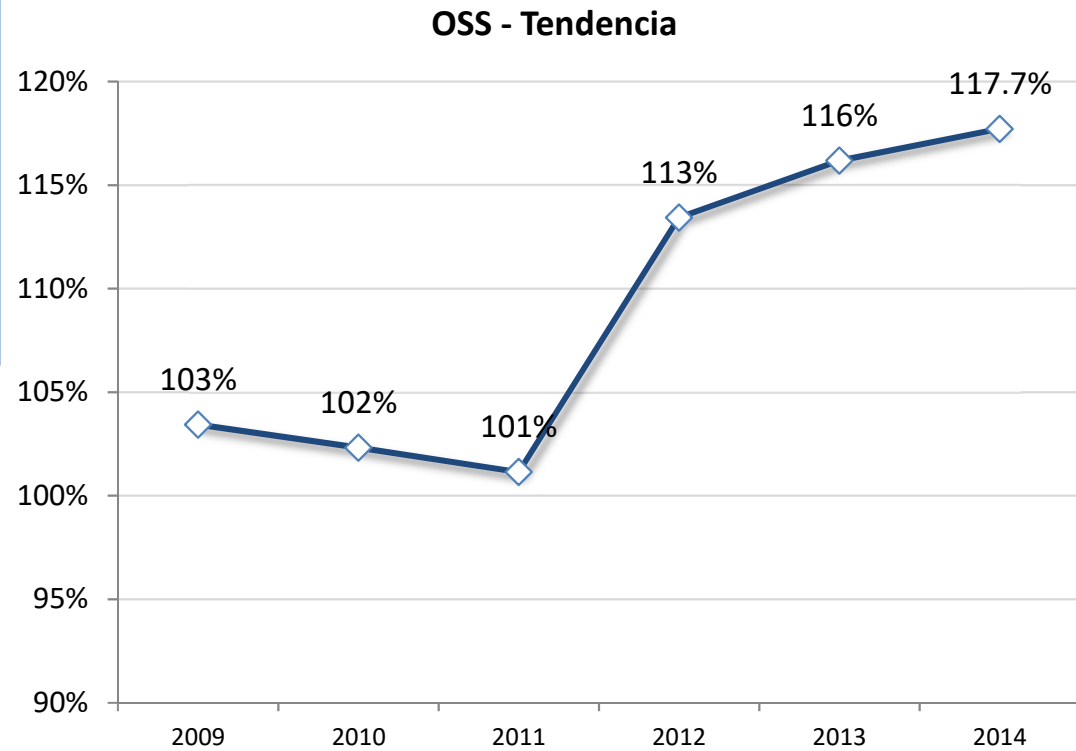
Tenga en cuenta:

La sostenibilidad financiera es necesaria para continuar dando servicio a los clientes, pero no es un fin en sí mismo.

Estándar 4.1

La IF se gestiona en forma sostenible para ofrecer servicios a largo plazo.

✓ Cubre su costo o llega rápidamente al umbral de rentabilidad



Estándares 4.2 y 4.3

La política de precios de la IF está alineada con el interés de los clientes.

- ✓ La BoD monitorea el desempeño según la política
- ✓ Las prácticas de precios son responsables
- ✓ Tasa de interés asequible
- ✓ Tarifas razonables

Los índices financieros de la IF no indican problemas de precios. (Si están fuera de los rangos, debe pedirse a la IF que explique y justifique).

- ✓ Ratio de gastos por pérdida de préstamos dentro del rango
- ✓ Ratio de gastos operativos dentro del rango
- ✓ Ratio de retorno sobre activos dentro del rango



Keeping clients first
in microfinance

Trato justo y respetuoso de los clientes



Principio en la práctica

Los proveedores y sus agentes tratan a los clientes en forma justa y respetuosa, según la definición del código de conducta de la institución. No discriminan ni en la selección de clientes ni en el trato, y garantizan que se implementen protecciones para detectar y corregir la corrupción y el trato agresivo/abusivo por parte del personal y los agentes.

Tenga en cuenta:

La mayoría de los abusos y la discriminación ocurren durante los procesos de venta de préstamos y cobranza de deudas; los proveedores deben prestar especial atención a ellos. Los códigos de conducta deberían definir las sanciones.

PPC N.º 5: Estándares de atención adecuada

El trato respetuoso de los clientes se promueve y se hace respetar a través del código de conducta (CoC)

- ✓ El CoC está bien definido, incluye sanciones
- ✓ El personal y los clientes conocen el CoC
- ✓ El CoC influye sobre las políticas de RH y está alineado con ellas (p. ej., incluidas las evaluaciones de desempeño)
- ✓ Personal y terceros tienen capacitación en el CoC

La política evita la discriminación de los clientes

- ✓ Categorías protegidas definidas
- ✓ Términos y condiciones sólo difieren según análisis de riesgo, mercado meta y necesidades especiales
- ✓ Sin prejuicios de límite de edad

PPC N.º 5: Estándares de atención adecuada

La política define claramente las prácticas apropiadas de cobranza de deudas

- ✓ Definición de apropiado e inapropiado en la política
- ✓ Los clientes conocen las políticas y las opciones
- ✓ Dar tiempo para determinar las razones de la falta de pago
- ✓ Personal/clientes capacitados Verificar capacitación de terceros
- ✓ La reprogramación puede ser caso por caso
- ✓ La política y la gerencia abarcan la garantía
- ✓ Ejecuciones proporcionales, razonables, aseguradas
- ✓ Los clientes no están obligados a vender garantía para pagar la deuda

Se implementan sistemas para prevenir y detectar fraude

- ✓ Proceso para transacciones completadas incorrectamente
- ✓ Pagos: si no se retiran, los fondos se devuelven con una notificación
- ✓ Ahorros asegurados

PPC N.º 5: Estándares de atención adecuada

Las reclamaciones de seguro se procesan en forma justa y rápida

- ✓ Las reclamaciones se resuelven en un plazo de 30 días o menos
- ✓ Se notifica a los solicitantes sobre los cambios
- ✓ Si se rechaza la reclamación, también se los notifica dentro de los 30 días de la presentación

La gerencia prioriza el trato justo y respetuoso de los clientes

- ✓ Parte de las revisiones de resultados clave de la auditoría y gerencia
- ✓ Pruebas y registros



Keeping clients first
in microfinance

Privacidad de los datos del cliente



El principio en la práctica:

El proveedor cumple con todas las leyes de privacidad de datos locales. La información de los clientes se usa solamente de la manera acordada en el momento de la recopilación de datos.

Tenga en cuenta:

Los clientes confían a los proveedores de servicios financieros información personal y financiera muy sensible.

PPC N.º 6: Estándares de atención adecuada

Los datos de los clientes se preservan en forma segura y confidencial.

- ✓ Política/proceso de privacidad - escritos
- ✓ Sanciones en caso de violación
- ✓ Acuerdo con terceros
- ✓ Control de proceso cuando el personal se va
- ✓ Sistema para proteger los datos del cliente
- ✓ Recuperación de desastres/Plan de continuidad empresarial
- ✓ Archivos asegurados – físicos/electrónicos
- ✓ Contraseñas de TI se cambian con frecuencia
- ✓ Realización de copias diarias de respaldo
- ✓ El uso de archivos fuera de la oficina está controlado

PPC N.º 6: Estándares de atención adecuada

Se informa a los clientes sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para el uso de sus datos.

- ✓ Consentimiento escrito – verificaciones de terceros/buró de crédito, etc.
- ✓ Cláusula de privacidad en contratos de productos
- ✓ Se notifica a los beneficiarios
- ✓ Programa de capacitación del personal
- ✓ Capacitación de líderes de grupo
- ✓ Se informa a los clientes que deben proteger sus números PIN
- ✓ La IF verifica la capacitación de personal externa sobre política/proceso de privacidad de datos



Keeping clients first
in microfinance

Mecanismos para resolución de quejas

Mecanismo para resolución de quejas

El principio en la práctica:

Los proveedores tienen un mecanismo para recopilar, categorizar, analizar y responder a quejas de los clientes de manera oportuna.

Este mecanismo está incorporado en las revisiones de desempeño y recompensas del personal y se utiliza para mejorar la calidad de los productos y servicios.

Tenga en cuenta:

Los buzones de sugerencias y/o las encuestas de satisfacción del cliente no sustituyen al mecanismo de quejas.

PPC N.º 7: Estándares de atención

Se implementa un sistema para recibir y resolver quejas de manera efectiva.

- ✓ El personal de primera línea no es el único contacto para quejas
- ✓ Sucursales lejanas y se atienden las quejas de terceros
- ✓ 2 o más canales; reflejan necesidades y preferencias
- ✓ La resolución prioriza la gravedad

La IF informa a los clientes sobre sus derechos a quejarse y cómo presentar una queja.

- ✓ Los clientes están informados sobre los canales
- ✓ Anuncios en sucursales, se usan agentes y folletos
- ✓ Se notifica a los clientes sobre progreso y estado

La IF usa la información de las quejas para gestionar operaciones y mejorar la calidad de los productos y servicios.

- ✓ Revisión regular de indicadores de desempeño clave (KPI)
- ✓ Control interno y muestras de revisiones
- ✓ En evaluaciones y bonos del personal
- ✓ Análisis de datos usados para mejorar
- ✓ Capacitación de personal y terceros cubre



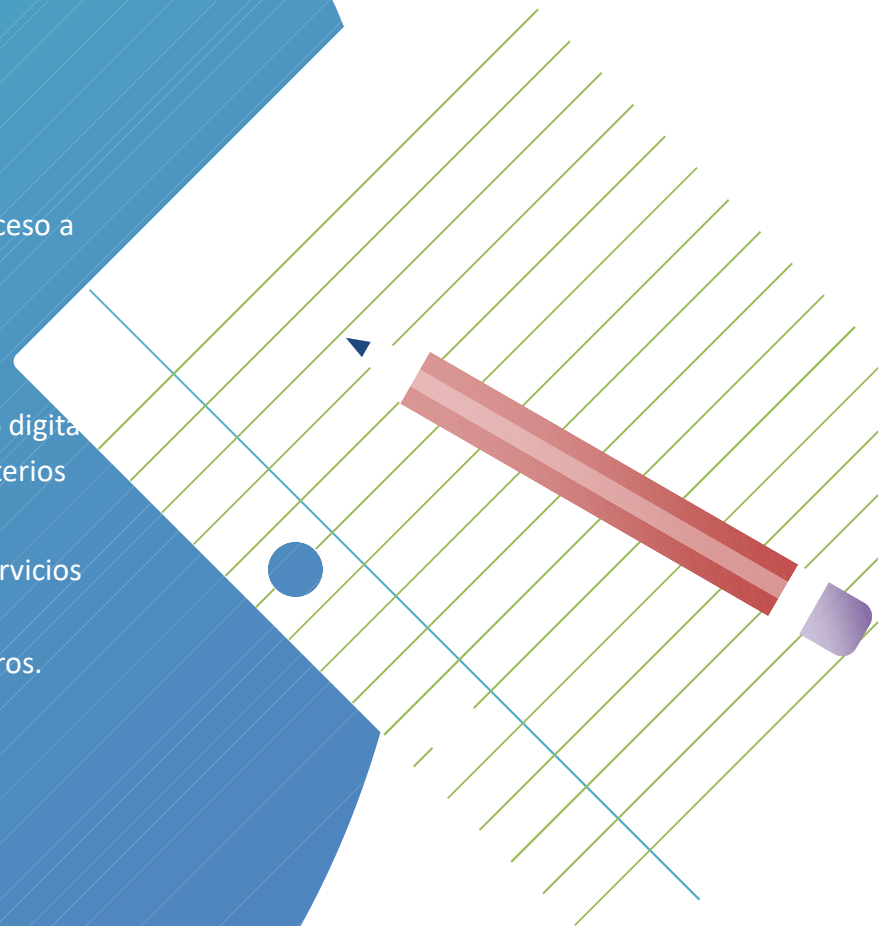
Keeping clients first
in microfinance

Estándares de Protección para Créditos Digitales



¿Por qué ahora?

- Más y más clientes de bajos ingresos en todo el mundo tienen acceso a préstamos digitales que prometen mejorar en sus vidas.
- Los clientes deben estar seguros de que pueden confiar en sus proveedores y sus productos.
- Con un consenso emergente en torno a la importancia del crédito digital responsable, está aumentando la demanda de un conjunto de criterios compartidos para evaluar las prácticas de prestamistas digitales.
- En Smart Campaign, nosotros creemos que los proveedores de servicios financieros y sus clientes pueden beneficiarse mutuamente de la transparencia y el trato justo en el sector de los servicios financieros.



7

Principios de
Protección al
Cliente

24

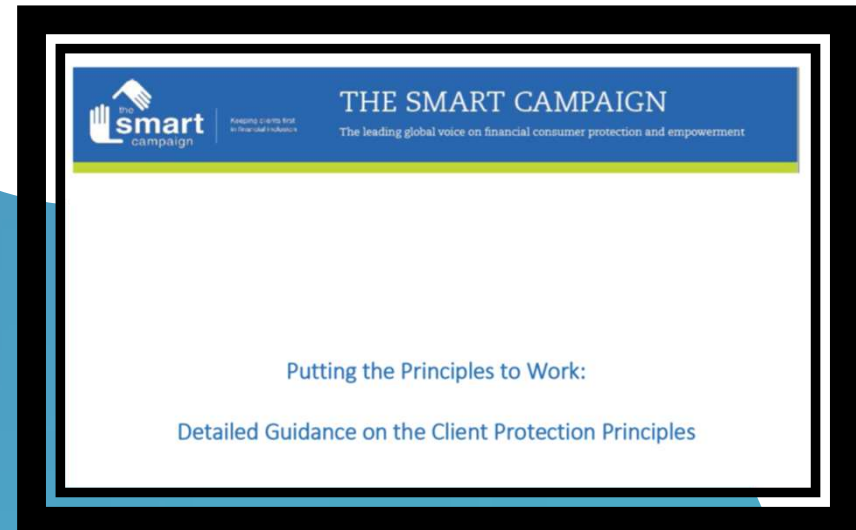
Estándares que
representan
resultados para los
clientes

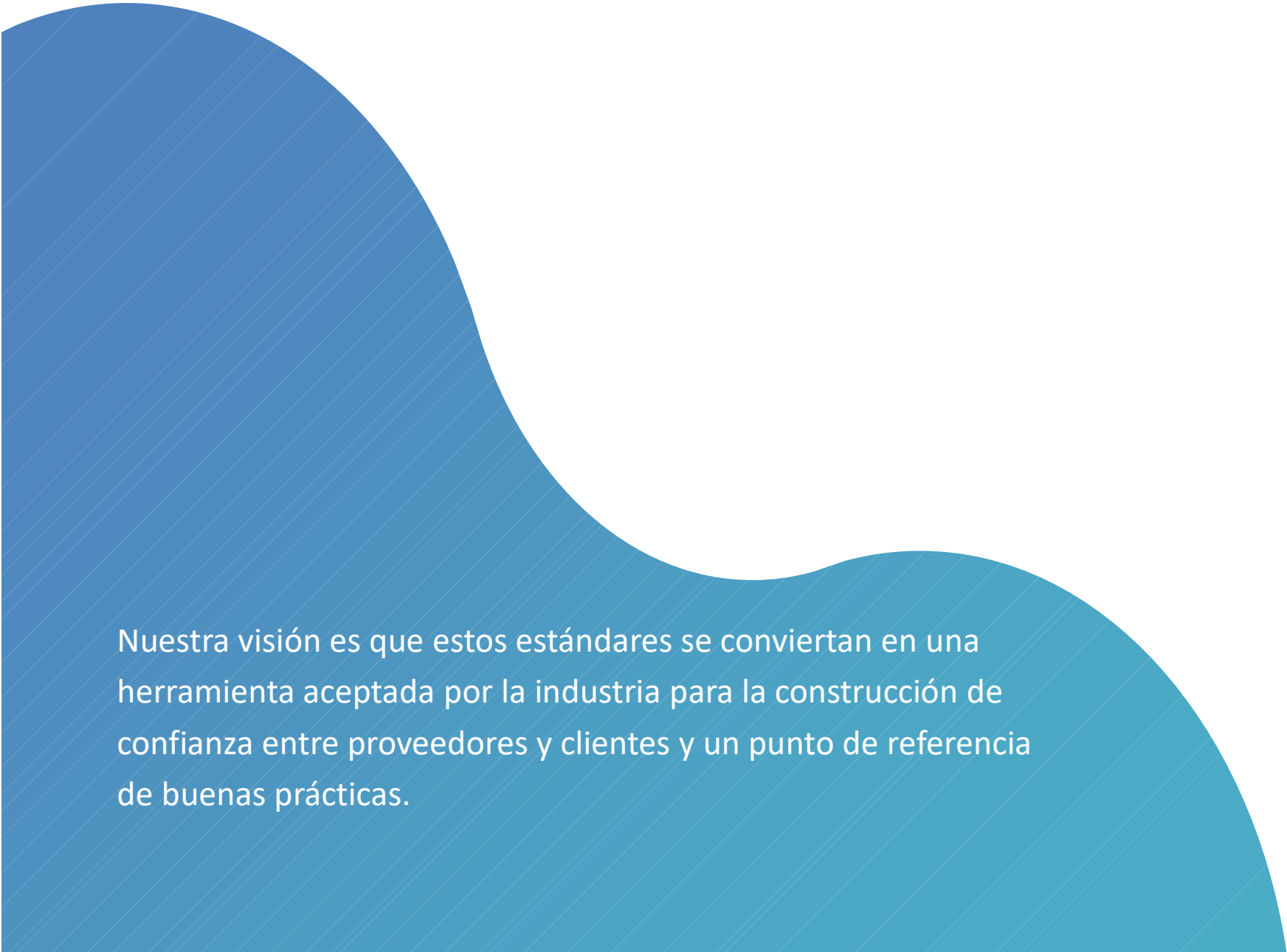
92

indicadores que
representante los
requerimientos técnicos
clave para proveedores

Te presentamos los Estándares de Protección para Créditos Digitales

Estos estándares consolidan lo que hemos aprendido sobre buenas prácticas y nos indican dónde colocar el listón. Proporcionan un punto de partida para las futuras investigaciones e intercambios dentro de la industria.





Nuestra visión es que estos estándares se conviertan en una herramienta aceptada por la industria para la construcción de confianza entre proveedores y clientes y un punto de referencia de buenas prácticas.

Fintech Protects Community of Practice



¿Qué es nuevo en los Estándares de
Protección para Créditos Digitales?

+ Automatización y el consumidor – la importancia de la protección como un principio de diseño

En los modelos con más automatización, hay menor supervisión a nivel de préstamos individuales y más a nivel de la definición de las reglas del juego (ej: algoritmos).

+ Propósito y tendencias

En la etapa temprana de un sector sin puntos de referencia, pedimos a cambio mayor transparencia por parte de los proveedores.

+ Limitaciones de la cadena de valor

Los prestamistas digitales solo tienen control sobre ciertos socios externos (ej: operadores móviles, call centers, entre otros).



¿Qué es nuevo?



¿Qué es nuevo?

+ Seguridad, uso y privacidad más robustos

Se considera la evolución en las áreas de prevención de fraude y seguridad de sistemas.

+ Toque humano en una época digital

Los estándares reflejan la realidad de operaciones -casi totalmente-digitalizadas, pero requiriendo puntos de contacto humano en momentos clave.