



CERTIFICACION EN PROTECCION AL CLIENTE

Reporte para CREZCAMOS SA, Bucaramanga, Colombia

Certificado en Septiembre de 2013

Misión Realizada por MicroFinanza Rating

Aldo Moauro, Director Ejecutivo, MicroFinanza Rating

Michela Broseghini, Analista Líder en Misión de Certificación

"Las instituciones financieras certificados han demostrado su compromiso y práctica para tratar las personas quienes prestan servicios justamente. Contribuyen a una industria de microfinanzas que prioriza el cuidado del cliente."

- Isabelle Barrès, Directora, the Smart Campaign

Ejemplos Selectos de Prácticas

Este documento fue preparado por MicroFinanza Rating, un certificador licenciado del Programa de Certificación de Protección del Cliente de la Smart Campaign. Contiene extractos de análisis de una misión de certificación llevado a cabo en Crezcamos SA. Crezcamos SA fue certificada la protección al cliente en Septiembre de 2013.

Misiones de certificación implican un examen teórico simplificado de las políticas y los procedimientos seguidos por una visita de debida diligencia en las instalaciones, que incluye extensas entrevistas con el personal y discusiones en grupos focales con los clientes de la institución. El certificador busca pruebas de cumplimiento de los [Principios de Protección al Cliente](#) como lo demuestra cumplimiento de los [estándares](#) relacionadas con cada principio en las políticas institucionales, procedimientos, sistemas, cultura organizacional y el comportamiento del personal. Para obtener la certificación, la institución debe cumplir con todos los estándares de protección al cliente. Sólo las organizaciones que pasan la certificación se darán a conocer de forma pública. Estado de la certificación es válido por un máximo de dos años, después de que una entidad debe someterse a una nueva misión de la certificación.

Este resumen presenta fragmentos seleccionados de la certificación de análisis de la misión, que en total abarca 30 estándares de cuidado. La evidencia presentada no es exhaustiva, sino más bien tiene intención de ilustrar cómo se practican los [estándares de certificación](#) para poner de relieve las prácticas específicas de esta institución. Animamos a los lectores para hacer referencia a los estándares de protección al cliente la lectura de este informe. Para obtener más información sobre el programa de certificación y una lista de las organizaciones certificadas por favor visite el sitio web de la Smart Campaign <http://www.smartcampaign.org/certification>

Si tiene cualquier pregunta o comentario sobre este reporte, por favor contacte a:

MicroFinanza Rating

Via Rigola 7-20159

Milan, Italia

Tel: +39-02-3656.5019

aldo.moauero@microfinanzarating.com

Ejemplos Selectos de Prácticas

Principio de Protección al Cliente 1 – Diseño y distribución apropiada de productos

- Variedad aceptable de productos de créditos, dirigidos a financiar principalmente actividades generadoras de ingresos (comercio, servicios, producción, agricultura, ganadería). Oferta adecuada de micro seguros voluntarios de vida, hogar, microempresa y agrícola, diseñados en conjunto con la aseguradora en base a la características de los clientes.
- Segmentación de clientes en base a las características de los clientes y necesidades de los distintos negocios, con plan de beneficios que incluye tasas preferenciales.
- Metodología de diseño de productos basada en identificación de las necesidades de los clientes, validación de la utilidad y grado de satisfacción de las necesidades del cliente y monitoreo de la reacción de clientes en la fase piloto.
- La IMF no utiliza técnicas de ventas agresivas; los ejecutivos de crédito están concientizados sobre la importancia de crear relaciones de largo plazo con los clientes y saben que el trato agresivo puede implicar procesos disciplinarios.

Principio de Protección al Cliente 2 – Prevención del sobreendeudamiento

- Evaluación de la capacidad de pago basada en datos de ingresos, gastos y obligaciones de la unidad familiar. Se consideran los ingresos por ventas regulares y otros ingresos de la unidad familiar con respaldo. Para actividades agropecuarias, el análisis se basa en el flujo de caja por ciclo productivo. Realiza sistemáticamente visita al negocio y domicilio en cada ciclo de crédito.
- La gerencia revisa diariamente la calidad de la cartera por oficina gracias a la generación automática en un aplicativo de reportes compartidos con los directores de oficina. Auditoría interna produce reportes de cumplimiento con las políticas para prevenir el sobre endeudamiento. Unidad de riesgos realiza análisis sistemáticos de endeudamiento cruzado basado en información de la central de riesgos.
- Visitas de Auditoría interna a negocio y domicilio se enfocan a control de la existencia del cliente, destino del crédito, análisis de capacidad de pago; la muestra de clientes representa el 10% de las operaciones colocadas en el período auditado. Hallazgos en el período de análisis: 67% de sucursales con cumplimiento de políticas de capacidad de pago > 95%.

Principio de Protección al Cliente 3 – Transparencia

- La IMF participa en MFTransparency. El plan de pagos desglosa las componentes de la cuota e indica los valores totales a pagar por cada concepto, así como el valor total final. Se indica claramente tasa de interés nominal y efectiva, tasa de interés de mora y costos relacionados con la cobranza.
- Contrato escrito en lenguaje común, sin letra menuda. La IMF utiliza distintos canales para informar el cliente sobre productos: kit de bienvenida (incluye todos los documentos del crédito y explicativos del pagaré, condicione y costos de productos de crédito y seguros), explicación verbal de los ejecutivos y asesores comerciales, videos en las oficinas.
- Estado de cuenta parcial entregado a pedido del cliente, incluye información sobre pago actual, sucesivo y nuevos saldos de capital, seguros y otros.

Principio de Protección al Cliente 4 – Precios responsables

- Tasa de interés APR alineado con los competidores directos.
- Niveles de eficiencia operativa (tasa de gastos operativos anual del 23% a sep-13) en línea con el grupo de pares del benchmark regional y niveles de productividad (256 prestatarios por ejecutivo

Ejemplos Selectos de Prácticas

comercial a sep-13) razonables, en consideración de la constante contratación de personal comercial para las nuevas oficinas. Datos de benchmark utilizando datos MIX 26,7% y 203 para LAC (IFNB), 17,8% y 279 para LAC (ASF), 37,6% y 254 para LAC (joven).

- No aplica multa por prepago del total del crédito, y se descuentan los intereses y las cuotas del seguro por vencer. Las tarifas de tramitación jurídica están en línea con las otras entidades micro financieras y en conformidad con lo permitido por la ley.

Principio de Protección al Cliente 5 – Trato justo y respetuoso de los clientes

- Código de Conducta formalizado y aprobado por el Comité de calidad, incluye pautas éticas en la relación con el cliente, enfatizando el respeto hacia el cliente; es presentado y discutido en la inducción al personal.
- Manual de recuperación de cartera incluye principios de buen trato hacia el cliente en la gestión de cobro, lineamientos de comportamiento esperados, comportamientos que se considera violan los derechos de los clientes, indicaciones de confidencialidad en actividades de cobro. Régimen sancionatorio aplica en casos de faltas contra el Código de conducta.
- Política de reestructuración para clientes en situación de mora o con posibilidad de caer en mora, por adversidades excepcionales en el desarrollo de las actividades micro empresariales.

Principio de Protección al Cliente 6 – Privacidad de los datos del cliente

- Política de privacidad incluida en el reglamento interno de trabajo y Código de conducta.
- Aplica voluntariamente la Circular 052-2012 sobre seguridad y calidad en el manejo de la información dirigida a instituciones reguladas.
- Módulo de auditoría y seguridad informática integrado al SIG para garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad, integridad y disponibilidad de datos.
- Personal adecuadamente capacitado sobre confidencialidad, registro y seguridad de datos; régimen de sanciones aplica en caso de actos graves contra la reserva de la información.
- Explicación y lectura de política de privacidad de la información del cliente, incluyendo normas para compartir información personal y financiera con terceros.
- El cliente firma una autorización para consulta y reporte en las centrales de riesgos.

Principio de Protección al Cliente 7 – Mecanismos para resolución de quejas

- Área de Servicio al cliente con políticas formalizadas y sistema de resolución de Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Felicitaciones.
- Asesores comerciales informan al cliente sobre su derecho a poner quejas y reclamos y los canales para tramitarlos, indicados claramente en el kit de bienvenida entregado al cliente. Los documentos del crédito y el material de promoción incluyen líneas de atención al cliente.
- Sistema de resolución de PQRSF alimenta planes de acción que establecen medidas de revisión/corrección/actualización/modificación de los productos y servicios.