



CERTIFICACIÓN EN PROTECCIÓN AL CLIENTE

Reporte de FINCA México

Cuernavaca, México.

Certificada en Junio 2016

Misión realizada por MicroFinanza Rating

Aldo Moauro, Director Ejecutivo, MicroFinanza Rating

Michela Broseghini, Analista Principal para la Certificación

“Las instituciones financieras certificadas han demostrado su compromiso y práctica para tratar a las personas a quienes le prestan servicios de manera justa. Estas instituciones contribuyen a que ésta sea una industria que prioriza el cuidado del cliente.”

- Isabelle Barrès, Directora, the Smart Campaign

Este documento fue preparado por MicroFinanza Rating, certificador licenciado del Programa de Certificación de Protección del Cliente del Smart Campaign (Certificación CPP, por sus siglas en inglés). Contiene extractos del análisis de la evaluación llevada a cabo en FINCA México, certificada en protección al cliente en Junio 2016.

Las misiones de certificación implican, primero, una revisión de las políticas y procedimientos, seguido por una visita en la institución, que incluye entrevistas con el personal y discusiones en grupos focales con los clientes. El certificador busca evidencia del cumplimiento de los [Principios de Protección al Cliente](#) según los [estándares](#) relacionados 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. La certificación tiene una vigencia máxima de dos años, luego de la cual debe someterse a una nueva misión de certificación.

Este resumen presenta fragmentos seleccionados del análisis realizado, que abarca 30 estándares de protección al cliente. La evidencia presentada tiene la intención de ilustrar cómo la institución evaluada pone en práctica los [estándares de certificación](#). Recomendamos la lectura de este informe como referencia a los estándares de protección al cliente. Para obtener más información sobre el programa de certificación y una lista de las organizaciones certificadas por favor visite el sitio web del Smart Campaign (<http://www.smartcampaign.org/certification>).

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

Via Rigola 7-20159

Milan, Italia

Tel: +39 02 3656 5019

info@microfinanzarating.com

www.microfinanzarating.com

Ejemplos selectos de mejores prácticas

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

- FINCA México ofrece principalmente crédito bajo metodología de banca comunal, sin embargo, para responder a las necesidades de clientes con negocios semi-formales de adquisición de activos fijos, se ha rediseñado el crédito de grupos solidarios y se ha introducido el crédito individual de montos mayores.
- Se ha quitado durante 3 años el requisito de garantía líquida, y con base a resultados de grupos focales se ha reintroducido en 2015 únicamente desde el 1er ciclo hasta el 3er ciclo, devolviéndola al 4to ciclo a los grupos con buen historial de pago.
- Aplica un esquema de devolución del valor pagado en concepto de intereses (incentivos) a los grupos con buen historial de pago (con devolución en mayor porcentaje a la mesa directiva por buena gestión del grupo).
- Aplica frecuencia de pago catorcenal, semanal y cada veintiocho días.
- Cuenta con lista formalizada de bienes que no pueden ser tomados en garantía o no son susceptibles de embargo, aplicables en aquellos casos de recuperación judicial.
- Capacita a la mesa directiva de los grupos sobre la prohibición de embargo o decomiso de bienes.
- Cuenta con un Procedimiento para analizar las razones de salida de los clientes; se producen reportes trimestrales de encuestas telefónicas y grupos focales.
- El desarrollo de nuevos productos considera información proveniente de los canales de retroalimentación de los clientes, incluyendo el sistema de resolución de quejas y reclamos.
- La cobertura del seguro de desgravamen incluye: la posibilidad de intervención quirúrgica e incapacidad total y permanente del titular, para las cuales se cubre la cuota por un período de 30 días; invalidez total y temporal del titular y de su cónyuge, \$10,000 por pagos funerarios.
- La institución no utiliza técnicas de venta agresivas; no existen presiones o penalizaciones graves en caso de que el cliente decida descansar algún ciclo.

Principio de Protección al Cliente 2 - Prevención del sobre-endeudamiento

- En las políticas de consolidación de grupo se enfatiza que los miembros deben conocerse ya sea porque viven o trabajan en el mismo vecindario (hasta 20 minutos del sitio de reunión); existen políticas sobre aceptación de familiares y no aceptación de cónyuges en un mismo grupo de crédito comunal.
- Se revisa el historial crediticio de los miembros y se han definido límites de endeudamiento (FINCA como hasta la cuarta cuenta abierta) y rangos de score de círculo de crédito. Montos máximos por ciclo y aumento progresivo de los montos de créditos de acuerdo al ciclo.
- El Jefe de Crédito o Gerente de Sucursal participan en todas las reuniones de consolidación de grupos y desembolsos, para garantizar el control metodológico.
- El asesor de crédito realiza un análisis socio económico al cliente, que prevé la visita sistemática a los miembros de la mesa directiva y a clientes nuevos y personas políticamente expuestas.
- Se producen informes diarios sobre la cartera en riesgo y se realizan sistemáticamente análisis de concentración de mora y análisis de cosecha.
- Para acceder a los incentivos los asesores de crédito deben cumplir con metas mínimas de calidad de cartera (CeR1 y CeR30); cada décima de mora que se disminuya, aumenta el

Ejemplos selectos de mejores prácticas

incentivo en 0.6%. A medida que el asesor de crédito disminuya el PAR 1 de su cartera asignada, tiene la posibilidad de aumentar el porcentaje de su sueldo base.

Principio de Protección al Cliente 3 – Transparencia

- FINCA México revela información de todas las condiciones y componentes de costo del crédito, las mismas que son incluidas en varios documentos: contrato de crédito, carátula (hoja de resumen que detalla monto del crédito, plazo, CAT, tasa de interés anual y tasa de interés moratorio) pagaré individual, plan de pagos grupal, tarjeta individual de pagos. La tarjeta individual de pagos muestra claramente a nivel individual el monto total aprobado y el monto total a pagar, que incluye todas las componentes de costo del crédito
- Cuenta con una Guía del proceso de crédito, que incluye directrices claras para que los asesores de crédito expliquen las principales características del crédito a los clientes en las distintas etapas del proceso. En la etapa del desembolso, el asesor de crédito lee un resumen del contrato de crédito, explicando las condiciones del crédito y mostrando la carátula.
- Publica información de precios en su página web, donde detalla el CAT promedio anual (incluye intereses, comisiones, prima de seguros, incentivos de puntualidad etc.; no incluye garantía líquida según metodología de cálculo del BCM), la cuota, tasa de interés anual con IVA y sin IVA, costo de comisiones, pago anticipado, pago tardío y comisión por manejo de cuenta (de acuerdo a la normativa de CONDUSEF). Adicionalmente, el tarifario de comisiones se encuentra expuesto al público en todas las sucursales.
- Los clientes disponen de suficiente tiempo para revisar las condiciones de los créditos, hacer preguntas y recibir información adicional durante las reuniones de formación, consolidación y desembolso; la tarjeta de pago entregada al cliente se encuentran el número telefónico del Centro de Atención FINCA (CAF).

Principio de Protección al Cliente 4 - Precios responsables

- Las tasas de interés aplicadas por FINCA México son orientadas al mercado y no discriminan por género, edad, afiliación política, etnia, discapacidad, orientación sexual y religión.
- Según cálculos reportados por la institución, la devolución de incentivos a clientes representó durante el año 2015 en promedio el 20% de sus ingresos por intereses, lo cual se traduce en indicadores de rentabilidad moderados en relación a los principales competidores. Con respecto al monto promedio de crédito otorgado sobre PIB per cápita, FINCA México registra un indicador del 4.7% a dic 15.
- FINCA México mantiene ratios de eficiencia alineados con sus principales competidores y con tendencia decreciente respecto a años anteriores.
- Las comisiones por pago anticipado o pre cancelación cobradas por la institución financiera están en línea con las disposiciones emitidas por la CONDUSEF.

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

- El Código de Ética y Conducta detalla los valores organizacionales (INSPIRES) y estándares específicos de conducta profesional que se espera de todo el personal involucrado en la gestión de cobranza. Las líneas directrices de comportamiento para el personal del área jurídica y los agentes externos de cobranzas han sido formalizadas.
- Existen claras directrices para la capacitación a la mesa directiva sobre las prácticas

Ejemplos selectos de mejores prácticas

aceptables/no aceptables en las actividades de cobranza del grupo. El Reglamento interno del grupo incluye la protección del patrimonio y bienes de los integrantes.

- El sistema de incentivos no promueve la aplicación de malas prácticas de cobranza, considerando que el impacto de la morosidad en el sistema de incentivos es gradual (premio por mora reducida o castigo por mora elevada).
- El proceso de inducción incluye la revisión del Código de Ética y Conducta, así como ejemplos prácticos de situaciones en las que cierto tipo de interacción con el cliente podría resultar en un incumplimiento del Código.
- En la evaluación de desempeño de los asesores de crédito, se consideran competencias que demuestran el comportamiento ético (apego a normas e integridad), conducta profesional (asumir responsabilidades, capacidad para aprender y enfoque a resultados) y la interacción de los clientes (enfoque al cliente y actitud de servicio), sumando una participación del 40% del puntaje total.
- El área de Control Interno realiza llamadas telefónicas a clientes, aplicando un check list de preguntas que incluyen aspectos de atención al cliente.

Principio de Protección al Cliente 6 - Privacidad de datos del cliente

- La institución cuenta con una Política de Privacidad y Manejo de la información confidencial que incluye: definición de información confidencial, lineamientos de acceso, transferencia y uso de la información, protección y resguardo.
- Ofrece al personal un curso de capacitación sobre Privacidad de los Datos Personales de Nuestros Clientes, que hace en cómo comunicar y explicar al cliente el tema de la privacidad de la información y como es compartida con terceros. Se capacita a la mesa directiva sobre cómo tratar los datos personales de los integrantes.
- El cliente firma una autorización para el uso de la información incluida en la solicitud de crédito, tras recibir explicación del contenido de la cláusula de parte del asesor de crédito, así como para uso de información o fotografías en anuncios publicitarios, material de mercadeo y otra información pública.
- La institución ha establecido una infraestructura y procesos para proteger la confidencialidad, seguridad, precisión e integridad de la información del cliente a nivel electrónico y físico.

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

- En las sucursales se encuentra expuesta al público la información del derecho a presentar quejas y reclamos a través de las unidades internas CAF (Centro de Atención al Cliente FINCA) y UNE (Unidad Especializada de Atención a los Clientes).
- El asesor de crédito informa al cliente en la etapa de desembolso sobre los mecanismos que puede usar para transmitir sus quejas, sugerencias y solicitudes de información, además en la tarjeta de pago entregada a los clientes se encuentra la línea gratuita del CAF.
- El proceso de inducción incluye el proceso de resolución de quejas y reclamos dirigido a todo el personal que interactúa con los clientes.
- El Procedimiento de quejas y reclamaciones lista las sanciones en caso de no canalizar las quejas y reclamos, y el Código de Ética y Conducta también trata este tema.