



## CERTIFICACION EN PROTECCIÓN AL CLIENTE

*Reporte EDPYME RAIZ*

*Lima, Perú*

*Certificado en Agosto de 2014*

Misión Realizada por MicroFinanza Rating  
Analistas: Michela Broseghini y Erlan Llanos

## Ejemplos de Prácticas Seleccionadas

*"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

Este documento fue preparado por MicroFinanza Rating, certificador licenciado del Programa de Certificación de Protección del Cliente de Smart Campaign (Certificación CPP, por sus siglas en inglés). Contiene extractos del análisis de la evaluación llevada a cabo en EDPYME RAIZ, certificada en protección al cliente en Agosto de 2014.

Las misiones de certificación implican, primero, una revisión de las políticas y procedimientos, seguidos por una visita en la institución, que incluye entrevistas con el personal y discusiones en *focus group* con los clientes. El certificador busca evidencias del cumplimiento de los [Principios de Protección al Cliente](#) (CPP, por sus siglas en inglés), 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 pone en práctica la institución evaluada 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 de Smart Campaign <http://www.smartcampaign.org/certification>

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

Via Rigola 7-20159

Milan, Italy

Tel: +39-02-3656.5019

aldo.moauero@microfinanzarating.com

## Ejemplos de Prácticas Seleccionadas

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

- EDPYME RAIZ cuenta con una oferta de productos de crédito en línea con las características de la población meta, orientada a financiar distintas necesidades de capital de trabajo, activo fijo, multi-propósito, mejoramiento y adquisición de vivienda, destinos específicos como el cultivo de café (Raíz Café) y créditos especiales de campaña.
- Existe una segmentación de clientes en base a las características de los clientes y las necesidades de los distintos negocios, con esquema de tasas preferenciales.
- Procedimiento para la creación de nuevos productos incluye la definición formal de los canales de retroalimentación de los clientes.
- No se utilizan técnicas de venta agresiva; los funcionarios de negocios son conscientes sobre la importancia de crear relaciones de largo plazo con los clientes.

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

- La institución cuenta con políticas, reglamentos y procedimientos de crédito adecuados para efectuar el análisis de la capacidad de pago de los clientes.
- Evaluación de la capacidad de pago basada en datos de ingresos, gastos y obligaciones de la unidad familiar. Políticas prudentes para considerar otros ingresos.
- Se realizan sistemáticamente visitas al negocio y domicilio del cliente en cada ciclo de crédito, inclusive para créditos paralelos de campaña.
- La institución ha implementado un mecanismo de supervisión cruzada (jefe de agencia, supervisor regional, coordinador de negocios) para garantizar la aplicación uniforme de las políticas.
- Se generan reportes diarios de calidad de la cartera por oficina dirigidos a funcionarios de negocios, jefes de agencia, supervisores regionales y mandos superiores.
- El área de riesgos efectúa un análisis mensual sobre el comportamiento de la calidad de la cartera de créditos y los niveles de sobre endeudamiento en el sector; se han definido políticas de crecimiento prudente en consideración del riesgo de sobre endeudamiento.
- Dentro del esquema de incentivos para los funcionarios, la variable de calidad de cartera es un factor determinante para el acceso al incentivo. El esquema considera la mora por cosecha.
- Se realizan visitas de Auditoría interna al negocio y domicilio del cliente se enfocan al control de la existencia del cliente, destino del crédito, análisis de capacidad de pago; se revisa aproximadamente el 5% del total de los desembolsos de los últimos tres meses en cada agencia.

### Principio de Protección al Cliente 3 - Transparencia

- La institución tiene un tarifario de acceso libre para el público en cada oficina, el cual presenta los términos y condiciones de los productos de crédito ofrecidos.
- La institución revela la tasa de costo efectivo anual para cada producto por monto en su página web y en cada oficina en formato físico. Se ha adherido a la iniciativa de [mftransparency.org](http://mftransparency.org) - Promoting Transparent Pricing in the Microfinance Industry (MFT).
- El plan de pagos desglosa los componentes de la cuota e indica los valores totales a pagar por cada concepto, así como el valor total final. No se cobran comisiones. Se indica

## Ejemplos de Prácticas Seleccionadas

claramente la tasa de costo efectivo anual, la tasa de interés de mora y los costos relacionados con la cobranza.

- La institución ha implementado un formato de contrato de crédito basado en un modelo de preguntas y respuestas, más sencillo y amigable para el cliente. Se ha establecido la traducción al idioma Aymara de la información presentada en las sucursales y de los documento del crédito.
- Cada cliente recibe una copia de la póliza del seguro de desgravamen que estipula el procedimiento en caso de siniestro, el precio del seguro, las coberturas, el monto asegurado, las exclusiones e información sobre la defensoría del asegurado.
- Se cuenta con un guión para el personal de plataforma con la información que debe ser comunicada al cliente durante el desembolso.
- El comprobante de pago de la cuota incluye información sobre el monto de la próxima cuota y la fecha de vencimiento, así como el saldo del crédito. Se brinda la opción de solicitar envío al domicilio.

### Principio de Protección al Cliente 4 - Precios responsables

- Tasas de interés efectiva en línea con el mercado y que no discriminan; tasa de costo efectivo anual para productos dirigidos a capital de trabajo y activo fijo por debajo del mercado.
- Se efectúan periódicamente estudios de tasas de interés en las diferentes regiones atendidas.
- No aplica penalidades por pagos anticipados parciales o totales, descontando intereses y seguro de desgravamen.

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

- Código de conducta y Reglamento interno de trabajo son aprobados por el Directorio, difundidos en la inducción al personal. El régimen de sanciones es aplicado en casos de faltas contra el Código de conducta.
- La guía de cobranzas incluye las prácticas aceptables e inaceptables de cobro.
- Se requiere un compromiso escrito de las empresas de cobranza externa para cumplir con los lineamientos de protección al cliente y las prácticas de cobranza adoptadas por RAIZ.
- La evaluación de desempeño en servicio al cliente aplicado al personal de negocios y plataforma, se enfoca en la interacción con los clientes así como el comportamiento ético y profesional.

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

- Las Políticas de privacidad están incluidas en el reglamento interno de trabajo, código de conducta, política de seguridad y el procedimiento para el tratamiento de la información.
- Cuenta con un sistema de información con adecuado nivel de seguridad, políticas de acceso por perfil y cambios de claves.
- Programa de capacitación a todo el personal sobre políticas y procedimientos en materia de seguridad de la información, con enfoque a la preservación de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, en línea con la regulación reciente (Circular G-

## Ejemplos de Prácticas Seleccionadas

140, Ley 29733 de protección de datos).

- Política de prohibición de intercambio de la información de los clientes entre entidades financieras.
- Cuenta con una guía para informar al cliente (durante el desembolso) acerca del uso de sus datos en el proceso crediticio y como son compartidos con el ente supervisor (SBS) y con las entidades financieras a través de centrales de riesgo.
- El cliente firma una autorización para consultar su historial de pago y reportar su crédito a las centrales de riesgos.

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

- Los clientes son informados sobre su derecho a presentar quejas o reclamos a través de paneles informativos, página web, folletos y documentos de crédito.
- La entidad tiene un sistema específico de manejo de quejas que permite monitorear el estado del proceso de resolución y el cumplimiento de los tiempos establecidos.
- Cuenta con una unidad de atención al cliente formalmente establecida, la misma que está a cargo del manejo de las estadísticas de los reclamos y quejas y de proponer mejoras en los procesos.
- Se han impulsado mejoras concretas en la hoja resumen del crédito y en el plan de pagos en base a la retroalimentación de los clientes a través del proceso de quejas y reclamos.