



## CERTIFICACIÓN EN PROTECCIÓN AL CLIENTE

*Reporte de Opportunity International Colombia*

*Bogotá, Colombia.*

*Certificada en Septiembre 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 Opportunity International Colombia (OI Colombia), certificada en protección al cliente en Septiembre 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 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 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](mailto:info@microfinanzarating.com)

[www.microfinanzarating.com](http://www.microfinanzarating.com)

## Ejemplos selectos de mejores prácticas

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

- OI Colombia cuenta con una buena capacidad de diseñar y modificar los productos de crédito, ahorro y seguro, en base a las características y necesidades de su población meta. El calendario de pago adecua al flujo de ingresos del negocio del cliente. No se aplican comisiones que causan el agotamiento del ahorro y los Certificados de Depósitos a Terminos se renuevan solo bajo consentimiento del cliente.
- La institución investiga las razones de salida de los clientes con frecuencia trimestral bajo muestreo de clientes individuales y grupales.
- La IF utiliza la retroalimentación de los clientes para realizar modificaciones en sus procesos y productos. El Manual de Reglamento de Productos establece que se tomarán en cuenta las encuestas de salida de los clientes y todas las PQRS (Peticiónes, Quejas, Reclamos y Sugerencias).
- La IF cuenta con un sistema de metas e incentivos para los asesores y toda la fuerza comercial que no promueve la venta agresiva y considera las características de las distintas metodologías individual y grupal.

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

- El análisis de la capacidad de pago de crédito individual toma en consideración la unidad económica familiar e incluye el endeudamiento de todos los miembros del hogar. El procedimiento de aprobación del crédito para los grupos de confianza pasa por 5 etapas distintas donde OI Colombia asegura la auto-selección prudente de los miembros del grupo y explica el concepto del pago solidario.
- La política de capacidad de pago es adecuadamente diseminada entre el personal y se utiliza de manera uniforme y sistemática en toda la red de sucursales para los dos productos de Crédito Individual y Grupos de Confianza.
- La Junta Directiva y Gerencia monitorean constantemente la calidad de la cartera de crédito, incluyendo los indicadores de castigos y reestructuraciones y un análisis de cosecha revisado por el Comité de Riesgo.
- Las metas de productividad y esquema de incentivos se consideran adecuados e impulsan el equilibrio entre los objetivos de crecimiento y de calidad de la cartera. En 2015 la parte de remuneración variable para los asesores individuales y grupales representó en promedio entre el 15% y el 44% del salario total.
- La IF aplica el filtro de la central de riesgo por cada crédito y en cada ciclo de préstamo.
- El gerente de oficina se encarga de la verificación del buró de crédito por cada crédito antes de aprobar el mismo durante el Comité de Crédito; el área de operaciones hace controles ex post y el departamento de auditoría interna revisa la información dentro del expediente por muestra y asegura el cumplimiento de las políticas dirigidas a mitigar el riesgo de sobreendeudamiento.
- Se genera información sobre las reestructuraciones con una frecuencia mensual. El sistema de información de la IF distingue las reestructuraciones de otros préstamos.
- OI Colombia acepta el pago anticipado del capital si todo el grupo está de acuerdo, pero no permite tomar otro crédito enseguida, así mismo, si un solo miembro decide hacer un pago anticipado, deberá esperar el término del ciclo para renovar.

## Ejemplos selectos de mejores prácticas

### Principio de Protección al Cliente 3 – Transparencia

- La IF revela la totalidad de los precios y términos de sus productos financieros. En cada oficina está colgada una cartelera que enseña todas las tasas y tarifas asociadas al otorgamiento del crédito: tasa del crédito vigente, el costo del seguro, la consulta a la central de riesgo, la comisión MIPYME y el 4x1000. De igual manera las cartillas indican las tasas de interés pasivas para los productos de ahorro (cuentas de ahorros y CDTs).
- La IF entrega una carta de condiciones generales para todos clientes de productos de crédito, un reglamento de productos de ahorro para los de ahorro y un folleto informativo para las condiciones del seguro de desgravamen (obligatorio), además de un cronograma de pago que desglosa: valor capital, valor interés, valor de otros conceptos y valor cuota total a pagar.
- Se explica al cliente de créditos individuales el comportamiento de la tasa variable indexada a la DTF y se brinda la motivación por la cual no puede producir y entregar un plan de pago para estos tipos de créditos.

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

- No se discrimina la clientela con la aplicación de tasas diferenciadas. En particular, para los GC, la tasa de interés aplicada es la misma para todos los clientes (tasa máxima permitida por ley).
- La IF no aplica sanciones por pago anticipado (prepago) del capital, según establecido por la Ley en Colombia.
- Los indicadores de eficiencia operativa y productividad son alineados con sus competidores.

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

- La IF cuenta con un Código de Ética y el Reglamento Interno de Trabajo donde se especifican los valores organizacionales y los comportamientos profesionales esperados por parte de todo el personal.
- El Código de Ética y el Manual de Políticas y Normas de Cobranza enumeran las practicas aceptables y las prohibiciones en el proceso de cobranza y existe un régimen de sanciones formalizado en el Reglamento Interno de Trabajo.
- Si bien no es práctica de la institución confiscar activos, existe una política formalizada en el Manual de políticas y normas de cobranzas
- En las evaluaciones anuales de desempeño del personal, se considera la competencia de Servicio al Cliente y se evalúa si se mantiene una actitud respetuosa con los clientes.
- Se aprueba cada operación de reestructuración en la oficina central y Auditoria Interna revisa los acuerdos tomados.
- En todas las oficinas se proyectan un set de videos que presentan temas de ética, cobranzas, solidaridad, ahorros, e incluyen los puntos más importantes del Código de Ética.

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

- Se informa a los clientes en relación a la privacidad de su información al momento de la solicitud del crédito y del desembolso. La IF tiene una política de privacidad escrita contenida en el Manual de Sistema de Administración de Riesgo Operativo. La cláusula de privacidad se muestra en los nuevos formatos de Solicitud de Crédito o formularios de vinculación, así como en los libretos de control para los GC.

## Ejemplos selectos de mejores prácticas

- El Código de Ética prohíbe al empleado dar información de los clientes sin la autorización de los mismos, considerándolo una falta grave.
- La IF tiene sistemas informáticos seguros: hay un mecanismo de acceso al sistema por perfil, con cambio regular de contraseñas, los archivos de los clientes son digitalizados y almacenados en una compañía externa bajo condiciones seguras, se realiza un respaldo de la información de manera diaria, y un proveedor externo custodia las cintas de respaldo.
- El cliente firma una autorización para consultar su historial de pago y compartir su información crediticia con la central de riesgos.

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

- La IF brinda información a los clientes sobre su derecho a quejarse por medio de varios canales: en todas las oficinas se expone una carta para guiar el cliente al proceso de presentación de un reclamo, que también se encuentra en la página web, y se proyectan videos que mencionan el derecho de los clientes a presentar una queja.
- La IF cuenta con una política para el manejo de las quejas de sus clientes contenida en el manual de SAC (sistema de atención al consumidor financiero), así como existe una persona específica que se encarga de la atención al consumidor financiero.
- El mecanismo de gestión de los reclamos garantiza una respuesta al cliente dentro de 15 días de su presentación. De esta manera todas las quejas originadas en las sucursales son registradas y llegan a la unidad central para su pronta resolución.
- Cuenta con canales de retroalimentación de los clientes, que incluyen la encuesta de satisfacción de clientes, los formatos de visitas de auditoria interna, y ha reforzado la comunicación sobre el sistema de resolución de quejas y reclamos con capacitaciones y talleres a funcionarios y clientes, y material multimedia proyectado en las sucursales.
- El auditor interno verifica que las quejas se hayan solucionado a tiempo y también verifica que las acciones correctivas se hayan implementado.