



CERTIFICACIÓN EN PROTECCIÓN AL CLIENTE

Reporte de ENLACE Servicios Financieros, El Salvador.

Certificado en Julio de 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 ENLACE, certificado en protección al cliente en Julio de 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

www.microfinanzarating.com

Ejemplos selectos de mejores prácticas

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

- ENLACE ofrece crédito principalmente bajo metodología de banca comunal, pero también de grupos solidarios e individual para clientes graduados. El plan de pago es flexible y se adecuan al flujo de caja del negocio, en particular para el producto Agropecuario.
- El desarrollo de nuevos productos (ej. Vivienda) y ajuste de productos (ej. Agropecuario y crédito individual) considera la retroalimentación de los clientes.
- El Manual de crédito incluye un listado formal de los bienes no embargables que se refleja también en el Reglamento interno del banco comunal.
- La institución monitorea mensualmente la tasa de deserción de clientes y causas de salida, reportando a la JD para discusión.
- Se ha establecido realizar anualmente una encuesta externa de satisfacción de clientes y se aplican encuestas de satisfacción de las capacitaciones recibidas.
- La institución no aplica técnicas de venta agresiva; no existen penalizaciones graves en caso de que el cliente decida descansar algún ciclo. Las metas de productividad se consideran accesibles y el parámetro limiten de mora impulsa la colocación de calidad.

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

- Las políticas de crédito apoyan el buen análisis de la voluntad y capacidad de pago de los clientes. La metodología de crédito individual prevé el análisis de la unidad económica familiar. Existen límites prudentes de endeudamiento.
- El Asesor de crédito realiza una visita al domicilio y negocio de los miembros del banco comunal y su JD; se revisan todos los miembros del banco comunal en la central de riesgos.
- Los supervisores son responsables de volver a visitar los miembros de grupos al primer ciclo.
- Las metas de productividad para los AC incluyen el aumento del número de clientes nuevos, el aumento del saldo de cartera y la reducción de la tasa de deserción de clientes.
- Se generan regularmente reportes de cartera en riesgo por asesor y por producto y se realizan análisis de concentración de mora presentados a la alta gerencia. La JD revisa sistemáticamente información de mercado relacionada con sobre endeudamiento.
- Auditoría interna verifica el cumplimiento de las políticas de análisis de endeudamiento.
- Cuenta con límites formalizados para la renovación en caso de pago anticipado.

Principio de Protección al Cliente 3 – Transparencia

- ENLACE revela información de todas las condiciones y componentes de costos del crédito, las mismas que son incluidas en varios documentos entregados a los clientes: copia de pagaré de crédito grupal vigente, tabla de amortización, adendas al pagaré, reglamento interno y orden de desembolso. El pagaré, tabla de amortización y orden de pago presentan la tasa de interés y tasa de interés moratorio.
- En las reuniones previas al crédito (consolidación y desembolso), el personal comunica y explica las principales condiciones del crédito
- La información de precios es remitida al BC y presentada en tarifarios expuestos en todas las oficinas, que indican por cada producto, la frecuencia de pago, tipo de garantía, comisión (0%), comisión por seguro de deuda, tasa nominal y efectiva de interés.

Principio de Protección al Cliente 4 - Precios responsables

- Las tasas de interés son orientadas al mercado y competitivas dentro del contexto del país, y no discriminan (por género, edad, afiliación política).

Ejemplos selectos de mejores prácticas

- Los ratios de eficiencia operativa están en línea con el promedio del mercado, en consideración del tamaño promedio del crédito desembolsado, demostrando que no está transfiriendo ineficiencias al cliente.
- No se aplican sanción por pago anticipado ni cargos por transacción.

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

- El Código de ética establece los valores organizacionales y estándares de conducta esperados del personal, incluyendo los comportamientos aceptables/no aceptables en la interacción con el cliente, en particular en actividades de cobranza.
- El reglamento interno del grupo indica el procedimiento de cobranza interna y se requiere el compromiso del grupo al respeto de un listado de bienes no embargables.
- El proceso de inducción prevé la revisión del Código de Ética y dinámicas sobre situaciones en las que atenerse al código podría resultar difícil.
- La evaluación de desempeño del personal de negocios toma explícitamente en consideración parámetros de calidad de interacción con los clientes.
- El contrato del AC establece que el mal trato al cliente representa una acción que implica sanción, también en consideración del contexto-país de altos niveles de violencia y exposición del personal de ENLACE.

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

- La Política de privacidad de la información define el buen uso de la información de los clientes, ex clientes, proveedores y personal; rige la recolección, uso y distribución de la información del cliente.
- Cuenta con una Guía para explicar el uso de la información de clientes y capacitar al personal sobre la protección de la privacidad de información del cliente.
- El Código de ética trata de la confidencialidad y seguridad de la información del cliente y es difundido al personal a través de dinámicas. El contrato de trabajo incluye explícitamente que la falta del resguardo de la información del cliente implica sanciones.
- Existe un sistema de acceso al SIG por perfil y con claves de seguridad, como parte de la Política de seguridad de la información.
- Se requiere la autorización del cliente para compartir los datos crediticios y personales con entidades especializadas en la prestación de servicios de información.

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

- El letrero de Derechos de los clientes expuesto en todas las oficinas indica claramente el derecho a realizar reclamos.
- El Protocolo de atención al cliente expuesto en las sucursales incluye los contactos para realizar quejas y reclamos, mismos que son comunicados también verbalmente al cliente en las reuniones de desembolso.
- La institución a través de la unidad de mercadeo, coordina un call center para recibir quejas y reclamos de los clientes.
- La retroalimentación de los clientes recibida a través de los mecanismos de resolución de quejas y reclamos han sido usadas para mejorar el proceso de desembolso de crédito y fortalecer el seguimiento y control de las actividades de los AC.