



CERTIFICACIÓN EN PROTECCIÓN AL CLIENTE

Reporte de Pro Mujer Nicaragua LLC

León, Nicaragua.

Certificado en Marzo 2016

Misión realizada por MicroFinanza Rating

Aldo Moauro, Director Ejecutivo, MicroFinanza Rating

Erlan Llanos, 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 Pro Mujer Nicaragua, certificada en protección al cliente en Marzo 2016. Pro Mujer Nicaragua es una institución que brinda servicios financieros principalmente a mujeres, así como servicios no financieros que incluyen salud y capacitación.

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

- La entidad cuenta con procedimientos formalizados para un adecuado diseño y distribución de sus productos; la metodología aplicada en la otorgación de créditos es principalmente la de banca comunal y en menor medida, la metodología de crédito individual que está relacionada directamente con la metodología de banca comunal. Adicionalmente, bajo un enfoque de oferta integral, la entidad brinda a sus clientas servicios de salud y capacitación.
- Se evidencia una buena alineación entre los productos y servicios ofertados y las necesidades de la población meta, orientada principalmente a mujeres de bajos ingresos.
- La institución registra las razones de salida de los clientes, contando con reportes trimestrales. Se realizan encuestas de satisfacción a las clientes anualmente. La entidad cuenta con un comité de retención de créditos en cada centro focal que analiza y se comunica directamente con las clientes para escuchar las razones de salida.
- La entidad ha definido canales formales e informales para recibir la retroalimentación de las clientes (estudios de satisfacción, de deserción, grupos focales), en los centros focales existen comités ejecutivos donde se levanta información recibida de las clientes. Asimismo, la retroalimentación de las clientes es utilizada en la mejora y diseño de nuevos productos como el crédito individual relacionado con la banca comunal.
- El Planificación Anual de la Institución se elabora con la participación y representación de todas las áreas, donde cada uno de los Centros Focales, con amplio conocimiento del mercado atendido, proyecta su crecimiento y propone los objetivos para el siguiente año, considerando la presencia de principales competidores. La clienta es informada sobre su derecho a descansar un ciclo y/o rechazar un crédito. Las sesiones de capacitación son espacios para brindar mayores explicaciones sobre los productos y servicios, de manera que se logra satisfacer las dudas de las clientas y ampliar la información.

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

- La entidad cuenta con políticas que apoyan el buen análisis de la voluntad y capacidad de pago de las clientas. En el caso de créditos destinados a las asociaciones comunales, el principal factor de evaluación es el conocimiento y auto-selección de los miembros, mientras que, para créditos individuales, está basado en la evaluación económica financiera de la clienta y su unidad familiar. La charla de promoción enfatiza la importancia de conocer a los miembros del grupo, su solvencia moral y comportamiento de pago, haciendo énfasis en las dificultades que se presentan al aprobar montos altos a clientes que no pueden pagar.
- La política de capacidad de pago y evaluación socio-económica es adecuadamente diseminada entre el personal encargado de la colocación, análisis y supervisión de las operaciones crediticias dentro del programa de la Escuela de Formación "Semillero", asegurando una aplicación de políticas y procedimientos estandarizados en los Centros Focales y Satélites.
- El proceso de inducción de las asesoras, corresponde a un plazo de 3 meses, donde se le entrega y capacita de forma teórica las políticas de crédito, para posteriormente entrenarse en campo, realizando el trabajo de "asesora sombra"
- La entidad verifica tanto el domicilio como el negocio de las clientes y se cuenta con mecanismos de supervisión de aplicación uniforme de las políticas. Dentro de las políticas

Ejemplos selectos de mejores prácticas

de crédito se considera la verificación del negocio y/o domicilio a un 100% de las integrantes de la asociación comunal, revisión de historial crediticio en la central de riesgo (en cada una de las operaciones de crédito, incluyendo renovaciones de crédito), lo cual se refuerza mediante las capacitaciones, la importancia del destino del crédito acorde a la capacidad de las clientas; la sensibilización sobre el cumplimiento de los controles y procesos de indagación social.

- Existe información diaria sobre el comportamiento de la cartera, se analiza mensualmente los indicadores de calidad de cartera y un análisis de su evolución y principales tendencias; asimismo, en cada uno de los Centros Focales de forma diaria el Responsable de Crédito realiza un seguimiento de las operaciones que han caído en mora. Se realizan estudios de clientes compartidos.
- El sistema de incentivos considera metas relacionadas a operaciones crediticias y servicios no financieros. La calidad de cartera es un requisito indispensable para el acceso a la remuneración variable.

Principio de Protección al Cliente 3 – Transparencia

- La entidad efectúa charlas informativas y capacitaciones pre crédito para la difusión de las características, condiciones y beneficios de los productos y servicios financieros y no financieros, y derechos y obligaciones de las clientas. Las charlas se efectúan con técnicas de comunicación adecuadas al perfil de las clientas, con presentaciones, videos, carteles y ejemplos ilustrativos, existiendo guiones específicos para hacer las charlas didácticas y de fácil comprensión. Asimismo se enfatiza las capacitaciones respecto a la metodología de crédito y garantía fianza solidaria.
- Se cuenta con un tarifario de acceso público en cada uno de los centros focales y satélites.
- Los contratos utilizan un lenguaje simple y cada cliente recibe un resumen informativo. Asimismo, en el momento del desembolso, los precios y términos son comunicados a las clientas a través de la lectura del resumen informativo, donde se estipula las principales cláusulas del contrato y las condiciones del crédito.
- Los planes de pago entregados a cada una de las clientes desglosan todos los costos relacionados al crédito por cada cuota y totalizados por cada concepto.

Principio de Protección al Cliente 4 - Precios responsables

- La tasa de interés no discrimina en términos de raza, género, discapacidad, afiliación política, orientación sexual, religión u otros. Dentro de la Normativa de Principios de Protección al Cliente, la institución promueve y se compromete a ofrecer "Precios, términos y condiciones que se definirán responsablemente, estableciéndose de un modo asequible para clientes y sostenible para la institución"
- La institución no cobra penalidades por el pago anticipado de los créditos, ni cargos por transacción.
- La institución ha definido beneficios para clientes con buen comportamiento de pago.

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

- El Código de Ética establece los principios éticos de la entidad, que son los fundamentos

Ejemplos selectos de mejores prácticas

para los miembros de la Junta Directiva, Ejecutivos, funcionarios colaboradores y voluntarios. Asimismo, define los valores fundamentales, demandando un cumplimiento consistente en la forma de relacionarse internamente y con los demás. Los empleados suscriben un documento de declaración de lectura y de compromiso de cumplimiento del mismo.

- La institución cuenta con un Manual de Cobranza que incluye normas generales de protección a las clientas para el proceso de cobranza. La institución dentro de su procedimiento de gestión de cobranza, incluye etapas de cobranza preventiva (llamadas para créditos individuales y capacitaciones constantes para metodología de asociación comunal).
- La institución imparte capacitaciones a cada centro focal para que la gestión de cobranza se realice de acuerdo a la Norma de Protección al Usuario y posteriormente las capacitaciones se imparten a las asociaciones comunales, para que también los lineamientos sean cumplidos entre los miembros de la asociación comunal.
- La evaluación de desempeño incluye aspectos relacionados con la calidad de atención al cliente.
- Existe un monitoreo adecuado de auditoría interna sobre la alineación del comportamiento del personal con el código y los principios de protección al cliente, con una sistematización de la información levantada en las visitas a clientes.
- La entidad cuenta con un mecanismo formalizado para denuncias en caso de incumplimiento del Código de Ética o existencia de mal comportamiento de los colaboradores, que incluye el personal a quién se deberá reportar, el responsable de la investigación y los mecanismos en que la Junta Directiva participa en el proceso de decisión.

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

- El Código de Ética de la entidad presenta un acápite específico referido al tratamiento de la “información confidencial”
- El Código de Ética, el Reglamento del Trabajador y la Norma de Protección de la Información hacen referencia a las sanciones en forma específica por el incumplimiento de la normativa institucional, uso y distribución inadecuada de la información del cliente
- La institución cuenta con la Norma de Protección de la Información, donde se define los lineamientos que la institución deberá adoptar para la seguridad de los sistemas informáticos. Asimismo, se han establecido procedimientos específicos para el tratamiento de la información física de los clientes.
- La entidad comunica al cliente sobre el uso de su información a través de sus capacitaciones pre-crédito. Adicionalmente, a través de la hoja de autorización para la revisión de la central de riesgo, se solicita al cliente la autorización para revisión de su información en los burós de crédito, además de poder reportar su información a la central de riesgo.

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

- La institución informa de manera sistemática y adecuada al cliente sobre su derecho a quejarse y el procedimiento a seguir. Los canales de comunicación son: carteles en cada Centro Focal y Satélite, personalmente a través del encargado de Atención al Cliente, en la

Ejemplos selectos de mejores prácticas

planilla de control entregada en cada reunión, en el contrato de mútuo, página web y redes sociales.

- En el proceso de desembolso, las encargadas de atención al cliente, comunican a los clientes respecto a su derecho a presentar una queja y los canales para realizarlo.
- El personal encargado Atención al Cliente en su capacitación inicial recibe una inducción especializada respecto al sistema de resolución de quejas y reclamos, las funciones del cargo, respecto a la normativa de Protección al Usuario de la CONAMI y tiempos de respuesta.
- El sistema los reclamos/quejas genera un número de ruta para cada reclamo, el cual sirve para darle seguimiento al trámite; existiendo un tiempo máximo de resolución de 7 días hábiles.