

Estándares de Certificación en Protección al Cliente

Versión 2.0 Mayo 2016



Los estándares de la Certificación en Protección al Cliente describen el lugar donde la industria de las microfinanzas debe fijar estándares en términos de protección al cliente. Para ser Certificado, una institución financiera (IF) debe cumplir con los indicadores que corresponden a los siguientes 25 estándares adecuados de cuidado para proteger al cliente.



En microfinanzas, nuestros
clientes son lo primero

Principios	Estándares	Estándares de Protección al Cliente.0
	1	Principio de protección al cliente 1: Diseño y distribución apropiada de productos
1	1	La IF ofrece productos y servicios que estén adaptados a las necesidades de los clientes.
1	2	La IF monitorea la idoneidad de los productos y servicios que ofrece y sus canales de distribución.
1	3	Se implementa una política y un proceso documentado para prevenir las técnicas de venta agresivas y la firma forzada de contratos.
	2	Principio de protección al cliente 2: Prevención del sobreendeudamiento
2	1	La IF tiene una política sólida y un proceso bien documentado para la aprobación de préstamos y toma decisiones de manera estandarizada, basándose en información documentada y con un criterio sistemático..
2	2	La IF utiliza información del informe de crédito (historial crediticio) de sus clientes, siempre que esté disponible en los mercados donde opera.
2	3	La gerencia superior y el consejo directivo de la IF monitorean el mercado y toman medidas preventivas en los casos donde existe un mayor riesgo de sobreendeudamiento.
2	4	La IF mantiene una calidad de la cartera sólida y estable.
2	5	La IF incentiva al personal a aprobar préstamos de calidad.
	3	Principio de protección al cliente 3: Transparencia
3	1	Se implementa una política y un proceso documentado para exigir transparencia en los términos, las condiciones y los precios de todos los productos.
3	2	La IF se comunica con los clientes en momentos apropiados y a través de canales adecuados.
3	3	La IF adopta las medidas necesarias para garantizar que el cliente entienda todo y para apoyar las decisiones que éste tome.
	4	Principio de protección al cliente 4: Precios responsables
4	1	La IF se gestiona de manera sostenible para ofrecer servicios a largo plazo.
4	2	La política de precios de la IF fue generada tomando en cuenta el interés superior de sus clientes.
4	3	Los índices financieros de la IF no indican problemas con los niveles de precios. (Si sus niveles están fuera de los rangos recomendados, se requiere que la IF presente una explicación válida que justifique los niveles más altos).
	5	Principio de protección al cliente 5: Trato justo y respetuoso de los clientes
5	1	La IF promueve y refuerza el trato justo y respetuoso de los clientes en línea con un código de conducta institucional.
5	2	La IF tiene políticas y procesos documentados para evitar la discriminación contra las <u>categorías protegidas</u> al aprobar clientes y al establecer sus términos y condiciones.
5	3	El personal de la IF y sus agentes de cobranzas cobran los préstamos de manera apropiada.
5	4	La IF tiene sistemas efectivos para prevenir y detectar el fraude.
5	5	Las reclamaciones de seguros se procesan de manera eficiente, justa y oportuna.

5	6	La gerencia y supervisión de la IF apoyan el trato justo y respetuoso de los clientes.
6		Principio de protección al cliente 6: Privacidad de los datos del cliente
6	1	Los datos de los clientes se resguardan de manera segura y confidencial.
6	2	Se informa a los clientes sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para el uso de sus datos.
7		Principio de protección al cliente 7: Mecanismos para la resolución de quejas
7	1	La IF implementa un sistema efectivo para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes.
7	2	La IF informa a sus clientes sobre su derecho a quejarse y cómo presentar una queja.
7	3	La IF usa la información de las quejas de manera sistemática para gestionar sus operaciones y mejorar la calidad de sus productos y servicios.

Requisitos de elegibilidad para las instituciones financieras que captan ahorros voluntarios

Después de un cuidadoso estudio y análisis, para aquellas instituciones que movilizan o captan ahorros voluntarios, *la Campana Smart* propone cuatro requisitos de elegibilidad que las organizaciones deben reunir antes de someterse a la certificación en protección al cliente

Requisitos de elegibilidad para IFs que captan ahorros voluntarios
La IF tiene autorización legal y reguladora para recibir depósitos voluntarios.
La IF no está actualmente bajo una gestión administrativa o judicial ni en proceso de liquidación.
La IF tiene una relación entre capital neto y activos totales de al menos 8% (o según sean los requisitos locales, si es superior).
La IF tiene una relación entre activos líquidos y depósitos totales de al menos 15% (o según sean los requisitos locales, si es superior).
Si la IF vende acciones de capital a sus clientes (es decir, cooperativas), debe tener autorización legal y reguladora para hacerlo, y debe revelar los tiempos de espera, las condiciones y las sanciones para tener acceso a dichas acciones.
Requisitos de elegibilidad para ofrecer productos de seguro
Todos los productos de seguro ofrecidos por la IF o a través de ella están garantizados por una compañía de seguros con licencia. Puede hacerse una excepción, cuando lo permitan las leyes locales aplicables, en el caso de los seguros de vida y de desgravamen sobre el crédito, o si la IF puede demostrar que 1) ninguna compañía de seguros está dispuesta a ofrecer productos apropiados; y 2) los riesgos de crédito asociados son mínimos y se revelan claramente a los clientes.
Si la IF asume el riesgo de los productos de seguro que ofrece a sus clientes, debe contar con la licencia para hacerlo de la entidad reguladora de seguros de todos los países donde opera.
Si la IF vende productos de seguro en nombre de una compañía de seguros regulada, debe tener autorización legal como agente de seguros (en forma individual o como empresa) para hacerlo.

Algunas notas y definiciones

En la columna marcada «Producto/Servicio», hay una serie de opciones que denotan el tipo de producto o servicio para el cual el indicador es relevante.

c - significa «crédito», que incluye tanto los créditos individuales como los grupales donde no existe responsabilidad conjunta (no tienen garantías unos de otros)

i - significa «seguro»

s - significa «ahorros»

p - significa «pagos»

c(g) - significa «crédito colectivo» donde existe responsabilidad conjunta de todos los miembros

s(g) - significa «ahorros colectivos»

			Producto/ Servicio	Estándares de Protección al Cliente y Indicadores
1	0	0		Principio de protección al cliente 1: Diseño y distribución apropiada de productos
1	1	0		La IF ofrece productos y servicios que estén adaptados a las necesidades de los clientes.
1	1	1	c,i,s,p	Se implementa una política que define de qué manera la IF ofrecerá productos y servicios adecuados a través de canales apropiados, incluido el diseño de productos, servicios y canales y el monitoreo para verificar que sean adecuados.
1	1	2	c	Los productos de crédito están diseñados para requerir que el capital (principal) se pague de forma regular o a través de planes de pago flexibles que estén basados en los flujos de ingreso de los clientes.
1	1	3	c	La IF cuenta con una política para asegurar que los requisitos de garantía de crédito sean justos y que no impongan una carga desproporcionada para los clientes.
1	1	4	c,i,s,p	La IF capacita a su personal para entender cabalmente cómo determinar si los productos, servicios y canales son adecuados para clientes específicos o no; y al personal de préstamo, para que comprenda las políticas de garantías.
1	1	5	c,i,s,p	La IF verifica que todas las agencias de terceros con las que colabora (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten también a sus propios representantes para que éstos determinen si los productos, servicios y canales son adecuados para clientes específicos y que su personal a cargo de los préstamos comprenda las políticas de garantías.
1	1	6	i	Cuando los seguros de la IF se ofrezcan a través de proveedores externos, la IF tiene un proceso transparente para seleccionar a las compañías de seguros con las que trabaja, que incluye una licitación competitiva o un estudio de mercado, como también consideración del valor y la conveniencia de los productos y servicios ofrecidos para sus propios clientes.
1	1	7	l	El contrato de la IF con su compañía de seguros ofrece a la IF oportunidades frecuentes de revisión y hasta una eventual cancelación, tomando en consideración la presencia de las quejas potenciales de los clientes, que sus precios sean responsables y que su distribución sea apropiada.
1	2	0		La IF monitorea la idoneidad de los productos y servicios que ofrece y sus canales de distribución.
1	2	1	c,i,s,p	La IF realiza encuestas de satisfacción u otros medios sistemáticos de manera periódica para obtener retroalimentación sobre la satisfacción del cliente con productos, servicios y canales de distribución, por lo menos una vez al año.
1	2	2	c,i,s,p	La IF analiza como varía la utilización de sus productos dependiendo de las diferentes características de sus clientes e investiga las razones particulares que llevan a la inactividad, el abandono y la cancelación por parte de sus clientes.

1	2	3	p	La IF y/o su agente proveedor de redes tienen un sistema para monitorear la liquidez y la disponibilidad de redes de todos los proveedores externos para poder emprender acciones en caso de fallas en el sistema.
1	3	0		Se implementa una política y un proceso documentado para prevenir las técnicas de venta agresivas y la firma forzada de contratos.
1	3	1	c,i,s,p	La IF define en sus políticas las «ventas agresivas» y los niveles de venta que desencadenarán un monitoreo y control adicional por parte de la IF.
1	3	2	c,i,s,p	La IF capacita al personal para no usar técnicas de venta agresivas y para respetar el derecho de los clientes a rechazar cualquier producto.
1	3	3	c,i,s,p	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus representantes para no utilizar técnicas de venta agresivas y respetar los derechos de los clientes a rechazar cualquier producto.
1	3	4	c,i,s,p	La IF tiene un mecanismo de monitoreo riguroso y regular para vigilar a todo el personal que tiene contacto directo con el cliente, incluyendo proveedores externos (ej. agentes, compañías de seguro o de transferencia de dinero), para impedir las ventas agresivas. La IF siempre toma medidas correctivas cuando identifica «focos rojos» de alerta.
1	3	5	c,i,s,p	La estructura de incentivos/bonos de la IF no promueve las ventas agresivas.
1	3	6	c,i,s,p	La IF no utiliza técnicas de mercadeo engañosas o confusas.
2	0	0		Principio de protección al cliente 2: Prevención del sobreendeudamiento
2	1	0		La IF tiene una política sólida y un proceso bien documentado para la aprobación de préstamos y toma decisiones de manera estandarizada, basándose en información documentada y con un criterio sistemático.
2	1	1	c	La IF define el porcentaje máximo del ingreso disponible de un prestatario que puede aplicarse al servicio de su deuda, incluida la deuda de la IF y las de otros prestamistas, y utiliza este umbral para determinar los montos máximos de préstamo permitidos y los términos aplicables para cada cliente.
2	1	2	c	En el caso de préstamos para emprendedores, el proceso de aprobación de préstamo evalúa la capacidad de reembolso a través de un análisis de flujo de los fondos disponibles y la revisión del estado actual de endeudamiento del cliente. El análisis toma en cuenta los ingresos, los gastos y el servicio de la deuda relacionados con la empresa, la familia y cualquier otra fuente del cliente, incluyendo también las fuentes informales.
2	1	3	c	El proceso de aprobación del préstamo involucra por lo menos a un miembro del personal diferente del que estuvo en contacto directo con el cliente (p. ej. oficial de crédito superior, gerente de sucursal, comité de crédito).
2	1	4	c	La IF tiene una política que define cuándo los clientes tienen permitido pagar anticipadamente los préstamos. Si el pago anticipado está permitido, se requiere que exista un período de descanso entre préstamos antes de poder emitir uno nuevo.

2	1	5	c	La IF tiene un proceso de control interno riguroso para verificar la aplicación uniforme de políticas y procedimientos referidos a la suscripción de seguro del cliente, y puede presentar pruebas de medidas correctivas tomadas en caso de implementación parcial o incorrecta.
2	1	6	c	Todo el personal nuevo es capacitado en el análisis de préstamos nuevos y en el proceso de aprobación de crédito, y todo el personal de crédito activo recibe capacitaciones de actualización al menos una vez al año.
2	1	7	c	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre el análisis de préstamo y el proceso de aprobación de crédito de la IF.
2	2	0		La IF utiliza información del informe de crédito (historial crediticio) de sus clientes, siempre que esté disponible en los mercados donde opera.
2	2	1	c	La política de la IF y sus procesos documentados requieren un informe oportuno a los burós de crédito y el uso sistemático de informes de crédito (historiales crediticios) en el proceso de aprobación de todos los préstamos nuevos.
2	3	0		La gerencia superior y el consejo directivo de la IF monitorean el mercado y toman medidas preventivas en los casos donde existe un mayor riesgo de sobreendeudamiento.
2	3	1	c	Los oficiales de crédito y los gerentes de sucursales de la IF monitorean la calidad de la cartera por lo menos una vez al mes para identificar zonas con riesgo elevado de sobreendeudamiento. El análisis se realiza por sucursales, productos y segmentos de clientes.
2	3	2	c	La gerencia superior y el consejo directivo de la IF revisan los resultados referidos al monitoreo del sobreendeudamiento en el mercado y a la calidad de la cartera de la IF por lo menos una vez por trimestre. Las medidas para prevenir el sobreendeudamiento se analizan, se implementan y se monitorean y existen registros de estas acciones.
2	4	0		La IF mantiene una calidad de la cartera sólida y estable.
2	4	1	c	El total del riesgo crediticio no promedió más del 10% durante ningún trimestre en los últimos 3 años, incluido el trimestre más reciente.
2	4	2	c	Si el total del riesgo crediticio ha superado el 10% en cualquier momento de los últimos 3 años o durante el trimestre pasado, la IF demostró que se implementaron medidas correctivas.
2	5	0		La IF incentiva al personal a aprobar préstamos de calidad.
2	5	1	c	La IF cuenta con una política y un proceso documentado para determinar los objetivos de ventas y los casos de mora permitidos en los incentivos monetarios para el personal de crédito (si se utiliza), incluyendo alertas para los casos morosos que señalan un alto riesgo.
2	5	2	c	La IF revisa los esquemas de incentivos de su personal por lo menos una vez al año para evaluar si son razonables en comparación con los parámetros de la industria y los riesgos del mercado.
3	0	0		Principio de protección al cliente 3: Transparencia

3	1	0		Se implementa una política y un proceso documentado para exigir transparencia en los términos, las condiciones y los precios de todos los productos.
3	1	1	c	<p>La IF entrega a los clientes un documento de datos clave que contiene la siguiente información sobre sus préstamos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monto total de su préstamo - Costo total del préstamo (en términos nominales), incluyendo todas las comisiones - Tasa de interés efectiva (EIR en inglés) o Costo Anual Total (APR en inglés), según sea más pertinente. Debe de ser calculado considerando el principal, los intereses y las comisiones. - Fecha de desembolso y vigencia del crédito - Plan de pagos incluyendo una tabla de amortización que desglose los abonos a capital e intereses, el número de pagos a dar y las fechas de cada uno de ellos. - Tasa de interés moratoria y un breve resumen de los términos y condiciones para su aplicación.
3	1	2	c, s, i	<p>Los contratos de préstamo incluyen toda la información incluida en el documento de datos clave, además de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El periodo de gracia (si existe) - Las penalidades por falta de pago o prepago anticipado - Condiciones del ahorro obligatorio (si existe) - Productos relacionados con el crédito (si existen) - Obligaciones del aval (si existe) o del miembro de la cooperativa (si aplica) - Detalle de la garantía requerida (si existe), y proceso de activación de la garantía (si aplica) - Restricciones de uso del crédito (si existen) - Periodos de descanso entre créditos (si existen) y condiciones en donde aplican - Derecho de cancelación del crédito - Consecuencias del pago atrasado o no pago del crédito - Definición de si los términos y condiciones pueden cambiar a través del tiempo, y bajo qué circunstancias
3	1	3	s	<p>La documentación sobre ahorros incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comisiones (incluyendo por cierre de cuenta) - Tasas de interés a pagar y cómo se calculan los montos - Balances mínimos y máximos requeridos por la cuenta - Información sobre si los depósitos están garantizados (por una entidad pública o privada) y bajo qué condiciones
3	1	4	i	<p>Los clientes asegurados reciben la siguiente información en el momento de la inscripción (verbalmente o por escrito):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prima - Detalles de la cobertura - Datos de los individuos cubiertos

				<ul style="list-style-type: none"> - Términos y monto máximo de la cobertura - Cómo y dónde presentar una reclamación - Documentación requerida para hacer una reclamación - Exclusiones de la póliza - Términos de cancelación o prepago de la póliza - Todos los derechos relevantes de la póliza, así como periodos de descanso, y derechos de cancelación - A todos los clientes se les informa sobre la importancia de informar a todos los beneficiarios de la póliza sobre los detalles de la cobertura
3	1	5	i	Las IF hacen el mismo esfuerzo por educar a los clientes sobre sus productos, independientemente de que éstos se vendan de forma voluntaria, obligatoria o en paquete.
3	1	6	p	<p>Los clientes que inician o reciben transferencias de dinero y otras transacciones de pagos reciben la siguiente información, cuando corresponda:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monto de dinero enviado por el emisor en su moneda local - Tipo de cambio utilizado para hacer la conversión - Monto de dinero a ser entregado al receptor en su moneda local - Comisiones cobradas por el envío - Instrucciones para recoger el dinero - Términos y condiciones para cancelar el envío - Instrucciones para resolver errores en el envío - Confirmación de la transacción (y número de folio) - Impuestos cobrados (si aplica) - Productos ligados (si aplica)
3	1	7	c,s,p	Las tarifas cobradas por proveedores terceros o agentes se divulgan completamente a los clientes.
3	2	0		La IF se comunica con los clientes en momentos apropiados y a través de canales adecuados.
3	2	1	c,i,s,p	La IF implementa un proceso documentado para comunicar información relacionada con el producto o servicio otorgado al cliente (con respecto a los términos, condiciones y precios del producto, incluidos contratos) antes de que el cliente firme o renueve un contrato.
3	2	2	c, s	Se implementa un proceso documentado para brindar a los clientes información de manera regular y también a petición del cliente sobre los saldos de todas sus cuentas. La información proporcionada es precisa y clara.
3	3	0		La IF adopta las medidas necesarias para garantizar que el cliente entienda todo y para apoyar las decisiones que éste tome.
3	3	1	c,i,s,p	La información pública que brinda la IF promueve la toma de decisiones informadas de sus clientes.
3	3	2	c,i,s,p	La IF participa en iniciativas de transparencia de la industria, si existen.

3	3	3	c,i,s,p	El personal está capacitado para explicar de manera clara y precisa los precios, términos y condiciones a los clientes y verificar que los clientes comprendan de acuerdo con las políticas de la IF, y demuestren esta comprensión en la práctica. Los empleados reciben capacitaciones de actualización al menos una vez al año.
3	3	4	c,i,s,p	La IF tiene y utiliza un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de todas sus políticas y procedimientos relacionados con la transparencia.
4	0	0		Principio de protección al cliente 4: Precios responsables
4	1	0		La IF se gestiona de manera sostenible para ofrecer servicios a largo plazo.
4	1	1	c,i,s,p	La IF logra cubrir todos sus costos o se acerca rápidamente a su umbral de rentabilidad (break-even). Sus resultados financieros le permiten mantener su base de capital.
4	2	0		La política de precios de la IF fue generada tomando en cuenta el interés superior de sus clientes.
4	2	1	c,i,s,p	Existen pruebas de que el consejo directivo supervisa el rendimiento de la IF de acuerdo con su propia política social. (Por ejemplo, pueden incluirse como temas de deliberación del consejo directivo las oportunidades identificadas para reducir las tasas de interés y las tarifas, la política de dividendos o la aplicación de cierto porcentaje de las ganancias para beneficio de los clientes).
4	2	2	c,i,s,p	Las prácticas de precios de la IF son responsables.
4	2	3	c	La tasa de interés se establece como asequible, teniendo en cuenta los costos necesarios para otorgar el crédito (costos de financiación, operaciones, pérdidas de préstamos y rendimientos del capital).
4	2	4	c,i,s,p	Las tarifas de la IF son razonables.
4	3	0		Los índices financieros de la IF no indican problemas con los niveles de precios. (Si sus niveles están fuera de los rangos recomendados, se requiere que la IF presente una explicación válida que justifique los niveles más altos).
4	3	1	c	El ratio de gastos por pérdida de préstamos (ratio LLER) está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, la IF puede ofrecer una justificación válida como explicación.
4	3	2	c,i,s,p	La IF no transfiere costos innecesarios a sus clientes: El ratio de gastos operativos (ratio OER) está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, la IF puede ofrecer una justificación válida como explicación.
4	3	3	c,i,s,p	El retorno sobre activos (ROA) está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, la IF puede ofrecer una justificación válida como explicación.
5	0	0		Principio de protección al cliente 5: Trato justo y respetuoso de los clientes
5	1	0		La IF promueve y refuerza el trato justo y respetuoso de los clientes en línea con un código de conducta institucional.
5	1	1	c,i,s,p	En el código de conducta (o su equivalente) se explican claramente los valores de la organización, los estándares de conducta profesional esperados y el trato de los clientes que se espera de todas la IF o del personal o los agentes de los terceros proveedores. Las políticas también explican en detalle qué sanciones deben aplicarse en caso de violación del código de conducta.

5	1	2	c,i,s,p	Las políticas y los procedimientos de recursos humanos refuerzan los estándares identificados en el código de conducta.
5	2	0		La IF tiene políticas y procesos documentados para evitar la discriminación contra las <u>categorias protegidas</u> al aprobar clientes y al establecer sus términos y condiciones.
5	2	1	c,i,s,p	Entre las categorías protegidas se incluyen: etnicidad, género, edad, discapacidades, afiliación política, orientación sexual, casta y religión.
5	2	2	c,i,s,p	Los términos y las condiciones para las personas pueden diferir de acuerdo con 1) análisis basados en riesgo; 2) mercados objetivo definidos en la misión de la IF; 3) adaptaciones sobre la base de necesidades especiales identificadas. Esta diferenciación debería aplicarse de forma consistente, ser indicada de antemano y realizarse siempre con el objetivo de beneficiar a los clientes.
5	3	0		El personal de la IF y sus agentes de cobranzas cobran los préstamos de manera apropiada.
5	3	1	c, c(g)	Se implementa una política que define claramente las prácticas apropiadas e inapropiadas de cobranza de deudas por parte del personal y de terceros.
5	3	2	c,p	La IF tiene y aplica una política de reprogramación de préstamos/refinanciación/cancelación en casos excepcionales.
5	3	3	c	Se implementan políticas o procesos documentados y supervisados por la gerencia para garantizar que la ejecución de la garantía sea siempre respetuosa de los derechos de los clientes.
5	4	0		La IF tiene sistemas efectivos para prevenir y detectar el fraude.
5	4	1	s	Se implementa un proceso documentado para evitar el fraude relacionado con los ahorros de los clientes, alineado con las mejores prácticas internacionales.
5	4	2	p	Se implementa un proceso documentado para gestionar de manera adecuada las transacciones que no se completan o se completan incorrectamente.
5	5	0		Las reclamaciones de seguros se procesan de manera eficiente, justa y oportuna.
5	5	1	i	Casi la totalidad de las reclamaciones se resuelven en el transcurso de un mes o un período breve similar según lo requieran las leyes locales (pueden permitirse algunas excepciones en casos de alta complejidad).
5	5	2	i	Se notifica a los solicitantes cuándo se reciben las reclamaciones y cuándo se resuelven.
5	5	3	i	Cuando una reclamación se rechaza, los solicitantes reciben una notificación, la razón del rechazo y se les brinda un período de tiempo razonable durante el cual pueden corregir cualquier deficiencia; en casi la totalidad de los casos, dicha notificación se recibe en el transcurso de máximo un mes a partir de la presentación de la reclamación (pueden permitirse algunas excepciones en casos de alta complejidad).
5	6	0		La gerencia y supervisión de la IF apoyan el trato justo y respetuoso de los clientes.

5	6	1	c,i,s,p	La IF tiene un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de sus políticas y procedimientos relacionados con el trato justo y respetuoso de los clientes. La IF puede presentar pruebas o registros de monitoreo o informes sobre las medidas correctivas que se aplican en caso de implementación parcial o incorrecta de las políticas y los procedimientos para garantizar un adecuado cumplimiento en la práctica.
5	6	2	c,i,s,p	La gerencia revisa los resultados clave (p. ej. encuesta de satisfacción del cliente, resumen de manejo de quejas) relacionados con el trato justo y respetuoso de los clientes. Se analizan, implementan y monitorean medidas de mejora, y existen registros de estas acciones.
6	0	0		Principio de protección al cliente 6: Privacidad de los datos del cliente
6	1	0		Los datos de los clientes se resguardan de manera segura y confidencial.
6	1	1	c,i,s,p	Se implementa una política y un proceso documentado para preservar la confidencialidad, seguridad y precisión de la información personal, financiera y de transacciones de todos los clientes. Éstos abarcan la recopilación, el procesamiento, el uso, la distribución y el almacenamiento de la información del cliente.
6	1	2	c,i,s,p	Los sistemas de la IF están protegidos contra el robo o mal uso de los datos o la identidad de los clientes; así como contra violaciones a la seguridad y acceso fraudulento.
6	2	0		Se informa a los clientes sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para el uso de sus datos.
6	2	1	c,i,s,p	A partir del momento de la solicitud, los clientes otorgan su consentimiento antes de que la IF comparta su información personal con cualquier público externo, incluidos burós de crédito, familiares, garantes, agentes de seguros, empresas de cobranza y material de mercadeo u otro contenido público. El personal debe resaltar el texto que solicita el consentimiento firmado por el cliente.
6	2	2	c,i,s,p	Los contratos de productos incluyen una explicación clara y concisa sobre cómo los datos de los clientes estarán protegidos y cómo pueden usarse o compartirse y con quiénes, incluyendo a los burós de crédito.
6	2	3	i	Los clientes nombran beneficiarios para las pólizas de seguro de vida, y se les recuerda que deben notificar a esos beneficiarios que han sido designados.
6	2	4	c,i,s,p	La IF implementa un programa de capacitación efectivo para garantizar que el personal entienda y tenga las habilidades necesarias para implementar políticas y procesos relacionados con la privacidad de los datos del cliente.
6	2	5	c,i,s,p	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre las políticas y los procesos relacionados con la privacidad de los datos del cliente.
7	0	0		Principio de protección al cliente 7: Mecanismos para la resolución de quejas
7	1	0		La IF implementa un sistema efectivo para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes.
7	1	1	c,i,s,p	Los clientes pueden presentar quejas a la IF a través de otra persona que no sea su punto de contacto principal para obtener el producto o el supervisor de esa persona.

7	1	2	c,i,s,p	Las quejas referidas a proveedores terceros de la IF pueden presentarse directamente a éstos mismos o a la IF. Si se presentan al proveedor tercero de la IF, la IF debe recibir informes de las quejas.
7	1	3	c,i,s,p	Los mecanismos para presentar quejas se adaptan a las necesidades y preferencias de los clientes y son de fácil acceso (número de teléfono gratuito, correo electrónico, etc.). Los buzones de sugerencias no son suficientes, y existen por lo menos siempre dos canales adicionales a su disposición.
7	1	4	c,i,s,p	La resolución de quejas se prioriza en base a su gravedad, y casi la totalidad de las quejas se resuelven en el transcurso de un mes (pueden permitirse algunas excepciones en casos de alta complejidad).
7	1	5	c,i,s,p	Se implementa un sistema claro y seguro para que las quejas de las sucursales y (si corresponde) de los agentes lleguen al personal a cargo del manejo de las quejas y/o a la gerencia de la IF.
7	2	0		La IF informa a sus clientes sobre su derecho a quejarse y cómo presentar una queja.
7	2	1	c,i,s,p	El personal de primera línea (contacto directo con el cliente) y los agentes informan a los clientes cómo presentar una queja durante el proceso de solicitud del producto. Eso incluye cómo presentar una queja a un mecanismo diferente de la IF, si existe (p. ej., organización autorreguladora o defensoría del sector público).
7	2	2	c,i,s,p	La información sobre cómo presentar una queja se destaca visiblemente en las sucursales, en los agentes y/o está incluida en la documentación de los productos.
7	2	3	c,i,s,p	Se notifica a los clientes cuando las quejas son recibidas y cuando se resuelven.
7	3	0		La IF usa la información de las quejas de manera sistemática para gestionar sus operaciones y mejorar la calidad de sus productos y servicios.
7	3	1	c,i,s,p	La gerencia revisa habitualmente los indicadores de desempeño clave o KPIs (ej., porcentaje de quejas resueltas, tiempo promedio de resolución) y adopta medidas correctivas para resolver los casos que se manejaron mal y mejorar las deficiencias sistemáticas.
7	3	2	c,i,s,p	La IF tiene un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de sus políticas y procedimientos para el manejo de las quejas, incluida la revisión de una muestra aleatoria de casos. La IF puede presentar pruebas de las medidas correctivas que se aplican en caso de implementación parcial o incorrecta de las políticas y los procedimientos, para garantizar un adecuado cumplimiento de éstos en la práctica.
7	3	3	c,i,s,p	Las quejas y sus resoluciones se tienen en cuenta para los bonos o las evaluaciones de desempeño del personal.
7	3	4	c,i,s,p	El análisis de los datos de las quejas, las encuestas de satisfacción y el motivo de los abandonos contribuye a mejorar las operaciones y los servicios.
7	3	5	c,i,s,p	La capacitación para el manejo de quejas por parte de la IF abarca cómo funciona el mecanismo de quejas, la función que cumple el personal a cargo de las quejas, cómo manejar de manera apropiada las quejas hasta su resolución, y cómo derivarlas a la persona adecuada para su investigación y resolución.

7	3	6	c,i,s,p	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre el funcionamiento del mecanismo de quejas, la función que cumple el personal a cargo de las quejas, cómo manejar de manera apropiada las quejas hasta su resolución, y cómo derivarlas a la persona adecuada para su investigación y resolución.
---	---	---	---------	--

			Producto/ Servicio	Estándares, Indicadores y Criterios de Cumplimiento de Protección al Cliente
1	0	0		Principio de protección al cliente 1: Diseño y distribución apropiada de productos
1	1	0		La IF ofrece productos y servicios que estén adaptados a las necesidades de los clientes.
1	1	1	c,i,s,p	Se implementa una política que define de qué manera la IF ofrecerá productos y servicios adecuados a través de canales apropiados, incluido el diseño de productos, servicios y canales y el monitoreo para verificar que sean adecuados.
1	1	1	c,i,s,p	La IF considera que el diseño y la distribución sean apropiados cuando sus productos y servicios se diseñan u ofrecen a través de un proveedor externo.
1	1	2	c	Los productos de crédito están diseñados para requerir que el capital (principal) se pague de forma regular o a través de planes de pago flexibles que estén basados en los flujos de ingreso de los clientes.
1	1	3	c	La IF cuenta con una política para asegurar que los requisitos de garantía de crédito sean justos y que no impongan una carga desproporcionada para los clientes.
1	1	3	c	La IF no solicita ahorros «obligatorios» de los clientes excepto en el caso de garantías en efectivo, y éstas no superan el 10% del préstamo desembolsado en ningún caso.
1	1	3	c	La IF tiene una lista de activos o bienes que no pueden darse en garantía. La lista está basada en leyes y normas locales, e incluye elementos que crearían una dificultad grave para el cliente o la pérdida total o parcial de su capacidad para generar ingresos.
1	1	3	c	La valoración de la garantía se determina sobre la base de un precio de mercado verificable o valor de reventa. El comité de crédito o aprobación de segundo nivel verifica la valoración de la garantía.
1	1	3	c	El valor de la garantía como porcentaje del monto del préstamo no es excesivo.
1	1	3	c	Los documentos de la garantía (como títulos de propiedad) se devuelven a los clientes una vez pagado el préstamo, y se destruyen las copias.
1	1	4	c,i,s,p	La IF capacita a su personal para entender cabalmente cómo determinar si los productos, servicios y canales son adecuados para clientes específicos o no; y al personal de préstamo, para que comprenda las políticas de garantías.
1	1	5	c,i,s,p	La IF verifica que todas las agencias de terceros con las que colabora (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten también a sus propios representantes para que éstos determinen si los productos, servicios y canales son adecuados para clientes específicos y que su personal a cargo de los préstamos comprenda las políticas de garantías.

1	1	6	i	Cuando los seguros de la IF se ofrezcan a través de proveedores externos, la IF tiene un proceso transparente para seleccionar a las compañías de seguros con las que trabaja, que incluye una licitación competitiva o un estudio de mercado, como también consideración del valor y la conveniencia de los productos y servicios ofrecidos para sus propios clientes.
1	1	7	l	El contrato de la IF con su compañía de seguros ofrece a la IF oportunidades frecuentes de revisión y hasta una eventual cancelación, tomando en consideración la presencia de las quejas potenciales de los clientes, que sus precios sean responsables y que su distribución sea apropiada.
1	2	0		La IF monitorea la idoneidad de los productos y servicios y los canales de distribución.
1	2	1	c,i,s,p	La IF realiza encuestas de satisfacción u otros medios sistemáticos de manera periódica para obtener retroalimentación sobre la satisfacción del cliente con productos, servicios y canales de distribución, por lo menos una vez al año.
1	2	1	c,i,s,p	La gerencia de la IF utiliza los resultados de la retroalimentación de los clientes para mejorar sus productos y servicios. Se analizan medidas por tomar y se implementan y monitorean, y existen registros de estas acciones.
1	2	1	c,i,s,p	La IF evalúa la capacidad de los clientes para interactuar de manera efectiva con las tecnologías que utiliza para ofrecer servicios e información.
1	2	2	c,i,s,p	La IF analiza como varía la utilización de sus productos dependiendo de las diferentes características de sus clientes e investiga las razones particulares que llevan a la inactividad, el abandono y la cancelación por parte de su clientes
1	2	2	i	La IF analiza los datos de los productos de seguro para evaluar su valor para los clientes y la satisfacción de los mismos. Entre los datos para analizar debe incluirse: la incorporación de nuevos productos, el índice de reclamos, el índice de rechazo de reclamos, el porcentaje de renovación, el índice de cobertura, el perfil demográfico de las personas cubiertas, el índice de quejas, el tiempo promedio para la resolución de los reclamos, las razones de fallas en la cobertura y el rechazo de los reclamos.
1	2	3	p	La IF y/o su agente proveedor de redes tienen un sistema para monitorear la liquidez y la disponibilidad de redes de todos los proveedores externos para poder emprender acciones en caso de fallas en el sistema
1	3	0		Se implementa una política y un proceso documentado para prevenir las técnicas de venta agresivas y la firma forzada de contratos.
1	3	1	c,i,s,p	La IF define en sus políticas las «ventas agresivas» y los niveles de venta que desencadenarán un monitoreo y control adicional por parte de la IF.

1	3	2	c,i,s,p	La IF capacita al personal para no usar técnicas de venta agresivas y para respetar el derecho de los clientes a rechazar cualquier producto.
1	3	3	c,i,s,p	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus representantes para no utilizar técnicas de venta agresivas y respetar los derechos de los clientes a rechazar cualquier producto.
1	3	4	c,i,s,p	La IF tiene un mecanismo de monitoreo riguroso y regular para vigilar a todo el personal que tiene contacto directo con el cliente, incluyendo proveedores externos (ej. agentes, compañías de seguro o de transferencia de dinero), para impedir las ventas agresivas. La IF siempre toma medidas correctivas cuando identifica «focos rojos» de alerta.
1	3	5	c,i,s,p	La estructura de incentivos/bonos de la IF no promueve las ventas agresivas.
1	3	6	c,i,s,p	La IF no utiliza técnicas de mercadeo engañosas o confusas.
2	0	0		Principio de protección al cliente 2: Prevención del sobreendeudamiento
2	1	0		La IF tiene una política sólida y un proceso bien documentado para la aprobación de préstamos y toma decisiones de manera estandarizada, basándose en información documentada y con un criterio sistemático.
2	1	1	c	La IF define el porcentaje máximo del ingreso disponible de un prestatario que puede aplicarse al servicio de su deuda, incluida la deuda de la IF y las de otros prestamistas, y utiliza este umbral para determinar los montos máximos de préstamo permitidos y los términos aplicables para cada cliente.
2	1	1	c, i	Las garantías, los ingresos de los garantes o las coberturas de seguros no son los fundamentos principales para la aprobación de los préstamos.
2	1	1	c	Se prohíbe a los clientes pedir préstamos a nombre de otra persona.
2	1	2	c	En el caso de préstamos para emprendedores, el proceso de aprobación de préstamo evalúa la capacidad de reembolso a través de un análisis de flujo de los fondos disponibles y la revisión del estado actual de endeudamiento del cliente. El análisis toma en cuenta los ingresos, los gastos y el servicio de la deuda relacionados con la empresa, la familia y cualquier otra fuente del cliente, incluyendo también las fuentes informales.
2	1	2	c	El análisis de capacidad de repago se actualiza en cada ciclo de préstamo para identificar cambios en la situación financiera del cliente.
2	1	2	c (g)	En el caso de préstamos con garantía colectiva, la diligencia debida puede ser llevada a cabo por la IF o por los mismos miembros del grupo. En el caso de préstamos colectivos sin garantías colectivas, la IF lleva a cabo un análisis de capacidad de reembolso para cada prestatario.

2	1	3	c	El proceso de aprobación del préstamo involucra por lo menos a un miembro del personal diferente del que estuvo en contacto directo con el cliente (p. ej. oficial de crédito superior, gerente de sucursal, comité de crédito).
2	1	4	c	La IF tiene una política que define cuándo los clientes tienen permitido pagar anticipadamente los préstamos. Si el pago anticipado está permitido, se requiere que exista un período de descanso entre préstamos antes de poder emitir uno nuevo.
2	1	5	c	La IF tiene un proceso de control interno riguroso para verificar la aplicación uniforme de políticas y procedimientos referidos a la suscripción de seguro del cliente, y puede presentar pruebas de medidas correctivas tomadas en caso de implementación parcial o incorrecta.
2	1	6	c	Todo el personal nuevo es capacitado en el análisis de préstamos nuevos y en el proceso de aprobación de crédito, y todo el personal de crédito activo recibe capacitaciones de actualización al menos una vez al año.
2	1	6	c (g)	Si los miembros de los grupos ejercen la debida diligencia, los grupos reciben capacitación sobre cómo usarla y sobre los criterios de préstamo relevantes.
2	1	7	c	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre el análisis de préstamo y el proceso de aprobación de crédito de la IF.
2	2	0		La IF utiliza información del informe de crédito (historial crediticio) de sus clientes, siempre que esté disponible en los mercados donde opera.
2	2	1	c	La política de la IF y sus procesos documentados requieren un informe oportuno a los burós de crédito y el uso sistemático de informes de crédito (historiales crediticios) en el proceso de aprobación de todos los préstamos nuevos.
2	2	1	c	Cuando no se dispone de burós de crédito efectivos, la IF comparte datos con sus competidores y utiliza los datos de los competidores en las aprobaciones de los préstamos, en la medida de lo posible dentro del contexto local.
2	3	0		La gerencia superior y el consejo directivo de la IF monitorean el mercado y toman medidas preventivas en los casos donde existe un mayor riesgo de sobreendeudamiento.
2	3	1	c	Los oficiales de crédito y los gerentes de sucursales de la IF monitorean la calidad de la cartera por lo menos una vez al mes para identificar zonas con riesgo elevado de sobreendeudamiento. El análisis se realiza por sucursales, productos y segmentos de clientes.

2	3	1	c	La IF hace un seguimiento de cualquier préstamo reestructurado, reprogramado o refinanciado en forma separada.
2	3	2	c	La gerencia superior y el consejo directivo de la IF revisan los resultados referidos al monitoreo del sobreendeudamiento en el mercado y a la calidad de la cartera de la IF por lo menos una vez por trimestre. Las medidas para prevenir el sobreendeudamiento se analizan, se implementan y se monitorean y existen registros de estas acciones.
2	3	2	c	La IF tiene una política de objetivos de tasas de crecimiento sostenibles, teniendo en cuenta la capacidad de crecimiento de la IF y los mercados a los que se apunta.
2	3	2	c	Cuando surge un riesgo de sobreendeudamiento sistémico en el mercado, la IF adopta políticas de mitigación de riesgos, como por ejemplo un crecimiento más lento, criterios más conservadores de aprobación de préstamos o límites adicionales sobre el número total de préstamos que una persona puede tener a la vez con diferentes proveedores.
2	3	2	c	La IF define niveles objetivo PAR más conservadores que desencadenan monitoreo interno y respuesta adicionales.
2	4	0		La IF mantiene una calidad de la cartera sólida y estable.
2	4	1	c	El total del riesgo crediticio no promedió más del 10% durante ningún trimestre en los últimos 3 años, incluido el trimestre más reciente.
2	4	2	c	Si el total del riesgo crediticio ha superado el 10% en cualquier momento de los últimos 3 años o durante el trimestre pasado, la IF demostró que se implementaron medidas correctivas.
2	5	0		La IF incentiva al personal a aprobar préstamos de calidad.
2	5	1	c	La IF cuenta con una política y un proceso documentado para determinar los objetivos de ventas y los casos de mora permitidos en los incentivos monetarios para el personal de crédito (si se utiliza), incluyendo alertas para los casos morosos que señalan un alto riesgo.
2	5	1	c	Los objetivos de productividad de la IF son razonables comparados con los parámetros de la industria para organizaciones similares que operan en condiciones similares.
2	5	1	c	Los sistemas de incentivos valoran la calidad de la cartera por lo menos tanto como otros factores, como el crecimiento del cliente. Los objetivos están alineados con el contexto local, de modo que sean alcanzables.
2	5	1	c	Si el salario del oficial de crédito se compone de una parte fija y una variable, la parte fija debe representar como mínimo el 50% del salario total y debe constituir un salario mínimo vital.

2	5	2	c	La IF revisa los esquemas de incentivos de su personal por lo menos una vez al año para evaluar si son razonables en comparación con los parámetros de la industria y los riesgos del mercado
3	0	0		Principio de protección al cliente 3: Transparencia
3	1	0		Se implementa una política y un proceso documentado para exigir transparencia en los términos, las condiciones y los precios de todos los productos.
3	1	1	c	La IF entrega a los clientes un documento de datos clave que contiene la siguiente información sobre sus préstamos: - Monto total de su préstamo - Costo total del préstamo (en términos nominales), incluyendo todas las comisiones - Tasa de interés efectiva (EIR en inglés) o Costo Anual Total (APR en inglés), según sea más pertinente. Debe de ser calculado considerando el principal, los intereses y las comisiones. - Fecha de desembolso y vigencia del crédito - Plan de pagos incluyendo una tabla de amortización que desglose los abonos a capital e intereses, el número de pagos a dar y las fechas de cada uno de ellos. - Tasa de interés moratoria y un breve resumen de los términos y condiciones para su aplicación
3	1	2	c, s, i	Los contratos de préstamo incluyen toda la información incluida en el documento de datos clave, además de: - El periodo de gracia (si existe) - Las penalidades por falta de pago o prepago anticipado - Condiciones del ahorro obligatorio (si existe) - Productos relacionados con el crédito (si existen) - Obligaciones del aval (si existe) o del miembro de la cooperativa (si aplica) - Detalle de la garantía requerida (si existe), y proceso de activación de la garantía (si aplica) - Restricciones de uso del crédito (si existen) - Periodos de descanso entre créditos (si existen) y condiciones en donde aplican - Derecho de cancelación del crédito - Consecuencias del pago atrasado o no pago del crédito - Definición de si los términos y condiciones pueden cambiar a través del tiempo, y bajo qué circunstancias
3	1	2	c,i,s,p	Los contratos están escritos en un lenguaje simple y no contienen cláusulas ilegales.
3	1	2	c(g)	En el caso de préstamos con garantía o garante colectivo, las obligaciones de los miembros o del garante están claramente definidas y se comunican a todos los miembros del grupo o a los garantes.

3	1	2	c	En el caso de los préstamos a tasa variable y préstamos denominados en moneda extranjera diferente de la moneda principal de la fuente de ingresos del cliente, la IF demuestra que explica claramente los panoramas de precios y de costos a los clientes, incluyendo un panorama pesimista.
3	1	2	c	Si la IF deduce el primer pago del capital desembolsado y las comisiones (es decir, cargo inicial, seguro, depósito de garantía), lo comunica claramente a los clientes antes del desembolso.
3	1	3	s	La documentación sobre ahorros incluye: - Comisiones (incluyendo por cierre de cuenta) - Tasas de interés a pagar y cómo se calculan los montos - Balances mínimos y máximos requeridos por la cuenta - Información sobre si los depósitos están garantizados (por una entidad pública o privada) y bajo qué condiciones
3	1	3	s	Se informa a todos los ahorradores sobre tiempos, condiciones y tarifas para acceder a sus productos de ahorro y acciones de capital, si corresponden.
3	1	3	s, c	Si los ahorros se utilizan como garantía de efectivo para préstamos, la documentación disponible para el cliente especifica si los ahorros pueden usarse en caso de mora y de qué manera.
3	1	4	i	Los clientes asegurados reciben la siguiente información en el momento de la inscripción (verbalmente o por escrito): - Prima - Detalles de la cobertura - Datos de los individuos cubiertos - Términos y monto máximo de la cobertura - Cómo y dónde presentar una reclamación - Documentación requerida para hacer una reclamación - Exclusiones de la póliza - Términos de cancelación o prepago de la póliza - Todos los derechos relevantes de la póliza, así como periodos de descanso, y derechos de cancelación - A todos los clientes se les informa sobre la importancia de informar a todos los beneficiarios de la póliza sobre los detalles de la cobertura
3	1	5	i	Las IF hacen el mismo esfuerzo por educar a los clientes sobre sus productos, independientemente de si sea que éstos se vendan de forma voluntaria, obligatoria o en paquete.

3	1	6	p	<p>Los clientes que inician o reciben transferencias de dinero y otras transacciones de pagos reciben la siguiente información, cuando correspondae:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monto de dinero enviado por el emisor en su moneda local - Tipo de cambio utilizado para hacer la conversión - Monto de dinero a ser entregado al receptor en su moneda local - Comisiones cobradas por el envío - Instrucciones para recoger el dinero - Términos y condiciones para cancelar el envío - Instrucciones para resolver errores en el envío - Confirmación de la transacción (y número de folio) - Impuestos cobrados (si aplica) - Productos ligados (si aplica)
3	1	6	p	La documentación que enumera todas las tarifas, los términos, los impuestos y las condiciones de cancelación está al alcance de los clientes de cualquier servicio de pago brindado por el agente de la IF (por ejemplo: transferencias de dinero, pago de facturas, recarga de tiempo aire y retiro de depósitos).
3	1	7	c,s,p	Las tarifas cobradas por terceros proveedores o agentes se divulgan totalmente a los clientes.
3	2	0		La IF se comunica con los clientes en momentos apropiados y a través de canales adecuados
3	2	1	c,i,s,p	La IF implementa un proceso documentado para comunicar información relacionada con el producto o servicio otorgado al cliente (con respecto a los términos, condiciones y precios del producto, incluidos contratos) antes de que el cliente firme o renueve un contrato.
3	2	1	c, i	La IF otorga a los clientes tiempo adecuado para revisar los términos y las condiciones de los productos, formular preguntas y recibir información adicional antes de firmar los contratos. El cliente tiene la oportunidad de rechazar el producto (o cualquier parte de la combinación de préstamo + seguro en caso de paquetes de productos).
3	2	1	c, s	Cuando firman, los clientes reciben una copia del contrato firmada, sin espacios en blanco. Se aplica a productos de grupo e individuales. Deberían integrarse servicios digitales en los documentos de apertura de cuenta para facilidad de procesamiento del cliente.

3	2	1	i	<p>Los clientes reciben un certificado de cobertura que incluye la información más destacada, que en todos los casos incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prima - Detalles de la cobertura - Datos de los individuos cubiertos - Términos y monto máximo de la cobertura - Cómo y dónde presentar una reclamación <p>Este certificado se entrega a los clientes de manera expedita al momento que empieza la cobertura (y en el caso de seguros atados a un crédito, se debe de entregar antes o durante el desembolso del crédito)</p>
3	2	1	c,i,s,p	Si los productos se renuevan automáticamente, la IF da aviso y, en el caso de productos voluntarios, la oportunidad de rechazarlos. La comunicación sobre productos de crédito y ahorro es siempre por vía verbal y escrita.
3	2	1	c, i	La IF notifica a los clientes antes de realizar cualquier cambio, incluidos vencimiento, cancelación o cambios sustanciales en los términos (como por ejemplo cobertura de seguro) o precio. Cuando corresponda, la IF informa a los clientes sobre cualquier derecho o procedimiento para evitar el cambio. La comunicación sobre productos de crédito y ahorro es siempre por vía verbal y escrita.
3	2	1	i	Al iniciar una reclamación de seguro, los clientes reciben información sobre los eventuales beneficios.
3	2	2	c, s	Se implementa un proceso documentado para brindar a los clientes información de manera regular y también a petición del cliente sobre los saldos de todas sus cuentas. La información proporcionada es precisa y clara.
3	2	2	p	La IF entrega a los clientes recibos por correo electrónico, en papel o por mensaje de texto (SMS) para cada transacción. El formato apropiado varía según el canal y la capacidad del cliente.
3	2	2	c (g), s (g)	En el caso de los préstamos con garantía o garante colectivo y las cuentas de ahorro colectivo, cada miembro del grupo o garante recibe notificación del saldo total de la cuenta por lo menos de forma trimestral. Los clientes pueden revisar la actividad de la cuenta en cualquier momento si lo solicitan.
3	3	0		La IF adopta las medidas necesarias para garantizar que el cliente entienda todo y para apoyar las decisiones que éste tome.
3	3	1	c,i,s,p	La información pública que brinda la IF promueve la toma de decisiones informadas de sus clientes.
3	3	1	c,i,s,p	La información básica del producto incluyendo todas las características de los productos y servicios asociados, incluyendo el precio, se muestra y está a la vista en sucursales (ej. en pósteres, folletos, panfletos) y debe estar fácilmente disponible y a la mano de todos los agentes.

3	3	1	c	La IF divulga la información sobre precios en medios públicos (ej. sitios web y sucursales) utilizando el estándar común para citar tasas de interés (TAE o TIE). Además, la IF también puede divulgar otros formatos en mercados en los que los oferentes citan las tasas de interés de otra forma (p. ej. tasas planas, CAT en México, TCEA en Perú, TEAC en Bolivia, etc.).
3	3	1	c	El material de mercadeo ofrece información sobre precios que es coherente con los términos y las condiciones finales del producto.
3	3	2	c,i,s,p	La IF participa en iniciativas de transparencia de la industria, si existen.
3	3	3	c,i,s,p	El personal está capacitado para explicar de manera clara y precisa los precios, términos y condiciones a los clientes y verificar que los clientes comprendan de acuerdo con las políticas de la IF, y demuestren esta comprensión en la práctica. Los empleados reciben capacitaciones de actualización al menos una vez al año.
3	3	3	c,i,s,p	La IF comunica toda la información relacionada con los productos y las políticas a los clientes en lenguaje sencillo; la información no está escondida en jerga legal o en letra pequeña.
3	3	3	c,i,s,p	La IF comunica a los clientes toda la información relacionada con los productos, los servicios y las políticas en el idioma local y a un nivel de complejidad apropiado, dadas las limitaciones de educación financiera. Para clientes menos alfabetizados, la comunicación oral debe complementar a la información escrita.
3	3	4	c,i,s,p	La IF tiene y utiliza un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de todas sus políticas y procedimientos relacionados con la transparencia.
4	0	0		Principio de protección al cliente 4: Precios responsables
4	1	0		La IF se gestiona de manera sostenible para ofrecer servicios a largo plazo.
4	1	1	c,i,s,p	La IF logra cubrir todos sus costos o se acerca rápidamente a su umbral de rentabilidad (break-even). Sus resultados financieros le permiten mantener su base de capital.
4	2	0		La política de precios de la IF fue generada tomando en cuenta el interés superior de sus clientes.
4	2	1	c,i,s,p	Existen pruebas de que el consejo directivo supervisa el rendimiento de la IF de acuerdo con su propia política social. (Por ejemplo, pueden incluirse como temas de deliberación del consejo directivo las oportunidades identificadas para reducir las tasas de interés y las tarifas, la política de dividendos o la aplicación de cierto porcentaje de las ganancias para beneficio de los clientes).
4	2	2	c,i,s,p	Las prácticas de precios de la IF son responsables.
4	2	2	c, s	El interés se calcula de manera directa (sobre saldo decreciente; según la fecha de pago exacta; en el caso de depósitos, sobre la base de los saldos diarios).
4	2	2	c	Los intereses del préstamo (incluido el interés por mora) dejan de acumularse después de 180 días de mora.

4	2	2	i	Los precios de los seguros, incluidas las tarifas de seguro obligatorias, cubren por lo menos las primas pasadas a las compañías de seguro y los costos reales.
4	2	2	i	Los precios de los seguros se ajustan sobre la base de la experiencia de reclamaciones reales.
4	2	2	i	Los índices de reclamaciones del seguro de vida no son inferiores al 30%. Si son inferiores al 30% se levanta una alerta y la IF puede justificarla.
4	2	3	c	La tasa de interés se establece como asequible, teniendo en cuenta los costos necesarios para otorgar el crédito (costos de financiación, operaciones, pérdidas de préstamos y rendimientos del capital).
4	2	3	c	La tasa anual efectiva (TAE) para todos los productos principales de la IF (> 20% de la cartera) está dentro del rango de desempeño aceptado. Si está fuera de rango, la IF puede ofrecer una justificación válida.
4	2	3	c	El rendimiento de la cartera está dentro del rango de desempeño aceptado. Si está fuera de rango, la IF puede ofrecer una justificación válida.
4	2	3	p	Las IF comparan sus precios de servicios de pagos con los del mercado. Si están fuera del rango aceptado, la IF puede ofrecer una justificación.
4	2	4	c,i,s,p	Las tarifas de la IF son razonables.
4	2	4	c,i,s,p	La IF no cobra a los clientes por confirmación de transacciones y consultas de saldo. Las tarifas son aceptables para pedidos repetidos de saldos o recibos por encima de cierta frecuencia establecida.
4	2	4	c	Toda multa por pago anticipado no incluye intereses que se devengarían entre el momento del pago anticipado y la finalización del término del préstamo.
4	2	4	c	Los intereses moratorios y las multas por mora no agravan la deuda; se calculan sobre la base del monto de capital restante únicamente.
4	2	4	s	Las tarifas por cuentas de depósito no son desproporcionadamente altas en relación con los saldos de depósitos pequeños.
4	2	4	i	La IF no cobra ni recibe una comisión de entrada, de exclusividad o de iniciación por parte del proveedor de seguros.
4	2	4	c,i,s,p	La IF monitorea las tarifas cobradas a los clientes por proveedores externos para garantizar que estén alineadas con las que cobran sus contrapartes.
4	3	0		Los índices financieros de la IF no indican problemas con los niveles de precios. (Si sus niveles están fuera de los rangos recomendados, se requiere que la IF presente una explicación válida que justifique los niveles más altos).

4	3	1	c	El ratio de gastos por pérdida de préstamos (ratio LLER) está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, la IF puede ofrecer una justificación válida como explicación.
4	3	2	c,i,s,p	La IF no transfiere costos innecesarios a sus clientes: El ratio de gastos operativos (ratio OER) está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, la IF puede ofrecer una justificación válida como explicación.
4	3	3	c,i,s,p	El retorno sobre activos (ROA) está dentro del rango de desempeño aceptable. Si está fuera de rango, la IF puede ofrecer una justificación válida como explicación.
5	0	0		Principio de protección al cliente 5: Trato justo y respetuoso de los clientes
5	1	0		La IF promueve y refuerza el trato justo y respetuoso de los clientes en línea con un código de conducta institucional.
5	1	1	c,i,s,p	En el código de conducta (o su equivalente) se explican claramente los valores de la organización, los estándares de conducta profesional esperados y el trato de los clientes que se espera de todas la IF o del personal o los agentes de los terceros proveedores. Las políticas también explican en detalle qué sanciones deben aplicarse en caso de violación del código de conducta.
5	1	1	c,i,s,p	Los siguientes comportamientos están siempre prohibidos y se determinan y aplican sanciones por escrito para evitarlas: usar lenguaje abusivo; usar fuerza física; limitar la libertad física; gritar al cliente; ingresar en el hogar del cliente sin ser invitado; humillar públicamente al cliente; violar el derecho del cliente a la privacidad; maltratar a un cliente sobre la base de cualquier categoría protegida ; usar intimidación o amenazas; acoso sexual o moral.
5	1	1	c,i,s,p	También están prohibidos el fraude y las acciones no éticas (ej. corrupción, robo, soborno). Las sanciones en estos casos son claras y se aplican estrictamente.
5	1	1	c,i,s,p	Los clientes reciben información sobre los estándares de conducta profesional de la IF y sobre los comportamientos prohibidos mencionados en el código de conducta.
5	1	2	c,i,s,p	Las políticas y los procedimientos de recursos humanos refuerzan los estándares identificados en el código de conducta.
5	1	2	c,i,s,p	Todos los miembros del personal firman un documento en el que reconocen que respetarán el código de conducta.
5	1	2	C	La IF implementa un programa de capacitación efectivo para garantizar que el personal entienda y tenga las habilidades necesarias para implementar políticas y procedimientos relacionados con el trato justo y responsable de los clientes y alineados con el código de conducta. Se destaca el comportamiento inaceptable.

5	1	2	c	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre trato justo y responsable de los clientes. La capacitación está alineada con el código de conducta de la IF y define igual el comportamiento inaceptable.
5	1	2	c,i,s,p	Las evaluaciones de desempeño del empleado y de los agentes incluyen revisiones sobre el respeto del código de conducta, el comportamiento ético y la calidad de la interacción con los clientes.
5	2	0		La IF tiene políticas y procesos documentados para evitar la discriminación contra las <u>categorias protegidas</u> al aprobar clientes y al establecer sus términos y condiciones.
5	2	1	c,i,s,p	Entre las categorías protegidas se incluyen: etnicidad, género, edad, discapacidades, afiliación política, orientación sexual, casta y religión.
5	2	2	c,i,s,p	Los términos y las condiciones para las personas pueden diferir de acuerdo con 1) análisis basados en riesgo; 2) mercados objetivo definidos en la misión de la IF; 3) adaptaciones sobre la base de necesidades especiales identificadas. Esta diferenciación debería aplicarse de forma consistente, ser indicada de antemano y realizarse siempre con el objetivo de beneficiar a los clientes.
5	3	0		El personal de la IF y sus agentes de cobranzas cobran los préstamos de manera apropiada.
5	3	1	c, c(g)	Se implementa una política que define claramente las prácticas apropiadas e inapropiadas de cobranza de deudas por parte del personal y de terceros.
5	3	1	c	La IF define qué acciones deben emprenderse en caso de cobranza. El programa de acciones de cobranzas otorga tiempo para que la IF o el contratista determinen las razones de la falta de pago por parte de un cliente.
5	3	1	c(g)	La IF capacita al personal y/o a los miembros del grupo (si corresponde) sobre las prácticas de cobranza de deudas de la IF y los procedimientos de recuperación de préstamos (incluidas las acciones que se espera que emprendan y las que están prohibidas en caso de falta de pago).
5	3	1	c	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre las prácticas de cobranza de deudas y los procedimientos de recuperación de préstamos de la IF.
5	3	2	c,p	La IF tiene y aplica una política de reprogramación de préstamos/refinanciación/cancelación en casos excepcionales.
5	3	2	c	En la política se enumeran casos de crisis específicas, en los cuales puede otorgarse a los clientes una reprogramación o refinanciación (p. ej., desastre natural o provocado por el hombre; hospitalización importante, muerte de familiar cercano, etc.) o en los que excepcionalmente los préstamos pueden cancelarse.

5	3	2	c	La IF reprograma, refinancia o cancela préstamos en casos excepcionales a los clientes morosos que tienen voluntad pero no capacidad de pago, antes de ejecutar sus bienes. Una persona de categoría más alta que la que propone la reprogramación, refinanciación o cancelación las autoriza.
5	3	3	c	Se implementan políticas o procesos documentados y supervisados por la gerencia para garantizar que la ejecución de la garantía sea siempre respetuosa de los derechos de los clientes.
5	3	3	c	Se informa a los clientes sobre los procesos de ejecución de garantías antes de que acepten el préstamo. La IF sigue las regulaciones locales en la medida de lo posible. Sin embargo, si no es posible para la IF obtener órdenes judiciales, las IF pueden seguir las directrices de mejores prácticas locales. Puede informarse al cliente y permitirle que intente remediar la falta de pago antes de proceder a la ejecución. Se aplica a préstamos colectivos e individuales.
5	3	3	c	Si se ejecuta la garantía y el valor de la garantía supera el capital pendiente, los intereses devengados hasta 180 días, cualquier cargo por multa y costos legales, la diferencia se devuelve al cliente.
5	3	3	c	El personal de la IF no puede obligar a los clientes a vender su propia garantía para pagar la deuda.
5	3	3	c	La garantía no puede venderse a la IF, al personal de la IF, a sus familiares ni a terceros que participan en el proceso de ejecución.
5	3	3	c	La IF tiene un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de políticas y procedimientos relacionados con la ejecución de garantías. La IF puede presentar pruebas de las medidas correctivas que se aplican en caso de implementación parcial o incorrecta de las políticas y los procedimientos para garantizar un adecuado cumplimiento en la práctica.
5	3	3	c,i,s,p	Si la garantía es guardada en las instalaciones de la IF, se mantiene en una habitación cerrada con llave o en una instalación segura, y se deja asentado en el contrato.
5	4	0		La IF tiene sistemas efectivos para prevenir y detectar el fraude.
5	4	1	s	Se implementa un proceso documentado para evitar el fraude relacionado con los ahorros de los clientes, alineado con las mejores prácticas internacionales.
5	4	2	p	Se implementa un proceso documentado para gestionar de manera adecuada las transacciones que no se completan o se completan incorrectamente.
5	4	2	p	En los casos en los que el receptor no puede recibir dinero después de un período, se devuelven los fondos al remitente con una notificación.
5	4	2	p	Si una transferencia de fondos o transacción electrónica similar se deriva a una cuenta incorrecta, se implementan mecanismos para corregir el error ya sea por el agente, la sucursal o el proveedor.

5	5	0		Las reclamaciones de seguros se procesan de manera eficiente, justa y oportuna.
5	5	1	i	Casi la totalidad de las reclamaciones se resuelven en el transcurso de un mes o un período breve similar según lo requieran las leyes locales (pueden permitirse algunas excepciones en casos de alta complejidad).
5	5	2	i	Se notifica a los solicitantes cuándo se reciben las reclamaciones y cuándo se resuelven.
5	5	3	i	Cuando una reclamación se rechaza, los solicitantes reciben una notificación, la razón del rechazo y se les brinda un período de tiempo razonable durante el cual pueden corregir cualquier deficiencia; en casi la totalidad de los casos, dicha notificación se recibe en el transcurso de máximo un mes a partir de la presentación de la reclamación (pueden permitirse algunas excepciones en casos de alta complejidad).
5	6	0		La gerencia y supervisión de la IF apoyan el trato justo y respetuoso de los clientes.
5	6	1	c,i,s,p	La IF tiene un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de sus políticas y procedimientos relacionados con el trato justo y respetuoso de los clientes. La IF puede presentar pruebas o registros de monitoreo o informes sobre las medidas correctivas que se aplican en caso de implementación parcial o incorrecta de las políticas y los procedimientos para garantizar un adecuado cumplimiento en la práctica.
5	6	2	c,i,s,p	La gerencia revisa los resultados clave (p. ej. encuesta de satisfacción del cliente, resumen de manejo de quejas) relacionados con el trato justo y respetuoso de los clientes. Se analizan, implementan y monitorean medidas de mejora, y existen registros de estas acciones.
6	0	0		Principio de protección al cliente 6: Privacidad de los datos del cliente
6	1	0		Los datos de los clientes se resguardan de manera segura y confidencial.
6	1	1	c,i,s,p	Se implementa una política y un proceso documentado para preservar la confidencialidad, seguridad y precisión de la información personal, financiera y de transacciones de todos los clientes. Éstos abarcan la recopilación, el procesamiento, el uso, la distribución y el almacenamiento de la información del cliente.
6	1	1	c,i,s,p	Existen multas por exponer o revelar datos de los clientes a terceros (incluidos los garantes y los familiares que no son partes en la cuenta) sin el consentimiento previo del cliente.
6	1	1	c,i,s,p	En el acuerdo de la IF con proveedores externos que tienen acceso a los datos de los clientes se especifica que estos proveedores deben preservar la seguridad y confidencialidad de los datos de los clientes. La IF monitorea el cumplimiento de este acuerdo y toma medidas cuando se identifican problemas.
6	1	1	c,i,s,p	Existe un proceso claro para proteger los datos de los clientes cuando el personal se va de la institución o es despedido.
6	1	2	c,i,s,p	Los sistemas de la IF están protegidos contra el robo o mal uso de los datos o la identidad de los clientes; así como contra violaciones a la seguridad y acceso fraudulento.

6	1	2	c,i,s,p	Se implementa un plan de recuperación de tiempo de inactividad o de desastres, que incluye un plan de continuidad empresarial.
6	1	2	c,i,s,p	Los archivos se guardan en un sistema seguro, ya sea electrónico o en formato físico, con protección contra acceso inapropiado, robo y/o daños físicos.
6	1	2	c,i,s,p	Se implementan medidas de seguridad de datos como protección contra el acceso no autorizado a los datos (es decir, contraseñas, niveles de acceso, infraestructura de software). Las contraseñas de TI se modifican periódicamente con diferentes niveles de acceso de acuerdo con la posición del miembro del personal que ingresa a los datos.
6	1	2	c,i,s,p	La IF realiza copias de respaldo por lo menos diarias de los datos de sus clientes.
6	1	2	c,i,s,p	El uso de archivos por parte de empleados fuera de la oficina está controlado (ej., no pueden llevarse archivos de los clientes o documentos de préstamo a su casa o ingresar a MIS desde su casa), y la IF mantiene registros de los nombres de los empleados que solicitan acceso a los archivos de los clientes.
6	2	0		Se informa a los clientes sobre la privacidad de sus datos y el consentimiento para el uso de sus datos.
6	2	1	c,i,s,p	A partir del momento de la solicitud, los clientes otorgan su consentimiento antes de que la IF comparta su información personal con cualquier público externo, incluidos burós de crédito, familiares, garantes, agentes de seguros, empresas de cobranza y material de mercadeo u otro contenido público. El personal debe resaltar el texto que solicita el consentimiento firmado por el cliente.
6	2	2	c,i,s,p	Los contratos de productos incluyen una explicación clara y concisa sobre cómo los datos de los clientes estarán protegidos y cómo pueden usarse o compartirse y con quiénes, incluyendo a los burós de crédito.
6	2	3	i	Los clientes nombran beneficiarios para las pólizas de seguro de vida, y se les recuerda que deben notificar a esos beneficiarios que han sido designados.
6	2	4	c,i,s,p	La IF implementa un programa de capacitación efectivo para garantizar que el personal entienda y tenga las habilidades necesarias para implementar políticas y procesos relacionados con la privacidad de los datos del cliente.
6	2	4	c(g)	Los líderes de grupo están capacitados para salvaguardar la información de los miembros del grupo, en especial los saldos de las cuentas de ahorros, las fechas de desembolso de los préstamos y la información sobre problemas de reembolso.
6	2	4	c,s,p	El personal informa a los clientes sobre la importancia de proteger los números de identificación personal (PIN) y cómo hacerlo.

6	2	5	c,i,s,p	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre las políticas y los procesos relacionados con la privacidad de los datos del cliente.
7	0	0		Principio de protección al cliente 7: Mecanismos para la resolución de quejas
7	1	0		La IF implementa un sistema efectivo para recibir y resolver quejas y sugerencias de todos sus clientes.
7	1	1	c,i,s,p	Los clientes pueden presentar quejas a la IF a través de otra persona que no sea su punto de contacto principal para obtener el producto o el supervisor de esa persona.
7	1	2	c,i,s,p	Las quejas referidas a proveedores terceros de la IF pueden presentarse directamente a éstos mismos o a la IF. Si se presentan al proveedor tercero de la IF, la IF debe recibir informes de las quejas.
7	1	3	c,i,s,p	Los mecanismos para presentar quejas se adaptan a las necesidades y preferencias de los clientes y son de fácil acceso (número de teléfono gratuito, correo electrónico, etc.). Los buzones de sugerencias no son suficientes, y existen por lo menos siempre dos canales adicionales a su disposición.
7	1	4	c,i,s,p	La resolución de quejas se prioriza en base a su gravedad, y casi la totalidad de las quejas se resuelven en el transcurso de un mes (pueden permitirse algunas excepciones en casos de alta complejidad).
7	1	5	c,i,s,p	Se implementa un sistema claro y seguro para que las quejas de las sucursales y (si corresponde) de los agentes lleguen al personal a cargo del manejo de las quejas y/o a la gerencia de la IF.
7	2	0		La IF informa a sus clientes sobre su derecho a quejarse y cómo presentar una queja.
7	2	1	c,i,s,p	El personal de primera línea (contacto directo con el cliente) y los agentes informan a los clientes cómo presentar una queja durante el proceso de solicitud del producto. Eso incluye cómo presentar una queja a un mecanismo diferente de la IF, si existe (p. ej., organización autorreguladora o defensoría del sector público).
7	2	2	c,i,s,p	La información sobre cómo presentar una queja se destaca visiblemente en las sucursales, en los agentes y/o está incluida en la documentación de los productos.
7	2	3	c,i,s,p	Se notifica a los clientes cuando las quejas son recibidas y cuando se resuelven.
7	3	0		La IF usa la información de las quejas de manera sistemática para gestionar sus operaciones y mejorar la calidad de sus productos y servicios.
7	3	1	c,i,s,p	La gerencia revisa habitualmente los indicadores de desempeño clave o KPIs (ej., porcentaje de quejas resueltas, tiempo promedio de resolución) y adopta medidas correctivas para resolver los casos que se manejaron mal y mejorar las deficiencias sistemáticas.

7	3	2	c,i,s,p	La IF tiene un proceso de control interno para verificar la aplicación uniforme de sus políticas y procedimientos para el manejo de las quejas, incluida la revisión de una muestra aleatoria de casos. La IF puede presentar pruebas de las medidas correctivas que se aplican en caso de implementación parcial o incorrecta de las políticas y los procedimientos, para garantizar un adecuado cumplimiento de éstos en la práctica.
7	3	3	c,i,s,p	Las quejas y sus resoluciones se tienen en cuenta para los bonos o las evaluaciones de desempeño del personal.
7	3	4	c,i,s,p	El análisis de los datos de las quejas, las encuestas de satisfacción y el motivo de los abandonos contribuye a mejorar las operaciones y los servicios.
7	3	5	c,i,s,p	La capacitación para el manejo de quejas por parte de la IF abarca cómo funciona el mecanismo de quejas, la función que cumple el personal a cargo de las quejas, cómo manejar de manera apropiada las quejas hasta su resolución, y cómo derivarlas a la persona adecuada para su investigación y resolución.
7	3	6	c,i,s,p	La IF verifica que terceros (agentes administradores de redes, agencias de cobranza, agentes de seguros, etc.) capaciten a sus propios representantes sobre el funcionamiento del mecanismo de quejas, la función que cumple el personal a cargo de las quejas, cómo manejar de manera apropiada las quejas hasta su resolución, y cómo derivarlas a la persona adecuada para su investigación y resolución.