CERISE+SPTF

# Estándares SFD

## Estándares gerenciales para la prestación responsable de los **servicios financieros digitales**

*Version 1.1, mayo 2025*

cerise-sptf.org | spi-online.org

Estimado lector,

Nos complace compartir con ustedes los Estándares gerenciales para la prestación responsable de los servicios financieros digitales (los "Estándares SFD").

Este recurso combina en un manual exhaustivo las mejores prácticas identificadas por las instituciones de servicios financieros y otras partes interesadas asociadas de todo el mundo para ofrecer servicios financieros digitales de forma inclusiva y responsable.[1] La mayor parte del contenido aborda prácticas importantes de protección al cliente, que el manual etiqueta con el logotipo "CP".

Los Estándares SFD abarcan cinco dimensiones clave a la gestión responsable:

1. Estrategia centrada en el cliente
2. Liderazgo comprometido
3. Productos y servicios centrados en los clientes
4. Protección al cliente
5. Gestión responsable de los recursos humanos

Se está investigando la creación de un modelo para evaluar la fijación responsable de precios en las finanzas digitales. Cerise+SPTF y otras partes interesadas participan activamente en este esfuerzo, con planes para añadir una dimensión de precios a los Estándares SFD una vez que el modelo esté listo.

La herramienta de evaluación de los Estándares SFD es una herramienta de evaluación gratuita que combina los Estándares SFD, que también se presentan en este manual, junto con campos para puntuar hasta qué punto una institución de servicios financieros está aplicando cada práctica, y funciones gráficas para mostrar los resultados resumidos. Las instituciones de servicios financieros pueden utilizar esta herramienta para evaluar e informar sobre su nivel actual de aplicación de los Estándares SFD.

Aunque el alcance de los Estándares SFD es exhaustivo y, por lo tanto, puede parecer desalentador en un principio, los usuarios de este recurso expresan constantemente su agradecimiento por la claridad y la orientación concreta que proporciona. Los Estándares SFD actúan como una "hoja de trucos", como las describió el CEO de una institución digital, permitiendo a los PSF aprender de sus pares sobre prácticas de gestión probadas que mitigan los riesgos y promueven el beneficio del cliente. Los Estándares DFS hacen que sea eficiente y sencillo para cada PSF entender cuáles son las buenas prácticas, evaluar su nivel actual de rendimiento e identificar áreas de mejora. También es importante tener en cuenta que no existe un único punto de partida correcto, ni la expectativa de hacerlo todo de una vez. Además, el ciclo de evaluación y mejora es continuo, a medida que evolucionan el contexto y las necesidades de los clientes. Los PSF actuarán paso a paso, según sus propias prioridades y en un plazo realista, teniendo en cuenta los recursos disponibles.

En última instancia, los Estándares SFD ayudan tanto a los PSF como a sus clientes, porque hacer que los servicios financieros sean más seguros y beneficiosos también refuerza la sostenibilidad general de la institución de servicios financieros que les presta servicio.

Como complemento al manual de los Estándares SFD, visite nuestro centro de recursos para obtener herramientas, estudios de casos y otros tipos de recursos que le ayudarán a reforzar sus prácticas.

Esperamos sus comentarios. No dude en hacernos llegar sus preguntas o compartir sus experiencias: info@sptfnetwork.org

Atentamente,
El equipo Cerise+SPTF

[1] Para los lectores que estén familiarizados con los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y ambiental ("los Estándares Universales"), tengan en cuenta que los Estándares SFD integran muchos de los indicadores y detalles de los Estándares Universales, pero adaptados a un contexto digital, a la vez que añaden nuevas prácticas de gestión que mitigan los riesgos y perjuicios para la protección al cliente derivados del uso de productos y canales digitales.

Estándares SFD
Estándares gerenciales para la prestación responsable de los servicios financieros digitales
I
Estrategia centrada en el cliente
II
Liderazgo comprometido
III
Productos y servicios centrados en los clientes
IV
Protección al cliente
V
Gestión responsable de los recursos humanos

*Dimensión*

# I Estrategia centrada en el cliente

**I.A** La institución tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos centrados en el cliente.

**I.B** La institución recopila, analiza y reporta datos que son específicos para cada uno de sus objetivos centrados al cliente.

*Dimensión*

# II Liderazgo comprometido

**II.A** Los miembros de la Junta Directiva hacen rendir cuentas a la Alta Gerencia en relación al logro de los objetivos de la institución con respecto a los clientes.

**II.B** La Alta Gerencia es responsable de implementar la estrategia de la institución con el propósito de alcanzar los objetivos centrados al cliente.

*Dimensión*

# III Productos y servicios centrados en los clientes

**III.A** La institución recopila y analiza datos para comprender las necesidades de los clientes.

**III.B** Los productos, servicios y canales de la institución benefician a los clientes.

*Dimensión*

# IV Protección al cliente

**IV.A** La institución no sobreendeuda a los clientes.

**IV.B** La institución brinda a los clientes información clara y oportuna para apoyar su toma de decisiones..

**IV.C** La institución hace cumplir el trato justo y respetuoso de los clientes.

**IV.D** La institución protege los datos de los clientes y les informa sobre los derechos que poseen respecto al uso de sus datos.

**IV.E** La institución recibe y resuelve los reclamos de los clientes.

*Dimensión*

# V Gestión responsable de los recursos humanos

**V.A** La institución crea un ambiente laboral seguro y equitativo.

**V.B** El sistema de gestión de los recursos humanos de la institución está diseñado para atraer y mantener una fuerza laboral calificada y motivada.

**V.C** El sistema de desarrollo de los recursos humanos apoya la estrategia centrada en el cliente de la institución.

*Dimensión I*

# Estrategia centrada en el cliente

**I.A** La institución tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos centrados en el cliente. [F1]
**I.B** La institución recopila, analiza y reporta datos que son específicos para cada uno de sus objetivos centrados al cliente.

[F1] Los "objetivos centrados en el cliente", también llamados "objetivos respecto al cliente" u "objetivos sociales", se refieren a los beneficios específicos que la institución financiera espera que los clientes obtengan al utilizar los servicios financieros. Por ejemplo, los clientes pueden utilizar los servicios financieros para ahorrar su dinero en un lugar seguro, para realizar pagos de manera segura, para invertir en sus negocios o para usar el seguro y así mitigar su exposición a los choques.

*Estándar*

# I.A LA INSTITUCIÓN TIENE UNA ESTRATEGIA PARA ALCANZAR SUS OBJETIVOS CENTRADOS EN EL CLIENTE. [F1]

| *Prácticas Esenciales* | **Indicadores** / *Detalles* |
|---|---|
| **I.A.1 LA ESTRATEGIA DE LA INSTITUCIÓN ESPECIFICA TANTO CUALES SON SUS CLIENTES OBJETIVO COMO CUALES SON LOS BENEFICIOS QUE SUS SERVICIOS FINANCIEROS DEBEN CREAR PARA LOS CLIENTES Y CÓMO LOGRARÁ ESOS OBJETIVOS.** | **I.A.1.1** La estrategia de la institución define las características demográficas y socioeconómicas de los clientes objetivo. |
| | **I.A.1.2** La institución define una estrategia para "no perjudicar" que articula cómo mitigará los riesgos para los clientes relacionados con el uso de sus servicios financieros: |
| | *I.A.1.2.1 Efectos negativos en los clientes y sus hogares*<br>*I.A.1.2.2 Violaciones a los derechos humanos*<br>*I.A.1.2.3 Corrupción y soborno* |
| | **I.A.1.3** La estrategia identifica los riesgos de ciberseguridad relacionados con sus servicios financieros digitales, identifica prácticas para mitigar y responder a dichos riesgos y especifica las funciones y responsabilidades de la junta directiva y la gerencia. [F2] [F3] |
| | **I.A.1.4** La estrategia identifica los riesgos de fraude externo relacionados con sus servicios financieros digitales, identifica prácticas para mitigar y responder a dichos riesgos y especifica las funciones y responsabilidades de la junta directiva y la gerencia. [F4] |
| | **I.A.1.5** La estrategia de asociación con aliados especifica lo siguiente: riesgos de protección al cliente relacionados con sus servicios digitales, prácticas para mitigar dichos riesgos, indicadores para medir el éxito y funciones y responsabilidades de la junta y la gerencia. [F5] |

[F1] Los "objetivos centrados en el cliente", también llamados "objetivos respecto al cliente" u "objetivos sociales", se refieren a los beneficios específicos que la institución financiera espera que los clientes obtengan al utilizar los servicios financieros. Por ejemplo, los clientes pueden utilizar los servicios financieros para ahorrar su dinero en un lugar seguro, para realizar pagos de manera segura, para invertir en sus negocios o para usar el seguro y así mitigar su exposición a los choques.
[F2] La "ciberseguridad" es la protección contra amenazas hacia todos los elementos de los sistemas de información, incluyendo las redes, dispositivos, aplicaciones conectadas a internet y los datos.
[F3] Este manual utiliza la frase "servicios financieros" para referirse a los productos, servicios y canales.
[F4] El "fraude externo" es el fraude perpetrado por actores que no están empleados ni contratados por la institución financiera. El fraude es un engaño ilícito o criminal cuyo propósito es obtener una ganancia financiera o personal.
[F5] Un "aliado" es cualquier persona o entidad legal, diferente a un empleado, con quien la IF ha firmado un acuerdo para ayudar a la IF en cualquier aspecto del desarrollo u oferta de productos y servicios a los clientes.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **I.A.2 LA ESTRATEGIA DEFINE INDICADORES Y MÉTAS PARA MEDIR LOS PROGRESOS DE LA INSTITUCIÓN EN RELACIÓN CON SU ESTRATEGIA HACIA LOS CLIENTES.** | **I.A.2.1** La institución tiene al menos un indicador medible para cada tipo de beneficio que se supone que los clientes experimentan al utilizar los servicios financieros de la institución. |

*Estándar*

# I.B LA INSTITUCIÓN RECOPILA, ANALIZA Y REPORTA DATOS QUE SON ESPECÍFICOS PARA CADA UNO DE SUS OBJETIVOS CENTRADOS AL CLIENTE.

| *Prácticas Esenciales* | | **Indicadores** / *Detalles* | |
|---|---|---|---|
| **I.B.1** | **LA INSTITUCIÓN RECOPILA DATOS SOBRE RESULTADOS EN CLIENTES Y SUS HOGARES.** | **I.B.1.1** | La institución recopila datos de forma continua a fin de medir si está logrando sus objetivos centrados al cliente. |
| | | *I.B.1.2.1* | *La institución recopila datos cuantitativos que miden los cambios tanto positivos como negativos en los clientes y sus hogares. Frecuencia mínima: anual* |
| | | *I.B1.2.2* | *La institución recopila datos cualitativos que miden los cambios tanto positivos como negativos en los clientes y sus hogares. Frecuencia mínima: anual* |
| | | **I.B.1.2** | La institución mantiene un inventario de los datos de clientes que recaba y, para cada tipo de dato, identifica tanto el propósito para recabarlo como el nivel de protección que requiere. (Nota: esto puede llamarse tener un “registro de datos”). [F6] [F7] CP |

[F6] Los “datos de clientes” se refieren a la información personalmente identificable (IPI), es decir, cualquier información relacionada con una persona identificada o identificable. Los ejemplos incluyen el nombre, la dirección, el teléfono, la calificación crediticia y el ingreso estimado.
[F7] Para más información sobre un “registro de datos”, véase el artículo de GDPR, “Registros de las actividades de procesamiento” (https://gdpr-info.eu/art-30-gdpr/).

*Dimensión II*

# Liderazgo comprometido

**II.A** Los miembros de la Junta Directiva hacen rendir cuentas a la Alta Gerencia en relación al logro de los objetivos de la institución con respecto a los clientes.

**II.B** La Alta Gerencia es responsable de implementar la estrategia de la institución con el propósito de alcanzar los objetivos centrados al cliente.

*Estándar*

# II.A LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA HACEN RENDIR CUENTAS A LA ALTA GERENCIA EN RELACIÓN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE LA INSTITUCIÓN CON RESPECTO A LOS CLIENTES.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **II.A.1 LA INSTITUCIÓN CAPACITA A LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA SOBRE SUS RESPONSABILIDADES EN LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO SOCIAL.** | **II.A.1.1** Durante la orientación de nuevos miembros o su formación continua, la institución capacita a cada miembro de la junta directiva acerca de la protección al cliente. | CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **II.A.2 LA JUNTA DIRECTIVA TOMA DECISIONES ESTRATÉGICAS CON BASE EN LOS DATOS SOCIALES Y FINANCIEROS.** | **II.A.2.1** La junta directiva utiliza los siguientes datos, proporcionados por la gerencia, para monitorear la protección al cliente: | |
| | *II.A.2.1.1 Análisis del riesgo de sobreendeudamiento de los clientes. Frecuencia mínima: anual* | CP |
| | *II.A.2.1.2 Análisis de clientes insatisfechos: tasas de inactividad y abandono de los clientes, resultados de las encuestas de salida y análisis de las quejas de los clientes. Frecuncia mínima: anual* | CP |
| | *II.A.2.1.3 Tasas de interés y evaluación sobre si son responsables. Frecuencia mínima: anual.* | CP |
| | *II.A.2.1.4 Informes sobre los sistemas que tiene la institución para el manejo de la privacidad y seguridad de los datos, en especial cualquier ataque, falla o violaciones a la seguridad. Frecuencia mínima: trimestral* | CP |
| | *II.A.2.1.5 Informes sobre cualquier fraude o corrupción, incluyendo extorsión y soborno. Frecuencia mínima: trimestral* | CP |
| | *II.A.2.1.6 Mal funcionamiento de los canales digitales que lleve a los clientes a experimentar pérdida de acceso o pérdida de fondos, o violaciones a la seguridad de los datos. Frecuencia mínima: trimestral* | CP |

**II.A.2.2** La junta directiva utiliza los siguientes datos, proporcionados por la gerencia, para monitorear la estrategia respecto a los clientes de la institución:

*II.A.2.2.1 La evaluación de protección al cliente o auditoría social más reciente de la institución. Frecuencia mínima: cada tres años*

*II.A.2.2.2 Cómo se asignan las ganancias y si la asignación de ganancias está alineada con la estrategia de la institución para crear beneficios para los clientes. Frecuencia mínima: anual*

**II.A.2.3** La junta directiva utiliza los siguientes datos, proporcionados por la gerencia, para monitorear las condiciones de trabajo decentes para los empleados:

*II.A.2.3.1 Tasa de rotación de empleados, por género. Frecuencia mínima: anual*

*II.A.2.3.2 Análisis de encuestas de satisfacción de empleados. Frecuencia mínima: cada dos años*

**II.A.2.4** La junta directiva toma medidas correctivas cuando identifica riesgos para los clientes o cuando la institución no está logrando sus objetivos con respecto a los clientes. CP

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **II.A.3 LA SUPERVISIÓN QUE LA JUNTA DIRECTIVA REALIZA A LA ALTA GERENCIA ESTÁ ALINEADA CON LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES CENTRADOS AL CLIENTE.** | **II.A.3.1** La junta directiva calcula la diferencia entre la compensación anual promedio de los ejecutivos de la Alta Gerencia y la de los empleados de nivel básico y puede justificar cualquier proporción superior a 25/1. Frecuencia mínima: anual |

*Estándar*

# II.B LA ALTA GERENCIA ES RESPONSABLE DE IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA DE LA INSTITUCIÓN CON EL PROPÓSITO DE ALCANZAR LOS OBJETIVOS CENTRADOS AL CLIENTE.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **II.B.1 LA INSTITUCIÓN INCLUYE OBJETIVOS CON RESPECTO A LOS CLIENTES EN EL PLAN OPERATIVO Y LA ALTA GERENCIA RESPONSABILIZA A LOS GERENTES DE MAYOR NIVEL POR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS.** | **II.B.1.1** La institución incluye sus objetivos y metas con respecto a los clientes en el plan de negocios o plan operativo. |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **II.B.2 LA ALTA GERENCIA TOMA DECISIONES ESTRATÉGICAS EN BASE A LOS DATOS SOCIALES Y FINANCIEROS.** | **II.B.2.1** La alta gerencia analiza los siguientes datos y evalúa los riesgos: |
| | *II.B.2.1.1* *Riesgos de protección al cliente. Como mínimo, esto incluye el análisis del sobreendeudamiento, trato injusto, falta de transparencia, seguridad insuficiente de los datos de los clientes, quejas, fraude y corrupción y soborno. Frecuencia mínima: mensual* (CP) |
| | *II.B.2.1.2* *Analiza las condiciones de trabajo decente. Como mínimo, esto incluye salud y seguridad, remuneración y prestaciones, y condiciones de trabajo. Frecuencia mínima: anual* |
| | *II.B.2.1.3* *Mal funcionamiento de los canales digitales que lleve a los clientes a experimentar pérdida de acceso, pérdida de fondos o filtraciones de datos. Frecuencia mínima: mensual* (CP) |
| | *II.B.2.1.4* *Desempeño del aliado, según se estipula en los contratos de asociación con aliados y en los acuerdos de nivel de servicio. Frecuencia mínima: mensual* (CP) |

**II.B.2.2** Las areas de auditoría interna y/o la gestión de riesgos consideran en sus actividades de seguimiento integrar los siguientes criterios:

*II.B.2.2.1* *Capacidad de pago del cliente, análisis de aprobación de préstamos, prevención de ventas agresivas* CP

*II.B.2.2.2* *Transparencia a los clientes* CP

*II.B.2.2.3* *Cumplimiento del código de conducta; prevención del fraude y la corrupción* CP

*II.B.2.2.4* *Embargo de garantías y prácticas inapropiadas para el cobro de deudas* CP

*II.B.2.2.5* *Uso indebido y fraude de datos de clientes* CP

*II.B.2.2.6* *Manejo de quejas, incluida la revisión a traves de una muestra de casos* CP

**II.B.2.3** La gerencia toma medidas correctivas cuando identifique riesgos para los clientes, para los empleados o cuando no este logrando sus objetivos con respecto a los clientes. CP

*Dimensión III*

# Productos y servicios centrados en los clientes

**III.A** La institución recopila y analiza datos para comprender las necesidades de los clientes.
**III.B** Los productos, servicios y canales de la institución benefician a los clientes.

*Estándar*

# III.A LA INSTITUCIÓN RECOPILA Y ANALIZA DATOS PARA COMPRENDER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **III.A.1 LA INSTITUCIÓN REALIZA INVESTIGACIONES DE MERCADO Y PRUEBAS PILOTO.** | **III.A.1.1** Antes de introducir nuevos productos, servicios o canales de entrega, la institución realiza una investigación de mercado que incluye la recopilación de los siguientes datos en relacion a sus clientes objetivo:<br>*III.A.1.1.1 Análisis de las tasas y los costos en el mercado, la saturación del mercado y la evaluación del mercado potencial*<br>*III.A.1.1.2 Análisis del perfil del cliente, incluidos: el sexo, la edad, la ubicación (urbana/rural) y el nivel de pobreza/ingresos, entre otros*<br>*III.A.1.1.3 Análisis de los datos sobre las necesidades de los clientes, sobre sus objetivos y sobre las dificultades que puedan tener en utilizar sus servicios financieros*<br><br>**III.A.1.2** La institución recaba retroalimentación sobre los productos piloto de los aliados que interactúan directamente con los clientes de la institución. |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **III.A.2 LA INSTITUCIÓN UTILIZA DATOS PARA IDENTIFICAR PATRONES DE COMPORTAMIENTO FINANCIERO POR SEGMENTO DE CLIENTES.** | **III.A.2.1** La institución analiza el uso del producto (tipos y frecuencia) por segmentos demográficos y socioeconómicos de sus clientes. CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **III.A.3 LA INSTITUCIÓN RECIBE RETROALIMENTACIÓN DE LOS CLIENTES CON RESPECTO A SU EXPERIENCIA EN EL USO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE LA INSTITUCIÓN.** | **III.A.3.1** La institución realiza encuestas de satisfacción de clientes. Frecuencia mínima: cada dos años | CP |
| | **III.A.3.2** La institución realiza entrevistas a clientes inactivos y/o que han salido, para buscar evidencias de fallas en el diseño de sus productos. | CP |
| | **III.A.3.3** La institución recibe retroalimentación de las siguientes fuentes sobre las experiencias de los clientes: | |
| | *III.A.3.3.1* *- Empleados* | CP |
| | *III.A.3.3.2* *- Aliados* | CP |

*Estándar*

# III.B LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE LA INSTITUCIÓN BENEFICIAN A LOS CLIENTES.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **III.B.1 LA INSTITUCIÓN UTILIZA INFORMACIÓN PROVENIENTE DEL ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LOS CLIENTES PARA DISEÑAR PRODUCTOS, SERVICIOS Y CANALES DE ENTREGA.** | III.B.1.1 La institución diseña nuevos productos, servicios (financieros y no financieros) y canales de entrega utilizando conocimientos provientes de estudios piloto y de mercado, asi como comentarios de los clientes y datos de los resultados en clientes. | CP |
| | III.B.1.2 La institución modifica sus productos y servicios existentes en respuesta a las necesidades, comentarios y resultados de los clientes. | CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **III.B.2 LA INSTITUCIÓN ELIMINA LAS BARRERAS QUE IMPIDEN EL ACCESO A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.** | III.B.2.1 La institución ofrece montos y términos de préstamo que se adaptan a la capacidad de reembolso del cliente, teniendo en cuenta sus transacciones financieras, su flujo de caja y/o su tipo de negocio. |
| | III.B.2.2 Si la institución capta ahorros, establece requisitos minimos y condiciones de retiro compatibles con los flujos de efectivo de los clientes objetivo. |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **III.B.3 LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE LA INSTITUCIÓN PROTEGEN A LOS CLIENTES CONTRA DAÑOS. [F3]** | III.B.3.1 La institución adapta los cronogramas de pago al flujo de efectivo y tipo de negocio del cliente. | CP |
| | III.B.3.2 Si la institución tiene requisitos de garantía, estos no generan dificultades graves para los clientes. | |
| | *III.B.3.2.1 La institución tiene una lista de activos que no se pueden presentar como garantía, incluyendo bienes que limitarían la capacidad de generación de ingresos del cliente.* | CP |

[F3] Este manual utiliza la frase "servicios financieros" para referirse a los productos, servicios y canales.

*III.B.3.2.2* *La institución basa la valoración de la garantía en un precio de mercado o valor de reventa verificable. Una instancia de aprobación de segundo nivel confirma la valoración de la garantía.* CP

*III.B.3.2.3* *El requisito de máxima para el valor de la garantía es que no exceda de dos veces el monto del préstamo, y que la garantía en efectivo no exceda del 20% del monto del préstamo.* CP

*III.B.3.2.4* *Si la institución recibe documentos de título o coloca un gravamen sobre una propiedad, devuelve el título al cliente o libera el gravamen una vez que se paga el préstamo.* CP

**III.B.3.3** Si la institución presta en moneda fuerte, informa a los clientes del riesgo cambiario utilizando escenarios alternativos. La institución también debe justificar la decisión de no prestar en moneda local. CP

**III.B.3.4** En casos de préstamos comerciales, la institución determina si el negocio del cliente está relacionado con sectores conocidos por tener altos riesgos sociales. Si es así, la institución lleva a cabo una debida diligencia adicional para mitigar el riesgo.

**III.B.3.5** Si la institución ofrece seguros voluntarios y evalúa el costo de los mismos para los clientes.

*III.B.3.5.1* *La institución analiza los datos sobre el uso de sus seguros: aceptación del producto, coeficiente de indemnización, tasa de renovación y tasa de cobertura.* CP

*III.B.3.5.2* *La institución analiza datos sobre cómo se procesan los reclamos: índice de rechazo de indemnización, tiempo promedio de resolución de las solicitudes de indemnización, motivos de rechazo de indemnización, motivos de brechas en la cobertura.* CP

*III.B.3.5.3* *La institución analiza datos sobre la experiencia del cliente con el seguro: datos demográficos de los clientes cubiertos, quejas, satisfacción de los clientes.* CP

*III.B.3.5.4* *Si el coeficiente de indemnización del seguro de vida es inferior a 60%, la institución le pide a la aseguradora que justifique el motivo.* CP

**III.B.3.6** La institución pregunta a los clientes si han encontrado algún desafío con los aliados. Frecuencia mínima: anual CP

**III.B.3.7** La institución monitorea el mal funcionamiento de los canales digitales, como interrupciones prolongadas o demoras de procesamiento, de manera continua, y tiene mecanismos para bordar los problemas según sea necesario. CP

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **III.B.4 LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE LA INSTITUCIÓN AYUDAN A LOS CLIENTES A REDUCIR LA VULNERABILIDAD ANTE CHOQUES Y A SUAVIZAR EL CONSUMO. [F3]** | **III.B.4.1** La institución ofrece productos financieros que ayudan a los clientes a mantener niveles estables de gasto a pesar de las fluctuaciones de ingresos o emergencias. Para tal fin, ofrece al menos uno de los siguientes productos: préstamos de emergencia, ahorros con un proceso de retiro sencillo y seguros voluntarios. |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **III.B.5 LA INSTITUCIÓN MONITOREA EL DESEMPEÑO DE SUS ALGORITMOS PARA GARANTIZAR LA INCLUSIÓN Y LA EQUIDAD PARA LOS CLIENTES.** | **III.B.5.1** La institución analiza los resultados del algoritmo de préstamos por segmento de clientes para comparar los clientes aprobados con el grupo de solicitantes y revisa contra la estrategia de la institución.<br><br>**III.B.5.2** La institución analiza los montos de los préstamos aprobados por clientes con perfiles financieros similares. |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **III.B.6 LA INSTITUCIÓN MITIGA EL RIESGO DE FRAUDE EXTERNO Y AYUDA A LOS CLIENTES QUE SON VÍCTIMAS DE FRAUDE.** | **III.B.6.1** La institución evalúa el riesgo de fraude mediante la investigación de las tendencias de fraude externo y el análisis de la retroalimentación de los clientes para identificar el riesgo de fraude en el mercado. (CP)<br><br>**III.B.6.2** La institución mitiga el riesgo de fraude externo de manera continua mediante las siguientes actividades, como mínimo:<br><br>*III.B.6.2.1 Invertir en tecnologías y fortalecimiento de la capacitad interna necesaria para mitigar el fraude* (CP)<br>*III.B.6.2.2 Analizar datos, incluidos los datos de quejas de los clientes, para identificar cualquier actividad sospechosa* (CP)<br>*III.B.6.2.3 Informar a los clientes, usando dos canales diferentes como mínimo, sobre cómo protegerse del fraude y cómo informar sospechas de fraude a la institución* (CP) |

[F3] Este manual utiliza la frase "servicios financieros" para referirse a los productos, servicios y canales.

**III.B.6.3** La institución informa y ayuda a los clientes en los casos de fraude externo.

*III.B.6.3.1* *La institución notifica a los clientes al identificar actividad fraudulenta sospechada. Período: Para canales de comunicación digital: dentro de un período de 24 horas después de que la institución conozca del problema; para canales de comunicación física: dentro de un período de 7 días.* CP

*III.B.6.3.2* *La institución comienza a investigar un incidente de fraude dentro de un período de 24 horas de que un cliente lo haya denunciado.* CP

*III.B.6.3.3* *La institución restaura los fondos perdidos a los clientes que fueron víctimas de fraude dentro de un período de un mes, a menos que la institución pueda comprobar la negligencia del cliente.* CP

*Dimensión IV*

# Protección al cliente

**IV.A** La institución no sobreendeuda a los clientes.
**IV.B** La institución brinda a los clientes información clara y oportuna para apoyar su toma de decisiones.
**IV.C** La institución hace cumplir el trato justo y respetuoso de los clientes.
**IV.D** La institución protege los datos de los clientes y les informa sobre los derechos que poseen respecto al uso de sus datos.
**IV.E** La institución recibe y resuelve los reclamos de los clientes.

*Estándar*

# IV.A LA INSTITUCIÓN NO SOBREENDEUDA A LOS CLIENTES.

| *Prácticas Esenciales* | **Indicadores** / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.A.1 LA INSTITUCIÓN TOMA DECISIONES DE APROBACIÓN DE PRÉSTAMOS EN BASE A LA CAPACIDAD DE PAGO DEL CLIENTE.** | **IV.A.1.1** El proceso de aprobación de préstamos de la institución incluye los siguientes elementos, a menos que la institución esté utilizando datos alternativos para comprender la capacidad de reembolso y el monto del préstamo sea inferior al 20% del INB per cápita. [F8] | |
| | *IV.A.1.1.1 El porcentaje de la renta disponible [F9] del prestatario que puede utilizarse para pagar la deuda, incluyendo deuda existente con la institución y con otros prestamistas, no puede superar el 70%.* | CP |
| | *IV.A.1.1.2 Al menos una persona toma las decisiones de aprobación de préstamos respaldadas por un análisis automatizado. De lo contrario, al menos dos personas toman las decisiones de aprobación de préstamos, una de las cuales no interactúa directamente con el cliente.* | CP |
| | *IV.A.1.1.3 Si existe un buró de crédito, la institución reporta los datos de los clientes a los burós de crédito y utiliza los reportes de crédito en el proceso de aprobación de préstamos.* | CP |
| | *IV.A.1.1.4 Si la institución ofrece préstamos grupales, se realiza la debida diligencia con cada miembro del grupo.* | CP |
| | **IV.A.1.2** La institución realiza un análisis del flujo de efectivo para evaluar la capacidad de pago que incluye los siguientes elementos, a menos que la institución esté utilizando datos alternativos para entender la capacidad de pago y el tamaño del préstamo es menor al 20% del INB per cápita: | |
| | *IV.A.1.2.1 Ingresos, gastos y servicios de deuda relacionados con el negocio y la familia y cualquier otra fuente de ingresos, incluyendo las fuentes informales* | CP |
| | *IV.A.1.2.2 No uso de garantías, ingresos del garante, garantías prendarias o cobertura de seguro como indicadores de la capacidad de pago o como base principal para la aprobación del préstamo* | CP |
| | **IV.A.1.3** En los casos en que la institución utiliza datos alternativos para evaluar el monto del préstamo para el cual es elegible el cliente, la institución analiza algún tipo de datos de transacciones financieras. [F8] [F10] | CP |

[F8] Para las evaluaciones de solvencia, los "datos alternativos" se refieren a cualquier tipo de datos, financieros o no, distintos de los datos sobre ingresos, gastos y servicio de la deuda utilizados en el análisis tradicional de la capacidad de pago.
[F9] "Renta disponible" se refiere a los fondos que le quedan disponibles al cliente para gastar después de haber pagado todos los gastos empresariales necesarios y los gastos domésticos básicos (por ejemplo: vivienda, alimentación, sanidad, educación), así como los impuestos, si procede.
[F10] Datos de transacciones financieras: cartera en riesgo (PAR), tamaño promedio del préstamo, pagos del préstamo, depósitos y retiros, compras, transferencias.

**IV.A.1.4** La política de la institución sobre el pago anticipado del préstamo especifica las condiciones según las cuales es aceptable que los clientes paguen el préstamo anticipadamente para tomar un préstamo nuevo.

*IV.A.1.4.1* *Cuando el cliente solicita pagar anticipadamente y obtener otro préstamo, la institución especifica un período de tiempo o porcentaje del capital del préstamo activo que el cliente debe pagar antes de ser elegible para un préstamo nuevo.* CP

*IV.A.1.4.2* *Cuando el cliente toma otro préstamo inmediatamente después del pago anticipado, la institución realiza un nuevo análisis de efectivo, a menos que la institución esté usando datos alternativos para entender la capacidad de pago y el tamaño del préstamo es menor al 20% del INB per cápita.* CP

| *Prácticas Esenciales* | **Indicadores** / *Detalles* |
|---|---|

**IV.A.2 LA INSTITUCIÓN MONITOREA EL MERCADO Y RESPONDE SI HAY UN AUMENTO EN EL RIESGO DE SOBREENDEUDAMIENTO.**

**IV.A.2.1** La alta gerencia monitorea los siguientes indicadores para identificar el riesgo de sobreendeudamiento:

*IV.A.2.1.1* *Calidad de la cartera por canal, producto y segmento de clientes, incluyendo los clientes cuyas decisiones de renovación de préstamos son automatizadas. Frecuencia mínima: mensual* CP

*IV.A.2.1.2* *Préstamos reestructurados, reprogramados o refinanciados. Frecuencia mínima: mensual* CP

*IV.A.2.1.3* *Nivel de estrés sobre los clientes por canal, producto y segmento de clientes, incluyendo los clientes cuyas decisiones de renovación de préstamos son automatizadas. Frecuencia mínima: anual* CP

**IV.A.2.2** La institución define los niveles de desempeño que desencadenan monitoreo interno adicional y respuesta en las siguientes áreas:

*IV.A.2.2.1* *- Cartera en riesgo* CP

*IV.A.2.2.2* *- Estrés sobre los clientes* CP

**IV.A.2.3** Si el riesgo crediticio total de la institución ha superado los niveles de desempeño que activan una supervisión interna adicional y respuesta (ver indicador IV.A.2.2) durante algún trimestre en los últimos tres años, la institución ha tomado medidas correctivas. CP

*Estándar*

# IV.B LA INSTITUCIÓN BRINDA A LOS CLIENTES INFORMACIÓN CLARA Y OPORTUNA PARA APOYAR SU TOMA DE DECISIONES.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.B.1 LA INSTITUCIÓN COMUNICA LA INFORMACIÓN SOBRE SUS SERVICIOS FINANCIEROS UTILIZANDO LENGUAJE SENCILLO Y CANALES ACCESIBLES.** | **IV.B.1.1** La institución se comunica en lenguaje sencillo y en idiomas locales. | CP |
| | **IV.B.1.2** La institución ofrece un canal gratuito para que los clientes contacten a una persona en vivo para discutir cualquier pregunta, comentario o queja. El canal funciona como mínimo 8 horas al día, 5 días a la semana. | CP |
| | **IV.B.1.3** La institución publica la información básica del producto, incluyendo los precios, de manera digital y en localidades físicas. [F11] | CP |
| | **IV.B.1.4** Si la institución ofrece servicios de pago, depósito o retiro de efectivo mediante un aliado, verifica que el aliado publique la información básica del producto de manera digital y en localidades físicas. [F11] | CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.B.2 LA INSTITUCIÓN COMUNICA INFORMACIÓN AMPLIA SOBRE LOS TÉRMINOS, CONDICIONES Y PRECIOS ANTES DE QUE LOS CLIENTES FIRMEN UN CONTRATO PARA EL USO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS.** | **IV.B.2.1** La institución verifica que los clientes que firmen un contrato para usar los servicios financieros hayan comprendido los términos y condiciones. La institución realiza este análisis por segmento de clientes. | CP |
| | **IV.B.2.2** La institución informa a los prestatarios por escrito, usando lenguaje sencillo y en idioma local, los datos clave relacionados con la contratación del préstamo antes de que los mismos firmen el contrato. Los datos clave incluyen, como mínimo, la siguiente información:<br>- Monto total del préstamo<br>- Precio, incluyendo todas las comisiones (TEA/TIE si la mayoría de préstamos tienen una duración de al menos tres meses; TEM si la mayoría de préstamos tiene una duración menor a tres meses)<br>- Costo total del crédito: todo el capital, intereses y comisiones más la garantía en efectivo | CP |

[F11] La "información básica del producto" incluye el precio y la descripción del producto.

- Fecha de desembolso y plazo del préstamo
- Monto del pago (capital e interés) y frecuencia
- Todas las deducciones del desembolso principal (p.ej.: primer cuota, comisiones, tarifas, garantía en efectivo, impuestos), si se aplican
- Cómo se puede utilizar la garantía en efectivo / los ahorros obligatorios en caso de incumplimiento, si se aplica
- Tasa, términos y condiciones del interés moratorio, si se aplica
- Cómo presentar una queja
- Cómo ponerse en contacto con una persona en vivo

**IV.B.2.3** Los contratos de préstamo están disponibles en los idiomas locales principales e incluyen la siguiente información, según se aplique al producto: (CP)
- Monto total del préstamo
- Tarifas
- Calendario de amortización con importes de capital, número y fechas de vencimiento de todas las cuotas de amortización
- Período de gracia
- Cantidad de ahorro obligatorio / billetera móvil
- Mecanismos automáticos de débito en cuenta
- Productos vinculados
- Obligaciones del miembro o garante
- Requisitos de colateral y procedimientos de embargo
- Consecuencias del pago tardío e inclumplimiento
- Condiciones de pago anticipado: si es posible y cómo afecta al costo
- Si los términos y condiciones pueden cambiar con el tiempo y cómo afectaría esto a los clientes

**IV.B.2.4** Si la institución ofrece ahorros, brinda la siguiente información por escrito a los clientes: (CP)
- Comisiones, incluyendo los costos de cierre
- Tasas de interés y cómo se calcularán los montos
- Requisitos de saldo mínimo y máximo
- Cualquier restricción al retiro de fondos
- Si los depósitos están asegurados por el gobierno

**IV.B.2.5** Si la institución ofrece servicios de pagos, brinda la siguiente información por escrito a los clientes que están realizando o recibiendo transferencias monetarias o utilizando otros servicios de pagos: (CP)
- Monto pagado por el remitente, en la moneda del remitente
- Tasa de cambio estimada
- Monto que se recibirá en la moneda de destino

- Tarifas
- Instrucciones para recibir el pago
- Condiciones de cancelación
- Instrucciones para la resolución de errores
- Confirmación de la transacción
- Impuestos
- Productos vinculados (si los hay)

**IV.B.2.6** Si la institución ofrece seguros, brinda la siguiente información por escrito a los clientes en el momento de la suscripción: CP
- Un certificado de cobertura que establezca, como mínimo, la prima, el monto y el plazo de la cobertura, quiénes son los beneficiarios, qué eventos están cubiertos, las exclusiones importantes y cuándo y cómo presentar un reclamo
- Una explicación de la documentación requerida para comprobar el daño, si se aplica
- Términos relacionados con la cancelación

**IV.B.2.7** La institución proporciona a los clientes una copia del contrato lleno y hace que el contrato esté accesible en cualquier momento de manera digital o física. CP

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **IV.B.3 LA INSTITUCIÓN SE COMUNICA CON LOS CLIENTES EN RELACIÓN CON TODA LA ACTIVIDAD QUE SUCEDE EN SUS CUENTAS.** | **IV.B.3.1** La institución brinda información precisa a los clientes sobre sus cuentas de las siguientes maneras: |

*IV.B.3.1.1 Brinda acceso a su saldo actualizado de préstamo, ahorro u otra cuenta, según lo soliciten.* CP

*IV.B.3.1.2 Envía mensajes a los clientes cuando realiza una deducción programada de la cuenta del cliente.* CP

*IV.B.3.1.3 Proporciona recibos, en papel o electrónicamente, para cada transacción.* CP

**IV.B.3.2** La institución notifica a los clientes y les da oportunidad de optar por no continuar antes de renovar automáticamente un producto voluntario. CP

**IV.B.3.3** La institución envía un recordatorio a los clientes al menos un día antes de realizar cualquier débito programado autorizado de la cuenta del cliente. CP

**IV.B.3.4** Si la institución ofrece seguros, brinda a los beneficiarios información oportuna durante el proceso de solicitud de indemnización.

*IV.B.3.4.1* *La institución notifica al beneficiario dentro de los 30 días la resolución sobre la solicitud de indemnización.* CP

*IV.B.3.4.2* *Cuando la solicitud de indemnización da lugar a un acuerdo, la institución notifica al beneficiario dentro de los 30 días posteriores al acuerdo. Si se niega la indemnización, notifica al beneficiario el motivo y le da la oportunidad de apelar.* CP

*Estándar*

# IV.C LA INSTITUCIÓN HACE CUMPLIR EL TRATO JUSTO Y RESPETUOSO DE LOS CLIENTES.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.C.1 EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE LA INSTITUCIÓN ESTABLECE UN TRATO JUSTO Y RESPETUOSO A LOS CLIENTES.** | **IV.C.1.1** El código de conducta de la institución establece los valores organizacionales, las normas de conducta profesional y el trato a los clientes que deben dar los empleados, y define las sanciones en caso de incumplimiento. | CP |
| | **IV.C.1.2** Las políticas de la institución prohíben lo siguiente: | |
| | *IV.C.1.2.1 Corrupción, robo, sobornos, fraude* | CP |
| | *IV.C.1.2.2 Intimidación del cliente, incluyendo pero no limitándose al uso de lenguaje abusivo, humillación pública del cliente y uso de amenazas. En los casos de interacción en persona, la institución prohíbe el uso de fuerza física, limitación de la libertad física, acoso sexual, gritos y entrada en el domicilio del cliente sin haber sido invitado.* | CP |
| | *IV.C.1.2.3 Discriminación contra todas las Categorías Protegidas reconocidas internacionalmente. [Nota: Las categorías protegidas son las siguientes: personas mayores de 40 años; sexo; raza/etnicidad/origen nacional/ origen social/casta; religión; estado de salud (incluido el estado serológico respecto del VIH); con discapacidad; orientación sexual; afiliación política; estado civil; participación en un sindicato.]* | CP |
| | **IV.C.1.3** La institución informa a los clientes, verbalmente o por escrito, sobre las conductas prohibidas que se encuentran en el código de conducta. | CP |
| | **IV.C.1.4** La institución registra o documenta las conversaciones entre los clientes y el personal con el propósito de control de calidad. | CP |
| | **IV.C.1.5** El contrato o acuerdo de nivel de servicio de la institución con los aliados incluye estándares de protección al cliente y define las sanciones que se aplicarán en caso de violación. | CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.C.2 LA INSTITUCIÓN NO USA TÉCNICAS DE VENTAS AGRESIVAS.** | **IV.C.2.1** La institución tiene controles internos para monitorear si los empleados o aliados se involucran en prácticas agresivas. | CP |
| | **IV.C.2.2** La estructura de incentivos de la institución no promueve ventas agresivas. | |
| | *IV.C.2.2.1 Si los salarios de los empleados están compuestos por una parte fija y una parte variable, la parte fija debe representar por lo menos el 50% del salario total.* | CP |
| | *IV.C.2.2.2 La institución monitorea los índices de productividad de los empleados e investiga aquellos que están por encima de un umbral predeterminado.* | CP |
| | **IV.C.2.3** La institución requiere al menos tres confirmaciones de interés antes de aprobar un préstamo sin evaluar la capacidad de pago. | CP |
| | **IV.C.2.4** Excepto en los casos donde la duración del préstamo es menor a un mes, la institución da al cliente el derecho de cancelación sin costo por un mínimo de dos días hábiles después de haber aprobado el préstamo. | CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.C.3 LA INSTITUCIÓN SALVAGUARDA EL DERECHO DE LOS CLIENTES A UN TRATO RESPETUOSO DURANTE EL PROCESO DE COBRANZA DE LOS PRÉSTAMOS.** | **IV.C.3.1** La política de cobros de la institución incluye lo siguiente: | |
| | *IV.C.3.1.1 Una lista de prácticas de cobranza apropiada e inapropiada, incluidas las prácticas de embargo de garantías.* | CP |
| | *IV.C.3.1.2 Un cronograma del proceso de cobranza que permite determinar las razones del incumplimiento de pago y brindar una solucion al cliente.* | CP |
| | *IV.C.3.1.3 La institución informa al cliente antes del embargo de la garantía, lo que le permite intentar remediar el incumplimiento.* | CP |
| | *IV.C.3.1.4 Prohibición de venta de la garantía de los clientes a la institución, al personal de la institución, a sus familiares o a terceros involucrados en el proceso de embargo.* | CP |
| | **IV.C.3.2** La institución reestructura o castiga los préstamos como una practica no ordinaria en función de una lista de casos de dificultades específicas. | CP |

*Estándar*

# IV.D LA INSTITUCIÓN PROTEGE LOS DATOS DE LOS CLIENTES Y LES INFORMA SOBRE LOS DERECHOS QUE POSEEN RESPECTO AL USO DE SUS DATOS.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.D.1 LA INSTITUCIÓN MANTIENE LA SEGURIDAD Y LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS DE LOS CLIENTES.** | **IV.D.1.1** La institución reduce su exposición al riesgo de ciberseguridad. | |
| | *IV.D.1.1.1 La institución evalúa los riesgos de ciberseguridad e implementa medidas de seguridad adaptadas a cada uno de sus servicios financieros* | CP |
| | *IV.D.1.1.2 La institución realiza pruebas de penetración. Frecuencia mínima: trimestral* | CP |
| | **IV.D.1.2** La institución monitorea la integridad de sus archivos electrónicos de manera continua. | CP |
| | **IV.D.1.3** La institución restringe el acceso a los datos de los clientes. | |
| | *IV.D.1.3.1 La institución restringe el acceso al sistema para que solo pueda accederse a los datos y las funciones que corresponden al rol de empleado (principio del "menor privilegio").* | CP |
| | *IV.D.1.3.2 La institución salvaguarda los datos de los clientes cuando los empleados dejan la organización.* | CP |
| | **IV.D.1.4** La institución informa a los clientes sobre las fallas en el sistema y las violaciones a la ciberseguridad, y compensa a los clientes por la pérdida de fondos. | |
| | *IV.D.1.4.1 La institución informa a los clientes cuando un canal esté temporalmente fuera de servicio y ya no tengan acceso a los servicios. Período de tiempo: dentro de 24 horas a partir del momento en que la institución se dé cuenta del problema para clientes digitales; dentro de 7 días para clientes análogos.* | CP |
| | *IV.D.1.4.2 Si el cliente ha perdido datos o fondos, la institución alerta al cliente dentro de 7 días para especificar la mitigación que ofrecerá para dicha pérdida.* | CP |
| | *IV.D.1.4.3 La institución compensa a los clientes por los fondos perdidos dentro de un mes posterior al momento en que ocurrió la pérdida.* | CP |
| | **IV.D.1.5** La institución informa a los clientes sobre su responsabilidad de salvaguardar el acceso a sus cuentas. | CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.D.2 LA INSTITUCIÓN INFORMA A LOS CLIENTES SOBRE SUS DERECHOS A LA PRIVACIDAD Y AL USO DE SUS DATOS.** | **IV.D.2.1** La institución explica a los clientes cómo utilizará los datos del cliente, con quién compartirá los datos y cómo serán utilizados por los aliados. La institución solicita que los clientes den su autorización antes de utilizar o compartir sus datos. | CP |
| | **IV.D.2.2** La información referente al uso de datos y al consentimiento que ortorgan es fácil de entender para los clientes. | |
| | *IV.D.2.2.1 Al solicitar el consentimiento de los clientes para utilizar sus datos, la institución informa a los clientes cómo utilizará los datos, incluyendo cuáles son los datos mínimos que se compartirán para obtener acceso al producto. La institución se comunica a través de canales accesibles.* | CP |
| | *IV.D.2.2.2 La institución otorga a los clientes el derecho de retirar el permiso para usar sus datos y les explica las consecuencias de dicho retiro.* | CP |
| | **IV.D.2.3** La institución notifica a los clientes de su derecho a revisar y corregir sus datos personales y financieros. La institución recuerda a los clientes de este derecho al informarles de la denegación de su solicitud de servicios financieros. | CP |
| | **IV.D.2.4** La institución desactiva o elimina los datos de los clientes una vez que la persona deja de ser cliente y notifica a los clientes de su derecho a requerir que la institución deje de usar o compartir sus datos. (Nota: esto puede llamarse el “derecho al olvido” [F12]). | CP |

[F12] Véase el artículo 17 de GDPR, llamado “derecho a borrar (‘derecho al olvido’)”. Este artículo describe las circunstancias en las que un cliente tiene el derecho de requerirle a la institución financiera que borre sus datos personales y la institución debe hacerlo “sin demora indebida”. (https://gdpr.eu/article-17-right-to-be-forgotten/)

*Estándar*

# IV.E LA INSTITUCIÓN RECIBE Y RESUELVE LOS RECLAMOS DE LOS CLIENTES.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.E.1 LA INSTITUCIÓN POSEE UN MECANISMO DE RECLAMOS DE FÁCIL ACCESO PARA LOS CLIENTES Y ADAPTADO A SUS NECESIDADES.** | **IV.E.1.1** Los clientes tienen una manera de presentar quejas a personas distintas de su punto de contacto principal. | CP |
| | **IV.E.1.2** La institución dispone de al menos dos canales de denuncia gratuitos y accesibles para los clientes. | CP |
| | **IV.E.1.3** La institución informa a los clientes cómo presentar una queja. | |
| | *IV.E.1.3.1 La institución muestra información sobre cómo presentar una queja en la documentación del producto, en los canales digitales que utiliza para brindar servicios a los clientes, y en cualquier punto de servicio físico.* | CP |
| | *IV.E.1.3.2 En el momento en que los clientes solicitan usar los servicios financieros, la institución informa a los clientes cómo presentar una queja.* | CP |
| | **IV.E.1.4** La institución tiene un proceso para escalar las quejas al nivel superior e informa a los clientes sobre cómo usarlo. | CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.E.2 LA INSTITUCIÓN RESUELVE LOS RECLAMOS EFICIENTEMENTE.** | **IV.E.2.1** La institución identifica el nivel de gravedad de cada queja. La alta gerencia conoce inmediatamente las quejas graves y es responsable de abordarlas. | CP |
| | **IV.E.2.2** La institución registra las quejas en un sistema seguro que llega al personal de manejo de quejas o a la gerencia. | CP |
| | **IV.E.2.3** La institución resuelve las quejas de los clientes rápidamente. | |
| | *IV.E.2.3.1 La institución envía a los clientes una confirmación de recepción de sus quejas y una notificación cuando la queja ha sido resuelta.* | CP |
| | *IV.E.2.3.2 Si la institución recibe quejas a través de un centro de llamadas (call center) o chat, monitorea el tiempo promedio de espera.* | CP |

*IV.E.2.3.3* *La institución resuelve la mayoría de las quejas dentro de un período de 48 horas. Para las quejas que llevan más tiempo en resolverse, la institución notifica al cliente del motivo de la demora.* CP

**IV.E.2.4** El personal que maneja las quejas tiene acceso a datos relevantes del cliente, incluyendo detalles de transacciones y notas de conversaciones de quejas anteriores. CP

**IV.E.2.5** La institución ayuda a sus clientes a resolver las quejas que tienen con los aliados. CP

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **IV.E.3 LA INSTITUCIÓN USA LA INFORMACIÓN DE LAS QUEJAS PARA GESTIONAR SUS OPERACIONES Y MEJORAR LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS.** | **IV.E.3.1** El sistema de quejas crea un informe para la gerencia y el personal de atención al cliente. Frecuencia mínima: mensual | CP |
| | **IV.E.3.2** La gerencia revisa los informes de quejas por segmento de clientes, por producto y por canal de entrega. Frecuencia mínima: trimestral | CP |
| | **IV.E.3.3** La institución investiga si los clientes han tenido quejas no reportadas, mediante la realización de las siguientes actividades como mínimo: Frecuencia mínima: anual | |
| | *IV.E.3.3.1* *Analizar las quejas según las características socioeconómicas para ver si ciertos segmentos de clientes están sub o sobrerrepresentados entre los clientes que presentan quejas.* | CP |
| | *IV.E.3.3.2* *Encuestar a una muestra representativa de todos los clientes para preguntar si tienen quejas que no han presentado.* | CP |

*Dimensión V*

# Gestión responsable de los recursos humanos

**V.A** La institución crea un ambiente laboral seguro y equitativo.
**V.B** El sistema de gestión de los recursos humanos de la institución está diseñado para atraer y mantener una fuerza laboral calificada y motivada.
**V.C** El sistema de desarrollo de los recursos humanos apoya la estrategia centrada en el cliente de la institución.

*Estándar*

# V.A LA INSTITUCIÓN CREA UN AMBIENTE LABORAL SEGURO Y EQUITATIVO.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **V.A.1 EXISTEN NORMAS ESCRITAS DE RRHH A DISPOSICIÓN DE TODOS LOS EMPLEADOS QUE DETALLAN Y PROTEGEN SUS DERECHOS.** | **V.A.1.1** La política de recursos humanos de la institución explica los derechos y responsabilidades de los empleados relacionados con: |
| | *V.A.1.1.1 Normas de trabajo y procedimientos disciplinarios* |
| | *V.A.1.1.2 Resolución de quejas* |
| | *V.A.1.1.3 Acuerdos de negociación colectiva y libertad de asociación* |
| | *V.A.1.1.4 Protección para denunciantes* |
| | *V.A.1.1.5 Garantías contra el acoso* |
| | *V.A.1.1.6 Condiciones para el despido y trámites de salida* |
| | **V.A.1.2** La institución cumple con las regulaciones locales en las siguientes áreas: |
| | *V.A.1.2.1 Salarios competitivos* |
| | *V.A.1.2.2 Prestaciones/protección social* |
| | *V.A.1.2.3 Límites en las horas de trabajo y las horas extraordinarias* |
| | *V.A.1.2.4 Pago de horas extras y vacaciones pagadas* |
| | **V.A.1.3** La política de no discriminación de la institución hacia los empleados cubre todas las Categorías Protegidas reconocidas internacionalmente. [Nota: Las categorías protegidas son las siguientes: personas mayores de 40 años; sexo; raza/etnicidad/origen nacional/origen social/casta; religión; estado de salud (incluido el estado serológico respecto del VIH); con discapacidad; orientación sexual; afiliación política; estado civil; participación en un sindicato.] |
| | **V.A.1.4** La institución opera de acuerdo con la legislación nacional sobre trabajo forzado y edad mínima para el empleo, pero en ningún caso emplea a trabajadores menores de 14 años. Si la ley nacional no aborda el trabajo forzado, la institucion cumple con la ley internacional. |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **V.A.2 LA COMPENSACIÓN DE LOS EMPLEADOS ES EQUITATIVA Y ADECUADA.** | **V.A.2.1** La institución paga salarios en base a valores de mercado, y nunca por debajo del salario mínimo sectorial. |
| | **V.A.2.2** La institución analiza los datos salariales para verificar que hombres y mujeres reciban el mismo salario por el mismo trabajo y tengan las mismas oportunidades de aumento salarial y/o ascenso laboral. |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **V.A.3 LA INSTITUCIÓN TIENE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD.** | **V.A.3.1** La institución evalúa los riesgos de seguridad y salud a los que se enfrentan sus empleados y audita las medidas de seguridad existentes. Frecuencia mínima: anual |
| | **V.A.3.2** La institución toma las medidas necesarias para mitigar los riesgos laborales. |
| | *V.A.3.2.1 La institución ofrece equipo de salud y seguridad, capacitación y sitio de trabajo adecuado.* |
| | *V.A.3.2.2 La institución tiene un plan de respuesta a emergencias/desastres y capacita a la gerencia y a los empleados sobre cómo seguir el plan. Frecuencia mínima de formación: anual* |

*Estándar*

# V.B EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS DE LA INSTITUCIÓN ESTÁ DISEÑADO PARA ATRAER Y MANTENER UNA FUERZA LABORAL CALIFICADA Y MOTIVADA.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **V.B.1 LA INSTITUCIÓN BRINDA A CADA EMPLEADO DOCUMENTACIÓN COMPLETA SOBRE SU EMPLEO Y CAPACITACIÓN PARA LAS COMPETENCIAS DE SU PUESTO.** | **V.B.1.1** La institución comunica a los empleados las condiciones laborales que le corresponden:<br>*V.B.1.1.1 Sueldo base y oportunidades para cualquier otro tipo de compensación (horas extras, pago de incentivos)*<br>*V.B.1.1.2 Descripción del puesto / alcance del trabajo* |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* |
|---|---|
| **V.B.2 LA INSTITUCIÓN BRINDA A LOS EMPLEADOS OPORTUNIDADES FORMALES PARA COMUNICARSE CON LA DIRECCIÓN.** | **V.B.2.1** La institución cuenta con un mecanismo formal de quejas que permite a los empleados plantear inquietudes en el lugar de trabajo de manera confidencial. |

*Estándar*

# V.C EL SISTEMA DE DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS APOYA LA ESTRATEGIA CENTRADA EN EL CLIENTE DE LA INSTITUCIÓN.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **V.C.1 DURANTE EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN, LA INSTITUCIÓN EVALÚA EL COMPROMISO DE CADA CANDIDATO PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS CENTRADOS AL CLIENTE DE LA INSTITUCIÓN Y SERVIR A SUS CLIENTES OBJETIVO.** | **V.C.1.1** Todos los empleados firman un documento reconociendo que cumplirán con el Código de Conducta. | CP |

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **V.C.2 LA INSTITUCIÓN CAPACITA A TODOS LOS EMPLEADOS SOBRE SUS OBJETIVOS RESPECTO A LOS CLIENTES Y LA PROTECCIÓN AL CLIENTE.** | **V.C.2.1** La institución capacita a los empleados en protección al cliente, de acuerdo con sus roles y responsabilidades. La formación cubre, como mínimo, los siguientes temas: | |
| | *V.C.2.1.1 Análisis de la capacidad de pago y el proceso de aprobación de crédito* | CP |
| | *V.C.2.1.2 Cómo evitar técnicas de venta agresivas, incluido cómo respetar el derecho de los clientes a rechazar productos* | CP |
| | *V.C.2.1.3 Cómo comunicar precios, términos y condiciones a los clientes, ya sea en persona o virtualmente, y cómo verificar la comprensión del cliente* | CP |
| | *V.C.2.1.4 Prácticas de cobros de deudas y procedimientos de recuperación de préstamos* | CP |
| | *V.C.2.1.5 Políticas de confidencialidad e intercambio de datos; riesgos de fraudes (incluidos los tipos de fraudes mas frecuentes); identificación y denuncia de fraudes* | CP |
| | *V.C.2.1.6 Cómo funciona el ciclo de vida completo del mecanismo de quejas, tanto para quejas presentadas contra la institución como para quejas presentadas contra los aliados, y cómo tratar a los clientes respetuosamente durante el proceso [F13]* | CP |
| | *V.C.2.1.7 Cómo monitorear el sobreendeudamiento y el estrés en los clientes* | CP |

[F13] El "ciclo de vida completo de la presentación de quejas" incluye el contacto inicial con la persona que se quejó, el ingreso de la queja en la base de datos, el análisis de la queja, la resolución y el cierre del caso.

| *Prácticas Esenciales* | Indicadores / *Detalles* | |
|---|---|---|
| **V.C.3 LA INSTITUCIÓN EVALÚA E INCENTIVA A LOS EMPLEADOS SOBRE LA BASE DE CRITERIOS SOCIALES Y FINANCIEROS.** | **V.C.3.1** La evaluación del desempeño y los incentivos de los empleados incluyen criterios de protección al cliente, tales como la calidad de la cartera y el servicio al cliente, incluyendo el trato respetuoso y sin discriminación a los clientes. | CP |
| | **V.C.3.2** La institución revisa los esquemas de incentivos para detectar consecuencias negativas, tales como: fraude, maltrato al cliente, ventas agresivas, sobreendeudamiento o alta rotación de empleados. | CP |

## ACERCA DE CERISE+SPTF

Cerise+SPTF promueve las finanzas responsables e inclusivas mediante el establecimiento y la promoción de Estándares de gestión, la creación de herramientas de evaluación y el apoyo a la implementación y el desarrollo de capacidades, con el fin de mejorar los resultados para los clientes finales. Como desarrolladores y defensores de herramientas y productos interdependientes y complementarios, Cerise y SPTF han colaborado estrechamente desde mediados de la década de 2000 y formalizaron su asociación mediante un Memorando de Entendimiento en 2021.

### Nuestra historia:

- Fundado en 2005, el Grupo de Trabajo sobre Desempeño Social, o SPTF, desarrolló, y actualiza periódicamente, los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social y Ambiental (los Estándares Universales) y los Estándares gerenciales para la prestación responsable de los servicios financieros digitales ("Estándares SFD"). Estos Estándares orientan a las instituciones de servicios financieros de impacto para que las finanzas sean más seguras y beneficiosas para los clientes de bajos ingresos. El SPTF, una organización de miembros, cuenta con más de 7.800 participantes de todas las regiones del mundo.
- Cerise, una organización francesa sin ánimo de lucro creada en 1998, fue pionera en la implantación de la gestión del desempeño social, trabajando con instituciones de servicios financieros comprometidos para lanzar la iniciativa de Indicadores de Desempeño Social en 2001. Como innovador social, Cerise trabaja con actores de las finanzas inclusivas, los negocios sociales y la inversión de impacto para cocrear Estándares sociales y herramientas de evaluación social gratuitas para todos. Cerise también ofrece servicios de consultoría de pago a todo tipo de organizaciones impulsadas por el impacto, dotándolas de las habilidades y herramientas que necesitan para definir y alcanzar sus objetivos de impacto.

### Para saber más:

- Visite el sitio web de Cerise+SPTF para obtener una visión general de la misión, visión, equipo y actividades de Cerise+SPTF.
- Utilice la plataforma SPI Online para acceder a herramientas, recursos y noticias.
- Visite la página web del inversor social en el sitio web de Cerise+SPTF para obtener más información sobre cómo ayudamos a los gestores de fondos y a las empresas de capital riesgo a impulsar un impacto social medible. El conjunto de herramientas de evaluación desarrolladas por Cerise+SPTF ayuda a los inversores sociales de todo tipo a mitigar los riesgos, mejorar la inclusión financiera y garantizar rendimientos sostenibles mediante la promoción de prácticas centradas en el cliente y la gestión responsable de los servicios financieros digitales.
- Conéctese con profesionales de la gestión del desempeño social y ambiental ("profesionales de la GDSA") de todo el mundo a través de nuestra base de datos de profesionales de la GDSM.

CERISE+SPTF