



## Los principios de protección del cliente en el sector de las microfinanzas

*Los principios de protección del cliente en el sector de las microfinanzas y la campaña adjunta de protección del cliente son parte de una iniciativa de colaboración respaldada y dirigida por una coalición amplia de instituciones, redes, fuentes de financiamiento y especialistas dedicados a las microfinanzas. El propósito de la campaña, a cargo del Centro de Inclusión Financiera (Center for Financial Inclusion), y de los principios es garantizar que los proveedores de servicios financieros para las poblaciones de bajos ingresos adopten medidas concretas destinadas a proteger a sus clientes de productos financieros potencialmente perjudiciales y que los beneficiarios reciban un trato justo. Actualmente existe un amplio consenso acerca de la imperiosa necesidad de que el sector de las microfinanzas se una para salvaguardar activamente los intereses de sus clientes mediante políticas, prácticas y productos adecuados. A medida que la campaña cobre impulso, las instituciones de microfinanzas que hayan incorporado los principios en sus actividades habituales tendrán una ventaja competitiva, no sólo con los clientes sino también con los inversionistas, los donantes, los gobiernos y los responsables de formular las políticas.*

### **¿Qué son los principios de protección del cliente?**

En los principios de protección del cliente se describen los niveles mínimos de protección que los proveedores de servicios de microfinanzas deben ofrecer a sus clientes. Estos principios han emanado de una labor sin precedente desarrollada por prestadores, redes internacionales y asociaciones nacionales del sector a fin de elaborar prácticas y códigos de conducta en beneficio de los consumidores. Si bien los principios son universales, para poder aplicarlos de manera significativa y eficaz en la práctica, se deberá prestar mucha atención a la diversidad de proveedores y a las condiciones imperantes en los diferentes mercados y contextos nacionales. En los últimos años, se ha formado consenso en que los proveedores de servicios financieros a clientes de bajos ingresos deberían adherir a los siguientes seis principios básicos:

- **Evitar el sobreendeudamiento.** Los proveedores de servicios financieros deberán tomar medidas razonables para garantizar que los créditos se concedan únicamente si los prestatarios han demostrado que tienen suficiente capacidad para reembolsar los préstamos, y éstos no someten a los clientes a un riesgo significativo de sobreendeudamiento. Del mismo modo, los proveedores deben prestar la debida atención para asegurarse de que los productos financieros no crediticios (por ejemplo, los seguros) que se otorguen a clientes de bajos ingresos sean adecuados.
- **Fijar los precios de manera transparente.** Los mecanismos de fijación de precios y las condiciones de los productos financieros (intereses, primas de seguro, todas las comisiones, etc.) deberán ser transparentes y darse a conocer de manera adecuada y comprensible para los clientes.
- **Establecer prácticas de recaudación apropiadas.** Las prácticas de recaudación de deudas que establezcan los proveedores no deberán ser abusivas ni coercitivas.
- **Demostrar un comportamiento ético.** El personal de los proveedores de servicios financieros deberá cumplir estrictas normas éticas en su interacción con los clientes y deberá asegurarse de que se hayan establecido las salvaguardias necesarias para detectar y corregir los casos de corrupción o tratamiento indebido de los clientes.
- **Poner en práctica mecanismos para atender las demandas.** Los proveedores deberán establecer oportunamente mecanismos de respuesta para atender los reclamos y resolver los problemas de sus clientes.

- **Mantener la privacidad de los datos de los clientes.** Se deberá proteger la privacidad de los datos de cada cliente, información que no puede ser utilizada para otros fines sin la autorización expresa del cliente (se reconoce, sin embargo, que los proveedores de servicios financieros pueden cumplir una función importante para ayudar a los clientes a obtener los beneficios de establecer un historial de crédito).

### **¿Qué se entiende por “adhesión”?**

Las instituciones y personas que adhieren a los principios de protección del cliente se comprometen a ser parte de un procedimiento que abarque todo el sector y permita convertir los principios en normas, políticas y prácticas apropiadas para los diferentes tipos de clientes, productos y proveedores de servicios en el ámbito de las microfinanzas, así como para las distintas circunstancias de los países.

Al adherir a estos principios, **los proveedores de servicios financieros, las redes y las personas que conforman el sector de las microfinanzas** se comprometen a participar en un proceso de aplicación de los principios en las operaciones y la cultura institucional de sus propias organizaciones. En el caso de las instituciones de microfinanzas, este proceso comienza con una evaluación de las propias prácticas, para identificar aspectos que pueden mejorarse, y la promoción activa de los principios entre el personal. Para las redes, la adhesión es un compromiso de colaborar con sus organizaciones afiliadas con el objeto de promover y respaldar la campaña y la coalición, y poner en práctica los principios. Las personas que adhieren a la campaña demuestran su intención de cumplir los principios personalmente y contribuir a aplicarlos dentro de sus propias organizaciones.

Los **donantes e inversionistas** también cumplen una importante función para garantizar el éxito de esta iniciativa. Al adherir a los principios, los inversionistas y donantes se comprometen a respaldar a los proveedores que protegen adecuadamente a sus clientes de bajos ingresos, y a buscar nuevas maneras de incorporar los principios de protección del cliente en sus funciones de diligencia debida, seguimiento y gestión.

***Para conocer más acerca de la campaña para la protección del cliente en el sector de las microfinanzas, visite [www.campaignforclientprotection.org](http://www.campaignforclientprotection.org). Allí podrá adherir a los principios y suscribirse para recibir noticias de la campaña por correo electrónico.***

### ***Para obtener información adicional:***

*Las instituciones de microfinanzas, las redes y las personas pueden ponerse en contacto con Robin Ratcliffe ([rratcliffe@accion.org](mailto:rratcliffe@accion.org)). Los inversionistas y donantes pueden comunicarse con Kate McKee ([kmckee@worldbank.org](mailto:kmckee@worldbank.org)).*