

Estándar 4B

Transparencia

Los proveedores comunicarán datos claros, suficientes y oportunos, en una forma y lenguaje que los clientes puedan comprender, de modo que estos clientes puedan tomar decisiones informadas. Se destaca la necesidad de información transparente sobre precios, términos y condiciones de productos.

- > **Práctica Esencial 4B.1** Se implementa una política y un proceso documentado para exigir transparencia en los términos, las condiciones y los precios de todos los productos. (Norma de Protección del Cliente 3.1)
- > **Práctica Esencial 4B.2** El proveedor se comunica con los clientes en momentos apropiados y a través de los canales adecuados. (Norma de Protección del Cliente 3.2)
- > **Práctica Esencial 4B.3** El proveedor adopta las medidas necesarias para garantizar que el cliente entienda todo y para apoyar la toma de decisiones del cliente. (Norma de Protección del Cliente 3.3)

4B.1 DIVULGAR POR COMPLETO LA INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

La transparencia en la información del producto es vital para la comprensión del cliente. Cuando los clientes entienden los productos que están comprando y utilizando, es más probable que los utilicen con éxito. El éxito del cliente es un determinante importante para la salud de su cartera. Además, la comprensión del cliente ayuda a crear confianza en su organización.⁹⁰ La [Tabla 25](#) establece políticas de transparencia para cuatro productos.

Al proporcionar la información enumerada en la Tabla 25, tenga en cuenta las siguientes prácticas:

- Escriba contratos de productos en un lenguaje sencillo. Si la ley requiere que usted use un lenguaje técnico, compruebe que su Documento de Hechos Clave (vea la [Tabla 25](#)) esté escrito en un lenguaje sencillo. No use cláusulas ilegales. No utilice la letra pequeña.
- Para préstamos con garantía grupal o fiador, defina claramente las obligaciones de los afiliados o los garantes, y comuníquelos a los miembros del grupo o a los garantes.
- Si el préstamo tiene una tasa variable y/o está denominado en una moneda distinta a la moneda principal de la fuente de ingresos del cliente (por ejemplo, el cliente gana ingresos en pesos y el préstamo es en USD), explique claramente los escenarios de precios y costos al cliente, incluido un escenario pesimista en el que cambian los tipos de cambio y el préstamo no vale tanto dinero.
- Para los clientes que utilizan servicios de pago, asegúrese de que la documentación que enumera todas las tarifas, términos, impuestos y condiciones de cancelación se proporciona en sus agentes de pagos. Tales servicios incluyen transferencias de dinero, pagos de facturas, recarga de tiempo de antena y retiro de depósitos.

⁹⁰ Los [resultados de la investigación Client Voice](#) (página 18) muestran una clara correlación entre la comprensión de los términos del préstamo por parte del cliente y si un cliente calificó su experiencia con los PSF como favorable o no. Aquellos clientes con una fuerte comprensión de los términos y las condiciones del préstamo tenían más probabilidades de calificar su experiencia de proveedor como favorable o muy favorable. Aquellos que no entendían bien los términos eran más propensos a calificar su experiencia de proveedor como muy desfavorable o desfavorable.

TABLA 25. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE TRANSPARENCIA PARA CUATRO PRODUCTOS

	Crédito	Ahorros	Pagos	Seguro
Información a revelar	<ul style="list-style-type: none"> - Monto total del préstamo - Precios, incluidos todos los cargos⁹¹ - Costo total del crédito (principal, intereses y tasas) y TEA/TIE⁹² - Fecha de desembolso y plazo del préstamo - Plazo de amortización con importes de principal e intereses, número y fechas de vencimiento de todas las cuotas de amortización - Tasas de interés moratorias⁹³ - Período de gracia (si existe) - Penas por atrasos o prepago - Ahorros obligatorios (si los hubiera) - Productos vinculados (si los hubiera) - Obligaciones de los afiliados o garantes (si las hubiera) - Procedimientos de aseguramiento colaterales (si es el caso) - Cualquier restricción en el uso del préstamo - Periodos de enfriamiento - Derechos de cancelación - Consecuencias de la morosidad y el incumplimiento - Si los términos y condiciones pueden cambiar con el tiempo⁹⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> - Tarifas⁹⁵ - Tipo de interés y cómo se calcularán los importes (sobre la base del depósito original o compuesto por devengo de intereses) - Saldos mínimos y máximos y límites de retiro - Otros límites/condiciones de acceso al ahorro - ¿Cómo/cuándo se utilizarán los ahorros en caso de incumplimiento del préstamo? - Si los depósitos están asegurados por el Gobierno 	<ul style="list-style-type: none"> - Importe pagado por el remitente en la moneda del remitente - Tipo de cambio estimado - Importe a recibir en la moneda de destino - Tarifas - Instrucciones para recaudar dinero - Condiciones de cancelación - Instrucciones para resolver errores - Impuestos (si los hay) - Productos vinculados (si los hay) - Confirmación de la transacción 	<ul style="list-style-type: none"> - Prima - Eventos cubiertos - Personas cubiertas - Importe y duración de la cobertura - Cuándo y cómo presentar una reclamación - Documentación necesaria para probar el daño - Cualquier exclusión importante - Términos relacionados con cancelación y prepago - Periodos de enfriamiento - Derechos de cancelación
Formato de la información	Proporcione la información anterior en verde en un Documento de Hechos Claves, un breve documento que resalta la información clave del producto, a diferencia del contrato de préstamo más largo y legalmente vinculante. Incluya toda la información anterior en el contrato de préstamo.	Documento escrito	Documento escrito	Proporcione la información de arriba en azul en un certificado de cobertura, después de la firma. Proporcione toda la información por escrito o verbalmente, antes de firmar.
Plazo a revelar	Antes de que el cliente firme el contrato de préstamo inicial y antes de la renovación.	Antes de depositar dinero	Proporcione la confirmación de la transacción inmediatamente después de una transacción y toda la información antes de iniciar una transacción.	Antes de inscribirse en el plan de seguro y al renovarlo. Cuando un cliente inicia una reclamación, proporcione información sobre los posibles beneficios.
Otras consideraciones	Al firmar, proporcione a los clientes una copia firmada del contrato sin espacios en blanco. Esto se aplica a los productos grupales e individuales.	Haga el mismo esfuerzo para educar a los clientes sobre los productos de ahorro, ya sean vendidos como voluntarios, obligatorios o grupales.		Haga el mismo esfuerzo para educar a los clientes sobre los productos de seguros, ya sean vendidos como voluntarios, obligatorios o grupales. También explique a los clientes la importancia de informar a los beneficiarios de su cobertura bajo los productos de seguro del cliente.

GRÁFICO 2. DOCUMENTOS DE HECHOS CLAVE PARA LOS CLIENTES DE PRÉSTAMOS (MUESTRA)

Además de proporcionar el documento de préstamo completo, proporcione a los clientes un resumen de hechos clave como el que se muestra a continuación.

	Lo básico Está prestando <input type="text"/> Monto total que pagará, si hace sus pagos a tiempo <input type="text"/> Su tasa de interés es <input type="text"/> En comisiones pagará <input type="text"/>
	Los pagos de cuotas Su crédito empieza en la fecha <input type="text"/> Hay que pagar cada cuota para el <input type="text"/> Si todas sus cuotas se pagan a tiempo, su último pago sería en la fecha <input type="text"/>
	La garantía La garantía para su crédito es <input type="text"/> Si no pagara el crédito <input type="text"/>
	Multas y penalidades Si paga tarde sus cuotas, tendrá que pagar: <input type="text"/> Para cada día que está atrasado su pago.
	¡Su crédito está asegurado! Si se muriera por causas naturales, su familia debe llamar a: <input type="text"/> Si su familia sigue las instrucciones correctamente, se quedarán con el monto total del crédito, pero dejarán de pagar las cuotas.
	Preguntas o preocupaciones? Si tiene alguna pregunta sobre su crédito, llame: <input type="text"/> Si tiene algún problema con nuestro servicio, llame: <input type="text"/>
<i>Diseñados para el Programa de facilitación APR/EIR / Imágenes son de www.clker.com</i>	



- La herramienta [Documentos esenciales para nuevos clientes](#), de Smart Campaign proporciona una plantilla de ejemplo para un resumen transparente del préstamo y un calendario de pagos. También disponible en [español y francés](#).
- El [Kit de Bienvenida de Crezcamos S.A.](#) es utilizado por la institución para comunicar claramente la información esencial a los clientes.
- El [folleto de resumen del contrato de préstamo](#) de Mibanco Perú es un ejemplo de un documento de hechos clave que ayuda a los clientes a entender su contrato de préstamo. También disponible en [español](#).
- La [declaración de divulgación](#) del Banco Popular de Caraga (Filipinas) ayuda a los clientes a comprender la información clave, incluidos cargos bancarios, tasas de interés y otros cargos.
- JSC Microfinance Organization Crystal (Georgia) utiliza un [contrato de préstamo en lenguaje sencillo](#) para clientes que buscan créditos para pequeñas empresas. Este ejemplo de contrato es sucinto, escrito en lenguaje sencillo y utiliza muy pocos términos especializados.

NOTAS DE TABLA 25 (página 143)

⁹¹ Además de comunicar otras tarifas, si deduce los honorarios del primer pago del principal (es decir, cuota inicial, seguro, depósito de garantía), comuníquese claramente a los clientes antes del desembolso.

⁹² TEATEA (Tasa Efectiva Anual) y TIETIE (Tasa de Interés Efectiva) son dos métodos para comunicar los precios en términos anuales. TEA, la norma en algunos países, como los Estados Unidos, no tiene en cuenta el efecto de la composición, mientras que TIE, la norma en países como los de la Unión Europea, tiene en cuenta el interés compuesto. Ambos enfoques coinciden en la cifra para el precio de un período más corto, como un mes. Sin embargo, al anualizar esa cifra mensual, el efecto de composición genera una cifra anual mayor que la aproximación nominal. Cuanto mayor sea la tasa de interés mensual, mayor será la diferencia entre la TEA anualizada y la TIE anualizada. La herramienta para el cálculo de la transparencia de MFTransparency se puede utilizar para calcular TEA y TIE. En los mercados en los que casi todos los proveedores cotizan las tasas de interés otra forma (por ejemplo, tarifas planas, CAT en México, TCEA en Perú, TEAC en Bolivia, etc.), el formato prevaleciente puede usarse además de TEA o TIE junto al costo total del préstamo.

⁹³ La tasa de interés moratorio (también denominada tasa de interés moratoria) se refiere a la tasa de intereses punitivos que se cobran sobre los intereses regulares en el caso de un reintegro tardío de más de un número fijo de días, por daños en acciones por incumplimiento del contrato de préstamo.

⁹⁴ Tales como los cambios en las tasas de interés en el caso de préstamos a tasa variable o tipos de cambio en préstamos.

⁹⁵ Por ejemplo, las tarifas asociadas con la apertura y el cierre de cuentas, el mantenimiento de cuentas, consultas de saldos, retiros, pagos, transferencias, uso de cajeros automáticos y uso de teléfonos móviles para transacciones de pago. Si las tarifas varían en función de los saldos de cuenta o el uso (por ejemplo, por ejemplo, si ciertos servicios son gratuitos cuando el saldo se mantiene por encima de un mínimo), estas condiciones también deben quedar claras.

4B.2 COMUNICARSE DE UNA FORMA QUE LOS CLIENTES PUEDAN COMPRENDER FÁCILMENTE, EN LOS MOMENTOS ADECUADOS

A menudo, los PSF proporcionan información completa y precisa sobre el producto, pero la comunican de una manera difícil de entender para los clientes. La forma en que sus ventas y personal de gestión de productos explican las cosas a los clientes hará toda la diferencia en si los clientes pueden absorber la información y utilizarla para tomar decisiones importantes sobre sus finanzas.

Los clientes deben tener tiempo para revisar la información del producto, comparar las opciones y hacer preguntas antes de tomar una decisión. Para ello, necesitan información relevante del producto al menos 24 horas *antes de la firma*. En la práctica, esto significa proporcionar documentación del producto que los clientes pueden llevar a casa y revisar antes de la venta. Muchas veces, un cliente querrá compartir la información del producto con una persona de confianza (por ejemplo, su cónyuge) antes de firmar. Asegúrese de que el cliente también tiene la oportunidad de rechazar el producto sin sentirse obligado a firmar el contrato.

Informe a los clientes *antes* de realizar cambios en los términos y condiciones especificados en sus contratos, por ejemplo, si cambia la tasa de interés pagada sobre los ahorros. También informar a los clientes antes de que expire su póliza de seguro, para que sean conscientes y tengan la oportunidad de renovar la póliza.

Por último, ponga en marcha un sistema para proporcionar a los clientes información exacta de la cuenta, a petición. Para algunos proveedores, se proporciona un mecanismo bajo demanda a través de banca en línea y/o móvil, lo que proporciona a los clientes acceso en cualquier momento a la información de su cuenta y opciones de baja tecnología como respuesta a las preguntas de los clientes por teléfono y en persona. El personal del campo y de la sucursal debe tener acceso inmediato a la información actualizada de la cuenta siempre que esté interactuando con el cliente. Proporcione a los clientes recibos de papel o digitales, basados en la capacidad del cliente y el contexto de todas las transacciones. En el caso de préstamos con garantía grupal o de un garante y cuentas de ahorro grupales, proporcione a cada miembro del grupo o garante el saldo total de la cuenta al menos trimestralmente



La calificación de [Transparencia en la Práctica](#) de MicroFinanza Rating sugiere buenas prácticas para mejorar la transparencia en las sucursales bancarias y en el campo (por ejemplo, en los hogares y negocios de los clientes).

EJEMPLO DE CAMPO 38. GATSBY MICRO FINANCE LTD. PROPORCIONA INFORMACIÓN TRANSPARENTE SOBRE PRÉSTAMOS

En el mercado de microfinanzas de Uganda, las divulgaciones no transparentes son la norma. No hay una única referencia que los clientes puedan consultar para comprender la fijación de precios de sus préstamos. Los planes de amortización con frecuencia no incluyen las tasas de interés, los honorarios, las comisiones u otros componentes del precio.

En este mercado, una microfinanciera, Gatsby, ha elaborado una estructura de pagos que se destaca. En una única hoja de papel, Gatsby proporciona información completa y clara sobre el préstamo. La estructura muestra todos los honorarios y comisiones del préstamo, la tasa de interés y su método de cálculo, el período de gracia para el pago, una estructura de pagos completa que desglosa interés y cuotas mensuales principales, incluidas aquellas adeudadas y las que restan por pagar, así como también el monto total de intereses que deberá pagarse durante el plazo del préstamo. La estructura también incluye información de referencia importante, como el nombre del oficial de crédito y la información de contacto de la sucursal, además de la fecha en que se ha generado la estructura.

Un beneficio importante para Gatsby es que, en un mercado donde es común que el oficial de crédito robe regularmente de los pagos del cliente, los clientes ahora tienen un documento claro que describe exactamente lo que han pagado y lo que adeudan. De manera similar, compartir una enorme cantidad de información sobre los precios del préstamo permite a los clientes comprender mejor su préstamo. Esta transparencia permite a Gatsby generar mayor confianza con sus clientes: una ventaja importante en comparación con sus competidores.

4B.3 APOYAR LA TOMA DE DECISIONES DEL CLIENTE

Si bien su interacción personalizada con los clientes (es decir, las reuniones en persona, las conversaciones telefónicas) es el canal más importante para comunicar la información a los clientes, compruebe que la información que pone a disposición del público también es útil para la toma de decisiones del cliente. Debe ser exacta, y los anuncios no deben ser engañosos. Sus precios deben publicarse en un lugar de dominio público (por ejemplo, cartel en la sucursal, su sitio web), como así también su TEA o TIE. Además de cotizar la tasa de interés en TEA o TIE, es útil para los clientes ver la tasa de interés en la forma más utilizada en su mercado (por ejemplo, tarifas planas, CAT en México, TCEA en Perú, TEAC en Bolivia, etc.).

Utilice varios canales de comunicación para obtener información importante. Por ejemplo, la información sobre precios (tasas de interés, honorarios y comisiones) debe poder visualizarse y estar visible en las sucursales (a través de carteles, folletos, notificaciones, etc.) y debe explicarse al cliente verbalmente. Otras formas de comunicación incluyen radio, sitios web, mensajes SMS y televisión. Los empleados deben estar entrenados para que puedan discutir términos y condiciones con los clientes en varias ocasiones durante el proceso de solicitud del producto. El personal debe saber cómo evaluar la comprensión del cliente, por ejemplo, mediante el uso de un conjunto de preguntas de conversación que indica si los clientes podrán aplicar la información del producto compartida por el empleado. El personal de campo puede querer proporcionar un número de teléfono a los clientes para estar disponibles para responder a las preguntas. Proporcione a su personal capacitaciones de actualización anualmente. Al igual que con otras políticas de protección de clientes, utilice un proceso de control interno para verificar que el personal esté aplicando sus políticas de transparencia.

Por último, es importante participar en cualquier iniciativa de transparencia que esté disponible en su país o región. Tales iniciativas podrían incluir esfuerzos organizados para publicar las tasas de interés de los proveedores, estandarizar los cálculos de las tasas de interés, crear estándares para la transparencia en la publicidad o estandarizar el lenguaje del contrato. Si estos esfuerzos son exitosos, su tarea de transparencia será más fácil, ya que es difícil ser el pionero en un mercado. Por ejemplo, es difícil ser la única institución que cotiza las tasas de interés en un saldo decreciente mientras que los competidores

están cotizando tarifas planas. Del mismo modo, una vez que algunos proveedores comienzan a usar publicidad engañosa, otros tienden a seguir su ejemplo. Su participación en iniciativas de transparencia a nivel de mercado aumentará la probabilidad de que esté practicando la protección del cliente en condiciones de igualdad.



- [La herramienta de Cálculo de la transparencia](#) de MFTransparency es una herramienta basada en Excel que permite a los proveedores calcular los precios de sus préstamos en TEA y TIE y comprender los factores que influyen en el precio. El paquete de [Educación al Consumidor](#) complementario es un conjunto de herramientas, manuales, imágenes, videos, etc. Que los proveedores pueden usar para mejorar la forma en que habla de los precios con los clientes.
- Los [Documentos esenciales para nuevos clientes](#) de Smart Campaign pueden ayudarlo a comunicarse con los clientes sobre cuestiones clave, como los términos y las condiciones del préstamo, los derechos y las responsabilidades de los clientes, la privacidad de los datos, los procedimientos de morosidad y más. También disponible en [español y francés](#).
- [Transparencia en Promociones y Ventas: Una Lista de Verificación para Proveedores de Servicios Financieros](#) es una serie de listas de verificación para que los PSF comprueben la transparencia de sus procesos de ventas para diferentes tipos de productos de crédito y clientes. También disponible en [español y francés](#).
- [Fijación de precios transparente y responsable en Mi-Bospo](#) es un estudio de caso que discute cómo la institución bosniana comunica los precios a los clientes. También disponible en [francés](#).

EJEMPLO DE CAMPO 39. EL BANCO MUKTINATH BIKAS APOYA LA TOMA DE DECISIONES DEL CLIENTE A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN PREVIA AL PRÉSTAMO

Muktinath Bikas Bank Limited ofrece servicios de microfinanciamiento a mujeres de bajos ingresos en todo Nepal. El banco ofrece un entrenamiento de 14 horas previo al préstamo para equipar a los prestatarios potenciales con el conocimiento que necesitan para ser un miembro exitoso del grupo. A lo largo de siete días (dos horas al día), un oficial de préstamo se reúne con clientes potenciales y discute la siguiente información:

- **Día 1:** Las causas de la pobreza y sus efectos sobre los pobres, el banco y sus valores, una introducción básica al programa de microfinanzas.
- **Día 2:** Cómo funciona el préstamo grupal, lo que incluye la formación de grupos y centros, cómo seleccionar y despedir a los miembros del grupo, los roles y las responsabilidades de los líderes del grupo y los beneficios de participar en un grupo.
- **Día 3:** Los principios del microfinanciamiento, las características de un buen centro, el monitoreo del centro, y más sobre derechos y responsabilidades de miembros/líderes.
- **Día 4:** Visión general de los productos y servicios que el banco ofrece, sus objetivos, precios, términos y condiciones. Estos se comparan con las herramientas financieras informales típicamente utilizadas en Nepal, con una discusión de cómo las herramientas formales son superiores.
- **Día 5:** Seguridad del préstamo, transferencia de dinero, cálculo de intereses, cómo funciona la garantía del grupo y el propósito del cheque de utilización del préstamo.
- **Día 6:** Los oficiales de préstamo realizan pruebas verbales con los participantes para evaluar su aprendizaje durante la capacitación, y los miembros de la familia de los participantes están invitados a hacer preguntas sobre el programa. Estas preguntas son contestadas por los participantes para demostrar su comprensión (con la ayuda de los oficiales de préstamo, según sea necesario). Esta interacción también se utiliza para afirmar el apoyo del miembro de la familia para que el prestatario se una a un grupo.
- **Día 7:** El gerente de sucursal y el oficial de préstamos administran una prueba verbal de reconocimiento de grupo —que cubre los mensajes más importantes de los seis días anteriores— y determinan si los clientes potenciales están listos para formar grupos o si necesitan discusión adicional con el personal del banco.

Este amplio programa de capacitación es apropiado para los clientes objetivo de Muktinath Bikas, personas que tienen poca o ninguna exposición a los servicios financieros formales. Está diseñado para preparar a los clientes potenciales para una participación grupal exitosa informándolos completamente sobre todos los aspectos del programa y sus derechos. También beneficia al PSF ya que sirve como una formación para nuevos oficiales de préstamos (que estudian el manual de capacitación y asisten a los entrenamientos como asistentes) y mediante la reducción de riesgos como clientes mal informados y problemas de formación de grupos.

Lea el estudio de caso completo [aquí](#).