

EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

ASEGURANDO LA TRANSPARENCIA

SERIE DE IMPLEMENTACIÓN NO. 3



CONOCE A TU MODERADORA



Nombre: Cara Forster

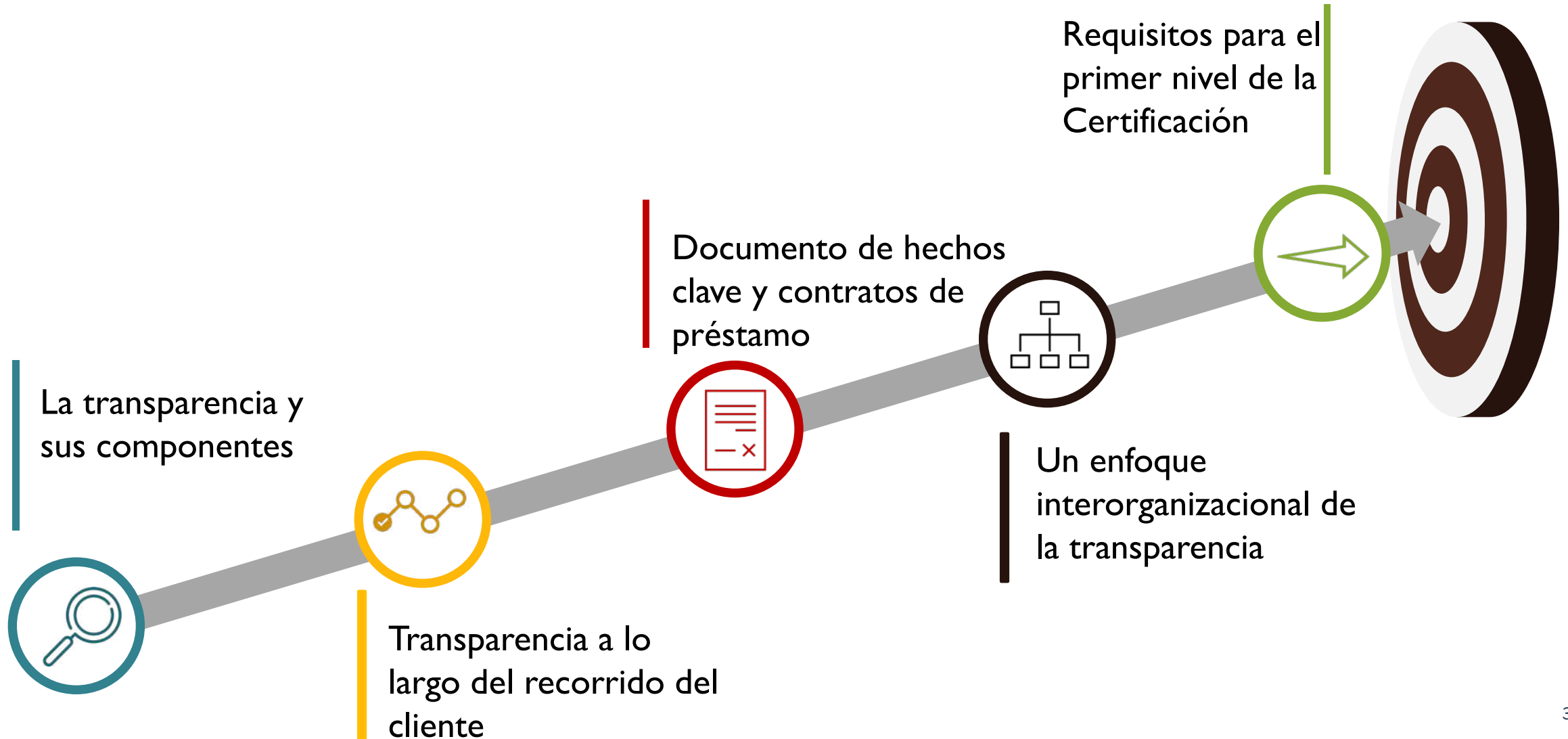
Organización: SPTF

Título: Directora para América Latina y el Caribe

- Diez años trabajando con SPTF
- Asesor líder y facilitadora calificada por Smart Campaign 2009-2020
- Auditor social calificada en la herramienta SPI de CERISE, desde 2015

Contacto: caraforster@sptfnetwork.org

Objetivos del webinar



EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

ASEGURANDO LA TRANSPARENCIA

LA TRANSPARENCIA Y SUS COMPONENTES



Que es 'transparencia'?



La transparencia en los negocios es **la base para la confianza** entre una **empresa y sus inversores, clientes, socios y empleados.**



CONFIANZA es un factor clave en la **absorción del producto** y lo más importante, el **compromiso con el cliente.**

A menudo pensamos en la transparencia en los servicios financieros como la comunicación de términos y condiciones

Necesitamos ir más allá y ver cómo la transparencia puede generar confianza.⁵

Definición de la 'transparencia' en los servicios financieros



Las instituciones financieras se comunicarán información clara, suficiente y oportuna en una forma y lenguaje que los clientes pueden entender, para que los clientes puedan tomar decisiones informadas.

Transparencia en la práctica



Hay dos caras de la moneda para la transparencia:

- **Divulgación de información relevante**
- **Asegurarse que el cliente entienda la información divulgada.**

¡La transparencia es un requisito previo para un precio responsable!

COMPONENTES CLAVE

- ◇ Usar idioma claro
- ◇ Proveer información completa sobre los costos, así como los términos y condiciones
- ◇ Ofrecer comunicaciones en el tiempo correcto por ej, **ANTES DE** que el cliente firme contrato
- ◇ Informar a los clientes de relaciones con terceros
- ◇ Informar a los clientes de sus derechos
- ◇ **CONFIRMAR EL ENTENDIMIENTO DEL CLIENTE**

Principios generales de la comunicación con los clientes



Qué

- Los clientes deben recibir **información completa sobre costos y plazos** de todos los productos, incluidos los productos empaquetados y/u obligatorios.
- La información debe ser **comparable** y legible para los clientes dado su idioma nativo y nivel de alfabetización para permitirles tomar una decisión informada.

Cuando

- La información contractual debe ser proporcionada **proactivamente** al cliente, **antes de** que se haga cualquier compromiso, por ejemplo, la firma del contrato.
- El cliente debe tener **tiempo suficiente para revisar** información antes de firmar.
- Es responsabilidad de la institución asegurar **la comprensión del** cliente.

Cómo

- **El personal está capacitado** para transmitir la información de forma clara y completa y garantizar la comprensión del cliente.
- Se proporciona información:
 - *Oralmente y por escrito*
 - *A través de varios canales: se requieren al menos dos*
 - *En el dominio público y fácilmente disponible*

EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

ASEGURANDO LA TRANSPARENCIA

TRANSPARENCIA DURANTE EL
RECORRIDO DEL CLIENTE



Recorrido del cliente de crédito: puntos de contacto con la IMF *



- Descripción del Producto
- Términos y condiciones básicos



- Recopilación de datos no financieros y financieros



- Si es necesario, busque información adicional de los clientes.



- Informar a los clientes de la decisión sobre el préstamo.
- Discurso previo al desembolso
- T&C con detalles



- Información del pago
- Saldo de la cuenta
- Términos de recuperación

* Ver Anexo: la Matriz de Transparencia con más información sobre cada punto de contacto y otros productos

Políticas y procesos de transparencia: promoción de productos crediticios



Información a revelar	Formato de información	Momento de la divulgación	Otras Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> • Monto total del préstamo • Precios, incluidas todas las tarifas • Costo total del crédito • Fecha de desembolso • Plazo del préstamo • Calendario de reembolso 	<p>Documento de hechos clave - documento resumen que destaca la información clave del producto en <u>una página</u></p> <p>(No es el contrato, que también deber ser proporcionado)</p>	<p>Antes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que el cliente firme el contrato del préstamo inicial • La renovación del préstamo, cada vez 	<p>Al firmar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar a los clientes una copia firmada de su contrato, sin espacios en blanco. • Esto se aplica tanto a los productos del grupo como a los individuales.

Otra información:

- Periodo de gracia
- Sanciones por mora o pago anticipado
- Ahorro obligatorio
- Productos empaquetados
- Obligaciones del miembro o garante (si las hubiere)

- Requerimiento de garantías y procedimientos de embargo de garantías
- Restricciones en el uso del préstamo
- Períodos de reflexión
- Derechos de cancelación
- Consecuencias de la morosidad

EL CAMINO DE PROTECCION AL CLIENTE

ASEGURANDO LA TRANSPARENCIA

DOCUMENTOS DE HECHOS CLAVE Y CONTRATOS
DE PRÉSTAMO



Documento de hechos clave



- **Es un documento resumido que captura los términos y condiciones (T&C) más importantes en una sola página.**
- **Proporciona una referencia fácil para los T&C**



Nuestro objetivo debe ser...



¿Nuestros clientes pueden confirmar estas afirmaciones?



Puedo entender fácilmente la tasa de interés y compararla con las de otras instituciones.



Conozco los montos de mis cuotas y la fecha de entrega para los pagos.



Nunca he tenido costos inesperados, como cargos por pago atrasado, cargos por pago anticipado, cargos por cuenta activa, cambios en mi tasa de interés o cambios en los términos del préstamo.



La institución me ha explicado mis responsabilidades con los miembros delincuentes del grupo.



Puedo averiguar fácilmente el monto de mi deuda pendiente y el saldo de mi cuenta de ahorros.



Siempre tengo la oportunidad de hacer preguntas durante mis interacciones con la institución.

Ejemplo de documento de hechos clave (1 de 4)



Nuestro sencillo documento de hechos clave tiene tres secciones:

1. Información del cliente y condiciones básicas del préstamo
2. Flujo de caja del préstamo propuesto y costos
3. Riesgos y condiciones generales

Sección 1: Información del cliente y las condiciones básicas del préstamo

KEY FACTS DOCUMENT

Bank:	InCash Nigeria
Branch:	Kafe District
Address:	Park Street 123, Abuja
Telephone:	01 55 66 77 99
Loan Officer:	Mercy
Product	Working Capital Loan

Client Information

Name:	Salif Keita
Address:	Cloud Street 999, Abuja
Telephone:	01 99 88 77 66
ID Number:	9,88,76,543

Payment conditions

Disbursement Date:	1-Jan-20
Maturity Date:	1-Sep-20
Installments :	161\$
Grace period:	1 month principal

Loan conditions

Loan Amount in \$:	1,000
Loan duration	8 months
Nominal interest rate	1.5% / mth
Disbursement Fee:	3%

244 Days

FLAT

of loan amount

VAT on interests:	20%
Insurance:	0.05%
Security Deposit:	10%
Fees are upfront or deducted	Deducted

monthly - on loan balance

deducted from loan

Ejemplo de documento de hechos clave (2 de 4)



Sección 2: Flujo de efectivo y costos del préstamo propuesto

Period	Date	Disbursement	Principle Repayment	Loan Balance	Interest Repayment	Fees	Insurance	Taxes on fees or interest	Security Deposit	Payments due by client (incl. security dep)	Client's Cash-flow	Description
0	1-Jan-20	1,000.00	-	1,000.00	-	30.00	-	-	100.00	130	870	Disbursement
1	1-Feb-20	-	-	1,000.00	15.00	-	0.50	3.00	-	19	(19)	Installment 1
2	1-Mar-20	-	142.86	857.14	15.00	-	0.43	3.00	-	161	(161)	Installment 2
3	1-Apr-20	-	142.86	714.29	15.00	-	0.36	3.00	-	161	(161)	Installment 3
4	1-May-20	-	142.86	571.43	15.00	-	0.29	3.00	-	161	(161)	Installment 4
5	1-Jun-20	-	142.86	428.57	15.00	-	0.21	3.00	-	161	(161)	Installment 5
6	1-Jul-20	-	142.86	285.71	15.00	-	0.14	3.00	-	161	(161)	Installment 6
7	1-Aug-20	-	142.86	142.86	15.00	-	0.07	3.00	-	161	(161)	Installment 7
8	1-Sep-20	-	142.86	0.00	15.00	-	-	3.00	-100.00	61	(61)	Installment 8
TOTAL		1,000.00	1,000.00		120.00	30.00	2.00	24.00	100.00	1,176.00	-176.00	

APR se menciona claramente

Costo total en términos absolutos

Annual Percentage Rate (APR):	48.5%
Total Interest Paid:	120
Total Fees Paid:	30
Total Insurance Paid:	2
Total Taxes Paid:	24
Total Cost of Credit:	176

The APR indicates the cost for you to borrow 100 for one year. In this case, it would cost you 48.5\$ to borrow 100\$ and keep the entire 100\$ for one full year. The APR is an essential figure for you to compare the true cost of different loans.

The Total Cost of Credit is the total amount you pay for your loans. It is calculated by adding all costs you will need to pay over the period of the loan. Note that this is based on the terms defined above, and assumes that your installments shall be paid in time. Please remember that you will also have to pay back the sum you borrowed.

Se proporciona un flujo de caja detallado

Explicación de los costos totales

Ejemplo de documento de hechos clave (3 de 4)



Seccion 3: Riesgos y condiciones generales

For questions or complaints, call customer service at: 0800 123 456

Risks:

- ◇ If you delay repaying by more than 10 days, you will be charged 10\$ every 10d
- ◇ If you fail to repay your loan, you can lose your security deposit
- ◇ Failure to repay can harm your chances of accessing loans in the future
- ◇ In case of default, you will have to cover the costs of loan recovery

Signature of the client

Date

Further points to consider:

- ◇ Your data will be shared with the Credit Bureau and Tranquilo Insurance Ltd
- ◇ You have up to 5 days after signature to change your mind and pay back only loan
- ◇ You are entitled to prepay your loan after reaching the 2/3 of the loan term.
- ◇ InCash will keep your data confidential, secure and accessible to you

Signature of the branch manager:

Lo que se incluye aquí:

1. Multas, si se aplica
2. Garantías/condiciones de seguridad
3. Protocolo de intercambio de datos
4. Derechos de cancelación
5. Pre-cierre/pre-pago de préstamo

Ejemplo de documento de hechos clave (4 de 4)



Seccion 3: Riesgos y condiciones generales - datos adicionales a incluir

Ahorros (si están combinados)

1. Tipo
2. Condiciones de retiro
3. Si se aplica al reembolso del préstamo
(reembolso regular / deudas incobrables)
4. Condiciones de deducción automática

Seguro (si está incluido)

1. Número de póliza
2. Tipo (vida/salud)
3. A quién contactar para
reclamos

Uso de agentes

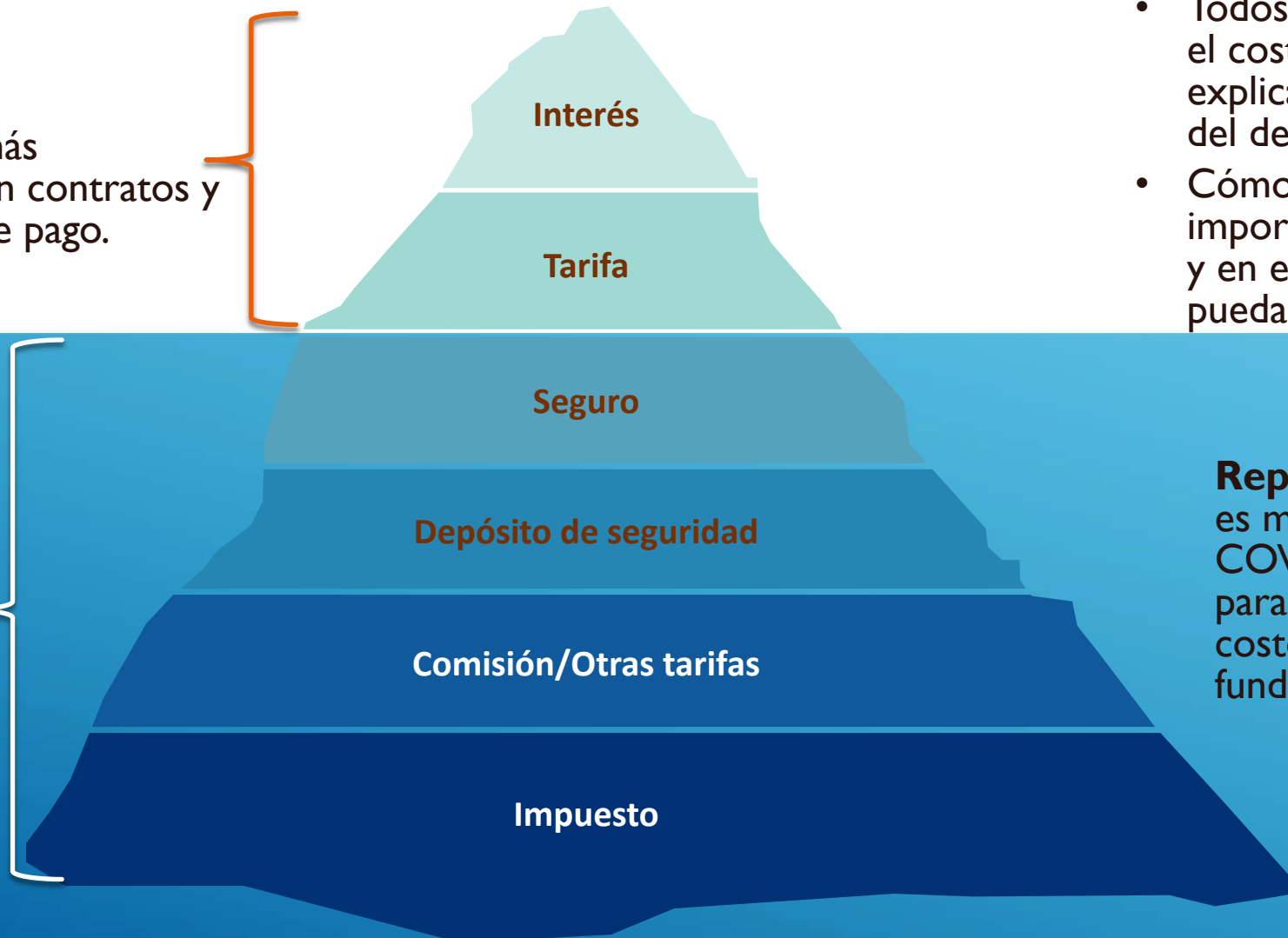
1. Nombres de los agentes
asociados
2. Tarifas/comisiones cobradas

Transparencia en los precios de los préstamos



Se encuentra más comúnmente en contratos y cronogramas de pago.

Todos estos costos deben estar en los contratos y calendarios de pago.



- Todos estos elementos constituyen el costo total para el cliente y deben explicarse claramente al cliente antes del desembolso.
- Cómo se comunica esto es muy importante. Debe ser de una manera y en el lenguaje que los clientes puedan entender.

Reprogramación de préstamos es más común ahora en respuesta a COVID-19. Esto aumenta los costos para los clientes. Cómo aumenta los costos y en qué medida es fundamental explicarlo.

Recursos para las instituciones financieras



1. Los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social: [Guía de implementación](#)
 - Dimensión 4 Estándar 4B: Páginas 141 a 147
2. www.sptf.info:
 - a) Acceder a la **página de recursos en español**: <https://sptf.info/recursos-en-espanol/dimension-4>
 - b) En la sección de herramientas y plantillas de la página hay:
 - Transparencia en Promociones y Ventas: Una lista de verificación para proveedores de servicios financieros
 - Documentos esenciales para nuevos clientes
 - Ejemplo de contrato de préstamo y resumen de contrato de préstamo
3. [Recurso](#) sobre precios:
 - Conceptos clave y definición
 - Herramienta de estimación APR (con tutorial)

EL CAMINO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

ASEGURANDO LA TRANSPARENCIA

UN ENFOQUE INTERORGANIZACIONAL DE LA
TRANSPARENCIA



Responsabilidad entre los varios departamentos de la IMF



Operaciones

- Asegurar divulgaciones apropiadas y oportunas
- Evitar ventas agresivas

Junta/Gobierno

- Validar que este tema es importante
- Monitorear la implementación de las prácticas

Manejo de quejas

- Gestión de reclamaciones relacionadas con información incorrecta o insuficiente
- Las consultas son una oportunidad para proporcionar más información a los clientes.

Capacitación

- Operaciones de apoyo para capacitar al personal sobre qué, cómo y cuándo comunicarse con los clientes
- Capacitación a los clientes

Auditoría interna

- Monitoreo de la implementación de políticas y prácticas
- Verificación de la comprensión del cliente por entrevistas con el cliente



Garantizar divulgaciones oportunas

- Realiza la función crítica de comunicar los mensajes clave a los clientes durante los diversos puntos de contacto que los clientes tienen con el personal de la institución.



Evitar ventas agresivas

- Proporcionar a los clientes al menos un día para revisar los T&C antes de la venta.
- Evite la agrupación de productos o sea transparente sobre los productos combinados (p. ej., préstamos y seguros)
- Declarar el costo total del crédito a los clientes para que puedan comparar sus opciones.
- Asegúrese de que el personal proporcione información sobre el "derecho de rechazo" del cliente antes de la venta.
- Explicar las opciones y el proceso para presentar quejas.



Informar al cliente antes de realizar cambios en los productos.

- Informar a los clientes antes de realizar cambios en los T&C especificados en sus contratos, por ejemplo, si la tasa de interés pagada por los ahorros cambia.



Las entrevistas con los clientes deben cubrir su conocimiento y comprensión sobre:

Préstamos

- Términos básicos del producto
- Documentos entregados a los clientes
- Condiciones de prepago
- Pólizas de garantía
- Gestión de deudas incobrables y comportamiento esperado del personal

Ahorros

- Que producto se usa
- Términos básicos del producto
- Documentos entregados a los clientes
- Opciones de retiro
- Términos de cierre de cuenta

Seguro

- Beneficios
- Duración
- Detalles de premia
- Proceso de reclamaciones
- Documentos entregados a los clientes

Denuncias (canales disponibles, información de contacto)

Recordar: No es posible esperar que los clientes recuerden toda la información presentada, pero deben saber dónde pueden encontrar/obtener la información cuando la necesiten.



Es importante que se actúe sobre los hallazgos de Auditoría Interna:

- Los hallazgos de la auditoría deben ser informados al **directorio y alta gerencia**
 - La junta debe proporcionar instrucciones sobre la corrección del rumbo según sea necesario.
 - La junta también debe revisar si los hallazgos de auditorías anteriores se han tomado en cuenta y el progreso hacia mejoras en las áreas identificadas como débiles.
- El papel del **departamento de formación** es garantizar que el personal tenga los conocimientos suficientes para brindar explicaciones claras y completas para lograr la transparencia a nivel del cliente. Deben diseñar la capacitación del personal utilizando los puntos de contacto de la institución financiera como base.
- También es crítico el efectivo **manejo de quejas**
 - Las quejas relacionadas con información insuficiente o inexacta deben ser rastreadas y reportadas a la gerencia y al directorio periódicamente.

...Además, al usar canales digitales y agentes de pago (1 de 2)



Las instituciones financieras que utilizan canales digitales deben garantizar lo siguiente:

- Se dan clientes potenciales **un canal para contactar a un representante de la IMF** (número del centro de llamadas, chat, tienda del agente, sucursal del proveedor, etc.) después de mostrar los términos y condiciones.
- El cliente tiene la oportunidad de **rechazar el producto; opciones de exclusión** están previstos
- **Datos clave y contrato de préstamo** se guardan en la cuenta del cliente para que el cliente pueda **acceder a ellos fácilmente en cualquier momento**.
- **Renovación de productos y deducciones automáticas** debería requerir **informar a los clientes con antelación**.
- Los registros de transacciones deben estar en un formato que el cliente pueda conservar o acceder, como un **historial de transacciones digitales**.
- **La interfaz digital del usuario es clara, simple y proporciona instrucciones paso a paso** en idioma local
- Proporcionar instrucciones en un lenguaje sencillo sobre cómo **utilizar la tecnología de forma segura**; brindar capacitación y solución de problemas para los usuarios nuevos y los que tenga dificultades con los servicios digitales²⁶

...Además, al usar canales digitales y agentes de pago (2 de 2)



La instituciones financieras que utilizan agentes deben garantizar:

- **Los agentes revelan completamente** información sobre T&C y precios a los clientes de una manera y en un lenguaje que puedan entender fácilmente, utilizando una variedad de mecanismos de divulgación.
- **Divulgaciones de productos** debe contener los elementos incluidos en el contrato de préstamo, el contrato de dinero electrónico o las condiciones de pago/transferencia.
- La información debe estar disponible **antes de la firma del contrato de préstamo o transferencia de dinero.**
- Asegurarse de que los **documentos de agente para clientes** enumere todas las tarifas, términos, impuestos y condiciones de cancelación.

EL CAMIONO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

ASEGURANDO LA TRANSPARENCIA

REQUISITOS PARA LOGRAR EL NIVEL MÍNIMO DE LA CERTIFICACION



Lo que nos dicen los datos*



Prácticas de transparencia que la mayoría de las organizaciones necesitan mejorar:



El documento de hechos clave



Información sobre el proceso de reclamaciones de seguros



Información sobre contratos de préstamo



Comunicación sobre el costo total al cliente



Información del seguro al momento de la inscripción

*Revisión de datos de instituciones que se sometieron a la certificación de protección al cliente

Cumplimiento de los estándares de protección al cliente: transparencia



Hay 10 requisitos mínimos para el nivel bronce

- El proveedor da un **documento de resumen de hechos clave** a los prestatarios antes de firmar un contrato.
- El documento contiene la siguiente información:
 - Monto total del préstamo
 - Precios, incluidas todas las tarifas
 - Costo total del crédito: todo el capital, los intereses y las tarifas más la garantía en efectivo
 - Fecha de desembolso y plazo del préstamo
 - Programa de reembolso con montos de capital e intereses, número y fechas de vencimiento de todas las cuotas de reembolso
 - Deducciones del primer pago del principal y comisiones, en su caso
 - Cómo se puede utilizar la garantía en efectivo y/o ahorros obligatorios en caso de incumplimiento, en su caso
 - Tasas de interés moratorias, términos y condiciones, si corresponde
- **Contratos de préstamo** están disponibles en los principales idiomas locales.
- Si la institución ofrece **ahorros**, la documentación incluye lo siguiente:
 - Tarifas, incluidas las tarifas de cierre
 - Tasa de interés y cómo se calcularán los montos
 - Requisitos de saldo mínimo y máximo
 - Si los depósitos están asegurados por el gobierno

Cumplimiento de los estándares de protección al cliente: transparencia



Hay 10 requisitos mínimos para el nivel bronce

- Si la institución ofrece un **seguro**, proporciona a los clientes la siguiente información en el momento de la inscripción:
 - Un certificado de cobertura que indique, como mínimo, la prima, el monto y el plazo de la cobertura, quiénes son los beneficiarios, qué eventos están cubiertos, cualquier exclusión importante y cuándo y cómo presentar un reclamo.
 - Una explicación de la documentación requerida para probar el daño, si corresponde
 - Términos relacionados con la cancelación y el prepago, si corresponde
- **Comunicaciones** de la institución están en un lenguaje sencillo y en el idioma local; la información oral se utiliza para los clientes menos alfabetizados.
- La institución da a los clientes la **oportunidad de revisar** los términos y condiciones de los productos.
- La institución ofrece un canal para que los clientes puedan **preguntan y recibir información adicional** antes de firmar contratos.
- La institución entrega a los clientes una copia completa y firmada del **contrato** y hace el contrato **accesible en cualquier momento** en una cuenta en línea o en forma física.
- Proporcionar **recibos**, en papel o electrónicamente, para cada transacción.
- Si los reembolsos del préstamo se debitan automáticamente de la cuenta de un cliente, la institución envía a los clientes un **recordatorio de pago de préstamo** al menos un día antes de la fecha del pago del préstamo.

EL CAMIONO PARA LA PROTECCIÓN AL CLIENTE

ASEGURANDO LA TRANSPARENCIA

EJEMPLO PRACTICO: FUNDENUSE



EXPOSITORA

Nombre: Ada Eveling Rivera C.

Organización: FUNDENUSE,S.A.

Título: Gerente General

Egresada del master en microfinanzas y desarrollo social de la Universidad de Alcalá de Enares, Licenciada en Contaduría Pública, catorce años de experiencia en la industria de microfinanzas, en diferentes áreas administrativas, ha liderado procesos de certificación en gestión de desempeño social, certificación en los principios de protección al cliente y auditorias sociales.

Contacto: arivera@fundenuse.com.ni





Una institución dedicada a las finanzas inclusivas desde hace 28 años



Misión

Brindar servicios financieros con enfoque empresarial, social y ambiental, a los micro, pequeños y medianos empresarios y productores para contribuir a su desarrollo socioeconómico.



Visión

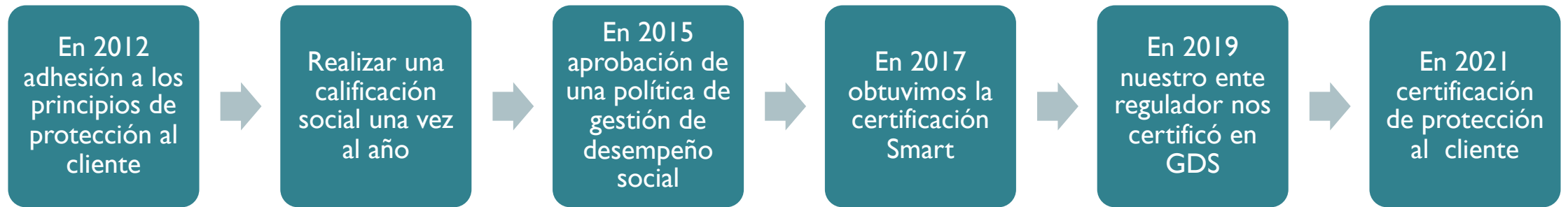
Microfinanciera reconocida por ofrecer servicio financiero rurales, cumpliendo estándares internacionales de desempeño

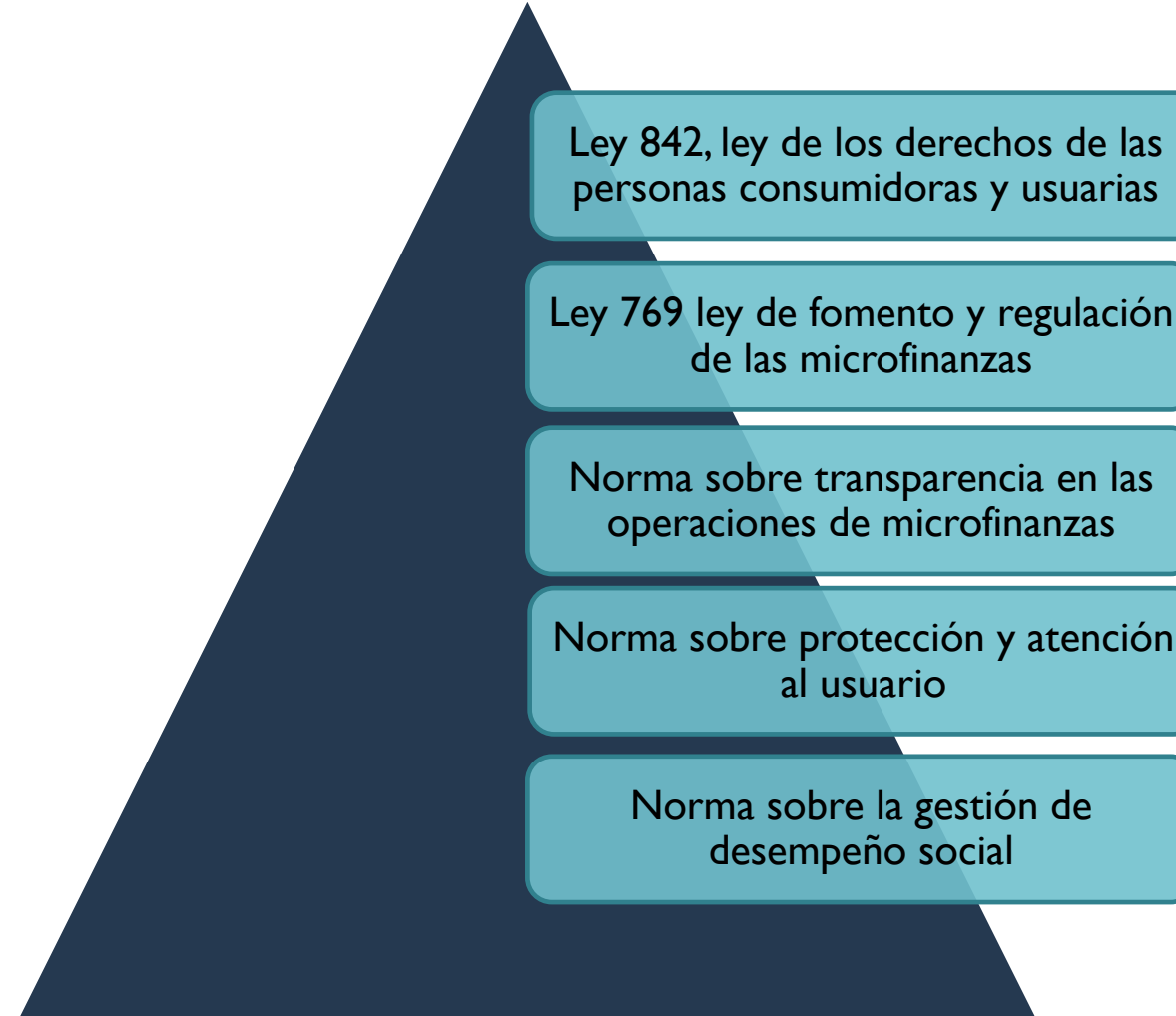
21
Sucursales

19,555
Clientes

U\$17.4 M
Cartera

177
Colaboradores







1. Definir y monitorear objetivos sociales

La Institución tiene objetivos sociales claramente definidos y medibles. Las metas sociales se actualizan en cada planeación estratégica



2. Asegurar el compromiso de la junta directiva, gerencia y empleados con los objetivos sociales

La Gerencia informa a la J.D con frecuencia mensual el cumplimiento de las metas sociales



3. Diseñar productos, servicios, modelos y canales de distribución que respondan a las necesidades y preferencias de los clientes

Los productos y servicios financieros que brinda la institución están diseñados para dar respuesta a las necesidades de los clientes.



4. Tratar a los clientes responsablemente

La institución cuenta con los mecanismos adecuados para garantizar el cumplimiento de los principios de protección al cliente



5. Tratar a los empleados responsablemente

La institución cuenta con los mecanismos adecuados para tratar responsablemente a sus empleados.



Equilibrar el desempeño financiero y social

La institución cuenta con los mecanismos adecuados para equilibrar el desempeño financiero y social.



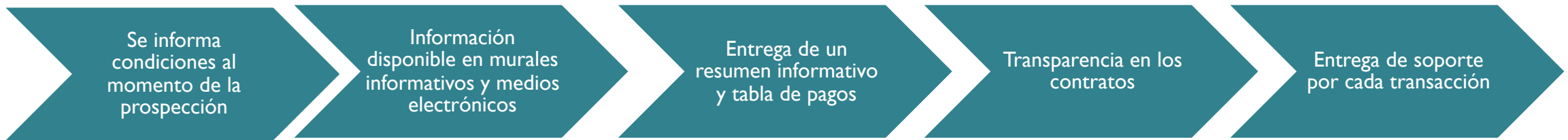
Estándar 3: La institución brinda a los clientes información clara y oportuna para apoyar su toma de decisiones

- Practica esencial 3.1 La institución es transparente acerca de los términos, condiciones y precios de los productos.
- Practica esencial 3.2 La institución se comunica con los clientes en momentos apropiados y a través de los canales adecuados.

¿Cómo implementamos las dos prácticas esenciales de transparencia?



- 3.1 LA INSTITUCIÓN ES TRANSPARENTE ACERCA DE LOS TÉRMINOS, CONDICIONES Y PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

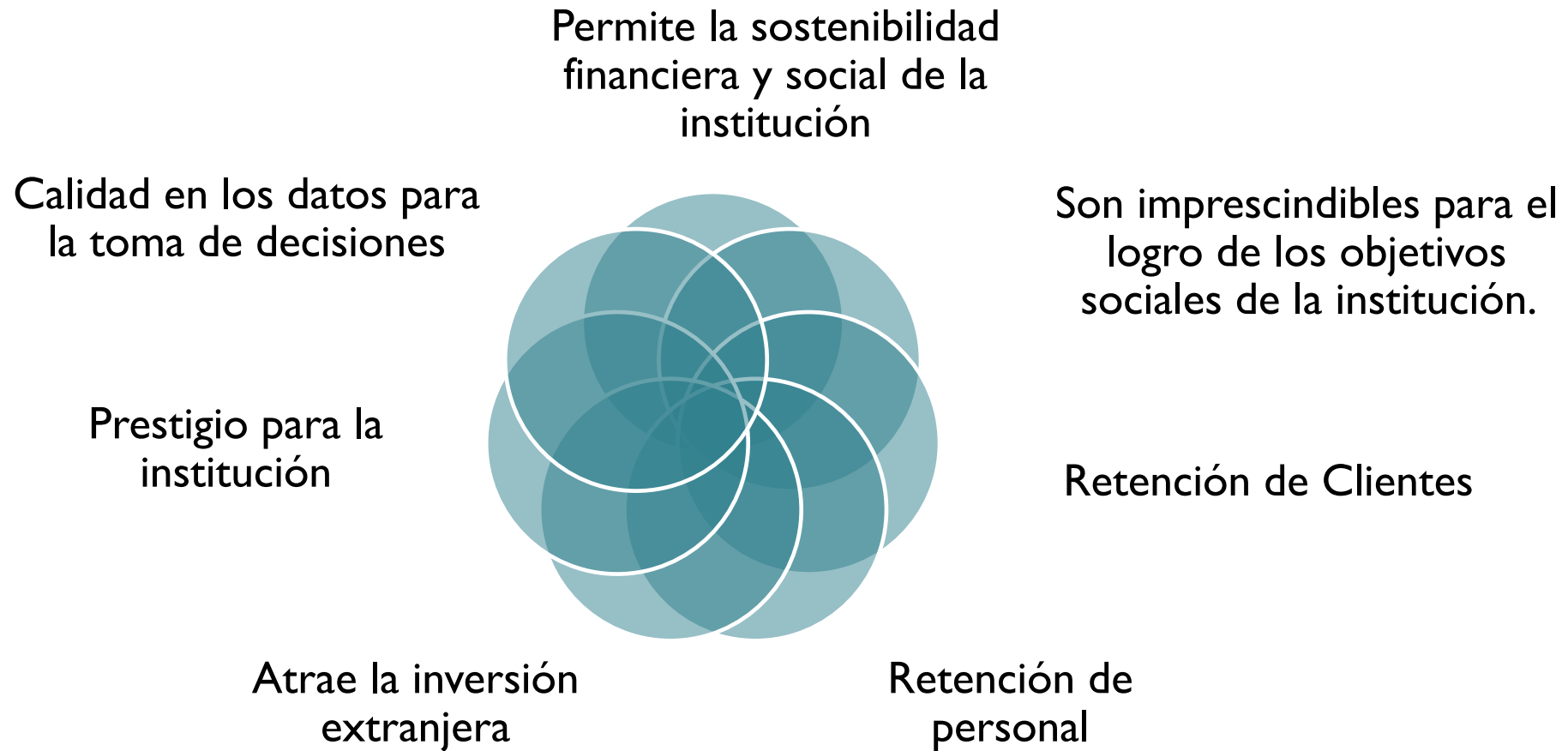


¿Cómo implementamos las dos prácticas esenciales de transparencia?



- 3.2 LA INSTITUCIÓN SE COMUNICA CON LOS CLIENTES EN MOMENTOS APROPIADOS Y A TRAVÉS DE LOS CANALES ADECUADOS.





MFR

CERTIFICACIÓN DE PROTECCIÓN AL CLIENTE

El Comité de Certificación de MFR decidió asignar a

Fundenuse, Nicaragua

El nivel de cumplimiento: **ORO**



El nivel ORO es la más alta distinción y significa que la institución certificada cumple con los lineamientos más rigurosos de protección al cliente definidos en los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social.

Milán, Septiembre 2021

Aldo Moauro
Director Ejecutivo

Joris Crisà
Presidente del Comité de Certificación de MFR

EN CASO DE NO HABER CAMBIOS MATERIALES, EL CERTIFICADO TIENE UNA VIGENCIA DE 36 MESES A PARTIR DE LA EMISIÓN DEL CERTIFICADO

MFR

RATING SOCIAL

El Comité de Calificación de MFR decidió asignar a

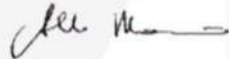
Fundenuse, Nicaragua

Calificación: **BB+**

Sistemas de gestión de desempeño social y protección al cliente adecuados. Alineación satisfactoria con la misión social.

Milán, Octubre 2021

Aldo Moauro
Director Ejecutivo



Joris Crisà
Presidente Comité de Rating Social



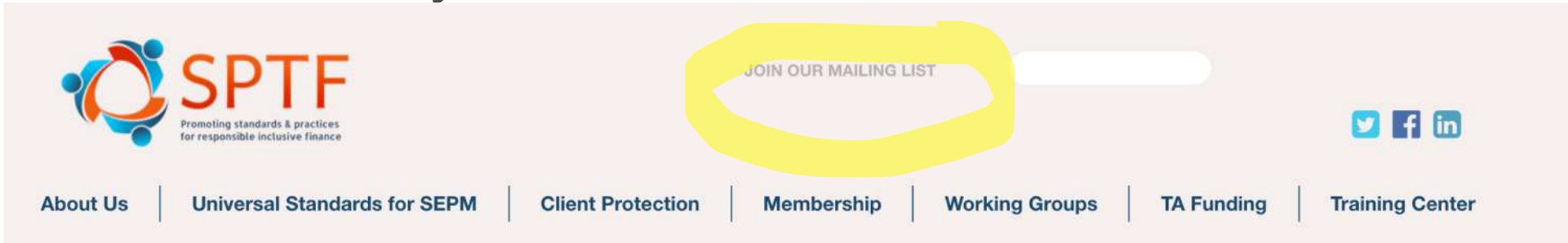
A MENOS QUE EXISTA UNA REVOCACIÓN ANTICIPADA POR PARTE DE MFR O POR CAMBIOS MATERIALES QUE AFECTEN EL ESTADO DE LA CALIFICACIÓN, EL PRESENTE CERTIFICADO ES VÁLIDO POR 18 MESES A PARTIR DE LA FECHA DE LA VISITA DE CAMPO



Punto final

¡Mantente conectado!

¿Te gustaría recibir las notificaciones de próximos eventos, herramientas y recursos? Suscríbete a nuestro boletín en



¡Nuevos Estándares Universales lanzados en marzo de 2022!

Descargue los estándares más recientes aquí:

<https://sptf.info/universal-standards-for-spm/universal-standards>





¡GRACIAS!

UNENSE A NOSOTROS EN JULIO PARA EL WEBINAR SOBRE MECANISMOS Y MANEJO DE QUEJAS