



En microfinanzas, nuestros
clientes son lo primero

Cuestionario inicial MANUAL PARA UTILIZAR EL CUESTIONARIO

Este documento proporciona una visión general sobre cómo utilizar el Cuestionario de Principios de protección del cliente, que evalúa la institución microfinanciera (IMF) en su misión de defender los seis Principios básicos de protección del cliente: (1) evitar el sobreendeudamiento, (2a) transparencia en precios, (2b) responsabilidad de los precios, (3) prácticas apropiadas de cobro, (4) comportamiento ético del personal, (5) mecanismos de emisión y resolución de quejas y (6) privacidad de los datos de los clientes.

El cuestionario debe reflejar qué posición mantiene la organización en un momento dado con respecto a la incorporación de estos principios en sus operaciones, gestión y cultura propia. No sólo proporciona un resultado cuantitativo para cada institución microfinanciera, sino que también sirve para poner de relieve lo que la institución microfinanciera cree que es una buena práctica o una laguna/desafío. De esta manera, y gracias a la evaluación de ciertos datos puntuales y de otros en un periodo dado de tiempo, The Smart Campaign podrá sintetizar lo que es la protección del cliente y cómo debería ser en el sector microfinanciero.

El cuestionario se presenta en un documento Microsoft Excel y tiene diversas hojas de cálculo con preguntas y resultados. **Tenga en cuenta que sólo será necesario cumplimentar las hojas de cálculo nº 1 y nº 2.** La información que introduzca en estas hojas de cálculo se contabilizará en las otras hojas de cálculo y le proporcionará un análisis integral de su IMF. A continuación se presenta una descripción de todas las hojas de cálculo.

Hoja de cálculo nº 1 (Datos personales): Esta hoja de cálculo es una presentación del cuestionario. Como asesor, agregue su información de contacto y cumplimente los datos de su organización. Estos datos (Nombre y ubicación de la IMF) se reflejarán automáticamente en el resumen de la gráfica final o en el resultado del cuestionario. En esta hoja también se incluyen instrucciones básicas para cumplimentar el cuestionario.

Hoja de cálculo nº 2 (Cuestionario): El cuestionario está dividido en 6 secciones (una para cada principio). En cada sección aparecen unos indicadores específicos que idealmente, de seguirse, reflejarán una perfecta aplicación de ese principio. Cada indicador puede marcar desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo” basándose en cómo funciona su organización (IMF) respecto a ese indicador específico. Lo cual se convierte automáticamente en un resultado de 0 a 5 para cada indicador. Además, debe introducir “Prácticas ejemplares” y “Problemas/desafíos” para cada indicador, lo que proporcionará una base cualitativa para el resultado cuantitativo. Posteriormente, funcionará como una medida cualitativa de mejores prácticas y lagunas de su IMF respecto a un principio concreto. Recuerde que sólo se permite un máximo de 250 caracteres.

Las celdas verdes muestran qué indicador(es) es(son) el(los) principal(es) de cada principio. Si su organización no consigue al menos una valoración "de acuerdo de algún tipo" en su indicador principal, no se considerará que tenga un buen rendimiento en este principio.

Hoja de cálculo nº 3 (Gráfico resumen): En esta hoja aparecen los resultados del cuestionario. Se trata de un gráfico radial y cada uno de los radios representa el resultado final (de un total de 5) de su IMF con respecto a los 6 principios. (Hay siete radios ya que el principio de los precios está dividido en dos subprincipios: precios transparentes y responsables.)

Hoja de cálculo nº 4-10 (Gráfico P1 a Gráfico P6): Estos resultados también provienen del cuestionario y le ofrecen información más detallada sobre cómo está funcionando la organización en cada uno de los principios de un modo conciso. Para cada principio, el primer gráfico ofrece los resultados de la organización en cada indicador dentro de ese principio. La segunda tabla de cada hoja destaca las prácticas ejemplares y las lagunas que presenta la organización con respecto a cada indicador. Esta información aporta un valor añadido y otra perspectiva a los resultados cuantitativos.

Presentar sus resultados: Una vez completado el cuestionario, envíenos por correo electrónico los resultados a la Campaña en la dirección: director@smartcampaign.org. The Smart Campaign servirá como un repositorio seguro para su información que se tratará de manera confidencial. Su información permitirá a la Campaña compilar tendencias de zonas y del sector en el futuro.

¡Le agradecemos que se tome el tiempo de cumplimentar este cuestionario, así como su compromiso con la protección del cliente!