



OPPORTUNITY
International

COLOMBIA



NUESTRO
CLIENTE
TAMBIÉN ES NUESTRO
SOCIO

PRINCIPIOS DE PROTECCIÓN AL CLIENTE



NUESTRO CLIENTE HACE DE
OPPORTUNITY INTERNATIONAL COLOMBIA
UNA ENTIDAD FINANCIERA SINGULAR.

Él traza la pauta de nuestros servicios. Nosotros hacemos que su tránsito por el mundo financiero traiga compensaciones sociales y económicas, y mucha alegría.

¡Porque en Opportunity transformamos vidas!

1

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN APROPIADA DE PRODUCTOS

Nuestros productos se crean y transforman siempre en beneficio de nuestro Cliente. Sólo conociendo sus necesidades reales, podemos diversificar e innovar con productos y servicios.

- » No ofrecemos productos que den valor negativo
- » Nuestro Cliente conoce y acepta las garantías, tiene claridad sobre cómo se registra y valora la garantía
- » Indagamos y valoramos las razones de su salida.
- » Mantenemos una relación cercana con nuestro Cliente, su opinión como usuario, nos ayuda a mejorar e innovar en nuestros productos y servicios.
- » No hacemos uso de técnicas agresivas de venta ni ejercemos presión. Ni obligamos a nuestro Clientes a firmar contratos.

2

PREVENCIÓN DEL SOBREENDEUDAMIENTO

Protegemos la calidad de vida de nuestro Cliente. Cuidamos que no sobrepase su capacidad de endeudamiento. A su lado, llevamos a cabo un monitoreo permanente de su experiencia financiera y le acompañamos en el crecimiento como usuario de este servicio.

Nuestra **Política de Calidad de Pago** nos permite:

- » Analizar la capacidad de nuestro Cliente antes de realizar un desembolso de crédito.
- » Valorar factores adicionales distintos a la garantía.
- » Formar a nuestros asesores para que incorporen en su actividad estos análisis.

2 PREVENCIÓN DEL SOBREENDEUDAMIENTO

- » Llevar un monitoreo permanente de la cartera y mantener su calidad.
- » Crear incentivos para nuestra fuerza comercial.
- » Tener un conocimiento actualizado del historial financiero de nuestro Cliente.
- » Prevenir desde todos los niveles de la Compañía el sobreendeudamiento.
- » Implementar procedimientos que faciliten la renovación de los compromisos cuando haya pagos tempranos y la reestructuración cuando se presenten dificultades para cumplir con los pagos.

3

TRANSPARENCIA

Nuestro Cliente toma sus decisiones frente a nuestros productos con base en información clara, comprensible y escueta. Sin engaños, le hablamos de precios, términos y condiciones. Sabemos que este es un camino limpio que le ha de permitir beneficiarse del sistema financiero y querer ser usuario de este.

La información sobre el producto que damos a nuestro Cliente es un ejercicio de pedagogía financiera:

- » Hacemos saber, con claridad, las condiciones de todos los productos:
 - Precios, términos, cargos por interés, primas de seguro, balances mínimos, honorarios, honorarios a terceros, multas, productos relacionados, variación en el transcurso del tiempo.
- » Nos encargamos de que sepa la totalidad que debe pagar.

3 TRANSPARENCIA

- » Tenemos en cuenta dificultades o limitaciones para comprender la información:

Hacemos uso de distintos recursos de comunicación para reiterar las condiciones de todo producto

Desarrollamos canales o mecanismos que faciliten la comunicación cuando nuestro Cliente es iletrado o enfrenta alguna discapacidad.

3 TRANSPARENCIA

- » Damos el tiempo suficiente, sin ejercer presión, para que nuestro Cliente lea y comprenda toda la información relacionada con el producto antes de firmar.
- » Estamos atentos a responder sus preguntas las veces que sea necesario.
- » Nos aseguramos de que todos los documentos estén completamente diligenciados y entregamos copia total a nuestro Cliente
- » Con regularidad, estamos informando a nuestro Cliente sobre el estado de su cuenta

4

PRECIOS RESPONSABLES

Cada encuentro con uno de nuestros clientes nos recuerda el compromiso que asumimos de formar usuarios del sistema financiero. Como parte que somos del mercado, facilitamos a nuestro Cliente un reflexión sobre nuestra actividad en comparación con nuestros pares, que les permita valorar:

- » Precios
- » Condiciones

5

TRATO JUSTO Y RESPETUOSO

Los principios rectores de Opportunity International orientan nuestros actos y nos exigen un compromiso decidido con todo ser humano. Las prácticas de respeto e inclusión son el norte de nuestras acciones en todo momento.

Nos rige el Código de Ética:

- » Todo nuestro grupo humano conoce y pone en práctica nuestros principios misionales.
- » Los niveles directivos cuidan que este código se cumpla a cabalidad.
- » La inclusión es uno de nuestros principios rectores. La discriminación no tiene cabida en nuestra Organización.
- » Toda persona que trabaje con o por nuestra Organización conoce e incorpora en su hacer nuestros principios.

5 TRATO JUSTO Y RESPETUOSO

- » Tenemos prácticas apropiadas de cobranza
- » Ofrecemos un precio justo cuando confiscamos activos, y cuidamos de ellos si permanecen en la Compañía
- » No hacemos endoso de la cartera
- » Cuando detectamos que estamos con un Cliente iletrado, somos discretos, cuidamos que se sienta cómodo, le ofrecemos una explicación verbal detallada hasta que comprenda el producto, y sugerimos que le acompañe una persona de su confianza para que lea las condiciones básicas del producto.

6

PRIVACIDAD DE LOS DATOS

En el marco del respeto hacia el otro, protegemos la integridad de nuestro Cliente y velamos por su seguridad. Cada documento y dato de su historial crediticio forma parte de su espacio privado, y como tal es incorporado en nuestros archivos con el uso restringido que nos ha concedido nuestro Cliente.

- » Rige nuestro quehacer la Política de Privacidad, que respetamos y cumplimos en todo momento: cuando recogemos información, la procesamos, la usamos o la distribuimos (Nuestra Organización sanciona a quien lo incumpla).
- » Resguardamos la confidencialidad, seguridad, precisión e integridad de la información de nuestro Cliente, a través de archivos seguros, tanto digitales como físicos.
- » Comunicamos a nuestro Cliente qué uso damos a su información y cómo la protegemos
- » Solicitamos su permiso o consentimiento por escrito cuando requerimos hacer uso de su información para trámites relacionados y estipulados en el producto

6 PRIVACIDAD DE LOS DATOS

- » Resguardamos la confidencialidad, seguridad, precisión e integridad de la información de nuestro Cliente, a través de archivos seguros, tanto digitales como físicos.
- » Comunicamos a nuestro Cliente qué uso damos a su información y cómo la protegemos
- » Solicitamos su permiso o consentimiento por escrito cuando requerimos hacer uso de su información para trámites relacionados y estipulados en el producto

7

MECANISMOS PARA LA RESOLUCIÓN DE QUEJAS

Entendemos que nuestra Organización como nuestro Cliente son dos actores del Sistema Financiero. Por ello abrimos canales a diálogo en doble vía y ofrecemos respuestas no sólo a sus necesidades, también a sus reclamos. Así construimos relaciones duraderas y creativas.

- » Hemos diseñado un Sistema de Administración de Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR), que garantiza a nuestro Cliente respuestas oportunas.
- » El Sistema ofrece una adecuada administración de la comunicación de nuestro Cliente durante la recepción, procesamiento y respuesta.

7 MECANISMOS PARA LA RESOLUCIÓN DE QUEJAS

Disponemos de distintos canales que facilitan la comunicación de nuestro Cliente:

- » Red de Oficinas: donde será atendido por el Subgerente de la Oficina
- » Página Web: www.oicolombia.com
- » Línea de Atención: Bogotá 5190952 Ext. 1194
Correo Electrónico: servicioalcliente@oicolombia.com
- » Defensor del Consumidor Financiero.

7 MECANISMOS PARA LA RESOLUCIÓN DE QUEJAS

- » En nuestros primeros acercamientos con nuestro Cliente, le hacemos saber del Sistema de Resolución de PQR, le enseñamos cómo y cuándo usarlo.
- » Nuestra respuesta a las quejas y reclamos es oportuna y rápida.
- » Cada queja o reclamo de nuestro Cliente es tomada en cuenta como información valiosa. Le hacemos seguimiento y verificamos que no sea reiterativa.
- » El Sistema de Resolución de PQR nos ayuda a corregir errores que puedan perjudicar a nuestro Cliente y a mejorar nuestros productos y sistemas de comunicación.

PRINCIPIOS DE PROTECCIÓN AL CLIENTE

“En Opportunity creemos plenamente en que los clientes con los que trabajamos, también son nuestros socios. Ponemos un gran valor en escuchar las necesidades de nuestros clientes para proporcionar servicios innovadores y transformadores que suplen sus necesidades. Estoy orgullosa de nuestro programa de Gestión de Desempeño Social y de nuestro compromiso con la innovación y expansión de nuestros programas a través de un fuerte enfoque en recolección, uso y reporte de información y retroalimentación de nuestros clientes. Estoy convencida de que este reporte es una parte vital de nuestro compromiso de mantener nuestra responsabilidad ante nuestros donantes, cuyo apoyo continuo es crítico para nuestros programas y para los 12 millones de clientes que servimos alrededor del mundo”

VICKI ESCARRA

Director Global, Opportunity International