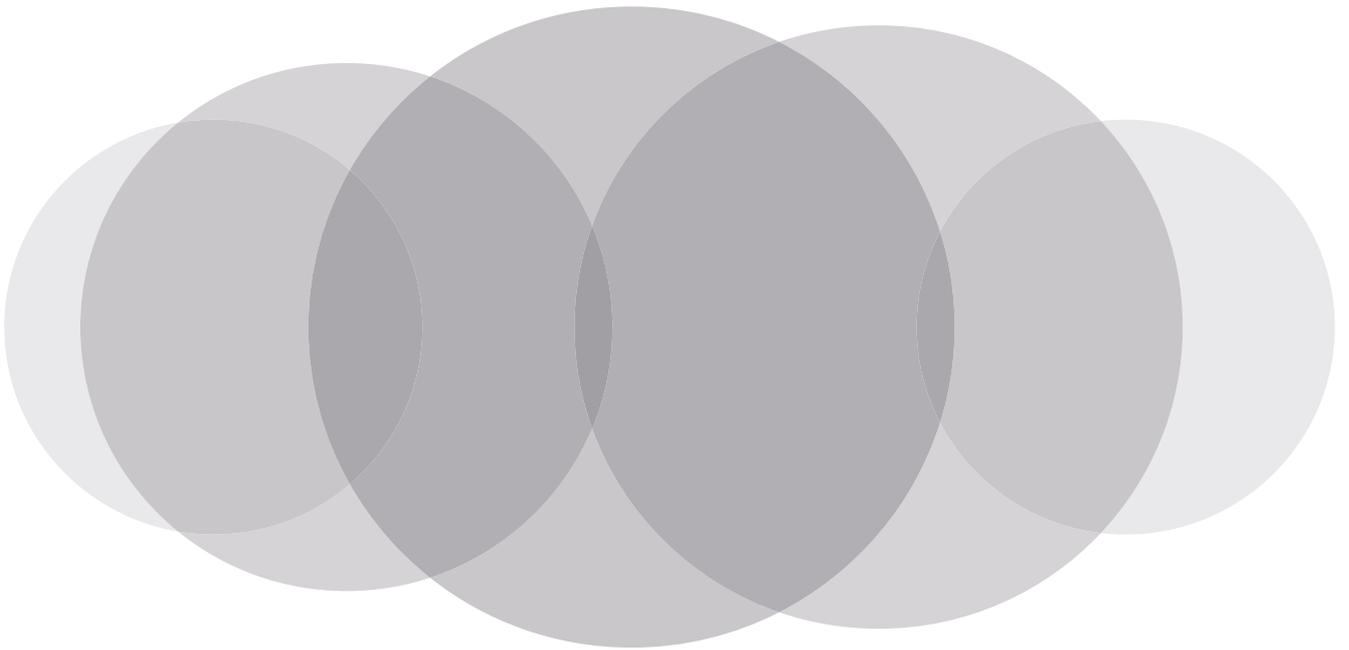


Estudio de caso

# Empoderamiento y protección de los consumidores financieros

## Marco de conducta del mercado y del consumidor del Bank Negara de Malasia



### **Acerca de este estudio de caso**

El presente caso captura las experiencias y retos actuales a los que se enfrenta Koid Swee Lian, Líder en Políticas de Inclusión Financiera de la AFI, y su equipo del Departamento de Conducta del Mercado y del Consumidor del Bank Negara de Malasia. Los Líderes en Políticas de Inclusión Financiera de la AFI son prominentes formuladores de políticas que han hecho importantes contribuciones a las políticas relacionadas con el incremento del acceso a los servicios financieros para la población no bancarizada en sus respectivos países. A través de sus estudios de caso, los líderes en políticas de inclusión financiera de la AFI relatan de viva voz sus historias, a fin de que los formuladores de políticas de otros países en desarrollo puedan beneficiarse de su experiencia e innovaciones.

© 2011 (Abril). Alianza para la Inclusión Financiera

**Agradecimientos:** Este estudio de caso se elaboró en estrecha colaboración con el Bank Negara de Malasia, por Simone di Castri de la Alianza para la Inclusión Financiera. Agradecemos a Koid Swee Lian, Líder en Políticas de Inclusión Financiera de la AFI, y a su equipo del Departamento de Conducta del Mercado y del Consumidor su continuo apoyo y buena disposición para compartir sus experiencias con la red de la AFI.

# En un vistazo

*Este estudio de caso evoca el programa del Bank Negara de Malasia que duró una década, cuyo objetivo era mejorar el empoderamiento del consumidor y la conducta del mercado, del cual se extraen enseñanzas clave.*

## Marco de conducta del mercado y del consumidor del Bank Negara de Malasia

Después de la crisis financiera de 1997 en Asia, el gobierno de Malasia emprendió un programa de reforma financiera que duró una década, cuyo objetivo era mejorar la estabilidad financiera a través de iniciativas de protección al consumidor y conducta del mercado. El Plan Maestro del Sector Financiero (FSMP, por sus siglas en inglés) se puso en marcha en 2001, y desde entonces, el Bank Negara de Malasia ha trabajado para poner su estrategia de negocios y capacidad institucional en línea con los objetivos del Plan. Siendo la estabilidad financiera su principal propósito, el Banco introdujo iniciativas que ayudarían a fortalecer la capacidad de las instituciones financieras, promover la educación financiera entre los consumidores y asegurar que las instituciones financieras se apeguen a las prácticas justas de mercado.

Hoy en día, se intenta lograr el empoderamiento y protección del consumidor a través de un marco integral que incluye la reglamentación y supervisión de la conducta del mercado, vías para la obtención de reparaciones, educación del consumidor e iniciativas de concienciación pública. Dicho marco se ha construido en forma progresiva con el paso del tiempo y se ha beneficiado de las colaboraciones de otros departamentos del Bank Negara de Malasia, de asociaciones de consumidores y de la industria. A partir de 2006, el Departamento de Conducta del Mercado y del Consumidor del Banco (CMC, por sus siglas en inglés) ha jugado un papel clave en el desarrollo del marco.

## Eventos clave en el desarrollo del marco de conducta del mercado y del consumidor

Empoderamiento del consumidor	Conducta del mercado
<b>1997</b>	
Crisis financiera de Asia	
<b>2001</b>	
Se puso en marcha el Plan Maestro del Sector Financiero 2001-2010	
Sistema Central de Información sobre Referencias Crediticias (CCRIS, por sus siglas en inglés)	
<b>2003</b>	
Se puso en marcha la plataforma de educación al consumidor	
Se crearon dos plataformas en línea para brindar información al público general sobre productos financieros: <a href="http://bankinginfo.com.my">bankinginfo.com.my</a> e <a href="http://insuranceinfo.com.my">insuranceinfo.com.my</a>	
<b>2005</b>	
El Banco estableció el BNMLINK para ayudar al público y a los negocios en asuntos relacionados con productos y servicios financieros, en especial reclamaciones y presentación de informes crediticios	Se creó la Oficina de Mediación Financiera a partir de la fusión de la Oficina de Mediación Bancaria y la Oficina de Mediación de Seguros
Se estableció la Sociedad de Seguros de Depósitos	
<b>2006</b>	
Se estableció la Agencia de Gestión de Deuda y Asesoría Crediticia (AKPK, por sus siglas en malayo)	
El Banco se reorganizó y estableció el Departamento de Conducta del Mercado y del Consumidor (CMC)	
	El Banco estableció el Grupo de Trabajo sobre Conducta del Mercado
<b>2008</b>	
El Banco consolidó la gestión de clientes y reclamaciones en el Centro de Contactos Integrado (ICC, por sus siglas en inglés)	

# Una política prioritaria en el sector financiero

Durante la última década, Malasia ha recibido una serie de impactos positivos por parte de las iniciativas de protección al consumidor y conducta del mercado en el sector financiero. Como en cualquier política pública compleja, resulta difícil apuntar a un único motivo para su éxito; una variedad de elementos han contribuido en diversos niveles. Sin embargo, en particular cuatro de ellos han sido esenciales:

- El ambiente político y económico creado por la crisis financiera de Asia hizo que el sector financiero reconsiderara sus políticas y apoyara reformas para la nivelación del campo de juego entre los consumidores y los proveedores de servicios financieros (PSF).
- La previsión del gobierno de Malasia al reconocer que el empoderamiento y protección del consumidor requerirían reformas y normas que fueran más allá de la ley de protección al consumidor (1999) y la política de asistencia pública al consumidor (2002) de Malasia, que eran ya exhaustivas.<sup>1</sup>
- El nombramiento del Dr. Zeti Akhtar Aziz como Presidente del Bank Negara de Malasia en 2000, quien brindó una visión holística a las reformas financieras.
- El liderazgo previsor del Banco, así como el enfoque pragmático e incluyente que ha adoptado.

## La crisis y la reforma del sector financiero

La crisis financiera asiática de 1997 tuvo un fuerte impacto en la economía de Malasia, al interrumpir el insuperable crecimiento que el país había gozado durante una década. En esa época, Malasia era un popular destino de inversión; la Bolsa de Valores de Kuala Lumpur registraba en forma regular el mayor movimiento de todas las bolsas de valores del mundo. Se esperaba que dicho crecimiento continuara e impulsara a Malasia a convertirse en una economía líder para el año 2020.

En julio de 1997, a días de la dramática devaluación del Baht tailandés, el Ringgit malayo se convirtió en blanco de una especulación que redujo el valor de la divisa a la mitad, redujo las calificaciones y forzó el derrumbe de la bolsa de valores. En unos cuantos meses, Malasia estaba sumergida en la recesión por primera vez en muchos años. Se anunciaron diversas medidas de defensa para superar la crisis, y el Banco comenzó a trabajar en un plan para modernizar el sector financiero y definir estrategias a medio y largo plazo, a fin de desarrollar un marco para las reformas financieras.

El Plan Maestro del Sector Financiero (FSMP, por sus siglas en inglés) fue la piedra angular de dicho marco. Mediante la planificación de una década de reformas, el objetivo del Plan era hacer que el sistema financiero de Malasia fuera más fuerte y competitivo. El Plan se clasificó en tres fases:

- I. Fortalecimiento de las habilidades y capacidad de las instituciones financieras del país y creación de las bases para la protección al consumidor.
- II. Promoción de una mayor competencia al mejorar la eficiencia del sistema financiero. Lo anterior incluía la apertura de nuevas sucursales bancarias, expansión de la red de cajeros automáticos y la oferta de una mayor variedad de productos financieros.
- III. Integración del sistema financiero de Malasia a la economía global.

## El empoderamiento y la protección del consumidor como prioridades de las políticas públicas

El FSMP se enfocó en la estabilidad del sector financiero, la intermediación eficaz y el funcionamiento eficiente de los mercados financieros. A fin de fomentar la competencia y liberalización en la industria de los servicios financieros, el Plan requería la construcción de una base sólida: un mercado en el que los consumidores tomen decisiones financieras informadas, tengan confianza en el mismo, comprendan y ejerciten sus derechos, y cuenten con los recursos legales para resolver los problemas.

El Plan resumía varias recomendaciones que ayudarían a empoderar y proteger a los consumidores en un sistema financiero cada vez más orientado al mercado:

- I. Iniciar un programa de educación al consumidor activo y estructurado para instruir a los consumidores sobre los productos y servicios minoristas, así como sus derechos y responsabilidades como consumidores.
- II. Hacer más transparente el desempeño de las instituciones bancarias y de seguros, así como el perfil de nuevos productos.
- III. Establecer reparaciones legales para los consumidores.
- IV. Ampliar las operaciones de la Oficina de Mediación Bancaria y la Oficina de Mediación de Seguros.
- V. Introducir normas contra la competencia desleal.
- VI. Establecer un fondo de seguro para depósitos.

Las recomendaciones del FSMP se implementaron gradualmente, bloque por bloque. El desarrollo del marco de conducta del mercado y del consumidor se vio impulsado por la necesidad de continuar siendo práctico y de guiarse por un proceso consultivo.

<sup>1</sup> La Ley de Protección al Consumidor de 1999 (CPA, por sus siglas en inglés) entró en vigor el 15 de noviembre de 1999, con la autorización del Ministerio de Comercio Nacional, Cooperativas y Consumismo (MDTCC, por sus siglas en inglés). El 26 de julio de 2002, se puso en marcha la Política Nacional del Consumidor (NCP, por sus siglas en inglés) para ayudar a los consumidores a tener una mayor conciencia de sus derechos, así como promover el activismo de los consumidores.

Dichos esfuerzos apoyan la capacidad de los consumidores para asumir una mayor responsabilidad individual para llevar a cabo una planeación financiera sólida y tomar decisiones financieras con confianza... [lo que] a su vez contribuye a la estabilidad financiera al facilitar una distribución de recursos y riesgo más eficaz, dentro y a través del sistema financiero.<sup>2</sup>

Zeti Akhtar Aziz, Presidente del Banco

## La resolución del Banco

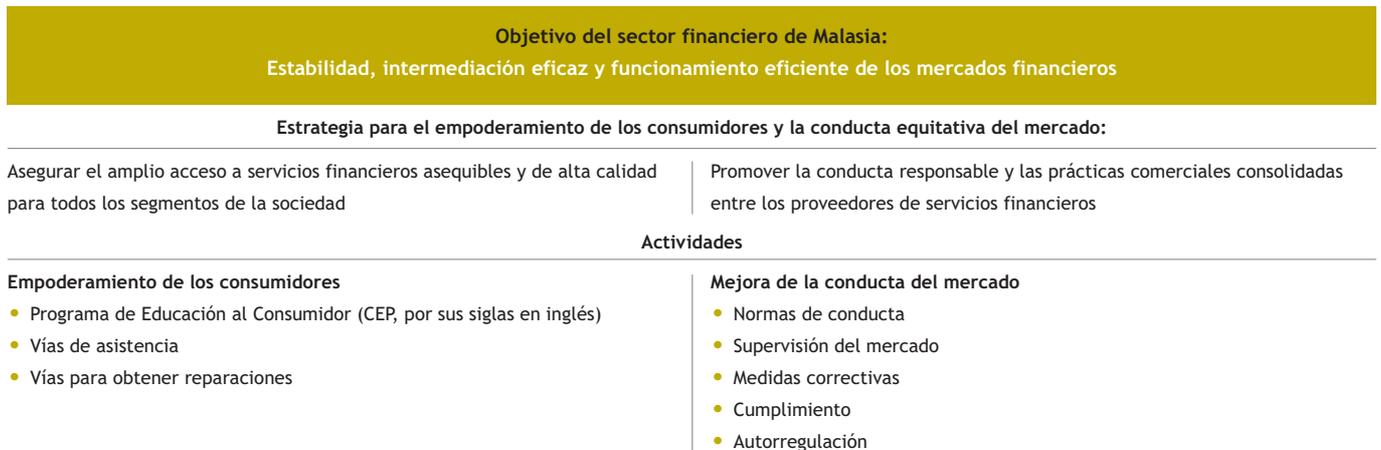
La estrategia global del plan del gobierno era clara: para empoderar y proteger a los consumidores, el sector financiero requeriría de normas estándar para regular la conducta del mercado, un programa dinámico de educación al consumidor y una estructura estable a fin de brindar la asistencia que necesita el consumidor de servicios financieros. De acuerdo con el FSMP, se asignó al Banco un rol clave en el desarrollo del nuevo marco.

De conformidad con los Estatutos del Banco Central de Malasia de 2009, las responsabilidades principales del Banco incluyen formular y poner en marcha políticas monetarias, así como asegurar la solidez y estabilidad del sistema financiero. La labor del Banco en el desarrollo del sector financiero, el empoderamiento de los consumidores y conducta del mercado, así como la inclusión financiera, respalda su búsqueda de estabilidad financiera. Los objetivos de estas dos agendas se refuerzan en forma mutua.

La autoridad del Banco se extiende a los bancos, aseguradoras, instituciones financieras de desarrollo, instituciones financieras islámicas y sistema de pagos. La gran mayoría de los clientes de proveedores de servicios financieros que supervisa el Banco son clientes minoristas, así como pequeñas y medianas empresas (PyMEs). Sin embargo, el Banco se ha comprometido con los consumidores más allá del sector bancario y de seguros, a fin de promover su programa de empoderamiento y protección del consumidor, incluyendo clientes del área microfinanciera.

Asimismo, el Banco está comprometido con la inclusión financiera, que se promueve activamente en ánimo de mejorar el acceso a los servicios financieros para todos y apoyar el crecimiento económico equilibrado.

**Figura 1: Estrategia de Malasia para el empoderamiento de los consumidores y la conducta equitativa del mercado**



<sup>2</sup> Reporte sobre Estabilidad Financiera y Sistemas de Pagos de 2006, Declaración del Presidente, [http://www.bnm.gov.my/files/publication/fsps/en/2006/fs2006\\_book.pdf](http://www.bnm.gov.my/files/publication/fsps/en/2006/fs2006_book.pdf)

# Liderazgo en el desarrollo de un marco

## Departamento de Conducta del Mercado y del Consumidor (CMC)

Antes del lanzamiento del FSMP y durante la primera mitad de la fase de implementación, la supervisión de la conducta del mercado recayó en el Departamento de Regulación, el Departamento de Regulación de Seguros y el Departamento de Banca y *Takaful*<sup>3</sup> Islámico del Banco. El Departamento de Comunicación Corporativa fue responsable de difundir diversas iniciativas de educación financiera.

A finales de 2006, el Banco reorganizó sus funciones de reglamentación y supervisión y estableció el Departamento de Conducta del Mercado y del Consumidor (CMC, por sus siglas en inglés). La creación del CMC marcó un hito en los esfuerzos del Banco para salvaguardar los intereses de los consumidores, aumentar su educación y capacidad financiera, y promover el apego a las prácticas justas de mercado.<sup>4</sup> El CMC regula y supervisa a una amplia gama de proveedores de servicios financieros, incluyendo todos los bancos comerciales, aseguradoras, operadores de *takaful* y actores del sistema de pagos, así como intermediarios financieros (es decir, agentes de seguros y de *takaful*, asesores financieros y ajustadores de pérdidas). Las funciones y estructura de la organización del CMC se ilustran en la figura 3.

Figura 2: Instituciones financieras de Malasia

	# de instituciones	# de sucursales
Bancos	55 (35)	2,312
Compañías de seguros y de <i>takaful</i>	46 (23)	698
Agentes de seguros	33	29
Asesores financieros	15	15
Ajustadores de pérdidas	36	173
Instituciones financieras de desarrollo	6	690

Notas: El número de instituciones financieras nacionales aparece entre paréntesis

El marco sólido que el Banco ha construido en forma gradual cuenta con dos componentes principales:

- I. Un conjunto de estándares de práctica que se aplica a todos los proveedores de servicio y que el CMC hace valer.
- II. Iniciativas que brindan a los consumidores habilidades, información y apoyo en caso de que requieran asistencia.

Para apegarse a este marco, el CMC ha adoptado un enfoque consultivo que incluye las necesidades y perspectivas de diversos participantes, hace buen uso de la inteligencia del mercado y promueve el activismo del consumidor.

### Enfoque consultivo

El éxito del Banco en la promoción del empoderamiento y protección del consumidor puede atribuirse en gran medida a su actitud incluyente. El Banco trabaja con una variedad de participantes que incluye ministerios y agencias gubernamentales, cámaras de comercio, asociaciones comerciales y de consumidores, el Consejo del Colegio de Abogados, instituciones financieras y asociaciones industriales. Al adoptar un enfoque consultivo, el Banco ha complementado los conocimientos de su personal con la experiencia de dichos participantes.

El compromiso con la industria bancaria y de seguros es especialmente importante, y el Banco sostiene diálogos en forma regular con las instituciones financieras a las que supervisa y monitorea. El objetivo es que las instituciones financieras se hagan responsables del trato justo a los consumidores, mediante la mejora de las prácticas de venta y la calidad de la información y asesoría que se proporcionan a los consumidores. “*Estos problemas deben resolverse sobre el terreno, con la debida ejecución por parte de la administración, a fin de prevenir prácticas inadecuadas de venta, documentación imprecisa o explicaciones erróneas por parte de los agentes y el personal de mercadotecnia, así como los términos y exclusiones de los contratos que son poco razonables*” afirma Koid Swee Lian, Director del CMC.

En el caso de las cooperativas en Malasia, el Banco está trabajando en una carta de intención con la Comisión de Cooperativas (Suruhanjaya Koperasi Malaysia), que ampara, entre otras cosas, el acceso e intercambio de información, el desarrollo de políticas públicas, la construcción de capacidad y la cooperación en áreas de interés mutuo. La protección al consumidor y conducta del mercado es un área de cooperación que promovería el intercambio de información y construcción de capacidad.

El continuo diálogo con la industria ha tenido efectos positivos en el cumplimiento con los requisitos de conducta establecidos por el CMC. La comunicación abierta entre el ente regulador y la industria le permite al Banco diseñar políticas que toman en cuenta la complejidad de ciertos productos y servicios, así como poner en marcha sus normas en forma gradual y con cierto grado de flexibilidad. Por último, estos esfuerzos ayudan a lograr resultados de protección al consumidor al mismo tiempo que equilibran costos de cumplimiento para la industria.

<sup>3</sup> El *Takaful* es un producto de seguro islámico.

<sup>4</sup> Reporte sobre Estabilidad Financiera y Sistemas de Pagos de 2006, p. 87, [http://www.bnm.gov.my/files/publication/fsps/en/2006/fs2006\\_book.pdf](http://www.bnm.gov.my/files/publication/fsps/en/2006/fs2006_book.pdf)

### Inteligencia del mercado

Resulta especialmente importante para el Banco elaborar nuevas políticas (ya sean programas para empoderar a los consumidores o directrices sobre la regulación de la conducta del mercado) con los resultados de la investigación de mercado en mente. Esto incluye datos e información extraídos de la investigaciones de mercado, medios de monitoreo, "clientes espías" y reclamaciones de clientes.

### Activismo del consumidor

El Banco considera que los consumidores deberían jugar un rol importante en la determinación de la calidad de los productos y servicios financieros que utilizan. Dicho activismo del consumidor es parte de un sistema bancario saludable, dinámico y receptivo. La mejora del marco normativo para aumentar la transparencia y las revelaciones de información tiene como objetivo ayudar a los consumidores a estar más informados y promover su participación. También resulta necesario promover la concienciación de los derechos de los consumidores de servicios financieros y apoyar un programa dinámico de educación que enseñe a los consumidores cómo tomar decisiones financieras informadas. El compromiso de los organismos gubernamentales de regulación y supervisión, la cooperación con la industria, el activismo de los medios, y el compromiso de los defensores de los consumidores son elementos clave de un enfoque dinámico para el empoderamiento y protección del consumidor.

Figura 3: Organización y funciones del CMC (2010).



# Mejora de la conducta del mercado

Los precios transparentes, la revelación adecuada y oportuna de términos y condiciones, los productos idóneos, las prácticas adecuadas de venta y mercadotecnia, los procedimientos justos para el cobro de deudas, y la protección de datos, son las inquietudes a las que se enfrenta el ente regulador para asegurar el acceso seguro y conveniente a los servicios financieros para todos.

Para poder asegurar la eficacia de las normas y supervisión de la conducta del mercado, el Banco ha trabajado en la mejora de la reglamentación basada en los principios, y ha dedicado grandes esfuerzos al aumento de la capacidad para lograr prácticas adecuadas de cumplimiento y el desarrollo de un marco normativo más congruente en todo el sector financiero.

## Normas de conducta

El Banco tiene la expectativa de que los proveedores de servicios financieros actúen con el debido cuidado y diligencia, incluyendo la recolección de información pertinente de los clientes y la evaluación de sus necesidades financieras antes de finalizar un contrato o brindar asesoría, así como el manejo cuidadoso de la información confidencial.

El Banco formula y emite requisitos de conducta del mercado en forma de directrices. Dichas directrices regulan tanto el suministro de ciertos tipos de productos (banca convencional, *takaful*, seguros, productos bancarios islámicos y servicios bancarios básicos) y ciertos aspectos de la provisión de servicios financieros, incluyendo transparencia e información de productos, cuotas y cargos de productos financieros, mercadotecnia de tarjetas de crédito, gestión de reclamaciones y prácticas justas para el cobro de deudas. Actualmente, estas directrices se aplican a todos los proveedores de servicios financieros.

Esperamos que las instituciones financieras estipulen desde un principio en sus marcos internos de operación y de contabilidad la manera en que la firma se asegurará de que el trato a sus clientes sea justo y de forma tal que promueva sus intereses.

Jessica Chew, Asistente del Presidente

## Transparencia e información

Las directrices sobre información y transparencia de los productos ayudan a garantizar que los consumidores tengan acceso a detalles que representen con precisión las características, riesgos y rendimientos de un producto o servicio financiero.

Todas las instituciones financieras están obligadas a revelar información sobre las cuotas y cargos por sus productos y servicios, y a hacer que dicha información se encuentre disponible en todas sus sucursales y sitios web. El Banco ha estandarizado estas revelaciones de información, que deben ser oportunas, claras, concisas, precisas, pertinentes, congruentes y comparables. La revelación de información debe ocurrir antes y durante la venta o suscripción a un producto.

Las instituciones financieras deben proporcionar a los clientes una hoja informativa del producto antes de la adquisición o suscripción a un producto o servicio (véase el Anexo 1). Lo anterior no sólo brinda a los clientes una oportunidad de comparar productos, sino de revisar cambios a los términos y condiciones de los mismos (que, en algunos casos, podrían causar que un cliente se retire de un contrato que resulte demasiado oneroso). En opinión del Banco, las revelaciones obligatorias de información reducen el riesgo de fraude y fortalecen la rendición de cuentas de las instituciones financieras, que a su vez estimula la competencia del mercado.

## Publicidad

A fin de prevenir publicidad engañosa de servicios y productos financieros, mercadotecnia agresiva, productos no solicitados, así como límite de crédito y anticipos que pueden afectar a los consumidores en forma adversa, el Banco ha ordenado algunas mejores prácticas publicitarias (rentables):

- I. Los anuncios y materiales promocionales por cualquier medio deben hacerse por escrito, en lenguaje sencillo y los consumidores deben entenderlos claramente.
- II. Un producto o facilidad no debe describirse como “gratuito” o “sin costo” si se aplican ciertas cuotas de mantenimiento u otros cargos.
- III. Los anuncios deben revelar información clara, precisa y relevante sobre las características, riesgos, costos, beneficios y penalizaciones de un producto.
- IV. Los términos y condiciones, liberaciones de responsabilidad y notas deben tener el tamaño de letra y realce suficientes para que puedan leerse.
- V. Los anuncios deben resaltar la información relevante de los términos y condiciones de un producto.
- VI. Los anuncios no deben ocultar hechos importantes.
- VII. Los anuncios no deben crear falsas impresiones acerca de una institución financiera o sus productos y servicios.

## Introducción de productos nuevos y apropiados

De conformidad con el FSMP, el Banco ha adoptado la amplia filosofía reguladora de que “lo que no está prohibido está permitido”.

Esto ha motivado al Banco a eliminar gradualmente los requisitos para la aprobación previa de productos y a reemplazarlos por un proceso más sencillo de notificación de productos.<sup>5</sup> El objetivo de lo anterior es mejorar la innovación, al mismo tiempo que se conserva la calidad de los productos y servicios. Se alienta a las instituciones financieras a que inviertan en investigación y desarrollo para facilitar el lanzamiento oportuno de productos; por su parte, el proceso de notificación garantiza que los entes reguladores tengan conocimiento de cada producto que se desarrolle y lance. La facultad del Banco para intervenir y llevar a cabo acciones correctivas le brinda un nivel de protección adicional al cliente en contra de información de productos errónea o engañosa. El Banco también tiene derecho a retirar del mercado productos que sean perjudiciales para los consumidores o para la estabilidad del sistema financiero.

### Prácticas para el cobro de deudas

Las prácticas indebidas u hostigadoras para el cobro de deudas pueden ser dañinas para los consumidores. Además de perder un activo, dichas prácticas pueden sujetar a los consumidores a una invasión de su privacidad o causar daño a su buen nombre, especialmente en comunidades pequeñas.

Las instituciones financieras están autorizadas para utilizar servicios de terceros para el cobro de deudas, con la condición de que las prácticas de las agencias estén en línea con la directriz del Banco sobre "Prácticas Justas para el Cobro de Deudas". Dicha directriz dispone que los cobradores de deudas nunca harán uso de la intimidación o la violencia y deberán observar las mejores prácticas, tales como notificar a los prestatarios por escrito antes de iniciar el cobro, presentar pruebas de que el cobro ha sido autorizado por la institución financiera y respetar la confidencialidad de la información del prestatario.

La institución financiera será responsable de cualquier conducta inadecuada por parte del agente. Si un prestatario considera que algún tercero ha incumplido con sus obligaciones, podrá interponer una reclamación ante la institución financiera. Si el prestatario no está satisfecho con la ayuda que reciba, el asunto podrá presentarse a la atención del Banco.

### Protección de datos

Los PSF y los intermediarios financieros deben establecer políticas y sistemas adecuados para salvaguardar la información de sus clientes. Asimismo, se requiere a los PSF que obtengan el consentimiento del cliente antes de compartir su información personal con socios de mercadotecnia y promoción. Los PSF también están sujetos a la Ley de Protección de Datos que se promulgó en fecha reciente (2010).

### Supervisión del mercado

El Banco monitorea el cumplimiento por parte de las instituciones financieras dentro de su jurisdicción con las normas de conducta del mercado que ha establecido.

Su supervisión de actividades incluye lo siguiente:

- I. revisiones temáticas;
- II. monitoreo de medios;
- III. visitas/llamadas incógnitas y compras misteriosas; e
- IV. inteligencia del mercado.

Existe un pequeño equipo de supervisores en el Banco que lleva a cabo investigaciones *in situ* y *ex situ*; pero el equipo del CMC también confía en un amplio círculo de empleados del Banco que ayuda en la supervisión. Los consumidores y otros actores del mercado ayudan a identificar fallas en la conducta del mercado, tal como un PSF que reporta a otro proveedor por comportarse de una manera que va en detrimento de los consumidores.

Una práctica habitual del personal del CMC, como en otros departamentos del Banco, es tomar nota de los abusos que observan en sus vidas diarias, tales como información engañosa en anuncios espectaculares, comerciales de radio o de televisión. Esta cultura de supervisión informal del mercado, la tenaz participación del personal, así como la coordinación entre agencias y dentro de las agencias son básicas para la exigibilidad eficaz.

### Revisión temática

La revisión temática se refiere al estudio de asuntos o problemas en un área específica. Por ejemplo, un supervisor de conducta del mercado puede examinar si un proveedor particular de servicios financieros cumple con sus obligaciones hacia los consumidores. El supervisor evaluará si el proveedor cumplió con los requisitos relacionados con la información de productos, prácticas de mercadotecnia y ventas, actividades promocionales (tales como concursos), cuotas y cargos, prácticas para el cobro de deudas, gestión de reclamaciones, atención al cliente, gestión de reclamaciones de seguros, o calidad de los servicios bancarios (por ejemplo, desempeño de los cajeros automáticos).

### Monitoreo de medios

Las revisiones diarias de materiales publicitarios y promocionales en los principales periódicos, radio, televisión, volantes y folletos a menudo han revelado incumplimientos con los requisitos de publicidad del CMC.

### Compras de espionaje

En forma periódica, el Banco utiliza "compradores espías" para detectar violaciones y estafas. Esto incluye una visita o llamada incógnita, dependiendo del enfoque de la investigación. Algunos problemas que se han descubierto incluyen la falta de información acerca de las cuotas y de los términos y condiciones, falta de presentación de materiales informativos y números de atención al cliente en línea que son obligatorios, centros de atención telefónica inaccesibles, prácticas de venta agresivas o ilegales, o empleados de cara al público que no conocen los productos que están vendiendo.

<sup>5</sup> Esto fue precedido por el fortalecimiento de expectativas para que los PSF cuenten con sistemas de supervisión y control sólidos y eficaces con respecto al desarrollo de productos y prácticas de venta.

## Medidas correctivas

El Banco puede ordenarle a una institución financiera que tome las medidas correctivas adecuadas para resolver las deficiencias identificadas en los controles o las disposiciones para los productos financieros.

Las acciones correctivas incluyen las siguientes:

- I. Ordenar a los PSF que moderen, eliminen y/o reembolsen cuotas y cargos prohibidos.
- II. Ordenar a los PSF que rectifiquen y resuelvan posibles violaciones debido a prácticas inadecuadas de venta (por ejemplo, contar con paquetes de comunicaciones, contactar a los titulares para confirmar su comprensión sobre la idoneidad de la póliza, y reembolsar en su totalidad las primas a los titulares que cancelen sus pólizas, así como recuperar comisiones pagadas a agentes de seguros sin escrúpulos).
- III. Recomendar a los PSF que modifiquen o retiren anuncios engañosos.

## Cumplimiento

La exigibilidad de las normas de conducta del mercado varía dependiendo del incumplimiento, pero pueden incluir lo siguiente:

- una reprimenda pública o privada;
- una orden de cumplimiento;
- una sanción administrativa y civil;
- restitución al cliente; o
- interposición de una acción judicial.

El ente regulador también podrá influir en el riesgo al prestigio del PSF. La cobertura de la prensa puede dirigir la atención pública a alguna violación y obligar al proveedor a que resuelva un problema para proteger su prestigio y el prestigio de la industria, antes de que intervenga un supervisor del Banco. Otra acción que el Banco está considerando es: "señale y denuncie", que hace público el nombre de una institución financiera que esté en incumplimiento, a través de una reprimenda en los medios. Lo anterior puede ser otro elemento disuasivo para los PSF que no desean poner en riesgo su prestigio.

## Autorregulación

El Banco ha dedicado importantes recursos a la reglamentación y supervisión de la conducta del mercado y a hacer valer dichas reglamentaciones cuando los PSF adoptan prácticas desleales. Sin embargo, los esfuerzos también se centran en promover la autorregulación dentro de la industria, que incluye el fortalecimiento de los roles y la eficacia de las asociaciones industriales, así como la motivación de las asociaciones para hacer valer los privilegios de los clientes y los códigos de conducta. El continuo diálogo entre el Banco y las asociaciones industriales ha ayudado en gran medida a mejorar las normas de la industria.

La industria en su totalidad tiene un claro interés a largo plazo en cultivar a consumidores informados, responsables y capaces. Los consumidores no solamente deben recibir un trato justo, sino que deben percibirse como que lo reciben, ya que cualquier práctica desleal o alegato de la misma podría causar daño a la confianza o el buen nombre de la institución financiera en sí, así como de la industria en su totalidad.

Chuah Mei Lin, Director Ejecutivo,  
Asociación de Bancos de Malasia

Figura 4: Herramientas para mejorar la conducta del mercado

Normas de conducta	Supervisión del mercado	Medidas correctivas	Cumplimiento	Autorregulación
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparencia e información</li> <li>• Publicidad</li> <li>• Introducción de productos nuevos y apropiados</li> <li>• Prácticas para el cobro de deudas</li> <li>• Protección de datos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisiones temáticas</li> <li>• Observación de los medios</li> <li>• Visitas/llamadas incógnitas y compras misteriosas</li> <li>• Inteligencia del mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenar a los PSF que moderen, eliminen y/o reembolsen cuotas y cargos prohibidos</li> <li>• Ordenar a los PSF que rectifiquen y resuelvan posibles violaciones</li> <li>• Recomendar a los PSF que modifiquen o retiren anuncios engañosos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una reprimenda pública o privada</li> <li>• Una orden de cumplimiento</li> <li>• Una sanción administrativa y civil</li> <li>• Restitución al cliente</li> <li>• Interposición de una acción judicial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privilegios de los clientes</li> <li>• Códigos de conducta</li> </ul>

# Empoderamiento de los consumidores

El Banco reconoce que la reglamentación por sí sola no es suficiente para nivelar el campo de juego entre los consumidores y los proveedores. De igual relevancia resulta adoptar un enfoque vertical en el que los consumidores puedan ser responsables personalmente de su bienestar financiero. El Banco está trabajando para ayudar a los consumidores a participar en forma más activa en el sistema financiero y estar mejor equipados para tomar decisiones financieras sólidas.

A fin de empoderar a los consumidores financieros, el Banco lucha por mejorar lo siguiente:

- la concienciación del consumidor (conocer sus propios derechos y obligaciones);
- educación financiera (comprender la información básica de los productos financieros); y
- capacidad financiera (encontrar información, evaluar riesgos y tomar decisiones informadas).

Al conocer y entender los problemas, los consumidores estarían mejor equipados para manejar sus asuntos financieros y tomar decisiones bien informadas en relación con sus propias finanzas. Asimismo, también contribuiría a la solidez del sistema bancario y la eficacia del sistema de pagos<sup>6</sup>

Zeti Akhtar Aziz, Presidente del Banco

## Programa de Educación al Consumidor (CEP)

Después del lanzamiento del FSMP, el Banco inició un Programa de Educación al Consumidor (CEP, por sus siglas en inglés) integral, cuyo objetivo era mejorar la concienciación, la educación y la capacidad financiera. Al reconocer que diferentes consumidores requieren diversos tipos de ayuda, el Banco adoptó varias estrategias, que iban desde un programa de educación y capacidad financiera en zonas rurales, hasta exhibiciones de difusión para la educación financiera a fin de desarrollar planes de estudio para los estudiantes.

El Banco ha desarrollado y distribuido una gran variedad de materiales educativos. Las publicaciones incluyen el Libro de Dinero Suelto (*Pocket Money Book*), que se utiliza ampliamente en las escuelas malayas, así como folletos sobre temas tales como manejo de finanzas en el hogar, que están disponibles en las sucursales bancarias. Los folletos informativos están disponibles en inglés, malayo (*bahasa melayu*), chino mandarín y tamil. Las publicaciones también se imprimen en braille para las personas ciegas o con deficiencias visuales.

Asimismo, la información se encuentra disponible en línea en sitios web tales como *bankinginfo.com.my* e *insuranceinfo.com.my*, que permiten a los consumidores comparar las características, cuotas y costos de diversos productos financieros. Más de 100,000 estudiantes han utilizado las herramientas de educación financiera en el sitio web que el Banco tiene para ese propósito, *duitsaku.com*, que también es una plataforma de aprendizaje entre pares.

El Banco colabora con diversos participantes y agencias gubernamentales para mejorar la concienciación de los consumidores y la educación y capacidad financiera. Por ejemplo, en 2010, un esfuerzo conjunto entre el Banco y la Federación de Asociaciones de Consumidores de Malasia (FOMCA, por sus siglas en inglés) dio como resultado la publicación de *RINGGIT*, una revista que abarcaba los conceptos básicos para la gestión financiera. Se distribuyeron más de 20,000 copias en forma gratuita en escuelas, hospitales, oficinas de gobierno y, especialmente, a los miembros del parlamento para que se las entregaran a sus electores.

Se estableció el Comité de Trabajo sobre Educación Financiera para coordinar iniciativas de educación financiera y promover una mayor cooperación entre sus miembros, que incluyen la Oficina de Mediación Financiera, la Agencia de Gestión de Deuda y Asesoría Crediticia (AKPK, por sus siglas en malayo), la Sociedad de Seguros de Depósitos de Malasia (PIDM, por sus siglas en malayo) y la Comisión de Valores de Malasia. Al forjar dichas alianzas estratégicas, el Comité de Trabajo ha promovido el objetivo compartido de sus miembros de empoderar a los consumidores y estimular la educación financiera.

Figura 5: Programa de Educación al Consumidor (CEP)



<sup>6</sup> Mensaje del Dr. Zeti Akhtar Aziz, Presidente del Banco, en la Cena de la Cumbre sobre Educación Financiera Citigroup-INSEAD de 2005, 12 de diciembre de 2005, <http://www.bnm.gov.my/index.php?ch=9&pg=15&ac=191>

### Programa de Adopción de Escuelas (SAP, por sus siglas en inglés)

El CMC tiene especial interés en educar a las futuras generaciones de consumidores financieros y cuenta con un programa especial dedicado a los niños escolarizados. En asociación con las instituciones financieras y el Ministerio de Educación, el Banco imprimió el Libro de Dinero Suelto (*Pocket Money Book*) y las instituciones financieras lo entregan a escuelas adoptadas sin cargo alguno. El folleto se utiliza para educar a los estudiantes sobre la importancia del ahorro y del manejo inteligente del dinero. Desde 1997, más de 10,000 escuelas en todo el país han sido adoptadas por instituciones bancarias, compañías de seguros de vida e instituciones financieras de desarrollo; se han distribuido más de 9 millones de copias del Libro de Dinero Suelto (*Pocket Money Book*).

### Exhibiciones de difusión

El Banco y otras agencias llegan a los consumidores a través de diversas exhibiciones de difusión regionales y nacionales. Dichos eventos de educación financiera incluyen el Día del Consumidor Malayo (*Hari Pengguna Malaysia*) y la Semana de Concienciación Financiera (*Minggu Kesedaran Kewangan* o *M2K*). La Semana de Concienciación Financiera se lleva a cabo cada año en un estado diferente y en ella se presentan conferencias y seminarios sobre educación financiera.

### Programa de difusión informativa colaborando con ONG

A través de un programa de colaboración con organizaciones no gubernamentales (ONG), el Banco trabaja para brindar educación financiera a grupos de menores ingresos. Cada programa de difusión dura seis meses, durante los cuales las ONG socias preparan reuniones semanales con la comunidad y el personal del Banco. Dichas reuniones se centran en aprender habilidades financieras básicas, tales como elaborar un presupuesto, manejar un ingreso, y cómo y dónde ahorrar dinero. Al finalizar el programa, se lleva a cabo una sesión de graduación, donde los participantes demuestran su capacidad para manejar un presupuesto eficazmente.

### Medición de la alfabetización financiera

A fin de evaluar el CEP y orientar la futura formulación de políticas públicas, el Banco inició un proceso en 2010 para calcular el nivel de educación financiera en Malasia. Para obtener datos sólidos y comparables, el Banco utilizó el Piloto para la Medición de la alfabetización Financiera, una iniciativa de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) que se ha utilizado para medir niveles de alfabetización financiera en 16 países. El conjunto de datos incluye información sobre el comportamiento, actitudes, conocimientos y habilidades financieras de los hogares malayos en cuanto al manejo del dinero.

El análisis preliminar de los resultados de la encuesta muestra que una gran mayoría de malayos parecen ser consumidores prudentes y financieramente responsables la mayor parte del tiempo. Los consumidores que fueron encuestados:

- lo consideran cuidadosamente antes de adquirir algo;
- mantienen vigilados de cerca sus asuntos financieros;

- se aseguran de tener suficientes fondos de emergencia;
- pagan oportunamente sus deudas; y
- establecen objetivos a largo plazo y luchan por alcanzarlos.

El segmento de altos ingresos y el grupo de 30-49 años de edad mostró una educación financiera avanzada y afirmó que ejercita la responsabilidad financiera en todas las áreas que se midieron. En comparación, el segmento de bajos ingresos y los adultos mayores de 60 años de edad o más se están rezagando.

### Vías de asistencia

#### Asesoría crediticia

Con el sólido crecimiento del consumo privado, el patrimonio de los consumidores y el aumento del acceso a productos crediticios, resulta crucial para los consumidores malayos entender cómo manejar sus finanzas y deudas en forma prudente. En la última década, el Banco ha observado un aumento en el número de personas que no pueden cumplir con sus obligaciones financieras, ya sea debido a cambios inesperados en su situación financiera o a que sus finanzas están estiradas.

En respuesta a lo anterior, en 2006, el Banco estableció la Agencia de Gestión de Deuda y Asesoría Crediticia (AKPK, por sus siglas en malayo). Según el Sr. Encik Mohamed Akwal Sultan, Director General de la AKPK, *“los consumidores que se acercan a la AKPK para solicitar apoyo pertenecen a todas las clases sociales. En la mayoría de los casos, los factores que contribuyen a su endeudamiento e incapacidad para pagar incluyen la mala planificación financiera, ignorancia y falta de disciplina financiera para vivir con sus propios medios. También existen prestatarios que se han visto afectados por circunstancias imprevistas como problemas de salud, fallecimiento de la persona que mantiene a la familia, pérdida del empleo o algún negocio fallido”*.

La AKPK brinda a dichos consumidores asesoría financiera y servicios de gestión de deuda, incluyendo asistencia en la reestructuración o renegociación de deudas, y les enseña a las personas habilidades básicas de manejo de dinero y cómo utilizar la responsabilidad crediticia. Desde el lanzamiento de la AKPK en 2006, más de 130,000 personas se han puesto en contacto con la Agencia para solicitar servicios de asesoría y 35,000 se han inscrito en el Programa de Gestión de Deuda (DMP, por sus siglas en inglés).<sup>7</sup>

La AKPK y el CMC trabajan muy de cerca, compartiendo conocimientos e información sobre cómo prevenir el estrés financiero y apoyar a los consumidores cuando éste ocurra.

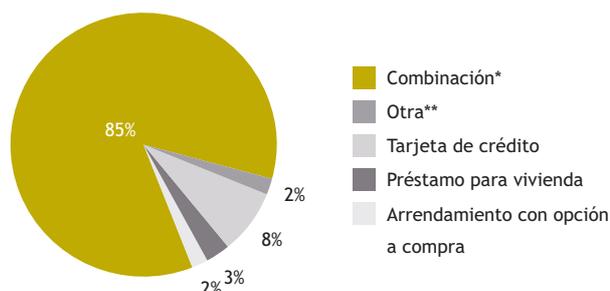
En 2011, como parte del esfuerzo continuo para ayudar a los malayos a que sean financieramente más inteligentes, el Banco introdujo el Programa *POWER*. El *POWER* tiene como objetivo proporcionar a las personas conocimientos prácticos y habilidades en gestión de deuda y manejo de dinero, y está dirigido a posibles y nuevos prestatarios, así como a adultos jóvenes.

<sup>7</sup> La AKPK tiene oficinas regionales en Penang, Johor Bahru, Kuala Terengganu, Kuantan, Ipoh, Malacca, Alor Setar, Kota Bharu, Kuching y Kota Kinabalu.

**Figura 6: Casos recibidos por la AKPK en 2010**

Tipos de casos	Número	% de casos totales
Asesoría	30,010	100
De los cuales participan en el Programa de Gestión de Deuda (DMP)	15,603	52

Información de AKPK (diciembre de 2010)



\* Combinación – Tarjeta de crédito, Préstamo para vivienda y arrendamiento con opción a compra

\*\* Otros – Préstamo a plazo/Préstamo personal/ Financiamiento de margen de acciones

El programa explora las aplicaciones prácticas de las decisiones financieras y sus consecuencias en situaciones de la vida real.<sup>8</sup>

### BNMLINK

En casos de fraude o de violación a los derechos de los consumidores, estos últimos pueden presentar una reclamación directamente ante el centro de atención al cliente del Banco, llamado *Bank Negara Malaysia Laman Informasi Nasihat dan Khidmat* (BNMLINK, por sus siglas en malayo). El BNMLINK ayuda al público y a los negocios con reclamaciones y problemas relacionados con productos y servicios financieros; asimismo, asesora a pequeñas y medianas empresas (PyMEs) que requieren financiamiento y verificación de su historial y situación crediticia.

Actualmente, existen seis centros BNMLINK en todo el país; el primer BNMLINK se estableció en Kuala Lumpur en enero de 2005. Se ha visto una tendencia en aumento significativa en el número de consumidores que buscan información y asistencia del Banco a través del BNMLINK, el cual apoyó a 155,711 personas y negocios en 2010.

En 2007, el BNMLINK se sumó al Centro de Contactos Integrado del Banco, cuyo propósito es mejorar el servicio al cliente y la respuesta a consultas sobre asuntos financieros.

### Información en línea

El sitio web *bankinginfo.com.my* proporciona a los consumidores una variedad de recursos financieros. Las familias pueden utilizar herramientas para la gestión de cartera, y los prestatarios y ahorradores pueden hacer compras comparativas utilizando tablas que resumen los

**Figura 7: Número y naturaleza de reclamaciones recibidas por el Centro de Contactos Integrado (ICC) en 2010**

	2009	2010	% de aumento
Gestión y Asesoría en Reclamaciones	8,146	8,820	8.3%
Asesoría PyME	773	549	-29.0%
LINK (oficinas principales y sucursales)	113,638	155,711	37.0%
TELELINK	131,244	128,308	-2.2%
<b>Total</b>	<b>253,801</b>	<b>293,388</b>	<b>15.6%</b>

Naturaleza de las reclamaciones	
Acceso a servicios financieros	59.6%
Aspectos operativos y procedimientos	19.5%
Servicio al cliente	11.1%
Cuotas y cargos	4.2%
Fraude	2.4%

costos y características clave de los productos financieros (véase el Anexo 2). Los tutoriales ayudan a los consumidores a planear sus finanzas, comprender los productos financieros y aprender acerca de sus derechos y obligaciones.

### Vías para obtener reparaciones

Otra manera importante de empoderar a los consumidores es brindarles mecanismos rentables para obtener reparaciones oportunas cuando se enfrentan a un problema con una institución financiera. El CMC ha solicitado a dichas instituciones que instalen oficinas para la atención de quejas, a fin de responder las inquietudes de los consumidores. Los bancos convencionales e islámicos, aseguradoras y operadores de *takaful* han creado una Unidad para la Atención de Quejas. El Banco promueve activamente la concienciación pública de los mecanismos de obtención de reparaciones que los clientes pueden utilizar para presentar reclamaciones en contra de las instituciones financieras.

### Oficina de Mediación Financiera (BPK, por sus siglas en malayo)

El Banco se ha dado cuenta de que un proceso de resolución de controversias eficaz, simple y de fácil acceso es básico para tratar a los consumidores en forma justa. La Oficina de Mediación Financiera (*Biro Pengantaraan Kewangan* o BPK) es un organismo independiente dedicado a proporcionar a los clientes una resolución objetiva y oportuna de controversias, reclamaciones y quejas relacionadas con los servicios de instituciones financieras. Resulta una opción alternativa a los tribunales, es un servicio gratuito y promete resolver las controversias en tres meses.

<sup>8</sup> La asistencia al Programa POWER de medio día de duración, es voluntaria y gratuita. Abarca temas que comúnmente enfrenta la mayoría de los adultos jóvenes en el manejo de sus asuntos financieros y se presenta en forma interactiva, relevante y creativa. Los módulos tratan de temas tales como la forma de analizar y manejar los flujos de efectivo personal o del hogar, mantener niveles de deuda manejables, así como las consideraciones y procesos clave que un posible prestatario debería entender cuando obtiene financiamiento para casa y auto o una línea de tarjeta de crédito para uso personal.

## Herramientas adicionales de las políticas públicas: seguros de depósitos

El sistema de seguros de depósitos se instituyó en septiembre de 2005 y lo administra la Sociedad de Seguros de Depósitos de Malasia (*Perbadanan Insurans Deposit Malaysia* o PIDM), una agencia gubernamental. La PIDM se estableció para proteger a los depositarios en contra de pérdidas de depósitos

asegurados, lo que ayudaría a apoyar los objetivos de protección al consumidor y estabilidad financiera. El gobierno optó por establecer el sistema de seguros de depósitos para evitar el riesgo moral de crear una garantía global o esquema de seguro, así como proporcionar incentivos para una gestión de riesgos sólida en el sistema financiero.

Figura 8: Reclamaciones recibidas por la Oficina de Mediación Financiera en 2010

### Instituciones bancarias

902 reclamaciones contra instituciones bancarias.

La mayoría de las reclamaciones se relacionan con lo siguiente:

Reclamaciones	Número de Casos	% del total
Uso no autorizado de tarjetas de crédito	309	34.3
Falta de dispensación en cajeros automáticos	149	16.5
Retiros no autorizados en cajeros automáticos	133	14.7

Estado de reclamaciones (incluye 1,119 casos entre 2007-2009)

Reclamaciones	Número de Casos	% del total
Resueltas	253	12.5
Rechazadas	99	4.9
Retiradas	99	4.9
Conciliadas en/antes/después de la mediación	222	11.0
Pendientes	1,348	66.7

### Operadores aseguradores y takaful

1,211 reclamaciones contra operadores de seguros y takaful.

La mayoría de las reclamaciones se relacionan con lo siguiente:

Reclamaciones	Número de Casos	% del total
Automóvil	563	46.5
Beneficios hospitalarios y quirúrgicos	227	18.7
Discapacidad total y permanente	55	4.5

Estado de las reclamaciones (incluye 1,624 casos entre 2007-2009)

Reclamaciones	Número de Casos	% del total
Decisión de aseguradora revisada	519	18.3
Decisión de aseguradora confirmada	551	19.4
Pendientes	1,765	62.3

Figura 9: Vías para buscar ayuda y reparación



# Conclusión

## Impacto

Durante la última década, el Banco ha atendido en forma integral las necesidades del rápidamente cambiante sector financiero malayo, por medio de un marco normativo y de supervisión que protege a los consumidores y fortalece la conducta equitativa del mercado, al mismo tiempo que promueve el crecimiento económico sostenido.

El FSMP de 2001 guió al sector financiero a través de una década de reformas para hacer el sistema financiero malayo más fuerte y competitivo, y planteó diversas recomendaciones para establecer el marco de conducta del consumidor y del mercado. El impacto ha sido evidente.

A través del CMC, el Banco ha prescrito normas reguladoras sólidas para la conducta del mercado y, en colaboración con otras agencias públicas y el sector privado, ha desarrollado un CEP dinámico y ha construido una infraestructura estable para brindar la asistencia que requieren los consumidores financieros.

Los mecanismos para obtener reparaciones y las vías para obtener ayuda rentables han contribuido a lograr un sector financiero evolucionado y sólido, donde la competencia y la protección al consumidor coexisten. El CEP ha incrementado la concienciación de los consumidores, aumentado la comprensión de información básica sobre productos financieros y mejorado su capacidad para encontrar información, evaluar los riesgos y tomar decisiones informadas. El crecimiento del activismo del consumidor se ve reflejado en la mayor retroalimentación que el Banco ha recibido por parte de los consumidores, así como el número de controversias o reclamaciones en las que ha participado la Oficina de Mediación Financiera. (véanse las Figuras 7 y 8)

Las prácticas justas de mercado se han visto fortalecidas por nuevas y sólidas normas para la conducta del mercado, como las que han incrementado e intensificado el rol de supervisión del Banco. En la última década, el Banco ha observado una mejoría en los procedimientos para presentar y gestionar reclamaciones, así como una mayor revelación de información y transparencia en los productos de mercadotecnia. Las visitas y llamadas incógnitas hechas por el Banco contribuyeron a aumentar el conocimiento de los productos entre funcionarios de primera línea de los PSF y ayudaron a mejorar el protocolo telefónico del personal del centro de atención telefónica. El monitoreo de los medios ha impulsado a las instituciones financieras a tener más cuidado con sus materiales publicitarios y promocionales. Por ejemplo, mientras que en 2009, el Banco reportó que 18 instituciones bancarias modificaron sus anuncios y 3 aseguradoras y operadores de takaful retiraron algunos otros que no cumplían con los requisitos publicitarios, en 2010 solamente se modificaron 35 de 353 anuncios revisados y no fue necesario retirar a ninguno de ellos.

Los consumidores están más protegidos de prácticas desleales, tales como mercadotecnia agresiva de productos financieros, conducta inadecuada de cobradores de deudas y prácticas inadecuadas de ventas de productos financieros por parte de los agentes de proveedores de servicios financieros. Además, ahora los consumidores tienen un mayor acceso a la información sobre productos o servicios financieros que facilita su comparación y están mejor equipados para tomar decisiones informadas cuando adquieren productos o servicios financieros.

Koid Swee Lian, Director del CMC

## Una mirada al futuro

El objetivo del Banco es crear un mercado en el que los consumidores puedan tomar decisiones informadas sobre una gran variedad de productos y servicios. La promoción de un sector financiero dinámico y evolucionado que haría realidad ese mercado es una responsabilidad que deben compartir los entes reguladores, la industria, los consumidores y otros participantes. Los consumidores deben asumir una mayor responsabilidad en el manejo de sus finanzas, al comprender sus derechos y obligaciones, así como ejercer el debido cuidado y habilidades al momento de seleccionar productos y servicios. Al mismo tiempo, los proveedores de servicios financieros deben conducirse en forma justa, equitativa y transparente en sus negociaciones con los clientes.

En los años por venir, el propósito del Banco es cumplir con su parte mediante al mejorar el marco para la regulación y supervisión de la conducta del mercado, así como desarrollar programas para el empoderamiento del consumidor que sean mejores y más eficaces, y lo hará de la siguiente manera:

- I. Combatiendo las prácticas de ventas agresivas en toda la industria, que presionan a los consumidores para que adquieran productos inadecuados.
- II. Hallando aquellas áreas donde la normatividad pueda delegarse a la industria.
- III. Asegurándose de que un sistema financiero extenso siempre vaya acompañado de la protección al consumidor apropiada.
- IV. Cerrando brechas normativas que se extienden a la supervisión de la conducta del mercado en toda la industria, en especial de las cooperativas y microprestamistas no autorizados.
- V. Adaptando las iniciativas de empoderamiento del consumidor a las necesidades de grupos específicos, dejando su puesta en marcha a otros socios (como la AKPK) cuando esto resulte más eficaz.
- VI. Mejorando las políticas públicas al hacer buen uso de la inteligencia del mercado y evaluar los programas actuales.

En 2011, el Bank Negara de Malasia lanzará un nuevo anteproyecto del sector financiero que incluirá el empoderamiento y protección del consumidor como temas clave.

# Anexo 1: Hoja Informativa del Producto

## HOJA INFORMATIVA DEL PRODUCTO

(Por favor, asegúrese de leer esta Hoja Informativa antes de adquirir <nombre del producto>. Así mismo, asegúrese de leer los términos y condiciones generales.)

<Nombre del Proveedor de Servicios Financieros>

<Nombre del Producto>

<Fecha>

### 1. ¿En qué consiste este producto?

Este préstamo personal sin garantía se calcula en base a una tasa variable.

### 2. ¿Qué obtengo de este producto?

- Monto total solicitado: xxx um
- Tasa de interés: TIB+y% anual
- Tasa de préstamo en vigor: z%
- Duración: k años

### 3. ¿Cuáles son mis obligaciones?

- Pago mensual: xxx um
- El monto total que usted debe pagar, incluyendo el monto en préstamo es de: xx um

Nota: El monto total del pago puede variar si la tasa de interés base cambia.

### 4. ¿Cuáles son las cuotas y cargos que debo pagar?

#### Impuestos del timbre

Conforme a la Ley del Impuesto del Timbre de 1949 (Reformada en 1989).

### 5. ¿Qué sucede si no cumplo con mis obligaciones?

- Penalización por pago tardío: y% anual sobre el monto vencido
- Derecho de compensación: **Tenemos** el derecho a compensar el saldo del crédito de la cuenta que usted mantiene con nosotros contra cualquier saldo pendiente en esta cuenta de crédito.

(Resaltar otros términos y condiciones clave.)

### 6. ¿Qué sucede si liquido el préstamo en su totalidad antes de su vencimiento?

- Plazo mínimo de reembolso: k meses
- Penalización por liquidación anticipada: y% sobre el monto pagado por adelantado o un mínimo de xx um

### 7. ¿Cuáles son los riesgos principales?

La tasa de interés sobre este préstamo es variable y puede modificarse conforme a los cambios que ocurran en las tasas de referencia. Un aumento en la tasa de interés puede dar como resultado un pago mensual mayor. Si usted tiene problemas para cumplir con sus obligaciones de crédito, por favor contáctenos con la mayor brevedad posible para discutir las alternativas de pago.

### 8. ¿Necesito un aval o garantía?

Indique si se requiere un aval o garantía.

### 9. ¿Qué necesito hacer si cambia mi información de contacto?

Es importante que nos informe cualquier cambio que haya en la información de contacto, a fin de asegurar que toda la correspondencia le llegue en forma oportuna.

### 10. ¿Dónde puedo obtener mayor información?

Si usted tiene alguna duda, favor de ponerse en contacto con nosotros: ABC Bank Berhad  
51, Jalan Sultan Ismail  
50122 Kuala Lumpur

### 11. Otros paquetes de préstamo personal disponibles

- abc
- xyz

NOTA IMPORTANTE: SI USTED NO REALIZA LOS PAGOS DE SU PRÉSTAMO PERSONAL, PODRÁN TOMARSE ACCIONES LEGALES EN SU CONTRA.

## Anexo 2: Ejemplo de tabla comparativa

Consulte el siguiente enlace de la página BankingInfo para obtener la última versión: [http://www.bankinginfo.com.my/04\\_help\\_and\\_advice/0401\\_useful\\_tools/comparative\\_tables/comparative\\_table.php](http://www.bankinginfo.com.my/04_help_and_advice/0401_useful_tools/comparative_tables/comparative_table.php)

### TABLA COMPARATIVA SOBRE EL PRODUCTO MICROFINANCIERO (PEMBIAYAAN MIKRO) DE BANKINGINFO

Actualizada al 28 octubre de 2010

CARACTERÍSTICAS	BANK		BANK		BANK		BANK		BANK		BANK		BANK		BANK		BANK		BANK			
	AGROBANK	RAKYAT	SIMPANAN NASIONAL	ALLIANCE BANK	AMBANK	CIMB BANK	EONCAP ISLAMIC BANK	MAYBANK	PUBLIC BANK	UNITED OVERSEAS BERHAD	AGROBANK	RAKYAT	SIMPANAN NASIONAL	ALLIANCE BANK	AMBANK	CIMB BANK	EONCAP ISLAMIC BANK	MAYBANK	PUBLIC BANK	UNITED OVERSEAS BERHAD		
<b>Números de acceso directo para el público</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oficinas principales 03-27311600 ext.2040/2033 /2034/2036 /2037</li> <li>Kuala Lumpur 03-40272500 Direct line: 03-40272536 /08/10/11/12</li> <li>Kota Kinabalu 088-256 657/8</li> <li>Kuching 03-26912754</li> <li>Johor Bahru 082-237159 /177</li> <li>Kota Kinabalu 082-424577</li> <li>Kuching 088-288237</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuala Lumpur 03-2142 5258 /03-21623222 ext.7303/7312 /7322/7324</li> <li>Sabah: 07-3537105</li> <li>Sarawak: 082-417971</li> <li>Kedah: 04-7335554</li> <li>Johor: 07-2234718</li> <li>Pahang: 09-5165079</li> <li>Terengganu: 09-6227622</li> <li>Melaka: 06-2836001</li> <li>Penang: 06-2263211</li> <li>Perak: 05-2414400</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuala Lumpur 03-21673000 ext.81421 /81147/82640 /73879/81228</li> <li>088-280105</li> <li>082-207200</li> <li>Kuala Terengganu 09-6301290</li> <li>Sabah 088-432420</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuala Lumpur 03-62502610 Penang 04-5401100 Johor 07-3537105</li> <li>Kuala Terengganu 09-6301290</li> <li>Sabah 088-432420</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-300-880900</li> <li>1-300-20352200</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>03-26161222 /03-26161133</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio al cliente (24 horas): 1-300-88-6688</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-800-22-9999</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuala Lumpur 03-26128121 Penang 04-2401121 Johor Bahru 07-2881121 Kuching 082-287121 Kota Kinabalu 088-477121</li> </ul>													
<b>Nombre del Producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modal Usahawan 1 Malasia (MUS1M) (convencional e islámico)</li> <li>Skim Pembiayaan Mikro-i (*MUsK) (MUsK-Untuk modal Usahawan Kecil)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>BSN TemaNiaga</li> <li>BSN TemanMesra</li> <li>BSN TemaNiaga-i</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financiamiento personal Rakan (convencional)</li> <li>Financiamiento personal Rakan-i (islámico)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financiamiento personal Rakan (convencional)</li> <li>Financiamiento personal Rakan-i (islámico)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financiamiento Xpress Cash-i (islámico)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembiayaan Peribadi-i (3P)</li> <li>Pembiayaan Peribadi-i Pesara Kerajaan (3PK)</li> <li>Pembiayaan Peribadi Gratuiti (JPA)</li> <li>Pembiayaan Peribadi Gratuiti (Tentera)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maybank Mikro (convencional islámico Mikro)</li> <li>Maybank islámico Mikro (islámico)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PBMicro Finance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EasiCash</li> </ul>													
<b>Tamaño del préstamo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM1,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM5,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM2,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM3,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM3,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM3,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM5,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM3,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM3,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM5,000- RM50,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RM5,000- RM50,000</li> </ul>											

La tabla comparativa que aquí se presenta sirve únicamente como guía, no como recomendación. Consulte a su institución financiera antes de tomar una decisión.

TABLA COMPARATIVA SOBRE EL PRODUCTO MICROFINANCIERO (PEMBAIYAAN MIKRO) DE BANKINGINFO (continuación)

CARACTERÍSTICAS	BANK			EONCAP			PUBLIC			UNITED			
	AGROBANK	BANK RAKYAT	SIMPANAN NASIONAL	ALLIANCE BANK	AMBANK	CIMB BANK	ISLAMIC BANK	MAYBANK	BANK	BANK	OVERSEAS	BERHAD	
<b>Propósito del financiamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	
<b>Sector económico elegible</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los sectores</li> <li>Ventas al por menor y comercio</li> <li>Manufactura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agricultura</li> <li>Servicios</li> <li>Ventas al por menor y comercio</li> <li>Manufactura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manufactura</li> <li>Ventas al por menor</li> <li>Servicios</li> <li>Ventas al por mayor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los sectores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ventas al por menor</li> <li>Servicios y comercio</li> <li>Manufactura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los sectores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los sectores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los sectores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los sectores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agricultura</li> <li>Servicios y comercio</li> <li>Manufactura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>
<b>Cientes elegibles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Microempresas (incluyendo microempresas de medio tiempo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Miembros de cooperativas y Petty Traders Association</li> <li>Microempresas de tiempo completo</li> <li>Microempresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autónomos</li> <li>Microempresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autónomos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personas físicas asalariados</li> <li>Propietarios únicos</li> <li>Sociedades de responsabilidad limitada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empleados asalariados</li> <li>Autónomos (micro empresas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ex-soldado (3P)</li> <li>Jubilado del gobierno (3PK)</li> <li>Servidor público retirado (gratificación JPA)</li> <li>Soldado retirado (gratificación ejército)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autónomos</li> <li>Microempresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autónomos</li> <li>Microempresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autónomos</li> <li>Microempresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>
<b>Ocupación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 meses-5 años</li> <li>4 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 mes-5 años</li> <li>10 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-5 años</li> <li>6 días hábiles (sujepto a documentación completa)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6 meses-5 años</li> <li>2 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-5 años</li> <li>2 días hábiles (sujepto a documentación completa)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6 meses-5 años</li> <li>1 día hábil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3-15 años</li> <li>5 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-5 años</li> <li>2 días hábiles (Autónomos)</li> <li>6 días hábiles (Microempresas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-5 años</li> <li>6 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-5 años</li> <li>6 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>
<b>Plazo de aprobación concedido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3-5 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día hábil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 días hábiles (después de aceptar la carta oferta/contrato de préstamo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día después de la aprobación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día después de la aprobación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día hábil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3-5 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día hábil después de la aprobación (Autónomos)</li> <li>3 días hábiles después de recibir la aprobación de CGC*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financiamiento PBMicro (con CGC*): 4 días hábiles a partir de la recepción de la cubierta de la CGC</li> <li>Financiamiento PBMicro (sin CGC*): 4 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financiamiento PBMicro (con CGC*): 4 días hábiles</li> <li>Financiamiento PBMicro (sin CGC*): 4 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>
<b>Plazo de desembolso concedido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3-5 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día hábil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 días hábiles (después de aceptar la carta oferta/contrato de préstamo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día después de la aprobación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día después de la aprobación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día hábil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3-5 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 día hábil después de la aprobación (Autónomos)</li> <li>3 días hábiles después de recibir la aprobación de CGC*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financiamiento PBMicro (con CGC*): 4 días hábiles</li> <li>Financiamiento PBMicro (sin CGC*): 4 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financiamiento PBMicro (con CGC*): 4 días hábiles</li> <li>Financiamiento PBMicro (sin CGC*): 4 días hábiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital de trabajo de capital</li> <li>Gasto de capital</li> </ul>

La tabla comparativa que aquí se presenta sirve únicamente como guía, no como recomendación. Consulte a su institución financiera antes de tomar una decisión.

TABLA COMPARATIVA SOBRE EL PRODUCTO MICROFINANCIERO (PEMBIAYAAN MIKRO) DE BANKINGINFO (continuación)

CARACTERÍSTICAS	BANK		ALLIANCE		CIMB		EONCAP		PUBLIC		UNITED	
	AGROBANK	RAKYAT	SIMPANAN NASIONAL	BANK	AMBANK	BANK	ISLAMIC BANK	MAYBANK	BANK	OVERSEAS	BERHAD	
<b>Criterios de elegibilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad entre 21-60 años</li> <li>• Cuando menos 1 año en el negocio/experiencia en proyectos</li> <li>• Cuenta con permisos válidos para el negocio (licencia, contrato de arrendamiento, etc.)</li> <li>• Lugar de residencia cerca del sitio del negocio/proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad entre 18-65 años</li> <li>• Miembros de cooperativas y de la <i>Hawkers &amp; Petty Traders Association</i></li> <li>• Pertenece a un grupo de autoayuda</li> <li>• Propietario de tiempo completo que opera un negocio</li> <li>• Cuando menos 2 años de experiencia en el negocio</li> <li>• Lugar de residencia cerca del sitio del negocio/proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad entre 21-60 años</li> <li>• Cuenta con licencia/permiso/registro comercial válido</li> <li>• Ha estado operando en forma continua por cuando menos 6 meses</li> <li>• Participación de tiempo completo en el negocio</li> <li>• 1-3% de descuento en intereses para los clientes que tienen un comportamiento amiento de (Sujeto a discreción de los bancos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociedades mercantiles</li> <li>• Operador entre 25-60 años de edad</li> <li>• Volumen de facturación anual mínimo de RM48,000</li> <li>• Volumen de facturación anual máximo de RM1 millón</li> <li>• Mínimo 3 años en el negocio</li> <li>• Obligatorio abrir una cuenta de ahorro y contratar seguro de protección de crédito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas físicas de 18-60 años de edad (límite de edad en la fecha de vencimiento)</li> <li>• Personas físicas/proprietarios únicos/sociedades/sociedades de responsabilidad limitada</li> <li>• Cuenta con cuando menos 1 año de experiencia en el negocio</li> <li>• Cuenta con registro comercial válido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad entre 21-60 años</li> <li>• Ingreso bruto mensual mínimo de RM800</li> <li>• 6 meses trabajando/6 meses en el negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miembro retirado/ex-miembro de las Fuerzas Armadas de Malasia (bajo el plan de pensiones)</li> <li>• Funcionario civil retirado/ex-funcionario civil (bajo el plan de pensiones)</li> <li>• Edad máxima a la fecha de solicitud: 67 años</li> <li>• Cuenta con licencia/permiso/registro comercial válido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autónomos</li> <li>• Ciudadano malayo</li> <li>• Edad entre 21-60 años</li> <li>• Licencia/permiso comercial válido</li> <li>• El negocio deberá ser operado por el propietario y en una base de tiempo completo</li> <li>• 2 años de experiencia</li> <li>• Registrada ante la Comisión de Empresas de Malasia</li> <li>• Mínimo 2 años de experiencia</li> <li>• Microempresa conforme a la definición del NSDC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas físicas</li> <li>• Edad entre 25-60 años</li> <li>• Cuenta con licencia/permiso comercial válido</li> <li>• El negocio deberá ser operado por el propietario y en una base de tiempo completo</li> <li>• Cuenta con domicilio residencial permanente</li> <li>• Sociedades mercantiles</li> <li>• Empresas registradas ante la Comisión de Empresas de Malasia</li> <li>• Cuenta con licencia/permiso comercial válido</li> <li>• El negocio deberá ser operado por el propietario y en una base de tiempo completo</li> <li>• Cuenta con experiencia comercial pertinente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad entre 21-55 años</li> <li>• Autónomos</li> <li>• Ingreso anual mínimo de RM30,000</li> <li>• Mínimo 3 años consecutivos en el mismo negocio</li> </ul>		

La tabla comparativa que aquí se presenta sirve únicamente como guía, no como recomendación. Consulte a su institución financiera antes de tomar una decisión.

TABLA COMPARATIVA SOBRE EL PRODUCTO MICROFINANCIERO (PEMBIAYAAN MIKRO) DE BANKINGINFO (continuación)

CARACTERÍSTICAS	BANK										
	AGROBANK	BANK RAKYAT	SIMPANAN NASIONAL	ALLIANCE BANK	AMBANK	CIMB BANK	EONCAP ISLAMIC BANK	MAYBANK	PUBLIC BANK	UNITED OVERSEAS BERHAD	
Documentos comunes que se requieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad (prestario y cónyuge)</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de identidad</li> <li>• Comprobante de operaciones comerciales (por ejemplo, registro/licencia/permiso comercial)</li> <li>• Comprobante de ingresos (por ejemplo, estado de cuenta bancario)</li> <li>• Cartas de recomendación de los miembros del panel de cooperativas y grupo de autoayuda</li> <li>• Recibos públicos</li> <li>• Otros documentos relevantes</li> </ul>

La tabla comparativa que aquí se presenta sirve únicamente como guía, no como recomendación. Consulte a su institución financiera antes de tomar una decisión.

TABLA COMPARATIVA SOBRE EL PRODUCTO MICROFINANCIERO (PEMBIAYAAN MIKRO) DE BANKINGINFO (continuación)

CARACTERÍSTICAS	AGROBANK	BANK RAKYAT	BANK SIMPANAN NASIONAL	ALLIANCE BANK	AMBANK	CIMB BANK	EONCAP ISLAMIC BANK	MAYBANK	PUBLIC BANK	UNITED OVERSEAS BERHAD
<b>Canal de entrega del producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de Agrobank y oficinas de Felda que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de Bank Rakyat que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de Bank Simpanan Nasional y Centros Micro-financieros dedicados de BSN que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de Alliance Rakan y Alliance Bank Rakyat que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de AmBank que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de CIMB que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de EONCAP Islamic Bank que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de Maybank que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de Public Bank que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las sucursales de United Overseas Bank que ostentan el logotipo nacional de <i>Pembiayaan Mikro</i></li> </ul>

La tabla comparativa que aquí se presenta sirve únicamente como guía, no como recomendación. Consulte a su institución financiera antes de tomar una decisión.

# Notas



## Sobre AFI

La Alianza para la Inclusión Financiera (*Alliance for Financial Inclusion*, AFI) es una red mundial de bancos centrales y otras entidades que trabajan en la formulación de políticas para la inclusión financiera en países en desarrollo. AFI brinda herramientas y recursos para que sus miembros puedan intercambiar conocimientos sobre políticas de inclusión financiera, los desarrollen y los pongan en práctica. Intentamos establecer vínculos entre personas involucradas en la formulación de políticas a través de medios presenciales y en línea, con el apoyo de subvenciones y enlaces con socios estratégicos, de manera que aquéllos que trabajan en la creación de políticas compartan conocimientos e ideas y puedan implementar las políticas de inclusión financiera más apropiadas para las circunstancias particulares de sus países.

## Alliance for Financial Inclusion

AFI, 399 Interchange Building, 24th floor, Sukhumvit Road, Klongtoey - Nua, Wattana, Bangkok 10110, Thailand  
t +66 (0)2 401 9370 f +66 (0)2 402 1122 e [info@afi-global.org](mailto:info@afi-global.org) [www.afi-global.org](http://www.afi-global.org)

AFI está administrada por la GIZ (Cooperación Internacional Alemana) en nombre de sus instituciones miembros y es financiada por la Fundación Bill & Melinda Gates.