



## **CERTIFICACION EN PROTECCIÓN AL CLIENTE**

*Reporte Compartamos Banco (México)*

*México DF, México*

*Certificado en Agosto de 2014*

**Misión Realizada por MicroRate**

**Damian von Stauffenberg, CEO, MicroRate**

**Pamela Gómez, Analista Líder en Misión de Certificación**

**Adriana Soto, Analista en Misión de Certificación**

*"Las instituciones financieras certificados han demostrado su compromiso y práctica para tratar las personas quienes prestan servicios justamente. Contribuyen a una industria de microfinanzas que prioriza el cuidado del cliente."*

*- Isabelle Barrès, Directora, the Smart Campaign*

Este documento fue preparado por MicroRate, certificador licenciado del Programa de Certificación de Protección del Cliente de Smart Campaign (Certificación CPP, por sus siglas en inglés). Contiene extractos del análisis de la evaluación llevada a cabo en Compartamos Banco (cubriendo sus operaciones en México). El banco recibió su certificación en protección al cliente el 15 de Agosto del 2014.

Las misiones de certificación implican, primero, una revisión de las políticas y procedimientos, seguidos por una visita en la institución, que incluye entrevistas con el personal y discusiones en *focus group* con los clientes. El certificador busca evidencias del cumplimiento de los [Principios de Protección al Cliente](#) (CPP, por sus siglas en inglés), según los [estándares](#) relacionados con cada principio, en las políticas institucionales, procedimientos, sistemas, cultura organizacional y el comportamiento del personal. Para obtener la certificación, la institución debe cumplir con todos los estándares de protección al cliente. Sólo las organizaciones que pasan la certificación se darán a conocer de forma pública. La certificación tiene una vigencia máxima de dos años, luego de la cual debe someterse a una nueva misión de certificación.

Este resumen presenta fragmentos seleccionados del análisis realizado, que abarca 30 estándares de protección al cliente. La evidencia presentada tiene la intención de ilustrar cómo pone en práctica la institución evaluada los [estándares de certificación](#). Recomendamos la lectura de este informe como referencia a los estándares de protección al cliente. Para obtener más información sobre el programa de certificación y una lista de las organizaciones certificadas por favor visite el sitio web de Smart Campaign <http://www.smartcampaign.org/certification>.

Si tiene cualquier pregunta o comentario sobre este reporte, por favor contacte a:

MicroRate Latin America  
Calle Mayor Armando Blondet 261 – San Isidro  
Lima 27 - Perú  
Tel: +511 628-7054  
[Americalatina@microrate.com](mailto:Americalatina@microrate.com)

## Ejemplos de Prácticas Seleccionadas

### Principio de Protección al Cliente 1 - Diseño y distribución apropiada de productos

- Compartamos Banco ofrece diversos productos financieros que buscan adaptarse al perfil y necesidades del cliente. A través de constantes estudios de mercado, de deserción y retroalimentación directa de clientes, se busca la adecuación de su oferta y mejoramiento continuo.
- Usando el IPAC (Índice de Protección al Cliente) como mecanismo de control interno enfocado en el cliente, Compartamos Banco mide el nivel de cumplimiento de los estándares y mejores prácticas de protección al cliente. Estos son monitoreados por diversas áreas del banco a través del "Balance Scorecard", y supervisados por la Junta de Gobierno como meta institucional.

### Principio de Protección al Cliente 2 - Prevención del sobre-endeudamiento

- La metodología grupal del banco considera controles de protección al cliente del riesgo de endeudamiento, como son: 1. adecuada autoselección de grupos, que aseguran que los miembros se conozcan y pertenezcan a una misma comunidad; 2. capacitaciones a los clientes respecto al concepto de garantía solidaria; y 3. participación del coordinador en el proceso de desembolso que asegura el control cruzado de la información de cada miembro.
- Con respecto al crédito individual, Compartamos cuenta con políticas de originación de crédito basados en el uso de modelos de segmentación de riesgo. De esta forma, un cliente más riesgoso y más endeudado está sujeto a un proceso de mayor evaluación para la obtención de un crédito.
- Luego del reforzamiento de 12 meses, el Promotor y Asesor puede pasar por una evaluación para ser certificado en su puesto. Cada región cuenta con un instructor que refuerza constantemente la metodología.
- Auditoría interna evalúa la uniformidad de procesos y monitorea la calidad de los mismos tras visitar cerca del 80% de las oficinas por año. Así, asigna una nota a cada oficina en base al cumplimiento de las políticas y sistemas, incluidas las que previenen el riesgo de sobreendeudamiento.
- Auditoría interna visita también una muestra de clientes (cerca de 3,100 grupos en 2012) para verificar el adecuado cumplimiento de la metodología crediticia.
- La calidad de cartera (PAR30 + castigos) de 8.7% se mantiene en niveles similares al promedio mexicano según muestra MicroRate a agosto de 2013 (castigos acumulados de 8 meses).
- Las bonificaciones de los analistas están condicionadas a razonables indicadores de calidad de cartera.
- Además de la consulta en la originación de cada crédito, Compartamos realiza una consulta adicional semestral, cuyo objetivo es analizar la evolución de su endeudamiento y comportamiento de pagos, práctica poco común en el mercado mexicano. Con ello elaboran el Tablero de Gestión de Riesgo de Sobreendeudamiento y alimentan indicadores clave, con el fin de identificar en cada agencia posibles tendencias de deterioro en la

capacidad de pago de clientes de la cartera y tomar acciones oportunas para su control, de los cuales se hace seguimiento en los Comités de Riesgo.

- Auditoría Interna verifica una muestra de archivos durante las visitas a las oficinas para asegurarse que la información de los Burós hayan sido chequeados y que dicha información haya sido parte del análisis de crédito.
- La Alta Gerencia y Junta de Gobierno muestran conciencia y preocupación acerca del riesgo de sobreendeudamiento, tras monitorear de manera continua la calidad de su cartera, y estudios de sobreendeudamiento de las zonas que atienden.
- Los servicios de educación financiera brindadas a los clientes durante las reuniones de grupo fortalecen la prevención del riesgo de sobreendeudamiento de la institución. En ese sentido, se realizan talleres para mejorar las finanzas personales y conferencias donde se desarrollan temas de presupuesto, administración del hogar y del negocio contando en 2013 con la participación de 85,316 mujeres.
- El área de riesgos cuenta con un mapeo donde identifica indicadores clave de riesgos de crédito. Ello incluye oficinas con mayor porcentaje de castigos, mayor nivel de atraso por cosechas, y zonas con mayor probabilidad de desastres naturales. Se han establecido límites para estos indicadores, y se revisan anualmente, así como los resultados en los Comités de Riesgos.

### **Principio de Protección al Cliente 3 - Transparencia**

- Compartamos brinda al cliente contratos de crédito que contienen una carátula resumen, explicando las principales condiciones de los productos. Ello incluye costo anual del crédito, monto total a pagar, plazos, comisiones relevantes y seguros, todo ello en una tabla de amortización.
- Se destacan los procesos de comunicación verbal, previos al desembolso. Según procedimiento, en reunión de desembolso, antes de la firma de los contratos, se da lectura de las condiciones del crédito, y de las cláusulas más importantes del contrato, así como los derechos y obligaciones al contraer el crédito.
- Durante los grupos focales, se constató que los clientes sienten que les dan suficiente tiempo para revisar los términos de los productos y hacer consultas. En sesión de desembolso de crédito individual se constató que se otorga información suficiente antes de que procediera a la firma del documento.
- Las tasas se encuentran publicadas en folletos en las agencias, y en la página web.

### **Principio de Protección al Cliente 4 - Precios responsables**

- El producto con mayor presencia en el portafolio (74%), Crédito Mujer, tiene una tasa promedio de 104.5% APR no ponderada y de 98% APR ponderada a octubre de 2013 lo cual es comparable con sus pares en México, y se encuentra ligeramente por debajo de la media del mercado. Las tasas indicadas incluyen intereses, impuestos y ahorros obligatorios.
- Compartamos favorece la segmentación de tasas en base al comportamiento de pago y antigüedad de los grupos.
- Cuenta con excelentes niveles de eficiencia operativa, superiores al mercado mexicano.

Así, los gastos operativos sobre cartera bruta (35%) y por cliente (US\$ 179) son comparativamente menores a la muestra MicroRate México a agosto de 2013 (45.8% y US\$ 180, respectivamente).

- El banco no cobra penalidades por pago anticipado de créditos.

#### **Principio de Protección al Cliente 5 - Trato justo y respetuoso de los clientes**

- La entidad cuenta con un destacable Código de Ética y Conducta, que engloba tanto la filosofía, misión y visión de la institución. Así también, establece en detalle los códigos y normas de conducta y ética que se esperan de todo colaborador. Compartamos busca que el documento sea una guía para el actuar diario del colaborador tanto dentro como fuera de la institución. La premisa es que al tener estándares claros y tratar de manera positiva, los colaboradores trataran de manera correcta a los clientes.
- Dentro de las guías de Productos se incluyen las mejores prácticas de cobro, asegurando que todos los asesores de crédito las conozcan. Por ejemplo, se especifica que no se deben dejar notificaciones a menores de edad, que se debe contactar al cliente en lugares adecuados y en horas adecuadas, y que no se puede amenazar o engañar al cliente. En caso de incumplimiento de estas prácticas, los colaboradores son sancionados según severidad.
- El personal externo de cobranza debe firmar el Código de Ética de Proveedores, que tiene los mismos principios que el Código de Ética del personal interno de la institución. Adicionalmente son capacitados con respecto a las mejores prácticas de cobranza, y también se deben regir de acuerdo al Código de Ética para la Gestión de Cobro de la ABM. Los procesos de selección no son discriminatorios, y se alinean al Código de Ética y valores de la Institución.
- Los clientes son informados tanto verbalmente como por escrito (en las libretas de crédito y ahorros) acerca de cómo deben ser tratados. El área de auditoría interna realiza visitas periódicas a clientes para asegurarse que se les ha tratado de manera justa y respetuosa.

#### **Principio de Protección al Cliente 6 - Privacidad de datos del cliente**

- El banco cuenta con un área específica que gestiona los manuales de Privacidad de la información alineados a la regulación local, y la capacitación, educación y concientización al personal respecto a la privacidad de datos. Ello es reforzado con el Código de Ética, que especifica cómo manejar la información de los clientes.
- Existe control al acceso de información (tanto física como electrónica) en toda la institución. Destaca que órganos de control monitoreen la seguridad de información. Los colaboradores y entidades prestadoras de servicios firman también un convenio de confidencialidad y Privacidad con el Banco.
- Cuenta con Avisos de Privacidad en todos los contratos y solicitudes de crédito que especifican el tipo de información que se solicitará a los clientes, el objetivo de estos, y que serán tratados de manera confidencial. Los asesores cuentan con una copia de estas y lo informan a los clientes, previo a la toma de sus datos.
- Los líderes de grupo reciben capacitación respecto a sus obligaciones, incluyendo el manejo confidencial de la información del grupo.

## Principio de Protección al Cliente 7 - Mecanismos para resolución de quejas

- Compartamos Banco cuenta con mecanismos de resolución de quejas como una línea telefónica gratuita, y correo electrónico específicos para el manejo de reclamos. El cliente es informado de estos mecanismos tanto verbalmente en el proceso de desembolso, como en las libretas de crédito y en las oficinas mediante avisos informativos.
- El Banco cuenta con una Unidad Especializada para la resolución de quejas (Call Center) donde se canalizan los reclamos de los clientes. El Call Center recibe capacitación completa respecto al manejo de reclamos. Se apoyan en un manual de Usuario para quejas para este proceso.
- Datos al cierre de 2013, indican que el 97.3% de las quejas fueron atendidas en un plazo menor a 30 días. Asimismo, se realizan llamadas de verificación al cliente una vez cerrado el caso para asegurar que la queja o duda haya sido resuelta.
- Se llevan a cabo de reportes mensuales según tipología y tiempo de respuesta para resolverlo.