



Keeping clients first
in microfinance

Trato responsable a los clientes: Ejerciendo la no discriminación.

Trato responsable de los clientes:

Los proveedores de servicios financieros deben ser honestos, justos y respetuosos con sus clientes (incluso con aquellos clientes potenciales). Debido a su status de bajos ingresos, muchos de ellos reciben un mal trato al interactuar con organizaciones comerciales o gubernamentales ya establecidas. Esto no puede ocurrir con los proveedores de servicios financieros dedicados a sus clientes.

Los proveedores de servicios financieros discriminan cuando tratan a las personas de manera distinta y menos favorable, debido a características que no están relacionadas con su capacidad para satisfacer los requisitos que exige la institución financiera. Al seleccionar y tratar a los clientes, no debe hacerse ninguna distinción por sus características o filiaciones personales.

El trato no discriminatorio es importante para brindar acceso a servicios financieros a todos los clientes que pueden usarlos y para fomentar la confianza de los clientes en la imparcialidad del proveedor.

Identificar la diferencia entre captar clientes y discriminar

Captar clientes para incluirlos en un programa por lo general implica que otras personas queden excluidas, por *no* tener ciertas características. Esta forma de captar clientes se llama "discriminación a favor de un grupo" o "acción afirmativa". Por ejemplo, un programa de ahorro para jóvenes excluye a personas adultas (exclusión

de acuerdo con la edad), y un programa dirigido a prestatarias excluye a hombres (exclusión de acuerdo con el género).

Las instituciones podrían buscar la captación de personas *excluidas anteriormente* o que *usualmente son excluidas*, sin caer en una discriminación negativa¹. Para los proveedores de servicios financieros, tal producto, servicio o programa debe tener:

- **Objetivos sociales** que incluyan corregir un problema de discriminación o exclusión *ya existente*. Por ejemplo, jóvenes que, por lo general, no tienen autorización para abrir cuentas de ahorro en Nigeria,
- **Criterios transparentes** para incluir a los clientes en el programa. Por ejemplo, hombres y mujeres de entre 12 y 18 años,
- **Objetivos establecidos** para estos criterios. Por ejemplo, animar a los jóvenes nigerianos a aplicar buenas prácticas de ahorro, y
- **Una estrategia clara** para llegar a los clientes seleccionados. Por ejemplo, incluir publicidad en revistas populares para jóvenes.

Identificación de prácticas negativas de discriminación

A diferencia de la técnica de captación de clientes mencionada anteriormente, las instituciones adoptan prácticas perjudiciales de discriminación al tratar a un cliente (o uno potencial) de un modo distinto y menos favorable, de acuerdo con una o más de las siguientes características o filiaciones:

- Género
- Raza, etnia u origen
- Filiación política o religiosa
- Discapacidades
- Orientación sexual

¹ Para obtener más información acerca de la “discriminación a favor de un grupo” o “acción afirmativa”, consulte la Convención Internacional sobre la eliminación de todas las formas de discriminación racial, Artículo 2.2, disponible en:

<http://www2.ohchr.org/english/law/cerd.htm#2> y “Affirmative Action: A Global Perspective” (“Acción afirmativa: Una perspectiva global”) (Global Rights, 2005), disponible en: http://www.globalrights.org/site/DocServer/AffirmativeAction_GlobalPerspective.pdf?docID=2623

Este tipo de discriminación incluye:

- Excluir a personas de los servicios financieros. Por ejemplo, no permitirle a una persona abrir una cuenta de ahorro.
- Excluir a las personas de algunos beneficios. Por ejemplo, no pagar cuando se reclama un seguro.
- Permitir a personas que accedan a los servicios financieros, pero en condiciones inferiores. Por ejemplo, otorgar préstamos con una tasa de interés más alta.
- Maltratar a los clientes de forma verbal o física, por ejemplo, insultar a un cliente.

Ejemplos de discriminación institucionalizada

Esta clase de discriminación se puede institucionalizar a través de políticas o prácticas conocidas pero "no oficiales". Es posible, además, que los representantes individuales de los proveedores de servicios financieros actúen de esta forma, aun cuando las políticas institucionales no avalan ese tipo de comportamiento. La discriminación institucionalizada podría ser más perjudicial, ya que sus víctimas no pueden denunciar esa situación, ni recurrir a alguien más dentro de la institución.

A continuación, se enumeran algunos ejemplos de discriminación institucionalizada:

- Las mujeres deben tener autorización de sus maridos o algún pariente masculino para obtener un préstamo, en cambio los hombres no necesitan dicha autorización.
- Las personas discapacitadas no tienen acceso físico al proveedor de servicios financieros, debido al diseño del edificio.
- La institución rechaza solicitudes de préstamos de personas que vivan en "comunidades musulmanas".
- Las mujeres embarazadas suelen ser excluidas de los préstamos comerciales.
- Los formularios de inscripción piden a los solicitantes manifestar su filiación política y de ese modo se permite a los funcionarios de créditos utilizar esta información durante el proceso de aprobación de préstamos.

- La institución no ofrece suficientes pautas a sus empleados sobre el trato apropiado o inapropiado a los clientes potenciales y a los ya existentes.
- La institución no investiga o sanciona casos ya conocidos de discriminación por parte de los empleados.

Ejemplos de discriminación individual

Es probable que, aunque el proveedor de servicios financieros no discrimine a sus clientes de forma institucional, los empleados pueden estar haciéndolo de manera individual. La institución deberá analizar y sancionar tales casos de discriminación.

A continuación, se enumeran algunos ejemplos de discriminación individual por parte de los empleados:

- Una cajera se rehúsa a tocar el dinero que le entrega un cliente hindú.
- Un oficial de crédito se niega a otorgar un préstamo a una persona en silla de ruedas, porque asume que no podrá utilizar el dinero de forma productiva.
- Un empleado hace un comentario despectivo sobre el color de la piel de un cliente.
- Un oficial de créditos hace gestos al estrecharle la mano a un cliente homosexual.

Llamado a la acción

La mayoría de los proveedores de servicios financieros procuran tratar a sus clientes de forma responsable. Al mismo tiempo, muy pocas instituciones verifican sus políticas y comportamientos en relación con situaciones de discriminación. Es necesario que esto sea más intencional para garantizar que todos los clientes reciban un trato respetuoso. Los proveedores pueden considerar dar los siguientes pasos:

- **Fortalecer el Código de ética institucional².** Reemplazar las pautas generales con lineamientos *específicos*, que indiquen cómo deben tratar los empleados a los clientes existentes y a los potenciales. Tratar la discriminación de género, raza o etnia, filiación política o religiosa, discapacidades y orientación sexual. Especificar las sanciones que se aplicarán al maltrato a los clientes. Presentar y capacitar de manera formal al personal respecto del Código de ética mejorado.
- **Capacitar al personal sobre la no discriminación.** Utilizar el Código de ética, junto con ejemplos de discriminación de la “vida real”. Centrarse en lograr crear conciencia entre el personal sobre las prácticas de discriminación, particularmente las involuntarias. Hacer participar al personal preguntando: ¿de qué forma la institución o sus empleados discriminan a personas de forma involuntaria?
- **Analizar las políticas clave de discriminación (incluso involuntaria).** Revisar los documentos y prácticas principales y en cada una preguntarse: ¿de qué forma esta situación puede causar discriminación? Analizar las técnicas de reclutamiento de los clientes, las solicitudes de préstamos y las preguntas de las entrevistas, los incentivos del personal, el edificio de la institución y otras instalaciones y el modo de comunicar la información (por ej., el idioma que se utiliza en los documentos oficiales). Preguntarse también: ¿Quién *no* utiliza nuestros productos, y por qué? Esta pregunta podría revelar formas de discriminación involuntarias.
- **Verificar el comportamiento del empleado y sancionar la discriminación.** Como parte de la supervisión habitual, el auditor interno (o el empleado encargado) verificará si existen situaciones de discriminación entre los empleados. Si supone que existen casos de discriminación, debe analizarlos y aplicar las sanciones correspondientes.

² The Smart Campaign ofrece varias herramientas para las instituciones que desean desarrollar o fortalecer su Código de ética: <http://smartcampaign.org/tools-a-resources/2/84> y <http://smartcampaign.org/tools-a-resources/44>

- **Realizar adaptaciones razonables³**. Los clientes con discapacidades no deben quedar excluidos del uso de los servicios financieros. Haga las adaptaciones razonables. Por ejemplo, modifique el edificio para permitir que puedan ingresar clientes con discapacidades, que haya interpretación del lenguaje de señas y documentos con letra grande para clientes con problemas de la vista, y documentos en Braille, información en audio y por correo electrónico para clientes sordos. Por razones religiosas algunas mujeres necesitarán trabajar con funcionarias de créditos, en lugar de hombres. Estas adaptaciones son razonables y garantizan que la institución no excluya a los clientes por sus características personales.
- **Reclutar activamente a clientes y a empleados de grupos con menor representación⁴**. Además de asegurarse de que las políticas y el comportamiento del personal no se traduzca en casos de discriminación de los posibles clientes, considere tomar medidas para reclutar posibles clientes a quienes por lo general se les excluye de los servicios financieros. Algunos ejemplos son: publicidad de servicios financieros para minorías étnicas, reclutar clientes de zonas que por lo general están excluidas y buscar clientes y empleados con discapacidades. Capacite al personal para buscar personas con estas características durante el proceso de reclutamiento de clientes nuevos.
- **Ofrecer a los clientes un mecanismo accesible para presentar sus quejas⁵**. Asegurarse de que los clientes que reciben maltratos puedan quejarse ante la

³ Para obtener más información sobre instalaciones apropiadas, visite: 1) la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad , Artículo 27 - Trabajo y empleo: <http://www.un.org/disabilities/default.asp?id=287> y 2) Artículo 3 (e a i) - Obligaciones generales: <http://www.un.org/disabilities/default.asp?id=264>

⁴ Para obtener más información sobre el reclutamiento de personas excluidas, consulte: 1) la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad , Artículo 27 - Trabajo y empleo: <http://www.un.org/disabilities/default.asp?id=287> y 2) Artículo 5.4 - Igualdad y no discriminación: <http://www.un.org/disabilities/default.asp?id=265>

⁵ The Smart Campaign ofrece varias herramientas para las instituciones que desean o desarrollar o fortalecer sus mecanismos de quejas:
<http://smartcampaign.org/component/taxonomy/term/list/25/12>

institución y que su queja sea resuelta. Este mecanismo deberá ser fácil para que los clientes lo utilicen; además, se les deberá informar que tienen el derecho a presentar sus quejas. Debe ser accesible para aquellos clientes con discapacidades.