CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LAS RELACIONES DE LAS EMPRESAS FINANCIERAS CON EL USUARIO

1. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código (Código) es aplicable a las empresas financieras agremiadas a la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) en su relación con el usuario.

A efectos de la aplicación del Código, entendemos por usuario a la definición establecida en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

2. FINALIDAD

Las empresas agremiadas a ASBANC son conscientes de la importancia que significa mejorar y afianzar las relaciones con los usuarios. Por ello, el presente documento busca establecer principios que contribuyan a generar confianza y mejorar la relación con el usuario.

A fin de cumplir con dicho objetivo, las empresas, vía autorregulación, han identificado siete principios que contribuyen a mejorar y afianzar la relación con el usuario. Estos son: inclusión financiera y educación financiera, transparencia de información, calidad de atención y orientación, gestión de reclamos, prácticas de negocio, seguridad y gestión de cobranzas.

Finalmente, las empresas convienen que la adopción y puesta en práctica de estos principios incidirán positivamente en las relaciones con los usuarios.

3. COMPROMISO

Las empresas se comprometen a hacer esfuerzos sistemáticos tendientes a incorporar en su cadena de valor, la implementación de los principios contenidos en el presente Código.

Las empresas están adheridas al Sistema de Relaciones con el Consumidor de ASBANC y se comprometen a cumplir con los Lineamientos que éste, a través de sus instancias de decisión, apruebe y emita para mejorar las relaciones con el usuario.

4. CUMPLIMIENTO

Las empresas designarán a un funcionario responsable de lo dispuesto en el Código, quien a su vez se encargará de completar el Cuestionario de Autoevaluación que forma parte del presente documento.

Es recomendable que este funcionario cumpla con una de las siguientes condiciones:

Ser un funcionario de primer o segundo nivel de línea de reporte al Gerente General dentro de la empresa; o,

Realizar las funciones de Oficial de Conducta de Mercado; o,

Ser funcionario responsable de la banca minorista de la empresa.

Dicha designación deberá ser informada, por carta o correo electrónico, a ASBANC dentro de cinco días útiles de suscrito el Código.

5. DIFUSIÓN E INFORMACIÓN

Los resultados del Cuestionario de Autoevaluación que integra el Código serán publicados en la página web de la empresa, en la página web de ASBANC y, en caso la empresa lo considere pertinente, podrá emplear otros mecanismos de difusión e información.

La publicación de los resultados del Cuestionario de Autoevaluación se realizará en el mes de setiembre de cada año, a partir del 2016.

6. PRINCIPIOS

6.1. INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA: La empresa se preocupa por fomentar la inclusión financiera y educación financiera, entendida esta última como el esfuerzo en brindar al usuario criterios básicos financieros como la importancia del ahorro y su protección, la relación entre riesgo y rentabilidad, la función de intermediación de las empresas, etc., a fin de contribuir con su bienestar financiero.

a) La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera.

b) La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios.

c) La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera.

d) La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla.

6.2. TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN: La empresa se preocupa por brindar al usuario información relevante, veraz, apropiada, oportuna, transparente, confiable y de fácil comprensión sobre sus productos y servicios.

a) La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios.

b) La empresa realiza acciones para mejorar la claridad de la información que brinda a sus usuarios, facilitando la comprensión de las características y condiciones de los productos o servicios contratados.

c) La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad.

d) La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación.

6.3. CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN: La empresa vela porque el usuario sea debidamente atendido.

a) La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario.

b) La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial.

c) La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios.

d) La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio

6.4. GESTIÓN DE RECLAMOS: La empresa promueve una adecuada gestión de los reclamos de sus usuarios.

a) La empresa cuenta con canales de atención de reclamos de fácil acceso y procura brindar respuesta en un plazo menor al establecido en la regulación.

b) La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla.

c) La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar la calidad de atención en forma comprensible y sencilla.

6.5. PRÁCTICAS DE NEGOCIO: La empresa vela porque sus prácticas de negocio se encuentren alineadas a la conducta de mercado, promoviendo la confianza de los usuarios.

a) La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios.

b) La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores.

c) La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados.

d) La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos.

e) La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes.

6.6. SEGURIDAD: La empresa promueve mecanismos de seguridad integral para el usuario.

a) La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece.

b) La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude.

c) La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios.

6.7. GESTIÓN DE COBRANZAS: La empresa asegura que existan adecuadas prácticas de cobranza.

a) La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios.

b) La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza.

7. VIGENCIA

La empresa se compromete a desarrollar esfuerzos sistemáticos para implementar las disposiciones del presente código sobre la base de la realidad específica de cada entidad.

Este compromiso se pone en vigencia al momento que el Gerente General de la empresa lo suscribe.

8. SUPERVISIÓN

La Gerencia de Relaciones con el Consumidor de ASBANC supervisará: (i) el envío oportuno del Cuestionario de Autoevaluación de la empresa, que será desarrollado en el mes agosto de cada año, a partir del 2016; y, (ii) la publicación del mismo en la página web de cada empresa.

El resultado de la supervisión será comunicado al Comité de Relaciones con el Consumidor, quien decidirá si debe ser puesto en conocimiento de la Gerencia General de la entidad supervisada.

9. ACTUALIZACIÓN

Este Código será revisado y actualizado con una frecuencia no mayor a dos años, contado a partir desde su entrada en vigencia.

ANEXO

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera?	X	
EXPLICACION: A través de la apertura de tarjetas de créditos y préstamos a la base de clientes no bancarizados.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios? Explique sobre las iniciativas desarrolladas.	X	
EXPLICACION: Sí, tenemos una sección en la web la cuál incluye contenido de Educación Financiera y se genera contenido en redes sociales y además envío de emails a nuestros clientes.		

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera? Explique el impacto que han tenido en la sociedad.		X
EXPLICACIÓN: No se han tenido indicadores este año		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	x	
EXPLICACIÓN: A través de un buzón interno, se tiene comunicación sobre la prevención de fraudes.		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Se informa a los clientes sobre los principales indicadores en finanzas, temas relacionados a fraudes y conceptos básicos de finanzas e historial crediticio.		

Pregunta 6

	SI	NO
¿La empresa realiza acciones para mejorar la claridad de la información que brinda a sus usuarios, facilitando la comprensión de las características y condiciones de los productos o servicios contratados?	X	
EXPLICACIÓN: Sí, a través de benchmark se identifican oportunidades de mejora en la comunicación de los productos ofrecidos.		

Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad?	X	
EXPLICACIÓN: Sí, se tiene un flujo de revisión el cual incluye a los equipos de conducta de mercado, experiencia del cliente, producto y marketing.		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACIÓN: Sí, se cumplen con los lineamientos de ASBANC.		

CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	X	
EXPLICACIÓN: Se realiza un seguimiento diario del NPS de todos los canales de atención presenciales y virtuales: agencias, call center, whats app, web, app, programa de fidelización y reclamos, con la finalidad de implementar planes de mejora en función de la voz del cliente, identificación de dolores en los diversos procesos, entre otros.		

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial?	X	
EXPLICACIÓN: A través del call center y el canal de whatsapp.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con programas de capacitación constante a los asesores de ventas y gerentes de agencia para atender a los clientes de manera óptima.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
EXPLICACIÓN: Se realizan capacitaciones y activaciones siguiendo el modelo de atención la compañía ATRAE que busca fortalecer las bases para brindar la mejor experiencia al cliente. Adicionalmente, se cuenta con un seguimiento diario de protocolo de atención que contiene el paso a paso de la atención al cliente y seguir las buenas prácticas.		

GESTIÓN DE RECLAMOS

Pregunta 13

	SI	NO

¿La empresa cuenta con canales de atención de reclamos de fácil acceso y procura brindar respuesta en un plazo menor al establecido en la regulación?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con 3 canales para el registro de los reclamos que son la red de agencias, el call center y la página web. Por otro lado, continuamente estamos mejorando nuestros procesos internos de resolución de casos a fin de brindarle una respuesta justa al cliente lo más rápido posible; actualmente nuestro plazo promedio de atención es 4 días.		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: Tenemos cartas tipo por cada tipología para que el analista que atiende el caso tenga como referencia. Estas cartas tipo se han diseñado teniendo en cuenta un lenguaje de fácil entendimiento y con un lenguaje cotidiano. Estas cartas tipo están en continua revisión en función a la retroalimentación que recibimos de los clientes en las encuestas de NPS.		

Pregunta 15

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar la calidad de atención en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: El área de Soluciones al Cliente (SAC) tiene dentro de sus funciones, identificar las causas raíz que originan los reclamos. Esta información se retroalimenta continuamente a los responsables de negocio, según corresponda: para el respectivo diseño de una solución. Estas iniciativas son compartidas con la alta gerencia a fin de monitorear su avance y resultados.		

PRÁCTICAS DE NEGOCIO

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	X	
EXPLICACIÓN: Se realizan estudios del comportamiento del consumidor que nos transmiten insights y necesidades del cliente actual para generar nuevos productos acorde a nuestro target.		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: Antes de la comercialización, se realizan validaciones con las áreas de legal, canales, producto y experiencia al cliente.		

Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	X	
EXPLICACIÓN: Sí, la empresa se esfuerza constantemente en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados. Actualmente esta gestión se puede realizar visitando cualquier Agencia y Tienda Ripley a nivel nacional.		

Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	X	
EXPLICACIÓN: Se tienen diferentes canales, físicos y digitales, para la atención de consultas. Call center y whatsapp además de las agencias.		

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
EXPLICACIÓN: Sí, la empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, en caso de identificar alguna práctica comercial que no cumpla con nuestros estándares, se toman las medidas correctivas necesarias para alinearla con nuestras políticas.		

SEGURIDAD

Pregunta 21

	SI	NO

¿La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece?	X	
EXPLICACIÓN: Sí, se realiza comunicación en redes social y a través de emails.		

Pregunta 22

	SI	**NO**
¿La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude?	X	
EXPLICACIÓN: La empresa tiene controles de accesos en las zonas administrativas y oficinas del Banco donde se restringe el ingreso a personal de Banco y/o plenamente identificados. Además cuenta con acceso restringido a zonas sensibles con el fin de mitigar la exposición a fraudes. Asimismo, cuenta con medidas de monitoreo como cámaras de video vigilancia que permite hacer un seguimiento adecuado al personal que se encuentre dentro de las instalaciones de la entidad.		

Pregunta 23

	SI	**NO**
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: El Banco cuenta con unidades organizacionales especializadas de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales, Ciberseguridad (en 1ra línea) y Seguridad de la Información (2da línea de defensa), con mecanismos tecnológicos para la identificación, protección , detección, respuesta y recuperación de la información del banco, la cual incluye un servicio SOC 24 x 7, servicio de protección de marca y plataformas de seguridad como FW, WAF, IDS, DLP, SIEM, DAM, AV, EDR, anti SPAM, entre otros.		

GESTIÓN DE COBRANZAS

Pregunta 24

	SI	**NO**
¿La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con procedimientos, normas y un sistema de cobranza que permiten tener la trazabilidad y garantizan una gestión correcta hacia el usuario.		

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	X	
EXPLICACIÓN: Si, tenemos un sistema y un control de calidad de las llamadas para asegurar un debido cumplimiento del proceso de cobranza.		