

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: Sí, tenemos una sección en la web la cual incluye contenido de Educación Financiera y se genera contenido en redes sociales.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios? Explique sobre las iniciativas desarrolladas	X	
EXPLICACION: Sí, desarrollamos clips para redes sociales con temáticas principales de Educación Financiera apalancadas en el programa Corta y Clara.		

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
EXPLICACION: No se han tenido indicadores.		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	X	
EXPLICACION: 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: Sí, a través de casuísticas en clientes.		

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 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: Sí, a nivel de colaborador, estamos en permanente mejora continua de nuestras plataformas tecnológicas, procesos, herramientas y capacitación que permiten dar un mejor nivel de servicio para nuestros usuarios, la cual se ve reflejado en nuestra medición de nivel de recomendación de nuestros clientes.		

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: Si, adicional a nuestros canales presenciales, contamos con nuestros canales no presenciales como Banca por internet, Ripleyfono, Whatsapp.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	x	
EXPLICACIÓN: Si, los colaboradores están en permanente refuerzo de sus conocimientos para poder brindar una buena atención a nuestros usuarios.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	x	
EXPLICACIÓN: Si, contamos con lineamientos de servicio y de conducta de mercado, normas, procedimientos según el tipo de operación/producto que requiera cada uno de nuestros usuarios. Adicionalmente, estamos en permanente relevamiento de la respuesta de nuestros clientes respecto a su nivel de recomendación.		

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: Sí, en todas nuestras Agencias a nivel nacional, el Call Center y en nuestra Página Web se brindan todas las facilidades para la presentación de reclamos. Para su solución, y respuesta al cliente, se han establecido plazos internos menores a lo que exige la regulación.		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: Sí, la respuesta brindada a nuestros clientes es integral, abarcando todos los extremos del reclamo, con información específica y clara, utilizando un lenguaje sencillo y amigable.		

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: Sí, se analizan las causas raíz de los reclamos y se incorporan acciones correctivas en coordinación con las áreas dueñas de los procesos, haciendo seguimiento a su implementación y los resultados, mejorando la calidad de nuestros productos y servicios.		

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: Sí, Banco Ripley realiza un análisis continuo de las necesidades y expectativas de sus clientes a través de diversos mecanismos como estudios de mercado, análisis de datos y retroalimentación		

directa. Esta información se incorpora en el diseño y mejora de productos y servicios, asegurando que respondan de manera efectiva a las demandas del mercado y generen valor para el cliente.

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: Si, Banco Ripley verifica que sus acciones de comercialización sean claras, precisas y alineadas con principios de transparencia, a fin de evitar inducir a error a los clientes en sus decisiones de consumo.		

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: Si, Banco Ripley pone a disposición de sus clientes canales de atención con interfaces amigables y comprensibles para el usuario para la realización de pagos anticipados, los cuales se encuentran disponibles a través de la aplicación móvil, la Banca por Internet (BPI), el Call Center y la atención presencial en agencias.		

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: Si, Banco Ripley se esfuerza en ofrecer canales accesibles y comprensibles para que los usuarios puedan cancelar sus productos. Además, mantenemos un enfoque de mejora continua, revisando y optimizando regularmente nuestros procesos y plataformas para garantizar que sean cada vez más simples, transparentes y alineados con las necesidades de los clientes.		

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, Banco Ripley promueve adecuadas prácticas comerciales basadas en principios de transparencia, ética y orientación al cliente. Además, contamos con mecanismos de monitoreo y control que nos permiten identificar oportunamente cualquier práctica distinta a las establecidas. En caso de detectarse, se adoptan de inmediato las medidas correctivas necesarias, reforzando		

nuestros procesos y capacitando a los equipos para prevenir su recurrencia, en un marco de mejora continua

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, a través de comunicaciones en redes sociales, correos y comunicaciones dirigidas por SMS con temáticas principales de seguridad.		

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	
¿La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas? Si Hay un cronograma mensual de prueba de alarmas y cámaras de todas las agencias a nivel nacional realizado por la central de alarmas con la participación de las agencias y seguridad de tienda; adicionalmente yo hago visitas de seguridad a todas las agencias donde realizo las pruebas generales de todos los dispositivos de seguridad asegurando así el funcionamiento correcto y permanente de nuestro sistema de alarmas, cámaras, videoporteros, etc. ¿La empresa verifica la efectividad de sus mecanismos de prevención de fraude? EXPLICACIÓN: Si, los mecanismos de prevención de fraudes se revisan periódicamente para evaluar su efectividad. Asimismo, se revisa a demanda de acuerdo a la coyuntura del fraude y se realizan adecuaciones con el objetivo de mitigar los riesgos de los medios de pago o canales posiblemente expuestos.		

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: Los mecanismos que utiliza el baco son los siguientes: <ul style="list-style-type: none">• Contraseñas fuertes		

- Autenticación basado en doble factor.
- Protección contra malware
- Protección con DLP
- Controles de acceso a la información basada en roles y perfiles.

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	
<p>EXPLICACIÓN: SÍ. El área de cobranzas cuenta con procedimientos alineados a la normativa vigente de la SBS sobre conducta de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicación de principios de trato justo, transparencia y respeto a la dignidad del cliente. ✓ Capacitación continua al personal de cobranza en normativa de protección al consumidor y conducta ética. ✓ Restricciones en los horarios y canales de contacto, evitando prácticas abusivas o intimidatorias. ✓ Supervisión interna mediante controles y seguimiento de interacciones con clientes. 		

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	X	
<p>EXPLICACIÓN: SÍ. La empresa realiza un monitoreo constante del cumplimiento de los procedimientos de cobranza, asegurando que se ejecuten conforme a la normativa vigente y a los principios de conducta de mercado. Este monitoreo incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisión interna periódica mediante reportes, auditorías y revisión de indicadores de gestión. ✓ Uso de herramientas tecnológicas para el seguimiento de interacciones con clientes, incluyendo grabación de llamadas y trazabilidad de comunicaciones. ✓ Evaluación del desempeño del personal de cobranza, con foco en el cumplimiento de protocolos éticos y regulatorios. ✓ Revisión de reclamos y retroalimentación de los usuarios como parte del sistema de mejora continua. 		

