

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 las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, los productos o servicios ofrecidos por la empresa, o que potencialmente podría utilizarlos.

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 seis principios que contribuyen a mejorar y afianzar la relación con el usuario. Estos son: educación financiera, transparencia de información, calidad de atención y orientación, gestión de reclamos, prácticas de negocio y seguridad.

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. EDUCACIÓN FINANCIERA (EF): La empresa se preocupa por fomentar la educación financiera entendida 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 cuenta con iniciativas de EF dirigidas a sus usuarios.
- b) La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en EF.
- c) La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de EF 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 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

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. SUPERVISION

La Dirección 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

EDUCACIÓN FINANCIERA

Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de EF dirigidas a sus usuarios? Explique sobre las iniciativas desarrolladas	X	
EXPLICACION: Banco Ripley como parte de sus objetivos, cuenta con iniciativas que buscan fortalecer el principio de Transparencia dentro del marco de una adecuada conducta de mercado. En esa línea, hemos desarrollado una iniciativa de educación financiera corporativa denominada Corta & Clara, a través de vídeos lúdicos con el objetivo de fomentar una cultura financiera responsable, a través de recomendaciones transmitidas por sus personajes Corta y Clara, a través de las plataformas virtuales; y también se realizan publicaciones en medios alternativos y notas de prensa en diarios de circulación nacional. Asimismo, seguimos impulsando la Escuela Financiera en la cual se capacita a nuestros colaboradores sobre EF, la cual se traslada y comparte en su interacción con nuestros clientes.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en EF? Explique el impacto que han tenido en la sociedad.	x	
EXPLICACION: Los indicadores que podemos evaluar de EF están incluidos en el % de Sentiment de la marca en Facebook y la mejora obtenida a raíz de estos contenidos de interés para el usuario.		

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de EF que desarrolla?	X	
EXPLICACION: Se capacita a todos los colaboradores que brindan atención al público con la finalidad que estén mejor preparados y cuenten con el conocimiento necesario sobre términos financieros y los productos bancarios que ofrecemos, con especial énfasis en Conducta de Mercado y Atención al Usuario; con la finalidad que puedan trasladar éstos conceptos de forma clara y transparente a los clientes, educándolos, en cada oportunidad e interacción con ellos.		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACION: Banco Ripley identifica las necesidades del usuario a través de los comentarios que se recogen de nuestras redes sociales, así como en las demás interacciones que se tienen en la red de agencias y call center, el cual también está incluido en el indicador de satisfacción del cliente. Asimismo, de los indicadores de reclamos que puedan ser presentados como inadecuada información.		

Pregunta 5

	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	
EXPLICACION: El Banco realiza los esfuerzos para que, a través de sus distintos canales, el cliente obtenga toda la información suficiente, sobre las características y condiciones de los productos ofertados, de manera clara y sencilla, siendo esto reforzado en la interacción con el cliente, el cual se encuentra debidamente capacitado.		

Pregunta 6

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad?	X	
EXPLICACION: El Banco cuenta con procedimientos y lineamientos internos para elaborar la publicidad, la cual se rige por la regulación vigente y se ciñe a los lineamientos de ASBANC. Asimismo, ésta pasa por la revisión previa del área Legal y/o de la Oficialía de Conducta de Mercado, quien determina su aprobación antes de su difusión.		

Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	x	
EXPLICACION: El Banco tiene la obligación y el compromiso de aplicar los mecanismos de autorregulación y se tiene continua comunicación con ASBANC sobre casos particulares y capacitación, realizando esfuerzos para emitir publicidad que cumpla los lineamientos de publicidad establecidos.		

CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	x	
EXPLICACION: El Banco cuenta con indicadores relativos a la satisfacción y experiencia del cliente, los cuales se analizan para implementar mejoras. Contamos con un Comité de Experiencia del Cliente y Reclamos en el cual participa la gerencia general y principales líderes de la organización, dándole real importancia a buscar mejoras permanentes que tengan un impacto positivo en la atención de los usuarios.		

Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial?	x	
EXPLICACION: El Banco adicionalmente a sus canales presenciales de atención al público cuenta con canales no presenciales, como el Call Center y whatsapp que facilitan la relación con el usuario de manera directa y personalizada. También cuenta con canales digitales como la página web del Banco, el App Mobile de Banco Ripley o el Ripleymático, que facilita el autoservicio del cliente, los cuales se vienen potenciando permanentemente con nuevas funcionalidades a fin de mejorar la experiencia del cliente en estos canales.		

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	x	
EXPLICACION: El Banco realiza capacitaciones constantes a sus colaboradores, realizando evaluaciones periódicas,		

sobre las diversas materias que involucran la atención al usuario, transparencia, gestión de reclamos, y la información a brindar sobre los productos y servicios financieros.

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	x	
EXPLICACION: El Banco cuenta con protocolos de atención que son aplicados por los colaboradores, buscando siempre un trato cordial y respetuoso, una buena actitud y servicio. En Banco Ripley está prohibida toda clase de discriminación.		

GESTIÓN DE RECLAMOS

Pregunta 12

	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	
EXPLICACION: El Banco cuenta con los canales establecidos por la regulación vigente (call center, agencias y página web) y tiene plazos internos que son menores al plazo legal para la atención de reclamos. Dicho plazo es de 15 días calendario y más del 90% de nuestros reclamos son atendidos en este plazo.		

Pregunta 13

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	x	
EXPLICACION: El Banco cuenta con personal capacitado de atención de reclamos, quienes analizan los reclamos según la complejidad, brindando respuestas integrales, de forma sencilla y comprensible, usando lenguaje simple y sin tecnicismos.		

Pregunta 14

	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	x	

sencilla?		
EXPLICACION: El Banco cuenta con un Comité de Experiencia del Cliente y Reclamos, en el cual se revisan las estadísticas de los reclamos, convocando a las áreas involucradas para evaluar las casuísticas más reclamadas e identificar las causas raíz; buscando la mejora continua de nuestros procesos, productos y servicios.		

PRÁCTICAS DE NEGOCIO

Pregunta 15

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	x	
EXPLICACION: Es uno de los principales elementos para la creación de nuevos productos, los cuales forman parte de los principios de la gestión de conducta de mercado.		

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	x	
EXPLICACION: Banco Ripley cuenta con normas y procedimientos para una adecuada gestión conducta de mercado, la cual es monitoreada por el OCM, siendo uno de los pilares la transparencia de la información, considerados en la comercialización de los productos y servicios, brindando información suficiente para que los clientes puedan tomar mejores decisiones de consumo.		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	x	
EXPLICACION: Banco Ripley pone a disposición de sus clientes, información sobre el derecho de los usuarios a realizar pagos anticipados, en los documentos contractuales, estados de cuenta, folletería, en la red de agencias, así como en la página web del banco, con ejemplos explicativos, pudiendo realizar éstos en las cajas de la red de agencias a nivel nacional. Asimismo, se viene trabajando en la implementación de nuevas funcionalidades para poder ofrecerlo a través del canal digital.		

Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	x	
EXPLICACION: Banco Ripley pone a disposición de sus clientes, información sobre cómo puede cancelar sus productos financieros, las cuales son comunicados en los documentos contractuales, y puesta a disposición de todos los usuarios en la página web del banco.		

Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
EXPLICACION: Todas nuestras prácticas comerciales son validadas por las áreas internas del banco según cada necesidad como: legal, riesgo operativo, seguridad de la información, riesgos, experiencia al cliente, fraude, etc. Con ello, nos aseguramos lograr cubrir todas las aristas de posibles errores que se puedan cometer en el proceso comercial. En caso se identifique algún error, procedemos con las medidas correctivas para solucionarlo.		

SEGURIDAD

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece?	x	
EXPLICACION: El Banco ofrece a los usuarios recomendaciones de seguridad, la cual es difundida en afiches y página web del Banco, y promueve el uso de seguros de protección de los productos financieros que ofrece.		

Pregunta 21

	SI	NO
¿La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude?	x	

EXPLICACION:

- El Banco verifica la operatividad de los medios de protección física con verificaciones de acuerdo al cronograma establecido de visitas y pruebas de alarmas así como en el mantenimiento preventivo y correctivo.
- El Banco cuenta con mecanismos de prevención del fraudes, inclusive se realizan coordinaciones con el gremio para conocer casos en curso o comunes.

Pregunta 22

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	x	
EXPLICACION: El Banco cuenta con mecanismos que permitan garantizar la seguridad en las operaciones de nuestros clientes, detectar posibles fraudes mediante alertas y notificándoles las operaciones realizadas con su tarjeta de crédito y débito. Asimismo, se realizan capacitaciones y evaluaciones sobre el tratamiento de datos personales y seguridad de la información, se cuenta con normativa interna y acompañamiento al negocio sobre las iniciativas comerciales incluyendo aspectos relacionados a datos personales.		