

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: En Banco Pichincha, hemos hecho acciones muy puntuales como el webinar cuidando mis finanzas personales, dirigido a colaboradores y forma parte del plan de formación transversal con temas diversos.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios?	x	
Explique sobre las iniciativas desarrolladas		
EXPLICACION: En el Banco Pichincha desplegamos un Plan de Formación con contenidos educativos como: “Finanzas para No Financieros” y “Finanzas Personales”. Dentro de las acciones realizadas por el Banco, dirigidas a usuarios, semanalmente se despliegan contenidos en nuestras redes sociales y a través de correos electrónicos relacionados a la prevención de fraudes cibernéticos, la importancia de ahorrar, el pago de créditos y la clave segura para operar en nuestra APP, entre otros. Todo ello, con el objetivo de informar y educar 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: El Banco Pichincha cuenta con métricas que miden el impacto de nuestras iniciativas dirigidas a colaboradores a través de la medición, seguimiento y evolución de la calificación crediticia. Cada mes recibimos un reporte para conocer nuestro alcance y analizamos los comentarios e interacciones que recibimos por parte de usuarios en nuestras redes sociales. Esto nos permite medir si el contenido es interesante para ellos y validar formatos más eficientes y atractivos para educar e informar.		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	x	

EXPLICACIÓN: El Banco Pichincha involucra directamente a sus colaboradores brindando cursos/talleres sobre temas de educación financiera, tanto como facilitador experto y como alumno participante del curso.

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	x	
EXPLICACIÓN: El Banco Pichincha ejecuta estudios de mercado que permiten medir la experiencia de sus usuarios en los diversos canales, y además desarrolla proyectos que le permiten identificar las necesidades y expectativas de los clientes con el fin de identificar mejoras y desarrollar nuevos servicios para los usuarios.		

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: El Banco realiza acciones para brindar información a los clientes y usuarios, preocupándonos por informar con claridad todas las características y condiciones de los productos y servicios en todos los canales de atención. Asimismo, en la Red de Agencias se brindan capacitaciones y despliegue de comunicaciones periódicas a nuestros colaboradores, con un lenguaje claro y comprensible donde se refuerzan las características y condiciones de los productos y servicios ofrecidos por el Banco.		

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: El Banco Pichincha dentro de sus políticas internas, asegura la revisión del contenido de forma previa a la publicación de cualquier comunicación, con las áreas responsables (Productos y/o Canales), así como, las áreas de soporte de Asesoría Legal, Conducta de Mercado y Fraudes (según corresponda), a fin de brindar información clara a nuestros clientes y usuarios y cumplir con los lineamientos regulatorios.		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	x	

EXPLICACIÓN: Efectivamente, toda comunicación trabajada con nuestra Agencia de Publicidad o por nuestras diseñadoras in-house, cuentan con los lineamientos establecidos en el manual vigente de ASBANC; revisados previamente por las áreas de producto y soporte. Asimismo, ASBANC supervisa de manera periódica el cumplimiento de los Lineamientos de Publicidad de Productos Financieros, a fin de verificar la adecuación a las medidas autorregulatorias.

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: En el Banco Pichincha nos preocupamos por la mejora continua y contamos con áreas especializadas en la revisión de la experiencia/conocimiento del cliente. Asimismo, ofrecemos a nuestros clientes diversidad de canales de atención (Agencias físicas, Banca telefónica, APP, Homebanking, WhastsApp, Inbox Facebook).		

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: El Banco pone a disposición de los clientes diversos canales de autoatención apropiados para atender las diversas necesidades y consultas fomentando la relación y contacto no presencial, como la Página Web (incluye la Venta Digital), el APP y banca telefónica.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	x	
EXPLICACIÓN: En Banco Pichincha como parte de su plan de capacitación dirigido a sus colaboradores, desarrolla escuelas de formación para el personal del Front de Atención (nuevos ingresos), así como talleres, comunicaciones y material informativo con la finalidad de reforzar los conocimientos de todos los colaboradores.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	x	
EXPLICACIÓN: En Banco Pichincha contamos con protocolos de atención para nuestros clientes. Realizando evaluaciones de NPS para asegurar que los niveles de servicio se encuentren dentro de lo establecido, cabe precisar, que una de las mediciones está relacionada al trato cordial con el cliente		

(amabilidad, disposición). Y de acuerdo con los resultados obtenidos, los líderes de agencia establecen planes de acción.

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: El Banco pone a disposición de sus clientes y usuarios la Red de Agencias, Banca Telefónica y Página Web para el ingreso de cualquier reclamo o queja. Asimismo, cuenta con protocolos de atención al cliente que están enfocados en la oportuna atención al reclamante y busca reducir los plazos de atención, tales como el procedimiento para la atención de reclamos en primer contacto (FCR) que se aplica para algunas tipologías de reclamos, las mismas que son atendidas a favor de los usuarios.		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	x	
EXPLICACIÓN: Nuestros manuales y protocolos de atención de reclamos incluyen una adecuada gestión de los reclamos, en busca de garantizar que sean atendidos en todos sus extremos que el reclamante solicita, utilizando para la atención un lenguaje claro, sencillo y de fácil comprensión.		

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 Banco se esfuerza por mejorar la experiencia de nuestros clientes y usuarios; es por ello, que dentro de las actividades que se desarrollan para la atención de los reclamos destaca el registro del motivo que originó el reclamo o queja, a fin de analizar esta causa y poder implementar planes de acción, con el propósito de elevar 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: Como parte de nuestras políticas internas, todo lanzamiento de productos y servicios se soporta en necesidades de los usuarios, sosteniéndose desde el origen en estudios de comportamiento y uso de usuarios potenciales. En este último año, se consideraron no solo las necesidades de los clientes sino también la coyuntura actual (post pandemia) lo cual permitió diseñar una oferta de valor no solo en cuanto a productos enfocados al ahorro sino también a canales que ponemos a disposición para la comercialización de nuestros productos y servicios. Por otro lado, manejamos una gestión de mejora continua utilizando la información de nuestros canales físicos y digitales para optimizar la experiencia de nuestros clientes.

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	x	
EXPLICACIÓN: Los protocolos utilizados por los canales de comercialización son previamente revisados con las áreas de soporte como Producto, Cumplimiento Normativo, Conducta de Mercado y Asesoría Legal, para garantizar que siempre se le brinde al cliente la información completa, veraz y transparente. Dichos protocolos, son desplegados y reforzados con los canales de comercialización. Además, ponemos a disposición en nuestros canales de atención como la Página Web y Banca Telefónica, información acerca de los productos y servicios que ofrecemos.		

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: Banco Pichincha se esfuerza en capacitar a nuestros colaboradores para que, a su vez puedan orientar a los clientes sobre los canales disponibles para realizar pagos anticipados. Dentro de los protocolos de comercialización se informa a los clientes como realizar los pagos anticipados a sus créditos.		

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: El Banco a través de sus canales de atención al cliente, brindan información a los usuarios y clientes sobre los canales y procedimientos para cancelar algún producto y/o servicio que mantenga con el Banco.		

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	x	
EXPLICACIÓN: El Banco dentro de los procesos de calidad, verifica que los canales comerciales cumplan con emplear buenas prácticas comerciales. En el caso de identificar alguna situación que no		

se ajuste a los procedimientos y a la regulación vigente, se procede a tomar las acciones que correspondan, que van desde una llamada de atención hasta una posible desvinculación.

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	
<p>EXPLICACIÓN: El Banco Pichincha pone a disposición de sus clientes información referida al uso seguro de los productos y servicios que ofrece.</p> <p>Asimismo, difunde medidas de prevención de fraudes a los clientes/usuarios del Banco Pichincha a través de diversos canales y mecanismos de comunicación con los que cuenta el Banco; enviándose comunicaciones a nuestros clientes sobre prácticas como phishing, vishing, etc., de forma periódica. Adicionalmente, en aquellas comunicaciones donde se impulse el canal digital, difundimos recomendaciones sobre el uso seguro de estos canales a través de factores de autenticación como el reconocimiento facial y la clave token digital.</p>		

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	
<p>EXPLICACIÓN: Nos preocupamos por la seguridad de nuestros clientes, por ello se realizan verificaciones en la Red de Agencias con la finalidad de medir la efectividad en situaciones de riesgo que se pueden presentar en el día a día como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La presencia y operatividad del custodio de la agencia, quien debe presionar su pulsador de asalto y comunicar al Centro de Control del Banco al advertir cualquier actitud sospechosa en su entorno, sean por personas o vehículos. • El correcto uso de los medios físicos de protección de efectivo, como la Caja Fuerte, la Caja Buzón y Caja Compartida. • La operatividad de los pulsadores de asalto de las ventanillas de atención. • La verificación de las rondas que realiza la Unidad PNP Águilas Negras. • La operatividad de las cámaras de seguridad. • La operatividad del sistema de alarmas. <p>El Banco promueve mecanismos de seguridad integral para sus clientes o usuarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pone a disposición de los clientes o usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece. • Verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus agencias y de los mecanismos de prevención de fraude en los productos y servicios que ofrece. 		

Sobre los mecanismos de prevención de fraude., el Banco Pichincha, mide la efectividad de su sistema de prevención de fraudes mediante diversos indicadores, los cuales forman parte de la gestión integral de riesgos del banco. Además, tiene implementado un sistema de monitoreo tanto en la parte de seguridad física como para la prevención y detección de fraudes.

Pregunta 23

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	x	
<p>EXPLICACIÓN: El Banco cuenta con controles razonables de acuerdo con el tipo de datos y volumen de operaciones. A la fecha el Banco cuenta con medidas técnicas organizativas y legales relacionadas con la gestión de datos personales con el propósito de realizar un tratamiento conforme a lo establecido por la Ley de Protección de Datos Personales (Ley N° 29733) y su Reglamento (Decreto Supremo N° 003-2013-JUS), con el fin de evitar la alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado a los datos personales de sus clientes y usuarios. Actualmente el Banco evidencia el cumplimiento y mejora de estos controles a través de sus políticas del SGSI-C, las cuales se encuentran alineadas a lo solicitado por los entes reguladores locales y a las mejores prácticas del mercado, y a través del seguimiento a los indicadores estratégicos del sistema de gestión.</p>		

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: La normativa interna de cobranzas fue elaborada tomando como principio el código de protección al consumidor y normas a fines.</p>		

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	x	
<p>EXPLICACIÓN: Dentro de los monitoreos de los diferentes canales de cobranzas, los líderes y/o responsables hacen seguimiento y control de los procedimientos, acciones y atenciones con los clientes.</p>		