

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: Sí, como parte de nuestro compromiso con el progreso de los emprendedores para que tengan más oportunidades de potenciar sus capacidades para hacer crecer sus negocios, cumplir sus metas y mejorar su calidad de vida y las de sus familias, desarrollamos las siguientes iniciativas: Creamos La Academia de Confianza (https://academia.confianza.net.pe/), nuestra plataforma de educación virtual 100% gratuita para público en general, con acceso desde cualquier lugar donde se cuente con conexión a internet. La cual tiene tres ejes temáticos: Finanzas Saludables, Negocios Digitales y Claves para tu Éxito, que se desarrollan mediante contenidos en formato de video e infografías, con ejercicios prácticos y evaluaciones. Adicionalmente, creamos una sección de 'Tips de Emprendimiento', como notas utilitarias de acceso libre, para reforzar algunas temáticas de educación financiera relacionándolas con fechas puntuales a lo largo del año; estos <i>tips</i> también los difundimos a través de nuestras redes sociales. Para consolidar la estrategia de La Academia de Confianza, contamos con una sección de <i>webinars</i> para el público en general que la desarrollamos con nuestros diversos aliados.		

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: Sí, contamos con indicadores de participación de todos nuestros espacios de formación: presencial, nuestra plataforma La Academia de Confianza, así como los talleres virtuales. Al cierre de junio, más de 38 mil personas, principalmente mujeres, han sido impactadas por el despliegue de formación.		

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de EF que desarrolla?	X	
EXPLICACION: Nuestro equipo comercial tiene un rol importante en la difusión de nuestra propuesta de valor, ya que son nuestro contacto directo con los clientes. Por ello, internamente se han realizado reuniones y comunicaciones para hacer el despliegue de La Academia de Confianza y		

convocatorias de los *webinars* en vivo y talleres cerrados.

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACION:		
<p>Realizamos una escucha activa a través de nuestras redes sociales así como a través de las interacciones con los colaboradores de la financiera, para detectar oportunamente cualquier necesidad de información por parte de nuestros usuarios y clientes. También realizamos encuestas sobre temas puntuales sobre los que se requiere profundizar y en cada registro para los talleres se consulta los temas de interés.</p>		

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:		
<p>Sí, como parte del proceso de publicación de información hacia el cliente final, todas nuestras comunicaciones para redes sociales, página web y canales de atención pasan por la revisión de 4 instancias aprobadoras de contenidos, las mismas que se encargan de velar por la claridad y transparencia de toda la información. Las áreas aprobadoras son: Comunicaciones y Marketing, Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo y el área usuaria, que puede variar según el tema requerido. Así mismo desde el año 2020 se ha implementado en la página web y se ha difundido a través de las redes sociales de Financiera Confianza un glosario de términos financieros para orientar mejor a los usuarios: https://confianza.pe/confianza/glosario-financiero</p>		

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:		
<p>Efectivamente, toda información que tenga como destinatario al cliente final, debe pasar por la revisión de las áreas que conforman el Comité de Publicidad, el mismo que se encarga de</p>		

velar por la transparencia y claridad de la información que se difunde hacia el cliente. Las áreas que conforman el Comité de Publicidad son: Comunicaciones y Marketing, Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo y el área usuaria, que puede variar según el tema requerido.

Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACION:		
Si, dentro de la publicidad se incorporan las disposiciones establecidas. Para asegurar que dichas disposiciones se encuentren dentro de cada pieza cada material es evaluado por el Comité de Publicidad de la empresa, y no se admite la emisión de una publicidad si no tiene el visto bueno del Comité.		

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:		
<p>Financiera Confianza tiene como política brindar calidad de atención a sus clientes, siendo uno de los lineamientos principales de su sistema de atención.</p> <p>Los requerimientos, reclamos y quejas presentadas por los usuarios de La Empresa nos permiten realizar una evaluación de la calidad de atención de nuestros funcionarios y colaboradores en general y de ser el caso implementar políticas de mejora continua en los procesos y en la atención al público.</p> <p>La atención de los usuarios es respetando los turnos de llegada, se respeta la atención preferencial cuando corresponda.</p> <p>El personal de la Financiera está preocupado en conocer las necesidades del cliente para poder satisfacerlas con los productos y servicios financieros.</p> <p>En todo momento se utiliza un lenguaje sencillo, claro y transparente, antes, durante y después de la contratación de cualquier producto y/o servicio.</p> <p>La información de la publicidad de la Financiera es verdadera, clara y transparente, lo ofrecido es lo que se vende.</p> <p>Los colaboradores son constantemente capacitados en atención al cliente y productos y servicios financieros, para atender a los clientes de manera adecuada, transparente y oportuna.</p> <p>Los clientes cuentan con canales físicos y digitales para la realización de sus operaciones. Pueden acceder a la banca por internet y aplicación móvil, facilitando sus operaciones, lo que les permite no tener necesidad de apersonarse a la red de oficinas. Y para la atención de consultas sobre los canales digitales pueden contactar con nuestro <i>Call center</i> a través del (01) 208-9030.</p>		

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:		
<p>Financiera Confianza cuenta con los siguientes canales para la atención de reclamos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página web www.confianza.pe; • Vía telefónica (01) 208-9080; • Red de oficinas de atención al público, ubicadas a nivel nacional. <p>Los clientes pueden acceder a la banca por internet y aplicación móvil, facilitando sus operaciones, lo que les permite no tener necesidad de apersonarse a la red de oficinas. Y para la atención de consultas sobre los canales digitales pueden contactar con nuestro <i>Call center</i> a través del (01) 208-9030.</p>		

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACION:		
<p>Financiera Confianza invierte en la formación de sus colaboradores, a través de diversos programas de entrenamiento (a través del campus virtual de la entidad y videoconferencias <i>Google Meet</i>), donde se incluyen temas relacionados a la calidad de atención, transparencia de información, gestión de reclamos, entre otros. Son programas de actualización permanente, los mismos que buscar reforzar los conocimientos de los equipos, en especial de aquellos que tienen relación directa con nuestros clientes. Las capacitaciones son evaluadas y certificadas para los colaboradores que obtienen nota aprobatoria.</p> <p>Todo cambio significativo de procesos, normativas, herramientas de gestión (aplicaciones móviles, <i>dashboard</i>, <i>reportería</i>, etc.), nuevos productos, campañas, etc., son socializados a través del esquema de transferencia de la información en todos los niveles de la red de distribución de la Financiera.</p> <p>Nuestros colaboradores de red (comercial y operaciones) son los responsables de la atención directa a nuestros usuarios. En tal sentido, la Empresa diseña los programas formativos considerando la importancia de seguir desarrollando las competencias que el colaborador necesita para garantizar la buena atención. Esto se pone en práctica a través del programa "Certificación en operaciones" (para red operaciones), el programa "Certificación Comercial" (para red comercial) y la "Academia Confianza" (para colaboradores y clientes). Asimismo, se cuenta con un esquema de transmisión de conocimientos a la red, el cual nos permite hacer llegar de forma oportuna, a los Colaboradores, las actualizaciones de normativa interna y externa que deben conocer, a fin de seguir entregando un servicio de calidad a nuestros clientes.</p>		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
EXPLICACION:		
<p>Los programas de capacitación y entrenamiento de la Financiera contemplan un componente de desarrollo de habilidades blandas; este módulo busca garantizar que el colaborador entienda los lineamientos culturales claves en la entidad, esto incluye el código de conducta, los valores, el respeto, la equidad, sesgos inconscientes y el trato no discriminatorio; los cuales guían los comportamientos cuando se interactúa con nuestros clientes internos y externos.</p> <p>Asimismo, contamos con una Política de Equidad y Diversidad que es aplicable a toda la empresa y complementa nuestro Código de Ética y Conducta, la cual contiene una guía rápida de comunicación inclusiva en todas las actividades con clientes internos y externos, así como con proveedores para lograr un verdadero cambio que repercuta en nuestro propósito de impulsar el desarrollo sostenible e inclusivo.</p>		

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:		
<p>Financiera Confianza cuenta con los siguientes canales de atención de reclamos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Página web www.confianza.pe; - Vía telefónica (01) 208-9080; - Red de oficinas de atención al público, ubicadas a nivel nacional. <p>Canales que se encuentran 100% operativos durante los horarios establecidos e informados a los usuarios.</p> <p>El plazo promedio de atención que tiene la entidad es de 8 días calendario, procurando dar respuesta en el menor tiempo posible.</p>		

Pregunta 13

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACION:		
<p>Financiera Confianza cuenta con personal especializado y debidamente capacitado para la atención de los reclamos, dando soluciones y respuestas sencillas y comprensibles, procurando no utilizar tecnicismos innecesarios.</p> <p>En los casos que la respuesta al reclamo contenga información compleja, se elaboran reportes explicativos a efecto de ayudar a los usuarios a comprender los fundamentos de la absolución de los reclamos; siempre se busca absolver todos los aspectos señalados en la</p>		

reclamación.

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 sencilla?	X	
EXPLICACION: Escuchar a los usuarios proactivamente ayuda a mejorar el negocio y a fortalecer vínculos de fidelización con los clientes. Para Financiera Confianza los reclamos constituyen información importante que aporta a la mejora continua de nuestros procesos, productos y servicios y de la atención al usuario, razón por la cual es nuestra prioridad analizar adecuadamente los reclamos y determinar las causas que los generan, para ello el área de reclamos cuenta además con el soporte técnico según el tipo de reclamo y motivo, de las áreas especializadas de la entidad que ayudan a la adecuada resolución de los reclamos. Periódicamente se revisan las estadísticas de los reclamos, evaluando las casuísticas más reclamadas, determinando las causas e informando a las gerencias y áreas para que se trabajen en la solución integral del problema a nivel empresa, impidiendo que el problema se haga más grande en el futuro.		

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: Cada iniciativa o producto que se implementa está relacionado a las necesidades que presentan nuestros usuarios (cliente interno y cliente externo), además buscamos siempre testear la iniciativa y post implementación recogemos información que nos puede ayudar a mejorar el producto o servicio. Nuestros productos están enfocados a cubrir las carencias de nuestros clientes en situación de vulnerabilidad y alineado a nuestra estrategia ESG (<i>Environmental, Social and Governance</i>).		

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACION: En el frente de publicidad se cuenta con el Comité de Publicidad el cual se encarga de		

verificar que todas las piezas cumplan con las exigencias de transparencia necesarias. Así mismo se revisan las condiciones legales y de producto para asegurar que lo ofrecido en la publicidad sea exactamente lo que el cliente obtendrá. También se realizan capacitaciones a nuestro equipo de ventas para alinear los criterios de comercialización y comunicación realizada por ellos de manera directa al cliente. Asimismo se verifica a través de la retroalimentación que hacen nuestros propios clientes durante su relación con la empresa.

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:		
<p>Los clientes pueden acceder al App de Financiera Confianza o a la Banca por internet en donde también van a poder realizar la cancelación anticipada de sus productos cumpliendo con las condiciones establecidas para la cancelación vía la banca digital. Adicionalmente puede acudir a nuestra red de agencias a nivel nacional.</p>		

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:		
<p>Los clientes pueden acceder al App de Financiera Confianza o a la Banca por internet en donde también van a poder realizar la cancelación de sus productos cumpliendo con las condiciones establecidas para la cancelación vía la banca digital. Adicionalmente puede acudir a nuestra red de agencias a nivel nacional.</p>		

Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
EXPLICACION:		
<p>En caso de identificarse prácticas comerciales inadecuadas o acciones que vulneren nuestras normas que regulan el proceso crediticio, se determinan las responsabilidades y se imponen las medidas disciplinarias respectivas.</p>		

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:		
<p>A través de nuestras redes sociales y página web difundimos <i>tips</i> de seguridad, algunos generales con diversas casuísticas y otros con mensajes puntuales sobre el uso seguro de nuestros canales, productos y servicios financieros, además de prevención del fraude. Del mismo modo, incluimos recomendaciones financieras en el Canal Confianza (programación en video en los televisores de nuestra red de agencias).</p>		

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:		
<p>La empresa tiene implementados controles administrativos y físicos alineados a las buenas prácticas y requerimientos regulatorios, su efectividad se verifica a través de los monitoreos periódicos que se realizan con la finalidad de identificar y subsanar hallazgos o incumplimientos asociados a posibles eventos de fraudes.</p>		

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:		
<p>La empresa tiene implementado un sistema de gestión de seguridad de la información y ciberseguridad que implica entre otros componentes la gestión de controles tecnológicos y administrativos enfocados a proteger los datos personales en tránsito y reposo desde la perspectiva de confidencialidad, integridad y disponibilidad.</p>		