

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 Financiera Confianza, construimos alianzas estratégicas basadas en las necesidades de nuestros clientes, alineadas con nuestro marco ESG, los ODS, y los principios de Equidad, Diversidad e Inclusión (EDI). Estas colaboraciones impulsan proyectos innovadores, el desarrollo de productos y cambios de comportamiento que fortalecen el desarrollo sostenible. Actualmente, mantenemos 8 alianzas con entidades públicas, privadas, académicas y de cooperación como CARE, IEP, FOGAPI, y <i>Water for People</i> , generando impacto y promoviendo la inclusión financiera de poblaciones vulnerables.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios?	X	
Explique sobre las iniciativas desarrolladas EXPLICACION: En Financiera Confianza, la formación no está reservada solo para nuestros clientes, sino que está abierta a todos los emprendedores del país a través de La Academia de Confianza, una plataforma digital gratuita de aprendizaje. Esta herramienta permite acceder a contenidos educativos sobre temas como negocios, finanzas, marketing, y más, desde cualquier dispositivo con acceso a internet. A diciembre de 2024, más de 2,300 personas se han registrado en la plataforma, evidenciando su impacto positivo en el desarrollo de emprendedores a nivel nacional. A pesar de los avances en igualdad de género, las mujeres siguen enfrentando importantes brechas en el acceso al crédito y la educación financiera, lo que limita su capacidad para emprender, tomar decisiones económicas informadas y alcanzar su pleno potencial. Aprendiendo en Confianza es uno de estos programas, donde más de 74,000 mujeres al cierre de diciembre 2024 han participado activamente. Basado en la metodología grupal del producto Palabra de Mujer (PDM), este programa permite a las participantes vivir un proceso de formación integral. A través de este proceso, reciben asesoramiento personalizado de sus Asesores/as de Negocio Inclusivo durante las reuniones mensuales. A lo largo del año, hemos realizado diversas actividades de sensibilización, como charlas, talleres y <i>webinars</i> , con el fin de fomentar una cultura de educación financiera, inclusión financiera y bienestar integral. Entre las iniciativas destacadas se encuentran la Caravana del Emprendimiento y la I Feria Financiera 2024 en colaboración con WOCCU, que permitieron acercar a más personas a herramientas de educación financiera y soluciones para el emprendimiento.		

Como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad en el sector agropecuario, lanzamos el programa “Consejos del Inge de Confianza”;; dirigido a nuestros clientes en zonas rurales. Esta iniciativa ofrece formación gratuita y virtual sobre temas clave como Agricultura Sostenible, Manejo de Plagas, Cultivo Orgánico, y Gestión del Agua.

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: Financiera Confianza cuenta con indicadores específicos que permiten medir el alcance y el impacto de sus esfuerzos en educación financiera. Estos indicadores no sólo cuantifican la participación, sino que también reflejan el compromiso de la entidad con el desarrollo y la inclusión de sus usuarios y de la sociedad en general. La información recopilada se segmenta por tipo de público (clientes y no clientes), género, tema, modalidad (sincrónica o asincrónica) y temporalidad, lo que permite un análisis detallado y una mejora continua. El impacto social de estas iniciativas se refleja en la medición de varios indicadores claves como Indicadores de Capacitación y Alcance, donde la entidad mide el número de personas educadas a través de capacitaciones mensuales, como las del programa “Aprendiendo en Confianza”;; que acompaña al producto financiero “Palabra de Mujer”. Este enfoque no solo ofrece una herramienta de crédito, sino que también empodera a las mujeres con conocimientos financieros, fortaleciendo su capacidad para gestionar sus negocios y tomar decisiones informadas. De igual forma, se registra el tema realizado por el Asesor de Banca Grupal y se recoge evidencia con el registro fotográfico. También se cuenta con indicadores de Bancarización y Alfabetización Digital: El número de personas bancarizadas y capacitadas en el uso de herramientas digitales es un indicador directo del impacto en la inclusión financiera. Al guiar y acompañar a los clientes en el uso de la nueva App Financiera Confianza y otras tecnologías, Financiera Confianza no solo mejora la eficiencia de sus servicios, sino que también reduce la brecha digital, facilitando el acceso a servicios financieros y empoderando a las personas para participar en la economía digital. Asimismo, indicadores de la Plataforma E-learning (Academia de Confianza): La medición del impacto de la plataforma e-learning se realiza a través de indicadores como el número de personas registradas, activas y formadas, así como el número de recursos disponibles. Estos datos evidencian el éxito de la plataforma para democratizar el acceso al conocimiento, permitiendo que miles de personas, sin importar su ubicación geográfica, adquieran habilidades en finanzas, negocios y marketing. El registro de personas formadas, en particular, demuestra que los participantes no solo acceden a los contenidos, sino que los completan, traduciendo la participación en un aprendizaje tangible y una mejora de sus capacidades.		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	X	
EXPLICACIÓN: Financiera Confianza involucra de manera activa a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera. Este compromiso se manifiesta a través de su participación directa en programas y actividades, actuando como facilitadores, asesores y promotores de conocimientos financieros. La participación de los colaboradores se evidencia en diferentes frentes: Promoción en eventos y actividades de sensibilización: Durante la “Semana Mundial del Ahorro”, los colaboradores de Financiera Confianza se despliegan en ferias, jornadas y <i>webinars</i> para fomentar el ahorro mediante dinámicas interactivas. Adicionalmente, se realizan campañas de marketing internas y externas donde los propios colaboradores ofrecen consejos prácticos sobre ahorro y planificación financiera, sirviendo como embajadores de la misión de la empresa. Capacitación directa a clientes: A través del programa “Aprendiendo en Confianza”, los asesores de banca grupal, previamente formados en distintos módulos de educación financiera, son los encargados de capacitar a las clientas de crédito grupal. De esta manera, el conocimiento adquirido internamente se transfiere directamente a los clientes, fortaleciendo sus capacidades de gestión financiera. Implementación de metodologías internacionales: Mediante una colaboración con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los colaboradores han sido capacitados en la metodología ISUN (Inicie su Negocio). Esta formación les permite desarrollar y validar planes de negocio estructurados. Posteriormente, replican esta capacitación con los clientes, ayudándolos a formalizar sus proyectos. Este enfoque no solo mejora las habilidades de los colaboradores, sino que también les permite generar un impacto tangible y directo en el desarrollo empresarial de los clientes, con un enfoque especial en mujeres y poblaciones migrantes. Además de involucrarlos en las iniciativas, también se tiene implementadas acciones que permiten acompañar a los colaboradores para que cuiden su propia salud financiera.		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Mantenemos la escucha activa a través de nuestras redes sociales oficiales; así como a través de las interacciones virtuales o presenciales con los colaboradores de la financiera, para detectar oportunamente cualquier necesidad de información por parte de nuestros usuarios y clientes. También realizamos <i>focus group</i> o encuestas sobre temas puntuales de los que se requiere profundizar.		

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, como parte del proceso de publicación de información al usuario o cliente final, todas nuestras comunicaciones para redes sociales, página web y canales de atención al público pasan por la revisión de 4 instancias aprobatorias de contenidos, las mismas que se encargan de velar por la claridad y transparencia de toda la información. Las áreas aprobatorias 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. Adicionalmente, a los colaboradores de la financiera se les envía la información clara y de manera oportuna sobre las Campañas dirigidas al cliente final, como términos y condiciones, piezas promocionales y su uso, vigencia, entre otros, ya que son el nexo directo con los clientes.		

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, toda información que tenga como destinatario al cliente final, cuenta con la revisión de áreas aprobatorias que conforman el Comité de Publicidad, el mismo que se encarga de velar por la transparencia y claridad de la información que se difunde hacia el cliente. Las áreas que		

conforman el Equipo de Revisores de Publicidad son: Comunicaciones y Marketing, Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo y el área usuaria, que puede variar según el tema requerido.

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACIÓN: Si, dentro de la publicidad se incorporan las disposiciones establecidas. Para asegurar que dichas disposiciones se encuentren dentro de cada pieza, el contenido de las mismas es evaluada por el Equipo Revisor de Publicidad de la empresa, y no se admite la emisión de una publicidad si no tiene su visto bueno. Adicionalmente, desde el mes de mayo 2025 nuestra publicidad ha adoptado los Lineamientos Generales de Publicidad que deben cumplir las empresas adheridas al Sistema de Relaciones con el Consumidor de la Asociación de Bancos del Perú, con el objetivo de facilitar a los consumidores la comprensión de la información relacionada a tasas de interés, tarifas u otras características y condiciones.		

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 Financiera Confianza ponemos especial atención en el bienestar y satisfacción de nuestros clientes para lo cual brindamos capacitamos continuamente a nuestro personal para que brinde atención comercial y cumpla con las normativas vigentes, garantizando así el respeto de los derechos de los clientes, esta capacitación constante dirigida al personal a cargo de la atención el público es en temas tanto comerciales como normativos asegurándonos que nuestros colaboradores conozcan y respeten los derechos de nuestros clientes. Nuestro principal objetivo es asegurar la satisfacción de nuestros clientes a través de un servicio atento y de calidad. Además, gestionamos todas las consultas, quejas y reclamos dentro de los plazos establecidos, y las analizamos para identificar áreas de mejora y fortalecer nuestra relación con cada cliente. Los reclamos, quejas y requerimientos que recibimos son atendidos en los plazos establecidos y además analizados para identificar oportunidades de mejora que fortalezcan la relación con nuestros clientes. Financiera Confianza tiene como política institucional el brindar un servicio de calidad, políticas que se extienden a las labores de todo el personal de la entidad, quienes conocen y están adecuadamente capacitados, siendo uno de los lineamientos principales de su sistema de atención. Los 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.		

Los requerimientos presentados por los usuarios de La Empresa nos permiten conocer las necesidades del cliente para poder satisfacerlas con los productos y servicios financieros, adaptadas a las cambiantes necesidades.

La atención de los usuarios es respetando los turnos de llegada, se respeta la atención preferencial cuando corresponda.

En todo momento se utiliza un lenguaje sencillo, claro y transparente, antes, durante y después de la contratación de cualquier producto y/o servicio.

La información de la publicidad de la Financiera es verdadera, clara y transparente, lo ofrecido es lo que se vende.

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. 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. Para la atención de consultas sobre los canales digitales pueden contactar con nuestro *Call Center* a través del (01) 208-9030.

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: Financiera Confianza cuenta con los siguientes canales para la atención de reclamos: • Página web www.confianza.pe; • Vía telefónica (01) 208-9080; • Red de oficinas de atención al público, ubicadas a nivel nacional. 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 y bloqueo de los canales digitales pueden contactar con nuestro <i>Call center</i> a través del (01) 208-9030.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: La Organización pone a disposición del colaborador un Campus de entrenamiento virtual donde los colaboradores encuentran distintos programas que les permite seguir desarrollando tanto sus habilidades técnicas como humanas. Por otra parte, los programas de capacitación y entrenamiento de la Financiera contemplan un componente de desarrollo de habilidades blandas, las cuales se han desarrollado también este año a través de los talleres presenciales de cultura organizacional. Este programa 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.		

Financiera Confianza incluye en sus programas de capacitación talleres para desarrollar habilidades blandas, enfocados en los lineamientos culturales de la empresa como el código de conducta y la equidad, este permite a nuestros colaboradores guiar la interacción con clientes. Complementando esto, se ha lanzado una Política de Equidad y Diversidad que, junto al Código de Ética, ofrece una guía de comunicación inclusiva con el objetivo de impulsar el desarrollo sostenible e inclusivo.

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 Financiera Confianza, se refuerzan activamente los valores de equidad y trato respetuoso, mediante programas continuos de inducción y capacitación; estando prohibida la discriminación. Para asegurar la satisfacción del cliente, se utiliza el <i>Net Promoter Score (NPS)</i> para evaluar la experiencia en todas las agencias, permitiendo identificar áreas de mejora y garantizar el cumplimiento del código ético de la empresa. En caso que un trabajador tenga un trato irrespetuoso o incurra en una práctica discriminatoria, se le aplica la medida disciplinaria respectiva. El tipo de medida disciplinaria depende de la gravedad y características del evento.		

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: Financiera Confianza cuenta con los siguientes canales de atención de reclamos: - Página web www.confianza.pe ; - Vía telefónica (01) 208-9080; - Red de oficinas de atención al público, ubicadas a nivel nacional. Los canales se encuentran 100% operativos durante los horarios establecidos e informados a los usuarios. El plazo promedio de atención que tiene la entidad es de 5 días hábiles, procurando dar respuesta en el menor tiempo posible. La empresa cuenta con una herramienta para la gestión de reclamos, la cual ayuda a mejorar los tiempos.		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: Financiera Confianza cuenta con personal especializado y debidamente capacitado para la atención de los reclamos, dando soluciones y respuestas claras, sencillas, comprensibles y transparentes, procurando no utilizar tecnicismos innecesarios. 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 reclamación. Atender todos los aspectos de los reclamos no solo resuelve problemas individuales, sino que también contribuye a la satisfacción del cliente, la retención, la mejora continua de la empresa y la construcción de una reputación positiva.		

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: Los reclamos constituyen información importante que aporta a la mejora continua de los procesos, productos, 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.

Financiera Confianza escucha a los usuarios proactivamente, ayuda a mejorar el negocio y a fortalecer vínculos de fidelización con los clientes, reducir costos asociados a los reclamos, cuida la reputación de la empresa.

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: 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 <i>feedback</i> de clientes y red comercial 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>). Se realizan <i>focus group</i> , entrevistas a clientes y comunicación directa con los funcionarios de la Red Comercial para identificar las necesidades de los clientes para el diseño de nuestra oferta comercial.		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: Sí. Contamos con flujos permanentes de supervisión desde las unidades de Operaciones y Riesgos. Además, toda iniciativa o estrategia que impacte el flujo de comercialización pasa previamente por una evaluación de riesgo operacional. Esto nos permite asegurar modelos claros, transparentes y sin inducir a error al cliente. La oficialía de Conducta de Mercado vela porque se cumplan las normas vigentes de protección al cliente y se brinda la información previa pertinente para que el cliente tome una decisión informada.		

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, la empresa, como entidad supervisada por la Superintendencia, ha puesto a disposición de sus clientes, la funcionalidad de pagos anticipados a través de sus agentes tercerizados. Asimismo, se brinda capacitación al personal de agencia para brindar una correcta información a nuestros clientes.

Nuestros clientes pueden realizar sus pagos anticipados en cualquier momento utilizando el aplicativo móvil o través de nuestras oficinas a nivel nacional, además también pueden utilizar nuestros agentes corresponsales, en todos los casos se debe cumplir con las condiciones establecidas para cada canal.

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, la empresa pone a disposición de sus clientes, agentes tercerizados, que permiten realizar los pagos

hasta de la última cuota para cancelar sus productos. Asimismo, se brinda capacitación al personal de

agencia para brindar una correcta información a nuestros clientes.

Nuestros clientes pueden cancelar sus créditos en cualquier momento utilizando el aplicativo móvil o través de nuestras oficinas a nivel nacional, además también pueden utilizar nuestros agentes corresponsales, en todos los casos se debe cumplir con las condiciones establecidas para cada canal.

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	

EXPLICACIÓN:

Se capacita a los colaboradores de la Red Comercial y de Operaciones a fin de que se realicen adecuadas prácticas comerciales. Se fiscaliza su cumplimiento a través de las distintas capas de supervisión y auditoria crediticia.

En caso de identificarse prácticas comerciales inadecuadas o acciones que vulneren nuestras normas que regulas el proceso crediticio, se determinan las responsabilidades y se imponen las medidas disciplinarias respectivas.

En caso que un trabajador tenga un trato irrespetuoso o incurra en una práctica discriminatoria, se le aplica la medida disciplinaria respectiva. El tipo de medida disciplinaria depende de la gravedad y características del evento.

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 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, propias y de entidades regulatorias, en el Canal Confianza (programación en video en los televisores de nuestra red de agencias). Además, nuestros colaboradores también reciben <i>tips</i> de seguridad para que estén capacitados sobre dicha información. Por otro lado, en la sección de canales digitales de la página web de la empresa se ha incluido una sección de <i>tips</i> de seguridad para uso de aplicaciones y servicios de Financiera Confianza de manera segura. Adicionalmente, contamos con un servicio web que permite a los usuarios externos o clientes tener conocimiento de las recomendaciones de buen uso de aplicaciones y servicios de Financiera Confianza.		

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 cuenta con un sistema de video vigilancia implementado en toda la red de oficinas y oficina principal que es monitoreado 24x7x365 por el centro de control de seguridad. Para prevenir el fraude, la empresa proporciona capacitación continua a los colaboradores, con el objetivo de generar conciencia y asegurar el cumplimiento de los procedimientos normativos. Además, dispone de herramientas y controles diseñados específicamente para detectar y prevenir actividades fraudulentas.		

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

Asimismo, contamos con una política marco de protección de datos personales, basado en la legislación nacional aplicable y las buenas prácticas internacionales, contamos con bases de datos identificadas e inscritas ante la autoridad pertinente.

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 un Reglamento y un procedimiento de Gestión de Recuperaciones alineado a la Ley de Protección de Consumidor.		

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	X	
EXPLICACIÓN: El monitoreo es constante y se refuerza con capacitaciones sobre las buenas prácticas de cobranza.		