

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: Contamos con iniciativas para ayudar a nuestros clientes y no clientes a mejorar su educación financiera. <ul style="list-style-type: none">• Aprendemás: La primera plataforma educativa de Interbank, 100% gratuita, con 23 cursos, 29 webinars y 6 herramientas enfocadas en ayudar a los peruanos a mejorar su salud financiera y a poder generar mayores ingresos• Webinars: Constantemente, realizamos webinars virtuales según las necesidades que vamos identificando en nuestros clientes. Estos webinars son abiertos y cualquier persona puede verlos en vivo mediante nuestro canal de Facebook y luego, podrán encontrarlo en Aprendemás• Dictado de charlas a grupos específicos: Estamos constantemente buscando grupos que necesiten con más prioridad educación financiera para ayudarlos a mejorar sus finanzas. Hemos dictado charlas a operarios de la empresa San Miguel Industria, a los nuevos ejecutivos del Contact Center de Interbank, a jóvenes de AIESEC, etc.• Bot de asesoría: Este es un bot que existía dentro de Tunki y que hoy existe dentro de Izipay ya. Este chatbot ha sido creado de la mano del Programa Tu Empresa para acompañar de forma simple y conveniente a emprendedores y mypes en 3 frentes principales: Formalización, negocio digital y salud financiera• Interbank te Cuida: Acompañamos a nuestros clientes con alertas, recordatorios e información clara y oportuna que brinda seguridad y confianza. Uno de los tracks importantes dentro de IBK Te Cuida es el acompañamiento financiero, donde se busca ayudar al cliente a mantener una buena salud financiera, ahorrar costos, y entender sus finanzas de manera fácil. Este Track de Acompañamiento Financiero se enfocan en 3 journeys del cliente: 1) Pago de deudas: Enfocadas en la gestión preventiva de mora y gestión de mora, 2) Cuido mi dinero: Cuidado del bolsillo del cliente para evitar comisiones a través de la digitalización y 3) Salud financiera: iniciativas de educación que permitan que el cliente mantenga una buena salud financiera• Mis Finanzas: Mis Finanzas es la herramienta de Interbank App que permite a los clientes conocer y controlar sus finanzas personales en un solo lugar. Los usuarios pueden visualizar el detalle de ingresos y gastos por categoría de manera mensual, así como crear y editar presupuestos. Además, al ingresar conocen el Puntaje Crediticio con el que Interbank los evalúa al igual que los principales factores que lo conforman y consejos personalizados sobre cómo mejorarlos.		

--

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	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Tenemos indicadores para lograr que nuestra educación llegue a más peruanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A la fecha, han llegado +918K personas a Aprendemás • A la fecha, +48K personas se han registrado en Aprendemás • Más de 800 mil usuarios ingresan mensualmente a visualizar su información en Mis Finanzas • Más de 300 mil usuarios ingresan mensualmente a conocer el detalla de su Puntaje Crediticio • Más de 100 mil usuarios mensuales reciben comunicaciones donde les contamos el detalle de su evaluación de Puntaje Crediticio y los motivos por los que este varía <p>Además, tenemos indicadores para identificar la mejora de los clientes educados vs los no educamos y hemos identificado lo siguiente*:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vemos que los clientes educados en salud financiera tienen +26pp de saldo en sus cuentas de ahorro vs los que no han sido educados* • Identificamos que los clientes educados por Aprendemás consumen +46pp con sus TC vs los que no han sido educados * • El 5% de clientes con mala calificación financiera pasan a una calificación normal luego de 3 meses* • En el 2022, a través de nuestras comunicaciones por Interbank te Cuida, logramos una reducción de entrada en mora en nuestros clientes de 26 puntos porcentuales comparado con quienes no reciben esta educación (grupo de control)** <p>*Esta información se obtuvo comparando un grupo aleatorio de los registrados en Aprendemás vs un grupo control con características parecidas; el ejercicio se realizó con un grupo aleatorio de registrados en el 2022</p> <p>*Los 2 últimos bullets muestran data al 2022</p>		

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de EF que desarrolla?	x	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Desde que los colaboradores, sobre todo aquellos que tienen contacto directo con el cliente, ingresan a trabajar en el banco, reciben educación financiera para promover que nosotros seamos los primeros en tener buena salud financiera y podamos promover esto en nuestros clientes desde nuestra experiencia.</p> <p>Además, desde GDH generamos campañas de consolidación de deudas y reducción de carga financiera para colaboradores con mala calificación crediticia, para asegurarnos que los colaboradores mantengan una buena salud financiera</p>		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	x	
<p>EXPLICACION: Desde Interbank tenemos el objetivo de ser el banco que mejor conoce a los peruanos, y ello precisamente requiere conocer a profundidad sus distintas necesidades. La información es un punto central que sostenidamente trabajamos para que esté a disposición de nuestros usuarios de forma simple y clara.</p> <p>Interbank cuenta con canales de comunicación para recibir consultas de clientes y usuarios sobre sus servicios y productos. En ese sentido, Interbank atiende estos requerimientos a través de su Banca Telefónica, Redes Sociales, Tiendas Financieras y web. Adicionalmente, en www.interbank.pe ponemos a disposición nuestro canal ético y un buzón de pedidos, reclamos, sugerencias y consultas que nos ayuden en la mejora de la experiencia de servicio.</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	
<p>EXPLICACION: Desde que empieza la relación con nuestros clientes, los acompañamos con comunicaciones continuas de educación, información y beneficios de los productos contratados. En paralelo se identifica tanto en redes sociales como a través del Contact Center las principales dudas, y quejas sobre ciertos procesos y productos y este es el insumo principal para gestionar contenidos de educación, tutoriales, etc. que ayuden a el mejor entendimiento de estos temas y aplacar las dudas y futuras quejas por desconocimiento o falta de información</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	
<p>EXPLICACION: Toda comunicación parte de un proceso de elaboración y revisión por parte de dos divisiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segmentos y Marketing Analítico • Marca y Comunicación 		

a fin de asegurar el cumplimiento del objetivo de comunicación y validación del mismo a través de testeos previos con potenciales usuarios y actuales clientes.

Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	x	
EXPLICACION: Todas nuestras comunicaciones cuentan con los lineamientos de autorregulación establecidos. Estos también son compartidos con nuestros partners involucrados en los procesos de comunicación.		

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: En Interbank nos preocupamos por promover la cultura de la mejora continua y existen diversas áreas especializadas en el rediseño de la experiencia del cliente. En tal sentido, en Interbank gestionamos proyectos estratégicos enfocados en optimizar los procesos y la experiencia de los usuarios en nuestros canales de atención. Asimismo, continuamente las áreas de negocio revisan sus procesos enfocados a mejorar el servicio ofrecido.		

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: En Interbank promovemos y valoramos las diferentes acciones y herramientas de autoatención con el fin de brindarles la mejor experiencia a nuestros clientes. Por ello, constantemente compartimos diversas mesas de trabajo con el objetivo de maximizar dicha experiencia para nuestros clientes a través de soluciones digitales que se enmarquen dentro de productos y servicios que ponemos a su disposición.		

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	x	
EXPLICACION: Interbank prioriza la capacitación de sus colaboradores como enfoque estratégico para brindar un servicio empático y efectivo. Las verificaciones del servicio brindado se realizan sistemáticamente en sus diferentes canales de atención y mide también el grado de su satisfacción. Se utilizan diversas técnicas como encuestas de satisfacción en nuestros canales, monitoreo de calidad de las llamadas recibidas y salientes, encuestas a clientes atendidos en los canales, entre otros.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	x	
EXPLICACION: Interbank cuenta con un modelo de atención que define y promueve una atención ágil, amigable y un trato igualitario para todas las personas que son atendidas en nuestros canales de atención. Dichos lineamientos se encuentran dentro de nuestros protocolos de atención. Asimismo, comprendemos y fomentamos la concientización hacia la diversidad de nuestros colaboradores creando entornos inclusivos, para generar más empatía hacia la diversidad de nuestros clientes.		

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: En Interbank ponemos a disposición los canales: Tienda, Contact Center y página web publica: www.interbank.pe Asimismo, valoramos el tiempo de nuestros clientes y nos esforzamos por brindar respuestas en el menor tiempo posible, por ello tratamos de atender la mayoría de reclamos dentro de los 5 días.		

Pregunta 13

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	x	
EXPLICACION: De acuerdo a la Resolución S.B.S.N° 04036- 2022 y el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado, más allá de lo que indique la norma, en Interbank vemos cada reclamo como una oportunidad para fortalecer la relación con nuestros clientes y/o usuarios brindando respuestas e		

información que atiendan las dudas sobre los puntos reclamados independientemente de la resolución.

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: Constantemente el departamento de Servicio al Cliente comparte información con las áreas estratégicas responsables de la gestión comercial de productos y servicios, así como con los líderes responsables, a fin de identificar oportunidades de mejora de procesos y calidad de información.		

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: Interbank desarrolla una estrategia de negocio con visión cliente dirigida a mejorar la experiencia y atender las necesidades financieras de los usuarios. Somos conscientes de que las necesidades varían de acuerdo a cada perfil, por consiguiente buscamos desarrollar productos y servicios diferenciados.		

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	x	
EXPLICACION: Constantemente motivamos las ventas a través de nuestros diferentes canales en base a nuestros valores de Integridad y Pasión por el servicio. Asimismo, utilizamos la información de pedidos/dudas/consultas recibidas, como fuente para reforzar los conocimientos, procesos y protocolos con los que cuentan nuestros colaboradores que atienden a nuestros clientes.		

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: En el asesoramiento integral al cliente se informa sobre las modalidades de pago anticipado y cancelación del crédito. Asimismo, brindamos información a través de nuestros diferentes canales de		

atención regular, la web (www.interbank.pe), Banca Telefónica. Si el cliente tuviera alguna duda puede acercarse a las Tiendas Interbank para resolverla dentro de los horarios de atención.

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: Nuestros clientes pueden cancelar y/o anular los productos a través de canales convenientes según el producto, desde nuestra Banca Telefónica, la red de Tiendas, o ambos.		

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: cumplimiento, legal, riesgo operativo, seguridad de la información, riesgos, fraude, etc. Con ello, nos aseguramos lograr cubrir todas las aristas ante 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: A través de la sección "Protégete de los fraudes" de nuestra página web, se brinda a nuestros clientes información relevante y preventiva sobre los tipos de fraude que existen y de qué manera deben proceder para protegerse de los mismos. Adicionalmente, en la mayor parte de nuestras comunicaciones, así como en los kits de bienvenida de nuestros productos, se brindan tips de seguridad importantes. Finalmente, se capacita constantemente en temas de prevención de fraude, a todos los colaboradores que realizan actividades de atención al cliente, a fin de que puedan orientarlos correctamente en el uso seguro de los productos y servicios del banco.		

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	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Interbank cuenta con un área especializada en Gestión de Prevención del Fraude, que se encarga de establecer las políticas y mecanismos de prevención para proteger a nuestros clientes, asimismo brinda educación continua a nuestros colaboradores en temas de prevención de fraude y en coordinación con nuestras áreas internas, también educa a los clientes en estos temas.</p> <p>Interbank tiene componentes de verificación de seguridad física que garantizan su seguridad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión del Centro de Control 24*7. (Gestión de alarmas) • Supervisión motorizada. • Gestión de proveedores de vigilancia. • Capacitación. • Auditorías virtuales de procedimientos de seguridad. • Auditoría física de procesos de seguridad. • Sistemas de protección contra incendios. 		

Pregunta 22

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco cuenta con controles de seguridad tanto técnicos como administrativas para la protección de los datos personales de los colaboradores y clientes.</p> <p>Interbank tiene un equipo de Ciberseguridad que entre sus funciones es responsable de monitorizar el correcto funcionamiento de los controles de seguridad de la información.</p>		