

Banca mejorará prácticas informativas

- *Asbanc presentó Sistema de Relaciones con el Consumidor*
- *Se simplificará y uniformizará información clave en piezas publicitarias*

La Asociación de Bancos del Perú, Asbanc, presentó su Sistema de Relaciones con el Consumidor, SRC, una iniciativa del gremio bancario que apunta a facilitar el acceso de las personas a productos y servicios financieros mediante la mejora de las prácticas informativas de sus asociados.

En ese marco, se anunció la próxima aprobación de una directiva para simplificar y uniformizar, en las piezas publicitarias, aquella información necesaria para que el usuario contrate los productos y servicios financieros que mejor se ajusten a sus necesidades y posibilidades. En la misma línea, la siguiente directiva estaría relacionada con la simplificación de los contratos.

Estuvieron presentes en la ceremonia Daniel Schyldowsky, Superintendente de Banca, Seguros y AFP; Oscar Rivera, presidente de Asbanc; Rubén Mendiolaza Morote, Superintendente Adjunto de Banca y Microfinanzas; Adrián Revilla, gerente general de Asbanc; Fernando Arrunátegui, presidente del Comité de Relaciones con el Consumidor, órgano normativo y fiscalizador del SRC; y Eva Céspedes, Directora de Relaciones con el Consumidor, órgano ejecutivo del sistema.

Independientes

Rivera informó que el SRC es una iniciativa de Asbanc concienzudamente trabajada desde setiembre de 2011, en la que destaca la convocatoria de independientes de reconocido prestigio profesional y solvencia moral que tendrán presencia y poder de decisión en instancias clave del sistema, como la presidencia del Comité de Relaciones con el Consumidor, la Comisión de Disciplina, y la Dirección de Relaciones con el Consumidor.

Rivera señaló también que en última instancia, el propósito de la iniciativa es contribuir, mediante la expansión del uso de los servicios y productos financieros en un marco de libre competencia, a la formalización de la actividad económica, el desarrollo del Perú y el bienestar de los peruanos.

Entendimiento y confianza

Por su parte, Arrunátegui, destacó el rol clave del entendimiento por parte del usuario como generador de la confianza necesaria para la expansión de los servicios y productos financieros con todos los efectos positivos que la misma conlleva.

Arrunátegui señaló que, en ese orden de ideas, el SRC tendrá como ámbito de actuación la comunicación con los clientes, la comprensión de los contratos, la adopción de mejores prácticas sobre procesos de atención de consultas, reclamos, venta y cancelación de productos y el apoyo a la educación financiera.

Primeras iniciativas

El presidente del Comité de Relaciones con el Consumidor dio cuenta del estado de las primeras iniciativas del sistema. Así, presentó el sello distintivo del SRC, que los adherentes al mismo podrán exhibir como certificación del cumplimiento de los lineamientos del sistema.

El primero de estos lineamientos, cuya aprobación está prevista para este mes de julio, será una directiva para simplificar y uniformizar la exhibición de información clave para el usuario, como la TREA y la TCEA, en piezas publicitarias.

Fernando Arrunátegui es Decano de la facultad de Gestión de ISIL. Ha sido Gerente de Productos y Servicios al Usuario de la SBS, Presidente (e) y Gerente General de Indecopi y miembro del Consejo Directivo de OSITRAN.

Eva Céspedes es consultora en mejora de procesos de la gestión pública para USAID y consultora en la gestión de la inversión pública para IFC del Banco Mundial. Ha sido Secretaria Técnica de la Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi y Gerente Municipal de Comercialización y Defensa al Consumidor de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

Lima, julio de 2012