

MANUAL DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS DE LA ASOCIACIÓN DE BANCOS

Tabla de contenido

| | | |
|-------------|--|-----------|
| I. | CONSIDERACIONES PRELIMINARES | 3 |
| II. | RELACIÓN BANCOS CON SUS CLIENTES..... | 3 |
| 1. | Transparencia y Seguridad de la información..... | 4 |
| 2. | Resguardo de la información confidencial | 4 |
| 3. | Publicidad y Promociones..... | 5 |
| 4. | Respeto y protección de los derechos del consumidor financiero | 6 |
| 5. | Características de Productos y Servicios..... | 7 |
| 6. | Servicio y atención al cliente y Seguridad en las Operaciones..... | 8 |
| 7. | Atención de reclamos | 9 |
| III. | RELACIÓN ENTRE BANCOS..... | 9 |
| 1. | Libre Competencia..... | 9 |
| 2. | Competencia Leal..... | 10 |
| 3. | Manejo de información confidencial..... | 10 |
| IV. | RELACIÓN DE LOS BANCOS CON LA SOCIEDAD..... | 11 |
| 1. | Relaciones con las Autoridades..... | 11 |
| 2. | Educación financiera y sustentabilidad del sistema bancario. | 11 |
| 3. | Prevención de Lavado de Activos y financiamiento del terrorismo y delitos de cohecho. | 12 |
| 4. | Principios del Ecuador | 12 |

| | |
|--|-----------|
| V. RELACIÓN DE LOS BANCOS CON SUS COLABORADORES | 13 |
| | |
| 1. Ambiente laboral | 13 |
| 2. Políticas de regalos, obsequios e invitaciones..... | 14 |
| 3. Conflictos de interés de los empleados | 14 |
| VI. CUMPLIMIENTO DEL MANUAL DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS..... | 15 |
| VII. DIFUSIÓN E INFORMACIÓN DEL MANUAL..... | 16 |
| VIII. VIGENCIA..... | 16 |

MANUAL DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS DE LA ASOCIACIÓN DE BANCOS

I. CONSIDERACIONES PRELIMINARES.

La confianza, transparencia, seguridad y la buena fe son la base de las actividades, negocios y servicios que realizan y/o prestan los bancos, sus empresas filiales y sociedades de apoyo al giro (en lo sucesivo, también, los “Bancos” o la “Banca”). Estos valores constituyen, a la vez, el fundamento de la relación con sus clientes, por lo que resulta conveniente modernizar los estándares de conducta o sanas prácticas comunes a todos quienes participen en la actividad bancaria, para los efectos de resguardar y facilitar estas relaciones de beneficio mutuo.

Con ese fin, el Directorio de la Asociación de Bancos ha acordado establecer un nuevo Manual de Conducta y Buenas Prácticas de la Banca (en adelante, indistintamente, el “Manual”), refundiendo y sistematizando los documentos denominados “Recomendaciones de la Asociación de Bancos en torno a la Conducta que deben observar las personas que presten sus servicios a la Banca” de 1996 y “Código de Conducta y Buenas Prácticas de Bancos e Instituciones Financieras” de 2007, e incorporando las recomendaciones contenidas en experiencias comparadas.

El Manual es aplicable a todos los miembros de la Asociación de Bancos y regulará la participación de sus funcionarios en las actividades que se desarrollen en ella.

II. RELACIÓN BANCOS CON SUS CLIENTES.

Los Bancos deberán prestar un servicio profesional y oportuno a sus clientes y al público en general, en el contexto de las políticas y procedimientos comerciales determinados por cada institución.

A modo ejemplar, los Bancos deberán tener presente las siguientes normas de conducta y buenas prácticas:

1. Transparencia y Seguridad de la información.

- a) Los Bancos mantendrán debida y oportunamente informados a sus clientes sobre las características, riesgos y condiciones de sus productos y servicios.
- b) Los Bancos entregarán la información antes señalada, regularmente por cualquier medio idóneo, ya sea a través de sus sucursales, o por medio del teléfono, página web, correo electrónico o información escrita al domicilio del cliente, o de cualquier otra forma que establezca nuestro ordenamiento jurídico.
- c) Asimismo, los Bancos, en el cumplimiento de la legislación vigente, velarán porque el contenido de su publicidad se adecúe a los medios en que se difunde, buscando claridad y transparencia.
- d) Los Bancos estarán disponibles para responder todas las inquietudes o consultas de sus clientes, respecto de sus productos, servicios e información publicada o enviada a los clientes y, además, habilitarán unidades de atención especializada, tales como *call centers*, mesas de ayuda, página web, canal de reclamos, etc.

2. Resguardo de la información confidencial.

Toda información que reciban los Bancos de sus clientes, que pueda encontrarse protegida por el deber de reserva o secreto bancario será debidamente resguardada, de manera tal que no podrá comunicarse o divulgarse públicamente, sino bajo las condiciones y en los casos que la legislación vigente lo establezca o autorice.

Los colaboradores de los Bancos que, en razón de su posición, cargo o función accedan a información confidencial o reservada relativa a los clientes y a sus operaciones, tienen la obligación de manejarla con ese carácter y nunca revelarla a personas ajenas a la institución.

La información de carácter público que se encuentre disponible en bancos de datos públicos, podrá ser comunicada por o a empresas relacionadas y/o socios comerciales de los Bancos, con el exclusivo propósito de dar a los clientes la oportunidad de acceder a mejores productos o servicios. La información que no se encuentre disponible en bancos de datos públicos sólo podrá ser comunicada a las empresas filiales y/o de apoyo al giro y/o socios comerciales de los Bancos, cuando el cliente lo haya autorizado expresamente y de forma previa.

3. Publicidad y Promociones.

a.- Los Bancos velarán porque el contenido de su publicidad, promociones e información al público, o visuales, electrónicos u otros, sea completa, clara, veraz y no se preste o induzca a confusiones o errores.

b.- Los Bancos procurarán que la información contenida en su publicidad sea explícita y se baste a sí misma, en adecuación al medio a través del cual se difunde, para que los clientes puedan entender con facilidad las características de una oferta determinada, forma de operar de un producto o requisito exigido para ello.

c.- Los Bancos deberán informar sus ofertas o promociones especiales de manera correcta, indicando en ellas las condiciones más relevantes, sus bases y la vigencia y restricciones de las mismas.

d.- Los Bancos podrán informar a sus clientes sobre sus productos o servicios, enviándole material publicitario o de promoción al o los domicilios y/o correo electrónico que éstos hayan registrado en cada Banco, en cumplimiento de la legislación vigente. Si el cliente comunicare su voluntad de no recibir esta información, el banco se abstendrá de hacerlo.

4. Respeto y protección de los derechos del consumidor financiero.

Los Bancos deberán resguardar el respeto y protección de los derechos de los consumidores y clientes en general, cumpliendo con los deberes establecidos en la regulación vigente.

Para lograr dichos objetivos, resulta fundamental que los consumidores financieros colaboren con los Bancos en esta materia, debiendo hacerles presente sus deberes y obligaciones, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- a) Mantener debidamente informado al banco, en forma oportuna, de todo cambio en sus datos personales (nombre, dirección, número telefónico, dirección de correo electrónico, etc.).
- b) Verificar regularmente los saldos de cuentas, montos de cuotas, de deudas, etc., y comunicar inmediatamente al Banco de cualquier error que pueda detectar, de modo que el Banco pueda regularizarlo, y/o colaborar con el Banco en eventuales análisis o investigaciones, si así fuere necesario.
- c) Tomar medidas especiales de resguardo para proteger sus chequeras, libretas, documentos bancarios, tarjetas de crédito, débito, o similares, sus claves o números secretos u otra información de seguridad, debido a que son de su exclusiva responsabilidad. Para ello, es fundamental que los clientes guarden estos elementos debidamente, y los utilicen con la mayor confidencialidad.
- d) Notificar de inmediato al Banco, en caso de extravío, pérdida o robo de documentos o información señalados en la letra c) anterior, utilizando especialmente los medios de información previstos por los Bancos para estos efectos, sin perjuicio de dar cumplimiento a la normativa legal vigente (ratificar por escrito órdenes de no pago, hacer publicaciones, gestiones judiciales cuando corresponda, bloqueo de cédulas de identidad, etc.).

- e) Protegerse debidamente en sus gestiones y operaciones a través de Internet, contando con los medios de protección frente a actividades ilícita de terceros (tales como virus informáticos, hurto de sus claves o números de acceso, acceso indebido a su computador, redirección ilícita del navegador, etc.).

5. Características de Productos y Servicios.

Será responsabilidad de los Bancos que sus productos y servicios tengan las siguientes características:

- a) Sean de calidad y operen en coherencia con los sistemas y procedimientos internos de cada Banco.
- b) Sean coherentes con las ofertas y la publicidad de las mismas.
- c) Operen bajo estándares de seguridad en niveles habitualmente aceptados en nuestro mercado para el tipo de producto y/o servicios de que se trate.

Los Bancos tomarán todas las medidas a su alcance para que la operación y funcionamiento de sus productos y servicios, así como los procesos asociados, cuenten con medidas de seguridad adecuadas para procurar evitar fraudes o situaciones irregulares. Igualmente, en lo que concierne a la seguridad de las comunicaciones y operaciones que se realicen a través de medios remotos, los Clientes deberán utilizar las herramientas que los bancos pongan a su disposición para proteger sus productos y operaciones, además de adoptar las demás medidas especiales de resguardo a que se refiere la letra c) del número 4 de la Sección II del presente Manual.

6. Servicio y atención al cliente y Seguridad en las Operaciones.

Los Bancos adoptarán las medidas necesarias para entregar o proveer de la mejor forma a sus clientes los productos y/o servicios ofrecidos. Para ello, procurarán:

- a) Dar una atención clara y cordial.
- b) Orientar e informar a sus clientes ante las consultas que formulen.
- c) Establecer procesos eficientes, con el objeto de poner a disposición de los clientes productos y/o servicios de calidad.
- d) Cumplir con los plazos ofrecidos y/o prometidos.
- e) Medir y controlar regularmente la calidad de servicio y atención a clientes y su grado de satisfacción, a fin de implementar las correcciones o modificaciones que fueren necesarias para mantener altos estándares en esta materia.
- f) Otorgar un servicio de atención que permita al cliente acceder y formular sus consultas en forma expedita.
- g) Los Bancos deben ofrecer la misma calidad y el mismo nivel de servicio a todos los clientes del respectivo segmento de negocio. La diferenciación de la estructura organizativa y de productos o servicios para distintos mercados objetivos, o la adopción de diferentes enfoques de los clientes en diferentes grupos de riesgo, no puede interpretarse como una discriminación o categorización de los clientes.
- h) Los Bancos deben contar con planes apropiados de contingencia que aseguren la continuidad de sus servicios, en aquellos casos en que se pueda ver afectado el normal funcionamiento de sus sistemas y/o servicios.

7. Atención de reclamos.

Los Bancos atenderán las consultas, solicitudes o los reclamos de sus clientes en forma oportuna, con buena disposición y procurando dar respuesta a las consultas y reclamos que se formulen oportunamente.

Para ello, dispondrán de unidades o áreas especializadas en el servicio y atención a clientes, que les permitan atender y recibir los reclamos, y dar orientación si fuere posible.

Las respuestas deberán ser emitidas con la prontitud y eficiencia que permita cada caso particular.

Cualquier diferencia o controversia con sus clientes deberá ser abordada en forma responsable respetuosa.

III. RELACIÓN ENTRE BANCOS.

Los bancos deben ajustarse a los siguientes principios en sus relaciones con los demás bancos:

1. Libre Competencia.

Todos los bancos deben cumplir con las normas vigentes en materia de libre competencia, en sus relaciones con sus proveedores y competidores, de acuerdo a los principios internos de cada Banco.

Por ello, a modo ejemplar, los bancos no podrán negociar o llegar a acuerdos entre ellos sobre precios, ofertas de productos, nivel de producción, reparto de clientes, mercados o cuotas, boicots a determinados clientes o proveedores, o cualquier otro supuesto que atente contra la libre competencia.

La Asociación de Bancos procurará recoger las recomendaciones contenidas en la Guía para las Asociaciones Gremiales desde la perspectiva de la libre competencia, impartidas por la Fiscalía Nacional Económica, en todo aquello

que sea posible implementar, atendida las características propias de su funcionamiento.

2. Competencia Leal.

Los Bancos deben competir de manera leal, por lo que deberán abstenerse de realizar declaraciones, actividades de publicidad y comportamientos que pueden suponer un abuso de posición dominante, denigrar la reputación de otros bancos y, en general, de la Banca.

3. Manejo de información confidencial.

Los Bancos desarrollarán e implementarán las políticas y normativa interna que asegure un adecuado cumplimiento de las obligaciones sobre reserva y secreto bancario contenidas en las regulaciones bancarias.

Asimismo, los Bancos deberán establecer políticas de conducta en el manejo de información privilegiada en el mercado de valores, y de cualquier otra información de carácter interno o de naturaleza altamente sensible, y que tenga especial regulación en la ley y normativas vigentes.

Especial cuidado debe ponerse en el manejo de información reservada relativa a planes de negocios, nuevos productos, métodos, sistemas y cualquier otro aspecto cuyo conocimiento por terceros resultare, real o potencialmente, en pérdida de ventajas para un Banco.

Respecto a aquellas operaciones que involucren la participación de más de una entidad bancaria, cada institución deberá tomar los resguardos necesarios para que la información sujeta a secreto o reserva bancaria de sus clientes, se encuentre debidamente protegida.

En ese contexto, quienes trabajen en los Bancos, deben abstenerse de difundir toda información con esta calificación, o que tenga alguna relación con las funciones que desarrolla y al mismo tiempo velar por evitar que ello ocurra.

IV. RELACIÓN DE LOS BANCOS CON LA SOCIEDAD.

La Banca tiene el compromiso de contribuir al desarrollo de la sociedad y de las personas que forman parte de ella.

1. Relaciones con las Autoridades.

Los bancos deben utilizar las instancias y canales previamente establecidos para comunicarse y relacionarse con las organizaciones e instituciones públicas, en un marco de respeto y colaboración con sus representantes y funcionarios, todo ello en el ámbito de sus competencias.

Todas estas actuaciones deben realizarse, dando cumplimiento a las disposiciones contenidas en la ley que regula el lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios.

2. Educación financiera y sustentabilidad del sistema bancario.

Los Bancos promoverán el desarrollo e implementación de programas de educación financiera de los ciudadanos, ofrecerán productos y servicios financieros transparentes y fomentarán la innovación financiera. Lo anterior, para los efectos de contribuir al establecimiento de las bases necesarias para un sistema bancario sostenible.

Un adecuado conocimiento de los productos y servicios financieros, sus riesgos y de las oportunidades que ofrece el sistema financiero, permite que los ciudadanos adopten sus decisiones económicas con una información adecuada.

3. Prevención de Lavado de Activos y financiamiento del terrorismo y delitos de cohecho.

La Banca chilena se encuentra comprometida en adoptar todos los resguardos necesarios para evitar que los servicios que preste y las transacciones que realice o que se realicen por su intermedio, constituyan “lavado de activos”. El lavado de activos genera desconfianza e inestabilidad en el sistema financiero.

Para estos efectos, los Bancos se sujetan a las normativas nacionales sobre la materia.

Por ello, los bancos deberán establecer políticas, prácticas y procedimientos adecuados, incluyendo normas de conocimiento del cliente, que promuevan altos estándares éticos y profesionales en el sistema financiero, para los efectos de evitar que los Bancos y sus colaboradores incurran en los delitos contemplados en nuestro ordenamiento jurídico.

Los bancos deberán adoptar y establecer políticas, normas y procedimientos en conformidad a la Ley N° 20.393, sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas.

4. Principios del Ecuador.

Los Principios del Ecuador (PE) son la referencia del sector financiero para determinar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales de los proyectos. Están basados en la Política y Normas de Desempeño sobre Sostenibilidad Ambiental y Social de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y en las Guías Generales sobre Medio Ambiente, Salud y Seguridad del Banco Mundial.

Los PE son aplicables a la financiación de proyectos nuevos y expansiones significativas mediante cuatro productos financieros: asesoramiento en la financiación de proyectos, financiación de proyectos, préstamos corporativos vinculados a proyectos y préstamos puente.

Los bancos pertenecientes a la Asociación de Bancos adhirieron a estos principios en octubre de 2008.

V. RELACIÓN DE LOS BANCOS CON SUS COLABORADORES.

1. Ambiente laboral.

Los bancos deberán desarrollar e implementar un ambiente de trabajo saludable, que facilite el desarrollo profesional y humano de sus colaboradores. Para lograr un buen clima laboral, los bancos promoverán los siguientes principios:

- a) El respeto a las personas.
- b) El desarrollo de las habilidades de sus empleados, a través de capacitaciones.
- c) El reconocimiento de los méritos de sus empleados.
- d) Un ambiente de trabajo saludable y óptimo.
- e) La igualdad de oportunidades y la no discriminación.
- f) El desarrollo integral, profesional y personal de sus empleados, estableciendo políticas laborales que promuevan el equilibrio trabajo y familia.
- g) Políticas en materia de prevención de riesgos laborales, para lograr un entorno de trabajo confortable y seguro.
- h) Establecer canales de denuncia adecuados para que sus empleados puedan informar, respecto a situaciones irregulares que puedan afectar su seguridad o el desarrollo de un buen ambiente laboral.

2. Políticas de regalos, obsequios e invitaciones.

Cada banco deberá establecer en su normativa interna, con claridad y precisión sus políticas respecto de regalos, obsequios e invitaciones que reciban o realicen las instituciones bancarias o sus empleados, sin perjuicio de reconocerse la costumbre de intercambiar u otorgar regalos de carácter simbólico, práctica que acepta, siempre y cuando ello no signifique, bajo ninguna circunstancia, un compromiso o influencia no deseada, que afecte la independencia, imparcialidad o integridad de los empleados de los Bancos.

3. Conflictos de interés de los empleados.

Los Bancos desarrollarán e implementarán las políticas y procedimientos que tengan por finalidad evitar todo conflicto que pueda surgir entre los intereses de la institución con los personales del respectivo empleado, sean éstos de índole patrimonial o de cualquier otro tipo, que hagan prudente la no intervención o participación de sus miembros en las relaciones con personas, sociedades u organizaciones de cualquier naturaleza que pretendan, propongan o se encuentren realizando actividades económicas, financieras, comerciales o de índole pecuniaria de cualquier clase, a través o por intermedio del Banco, o directamente con éste.

La relación de los trabajadores de los Bancos con sus clientes, proveedores y funcionarios públicos deberá enmarcarse siempre dentro de las políticas y procedimientos internos determinados por cada Banco.

Los Bancos deberán fomentar la prevención de este tipo de situaciones y precisarán los conflictos de interés en sus normativas internas, estableciendo los procedimientos de denuncia, declaración y sanción de los mismos.

VI. CUMPLIMIENTO DEL MANUAL DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS.

Corresponderá al Directorio de la Asociación velar por la correcta interpretación y aplicación de las normas del Manual de Conducta y Buenas Prácticas, para lo cual promoverá la aplicación del principio de la buena fe en todas las decisiones que adopte.

Para los efectos antes mencionados, corresponderá al Directorio de la Asociación, absolver las consultas que formulen los Bancos sobre la aplicación del Manual y conocer de las infracciones al mismo.

En el desarrollo de estas funciones, el Directorio de la Asociación garantizará en todo momento el pleno ejercicio de las garantías inherentes al debido proceso, debiendo comunicar al banco o institución financiera afectada los cargos y los antecedentes que los fundamenten, y el procedimiento que contemple al menos la oportunidad y plazo para presentar sus descargos y el período de prueba durante el cual pueda acreditar los hechos en que funda su defensa.

El Directorio adoptará sus decisiones con el voto conforme de la mayoría absoluta de sus miembros, expresando las consideraciones en las cuales se fundamenta la decisión en relación al cumplimiento del presente Manual, comunicando lo resuelto a la institución bancaria o financiera que corresponda.

Cuando existan antecedentes a disposición de la Asociación de Bancos que comprometan la conducta de personas que presten o hayan prestado servicios en la administración de un banco o institución financiera como Director, Gerente, ejecutivo principal o empleado, se remitirán dichos antecedentes a dichas instituciones para los efectos de que esta última adopte las medidas o sanciones que correspondan, siempre de conformidad con su reglamentación interna.

Asimismo, corresponderá al Directorio definir las instancias y canales a través de los cuales la Asociación dará a conocer su posición ante la opinión pública o ante cualquier entidad o autoridad que así lo requiera, respecto de aquellas situaciones que puedan involucrar a la banca.

VII. DIFUSIÓN E INFORMACIÓN DEL MANUAL.

Los Bancos informarán a sus empleados mediante los sistemas de difusión electrónica interna de que dispongan o a través de cualquier otro medio de modo que el presente Manual se difunda al interior de la organización. Para el debido conocimiento de los clientes de los Bancos publicarán el presente Manual en sus sitios internet.

VIII. VIGENCIA.

El Manual entrará en vigencia una vez aprobado por el Directorio de la Asociación y se publicará en su sitio internet (www.abif.cl).