

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

El cliente es lo que da sentido a todo lo que hacemos en BBVA Banco Continental. Nuestro compromiso es ofrecerle un servicio de calidad para acompañarlo en las principales etapas de su vida, aportándole a tiempo la mejor solución.



Número de clientes

1.227.189

Número de clientes *on-line* del Banco

97.000

Nivel medio de satisfacción de cliente

79,4%

Calidad, satisfacción y atención del cliente

El compromiso de BBVA Banco Continental con sus clientes se construye sobre la idea de que consolidar la calidad del servicio ofrecido se traduce en una mejora de la productividad comercial y, al mismo tiempo, en la generación de confianza. Para BBVA Banco Continental, estos dos elementos son requisitos fundamentales para lograr una relación comercial con los clientes de manera sostenible.

Al igual que años anteriores y con el objetivo de medir la calidad de servicio percibido por el cliente interno, se realizó la Encuesta Interna de Calidad a través de Espacio Perú, continuando con una buena valoración, por encima de 4 (sobre un puntaje máximo de 5). El análisis de los resultados de esta medición nos ayudará a identificar las áreas de mejora en las que debemos trabajar para asegurar el éxito en la relación Cliente-Proveedor Interno, variable fundamental para orientar la estrategia a seguir y alimentar los planes de acción futuros.

Nivel de satisfacción de clientes particulares	Perú		
	2007	2006	2005
Mediciones externas propias C.A.C.O.	79,4	81,8	83,6

Continuando con nuestras mediciones internas, trimestralmente se realizó la Evaluación de la Atención Telefónica, en la cual se obtuvo una calificación general de 4.64 (sobre 5).

Se revisó la aplicación del Sistema de Gestión de Calidad según los requisitos de la ISO 9001:2000 en los procesos auditados en AFP Horizonte: “Proceso de Inversiones de los Fondos de Pensiones”; y en Fondos Continental: el “Diseño-Desarrollo y Procesos de Gestión para Administrar la Familia de Fondos Mutuos BBVA”, apreciando un adecuado cumplimiento con la Política de Calidad y sus objetivos, contribuyendo a la satisfacción del cliente y la mejora continua de sus procesos.

Con el fin de tener una segunda instancia distinta a la primera, el BBVA Banco Continental, al igual que las principales entidades financieras del país, está adscrito al servicio que brinda el Defensor

Reclamaciones presentadas ante el servicio de atención al cliente en el Perú

	2007	2006
Resueltas totalmente a favor del cliente	56,55%	59,93%
Resueltas a favor del banco	43,45%	40,07%
Total	100,00%	100,00%

A diferencia del cálculo efectuado en el 2005 y 2006 no se está considerando la tercera opción A favor del cliente parcialmente y se ha recalculado en base a los dos indicadores que aparecen en el cuadro.

Número medio de días en resolver una reclamación

Medio de interposición	2007	2006	2005
Defensor del Cliente Financiero	19	12	15
Indecopi	17	13	11
Superintendencia de Banca y Seguros	20	18	26
Reclamaciones internas	11	12	11
Total	67	55	63

Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria

	2007	2006	2005
SBS	72	55	69
Indecopi	63	61	73
Total	135	116	142

SBS = Superintendencia de Banca y Seguros.
Indecopi = Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

del Cliente Financiero (DCF), a través de la Asociación de Bancos.

El DCF es una segunda instancia a la que puede recurrir un cliente para la resolución de su reclamo o cuando inicialmente fue declarado improcedente en una institución financiera. Esta instancia es independiente; actúa como mediadora y árbitro imparcial, defendiendo los derechos de los clientes.

Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio

En el año 2007 la Unidad de Transformación y Productividad de BBVA Banco Continental planteó nuevos retos basados en el plan estratégico del Banco, para lo cual se estableció tres ejes de actuación:

- Estar disponibles cuándo y donde el cliente lo requiere.
- Contar con productos y servicios acordes con la propuesta de valor al cliente.

- Consolidar la imagen del Banco en términos de Calidad de Servicio.

Estos ejes sirvieron para enfocar y alinear los recursos a los objetivos del Banco y permitirán priorizar y balancear los trabajos en los siguientes años.

Junto con las diferentes áreas del Banco se definieron y trabajaron proyectos de mejora sobre procesos priorizados según el impacto en la percepción del cliente sobre la Calidad del Servicio.

Con las Áreas de Negocio, Asesoría Jurídica, Operaciones Centralizadas, GAT y Business Partner se trabajó el Circuito de Bastanteo de Poderes, optimizando el tiempo de espera para poder operar una cuenta corriente. El proyecto ha implementado las mejoras procedimentales, estando en desarrollo las mejoras informáticas y la migración a la nueva aplicación con las mejoras propuestas.

También se revisó el circuito de apertura de cuentas de pasivo, proponiendo facilidades para los gestores en esta labor, y se trabajó en el proyecto de automatización del proceso de apertura masiva de cuentas, encontrándose las propuestas en desarrollo. Un punto adicional que resultó de este último estudio fue el simplificar la captura y registro de firmas, lo cual se incluirá en un próximo proyecto.

En equipo con Desarrollo Comercial, se implementó en las oficinas los llamados Saldomáticos para que los clientes puedan realizar consulta de saldos y operaciones básicas sobre sus cuentas. Se ha culminado la etapa piloto y se está trabajando en un plan de instalación a nivel de toda la red. También se trabajó en la optimización del segmentador de colas, con la finalidad de mejorar la atención en oficinas, liberando la carga operativa en esta gestión.

De igual manera, y por ser fundamental para el crecimiento y la oferta de productos, se trabajó el proyecto de Base de Datos de Clientes. Se establecieron los datos mínimos del cliente, alertas automatizadas por inconsistencias o cambios en la información que tenemos registrada, evaluándose la conve-



Hugo Eyzaguirre. Defensor del Cliente Financiero ASBANC

«La Oficina del Defensor del Cliente Financiero fue creada como una instancia que busca prevenir y resolver los conflictos que puedan suscitarse entre clientes y entidades prestadoras de servicios financieros. Es un órgano autónomo de carácter privado que actúa como mediador y árbitro entre la entidad financiera y el cliente, privilegiando la conciliación. La Defensoría ofrece a los clientes la ventaja de poder presentar sus reclamos gratuitamente ante un órgano especializado en temas financieros. Sus funciones son: resolver los reclamos, conciliar a fin de conseguir un arreglo amistoso y dar recomendaciones a las entidades financieras con el propósito de mejorar su relación con los clientes.»

nencia de apoyar este proyecto con campañas de actualización de datos que liderará Desarrollo Comercial.

Aprovechando la nueva tecnología para comunicaciones bajo la plataforma VOIP, también se inició el proyecto de Filtro Telefónico, que permite disminuir la congestión de llamadas en las oficinas, dirigiendo a los clientes a una mesa de ayuda o a las plataformas de atención, el mismo que se concluirá en el 2008.

Con la finalidad de optimizar el soporte a nuestro modelo de gestión integral del cliente se continuó con las mejoras de nuestro Módulo Corporativo de Atención de Reclamos. Se implantó una nueva versión, la cual recoge mejoras, como reducción de pantallas, nuevas funcionalidades de búsqueda de trámites, modificación de datos en la captura del reclamo, entre otras.

Se trabajó en el proyecto Evolutivo de Reclamos para reforzar la funcionalidad del módulo, promover el uso correcto del aplicativo, reducir la carga operativa en oficinas y mejorar el tiempo de respuesta de los reclamos. También se realizó el acotamiento de centros de derivación y la simplificación de los motivos utilizados en el aplicativo.

A fin de liberar trabajo operativo y mejorar el proceso de gestión de los reclamos en las oficinas, en coordinación con Márketing y Operaciones Centralizadas, se optimizó el circuito de análisis, resolución y comunicación de reclamos por el producto Tarjetas de Crédito y Débito y por motivo de Operaciones No Reconocidas (comercios, internet y en el extranjero), estableciéndose políticas y delegaciones para ese fin. Se materializaron compromisos a través de la oferta de valor a nuestros clientes – Garantía 2.

Los logros de estos proyectos nos han llevado a evaluar y definir un nuevo reto para el 2008, que es la centralización de la atención de todos los reclamos.

Ley de Transparencia

En el marco de la Ley de Transparencia, nuestro Banco viene cumpliendo con las normas vigentes en materia de protección al consumidor, transparencia de información y atención al usuario, dispuestas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS).

Habiéndose establecido los mecanismos necesarios para absolver de manera oportuna las consultas y reclamos que formulan los usuarios, nos encontramos en un proceso de creación de una Uni-

dad especial para la centralización de todos los reclamos de nuestros clientes.

Nuestra empresa se preocupa por mantener a disposición de nuestros clientes y público en general toda la información necesaria que conlleve a brindar una adecuada orientación, para lo cual permanentemente se actualizan comunicados, tarifarios y afiches publicados, así como nuestra Página Web.

Los reclamos se gestionan tratando de no incurrir en tiempos excesivos, y dependiendo de la naturaleza de los mismos. Se lleva un registro mecanizado de las reclamaciones a nivel nacional, lo que nos permite controlar la efectividad en las respuestas y tomar medidas preventivas orientadas a mejorar nuestro servicio.

Sobre la base de las observaciones que efectuara la SBS, se han ido realizando las rectificaciones y adecuaciones necesarias. Se han optimizado circuitos y procesos. Por ejemplo, se ha mejorado el control en las entregas de cartas respuesta a los clientes, lo que permite perfilar la fecha real de recepción de nuestras comunicaciones.

En nuestro afán de conocer la satisfacción de nuestra clientela, realizamos estudios de satisfacción en diferentes segmentos de clientes de nuestras unidades de negocio, entre cuyos puntos se evalúa el atributo Atención de Reclamos. En los dos últimos estudios con clientes de Banca Minorista realizados por Atento en el año 2007, este atributo tuvo una valoración de 4.26 en julio y 4.31 en noviembre, respectivamente (escala 1-5).

En 2007, se coordinó con la Unidad de Servicios Jurídicos para desplegar un programa para continuar la capacitación en el tema sobre “Ley de Transparencia y Protección al Consumidor”, al cual asistieron los colaboradores de nuestro Banco.

Accesibilidad a servicios financieros

Canales de atención disponibles para nuestros clientes:

- **Oficina Bancaria Tradicional.** Todos los servicios de Banca, y cuenta con ventanillas para atender todas las transacciones financieras.

- **Cajeros Automáticos.** Operaciones de retiro de efectivo, consultas de cuentas, transferencias y pagos de servicios básicos.

- **Banca por Internet Personas.** Consultas de Saldos, Movimientos de todas las cuentas que el cliente tenga en el Banco, pagos de tarjetas, préstamos,

letras, servicios básicos, pagos a empresas e instituciones, transferencias, operaciones interbancarias y al exterior; operaciones y consultas de Fondos Mutuos, compra-venta de Valores en Bolsa.

•**Banca por Internet Persona Jurídica.** Dirigida principalmente a la pequeña y mediana empresa, permite realizar consultas de saldos y movimientos de todas las cuentas de la empresa, pago de préstamos, transferencias, pago de servicios básicos, pago a empresas e instituciones, pago a proveedores, pago de sueldos a sus empleados, operaciones interbancarias y al exterior.

•**Banca por teléfono.** Consultas de Saldos, Movimientos de todas las cuentas que el cliente tenga en el Banco, pago de tarjetas, préstamos, letras, servicios básicos, pagos a empresas e instituciones, transferencias, consultas de Fondos Mutuos.

•**Agente Express.** Nuevo canal, en período de expansión y difusión, actualmente permite Consultas de Saldos, Movimientos, pago de tarjetas, préstamos, letras, servicios básicos, pagos a empresas e instituciones, transferencias.

•**Saldo Express.** Nuevo canal, en plena implementación, permite al cliente autoatenderse para operaciones de consultas de saldos, movimientos, transferencias.

•**POS.** Pagos en comercios con cargo a la cuenta bancaria (Tarjeta de Débito).

Transacciones por canales

Canal	Transacciones (%)
Oficina Banca Tradicional	36,0
Cajeros automáticos	25,0
Banca por Internet Personas	14,5
Banca por Internet Persona Jurídica	17,0
Banca por teléfono	2,0
Agente Express	0,7
POS	4,8
Total	100,0

Como consecuencia del desarrollo constante en estos productos, BBVA Banco Continental fue distinguido por *Global Finance* como el Mejor Banco para Particulares *On-Line* en Perú por su adecuada estrategia para prestar servicios en línea y aumentar el número de clientes que usan internet para sus operaciones con la entidad.

Los bancos ganadores se seleccionaron sobre la base de criterios como la fortaleza de la estrategia para atraer y prestar servicios a los clientes en línea; el éxito en lograr que los clientes utilicen las funcionalidades en internet; el crecimiento del número de clientes en línea; la amplitud en la gama de productos ofrecidos; la evidencia de beneficios tangibles por el uso de las funcionalidades en internet; y el diseño y funcionalidad del sitio web.

INCLUSIÓN FINANCIERA

Poder acceder a servicios financieros es uno de los más importantes factores que contribuyen a que las personas puedan tener un futuro mejor. En BBVA Banco Continental trabajamos para facilitar a nuevos segmentos de la población el acceso a los servicios financieros.

Fundación para las Microfinanzas
Plan de bancarización de América Latina
Banca para inmigrantes

Dinero Express:
Cuota de clientes

20%

Financiación de consumo
(millones de soles)

1.034

BBVA Banco Continental entiende la inclusión financiera como parte de su responsabilidad sobre el desarrollo de comunidades locales, ya que se trata de integrar en el sistema financiero aquellos sectores de la población potencialmente excluidos por sus bajos ingresos y sus escasas oportunidades de acceso al crédito.

La inclusión financiera, ADN de la política de Responsabilidad Corporativa y principio integrado en la estrategia de negocio



Fundación BBVA para las Microfinanzas

BBVA, en el marco de su estrategia de responsabilidad corporativa, creó en 2007 la Fundación BBVA para las Microfinanzas, una entidad sin ánimo de lucro dedicada a promover el acceso al crédito

to y a los servicios financieros de las personas con bajos ingresos, con especial atención a aquellas áreas poco desarrolladas social y económicamente. La finalidad de la Fundación es consolidarse, a medio plazo, como una de las mayores redes microfinancieras de América Latina y del mundo. La Fundación asume el compromiso de reinvertir el 100% de los beneficios generados.

La estrategia de la Fundación radica en impulsar las microfinanzas a través de alianzas y participaciones en entidades microfinancieras con probada presencia local y solvencia en la gestión de estos recursos. Asimismo, y como complemento de las microfinanzas, la Fundación llevará a cabo programas de capacitación profesional, innovación tecnológica y buenas prácticas de gobierno corporativo que ayudarán a crear un entorno más propicio para el desarrollo de las microfinanzas.

La actividad inicial de la Fundación se centra en América Latina, con una atención prioritaria a los países donde está presente el Grupo BBVA. Además, en 2007, la Fundación adquirió participaciones mayoritarias en dos entidades peruanas (Caja Rural de Ahorro y Crédito Nor Perú, y Caja Rural de Ahorro y Crédito del Sur), que fusionará en 2008, y creará una nueva entidad regulada en Colombia, con la colaboración de Corporación Mundial de la Mujer-Bogotá y Corporación Mundial de la Mujer-Medellín. A fina-

les de 2007, estas cuatro entidades atendían a casi 200.000 clientes, lo cual supone, si se incluyen los familiares dependientes, una cifra cercana al millón de

Porcentaje de participación (a diciembre 2007)	
	(%)
Caja Nor Perú	98,14
Caja Sur	55,7

personas beneficiadas por el trabajo de la Fundación.

La Fundación para las Microfinanzas es una institución independiente del Grupo, tanto en su gobierno como en su gestión. Por esta misma razón, y para asegurar la independencia de los proyectos desarrollados, BBVA se desvincula de las acciones emprendidas por la Fundación o de las entidades que ésta adquiere para el cumplimiento de sus fines.

En el Perú, la Fundación BBVA para las Microfinanzas firmó un convenio con el Banco de la Nación para compartir locales. Entre los acuerdos tomados destaca el fin de facilitar el acceso a más lugares y, por ende, a más personas. En estos espacios la Fundación instalará módulos de atención al público.

Locales compartidos con el Banco de la Nación	
Departamento	Localidad
Arequipa	Aplao
	La Punta
	Matarani
	Ocoña
	Atico
	Orcopampa
Tacna	Locumba
	Candarave
	Tarata
Moquegua	Omate
	Torata

Plan de bancarización de América Latina

Como parte de su compromiso con la inclusión financiera, BBVA lanzó en 2007 el Plan de Bancarización, un proyecto que persigue impulsar el acceso a los productos y servicios financieros por parte de nuevos segmentos de la población en América Latina. La innovación y el uso de las nuevas tecnologías lo hacen posible gracias al desarrollo de nuevos modelos de negocio que permiten alcanzar menores costes y desarrollar otros canales de relación con los clientes. Un buen ejemplo de innovación al servicio de las personas.

En el caso del Perú se han definido tres pilares para asentar la estrategia de bancarización:

•**Producto:** Bajo el concepto “El Banco en la tarjeta” se busca que la tarjeta sea el centro de la relación con el cliente, otorgando financiación y facilitando las transacciones económicas, la asignación de crédito, el pago de nóminas, el pago de remesas recibidas del extranjero, etc.

•**Procesos:** La accesibilidad requiere del desarrollo de la multicanalidad, un uso intensivo de canales tecnológicos alternativos a la red de oficinas tradicional para gestionar el servicio a los clientes, lo que permite ampliar la red de distribución de productos y el acceso a servicios.

•**Riesgos:** Disponer de herramientas de gestión del riesgo que aseguren el correcto desarrollo de este proceso integral y segmentado.

Plan de Bancarización		
	Dic. 2007	Dic. 2006
Número de clientes activos	1.227.189	1.050.596
Número de clientes financiados	217.518	165.939
Financiación de tarjetas (millones de soles)	485	336
Financiación de consumo (millones de soles)	1.034	765

Jorge Delgado Aguirre. Gerente Fundación BBVA para las Microfinanzas

«Sin inclusión financiera no se puede hablar de inclusión social, ni de acceso a la educación ni a la salud... Por lo que la misión de Fundación BBVA para las Microfinanzas es la promoción de accesibilidad financiera como instrumento de un futuro mejor para las personas de escasos recursos en las zonas urbanas y rurales que, hoy por hoy, no tienen acceso alguno. La inclusión que buscamos es fomentar el acceso al crédito y a la actividad financiera de las personas desfavorecidas, a través de las microfinanzas, con el objetivo de ayudarlas a satisfacer sus necesidades básicas y, muy especialmente, a emprender actividades productivas de pequeña escala, contribuyendo así a mejorar su nivel de vida y a fortalecer el desarrollo sostenible de las sociedades donde se actúa».



Para los segmentos poco bancarizados o de Bajo Valor, el 2007 se creó el producto Suedazo, el cual tiene por objetivo atacar, mediante las Fuerzas de Ventas, los segmentos con ingresos menores de S/.1.200 que tienen pago de haberes con el Banco y cuya oferta de valor se centra en la rapidez en el desembolso y una oferta de hasta 4,5 veces el sueldo.

Banca para inmigrantes

RECEPCIÓN Y COBRO DE REMESAS DEL EXTERIOR
Desde setiembre de 2002 BBVA Banco Continental ofrece el servicio de recepción de Remesas del Exterior con pago en efectivo o con Abono en cuenta. Este servicio se ofrece gracias al convenio con BTS (Bancomer Transfer Service), el cual tiene a su vez convenios con operadores en todo EE.UU., España y el resto de países de Europa.

Al cierre de diciembre de 2007 se ha logrado el 20% de la cuota de Remesas recepcionadas a través

del Sistema Financiero, y se estima 7% del total de Remesas que ingresan al país.

Características del producto:

- Recepción y cobro de remesas del exterior, No-Clientes en las oficinas de BBVA Banco Continental. Los clientes pueden recibir sus abonos en cuenta o cobrar en las ventanillas de oficina.

- Países concentradores del envío: España, EE.UU., Canadá. También se reciben de otros países europeos, pero principalmente se concentran en España.

En cuanto al acceso a servicios financieros y no financieros, destacan los siguientes:

- Servicios de recepción y cobro de dinero.
- Cuenta remesas para recepción de depósitos.
- Tarjeta Remesas: Tarjeta de Débito para receptores de remesas.

Para más información sobre la Cuenta Remesas, puede consultar en la web www.bbvabancocontinental.com, en la zona “Productos Para Ti / Depósitos”.