

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 ACOMPAÑARLE EN LAS PRINCIPALES ETAPAS DE SU VIDA, APORTÁNDOLE A TIEMPO LA MEJOR SOLUCIÓN.



CALIDAD, SATISFACCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

La satisfacción del cliente es la prioridad para BBVA Banco Continental, ello se refleja en el ofrecimiento de un adecuado nivel de calidad en atención así como un incremento en la productividad comercial de nuestras redes de distribución.

De esta forma, el Banco aspira a consolidar tanto la fidelidad como la confianza de sus clientes. En esta

dirección, el objetivo último es primar y desarrollar funciones de mayor valor añadido que satisfagan mejor los intereses y necesidades de los clientes. Por ello se han buscado soluciones diferenciales adaptadas a las necesidades reales de los usuarios -particulares y pequeñas empresas- en la actual coyuntura.

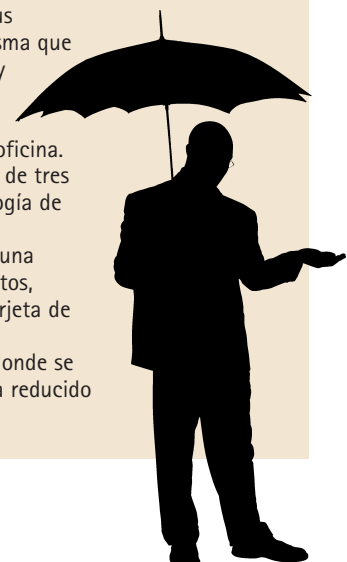
Por el lado de calidad en la atención, en 2008 se creó el Cuadro de Mando de Calidad, el cual es una herramienta de diagnóstico exclusivo para cada oficina que permite al Gerente y su equipo establecer pla-

Tarjeta Coordinadas: una herramienta contra el fraude electrónico

Para contrarrestar la inseguridad en la Banca por Internet y darles una mayor seguridad a sus clientes, BBVA Banco Continental ha lanzado al mercado la "Tarjeta de Coordinadas", la misma que posee una serie de números ordenados, en forma de coordenadas (intersección de columna y fila), que serán solicitados de manera aleatoria para hacer operaciones financieras en línea. "Con esta nueva tarjeta, los usuarios podrán sentirse totalmente seguros y hacer sus transacciones con total confianza frente a una computadora en la comodidad de su casa u oficina. Cada vez que haga una transacción en línea, el usuario tendrá que ingresar una coordenada de tres números que será la clave para la operación", sostuvo Juan Carlos Zurita, gerente de Tecnología de BBVA Banco Continental.

Esta tarjeta, además de ser gratuita, presenta una serie de beneficios como el hecho que es una tarjeta para cada cliente, con lo cual los códigos de las coordenadas serán totalmente distintos, evitando así la posibilidad de repetición de un código. Asimismo, y a comparación de una tarjeta de débito, no se requiere memorizar ninguna clave.

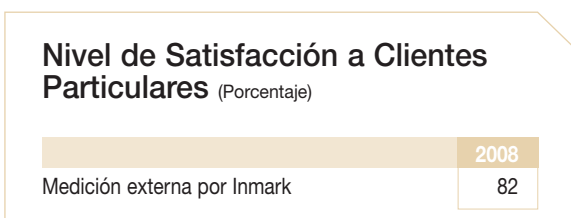
La eficiencia de esta nueva herramienta ha sido probada en países como España y México, donde se registran numerosos intentos de delitos informáticos. El uso de la Tarjeta de Coordinadas ha reducido de manera sustancial los ataques de los *hackers*.



nes de acción propios para mejorar los niveles de atención. Este Cuadro de Mando cubre los principales aspectos relacionados a la atención de clientes en oficinas: Amabilidad y trato, rapidez y agilidad en las gestiones, presentación, conocimiento de productos y servicios ofrecidos por el Banco, infraestructura y confort de oficina, operatividad de los canales de atención, entre otros.

En cuanto a la productividad, se dio inicio al Plan de Optimización de Procesos Comerciales, que tiene como objetivo principal mejorar los tiempos de atención a clientes en cada una de las gestiones que realizan con el Banco y como consecuencia de ello incrementar la productividad de ventas de nuestras redes de distribución.

Como consecuencia de la combinación de estos dos aspectos, en el 2008 se creó el nuevo Indicador de Productividad con Calidad. El conjunto de estas acciones ha permitido que la valoración de satisfacción por parte de los clientes sea de 82% en 2008*, lo que significa que se ha alcanzado una valoración “satisfactoria” bajo los estándares de esta medición.



Continuando con nuestras mediciones internas trimestrales, se realizó la Evaluación de Atención Telefónica, en la cual se obtuvo una calificación general de 4.01 de 5 puntos. Así mismo, se implementó el sistema del “Cliente Incógnito” con lo cual se obtuvo un resultado de 4 sobre 5 puntos.

Por otro lado, una de las más importantes fuentes de insatisfacción de los clientes es la gestión no responsable de las reclamaciones. En este sentido, BBVA Banco Continental lanzó un gran hito en gestión de reclamaciones en 2008: La implementación del CAR –una dependencia de Operaciones Centralizadas, encargada de concentrar todos los reclamos de nuestros clientes– permitiendo la mejora continúa de nuestro servicio.

El Centro de Atención de Reclamos (CAR), se encuentra dentro de la Unidad de Operaciones Centralizadas, siendo responsable de la gestión y atención de reclamos (análisis, evaluación, decisión y respuesta al cliente) que son ingresados a través del Sistema de Atención de Reclamos (SAR), aplicación web implementada por el Banco para la atención, registro y procesamiento. Además, permite el registro en línea del reclamo y el registro de la fecha real de la recepción de la carta respuesta por el cliente.

El objetivo es reducir la carga operativa en oficinas por la atención de reclamos (registro, evaluación, derivación, seguimiento y comunicación). Asimismo, con la estandarización por tipo de reclamo (producto-motivo-sub motivo). Es así que se tiene como misión optimizar el tiempo de atención e identificar el origen de los mismos por producto o servicio, centralizando el monitoreo de todos los reclamos ingresados.

El CAR se encarga también del registro de reclamos que se presentan a través de la Alta Dirección, organismos externos y comisionados: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y la Propiedad Intelectual, Defensor del Cliente Financiero cuyas respuestas a dichos entes cuentan con la asesoría del área de Servicios Jurídicos.

Con este proyecto, el Banco supera con creces tanto las exigencias legales vinculadas a la gestión de reclamaciones, como aquellas relacionadas con el control de cumplimiento de las normas de transparencia y defensa del cliente. Una buena práctica que permite a BBVA Banco Continental anticiparse a la competencia, responder de forma eficiente a las nuevas normativas al respecto y fortalecer la confianza y la fidelidad de sus clientes.

Con esta iniciativa, implementada en todo el Grupo BBVA, se pretende disponer de un proceso estructurado y coordinado de transformación y mejora de los modelos de gestión de reclamaciones; reporte externo, corporativo y local; así como de un activo institucional diferencial con especial impacto en materia de responsabilidad y reputación.

Otra de las líneas de trabajo principales de 2008 está en relación con la permanente búsqueda de la mejora del servicio ofrecido a los clientes. Así, BBVA Banco Continental ha impulsado una revisión metodológica de la Voz del cliente interno para las áreas centrales y las unidades staff de áreas de negocio. Los avances en la identificación de las relaciones internas

*Comportamiento Financiero de los Particulares – Calidad de servicio e Imagen. Grupo Inmark 2008.

de cliente y proveedor entre las distintas unidades permiten identificar más fácilmente posibles mejoras en los procesos internos.

Para BBVA Banco Continental, uno de los instrumentos más importantes en su apuesta por la mejora continua y la satisfacción del cliente es la figura del Defensor del cliente financiero. Se trata de un profesional independiente cuya función es proteger y defender los intereses de los clientes cuando éstos consideran que sus derechos se han visto vulnerados por alguna actuación de la empresa.

Desde 2005, el Banco cuenta con el Oficial de Atención al Usuario quien canaliza las solicitudes y demandas que los clientes reportan a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. El Oficial debe supervisar la implementación y funcionamiento del Sistema de Atención al Usuario. Este sistema debe cumplir con las siguientes funciones:

- Protección al consumidor y transparencia de la información.
- Atención de consultas y reclamos.
- Capacitación al personal.

SEGURIDAD, PROTECCIÓN AL CLIENTE Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

La información reservada de la que dispone BBVA Banco Continental sobre los clientes, ya sean personas físicas o jurídicas, y sus operaciones, tienen siempre el carácter de confidencial. Con el fin de garantizar la seguridad de sus sistemas informáticos y cumplir eficazmente las exigencias legales en materia de secreto bancario y de protección de datos de carácter personal, el Banco viene adoptando diversas normas y procedimientos. Un compromiso que se complementa con el Código de conducta del Grupo, que contiene un apartado específico sobre protección de datos y donde el secreto bancario constituye, legal y éticamente, un punto de partida tanto para la empresa como para los propios empleados. En este sentido, debe destacarse que en BBVA Banco Continental, durante el ejercicio 2008, no se han dado casos de sanciones relevantes con relación al cumplimiento operado en estas materias con relación a clientes y accionistas.

El Banco trabaja activamente en la prevención y detección de todos los tipos de fraude electrónico a

través de una unidad denominada Fraude y Seguridad de la Información, encargada de vigilar la confidencialidad e integridad de los datos de los clientes. Esta unidad lucha sin interrupción contra todas las amenazas que puedan afectar la información de los clientes del Banco, realizando esta labor de forma coordinada con los demás Bancos que forman parte del grupo BBVA.

Reclamos presentados ante el Servicio de Atención al Cliente en Perú (Porcentaje)

	2008	2007	2006
Resueltas totalmente a favor del cliente	47,98	56,55	59,93
Resueltas a favor del Banco	14,23	43,45	40,07
En proceso de evaluación	37,79	0	0
Total	100	100	100

Número medio de días en resolver un reclamo

Medio de Interposición	2008	2007	2006
Defensor del Cliente Financiero	19	19	12
Indecopi	19	17	13
Superintendencia de Banca y Seguros	18	20	18
Reclamaciones Internas	9	11	12
Total	65	67	55

Número de reclamos ante la autoridad suprabancaria

	2008	2007	2006
Superintendencia de Banca y Seguros	55	72	55
Indecopi*	99	63	61
Total	154	135	116

*Instituto Nacional de Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

TRANSPAREN- CIA, PUBLICIDAD Y ETIQUETADO

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, Seguros y AFP (SBS). Habiéndose establecido los mecanismos necesarios para absolver de manera oportuna las consultas y reclamos que formulan los usuarios, el 15 de julio de 2008 se centralizó la atención de los reclamos presentadas por clientes de Banca Minorista, en una unidad especializada denominada Centro de Atención de Reclamos (CAR).

BBVA Banco Continental se preocupa por mantener a disposición de sus clientes y público en general toda la información necesaria que conlleve a brindar una adecuada orientación, para ello actualiza permanentemente comunicados, tarifarios y afiches publicados, así como su portal web.

El Banco cumple rigurosamente con las normativas que rigen en el país en cuanto a información y etiquetado de los productos. Vale precisar que toda la publicidad del Banco (sin importar el medio de difusión –radio, televisión, afiches, mailing, entre otros) es sometida a una previa evaluación por el área de servicios jurídicos, quien valida si dicha publicidad cumple con la normativa legal y sobre todo con lo referente a la protección al consumidor, evitando difundir publicidad engañosa. La Norma de Transparencia de información y disposiciones es aplicable a la contratación con usuarios del sistema financiero.

En 2008, se capacitó a los colaboradores del Banco sobre “Ley de Transparencia y Protección al Consumidor”, tema a cargo de la Unidad de Servicios Jurídicos.

MULTI- CANALIDAD

El reto de BBVA Banco Continental es que las personas tengan todo el Banco a su disposición de forma constante por medio de los canales directos, pensados para poder realizar cualquier operativa. Por esta razón, la multicanalidad es un valor añadido; cada canal convive con los demás y todos son compatibles y complementarios.

Además de la red de oficinas (253) y la red de Cajeros Automáticos (499), los principales canales directos con los que el banco cuenta son:

•**Canal Internet:** El portal web de BBVA Banco Continental (www.bbvabancocontinental.com) registró más de 27 millones de transacciones y un crecimiento de 20% de clientes (115.975) usuarios de Banca por Internet.

En 2008, BBVA Banco Continental ha mantenido el compromiso, adquirido en 2005, de accesibilidad de la información a las personas con discapacidad, para ello cumple con los estándares más avanzados relacionados con la accesibilidad web.

•**Canal Telefónico:** La Banca Telefónica, disponible 24 horas al día durante los 365 días del año. En 2008, registró más de 7 millones de llamadas por medio de IVR (Respuesta de Voz Interactiva) y recibió más de 2.5 millones de llamadas en servicios de atención telefónica que han permitido acercar los productos y servicios del Banco a sus clientes.

•**Canal Móvil:** Gracias al canal SMS, los clientes del Banco pueden acceder a servicios financieros mediante sus teléfonos móviles. En 2008, más de 1.3 millones de mensajes cortos fueron enviados con información financiera.

•**Canal Agente Corresponsal:** Se incrementó el número de Agentes Corresponsales que atienden a nuestros clientes, creciendo en 200 puntos adicionales. Este nuevo canal esta en plena consolidación teniendo un crecimiento transaccional, en el último año, de 120% con más de 1 millón de transacciones en 2008.

Es destacable, en este último año, la implementación de Módulos Banca Express en todas las oficinas de la red. Se implementaron 218 Módulos Telefónicos, que permiten a los clientes sin costo alguno el acceso a la Banca Telefónica para realizar consultas, operaciones, presentar reclamos, realizar solicitud de productos, y 208 Módulos de Saldos y Operaciones, equipos de auto atención que permiten a los clientes realizar consultas de saldos, movimientos y realizar operaciones teniendo un documento impreso como constancia de su consulta u operación realizada.

Para reforzar este compromiso de multicanalidad con el cliente, también se firmó un acuerdo con una red de cajeros (GlobalNet) que permitió a todos los clientes que conforman el programa Mundo Sueldo (que reciben sus sueldos a través de cuentas en BBVA Banco Continental) el poder ser atendidos sin Costo Adicional en más de 1.200 Cajeros Automáticos adi-

cionales a la red propia del Banco, permitiéndoles tener acceso a 1700 cajeros Automáticos, siendo la red de Cajeros Automáticos más grande del Perú.

Transacciones por canal (Porcentaje)

Canal	Transacciones %
Oficinas	28
Cajeros Automáticos	26
Banca por Internet	15
Banca por Internet Empresas	17
Banca Móvil-SMS	1
Banca por Teléfono	4
Agente Express	1
Agente Express Plus	1
Módulo de Saldos y Operaciones	1
POS (débito)	6
	100

Como consecuencia del desarrollo constante en estos productos, BBVA Banco Continental fue distinguido por la revista *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.

Canales de atención

Oficinas a Nivel Nacional	
Red Minorista	233
Banca Patrimonial	1
Red Banca Mayorista	19
Total	253
Cajeros Automáticos	
Lima	336
Provincia	163
Total	499
Agentes Express + Plus	
Lima	218
Provincia	250
Total	468
Módulo de Saldos y Operaciones	
Lima	146
Provincia	62
Total	208
Módulos Telefónicos	
Lima	152
Provincia	66
Total	218
Total General	1.646