



CODIGO DE BUENAS PRACTICAS BANCARIAS
DE LAS INSTITUCIONES MIEMBROS
DE LA
CAMARA DE ENTIDADES FINANCIERAS

Julio 2009

ÍNDICE

CONSIDERACIONES PRELIMINARES	Pág.3
CAPITULO I	
1 AMBITO DE APLICACIÓN	Pág. 4
1.1 Libre Competencia	
CAPITULO II	
2 PRINCIPIOS GENERALES DE COMPORTAMIENTO	Pág.5
2.1 Integridad y debida diligencia	
2.1.1 Intereses de las partes	
2.1.2 Confidencialidad	
2.1.3 Difusión .	
2.2 Transparencia y Veracidad en la Información	
CAPITULO III	
3 COMPROMISOS CON LOS CLIENTES	Pág,7
CAPITULO IV	
4 PRODUCTOS	Pág.8
CAPITULO V	
5 ATENCION AL CLIENTE	Pág, 9
CAPITULO VI	
6 ATENCION DE RECLAMOS	Pág,10
CAPITULO VII	
7 VIGENCIA Y ACTUALIZACION	Pág. 11
CAPITULO VIII	
8 SANCIONES	Pág. 12

CONSIDERACIONES PRELIMINARES

Así como oportunamente la Cámara de Entidades Financieras resolvió aprobar un Código de Etica con el convencimiento firme de que el cumplimiento estricto de los deberes éticos es un elemento esencial para el desarrollo del sector financiero uruguayo, se acuerda también aprobar un Código de Buenas Prácticas Bancarias con el fin de contribuir a mantener la calidad del servicio bancario y la reputación de las empresas .

El presente Código tiene por finalidad estipular principios y valores generales que rijan las actuaciones de las instituciones miembros fomentando la diligencia, transparencia y veracidad de la información suministrada en relación a los servicios que ellas prestan.

Establece estándares de buenas prácticas bancarias de tipo general que se espera cumplan como mínimo las instituciones miembros .

La adhesión al presente Código implica el compromiso a seguir las reglas incluidas en él y cumplir fiel y lealmente las obligaciones que se contraigan en beneficio del cliente.

Ello no obstará al permanente mejoramiento de los niveles de transparencia y calidad de los servicios que brindan las instituciones miembros, ni limita en ningún modo que las instituciones adopten un nivel de desarrollo superior a los compromisos aquí asumidos.-

Su redacción refleja el compromiso gremial de continuar con el mejoramiento progresivo de la gestión empresarial de sus asociados.

La entidades arbitrarán los medios para que todo su personal, incluyendo el personal superior, cumpla con lo estipulado en el mismo, sin perjuicio de otros códigos de conducta propios de las instituciones miembros, del cumplimiento de disposiciones legales vigentes, de la Recopilación de Normas del BCU y del Código de Etica de la Cámara, cuya disposiciones se entienden incorporadas en el presente Código.

CAPITULO I

1.- AMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código busca el manejo transparente y ético de la conducta de todas las instituciones miembros o de aquellas instituciones que hayan solicitado su adhesión al mismo.

Será de aplicación obligatoria de todas las instituciones miembros de la Cámara de Entidades Financieras , o a partir de la fecha de aceptada y formalizada la solicitud de adhesión en caso de incorporaciones posteriores..

Se aplicará tanto en la sede central de la institución como para sus sucursales ..

Sin perjuicio de que el espíritu del presente código es aplicarlo a la actividad de intermediación financiera en general, comprenderá específicamente los productos y servicios que ofrecen las instituciones a sus clientes.

1.1. Libre competencia.-

Todas las instituciones miembros reconocerán los derechos de libre competencia de las demás entidades socias de la Cámara y alentarán una sana cooperación para el cumplimiento de los objetivos del presente Código.

CAPITULO II

2.- PRINCIPIOS GENERALES DE COMPORTAMIENTO

2.1. Integridad y Debida Diligencia

Las instituciones miembros deberán actuar con el máximo grado de integridad , aplicando el máximo sentido de justicia y claridad en todas las actuaciones profesionales.

Las instituciones miembros trabajarán para mejorar la calidad del servicio, dando lo mejor de si planificando y supervisando responsablemente su actividad profesional .

Prestarán sus servicios con la máxima competencia y atención debida.

2.1.1 Intereses de las partes.-

Toda relación contractual buscará la equidad necesaria y deseada para garantizar el equilibrio de las partes por los tanto las instituciones miembros en cada relación con el cliente deberá ponderar el interés del cliente además del suyo propio y deberá informar al cliente en aquellas ocasiones que detecte conflicto de intereses que puedan afectar a la objetividad de sus juicios.

Deberán siempre velar por los intereses de sus clientes y actuar con integridad.

El personal de las instituciones no hará uso de su posición o de la información adquirida para sus propios intereses particulares o los de un tercero. Su accionar deberá ser transparente respecto a los actos que adopte y deberá explicar sus actuaciones cuando le sea solicitado .

2.1.2 Confidencialidad.-

Las instituciones miembros deberán guardar reserva y confidencialidad sobre la información de los clientes según la legislación nacional vigente.

Aún cuando haya cesado la relación con el cliente las instituciones miembros tratarán la información referida a los mismos con la misma reserva y confidencialidad.

La información solo se dará a conocer a terceros por pedido expreso del cliente o por orden judicial.

2.1.3 Difusión

Las instituciones miembros deberán difundir el presente Código y arbitrarán los medios para que su personal cumpla con lo estipulado en él , independientemente de la difusión de otros códigos a los cuales pueda estar adherida la institución.-

2.2 Transparencia y veracidad en la información

Las instituciones miembros se comprometen a proporcionar a los clientes de manera transparente, clara y veraz la información sobre los productos y servicios que ofrecen evitando omitir datos esenciales que induzcan a errores o forzando la elección del cliente hacia algún producto o servicio que no lo necesita.

Deberán explicar adecuadamente a sus clientes la forma como operan sus productos y servicios. La información ofrecida deberá contener las características esenciales de cada producto o servicio así como los costos, tributos o comisiones de los mismos. Claramente deberán explicarse el esquema de costos antes de establecer el contrato de servicio.

Deberán informar debidamente al cliente en los casos que ciertas prestaciones puedan ser modificadas, canceladas o no renovadas y sobre los principales riesgos que incurre el cliente en el uso de determinado producto o servicio contratado, teniendo en cuenta la sofisticación del producto y del cliente.

En caso de que el cliente comunicase su voluntad de no recibir información, deberán darle a conocer debidamente los canales de información alternativa.

Las instituciones miembros deberán estar disponibles para responder todas las inquietudes o consultas de sus clientes respecto de sus productos o servicios.

Toda documentación escrita dirigida al cliente deberá contar con leyendas claras que permitan comprender los conceptos que lo componen.

CAPITULO III

3.- COMPROMISOS CON LOS CLIENTES.-

Las instituciones miembros se comprometen a:

- 3.1. Actuar de manera leal, diligente, transparente y justa frente al cliente en relación con los productos y servicios ofrecidos y/o contratados.
- 3.2. Ejecutar los compromisos asumidos con profesionalidad y lealtad.
- 3.3. Proporcionar a los clientes de manera transparente, clara y veraz la información sobre los productos y servicios que ofrecen evitando omitir datos esenciales que induzcan a errores.
- 3.4. Implementar mecanismos para identificar al cliente minorista y al profesional
- 3.5. Responder y recibir diligentemente cualquier reclamo y/o queja que realice el cliente mediante el sistema de atención de reclamos y realizar los mecanismos necesarios para su adecuada corrección.-
- 3.6. Las instituciones miembros no se eximirán de responsabilidad por vicios de cualquier naturaleza de los productos o servicios que ofrezcan a sus clientes salvo que una norma de derecho lo habilite o por cualquier causa justificada.
- 3.7. Se abstendrán de utilizar los actos otorgados por el cliente como la firma de documentos en blanco para fines distintos de los anunciados al momento de requerirlos
- 3.8. No cobrar cargos por servicios que no han sido prestados y que no hayan sido previamente acordados con el cliente.

CAPITULO IV

4.- PRODUCTOS.-

Las instituciones miembros harán sus mejores esfuerzos para que los productos que ofrezcan operen bajo los mejores estándares de calidad y seguridad para el tipo de producto o servicio que se trate.

Implementarán mecanismos que identifiquen a sus clientes como minoristas o profesionales. Una vez identificados, los mismos deberán ser tratados de forma tal que el personal que esté brindando el servicio quede convencido de que el cliente comprendió las características del producto en su totalidad y los riesgos que asume. Cuando sea necesario se darán folletos explicativos.

Ante una solicitud de un producto o servicio por parte de un cliente, las instituciones serán responsables de que se opere en concordancia con los procedimientos internos de cada institución.

Mantendrán debidamente informados a sus clientes sobre los cambios de las características de sus productos y servicios y definirán los preavisos que se brindarán en caso de modificaciones en las condiciones pactadas.-.

Las instituciones deberán asegurarse de que sus clientes tomen conocimiento ya sea a través de los términos y condiciones del contrato de apertura de cuenta o en los contratos específicos cuando contratan el producto, de toda la información necesaria y de que cuentan con una completa información de las distintas etapas de la relación contractual y de los compromisos que asume la institución con relación al buen funcionamiento de los productos y servicios que ofrece.

CAPITULO V

5.- ATENCIÓN AL CLIENTE.-

Las relaciones de las instituciones miembros con sus clientes se desarrollarán en un ambiente de cordialidad y armonía .

Pondrán a disposición de sus clientes canales de atención ya sea vía telefónica, por escrito o por internet para evacuar cualquier consulta.

Las instituciones miembros diligenciarán la forma que permita al cliente acceder y formular sus consultas en forma expedita.-

CAPITULO VI

6.- ATENCIÓN DE RECLAMOS

Las instituciones miembros deberán contar con canales de atención y recepción de reclamos para atender los reclamos de los clientes diligentemente conforme a las circunstancias.

Informarán sobre todos los canales de atención y ofrecerán a sus clientes una forma que les permita formular sus quejas ante cualquier diferencia o controversia.-

Cualquiera sea el procedimiento de reclamos establecido por la institución deberá ser ampliamente difundido y puesto en conocimiento de los clientes.

Atenderán los reclamos de sus clientes con, diligencia, buena disposición y procurando obtener la mayor información que le sea posible buscando la mejor forma de atender y recibir reclamos . Harán sus mejores esfuerzos por corregir de manera oportuna y eficiente las fallas que pudieran presentar sus servicios.

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

Las instituciones deberán designar un responsable de la función de atención de reclamos que velará por los derechos de los clientes reconocidos legalmente así como en las buenas prácticas bancarias.

Las instituciones pondrán en conocimiento de los clientes el procedimiento de contacto para realizar los reclamos.

Deberán dar una respuesta a los reclamos recibidos dentro de un plazo razonable que nunca podrá superar los plazos legales.

Las instituciones miembros se comprometen a ejercer una supervisión constante del estado de los reclamos presentados a fin de asegurar una pronta respuesta.

En caso de que un tema no pueda ser solucionado en forma inmediata, el personal de la institución le indicará -a pesar de que será debidamente publicitado- , la posibilidad y el procedimiento de realizar una reclamación formal y que en caso de que el problema no pueda ser resuelto en los plazos razonables el cliente podrá presentar su reclamo directamente al Banco Central del Uruguay

CAPITULO VII

7.- VIGENCIA Y ACTUALIZACION

Este Código entrará en vigencia desde que sea informado públicamente por la Cámara de Entidades Financieras .

En caso de incorporaciones futuras entrará en vigencia una vez aceptada la solicitud de adhesión por parte del Consejo Directivo de la Cámara.

Si por cualquier circunstancia , tanto voluntaria como forzada fuera revocada su adhesión, la institución deberá instrumentar los medios para que no figure ninguna mención publica o interna de su condición de miembro adherente.

Periódicamente se realizarán actualizaciones cuya frecuencia no podrá superar los TRES AÑOS teniendo en cuenta las sugerencias de los asociados y los eventuales cambios de normativa.

En cualquier momento las partes adherentes podrán solicitar una revisión. Requiriéndose la aprobación de la Asamblea para su modificación.-.

CAPITULO VIII

8.- SANCIONES.-

Las instituciones deberán tener un mecanismo sancionatorio para aplicar a su personal que incumpla con algunos de los preceptos del presente código.

En caso de que la Cámara de Entidades Financieras tome conocimiento del incumplimiento del presente código por parte de una institución adherida, podrá aplicar las sanciones que estime convenientes pudiendo llegar incluso a resolver la pérdida de la calidad de miembro asociado. Para dicho extremo se deberá contar con la aprobación de la Asamblea General.

--- 000 ---

Montevideo, julio de 2009

Aprobado por el Directorio de Exprinter (Uruguay) S.A. en sesión del 31 de Julio del 2009