

DIRECCIÓN DE ASISTENCIA AL CLIENTE BANCARIO

Calidad de Atención en la SBIF

La calidad de atención que los Bancos entregan a los clientes ha sido propósito y consecuencia del actuar de la Superintendencia. Esta entiende que la calidad de atención al cliente refleja un sistema sano y estable, lo que se encuentra comprendido en el mandato legal que rige a esta institución.

Para ello, la SBIF ha generado proyectos y planes coordinados con la política institucional definida previamente. Estas acciones se han enfocado en dos direcciones:

I. Hacia los Bancos:

1. Grupos de trabajo.

Existen dos Grupos de Trabajo: uno conformado por los Gerentes de Calidad de Servicio, y el segundo por los Gerentes de Marketing.

En ambos, los principales objetivos son perfeccionar los mecanismos de información al cliente, propiciar el establecimiento de mejores prácticas comerciales, y establecer sólidos canales de comunicación con cada entidad.

2. Evaluación de gestión.

Se incorporó el tema calidad de atención al cliente dentro de la evaluación de gestión que este organismo realiza, tema que tiene una ponderación importante en la calificación final de los procesos de fiscalización de cada entidad.

3. Norma sobre Transparencia de la Información.

En marzo del año pasado se emitió un marco regulador general sobre los principios que deben regir para una debida transparencia. Se propicia mayor homogeneidad y claridad en la información que las entidades deben poner a disposición de los usuarios de los servicios bancarios. Esta norma eleva los estándares de calidad de la información a disposición de los clientes.

4. Fomento a la entrega de más y mejor información por parte de los bancos a los clientes.

II. Hacia los clientes y público en general:

La Superintendencia entiende que la calidad de atención al cliente refleja un sistema sano y estable, de ahí la importancia de tener clientes mejor informados sobre sus derechos y obligaciones.

El Departamento de Atención al Público y la Unidad de Transparencia enfocan su accionar hacia el cliente haciendo que la industria sea más cercana a ellos.

1. Educación financiera y transparencia de la información.

La SBIF ha fomentando una relación mas estrecha con los clientes del sistema, entregándoles continuamente información clara y oportuna de carácter preventivo. Esta labor la realiza a través de tres canales de comunicación:

a. Charlas educativas a distintos grupos de interés.

El objetivo de estas charlas ha sido promover entre las personas, el conocimiento de los productos y servicios financieros, sus beneficios, costos, obligaciones y riesgos. Bajo el nombre “Promoviendo la cultura financiera” se ha reforzado el concepto de endeudamiento responsable, entre la comunidad.

A esta fecha, se han dictado 52 charlas a entidades, tanto del sector público como privado, abarcándose un total de 2.500 asistentes aproximadamente. Estos encuentros se han desarrollado tanto en Santiago como en regiones (Viña del Mar, Iquique, Antofagasta, Concepción).

b. Cápsulas radiales

Emitidas desde abril del año 2008, los mensajes difundidos han desarrollado los conceptos de “endeudamiento responsable” y “lee bien por tu bien”. En todos los casos, el objetivo principal ha sido generar conocimiento en la población, tanto de los productos financieros disponibles, así como de sus derechos y responsabilidades al hacer uso de ellos.

Considerando la actual emisión, ya se han realizado 5 campañas en total, todas con una duración de 3 semanas y de cobertura nacional a través de la red Archi.

c. Información en sitios Web

A través de los tres sitios Web que desarrolla la Sbif, continuamente se entrega información de tarifas de los principales productos ofrecidos tanto por bancos, cooperativas, como las principales casas comerciales. Además, en estos sitios se han dispuesto herramientas de cálculo (simuladores y calculadoras) que permiten a los clientes tomar conocimiento de los precios y condiciones actuales del mercado.

www.sbif.cl

www.clientebancario.cl (pronto a su lanzamiento)

www.bancafacil.cl

,

2. Atención a los clientes de las entidades supervisadas.

- a. La SBIF, a través del Departamento de Atención de Público, entrega apoyo a los clientes que han tenido problemas con alguna de las entidades que supervisa. Esta atención la realiza por diferentes vías:

- presencial, en su oficina de atención de público,
- telefónica, a través de su Centro de Atención Telefónica
- presentaciones por escrito

- b. Se suscribe acuerdo con el SERNAC que permite recibir por su intermedio las presentaciones escritas fuera de Santiago y que son competencia de este Organismo. Por su parte, la SBIF capacita periódicamente a los funcionarios de Sernac Facilita, para que puedan prestar una asistencia completa y direccionar correctamente la presentación.

El número de atenciones según tipo de canal, para el año 2008, fue el siguiente:

		N° atenciones
Atención presencial		
	Atención directa	9.464
	Atención de deudas	109.826
Internet		
	Informe de deudas	49.554
Call Center		
	N° consultas telefónicas	32.745
Presentaciones escritas		
	Presentaciones	8.554

- c. Se implementó el sistema de extranet para gestionar las presentaciones escritas que se reciben, lo que facilita su seguimiento, reduce el tiempo de respuesta y ofrece mayor seguridad.

3. Seminarios y charlas regionales.

Se imparten seminarios en regiones a funcionarios de bancos del área de Atención Clientes, los que se orientan a mejorar tanto el esquema de atención a clientes, como a la calidad de las respuestas entregadas frente a reclamos por escrito. Por otra parte, y con la colaboración de la Cámara de Comercio local, se dictan charlas orientadas a que los clientes cuenten con una mejor información acerca del sistema financiero y entidades que supervisa.

En el marco de esas mismas visitas, la SBIF se reúne con representantes del SERNAC y con los medios de comunicación locales.

Comentario final

La evolución que ha tenido el tema “Calidad en la Atención del Cliente” ha sido importante. En efecto, en menos de una década se lograron consolidar las bases que hoy permiten generar elementos cuyo propósito principal es garantizar el bienestar del cliente bancario y las buenas prácticas de la industria local.