

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LAS RELACIONES DE LAS EMPRESAS FINANCIERAS CON EL USUARIO

1. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código (Código) es aplicable a las empresas financieras agremiadas a la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) en su relación con el usuario.

A efectos de la aplicación del Código, entendemos por usuario a la definición establecida en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

2. FINALIDAD

Las empresas agremiadas a ASBANC son conscientes de la importancia que significa mejorar y afianzar las relaciones con los usuarios. Por ello, el presente documento busca establecer principios que contribuyan a generar confianza y mejorar la relación con el usuario.

A fin de cumplir con dicho objetivo, las empresas, vía autorregulación, han identificado siete principios que contribuyen a mejorar y afianzar la relación con el usuario. Estos son: inclusión financiera y educación financiera, transparencia de información, calidad de atención y orientación, gestión de reclamos, prácticas de negocio, seguridad y gestión de cobranzas.

Finalmente, las empresas convienen que la adopción y puesta en práctica de estos principios incidirán positivamente en las relaciones con los usuarios.

3. COMPROMISO

Las empresas se comprometen a hacer esfuerzos sistemáticos tendientes a incorporar en su cadena de valor, la implementación de los principios contenidos en el presente Código.

Las empresas están adheridas al Sistema de Relaciones con el Consumidor de ASBANC y se comprometen a cumplir con los Lineamientos que éste, a través de sus instancias de decisión, apruebe y emita para mejorar las relaciones con el usuario.

4. CUMPLIMIENTO

Las empresas designarán a un funcionario responsable de lo dispuesto en el Código, quien a su vez se encargará de completar el Cuestionario de Autoevaluación que forma parte del presente documento.

Es recomendable que este funcionario cumpla con una de las siguientes condiciones:

Ser un funcionario de primer o segundo nivel de línea de reporte al Gerente General dentro de la empresa; o,

Realizar las funciones de Oficial de Conducta de Mercado; o,

Ser funcionario responsable de la banca minorista de la empresa.

Dicha designación deberá ser informada, por carta o correo electrónico, a ASBANC dentro de cinco días útiles de suscrito el Código.

5. DIFUSIÓN E INFORMACIÓN

Los resultados del Cuestionario de Autoevaluación que integra el Código serán publicados en la página web de la empresa, en la página web de ASBANC y, en caso la empresa lo considere pertinente, podrá emplear otros mecanismos de difusión e información.

La publicación de los resultados del Cuestionario de Autoevaluación se realizará en el mes de setiembre de cada año, a partir del 2016.

6. PRINCIPIOS

6.1. INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA: La empresa se preocupa por fomentar la inclusión financiera y educación financiera, entendida esta última como el esfuerzo en brindar al usuario criterios básicos financieros como la importancia del ahorro y su protección, la relación entre riesgo y rentabilidad, la función de intermediación de las empresas, etc., a fin de contribuir con su bienestar financiero.

- a) La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera.
- b) La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios.
- c) La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera.
- d) La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla.

6.2. TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN: La empresa se preocupa por brindar al usuario información relevante, veraz, apropiada, oportuna, transparente, confiable y de fácil comprensión sobre sus productos y servicios.

- a) La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios.

- b) La empresa realiza acciones para mejorar la claridad de la información que brinda a sus usuarios, facilitando la comprensión de las características y condiciones de los productos o servicios contratados.
- c) La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad.
- d) La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación.

6.3. CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN: La empresa vela porque el usuario sea debidamente atendido.

- a) La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario.
- b) La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial.
- c) La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios.
- d) La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio

6.4. GESTIÓN DE RECLAMOS: La empresa promueve una adecuada gestión de los reclamos de sus usuarios.

- a) La empresa cuenta con canales de atención de reclamos de fácil acceso y procura brindar respuesta en un plazo menor al establecido en la regulación.
- b) La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla.
- c) La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar la calidad de atención en forma comprensible y sencilla.

6.5. PRÁCTICAS DE NEGOCIO: La empresa vela porque sus prácticas de negocio se encuentren alineadas a la conducta de mercado, promoviendo la confianza de los usuarios.

- a) La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios.

- b) La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores.
- c) La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados.
- d) La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos.
- e) La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes.

6.6. SEGURIDAD: La empresa promueve mecanismos de seguridad integral para el usuario.

- a) La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece.
- b) La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude.
- c) La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios.

6.7. GESTIÓN DE COBRANZAS: La empresa asegura que existan adecuadas prácticas de cobranza.

- a) La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios.
- b) La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza.

7. VIGENCIA

La empresa se compromete a desarrollar esfuerzos sistemáticos para implementar las disposiciones del presente código sobre la base de la realidad específica de cada entidad.

Este compromiso se pone en vigencia al momento que el Gerente General de la empresa lo suscribe.

8. SUPERVISIÓN

La Gerencia de Relaciones con el Consumidor de ASBANC supervisará: (i) el envío oportuno del Cuestionario de Autoevaluación de la empresa, que será desarrollado en el mes agosto de cada año, a partir del 2016; y, (ii) la publicación del mismo en la página web de cada empresa.

El resultado de la supervisión será comunicado al Comité de Relaciones con el Consumidor, quien decidirá si debe ser puesto en conocimiento de la Gerencia General de la entidad supervisada.

9. ACTUALIZACIÓN

Este Código será revisado y actualizado con una frecuencia no mayor a dos años, contado a partir desde su entrada en vigencia.

ANEXO CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera?	X	
EXPLICACION: <i>Santander Consumer Bank, en alianza con Enseña Perú, ha desarrollado un programa de emprendimiento escolar dirigido a estudiantes de 4° y 5° de secundaria de tres instituciones educativas. Esta iniciativa busca fortalecer las habilidades emprendedoras de los estudiantes mediante el desarrollo de ideas de negocio y brindarles herramientas que faciliten su futura inserción en el mercado laboral. Además, el programa incorpora educación financiera, abordando conceptos como el ahorro, las tasas de interés y los préstamos, con el propósito de fomentar una toma de decisiones financieras de manera responsable e informada.</i>		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios? Explique sobre las iniciativas desarrolladas	X	
EXPLICACION: <i>Dentro de nuestro programa de bienestar Be Healthy, impulsamos el pilar de Bienestar Financiero, orientado a fortalecer los conocimientos y habilidades financieras de nuestros colaboradores. Como parte de esta iniciativa, ofrecemos capacitaciones en finanzas personales, impartidas por líderes referentes de la organización, quienes comparten herramientas y buenas prácticas para promover una gestión financiera responsable y contribuir al bienestar integral de nuestros equipos.</i>		

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera? Explique el impacto que han tenido en la sociedad.	X	
EXPLICACIÓN: <i>El Banco realiza el seguimiento de sus iniciativas de educación financiera mediante indicadores como: número de beneficiarios alcanzados, participación en las capacitaciones y la ejecución de los programas. A través de iniciativas como el programa de emprendimiento desarrollado junto a Enseña Perú y las capacitaciones de finanzas personales del programa Be Healthy, se promueve el fortalecimiento de conocimientos financieros, el desarrollo de competencias para la empleabilidad y la toma de decisiones financieras responsables, beneficiando a estudiantes y colaboradores.</i>		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Dentro de nuestro programa de bienestar Be Healthy, impulsamos el pilar de Bienestar Financiero, orientado a fortalecer los conocimientos y habilidades financieras de nuestros colaboradores. Como parte de esta iniciativa, ofrecemos capacitaciones en finanzas personales, impartidas por líderes referentes de la organización, quienes comparten herramientas y buenas prácticas para promover una gestión financiera responsable y contribuir al bienestar integral de nuestros equipos.</i>		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: <i>En Santander Consumer Bank buscamos mantener una escucha activa de nuestros clientes para comprender sus necesidades y brindarles la información necesaria que les permita tomar decisiones informadas sobre los productos y servicios que ofrecemos. Para ello, contamos con diversos mecanismos que nos permiten identificar de manera proactiva sus expectativas, inquietudes y oportunidades de mejora:</i> • <i>Equipos de venta y atención al cliente: nuestros colaboradores recogen y trasladan a las áreas responsables de producto las inquietudes, necesidades, sugerencias, consultas y reclamos de los clientes. Asimismo, proporcionamos de forma proactiva información sobre nuestros productos y servicios a través de diversos canales de atención, tanto presenciales (agencias, fuerza de ventas y Banca Telefónica) como digitales.</i> • <i>Redes sociales: a través de estos canales, nuestros clientes pueden realizar consultas y solicitudes, las cuales son atendidas en un plazo menor a 24 horas, con el objetivo de resolver oportunamente sus necesidades de información.</i> • <i>Encuesta “Pulso”: una vez realizada una transacción, nuestros clientes tienen la posibilidad de responder una encuesta enviada por correo electrónico, mediante la cual comparten su experiencia. Esta retroalimentación nos permite identificar oportunidades de mejora y tomar acciones concretas para fortalecer la calidad de nuestro servicio.</i>		

Pregunta 6

	SI	NO
¿La empresa realiza acciones para mejorar la claridad de la información que brinda a sus usuarios, facilitando la comprensión de las características y condiciones de los productos o servicios contratados?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Nuestros lineamientos de comunicación establecen las pautas para relacionarnos con los clientes de manera cercana, sencilla y transparente. Promovemos una comunicación directa, con un lenguaje claro, simple y fácil de comprender, que nos permita generar confianza y conectar de forma empática con sus necesidades.</i> <i>Asimismo, nuestros equipos comerciales reciben capacitaciones permanentes sobre las características, beneficios y condiciones de los productos y servicios que ofrecemos. Además, cuentan con las herramientas y recursos necesarios para brindar una asesoría adecuada, resolver consultas y acompañar a los clientes en la toma de decisiones informadas.</i>		

Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Todas las piezas publicitarias son elaboradas, revisadas y filtradas por Marketing para asegurar que el mensaje sea claro y comprensible para el cliente, que se estén respetando las pautas de nuestra normativa interna y los Lineamientos de Publicidad de Asbanc. Además, se validan con el área de Conducta de Mercado y Asesoría Legal, para asegurar la transparencia y objetividad de la información antes de su publicación.</i>		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Todas las piezas publicitarias del banco incorporan los parámetros legales vigentes y los Lineamientos de Publicidad de Asbanc. Asimismo, las piezas son revisadas y aprobadas por Conducta de Mercado y Asesoría Legal antes de su producción y publicación.</i>		

CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	X	
EXPLICACIÓN: <i>En Santander Consumer Bank contamos con un sistema de medición llamado La Voz del Cliente, basado en ciclos de aprendizaje en tiempo real que permite escuchar a nuestros clientes a través de encuestas después de cada interacción, aprender de la retroalimentación identificando áreas de oportunidades, utilizando herramientas de análisis para identificar tendencias y actuar sobre las áreas que podemos mejorar, este sistema cuenta con actividades clave como seguimiento del indicador, disciplinas (rutinas) estandarizadas en todos nuestros canales de atención para mantener la excelencia en el servicio, el enfoque en el cliente y la venta con Calidad.</i>		

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial?	X	
EXPLICACIÓN: <i>El banco ofrece una cobertura integral a nivel nacional a través de una variedad de canales de atención. Estos incluyen agencias y oficinas especiales, además de contar con canales alternativos como los Agentes Corresponsales. En cuanto a los canales no presenciales, destacamos nuestro aplicativo móvil, que permite a los clientes realizar operaciones transaccionales de manera segura y eficiente. Además, ofrecemos el servicio de banca telefónica para resolver consultas de nuestros clientes, proporcionando así una atención rápida y conveniente sin necesidad de desplazamientos.</i>		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Sí. La empresa verifica que sus colaboradores estén capacitados para atender adecuadamente a los usuarios mediante un modelo integral de aprendizaje que incluye procesos de inducción, programas de formación continua, cursos normativos, certificaciones obligatorias y evaluaciones de conocimientos. Por ejemplo, en la red de agencias, cuenta con iniciativas como el Campus de Negocio, que fortalece de manera permanente las competencias comerciales, de servicio y experiencia del cliente, asegurando la actualización de conocimientos y promoviendo una atención alineada con los estándares de calidad y conducta de mercado de la organización.</i>		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
EXPLICACIÓN: <i>En Santander Consumer Bank uno de nuestros valores es: Justo, tratamos a nuestros clientes de forma justa y equitativa, somos transparentes y cumplimos nuestras promesas. Buscamos que todos y cada uno de nuestros colaboradores y clientes se sientan valorados y tratamos de forma única. Nuestro modelo de atención se basa en conductas donde conectar y recibir a nuestros clientes con calidez es una de ellas, hacer que el cliente se sienta cómodo, único y valorado en todo momento, con el fin de generar experiencias memorables. El modelo de atención junto a los protocolos es reforzado en los programas de entrenamiento a los colaboradores de Santander Consumer Bank.</i>		

GESTIÓN DE RECLAMOS

Pregunta 13

	SI	NO
¿La empresa cuenta con canales de atención de reclamos de fácil acceso y procura brindar respuesta en un plazo menor al establecido en la regulación?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Santander Consumer Bank cuenta con los canales de atención: red de agencias/retails (presencial), página Web y Banca Telefónica. Asimismo, se esfuerza por brindar respuesta dentro del plazo que establece la norma y, en lo posible, en un plazo menor.</i>		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Santander Consumer Bank, utiliza un lenguaje sencillo y claro en sus respuestas a los reclamos.</i>		

Pregunta 15

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar la calidad de atención en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Santander Consumer Bank lo hace en conjunto con las diferentes unidades involucradas, buscando la mejor solución para sus clientes y la mejora continua.</i>		

PRÁCTICAS DE NEGOCIO

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	X	
EXPLICACIÓN: <i>En Santander Consumer Bank mantenemos un enfoque permanente en la identificación y comprensión de las necesidades de nuestros clientes. Para ello, recopilamos y analizamos la información obtenida a través de nuestros diversos canales de atención, incorporándola en los procesos de revisión, adaptación y diseño de productos y servicios.</i> <i>Este enfoque nos permite desarrollar soluciones simples, rápidas y flexibles, alineadas con las expectativas y necesidades de nuestros clientes. Gracias a ello, miles de clientes pueden acceder a productos como préstamos y tarjetas de crédito, usando únicamente su Documento Nacional de Identidad (DNI).</i>		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Santander Consumer Bank establece en su normativa interna los procedimientos de control y verificación, para el adecuado lanzamiento de campañas, nuevos productos / servicios, nuevas metodologías de ventas, etc.</i>		

Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Los canales presenciales que tiene Santander Consumer Bank son de fácil acceso y comprensión para realizar los pagos anticipados.</i>		

Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Nuestros canales cuentan con fácil acceso y comprensión sobre la cancelación de productos.</i>		

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Santander Consumer Bank tiene al cliente como el centro de todas sus acciones por ello cuenta con:</i> - Formalización de procesos internos que aseguran el buen funcionamiento de sus productos y servicios. - Capacitación y refuerzo continuo al personal acerca de los productos, modelos de negocio, campañas comerciales, pilotos, disposiciones legales que puedan afectar los servicios de cara al cliente. Así mismo, existe un programa de actualización anual en cada puesto, dentro del cual también se hacen refuerzos de los principales productos o los nuevos lanzamientos. - Un área especializada "Experiencia del Cliente" que gestiona el sistema NPS (Net Promoter Score) que mide la satisfacción y lealtad de nuestros clientes en todos los canales de atención, mejora de los procesos, campañas, estrategias de negocio, planes e iniciativas que generen en el cliente experiencias ágiles, flexibles y asertivas. - Un Programa de Capacitación y Evaluación, donde todos los colaboradores son entrenados en temas regulatorios y actualizados de acuerdo las políticas de Prevención de Lavados, Riesgos y Continuidad de Negocios.		

SEGURIDAD

Pregunta 21

	SI	NO
¿La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece?	X	
EXPLICACIÓN: <i>En Santander Consumer contamos con diferentes mecanismos para asesorar al cliente y asegurarnos de que cuenta con toda la información necesaria antes de adquirir un producto o de usar un servicio de forma segura:</i> - Capacitación constante del equipo comercial sobre las características y condiciones de nuestros productos y servicios, para asesorar al cliente en su uso y mantenerlos seguros. - Comunicación continua en redes sociales y vía correo electrónico (emailings) sobre la seguridad en el uso de tarjetas de crédito, clave digital y App del Banco, compras online, fraude digital, etc. - Además de la Red de Agencias, el cliente tiene también a su disposición la Banca Telefónica para realizar consultas en caso de que requiera mayor información sobre el uso seguro de sus productos o de los que desea adquirir.		

Pregunta 22

	SI	NO
¿La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Santander Consumer Bank cuenta con un Centro de Control de seguridad operativo las 24 horas durante los 365 días del año, el mismo que supervisa y controla los sistemas de seguridad de las y sedes administrativas (alarmas, cámaras y sistema contra incendio). Cualquier alerta del sistema es revisada, a fin de descartar algún problema en los mismos, buscando asegurar el óptimo funcionamiento de los sistemas de seguridad. Así mismo, el equipo del área Seguridad efectúa visitas presenciales y virtuales a la red de oficinas, para verificar el cumplimiento de las normas de seguridad.</i>		

Pregunta 23

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: <i>La organización cuenta con un marco de ciberseguridad con controles y capacidades de prevención, detección y respuesta ante amenazas cibernéticas que contribuyen a proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información de sus usuarios.</i> <i>Se ha implementado un programa preventivo en protección de datos personales para dar cumplimiento a la regulación local alineada al GDPR (Reglamento General de Protección de Datos, regulación europea por la que se busca reforzar y unificar la protección de datos para todos los individuos). Asimismo; existen procesos, tecnología y equipos especializados que permiten gestionar en forma adecuada los datos personales de los usuarios, manteniendo seguros a los clientes ante eventos fortuitos de ataque cibernético.</i>		

GESTIÓN DE COBRANZAS

Pregunta 24

	SI	NO
¿La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Santander Consumer Bank cuenta con procedimientos de monitoreo en los diferentes canales de gestión donde aseguramos una comunicación respetuosa en cumplimiento de los derechos de nuestros clientes en horarios establecidos, con los speech aprobados, comunicaciones revisadas por nuestras áreas de Marketing, Legal. En cumplimiento de las políticas, regulaciones corporativas y locales.</i>		

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	X	
EXPLICACIÓN: <i>Santander Consumer Bank monitorea constantemente la calidad de la gestión de cobranzas. Mediante el registro en las herramientas tecnológicas (Grabador de llamadas, CYBER) que permiten el soporte al monitoreo de la gestión. Además, contamos con las supervisiones en campo, sesiones de escucha, QA (aseguramiento de calidad), que permiten monitorear constantemente la calidad de la gestión cobranza, además de los canales de atención donde los clientes pueden comunicar sus inquietudes y/o reclamos.</i>		