



Carta modelo sobre la venta responsable de productos financieros

Aprobada por el Grupo Director de UNI Finanzas el 9 de junio de 2010 en Copenhague

1 Introducción

La finalidad primordial de las instituciones financieras es la de brindar servicios financieros responsables y sostenibles. El sector financiero desempeña un papel importante en la economía, que va mucho más allá de la estabilidad de las propias instituciones financieras. El sector es responsable de garantizar la existencia de mercados estables y de apoyar a la economía real.

Ofrecer un buen asesoramiento y una excelente atención al cliente es condición previa para el éxito sostenible y a largo plazo de toda entidad bancaria o compañía de seguros.

Las prácticas operativas internas de una empresa deben ser propicias para esto y facultar a los empleados para actuar de un modo que respalde el desarrollo sostenible. Esto incluye sistemas de remuneración e incentivos adecuados, capacitación del personal, buenas condiciones de trabajo y una carga de trabajo razonable.

Necesitamos un sector financiero sostenible y orientado al cliente en el que la venta de productos sea guiada por el propio cliente y siempre esté acompañada de un correcto asesoramiento.

Los clientes tienen derecho a recibir un buen asesoramiento; los empleados del sector financiero tienen derecho a brindar un buen asesoramiento.

La presente carta de principios es elaborada en forma conjunta por [nombre de la empresa], sus empleados y [nombre del/de los sindicato(s)] del sector financiero con el fin de garantizar el mejor marco posible para un correcto asesoramiento y la venta responsable de productos a los clientes.

2 Objetivos de la carta de principios

- a) Garantizar la existencia de una cultura comercial y procedimientos operativos internos que favorezcan la venta responsable de productos.
- b) Garantizar que se habilite al personal con un alto nivel de competencia profesional y que tenga un buen ambiente de trabajo.
- c) Garantizar que los productos financieros sean de alta calidad, adecuados para el cliente y que se vendan de manera transparente.
- d) Garantizar un diálogo continuo sobre cuestiones vinculadas a la venta y el asesoramiento entre la empresa, sus empleados y el sindicato que los representa, así como con otros grupos interesados

3 Principios relativos a la venta responsable de productos financieros

(Empresa Xx), su dirección y sus empleados en todos los niveles nos comprometemos a cumplir con los principios que se exponen a continuación, respetando, al mismo tiempo, los correspondientes convenios colectivos de la empresa, las leyes nacionales, la supervisión y la normativa de protección de los consumidores

- a) Aplicar procedimientos operativos internos y principios que favorezcan la venta responsable de productos financieros.
- b) Asegurar que los sistemas de incentivos para los empleados en todos los niveles sean realistas, justos y transparentes y se basen en objetivos sostenibles y de largo plazo y que no perjudiquen a los empleados
- c) Asegurar que los conflictos de interés, las funciones y las responsabilidades de los empleados siempre estén claros en una situación de venta
- d) Garantizar que los productos financieros sean adecuados a las necesidades del cliente
- e) Garantizar un ingreso mensual fijo que le permita a la persona trabajadora tener una vida digna
- f) Aplicar estructuras de incentivos que premien el buen servicio y el asesoramiento calificado al cliente. Por ejemplo, no deberían fijarse metas de venta para productos específicos.
- g) Asegurar que las metas sean razonables y alcanzables y la remuneración se determine a través de la negociación con los representantes sindicales. La manera de tratar a cada empleado individualmente debe ser conforme con el convenio colectivo.
- h) Ofrecer un entorno saludable y seguro que incluya suficiente tiempo remunerado, espacio, recursos y apoyo para que el personal pueda ofrecer buen asesoramiento y una venta responsable del producto.
- i) Estimular una cultura de gestión basada en la confianza, la motivación y el trabajo en equipo y no en el control, la presión de vender y la clasificación individual
- j) Asegurar que los productos sean vendidos únicamente por personal autorizado, formado debidamente y que tenga un profundo conocimiento de los productos, incluyendo sus implicaciones a largo plazo para los clientes.
- k) Desarrollar políticas de competencia y programas de capacitación que reconozcan los derechos de cada empleado individual a un desarrollo continuo mediante formación y apoyo regular, con el fin de obtener capacidades profesionales.
- l) Garantizar un diálogo continuo sobre la venta responsable de productos entre la empresa, sus empleados y los representantes sindicales
- m) Contribuir a la educación financiera.

4 Alcance, implementación y control

- a) La presente carta constituye un compromiso de la empresa en su totalidad: la dirección y cada uno de los empleados
- b) La carta de principios es válida para todo el grupo en todos los países en los que tiene presencia y en las filiales
- c) La implementación de la carta de principios estará a cargo de un integrante del Directorio. La implementación será controlada por un ombudsman a nivel de grupo o de empresa
- d) Se publicarán informes periódicos sobre la implementación de la carta de principios, incluida una descripción de la práctica real de ventas que comprenda los elementos pertinentes de los sistemas de remuneración y de incentivos individuales así como las metas de venta
- e) La presente carta de principios será supervisada por un comité conjunto de los signatarios de la carta y podrán incluirse otros interesados
- f) (Empresa xx) deberá establecer una estructura interna que permita a los empleados denunciar las prácticas internas inadecuadas ante un ombudsman interno e independiente de manera convenida con los sindicatos.
- g) (Empresa xx), junto con UNI Finanzas, participará en un proceso mundial de intercambio de buenas prácticas de trabajo y promoción de la convergencia mundial de prácticas entre empresas.
- h) El trabajo relativo a la carta de principios así como las medidas de implementación se darán a conocer públicamente

5 Interlocutores

La carta de principios deberá ser formulada y acordada entre la alta dirección de la empresa y los sindicatos. También podrán participar otros grupos interesados tales como las asociaciones de consumidores.

Firmada en xxx el xxx 2010