



Código: JCRLATAM  
METRREP - 001

Aprobado: Directorio  
Sesión del 20.01.2020

Versión: V03

## Metodología de Clasificación de Riesgo de Reputación<sup>1</sup>

La reputación es un activo generado sobre la identidad, la cultura, la imagen de la empresa, la marca corporativa, la conducta ética y la comunicación, que es el vehículo de toda gestión. Se sustenta en tres pivotes básicos:

- La solvencia económico-financiera: dota a la imagen pública de una mayor consistencia corporativa, más allá de los productos/servicios
- La conducta ética y la responsabilidad social corporativa: que vincula y acerca la empresa a la sociedad (y equilibra los objetivos empresariales de los presentes en los grupos de interés)
- La cultura organizacional: que implica al conjunto de los empleados que han interiorizado los elementos relevantes de la cultura y actúan como caja de resonancia de la reputación.

La mayoría de los indicadores de reputación incluyen ambas vertientes de la solvencia corporativa: la financiera y la ética. Son los valores que interesan a analistas financieros, accionistas e inversores; a los clientes y a la prensa especializada; a los empleados y a los proveedores, principalmente.

Los consumidores y usuarios, las asociaciones de consumidores y usuarios y el público en general, que son más sensibles a lo que concierne a productos/servicios (calidad, precio, satisfacción) y a la conducta ética y la responsabilidad social empresarial y menos a los datos financieros.

La reputación, como activo intangible, puede verse afectada entre otros temas por:

- Escrutinio permanente sobre las empresas de los grupos de interés
- Acceso inmediato a información por parte de los grupos de interés
- Grupos de interés organizados en asociaciones de consumidores o usuarios.
- Requerimientos crecientes de transparencia, ética, gobierno corporativo y responsabilidad social de la empresa
- Sensibilidad creciente de la marca e imagen a los riesgos de reputación

Y de acuerdo a su naturaleza puede ser perturbada por factores:

- Internos: cuando surgen de las propias acciones de la entidad, y por depender y ser función de otros riesgos inherentes e internos.
- Externos: cuando la organización es percibida por parte de los clientes, contrapartes y otros participantes del mercado (grupos de interés o stakeholders) como inadecuadamente preparado para operar normal y eficientemente

<sup>1</sup> La Clasificación de Riesgo del valor constituye únicamente una opinión profesional sobre la calidad crediticia del valor y/o de su emisor respecto al pago de la obligación representada por dicho valor. La clasificación otorgada o emitida no constituye una recomendación para comprar, vender o mantener el valor y puede estar sujeta a actualización en cualquier momento. Asimismo, la presente Clasificación de Riesgo es independiente y no ha sido influenciada por otras actividades de la Clasificadora. **JCR Latino América Empresa Clasificadora de Riesgo S.A. (JCR LATAM)** ha realizado el presente informe aplicando de manera rigurosa la metodología vigente indicada. A su vez, no audita y no brinda garantía alguna respecto a la información recibida de manera directa por parte del cliente, así como de cualquier fuente que **JCR LATAM** considere confiable; no encontrándose en la obligación de corroborar la exactitud de dicha información. **JCR LATAM** no asume responsabilidad alguna por el riesgo inherente generado por posibles errores en la información. Sin embargo, se han adoptado las medidas necesarias para contar con la información considerada suficiente para elaborar la presente clasificación. **JCR** no se responsabiliza por ninguna consecuencia de cualquier índole originada de un acto de inversión realizado sobre la base del presente informe.



Código: JCRLATAM  
METRREP - 001

Aprobado: Directorio  
Sesión del 20.01.2020

Versión: V03

## 1. Análisis Previo

En forma previa, a la implementación del procedimiento de clasificación, se verificará si la empresa cuenta con información relevante. Sin perjuicio de lo que se indica a continuación se podrá incorporar en esta clasificación el análisis de algunos otros aspectos adicionales a los mencionados de acuerdo al tipo de empresa y grado de desarrollo en temas de reputación.

Se entiende que:

- La información no será válida si contiene historial falso que pudiese hacer que **JCR LATAM** fuese inducida a emitir conclusiones erróneas o inexactas respecto de la clasificación.
- La información es representativa cuando se puede analizar y permite razonablemente emitir opinión en relación a la gestión de la reputación corporativa y del riesgo de reputación.
- Otras que a juicio de **JCR LATAM** sean relevantes para la evaluación.

## 2. Estándares

**JCR LATAM** realiza la clasificación de riesgo de reputación basados en los principios de buenas prácticas propuestos por el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, así como la normativa local y otras buenas prácticas en la industria.

## 3. Definición

Posibilidad de que se produzca una pérdida debido a la formación de una opinión pública negativa sobre los servicios prestados por la institución (fundada o infundada), que fomente la creación de mala imagen o posicionamiento negativo ante los clientes, que conlleve a una disminución del volumen de clientes, a la caída de ingresos y depósitos, entre otros.

Cabe resaltar que unas malas gestiones de los demás riesgos inherentes a la institución inciden en el riesgo de reputación, como, por ejemplo: fallas en la prestación del servicio, noticias adversas derivadas de acciones de mercado o sanciones impuestas por la autoridad, debilidades financieras que minen la confianza de clientes o acreedores, entre otros.

## 4. Objetivo

El objetivo es validar si la empresa cuenta con un conjunto de prácticas y procedimientos para proteger su buen nombre con el propósito de resguardar su valor económico; acrecentar la posición en el mercado; crear un buen ambiente de trabajo (clima laboral); fidelizar a clientes, depositantes y proveedores de fondos; mantener buenas relaciones con los grupos de interés y; una adecuada y fluida comunicación con el mercado y el supervisor.

## 5. Temas que inciden en la Reputación y Generan Riesgos

- a. Gobierno Corporativo: Un buen gobierno corporativo es vital para la reputación de la institución financiera. Esto es así porque el liderazgo del Directorio y la ejecución de la Gerencia, así como su capacidad de gestionar



**Código: JCRLATAM  
METRREP - 001**

**Aprobado: Directorio  
Sesión del 20.01.2020**

**Versión: V03**

el negocio y los riesgos incidirá directamente en la percepción de los grupos de interés.

- b. **Integridad en la Gestión:** La ausencia de integridad en la gestión ha sido el origen de muchos escándalos financieros. La institución debe asegurar la confianza de los grupos de interés, donde la probidad y la conducta del cuerpo directivo de manera agregada, individual y de la Gerencia, estarán siempre bajo el escrutinio de aquellos.
- c. **Competencia del Personal:** La competencia y respaldo del personal de profesionales es esencial para el éxito del negocio. Debido a que el recurso humano es un activo importante, la habilidad de las instituciones financieras de aprovechar la calidad del recurso humano para alcanzar los objetivos del negocio mejoraran la reputación institucional.
- d. **Cultura Corporativa:** Sí la cultura corporativa de la institución es vista como inadecuada para respaldar y soportar el logro de los objetivos y la gestión eficiente de los riesgos que enfrenta el negocio, entonces los grupos de interés pueden sentirse preocupados, generándose una pérdida de confianza.
- e. **Gestión de Riesgos y Ambiente de Control:** Una sólida gestión de riesgos y un eficaz ambiente de control que parte desde las políticas, es indispensable para salvaguardar sus activos y capital y para mitigar el riesgo de reputación. La institución financiera debe contar con un aseguramiento independiente que verifique que la gestión de riesgos y el sistema de control vigente están funcionando adecuadamente. Se analiza también la organización de la función de gestión y control del riesgo de reputación.
- f. **Solidez Financiera y Viabilidad del Negocio:** La debilidad financiera y una limitada viabilidad del negocio pueden afectar los intereses y objetivos de los grupos de interés y poner en duda a la institución como destino de inversión (capital), de recursos prestables (depósitos y préstamos a instituciones financieras).
- g. **Prácticas del Negocio:** Las instituciones financieras deben llevar sus negocios de manera responsable donde: a) las prácticas de negocio no se desvíen de los estándares de probidad, ética y debida diligencia, b) no se presenten brechas en el cumplimiento normativo que pueden derivar en investigaciones, acciones disciplinarias y cargos criminales, c) guíe su accionar con base en el cumplimiento de todos los estándares éticos y códigos de conducta, d) se honren obligaciones y compromisos contractuales y de otra índole, entre otros.
- h. **Satisfacción del Cliente:** La sostenibilidad de la institución se vincula directamente con la capacidad de satisfacer los requerimientos y expectativas de la clientela con el objetivo de no perder su confianza, evitar la reducción del negocio, anticiparse a una publicidad negativa y evitar o prevenir sanciones legales. Situaciones de no cumplimiento podrían generarse cuando se presentan: a) trato injusto a clientes (cobro excesivo, asignación inadecuada de costo por servicio o producto, sufrir pérdidas por errores u omisiones de la institución financiera) sin recibir la debida



Código: JCRLATAM  
METRREP - 001

Aprobado: Directorio  
Sesión del 20.01.2020

Versión: V03

compensación, b) inadecuado manejo de la información del cliente (seguridad de la información de clientes), c) Servicios financieros no fiables o ineficaces (interrupciones frecuentes del sistema, errores y descuidos operativos significativos, sistemas de proceso ineficaces), d) mala atención y respuesta a los reclamos de clientes - los clientes esperan que la institución sea receptiva a sus preocupaciones, e) malas prácticas comerciales - la confianza de los clientes se deteriora si la institución se encuentra relacionada con malas prácticas comerciales.

- i. Comportamiento de los Grupos de Interés: La relación con los grupos de interés puede mejorar o perjudicar la reputación corporativa por lo que podría disminuirse o aumentar el riesgo de reputación. Entendiendo que los grupos de interés presentan diferentes objetivos entre sí los cuales deben estar balanceados con los objetivos del negocio.
- j. Cumplimiento Regulatorio y Legal: ir en contra de la normativa o no cumplirla incide negativamente en la imagen de la institución, por lo que ésta deberá valorar adecuadamente los riesgos legales y regulatorios y poner en funcionamiento sistemas robustos para asegurar la conformidad, incluyendo mayor conocimiento del personal en los temas de cumplimiento normativo (leyes, políticas y estándares) y la identificación de áreas que presenten mayor amenaza y vulnerabilidad potencial.
- k. Riesgo de contagio / rumores: Las instituciones financieras pueden enfrentar distintos tipos de riesgo de contagio: a) por formar parte del sistema financiero, b) por ser parte de un grupo económico, c) por mantener relaciones comerciales con un proveedor, clientes o contraparte que está vinculado con actividades no éticas, fuera de la ley o sindicatos por corrupción (con o sin su conocimiento). Los rumores, aun infundados, podrían tener un impacto significativo en la reputación de la institución, afectando el nivel de confianza del mercado si ésta no reacciona de manera rápida y decidida para acallar los rumores. Por ello, la institución debe estar alerta a la difusión de rumores y al efecto de éstos y tener planes de contingencia para enfrentar la situación.
- l. Plan de contingencia y gestión de crisis: La respuesta inadecuada de una institución ante una crisis o incidentes de menor importancia, que atrae la atención de los medios, podría despertar preocupaciones en los grupos de interés acerca de la capacidad de respuesta de la gestión, comprometiendo su reputación. Por ello, la institución debe actuar prontamente frente a las situaciones descritas mediante comunicaciones al mercado en general, los grupos de interés y los medios de comunicación, lo cual podría despejar las dudas de los grupos de interés, restableciendo la confianza e incluso reforzando su reputación.
- m. Transparencia y rendición de cuentas: La institución debe tener la capacidad de ser receptiva y responder a los requerimientos de información formulados por los grupos de interés, debido a que la transparencia es un elemento determinante en la viabilidad del negocio. La información que se proporcione ayudará a los grupos de interés a entender los valores, estrategias, desenvolvimiento y proyectos futuros, fortaleciendo su confianza.



## 6. Metodología

La metodología persigue la clasificación del riesgo de reputación a través de un adecuado seguimiento de los elementos que pueden presentarse y afectar a este activo intangible que depende de muchos aspectos y afecta a diferentes áreas en la empresa al ser multidimensional y transversal.

De esta manera, contando con información oportuna sobre: a) gobierno corporativo; b) integridad en la gestión; c) competencia del persona; d) cultura corporativa; e) gestión de riesgos y ambiente de control; f) solidez financiera y viabilidad del negocio; g) prácticas del negocio; h) satisfacción del cliente; i) comportamiento de los grupos de interés; j) cumplimiento regulatorio y legal; k) riesgo de contagio / rumores; l) gestión de crisis; y m) transparencia y rendición de cuentas, entre otros elementos, se procede a clasificar el riesgo de reputación.

Por ello, en la metodología se incluyen los factores internos como externos, la información de grupos de interés relevantes, identificando la preponderancia de las situaciones que pudiesen afectarla negativamente, así como su capacidad de gestión, medición, mitigación, control y anticipación. Se analiza en base a los siguientes pasos:

- a. Verificar que la estrategia de la institución considere políticas, códigos, guías y procedimientos relevantes que incorporen la gestión del riesgo de reputación.
- b. Verificar que la institución tenga la capacidad de identificar, gestionar y realizar un manejo de crisis adecuado, respecto al riesgo de reputación.
- c. Verificar que en la gestión del riesgo de reputación se tiene en cuenta las distintas expectativas de los grupos de interés.
- d. Comprobar que la institución es transparente en la entrega de información al mercado.
- e. Asegurar que la institución cuente con mecanismos de control del riesgo de reputación y con lo dispuesto en las normativas, políticas y estándares.
- f. Asegurar la capacidad de la institución en gestión de crisis.

## 7. Escala de Clasificación

Escala	Clasificación del Riesgo de Reputación
RR <sub>1</sub>	La empresa posee una gestión robusta del riesgo de reputación y cuenta con mecanismos y procedimientos eficientes y efectivos para protegerse de amenazas potenciales que la afecten. El riesgo de reputación es marginal.
RR <sub>2</sub>	La empresa posee una buena gestión de riesgo de reputación, los mecanismos y procedimientos protegen eficazmente la mayor parte de las amenazas significativas que enfrenta. El riesgo de reputación es bajo.
RR <sub>3</sub>	La empresa posee una adecuada gestión de riesgo de reputación, los mecanismos y procedimientos protegen con un nivel adecuado de eficacia la mayor parte de las amenazas significativas que enfrenta. El riesgo de reputación es moderado.
RR <sub>4</sub>	La empresa posee una débil gestión de riesgo de reputación, los mecanismos y procedimientos protegen con un nivel menos que aceptable de eficacia la mayor parte de las amenazas que enfrenta. El riesgo de reputación es alto.
RR <sub>5</sub>	La empresa posee una deficiente gestión de riesgo de reputación, los mecanismos y procedimientos protegen de manera deficiente o no existen mitigantes para enfrentar las amenazas que enfrenta. El riesgo de reputación es muy alto y la continuidad de la empresa podría estar seriamente afectada.



<b>Código: JCRLATAM METRREP - 001</b>	<b>Aprobado: Directorio Sesión del 20.01.2020</b>	<b>Versión: V03</b>
---	---	---------------------

<b>RR<sub>6</sub></b>	La empresa carece de gestión de riesgo de reputación, no cuenta con mecanismos y procedimientos que protejan las amenazas que enfrenta. El riesgo es extremo, la continuidad del negocio se ve afectada.
<b>Diferida</b>	La gestión del riesgo de reputación no puede ser evaluada por la presencia de factores internos y externos que imposibilitan validar su cumplimiento.
<b>Sin Información</b>	Sin suficiente información para clasificar el riesgo de reputación.

Las clasificaciones “RR<sub>2</sub>” a “RR<sub>4</sub>” pueden ser modificadas con los signos “+” o “-”, para señalar su posición relativa dentro del respectivo nivel. En caso que la clasificación cualitativa sea superior a la cuantitativa, el rating final podría subir un nivel como máximo, en caso contrario, cuando la clasificación cualitativa sea menor a la cuantitativa podría bajar en más de dos (2) niveles, dependiendo del caso.

## 8. Disclaimer

Japan Credit Rating Agency Ltd. (JCR) es una Organización de Calificación Estadística Nacionalmente Reconocida (NRSRO) en los Estados Unidos. **JCR Latino América Empresa Clasificadora de Riesgo S.A. (JCR LATAM)** es una entidad legal separada de JCR y no es una NRSRO.

La metodología, escala de clasificación de **JCR LATAM** y las decisiones del comité de clasificación son desarrollados internamente para adoptarse en el mercado peruano. Cualquier daño especial, indirecto, incidental o consecuente de cualquier tipo causado por el uso de cualquier clasificación asignada por **JCR LATAM**, incluido, pero no limitado a pérdida de oportunidad o pérdidas financieras, ya sea en contrato, agravio, responsabilidad objetiva o de otro tipo, y si tales daños son previsibles o imprevisibles, no son responsabilidad de JCR bajo cualquier circunstancia.