

## CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

### EDUCACIÓN FINANCIERA

#### Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas dirigidas a EF de sus usuarios?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, el último año el Banco de Comercio realizó las siguientes iniciativas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Charlas de Educación Financiera, dirigido a alumnos de la UNFV, a personal del EP, de la MGP y de la FAP.</li> <li>2. Videos animados de Educación Financiera, difundidos a través de nuestro reel de agencias y redes sociales. (<i>Tips del Ahorro, Uso de la Tarjeta de Crédito, Disposición de Efectivo</i>)</li> <li>3. Participación en la Feria Financiera Familiar, organizada por ASBANC los días 19.05.18 y 20.05.18.</li> </ol>		

#### Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa impulsa iniciativas de EF?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Si, para ello el Banco asigna anualmente (<i>a partir del año 2017</i>) una partida presupuestaria al Departamento de Marketing – Unidad de Calidad para la ejecución de las iniciativas relacionadas al principio de Educación Financiera (EF). Además, se establece en la Circular NBC-123-2017 Educación Financiera para colaboradores, clientes y/o público en general, las áreas responsables (División de Recursos Humanos y Departamento de Marketing) de programar y gestionar las capacitaciones, ya sea charlas, talleres o cursos, relacionados a la EF.</p> <p>Adicional a ello, el Departamento de Marketing debe presentar a Comité un plan anual de charlas y/o talleres para clientes y/o público en general, siendo que los avances son revisados bimensualmente en el Comité de Calidad.</p>		

#### Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en EF en los usuarios?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Si, el Banco en su normativa interna NBC-123-2017 Educación Financiera para Colaboradores, Clientes y/o Público en General, establece los siguientes indicadores:</p>		

- Externamente, para clientes y/o público en general = (Número de charlas de Educación Financiera + otras iniciativas relacionadas) / Capacidad máxima del Banco (18).

Periodo	Porcentaje	Actividades
Agosto 2016 – Julio 2017	66.67%	Charlas Educación Financiera
Agosto 2017 – Julio 2018	72.22%	Charlas Educación Financiera, Participación en ferias de EF y Creación videos animados de EF

- Internamente, para el personal del Banco= Porcentaje del personal capacitado en el último año.

Periodo	Porcentaje	Actividades
2017	48%	Curso virtual de Educación Financiera
2018	91%	Curso virtual de Educación Financiera

#### Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa capacita a sus colaboradores en Educación Financiera?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Si, la empresa capacita al personal en Educación Financiera. Este curso se brinda de manera virtual y está contemplado dentro del Plan de Capacitación.</p> <p>Adicionalmente, reciben otras capacitaciones orientadas a fortalecer sus conocimientos de Educación Financiera, para un adecuado asesoramiento a los clientes. Algunos de los temas brindados son: <i>Sistema de Prevención de Lavado de Activos, Sistema de Atención al Usuario, Calidad de Servicio, Conducta del Mercado, entre otros.</i></p>		

### TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

#### Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí. El Banco de Comercio viene contratando desde agosto 2017 los servicios de la empresa Arellano Mkt (<i>plataforma web CALIFICAR</i>), a fin de levantar información de los clientes y usuarios atendidos en las Red de Agencias y Oficinas Especiales, tanto acerca del servicio brindado como sus</p>		

necesidades, sugerencias y comentarios. Adicional a ello, periódicamente se realizan Charlas de Educación Financiera así como otras iniciativas, a partir de las cuáles buscamos comprender más acerca de las necesidades de información de los usuarios en general, por ejemplo aspectos relacionados a la tasa de interés (TREA y TCEA).

### Pregunta 6

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza porque el usuario comprenda las características y condiciones de sus productos o servicios contratados?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>El Banco de Comercio difunde la información de sus productos o servicios de forma comprensible, oportuna, detallada y transparente, a través de sus distintos canales de atención acerca de las características y condiciones, con el fin de que sus usuarios realicen una decisión adecuada de consumo, con pleno conocimiento y comprensión del alcance de las condiciones de los productos y servicios que contrata con el Banco.</p>		

### 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	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>El Banco de Comercio cuenta con mecanismos de control de calidad y revisión de publicidad, los cuales se encuentran establecidos en nuestro Manual de Políticas y Procedimientos de Gestión de Conducta de Mercado, el mismo que contiene las modificaciones de la reciente Resolución N° 3274-2017, Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero. Los mecanismos son debidamente ejecutados por el área de Marketing y por el Oficial de Conducta de Mercado, para lo cual verifican que la información consignada en todo material de comunicación y/o Publicidad que dirige a sus clientes sea clara y transparente, y se encuentre ajustada a las disposiciones legales vigentes y de los organismos de supervisión como SBS, INDECOPI, ASBANC y nuestra normativa interna aplicable.</p>		

### Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, en el desarrollo de todas las piezas publicitarias (<i>gráficas y audiovisuales</i>), se consideran los lineamientos de publicidad establecidos por ASBANC, así como la normativa de la SBS y la propia del Banco, de manera tal que se informa al público de una manera clara y transparente. Todas las piezas que se emiten y difunden a los clientes, salen con el V°B° del área de Transparencia.</p>		

### Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por medir la comprensión de la información que brinda a sus usuarios?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, el Banco cuenta con un sistema de medición de la calidad de servicio gracias al CALIFICAR de de Arellano Marketing. El CALIFICAR es un sistema web que permite tener información acerca del servicio brindado, grado de satisfacción y comprensión de los clientes, en nuestra red de agencias y oficinas especiales, en línea y en tiempo real. Asimismo, periódicamente realizamos encuestas telefónicas, con el apoyo de nuestro Call Center, con el objetivo de nutrirnos de información relevante acerca del servicio percibido por nuestros clientes.</p> <p>Adicional a lo antes expuesto, tenemos programado anualmente un conjunto de Charlas de Educación Financiera, mediante las cuales podemos identificar aspectos que deben ser reforzados entre nuestros clientes y usuarios.</p>		

## CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

### Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, para ello se cuenta con Informes de Incidencias registrado y se centraliza en el área de Reclamos para luego ser derivado a nuestra Mesa de Ayuda, quien coordina con el área responsable de atender las incidencias reportadas con la finalidad de establecer una solución o desarrollar un plan de trabajo que permita superar las incidencias. En dicho proceso intervienen áreas como TI, Gestión de procesos, Transparencia, Reclamos y el usuario.</p>		

### Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa cuenta con canales de atención que facilitan la relación y son convenientes para el usuario?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>El Banco de Comercio cuenta con canales de atención idóneos para facilitar la relación con sus Usuarios. Dichos canales de atención son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de Agencias y Oficinas Especiales a nivel nacional.</li> <li>• Red de Cajeros ATM - Red Unicard.</li> <li>• Página Web.</li> </ul>		

- Banca Virtual.
- Call Center.
- Redes sociales
- Aplicación Móvil - Banca Móvil (descarga en Google Play y AppStore)
- Central de bloqueo las 24 horas del día.

**Pregunta 12**

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para entender a sus usuarios?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>El banco dentro del diagnostico de capacitación, identifica junto a las jefaturas los temas que se requieren reforzar y posteriormente se incluyen en el plan de capacitación anual. Así, la Unidad de Calidad de Servicio en coordinación con la División de Recursos Humanos, programa periódicamente talleres enfocados en mejorar la calidad de servicio, experiencia de nuestros clientes, desde el entendimiento, comprensión de las necesidades y expectativas de los mismos hasta el servicio post-venta. Adicional a ello, como parte del Modelo de Calidad de Servicio de la institución, semanalmente se desarrollan en la Red de Agencias y Oficinas Especiales reuniones de calidad de servicio, lideradas por el Gerente de Agencia / Jefe de Servicio y con participación de todo el equipo de la oficina. En las mismas, se practican permanentemente clínicas de servicio y clínicas de venta.</p>		

**Pregunta 13**

	SI	NO
¿Durante la atención al usuario, la empresa realiza esfuerzos para que sus colaboradores y los subcontratados ofrezcan un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>El Banco de Comercio cuenta desde el año 2009 con un Modelo de Calidad de Servicio enfocado en brindar al cliente un trato amable en un ambiente cálido y familiar. Al ingresar el personal nuevo participa obligatoriamente del Taller de Inducción de Calidad de Servicio (virtual y presencial / vivencial), taller que tiene como objetivo que desde el primer día el colaborador se sienta identificado con la Cultura de Calidad de Servicio del Banco. (se entrega el folleto Nuestra Imagen y se practican los protocolos de atención). Cada año el taller es repotenciado por el Jefe de la Unidad de Calidad de Servicio.</p> <p>Además, como parte del Modelo, todas las semanas se desarrollan en la Red de Agencias y Oficinas Especiales reuniones de Calidad, en donde se llevan a cabo clínicas de servicio y de venta, se practican los protocolos de servicio : Saludo, Sonrisa, Contacto Visual, Agradecimiento por la visita, Despedida, Venta cruzada, entre otros.</p> <p>Adicionalmente, se desarrollan durante el año, talleres de calidad de servicio dirigido a todos los colaboradores de la institución, tanto de Back Office como de Front Office</p>		

## GESTIÓN DE RECLAMOS

### Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende los reclamos propiciando mantener una buena relación con el usuario?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, para ello el Banco, a través de su Sección de Prevención de Fraudes y Atención de Reclamos ha dispuesto en el último año lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Colocar al final de las cartas de respuesta de reclamos la información de contactabilidad de los colaboradores del Banco con los que puede comunicarse el cliente ante cualquier consulta adicional.</li> <li>2. Se ha añadido en la folletería de Atención de Reclamos y Requerimientos del Banco (A.R-I-04-2018) el canal de ALO Banco, para mayor transparencia y generar mayor confianza con nuestros clientes.</li> </ol>		

### Pregunta 15

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, para ello la Sección de Prevención de Fraudes y Atención de Reclamos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Envía trimestralmente comunicaciones internas al personal de plataforma, con recomendaciones y/o tips para el ingreso de los reclamos, a fin de que puedan ser atendidos cumpliendo todos los aspectos al que hace mención al cliente.</li> <li>2. Se comunica telefónicamente con los clientes, a fin de obtener mayor información de sus reclamos y una absoluta comprensión de los mismos.</li> <li>3. Todos los aspectos relacionados a la "atención de reclamos" también son comentados en las capacitaciones que la Sección brinda al personal que tiene contacto con clientes.</li> </ol>		

### Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar sus productos y servicios?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, gracias al análisis efectuado por la Sección de Prevención de Fraudes y Atención de Reclamos se da a conocer a los dueños de los procesos las principales oportunidades de mejora. Algunas de éstas son incluidas en los informes trimestrales de reclamos que son alcanzados a la Gerencia General, incluyendo el estado de las mismas.</p>		

Además, internamente se realiza un seguimiento a las oportunidades de mejoras y su implementación de ser el caso.

## PRÁCTICAS DE NEGOCIO

### Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, para ello el Banco cuenta con mecanismos de comunicación mediante los cuales los usuarios interactúan como son: call center, chat en línea, redes sociales y los requerimientos que solicitan y que son canalizados por el área de Reclamos.</p> <p>Asimismo, también efectuamos trabajos de focus group con nuestros clientes para recoger de primera fuente sus comentarios, propuestas de mejoras, retroalimentación para el diseño de productos y/o uso de los mismos.</p>		

### Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>El Banco de Comercio cuenta con políticas y procedimientos específicos sobre comercialización de sus productos y servicios, los cuales se encuentran establecidos en el Manual de Políticas y Procedimientos de Gestión de Conducta de Mercado. El referido Manual establece que las propuestas comerciales y comunicaciones sobre los productos y servicios del Banco no deben inducir a error a los Usuarios, y, asimismo, establece un procedimiento de comunicación interno entre el Departamento de Marketing, la División de Banca Personas y Convenios Institucionales y el Oficial de Conducta de Mercado, a efectos de lograr dicho objetivo.</p>		

### Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, para ello el Banco pone a disposición de sus clientes mecanismos de comunicación e información sobre esta facilidad (<i>pagos anticipados</i>), a través del: Call Center, chat en línea, página web, redes sociales, gestores, funcionarios comerciales y por último la red de agencias, oficinas especiales e informativas.</p>		

## Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, para ello el Banco pone a disposición de sus clientes mecanismos de comunicación e información sobre esta facilidad (<i>cancelación de productos</i>), a través del: Call Center, chat en línea, página web, redes sociales, gestores, funcionarios comerciales y por último la red de agencias, oficinas especiales e informativas.</p>		

## 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	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, para ello:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se actualizó este año 2018 nuestra folletería de Prevención del Fraude con consejos de seguridad.</li> <li>2. Se difundió vía redes sociales y página web Tips de Seguridad y Modalidades de Fraude.</li> <li>3. Las recomendaciones se incluyen en las capacitaciones al personal, con la finalidad de incentivar la educación al cliente.</li> </ol>		

### 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	
<p><b>EXPLICACION:</b></p> <p>Sí, nosotros como Banco de Comercio contamos con Supervisión de los Agentes de Seguridad a través de la Empresa de Vigilancia Privada; se tienen mapeadas cuáles son las áreas restringidas, tenemos normado el procedimiento para la administración de claves y llaves, contamos con alarmas y cámaras en todas las agencias a las cuáles se les brinda mantenimiento en forma regular.</p> <p>Respecto de los mecanismos de prevención de fraude:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El banco cuenta con el servicio de afiliación a Verify By Visa para que nuestros clientes realicen compras seguras por internet.</li> </ul>		



- ✓ Se re-diseñó nuestra folletería para nuestros clientes y no clientes con consejos de seguridad de cómo prevenir el fraude en nuestros canales.
- ✓ A través del Reel de Agencias se difunde periódicamente los videos de Asbanc con recomendaciones de seguridad de las diferentes modalidades de fraude.
- ✓ Se programaron capacitaciones dirigidas al personal, en coordinación con la División de RRHH, sobre las medidas de seguridad que se deben tomar, con la finalidad de concientizarlos sobre los riesgos, modalidades de fraude y conductas irregulares para salvaguardar el patrimonio de nuestros clientes.

El Banco verifica la efectividad de estos mecanismos a través del reporte que envía mensualmente nuestro operador UNIBANCA.