

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

EDUCACIÓN FINANCIERA

Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de EF dirigidas a sus usuarios? Explique sobre las iniciativas desarrolladas	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Sí, en el último año (<i>periodo agosto 2020 – julio 2021</i>) el Banco de Comercio realizó la siguiente iniciativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Charlas semanales vía zoom como parte del Club Emprende, dirigido a los clientes de la PNP y sus familias. 		

Pregunta 2

	SI	NO												
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en EF? Explique el impacto que han tenido en la sociedad.	X													
<p>EXPLICACION:</p> <p>Sí, el Banco en su normativa interna NBC-123-2017 Educación Financiera para Colaboradores, Clientes y/o Público en General establece dos indicadores, los cuales permiten medir los esfuerzos del banco en educación financiera. Estos esfuerzos han tenido un impacto muy positivo en la sociedad, específicamente entre nuestros clientes y sus familias, aportando en el conocimiento de los productos y servicios financieros, el uso correcto de éstos para evitar el sobreendeudamiento e impulsando el ahorro como fuente de recursos. Además, en el contexto de la pandemia hemos podido aportar en la transformación de los negocios de nuestros clientes con perfil emprendedor.</p> <p>Los indicadores que utiliza el Banco son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Externamente, para clientes y/o público en general = (Número de charlas de Educación Financiera + otras iniciativas relacionadas) / Capacidad máxima del Banco (18). <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #FFD700;"> <th>Periodo</th> <th>Porcentaje</th> <th>Actividades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Agosto 2016 – Julio 2017</td> <td>66.67%</td> <td>Charlas Educación Financiera (12)</td> </tr> <tr> <td>Agosto 2017 – Julio 2018</td> <td>72.22%</td> <td>Charlas Educación Financiera (08), Participación en ferias de EF (02) y Creación videos animados de EF (03)</td> </tr> <tr> <td>Agosto 2018 – Julio 2019</td> <td>72.22%</td> <td>Charlas Educación Financiera (11), Talleres Programa Juvenil (02)</td> </tr> </tbody> </table>			Periodo	Porcentaje	Actividades	Agosto 2016 – Julio 2017	66.67%	Charlas Educación Financiera (12)	Agosto 2017 – Julio 2018	72.22%	Charlas Educación Financiera (08), Participación en ferias de EF (02) y Creación videos animados de EF (03)	Agosto 2018 – Julio 2019	72.22%	Charlas Educación Financiera (11), Talleres Programa Juvenil (02)
Periodo	Porcentaje	Actividades												
Agosto 2016 – Julio 2017	66.67%	Charlas Educación Financiera (12)												
Agosto 2017 – Julio 2018	72.22%	Charlas Educación Financiera (08), Participación en ferias de EF (02) y Creación videos animados de EF (03)												
Agosto 2018 – Julio 2019	72.22%	Charlas Educación Financiera (11), Talleres Programa Juvenil (02)												

Agosto 2019 – Julio 2020	33.33%	Charlas Educación Financiera (05), Implementación Club Emprende (01)
Agosto 2020 – Julio 2021	111.11%	Charlas a través del Club Emprende (20)

• 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
2019	83%	Curso virtual de Educación Financiera
2020	75%	Curso virtual de Educación Financiera
2021	79%	Curso virtual de Educación Financiera

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de EF que desarrolla?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Si, a través del Club Emprende, se realizó una convocatoria interna para seleccionar a un equipo de expositores, especialistas en diferentes materias, quienes dictaron las charlas semanales a nuestros clientes de la PNP y sus familias en el periodo agosto 2020 – julio 2021.</p> <p>Adicionalmente, el Banco capacita al personal en Educación Financiera, en dos niveles:</p> <p>1. <u>Curso de Educación Financiera:</u> Este curso se brinda de manera virtual y está contemplado dentro del Plan de Capacitación anual. Porcentaje de colaboradores capacitados 2021 = 79%</p> <p>2. <u>Capacitaciones complementarias para el Front Office:</u> Los colaboradores que tienen contacto con el cliente reciben capacitaciones orientadas a fortalecer sus conocimientos en Cultura Financiera, para brindar un adecuado asesoramiento. Algunos de los temas brindados son: Sistema de Prevención de Lavado de Activos, Sistema de Atención al Usuario, Calidad de Servicio, Conducta del Mercado, entre otros. Porcentaje de colaboradores (Front Office) capacitados 2021 = 84%</p>		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Sí. El Banco de Comercio realiza periódicamente estudios de calidad, a través de su área de investigación de mercado, a fin de levantar información de los clientes y usuarios atendidos en las Red de Agencias, Oficinas Especiales, así como en los canales no presenciales, tanto acerca del servicio brindado como sus necesidades, sugerencias y comentarios. Adicional a ello, periódicamente se realizan charlas 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).</p>		

Pregunta 5

	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	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco de Comercio difunde la información de sus productos y servicios de forma comprensible, oportuna, detallada y transparente, a través de sus distintos canales de atención respecto de los requisitos, características y condiciones propias de cada producto y servicio, la cual se evidencia dentro de nuestro portal web, folletos, banners publicitarios, etc.; 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 6

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco de Comercio, previo a la difusión de las piezas publicitarias realiza un proceso de evaluación a través de áreas especializadas, a fin de que esta información sea difundida de manera clara y comprensible.</p>		

Asimismo, el Oficial de Conducta de Mercado vela por el cumplimiento de las normas del Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado en materia de publicidad, de acuerdo a los procedimientos establecidos por el Banco.

Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Sí, en los anuncios publicitarios que tiene como finalidad promocionar el uso o contratación tanto en productos activos, pasivos y servicios, se cumple con incluir la información señalada en los Lineamientos de Publicidad de Productos Financieros y el Manual de Uso de los Lineamientos de Asbanc. Antes de lanzar la publicidad validamos el contenido y la forma de todas las piezas publicitarias con el Oficial de Conducta de Mercado del Banco. De esa manera aseguramos el cumplimiento de todas las disposiciones.</p>		

CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Si, el Banco de Comercio cuenta con Informes de Incidencias y Oportunidades de Mejora que son registrados y centralizados en la Unidad de Atención de Reclamos. Luego, estas incidencias son reportadas a las áreas responsables a fin de establecer una solución y mejora continua en el servicio brindado a los clientes.</p>		

Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco de Comercio cuenta con canales de atención idóneos para facilitar la relación y el contacto no presencial con sus usuarios. Dichos canales de atención son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página Web. • Banca por internet. 		

- Facebook.
- Call Center.
- Aplicación Móvil - Banca Móvil (descarga en Google Play y App Store).
- Central de bloqueo las 24 horas del día.

Además, en el último año el Banco de Comercio ha venido implementando onboardings digitales para préstamos y ahorros con el fin de brindar una mejor experiencia a sus clientes.

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El banco, como parte del diagnóstico de necesidades de capacitación, identifica junto a las jefaturas los temas que se requieren reforzar y posteriormente se incluyen en el plan de capacitación anual. Así, el Departamento de Marketing 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.</p> <p>Adicional a ello, como parte del proceso de inducción del personal mensualmente se realiza un taller online, interactivo y 100% práctico en donde se presenta al colaborador el modelo actual de experiencia y sus principales componentes.</p> <p>Asimismo, como parte de este modelo de experiencia, el servicio de los colaboradores en el front office es monitoreado permanentemente.</p>		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco de Comercio cuenta desde el año 2019 con un Modelo de Experiencia (<i>antes denominado Modelo de Calidad de Servicio</i>) enfocado en brindar al cliente un trato amable en un ambiente cálido y familiar. Al ingresar, el personal nuevo participa obligatoriamente de un taller de inducción 100% práctico y vivencial (<i>en las circunstancias actuales de la pandemia por el Covid-19 hemos reinventado el taller en una modalidad online, pero manteniendo el enfoque interactivo y práctico</i>), taller que tiene como objetivo que desde el primer día el colaborador se sienta identificado con la Cultura de Calidad de Servicio del Banco. Cada año el taller es repotenciado por el especialista en Calidad de Servicio.</p> <p>Además, en conjunto con el equipo de Cultura del Banco, a través de los canales internos que tenemos a disposición, reforzamos constantemente nuestra filosofía de servicio para asegurar el buen trato al cliente, respetuoso y no discriminatorio.</p>		

GESTIÓN DE RECLAMOS

Pregunta 12

	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	
<p>EXPLICACION: Si, contamos con los siguientes canales de atención:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Red de agencias y Oficinas especiales • Página Web - Ingresa a nuestra página web www.bancomercio.com, a la opción "Libro de Reclamaciones" • Call Center - Podrás comunicarte al teléfono (01) 513-6001 o a nuestra línea gratuita 0-800-00222 <p>Se procura dar atención antes de los treinta (30) días calendario; sin embargo, de extenderse el plazo se emite una carta ampliatoria al cliente la cual es puesta en conocimiento antes de la culminación del plazo inicial de acuerdo a la circular SBS N°184-2015 "Circular de Atención al Usuario".</p>		

Pregunta 13

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>La atención de los reclamos se realiza considerando cada uno de los aspectos presentados por el cliente. Las respuestas son redactadas en forma comprensible y sencilla, siendo emitidas con el sustento correspondiente. Debemos precisar que, de ser necesario, se cuenta con el soporte del Área Legal para los casos de mayor complejidad, a fin de poder enfocar nuestras respuestas en base a las normativas.</p> <p>Por otro lado, realizamos llamadas telefónicas y/o alguna comunicación al correo electrónico de los clientes, en caso de no tener la información clara y/o completa en el detalle del reclamo, a fin de que nos proporcionen mayor información o en su defecto adjunten el sustento respectivo, para evitar devolver los reclamos por falta de información así la respuesta sea clara y transparente.</p>		

Pregunta 14

	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	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Si, para ello:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Como parte del proceso de atención de reclamos, se identifican oportunidades de mejora, las mismas que luego son trabajadas con las áreas especialistas, con la finalidad de mejorar la atención hacia nuestros clientes. 2. A través de la Unidad de Reclamos realizamos reuniones para identificar las incidencias más resaltantes las cuales originan mayor cantidad de reclamos en nuestra entidad, esta información se envía trimestralmente a través de Informes para la Gerencia General cumpliendo así con las normas internas y externas. 		

PRÁCTICAS DE NEGOCIO

Pregunta 15

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Sí, la metodología que actualmente utiliza el banco para el desarrollo de sus productos y servicios garantiza que toda decisión de mejora o el lanzamiento de un producto nuevo tenga siempre al cliente en el centro. Para ello, el banco está dispuesto a recibir permanentemente la retroalimentación de sus clientes y usuarios en general; a través de encuestas, entrevistas, focus group, entre otros. Toda idea de producto o servicio nace a partir de una necesidad de nuestros clientes y el prototipo de solución es testeado en cada etapa de desarrollo del producto.</p>		

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco de Comercio se rige a los principios de gestión de conducta de mercado, evitando que sus mecanismos de comercialización de productos y servicios induzcan a error a los clientes. Contamos</p>		

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 como objetivo 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.

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco de Comercio se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales óptimos para efectuar pagos anticipados. En ese sentido, el Banco capacita a su personal a fin de que cuando se diseñe un producto se considere el derecho de los usuarios a realizar pagos anticipados. Asimismo, el Banco capacita al personal que tiene relación directa con los usuarios en temas relacionados a pagos anticipados, con la finalidad de que puedan brindar información suficiente y veráz al respecto, y procedan a efectuar los pagos de acuerdo a lo requerido por el cliente.</p> <p>Asimismo, cabe mencionar que la comprensión y explicación de pago anticipado, también es materia de evaluación a nuestro personal, mediante las visitas que realizamos a la Red de Agencias del Banco; ello a fin de ver si existe carencia respecto al tema en particular y poder reforzar en beneficio de los clientes.</p> <p>En relación a ello, el Banco cuenta con normas internas que establecen que los colaboradores deben atender las solicitudes de pagos anticipados y adelanto de cuotas considerando que: (i) no deben establecerse condiciones o limitaciones para ejercer dicho derecho; (ii) no se aplican comisiones, gastos o penalidades; (iii) debe informarse si se aplican impuestos; y, (iv) en forma previa a la ejecución del pago, el personal debe informar al cliente la forma de aplicación del pago (Pago Anticipado o Adelanto de Cuotas) haciendo referencia a sus implicancias económicas.</p> <p>Los canales mediante los cuales se informa sobre los pagos anticipados son: (i) la Red de Agencias del Banco a nivel nacional; (ii) nuestro Call Center; y, (iii) nuestra página web. El canal mediante el cual nuestros clientes pueden realizar pagos anticipados es nuestra Red de Agencias.</p>		

Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco de Comercio se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales idóneos para efectuar la resolución de sus productos. En ese sentido, el Banco capacita a su personal a fin de que cuando se diseñe un producto se considere el derecho de los usuarios a cancelarlo en cualquier momento de la</p>		

relación contractual. Asimismo, el Banco capacita al personal que tiene relación directa con sus usuarios en temas relacionados a la cancelación de productos, con la finalidad de que brinden información suficiente y veraz al respecto, y procedan a cancelar los productos en caso sea requerido.

En relación a ello, el Banco cuenta con normas internas que establecen que los colaboradores deben atender las solicitudes de resolución de contratos en cualquier momento de la relación contractual.

Asimismo, a través de nuestra Red de Agencias y Call Center, el cliente tiene acceso a información para poder efectuar la cancelación de su producto.

Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco de Comercio a través de la transparencia de información y mecanismos de comercialización respeta los derechos reconocidos de los usuarios referido a las condiciones pactadas de los productos o servicios contratados.</p> <p>Por otro lado, de identificar prácticas comerciales distintas, el Banco adopta las medidas pertinentes para revertir situaciones adversas.</p>		

SEGURIDAD

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Sí, para ello:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brindamos recomendaciones de seguridad en los <i>Welcome Pack</i> de las tarjetas (débito y crédito). 2. En las agencias contamos con folletería de consejos de seguridad para prevenir fraudes. 3. Semestralmente brindamos capacitaciones al personal de atención al público y en el ingreso del personal nuevo respecto a casuísticas de fraude y medidas de prevención. 4. Se envía a los clientes a través de redes sociales, mailing y SMS consejos para la prevención del fraude. 5. En los televisores de las agencias se emiten videos con recomendaciones para prevenir el fraude. 6. En la web del banco, en la sección de "Atención al cliente", tenemos información con recomendaciones para prevenir el fraude. 		

--

Pregunta 21

	SI	NO
¿La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>Sí, anualmente se ponen a prueba los escenarios de riesgo del plan de seguridad a través de simulacros y/o simulaciones que se realizan en las oficinas del Banco. Asimismo, se brinda capacitación a los agentes de seguridad.</p> <p>Con respecto a los mecanismos de prevención de fraude:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La totalidad de agencias de Lima y provincias cuentan con cámaras de seguridad que permiten mitigar cualquier intento de fraude. 2. El Banco cuenta con dispositivos biométricos en agencias de Lima y provincias que se utilizan para la identificación de clientes que realicen transacciones críticas. 3. El Banco cuenta con un sistema de monitoreo de operaciones con tarjetas, el cual de acuerdo a la parametrización de alertas previene distintas casuísticas de fraude. 4. El Banco cuenta con un sistema de monitoreo de operaciones bancarias que permite diseñar reglas a fin de mitigar el riesgo de fraude en agencias. <p>Por último, también se brinda medidas de seguridad con dispositivos de alarmas y un sistema de grabación que mediante sus imágenes permite a las diversas áreas del banco, resolver situaciones de reclamos o fraudes.</p>		

Pregunta 22

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	X	
<p>EXPLICACION:</p> <p>El Banco cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información por lo cual se ha implementado controles de los dominios de control, tales como, seguridad personal, seguridad en operaciones y comunicaciones, desarrollo de sistemas, seguridad lógica, entre otros que se mencionan en la Circular SBS G140. Se verifica el cumplimiento de estos controles de una manera periódica.</p> <p>Asimismo, desde finales del 2020, el Banco ha iniciado un Programa de Ciberseguridad que actualmente lo viene desarrollando con un equipo de trabajo definido.</p> <p>De igual manera, se cuenta con un Sistema de Gestión de Protección de Datos Personales y se ha implementado medidas organizativas, técnicas y legales alineado a lo exigido en la Ley 29733, su Reglamento y modificatorias.</p>		