

RESULTADOS DEL CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN DEL CODIGO DE BUENAS PRÁCTICAS (Información al 31 de agosto 2020)

❖ EDUCACIÓN FINANCIERA

• Pregunta N° 1

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas dirigidas a la EF de sus usuarios?	X	
<p>Como parte de las acciones realizadas por nuestro Banco que buscan proporcionar un mayor conocimiento sobre la Educación Financiera a nuestros clientes y usuarios se han realizado en el transcurso del año algunas charlas de Educación Financiera dirigidas a clientes y colaboradores. Cabe señalar que el Banco realiza comunicaciones a través de la difusión de videos en el circuito cerrado expuesto en cada una de nuestras agencias, a través de nuestra página web y en redes sociales por medio de publicaciones, además de la asesoría directa de nuestros colaboradores hacia nuestros clientes.</p>		

• Pregunta N° 2

	SI	NO
¿La empresa impulsa iniciativas de EF?	X	
<p>Efectuando capacitaciones constantes a nuestros colaboradores quienes son los que asesoran a nuestros clientes, mediante charlas realizadas donde se brinda capacitaciones en productos financieros. Nuestras capacitaciones se realizan tocando temas regulatorios, explicando las cualidades de nuestros productos.</p>		

• Pregunta N° 3

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en EF en los usuarios? Explique cuáles son sus indicadores de impacto.	X	
<p>Se manejan indicadores para la medición de las capacitaciones realizadas en temas relacionados a la Gestión de Conducta de Mercado, solo se consideran a los colaboradores del Banco.</p>		

- **Pregunta N° 4**

	SI	NO
¿La empresa capacita a sus colaboradores en EF?	X	
<p>Nos preocupamos porque nuestros colaboradores cuenten con conocimientos relacionados a Educación Financiera ya que son el contacto directo con nuestros clientes y usuarios, por lo que podemos indicar que el Banco realiza capacitaciones virtuales relacionadas a Finanzas Personales, de acuerdo con el Plan Anual de Capacitación ya establecido, contando con controles de asistencia y evaluaciones de los temas.</p>		

❖ **TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN**

- **Pregunta N° 5**

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
<p>Nos preocupamos por brindarles a nuestros clientes y usuarios toda la información necesaria en forma transparente, ágil y oportuna, para que puedan tomar decisiones de consumo bien informados. Son nuestros colaboradores los encargados de la comercialización de nuestros productos, al tratarse de un canal experto en la atención, se encuentran dispuestos a identificar las necesidades de información de nuestros clientes y, por ende, atenderlos de la mejor manera posible. Nuestros procesos aseguran que los distintos canales de atención, identifiquen y recojan las necesidades de información de nuestros usuarios y para brindarles respuestas oportunas y acordes a las expectativas del cliente.</p>		

- **Pregunta N° 6**

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza porque el usuario comprenda las características y condiciones de sus productos o servicios contratados?	X	
<p>Se realizan esfuerzos para que, dentro de nuestro proceso de comercialización, el que se inicia con la asesoría a nuestros clientes absolviendo las consultas o dudas que puedan tener sobre nuestros productos, ofreciéndole el que se encuentra acorde con sus necesidades y finalmente culmina con la contratación del producto. En nuestros procesos de asesoría nos preocupamos de que el cliente comprenda las características propias del producto, ofreciéndole toda la información relacionada como los simulaciones y formularios contractuales, es así que pueden tomar una decisión acorde con sus necesidades.</p>		

- **Pregunta N° 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>En el Banco nos preocupamos porque la información de nuestras piezas de publicidad hacia nuestros clientes sean de fácil entendimiento, por lo que contamos con mecanismos de revisión del contenido de las piezas publicitarias enviadas por cada jefe/responsable de cada producto, dentro de este proceso de revisión participa el área de Asesoría Legal quien revisa cada pieza velando porque la información plasmada en cada una de ellas sea en un lenguaje sencillo y accesible para los clientes, de esta manera se verifica el cumplimiento de los lineamientos de publicidad y de existir alguna observación, las piezas deberán ser adecuadas antes de su envío para impresión o por medios electrónicos.</p> <p>El área de Conducta de Mercado realiza una revisión post impresión al momento que realiza auditorías en las agencias del Banco.</p>		

- **Pregunta N° 8**

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
<p>La piezas publicitarias que se muestra en la Red de agencias y demás canales con los que cuenta el banco y que se utilizan para difundir los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes o usuarios se encuentra acordes a los Lineamientos de Publicidad de Productos Financieros que ASBANC ha compartido con todas entidades financieras agremiadas, por lo que el cumplimiento de estas es revisado en forma aleatoria y mensual, no recibiendo observaciones y con el cumplimiento al 100% en todas nuestras piezas publicitarias.</p>		

- **Pregunta N° 9**

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por medir la comprensión de la información que brinda a sus usuarios?	X	
<p>Dentro de la estructura organizacional con la que cuenta el Banco, se cuenta con áreas especializadas en medir la comprensión de la información que es brindada a nuestros clientes o usuarios, con la finalidad de identificar oportunidades de mejora y el canal idóneo para compartir la información.</p>		

❖ CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

- **Pregunta N° 10**

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	X	
Se continúan realizando sistemas de medición mensual y bimensual para medir el nivel de servicio que es brindado a través de nuestros principales canales de atención. Este sistema nos permite tener indicadores para monitorear la gestión realizada a través de nuestros diferentes canales. Asimismo, podemos identificar aquellos canales en donde es necesario reforzar algunos atributos propios de la atención al cliente.		

• **Pregunta N° 11**

	SI	NO
¿La empresa cuenta con canales de atención que facilitan la relación y son convenientes para el usuario?	X	
Se busca que nuestros clientes cuenten con diversos canales para brindar una atención ágil al realizar sus operaciones, es por ese motivo que el Banco pone a su disposición diversos canales de atención que pueden ser presenciales como la red de cajeros automáticos Global Net, los agentes corresponsales KasNet, Western Union y Banco de la Nación, el Saldomático y nuestra Red de Agencias; y digitales como el APP, la Banca por Internet, la Página Web y Banca Celular con la finalidad de que puedan realizar sus consultas y operaciones de manera simple, rápida y segura.		

• **Pregunta N° 12**

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
Nuestros colaboradores se encuentran debidamente capacitados para brindar información adecuada a nuestros clientes o usuarios, para lo cual se realizan mediciones por medio de evaluaciones, las que son reforzadas mediante comunicados, adicionalmente contamos con protocolos de atención, se realizan foros y focus group que ayudan a mejorar las oportunidades de mejora identificadas.		

• **Pregunta N° 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	
Se revisa la aplicación de los protocolos de atención, los que se refuerzan constantemente a través de comunicados y en reuniones planificada por la Gerencia de Red de Agencias.		

❖ GESTIÓN DE RECLAMOS

• Pregunta N° 14

	SI	NO
¿La empresa atiende los reclamos propiciando mantener una buena relación con el usuario?	X	
<p>El Banco cuenta con la implementación de protocolos de atención al cliente, enfocados en la oportuna atención al reclamante, cuyos mecanismos de resolución de reclamos buscan reducir los plazos de atención, tales como el procedimiento para la atención de reclamos en primer contacto (FCR) que se aplica para algunas tipologías de reclamos, las cuáles son atendidas a favor de los clientes y usuarios. Estos protocolos están basados en un trato cordial y con un lenguaje amigable para nuestros clientes.</p>		

• Pregunta N° 15

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
<p>Nuestros manuales y protocolos de atención de reclamos incluyen una adecuada gestión de los reclamos, en busca de garantizar que ellos sean atendidos en todos los extremos que el reclamante solicita, utilizando para la atención un lenguaje claro, sencillo y de fácil comprensión para los clientes y usuarios.</p>		

• Pregunta N° 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>El Banco se esfuerza por mejorar la experiencia de nuestros clientes y usuarios; es por ello, que dentro de las actividades que se desarrollan para la atención de los reclamos, donde se registra la causa que originó el reclamo o queja (causa raíz), a fin de poder implementar planes de acción, con la finalidad de elevar la calidad de nuestros productos y servicios.</p>		

❖ CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

• Pregunta N° 17

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	X	
<p>En el Banco nos preocupamos por conocer las necesidades de nuestros clientes a fin de brindarles soluciones acordes a sus necesidades. Contamos con un área especializada en la investigación para ser la voz de nuestros clientes en la organización, dicha información la utilizamos para diseñar o mejorar nuestros productos y servicios.</p>		

• **Pregunta N° 18**

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
<p>Se verifican a través de los protocolos de atención y comercialización, los cuales son receptivos o proactivos dependiendo del modelo de negocio de cada producto. Cabe precisar que estos protocolos son revisados por las áreas de control que aseguran una óptima información al cliente o usuario en todos los aspectos necesarios para la comercialización. Adicionalmente, se realiza la escucha aleatoria de los audios de los productos comercializados por teléfono y se realiza el monitoreo visual si están nuestros colaboradores gestionando de forma correcta.</p>		

• **Pregunta N° 19**

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	X	
<p>Para la atención de Pagos Anticipados, contamos con la Red de Agencias para recibir este tipo de solicitudes, en donde no existe ningún obstáculo o limitación para que nuestros clientes ejerzan su derecho, adicionalmente se cuenta con material expuesto en las agencias y con el material informativo publicado en la página web sobre el significado de un pago anticipado.</p>		

• **Pregunta N° 20**

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	X	
<p>El Banco pone a disposición de sus clientes para realizar la cancelación de sus productos, los canales de atención de la Red de Agencias y la Banca Telefónica, donde se reciben las solicitudes de cancelación de Tarjeta de Crédito, para el caso de productos pasivos y activos diferentes a la Tarjeta de Crédito esta solicitud solo se puede realizar en la Red de Agencias, adicionalmente esta información se encuentra en el material informativo publicado en la página web sobre qué hacer si el</p>		

cliente desea realizar la cancelación de un producto.

❖ SEGURIDAD

• Pregunta N° 21

	SI	NO
¿La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece?	X	

Es nuestra preocupación la seguridad de nuestros clientes, por lo que venimos difundiendo información importante a través del circuito cerrado de nuestras agencias, realizamos publicaciones en Facebook y en nuestra Página Web además del material impreso que se encuentra ubicado en nuestras agencias.

• Pregunta N° 22

	SI	NO
¿La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude?	X	

Nos preocupamos por la seguridad de nuestros clientes, por ello se realizan verificaciones en la Red de Agencias con la finalidad de medir la efectividad en situaciones de riesgo que se pueden presentar en el día a día como:

- La presencia y operatividad del custodio de la agencia, quien debe presionar su pulsador de asalto y comunicar al Centro de Control del Banco al advertir cualquier actitud sospechosa en su entorno, sean por personas o vehículos.
- El correcto uso de los medios físicos de protección de efectivo, como la Caja Fuerte, la Caja Buzón y Caja Compartida.
- La operatividad de los pulsadores de asalto de las ventanillas de atención.
- La verificación de las rondas que realiza la Unidad PNP Águilas Negras.
- La operatividad de las cámaras de seguridad.
- La operatividad del sistema de alarmas.

El Banco promueve mecanismos de seguridad integral para sus clientes o usuarios:

- Pone a disposición de los clientes o usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece.
- Verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus agencias y de los mecanismos de prevención de fraude en los productos y servicios que ofrece.

Sobre los mecanismos de prevención de fraude.

El Banco Pichincha, mide la efectividad de su sistema de prevención de fraudes mediante diversos indicadores que demuestran la efectividad de sus mecanismos de detección y contención de fraudes, alineados con las mejores prácticas de seguridad e indicadores del sistema financiero peruano.