

## ANEXO

### 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	
<b>EXPLICACION:</b> <i>Tenemos como objetivo promover la inclusión y la resiliencia económica a través de la educación financiera, emprendedora, previsional, y el acceso y uso general de servicios y productos financieros para contribuir con el bienestar económico de los peruanos, especialmente de quienes se encuentran en situación de vulnerabilidad. Para ello, impulsamos los siguientes proyectos de inversión social:</i>  <b>Programa Formando Emprendedores del Mañana:</b> ejecutado en alianza con <b>Plan International</b> <b>Programa Educación de Excelencia:</b> ejecutado en alianza con <b>Enseña Perú</b> <b>Economía para el Éxito:</b> ejecutado en alianza con <b>Junior Achievement</b> <b>Tu Futuro:</b> ejecutado en alianza con la <b>Fundación Forge</b>		

##### 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	
<b>EXPLICACION:</b>  <b>Programa Formando Emprendedores del Mañana:</b> <i>programa que busca impulsar el emprendimiento y transferir conocimiento sobre cultura financiera en niños, niñas y adolescentes de colegios del Estado. Desde 2014 hemos impactado en la vida de 217,689 personas con esta iniciativa, que integra talleres, concursos de emprendimientos grupales y otorgamiento de capital semilla a los ganadores (12 planes de negocio fueron premiados con S/. 3,500 durante 2022).</i>  <b>Programa Educación de Excelencia:</b> <i>tiene como foco promover un cambio sistemático en la educación, involucrando a todas las partes en la búsqueda del logro de la educación de calidad en zonas de intervención en Huancavelica. Hemos impactado a más de 12,757 estudiantes, docentes y directores.</i>  <b>Economía para el Éxito:</b> <i>tiene el objetivo de desarrollar programas educativos que promueven la educación financiera, emprendimiento y preparación para el mundo laboral. Hemos impactado a más de 11 600 estudiantes en más de 800 colegios.</i>  <b>Tu Futuro:</b> <i>tiene como objetivo el desarrollo de habilidades que permitan elevar el perfil de empleabilidad de los jóvenes. Hemos impactado a más de 240 jóvenes que son empleados en empresas formales.</i>		

### Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de EF que desarrolla?	x	
<b>EXPLICACION:</b> <i>El grupo Scotiabank reconoce la importancia de nuestro rol como ciudadanos para contribuir desde nuestra gestión y participación en el desarrollo del país. En ese sentido, buscamos promover la implementación de acciones que impacten positivamente en nuestros grupos de interés a través del componente de voluntariado dentro de los programas anteriormente mencionados</i>		

## TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

### Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	x	
<b>EXPLICACION:</b> <i>En la financiera buscamos siempre escuchar a nuestros clientes, de esta manera poder identificar y brindar toda la información que requiera para una toma consciente de los productos y servicios que brindamos. Los mecanismos que utilizamos proactivamente para identificar estas necesidades son:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A través de los equipos de venta y atención al cliente, trasladan a las áreas de productos las inquietudes, necesidades, sugerencias, reclamos, etc. de clientes. Adicional a ello, brindamos proactivamente toda la información de nuestros productos y servicios a través de distintos canales de contacto físicos (Agencias, Fuerza de Ventas, Banca Telefónica) como digitales.</li> <li>- Redes sociales, a través de ellas nuestros clientes realizan sus consultas, que son atendidas en menos de 24 horas con la finalidad de resolver sus necesidades de información</li> <li>- Encuesta "Pulso" donde nuestros clientes una vez hayan realizado una transacción tiene la posibilidad de responder una encuesta vía correo electrónico y darse a conocer su experiencia y brindándonos la oportunidad de tomar acción sobre oportunidades de mejora.</li> </ul>		

### 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	
<b>EXPLICACION:</b> <i>Nuestros lineamientos de comunicación marcan la pauta para hablarle al cliente de manera sencilla y directa, de tú a tú, con lenguaje simple, claro y buscando conectar de manera empática con nuestra audiencia.</i> <i>Además, los equipos comerciales reciben capacitaciones constantes sobre las características y condiciones de nuestros productos y servicios, y cuentan con las herramientas necesarias para asesorar al cliente y absolver sus dudas.</i>		

### 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	
<b>EXPLICACION:</b> <i>Todas las piezas publicitarias de la financiera son revisadas y filtradas Marketing para asegurar que el mensaje sea claro y comprensible para el cliente, que se estén respetando las pautas de nuestra normativa interna de Gestión de Conducta de Mercado y los lineamientos publicitarios de ASBANC. Además, se validan con el área de Conducta de Mercado, para asegurar la transparencia y objetividad de la información antes de su publicación.</i>		

### Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
<b>EXPLICACION:</b> <i>Toda la publicidad de la financiera incorpora los parámetros legales vigentes y los lineamientos publicitarios de ASBANC. Asimismo, las piezas son revisadas y aprobadas por Conducta de Mercado antes de su producción y publicación.</i>		

## 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	
<b>EXPLICACION:</b> <i>En CrediScotía el cliente es el centro de todas nuestras acciones y contamos con un sistema de medición llamado <b>El Pulso del Cliente</b>, sistema basado en ciclos de aprendizaje en tiempo real que permite <b>escuchar</b> a nuestros clientes para entender mejor su retroalimentación, <b>aprender</b> de la retroalimentación identificando áreas de oportunidades y <b>actuar</b> sobre las áreas que podemos mejorar, este sistema cuenta con actividades clave como seguimiento del indicador y disciplinas (rutinas) estandarizadas en todos nuestros canales de atención para mantener la excelencia en el servicio y enfoque en el cliente.</i>		

### 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	
<b>EXPLICACION:</b> <i>La cobertura de nuestros canales es a nivel nacional, bajo distintos formatos como agencias, oficinas especiales, establecimiento de operaciones básicas, así mismo contamos con canales alternativos como Agentes corresponsales SBP.  Los Canales no presenciales, que facilitan nuestra cobertura es el aplicativo móvil, donde pueden realizar operaciones transaccionales. Además de la banca por teléfono donde resolvemos las consultas de nuestros clientes.</i>		

## Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
<p><b>EXPLICACION:</b>  <i>Hacia los nuevos colaboradores que tiene contacto con nuestros usuarios, participan de forma OBLIGATORIA en el programa Inducción en el puesto según el rol a desempeñar, este programa cuenta con una malla de cursos que incluye temas de producto, servicio, procesos y conocimientos en temas regulatorios. La ejecución del programa se realiza de manera virtual en formatos síncronos y asíncronos.</i>  <i>Hacia nuestros colaboradores, todos los años se incluyen en Plan Anual de Capacitación diferentes entrenamientos que refuerzan y actualizan los conocimientos en temas de producto y servicios de acuerdo con los cambios en normativas y políticas, considerando su relevancia se determina la mejor estrategia de capacitación.</i>  <i>Es importante señalar, que el área de negocio cuenta con estrategias de seguimiento a través de las Disciplinas Comerciales (Momento del Cliente) que cuentan los líderes de agencia para su ejecución junto a sus equipos.</i></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><b>EXPLICACION:</b>  <i>En CrediScotia creemos que la inclusión nos hace más fuertes, bajo un entorno diverso e inclusivo que permite a nuestros clientes y empleados sentirse seguros, valorados y conectados, siendo uno de nuestros valores el “respeto” valoramos cada voz somos agentes de inclusión y promotores de entornos accesibles.</i>  <i>Uno de nuestros atributos de servicio que definen nuestro modelo de atención es el atributo de amabilidad, hacer que el cliente se sienta cómodo, único y valorado en todo momento, con el fin de generar experiencias memorables de servicio. El modelo de atención es reforzado en los programas de entrenamiento a los empleados de CrediScotia.</i></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><b>EXPLICACION:</b>  <i>La cobertura de nuestros canales de atención de reclamos es de fácil acceso y a nivel nacional:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>De forma presencial:</i> Bajo distintos formatos como agencias, oficinas especiales, establecimiento de operaciones básicas.</li> <li>• <i>De forma Telefónica:</i> A través de nuestro Call Center.</li> <li>• <i>De forma virtual:</i> A través de nuestra página web, ingresando al vínculo “Libro de Reclamaciones”.</li> </ul> <i>Además, tenemos un canal adicional denominado “Aló Banco Indecopi” en el cual brindamos atención a clientes que se encuentran próximos a presentar un reclamo ante Indecopi. La finalidad de contar con los diferentes canales es estar más cerca de nuestros clientes para escucharlos sobre alguna disconformidad relacionada a nuestros productos y/o servicios, tomar las acciones oportunas y continuar mejorando la experiencia del cliente. Asimismo, nuestra meta interna de atención de los reclamos es en promedio 4 días hábiles, el cual es un plazo menor al establecido en la regulación (15 días hábiles).</i></p>		

### Pregunta 13

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
<b>EXPLICACION:</b> <i>En la atención de cada reclamo se usa un lenguaje claro, brindado información específica y detallada sobre cada punto cuestionado por parte del usuario, además contamos con la unidad "Gestion Estratégica de Reclamos" que realiza el seguimiento del cumplimiento de los diferentes controles que ejecutamos durante el E2E de la atención de los reclamos, a fin de asegurar una redacción clara de la respuesta, correcta ortografía, la oportuna entrega de la respuesta al cliente, además de la identificación de oportunidades mejora y planes de acción, entre otros.</i> <i>Asimismo, de ser necesario, se cuenta con el soporte del Área Legal para los casos de mayor complejidad a fin de poder enfocar nuestras respuestas desde la normatividad vigente, siempre y cuando el cliente lo requiera o sea necesario hacerlo y buscando siempre un lenguaje sencillo de entender en nuestras comunicaciones hacia el cliente.</i>		

### 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	
<b>EXPLICACION:</b> <i>Los reclamos son tomados como una oportunidad de mejora; el área de Servicio al Cliente es responsable de resolver los reclamos y dar respuesta a los clientes, desarrolla esta labor trabajando en equipo con el Área de Productos, Riesgos, Canales, entre otras. Además, se realiza un monitoreo del registro de los reclamos según el motivo, a fin de poder realizar un análisis minucioso y poder identificar la causa-raíz del reclamo.</i> <i>Asimismo, en coordinación con las áreas involucradas se establecen planes de acción y soluciones oportunas a cada causa-raíz que hemos identificado, el seguimiento al cumplimiento de lo antes mencionado es realizado por nuestra unidad "Gestión Estratégica de Reclamos" y en los comités de "Experiencia al Cliente" con las diferentes unidades de la Financiera, ello con la finalidad de seguir mejorando la atención y/o productos que brindamos a nuestros clientes.</i>		

## 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	
<b>EXPLICACION:</b> <i>CrediScotia siempre está pendiente de identificar las necesidades de sus clientes, utiliza la información que releva sus distintos canales de atención y lo toma en cuenta al momento de revisar, adaptar y rediseñar sus productos y servicios, de esta manera les permite ofrecer productos SIMPLES, RÁPIDOS y FLEXIBLES. Más de 1.5 millones de clientes pueden acceder a Créditos y Tarjeta Única con solo su DNI.</i>		

### Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	x	
<b>EXPLICACION:</b> <i>CrediScotia establece en su normativa interna los procedimientos de control y verificación, basado en lo estipulado en el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado, para el lanzamiento de campañas, nuevos productos / servicios, nuevas metodologías de ventas, etc.</i>		

### Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	X	
<b>EXPLICACION:</b> <i>Los canales presenciales que tiene CSF son de fácil acceso y comprensión para realizar los pagos anticipados.</i>		

### Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	X	
<b>EXPLICACION:</b> <i>Nuestros canales cuentan con fácil acceso y comprensión sobre la cancelación de productos.</i>		

### Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	x	
<b>EXPLICACION:</b> <i>CrediScotia tiene al cliente como el centro de todas sus acciones por ello cuenta con:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Formalización de procesos internos que aseguran el buen funcionamiento de sus productos y servicios.</i></li> <li>- <i>Capacitación y refuerzo continuo al personal nuevo y permanente, donde se les informa acerca de los productos, modelos de negocio, campañas comerciales, pilotos, disposiciones legales que puedan afectar los servicios de cara al cliente. Así mismo existe un programa de actualización anual en cada puesto, dentro del cual también se hacen refuerzos de los principales productos o los nuevos lanzamientos.</i></li> <li>- <i>Un área especializada "Experiencia del Cliente" que gestiona el sistema NPS (Net Promoter Score) que mide la satisfacción y lealtad de nuestros clientes en todos los canales de atención, mejora de los procesos, campañas, estrategias de negocio, planes e iniciativas que generen en el cliente experiencias ágiles, flexibles y asertivas.</i></li> <li>- <i>Un Programa de Capacitación Global y evaluación, donde todos los colaboradores son entrenados en temas regulatorios y actualizados de acuerdo las políticas de Prevención de Lavados, Riesgos y Continuidad de Negocios.</i></li> <li>- <i>El material de comunicación de campañas cuenta con las validaciones y aprobaciones de áreas de soporte como Conducta de Mercado, legal, MKT, productos, entre principales; que garantizan una comunicación transparente al cliente.</i></li> </ul>		

## 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><b>EXPLICACION:</b>  <i>En CrediScotia contamos con diferentes mecanismos para asesorar al cliente y asegurarnos de que cuenta con toda la información necesaria antes de adquirir un producto o de usar un servicio de forma segura:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Capacitación constante del equipo comercial sobre las características y condiciones de nuestros productos y servicios, para asesorar al cliente en su uso y mantenerlos seguros.</i></li> <li>- <i>Comunicación continua en redes sociales y vía correo electrónico (emailings) sobre la seguridad en el uso de tarjetas de crédito, clave digital y App de la financiera, compras online, fraude digital, etc.</i></li> <li>- <i>Además de la red de agencias, el cliente tiene también a su disposición la banca telefónica para realizar consultas en caso de que requiera mayor información sobre el uso seguro de sus productos o de los que desea adquirir.</i></li> </ul>		

### 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><b>EXPLICACION:</b>  <i>En relación con las medidas de seguridad física, se monitorea permanentemente mediante el Centro de Control de Seguridad la operatividad de los sistemas de Alarmas y CCTV. Por parte del equipo de Protección, se supervisa y controla las medidas de seguridad física en los locales de la Financiera a nivel nacional, índice bajo de afectación.</i></p> <p><i>En ese sentido, se brinda el soporte de respuesta inmediata y permanente, a través de los sistemas de alarmas, ante eventos diversos de intento de fraude contra los clientes y/o la institución, brindando las coordinaciones necesarias y oportunas con UE internas, así como con la Policía Nacional del Perú (PNP).</i></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><b>EXPLICACION:</b>  <i>Si, debido a que existen procesos, tecnología y equipos especializados que permiten gestionar en forma adecuada los datos personales de los usuarios, manteniendo seguros a los clientes ante eventos fortuitos de ataque cibernético.</i></p>		