

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LAS RELACIONES DE LAS EMPRESAS FINANCIERAS CON EL USUARIO

1. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código (Código) es aplicable a las empresas financieras agremiadas a la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) en su relación con el usuario.

A efectos de la aplicación del Código, entendemos por usuario a la definición establecida en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

2. FINALIDAD

Las empresas agremiadas a ASBANC son conscientes de la importancia que significa mejorar y afianzar las relaciones con los usuarios. Por ello, el presente documento busca establecer principios que contribuyan a generar confianza y mejorar la relación con el usuario.

A fin de cumplir con dicho objetivo, las empresas, vía autorregulación, han identificado siete principios que contribuyen a mejorar y afianzar la relación con el usuario. Estos son: inclusión financiera y educación financiera, transparencia de información, calidad de atención y orientación, gestión de reclamos, prácticas de negocio, seguridad y gestión de cobranzas.

Finalmente, las empresas convienen que la adopción y puesta en práctica de estos principios incidirán positivamente en las relaciones con los usuarios.

3. COMPROMISO

Las empresas se comprometen a hacer esfuerzos sistemáticos tendientes a incorporar en su cadena de valor, la implementación de los principios contenidos en el presente Código.

Las empresas están adheridas al Sistema de Relaciones con el Consumidor de ASBANC y se comprometen a cumplir con los Lineamientos que éste, a través de sus instancias de decisión, apruebe y emita para mejorar las relaciones con el usuario.

4. CUMPLIMIENTO

Las empresas designarán a un funcionario responsable de lo dispuesto en el Código, quien a su vez se encargará de completar el Cuestionario de Autoevaluación que forma parte del presente documento.

Es recomendable que este funcionario cumpla con una de las siguientes condiciones:

Ser un funcionario de primer o segundo nivel de línea de reporte al Gerente General dentro de la empresa; o,

Realizar las funciones de Oficial de Conducta de Mercado; o,

Ser funcionario responsable de la banca minorista de la empresa.

Dicha designación deberá ser informada, por carta o correo electrónico, a ASBANC dentro de cinco días útiles de suscrito el Código.

5. DIFUSIÓN E INFORMACIÓN

Los resultados del Cuestionario de Autoevaluación que integra el Código serán publicados en la página web de la empresa, en la página web de ASBANC y, en caso la empresa lo considere pertinente, podrá emplear otros mecanismos de difusión e información.

La publicación de los resultados del Cuestionario de Autoevaluación se realizará en el mes de setiembre de cada año, a partir del 2016.

6. PRINCIPIOS

6.1. INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA: La empresa se preocupa por fomentar la inclusión financiera y educación financiera, entendida esta última como el esfuerzo en brindar al usuario criterios básicos financieros como la importancia del ahorro y su protección, la relación entre riesgo y rentabilidad, la función de intermediación de las empresas, etc., a fin de contribuir con su bienestar financiero.

- a) La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera.
- b) La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios.
- c) La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera.
- d) La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla.

6.2. TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN: La empresa se preocupa por brindar al usuario información relevante, veraz, apropiada, oportuna, transparente, confiable y de fácil comprensión sobre sus productos y servicios.

- a) La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios.
- b) 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.
- c) La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad.
- d) La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación.

6.3. CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN: La empresa vela porque el usuario sea debidamente atendido.

- a) La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario.
- b) La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial.
- c) La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios.
- d) La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio

6.4. GESTIÓN DE RECLAMOS: La empresa promueve una adecuada gestión de los reclamos de sus usuarios.

- a) 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.
- b) La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla.
- c) 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.

6.5. PRÁCTICAS DE NEGOCIO: La empresa vela porque sus prácticas de negocio se encuentren alineadas a la conducta de mercado, promoviendo la confianza de los usuarios.

- a) La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios.
- b) La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores.
- c) La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados.
- d) La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos.
- e) La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes.

6.6. SEGURIDAD: La empresa promueve mecanismos de seguridad integral para el usuario.

- a) La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece.
- b) La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude.
- c) La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios.

6.7. GESTIÓN DE COBRANZAS: La empresa asegura que existan adecuadas prácticas de cobranza.

- a) La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios.
- b) La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza.

7. VIGENCIA

La empresa se compromete a desarrollar esfuerzos sistemáticos para implementar las disposiciones del presente código sobre la base de la realidad específica de cada entidad.

Este compromiso se pone en vigencia al momento que el Gerente General de la empresa lo suscribe.

8. SUPERVISIÓN

La Gerencia de Relaciones con el Consumidor de ASBANC supervisará: (i) el envío oportuno del Cuestionario de Autoevaluación de la empresa, que será desarrollado en el mes agosto de cada año, a partir del 2016; y, (ii) la publicación del mismo en la página web de cada empresa.

El resultado de la supervisión será comunicado al Comité de Relaciones con el Consumidor, quien decidirá si debe ser puesto en conocimiento de la Gerencia General de la entidad supervisada.

9. ACTUALIZACIÓN

Este Código será revisado y actualizado con una frecuencia no mayor a dos años, contado a partir desde su entrada en vigencia.

ANEXO
CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera?	X	
<p>EXPLICACION: Tenemos como objetivo promover la inclusión y la resiliencia económica a través de la educación financiera y emprendedora. El 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.</p> <p>Para ello, en el Grupo Scotiabank impulsamos los siguientes proyectos de inversión social: Programa Formando Emprendedores del Mañana: ejecutado en alianza con Plan International Programa Educación de Excelencia: ejecutado en alianza con Enseña Perú.</p> <p>También en Crediscotia promovemos la diversidad e inclusión, partiendo de la base del respeto y la aceptación de las diferencias, es por ello que buscamos ejecutar prácticas inclusivas para garantizar las mismas oportunidades y el mismo trato de equidad para todos y todas en nuestros procesos de selección.</p>		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios? Explique sobre las iniciativas desarrolladas	X	
<p>EXPLICACION: En el Grupo Scotiabank, impulsamos los siguientes programas: Programa Formando Emprendedores del Mañana: programa se centra en la promoción de una cultura financiera básica y relevante, y sobre todo en despertar un espíritu de ahorro a través de la experiencia en el diseño y gestión de emprendimientos. En el 2023 hemos impactado en la vida de 42,096 personas, entre estudiantes, docentes, personal educativo y madres/padres de familia con la integración de talleres, concursos de emprendimientos grupales.</p> <p>Programa Educación de Excelencia: 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. Este proyecto cuenta con 3 componentes: Programa de Liderazgo, Programa ¡Qué Maestro! y Formación docente en Lircay en total se ha impactado a 44 462 personas.</p>		

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera? Explique el impacto que han tenido en la sociedad.	X	
<p>EXPLICACION: 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 y otros que ayuden a ser más solidarios con nuestra sociedad.</p>		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	X	
EXPLICACIÓN: Los diversos voluntariados respecto a educación financiera, son los mismos colaboradores, los que imparten las clases para los talleres que son dirigidos a niños, niñas y sus familias para mejorar sus emprendimientos. Este 2024 incluimos en nuestro plan de capacitación anual para colaboradores, talleres de educación financiera con conceptos del manejo de pre supuestos y gestión de deudas, de esa manera puedan complementar también este aprendizaje en la red de voluntariados que tenemos como empresa. Adicional a ello, 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: - 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. - 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 - 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.		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: 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. 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.		

Pregunta 6

	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	
EXPLICACIÓN: Todas las piezas publicitarias de la financiera son revisadas y filtradas por 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, de ser necesario se solicita la validación del área Legal.		

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	
EXPLICACIÓN: Todas las piezas publicitarias de la financiera son revisadas y filtradas por 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 y Asesoría Legal, para asegurar la transparencia y objetividad de la información antes de su publicación.		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACIÓN: Todas las piezas publicitarias de la financiera incorporan los parámetros legales vigentes y los lineamientos publicitarios de Asbanc. Asimismo, las piezas son revisadas y aprobadas por Conducta de Mercado y Asesoría Legal antes de su producción y publicación.		

CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	X	
EXPLICACIÓN: En CrediScotia el cliente es el centro de todas nuestras acciones y contamos con un sistema de medición llamado El Pulso del Cliente , sistema basado en ciclos de aprendizaje en tiempo real que permite escuchar a nuestros clientes para entender mejor su retroalimentación, aprender de la retroalimentación identificando áreas de oportunidades y actuar 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.		

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial?	X	
EXPLICACIÓN: La financiera ofrece una cobertura integral a nivel nacional a través de una variedad de canales de atención. Estos incluyen agencias físicas, oficinas especiales, y establecimientos de operaciones básicas, además de contar con canales alternativos como los Agentes Corresponsales. En cuanto a los canales no presenciales, destacamos nuestro aplicativo móvil, que permite a los clientes realizar operaciones transaccionales de manera segura y eficiente. Además, ofrecemos servicios de banca telefónica para resolver consulta de nuestros clientes, proporcionando así una atención rápida y conveniente sin necesidad de desplazamientos.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: De cara nuestros nuevos colaboradores con contacto a los usuarios finales, 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. 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. 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.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
EXPLICACIÓN: 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. 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.		

GESTIÓN DE RECLAMOS

Pregunta 13

	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>EXPLICACIÓN: <i>La cobertura de nuestros canales de atención de reclamos es de fácil acceso y a nivel nacional:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • De forma presencial: Bajo distintos formatos como agencias, oficinas especiales, establecimiento de operaciones básicas. • De forma Telefónica: A través de nuestro Call Center. • De forma virtual: A través de nuestra página web, ingresando al vínculo “Libro de Reclamaciones”. <p><i>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 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
<p>EXPLICACIÓN: 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. 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</p>		

Pregunta 15

	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>EXPLICACIÓN: 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. 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.</p>		

PRÁCTICAS DE NEGOCIO

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	X	
EXPLICACIÓN: 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.		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: 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.		

Pregunta 18

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

Pregunta 19

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

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
<p>EXPLICACIÓN: CrediScotia tiene al cliente como el centro de todas sus acciones por ello cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formalización de procesos internos que aseguran el buen funcionamiento de sus productos y servicios. - 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. - 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. - 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. - El material de comunicación de campañas cuenta con las validaciones y aprobaciones de áreas de soporte como Conducta de Mercado, legal, Marketing, productos, entre principales; que garantizan una comunicación transparente al cliente. 		

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>EXPLICACIÓN: 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. - 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. - 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. 		

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>EXPLICACIÓN: 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.</p> <p>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).</p>		

Pregunta 23

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	X	
<p>EXPLICACIÓN: 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.</p>		

GESTIÓN DE COBRANZAS

Pregunta 24

	SI	NO
¿La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios?	X	
<p>EXPLICACIÓN: La Financiera Crediscotia cuenta con controles que validan el cumplimiento de la ley de protección al consumidor. A través de la escucha de llamadas, nos aseguramos de verificar que la cobranza se realice en los horarios permitidos y que la información se entrega solo al titular de la cuenta. Asimismo, todas las comunicaciones al cliente cuentan con el V°B° del área de Legal y de Conducta de Mercado.</p>		

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	X	
<p>EXPLICACIÓN: La Financiera Crediscotia realiza controles de calidad periódicos a los canales principales de la gestión de cobranza, de tal manera de asegurar el adecuado cumplimiento de los procedimientos establecidos. Asimismo, se asegura de realizar capacitaciones constantes a sus colaboradores que permiten mantenerlos actualizados de los cambios en cualquier política, procedimientos y buenas prácticas en la Cobranza.</p>		