**ANEXO**

**CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN**

**EDUCACIÓN FINANCIERA (“EF”)**

Pregunta 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa cuenta con iniciativas dirigidas a EF de sus usuarios? | **X** |  |
| Desde la Gerencia de Responsabilidad Social se tiene dos proyectos importantes hacia potenciales usuarios:   1. Formando Emprendedores del Mañana con la ONG Plan Internacional   Este proyecto es la ampliación de la experiencia que se ejecutó con excelentes resultados durante el período 2014-2016 en Lima Norte, específicamente en los distritos de Puente Piedra y Ventanilla. Su propósito es mejorar las capacidades sociales y económicas de los niños, niñas y adolescentes del Perú en las regiones de Lima y Piura a través de una educación emprendedora, financiera, previsional.  De la mano de Plan Internacional y aliados como la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana (DRELM), Dirección Regional de Educación de Piura (DREP), las Unidades de Gestión Educativa Local 01, 02, 04, 05 (UGEL) y Unidad de Gestión Educativa Sullana se lleva a cabo la implementación del proyecto.   1. Educación e Inclusión Financiera con la ONG Care Perú   El proyecto se implementa en alianza con Care Perú y con el apoyo de gobiernos locales, promoviendo la inversión pública, se realiza en las regiones de Arequipa, Lambayeque, Junín y La Libertad. Tiene una duración de tres años hasta el 2020. El programa cuenta con dos componentes:   1. Desarrollo Económico de asociaciones: El modelo incluye desarrollo de habilidades sociales y emprendedoras, identificación de nuevas ideas de negocio o de áreas de fortalecimiento de negocios actuales de las familias; fortalecimiento o conformación de asociaciones y organizaciones económicas; desarrollo de capacidades, asesoramiento y asistencia técnica en gestión de los emprendimientos y de mercadeo; gestión financiera del negocio, la promoción del ahorro previsional, así como la provisión de capital semilla. 2. Educación en colegios: El modelo se enfoca en fortalecer las habilidades sociales, económicas y financieras de niños y niñas de las escuelas, promoviendo el emprendimiento social y económico como parte de su formación, haciendo uso de los ahorros individuales y colectivos como capital semilla del proyecto | | |

Pregunta 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa impulsa iniciativas de EF? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  Desde la Gerencia de Responsabilidad Social se monitorean dos proyectos:   1. Formando Emprendedores del Mañana con la ONG Plan Internacional   Este proyecto es la ampliación de la experiencia que se ejecutó con excelentes resultados durante el período 2014-2016 en Lima Norte, específicamente en los distritos de Puente Piedra y Ventanilla. Su propósito es mejorar las capacidades sociales y económicas de los niños, niñas y adolescentes del Perú en las regiones de Lima y Piura a través de una educación emprendedora, financiera, previsional.  De la mano de Plan Internacional y aliados como la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana (DRELM), Dirección Regional de Educación de Piura (DREP), las Unidades de Gestión Educativa Local 01, 02, 04, 05 (UGEL) y Unidad de Gestión Educativa Sullana se lleva a cabo la implementación del proyecto.   1. Educación e Inclusión Financiera con la ONG Care Perú   El proyecto se implementa en alianza con Care Perú y con el apoyo de gobiernos locales, promoviendo la inversión pública, se realiza en las regiones de Arequipa, Lambayeque, Junín y La Libertad. Tiene una duración de tres años hasta el 2020. El programa cuenta con dos componentes:   1. Desarrollo Económico de asociaciones: El modelo incluye desarrollo de habilidades sociales y emprendedoras, identificación de nuevas ideas de negocio o de áreas de fortalecimiento de negocios actuales de las familias; fortalecimiento o conformación de asociaciones y organizaciones económicas; desarrollo de capacidades, asesoramiento y asistencia técnica en gestión de los emprendimientos y de mercadeo; gestión financiera del negocio, la promoción del ahorro previsional, así como la provisión de capital semilla. 2. Educación en colegios: El modelo se enfoca en fortalecer las habilidades sociales, económicas y financieras de niños y niñas de las escuelas, promoviendo el emprendimiento social y económico como parte de su formación, haciendo uso de los ahorros individuales y colectivos como capital semilla del proyecto. | | |

Pregunta 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** |  |
| **EXPLICACION:**  El principal cambio en la situación de los niños, niñas y jóvenes participantes en el Proyecto, que se traduce en el “impacto” que esperamos obtener, es el incremento de su bienestar financiero, la mejora de su calidad de vida y la de sus familias y la reducción de su vulnerabilidad económica.  Estarán preparados para actuar en diferentes contextos en relación a sus finanzas personales. Identificarán las oportunidades y reconocerán los riesgos de los productos financieros y podrán afrontar las distintas situaciones financieras que se les presente. También se tiene pruebas de entrada y de salida para conocer el nivel de conocimiento de los alumnos y se está considerando una evaluación de tercera parte del proyecto educativo y económico.  Asimismo, se monitorean los indicadores de alcance:   1. Formando Emprendedores del Mañana con la ONG Plan Internacional   Beneficiarios Directos al finalizar el proyecto:   * 120 Instituciones Educativas * 120,000 estudiantes * 5,400 docentes  1. Educación e Inclusión Financiera con la ONG Care Perú   Beneficiarios directos al finalizar el proyecto:   * 3,543 familias en situación de pobreza. * 5,000 estudiantes * 10 Instituciones Educativas * 200 docentes * 10 Directores de escuelas * 16 Autoridades locales | | |

Pregunta 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa capacita a sus colaboradores en EF? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  Si, Crediscotia cuenta actualmente con dos plataformas corporativas, Universidad Scotiabank y me@scotiabank a través de las cuales todos los colaboradores tienen acceso libre a los diferentes cursos regulatorios y actualizaciones. | | |

**TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN**

Pregunta 5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  Los equipos de CrediScotia se enfocan en identificar las necesidades de información de sus usuarios, de ser necesario incluso, se realizan estudios de mercado para saber cuáles son sus principales necesidades. Además, se cuenta con un equipo especializado en captar las principales dificultades del producto para luego poder trabajar sobre ello; en este proceso se identifican diferentes vías de comunicación con el cliente. | | |

Pregunta 6

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa se esfuerza porque el usuario comprenda las características y condiciones de sus productos o servicios contratados? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  Los equipos de CrediScotia trabajan a través de diferentes vías de comunicación, físicas y virtuales, a través de las cuales se explican las condiciones y características principales de los productos y servicios que ofrecemos, opciones de compra, opciones de pago, como leer su estado de cuenta (tarjeta de crédito), entre otros. Asimismo, se trabaja en mantener la información actualizada para los usuarios, de manera clara y detallada, en los tarifarios, Cartillas de Información, Hojas Resumen, piezas publicitarias y página web. | | |

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** |  |
| **EXPLICACION:**  En la normativa interna de CrediScotia, referente a la Gestión de Conducta de Mercado, se establece las pautas para revisión, aprobación y verificación de piezas publicitarias, buscando mostrar la información de la manera más clara y sencilla para los usuarios, las cuales a su vez se basan en el cumplimiento de los Lineamientos de Publicidad de Asbanc. | | |

Pregunta 8

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  CrediScotia establece el procedimiento para la revisión, aprobación y verificación de las piezas publicitarias, a fin de asegurar el cumplimiento con la autorregulación: Lineamientos de Publicidad de Asbanc. | | |

Pregunta 9

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa se esfuerza por medir la comprensión de la información que brinda a sus usuarios? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  Correcto, Crediscotia se esfuerza porque el usuario reciba y comprenda la información que necesita, reforzando dicha información con asesoría presencial a través de nuestro equipo en la red de agencias Además, a lo largo del año se realizan capacitaciones y evaluaciones al personal de atención al público sobre el nivel de conocimiento e información que brindan a los usuarios. | | |

**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** |  |
| **EXPLICACION:**  Sí, CrediScotia tiene un área especializada llamada Experiencia del Cliente, encargada de medir y evaluar diariamente, a través de herramientas de medición, la satisfacción del cliente en conjunto con protocolos y disciplinas (rutinas) estandarizadas en los canales de atención. | | |

Pregunta 11

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa cuenta con canales de atención que facilitan la relación y son convenientes para el usuario? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  Tenemos cobertura a nivel nacional en Agencias, Oficinas especiales, Banca Telefónica, establecimientos de operaciones básicas, asimismo convenios con canales alternativos como los agentes corresponsales de Scotiabank Perú  Nos esforzamos en mantener una comunicación adecuada en el canal para una experiencia positiva de servicio. | | |

Pregunta 12

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  CrediScotia evalúa a lo largo del año al personal directamente relacionado con la atención a los usuarios, a través de Capacitación en diferentes temas: regulatorios, calidad atención entre otros. | | |

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** |  |
| **EXPLICACION:**  Sí, CrediScotia vela por ofrecer la mejor experiencia de servicio a sus clientes, por eso cuenta con protocolos de atención definidos para otorgar un servicio Amable, Ágil y Flexible, asimismo mide la experiencia de servicio a través del indicador NPS – de recomendación. | | |

**GESTIÓN DE RECLAMOS**

Pregunta 14

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa atiende los reclamos propiciando mantener una buena relación con el usuario? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  Durante el análisis del reclamo se evalúa diversos factores, con la finalidad de validar la correcta ejecución de nuestros procesos y regularizar cualquier impacto hacia el cliente, de ser necesario.  Asimismo contamos con una segunda instancia, en caso el cliente no estuviera conforme con el resultado del reclamo, analizando los motivos de su insatisfacción. | | |

Pregunta 15

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  En la atención de cada reclamo se usa un lenguaje claro, brindado información específica y detallada a cada punto donde exista un cuestionamiento por parte del usuario, además se cuenta con una Área de Control y Calidad que realiza el monitoreo de las respuestas de forma aleatoria, a fin de asegurar lo antes mencionado. También, 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. | | |

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** |  |
| **EXPLICACION:**  Los reclamos son tomados como una oportunidad de mejora; el área de Soluciones al Cliente se encuentra desarrollando sus funciones muy de cerca con el Área de Productos, Riesgos, Canales entre otras, cada día se hace el monitoreo de los ingresos de los reclamos según la tipología y motivo a fin de estar informados del flujo de ingresos de reclamos y que tipología y/o motivo está impactando en el mismo, a fin de poder elevar las causa a las áreas involucradas para su revisión y solución oportuna. | | |

**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** |  |
| **EXPLICACION:**  Para CrediScotia, el comprender las necesidades de los usuarios es el foco para diseñar y mejorar los productos y/o servicios. Por ejemplo: este año se cambió el estado de cuenta de tarjetas de crédito a fin de mejorar la información y ponerla a disposición del cliente de manera útil, clara y sencilla. En ocasiones también y, de ser necesario, se realizan estudios de mercado. | | |

Pregunta 18

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  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 19

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados? | **X** |  |
| **EXPLICACION:**  En agencias y oficinas especiales, entre otros puntos de venta, son de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados de sus créditos. | | |

Pregunta 20

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SI** | **NO** |
| ¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos? | **X** |  |
| Los diferentes puntos de venta de Crediscotia son de fácil acceso y comprensión para realizar la cancelación de productos. | | |

**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** |  |
| **EXPLICACION:**  Los clientes reciben información y recomendaciones sobre el uso de seguros y servicios desde el inicio de relación (brindándole información útil, por ejemplo: en los kit de bienvenida por sus nuevas tarjetas); asimismo se publica en la página web de CrediScotia información relacionada a beneficios y uso del producto, en el cual incluye los temas relacionados a los seguros.  Adicionalmente estas recomendaciones se encuentran también en los tarifarios, Cartillas de Información, Hojas Resumen, piezas publicitarias**.** | | |

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** |  |
| **EXPLICACION:**  Las medidas de seguridad adoptadas en las oficinas de atención al público están alineadas a las políticas de nuestra Casa Matriz y enmarcadas en las Regulaciones del Ente Nacional correspondiente (SBS), siendo sujetas periódicamente a Inspección y Certificación de Requisitos de Seguridad por parte de este ente regulador. | | |